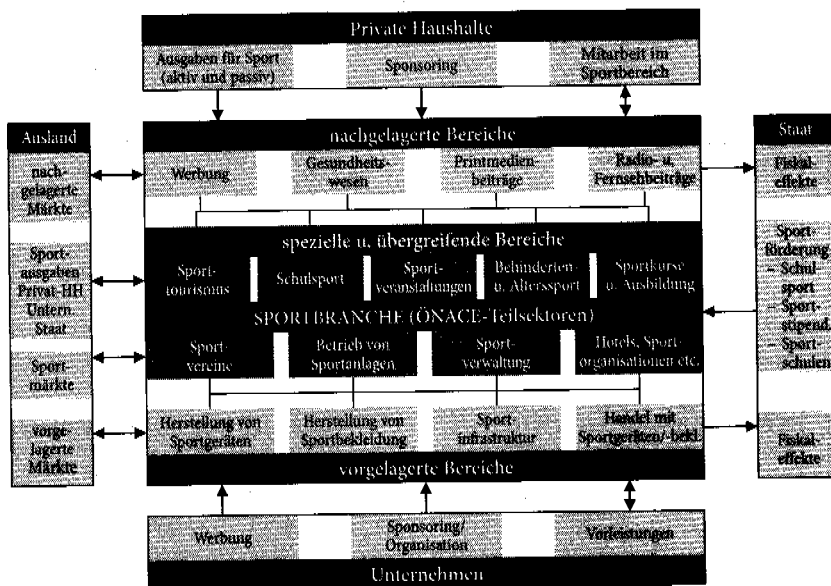


# Die ökonomische Bedeutung des Sports in Österreich

Barbara S. Schmidl

Spätestens Ende der 1970er Jahre vollzog sich auch in Österreich ein Werte- und Strukturwandel: Freizeit und damit einhergehender Konsum gewannen an Bedeutung. Dominierten bis dahin Güter des täglichen Lebens, wie Essen, Wohnen oder Kleidung die Konsumausgaben, so begann nun ein wachsender Teil in Erlebniskonsum zu fließen, darunter fallen etwa Kino- und Theaterbesuche, aber auch immer stärker der Sport mit seinen zahlreichen Ausprägungen (Soltesz 2002, 21f). Unter diesem Gesichtspunkt ist eine Quantifizierung des Wirtschaftsfaktors Sport von Interesse, sagt sie doch nicht nur etwas über Wirtschaftsparemeter aus, sondern zeigt auch die Werthaltung einer Gesellschaft auf, indem sie die monetäre Bedeutung des Sports misst. Um jedoch eine solche Quantifizierung vornehmen zu können, muss der Sport erst in eine Wirtschaftssystematik eingebracht werden. Denken wir an ihn, so assoziieren wir damit meist Skifahren, Fußball, Radfahren usw. – was sich alles unter einem Oberbegriff »Sport« leicht zusammenfassen lässt. In der Ökonomie hingegen ist die Aufgabe der Zuordnung und Systematisierung etwas diffiziler, weil hier der Sport nicht einem einzelnen Wirtschaftsbereich zugewiesen werden kann, sondern sich über fast den gesamten Bereich der Wirtschaft erstreckt.

Abbildung 1: Das Wirtschaftsgeflecht des Sports



Quelle: in Anlehnung an Rütter 2002

Aus Abbildung 1 ist ersichtlich, dass Sport ein breites Spektrum an Gütern und Dienstleistungen umfasst. Um überhaupt das Wirtschaftsgut »Sport« analysieren zu können, ist es deshalb notwendig, vorab die jeweiligen Produktgruppen mit ihren bestimmten Merkmalen zu definieren und zu klassifizieren (siehe dazu Heinemann 1995). Im Mittelpunkt der Grafik und in dunkelgrau gehalten ist der Kernbereich des Sports dargestellt – jener Bereich, in dem er tatsächlich ausgeübt wird, etwa Vereins- oder Schulsport, Sportveranstaltungen, Sporttourismus, der Betrieb von Sportanlagen u. a. – d. h. wie und wo die Menschen der sportlichen Betätigung nachgehen. Diesem Kernbereich *vorgelagert* sind Bereiche, welche jene Güter und Dienstleistungen beschreiben, die eine Ausübung des Sports erst ermöglichen: etwa die Herstellung von Sportgeräten und Sportbekleidung oder die Bereitstellung von Sportinfrastruktur. Unter den *nachgelagerten* Bereichen versteht man solche Produktgruppen, die typischerweise die sportliche Betätigung mit sich bringt. Das heißt, dass einerseits über die Sportveranstaltungen berichtet wird (Printmedien-, Radio- und Fernsehbeiträge), andererseits dass etwa Fußball als Breitensport von spezifischer Werbung begleitet wird. Ein besonders wichtiger Faktor ist auch das Gesundheitswesen. Obwohl Sport einerseits zum gesundheitlichen Wohl beitragen kann, so bringt er andererseits Gefahren mit sich, denen mit einer Vielfalt an speziellen Versicherungen und sportmedizinischen Angeboten entgegen gewirkt wird. In der österreichischen Presse wurde dazu im Mai 2003 eine Studie zitiert, die angab, dass ein Euro an Sportausgaben dem Gesundheitswesen zwei Euro an Einsparungen bringt (vgl. APA, 22.05.2003).

### Die Input-Output Analyse als methodisches Fundament

Zur Messung von volkswirtschaftlichen Effekten bedient man sich häufig der Input-Output Analyse (Miller/Blair 1985; Holub/Schnabl 1994). Empirisches Kernstück dabei sind die Input-Output Tabellen, welche die komplexen Liefer- und Leistungsstrukturen in einem Wirtschaftsraum festhalten. Ein Grundgedanke des Input-Output Modells (I-O Modells) ist die Berücksichtigung der Vorleistungen der Wirtschaftszweige und ihre wechselseitigen Abhängigkeiten. Die Nachfrage nach Gütern eines Produktionszweiges bestimmt nicht nur direkt dessen Produktionsumfang, sondern auch indirekt die Produktion in den vorgelagerten Wirtschaftsbereichen, welche ihrerseits wiederum Produktion induzieren usw. (Richter 1981).

Die später genannten generierten Effekte sind mit der Input-Output Tabelle auf Grundlage der Datenbasis des Jahres 2000, die im März 2004 erschienen ist, berechnet worden und stellen somit die rezentesten Zahlen dar. Für die Ermittlung des hier verwendeten Endnachfragevektors<sup>1</sup> musste auf Zahlen der VGR (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung)<sup>2</sup> und der Konsumerhebung 1999/2000 zurückgegriffen werden, unterlegt mit Daten aus der SourceOECD<sup>3</sup>, den Fachverbänden der Wirtschaftskammer Österreich, dem Rechnungshof sowie diversen Unternehmens-Internetseiten. Aufgrund der Heterogenität des Zahlenmaterials wurden die Daten auf ein einheitliches Preisniveau gebracht. Hierzu musste das Datenmaterial um Handelsspannen und Umsatzsteuer bereinigt werden, um die Produzentenpreise zu erhalten. Die Berechnungen erfolgten auf Basis der Gütertechnologie, d. h. dass jedes Gut, egal in welchem Wirtschaftsbereich es produziert wird, immer die gleiche Inputstruktur aufweist. Es wurden die Input-Output Tabellen der B-Version herangezogen, die eine Aufteilung nach heimischen und importierten Gütern vornimmt. Dies ermöglicht

eine getrennte Betrachtung der Effekte auf die heimische Wirtschaft sowie auf die Importe und erlaubt, Aussagen über die volkswirtschaftlichen Auswirkungen auf Österreich zu treffen.

Mit Hilfe der hier angewandten Methodesollen folgende Effekte quantifiziert werden: *Direkte Effekte* sind die Beiträge der Wirtschaftsbereiche/Unternehmen zur inländischen Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung, die direkt durch die Endnachfrage – in eben diesem Sektor – entstehen. *Indirekte Effekte* spiegeln die gesamtwirtschaftlichen Effekte der Endnachfrage wider, d.h. alle damit verbundenen Lieferungen und Leistungen. Für die Aussagen über die gesamtwirtschaftlichen Effekte des Wirtschaftsfaktors Sport werden drei Parameter herangezogen: 1.) die direkt und indirekt generierte *Produktion*, 2.) die direkt und indirekt generierte *Wertschöpfung* und 3.) die direkt und indirekt generierte *Beschäftigung*. Trotz der vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten der Input-Output Analyse muss berücksichtigt werden, dass es sich dabei um eine statistische Methode handelt. Mit Bedacht darauf müssen auch die Interpretationen erfolgen.

### Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Österreich im Jahr 1998

In der österreichischen Literatur gibt es einige Beispiele, in denen der Wirtschaftsfaktor Sport mit Hilfe der gesamtwirtschaftlichen Input-Output Analyse einer Quantifizierung unterzogen wurde. Diese Beispiele bezogen sich zumeist auf Teilaspekte des Sports. 1999 legte das Industriewissenschaftliche Institut (IWI) eine Studie vor, in der die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Österreich erstmals detailliert untersucht wurde (Clement 1999/2001).

In Deutschland ist man einen etwas anderen Weg gegangen, der schon in einigen Untersuchungen Eingang gefunden hat. Dort wurde das System der gesamtwirtschaftlichen Input-Output Tabellen in der Weise erweitert, dass Wirtschaftssektoren mit – unter anderem – sportbezogenen Gütern und Dienstleistungen zweigeteilt wurden in eben diesen Sportbereich und andere Güter und Dienstleistungen (so genannte Satelliten). Damit konnte ein eigenes Sportmodell erstellt werden, das den Vorteil einer von anderen Einflussgrößen unabhängigen Analyse des Sports bietet. Die Ergebnisse, die in Deutschland mit Hilfe dieser Methode generiert wurden, sind viel versprechend und es würde sich anbieten, dieses Modell auch auf Österreich umzulegen (siehe dazu Meyer/Ahlert 2000).<sup>4</sup>

Die Darstellung der nachfolgenden Effekte stammt aus der erwähnten IWI-Studie. Bei der bis heute (April 2004) einzigen vollständigen Untersuchung des Wirtschaftsfaktors Sport in Österreich wurde zwischen einem *Kernbereich* des Sports und dem *Sporttourismus* unterschieden. Der *Kernbereich* umfasst: Sportartikel – darunter fällt die Herstellung und der Verkauf von Sportgeräten, Fahrrädern, Sportbekleidung und -schuhen; sonstige Kosten der Sportausübung, wie etwa die Benützungsgebühren für Sportanlagen; die Sportausgaben des öffentlichen Sektors; Ausgaben für Sportgroßveranstaltungen; Ausgaben für und von Vereinen und Verbänden; Umsätze der Medien durch Sportveranstaltungen und -werbung sowie die Investitionsnachfrage, d.h. Ausgaben für die Errichtung von Sportanlagen, Gebäuden, Transportmittel etc. Innerhalb dieses Kernbereichs sind die Vereine für den größten Anteil an der Endnachfrage verantwortlich. 20% der Sport treibenden ÖsterreicherInnen gehen dieser Tätigkeit in einem Verein nach – der Anteil liegt damit über jenem der privatwirt-

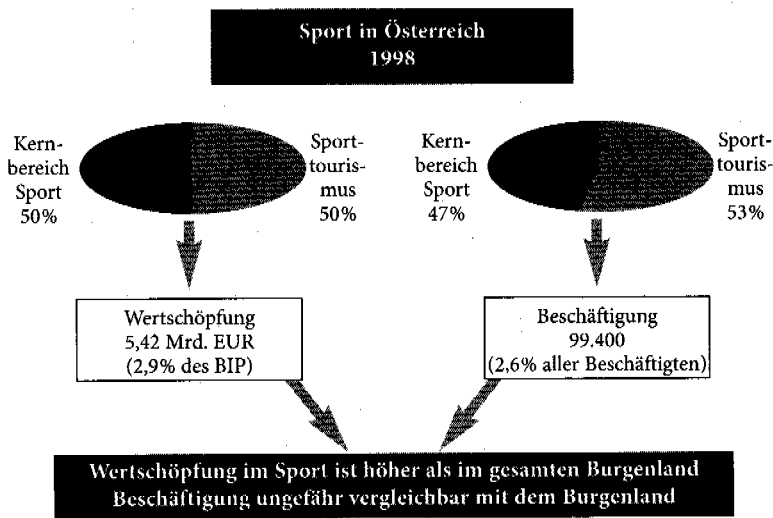
schaftlichen Anbieter. Wieder bezogen auf die Endnachfrage folgt in einer Reihung nach den Vereinen die Sportartikelindustrie; als drittgrößten Posten werden die Ausgaben der öffentlichen Dienste ausgewiesen.

Bei der Quantifizierung der volkswirtschaftlichen Effekte liegt der erste Parameter, die durch den Kernbereich des Sports direkt und indirekt generierte Produktion, bei einem Wert von 3,873 Mrd. EUR, was zu einem Multiplikator von 1,48 führt. Das heißt: Bei Sportausgaben von 1.000 EUR wird eine Produktion direkt und indirekt in der gesamten Wirtschaft in der Höhe von 1.480 EUR generiert. Für die Ökonomie von größerem Interesse sind allerdings die generierten Wertschöpfungs- und Beschäftigungszahlen. Mit einem Anteil von 59% an der Produktion stellt die generierte Wertschöpfung – 2,28 Mrd. EUR – rund 1,4% des Bruttoinlandprodukts (BIP) aus dem Jahr 1998 dar. Durch die hohen Werte schon in der Endnachfrage sind es auch hier die Bereiche Vereine, Sportartikelindustrie und der öffentliche Dienst, welche die höchsten Anteile hervorbringen. Der dritte Parameter – die generierte Beschäftigung – liegt bei einem Wert von rund 45.000 Beschäftigten, wobei davon die indirekt generierten einen Anteil von rund einem Drittel ausmachen. Die indirekt generierten Arbeitsplätze gehen dadurch hervor, dass Vorprodukte und -leistungen direkt und indirekt für diesen Kernbereich entstehen. Diese Beschäftigung führt zu einer konsuminduzierten Wertschöpfung in der Höhe von 377,9 Mio. EUR. Das heißt, die zusätzlichen Einkommensströme, die durch die Beschäftigungseffekte entstehen (also die Löhne und Gehälter der Mitarbeiter, die ihren Arbeitsplatz direkt oder indirekt dem Sport, in welcher Weise auch immer, verdanken), werden für das Sparen und den Konsum aufgewendet. Da im Durchschnitt etwa 7,5% der Einkommen in den Sparstrumpf wandern, wird der Großteil für Konsumgüter und Dienstleistungen verwendet, dabei wird wiederum Wertschöpfung und Beschäftigung generiert – man spricht von konsuminduzierten Effekten.

Der zweite Bereich des Sports, der von großer Bedeutung ist, ist der *Sporttourismus*. Daher wurde er in der IWI-Studie gesondert ausgewiesen. Hierbei sind in- und ausländische SporturlauberInnen erfasst, die im Unterschied zu den Tagesausflüglern ein differenziertes Ausgabenverhalten zeigen. Sie kommen zu etwa 75% im Winter, 10% im Sommer, der Rest entscheidet sich für die Nebensaison. Die gesamtwirtschaftlich generierte Produktion im Ausmaß von 4,19 Mrd. EUR erzielt eine durch den Sport generierte Wertschöpfung von 2,245 Mrd. EUR. Durch die stärkere Vorleistungsverflechtung hat der Sporttourismus eine höhere multiplikative Wirkung als der Kernbereich. Bei 1.000 EUR Ausgaben von SporttouristInnen ist eine zusätzliche Produktion in der Höhe von 1.690 EUR erforderlich. Die rund 51.000 direkt und indirekt allein vom Sporttourismus abhängigen ArbeitnehmerInnen induzieren eine Wertschöpfung durch die Konsumeffekte von etwa 330 Mio. EUR.

Gesamtwirtschaftlich ergibt sich für den Faktor Sport eine durch diesen generierte Wertschöpfung in der Höhe von 5,42 Mrd. EUR (inklusive konsuminduzierte Wertschöpfung), das entspricht 2,9% des Bruttoinlandprodukts. Vergleicht man diesen Wert mit anderen Wirtschaftssektoren bzw. Standorten, ist ersichtlich, dass etwa die gesamte Wertschöpfung im Burgenland unter der Wertschöpfung des Sportbereichs liegt. Ähnlich verhält es sich auch bei den Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt: die durch den Sport generierte Beschäftigung beträgt 99.400 Personen. Das sind 2,6% aller Beschäftigten Österreichs, was erneut in der Dimension der Zahlen des Burgenlandes liegt. In Abbildung 2 sind diese Effekte nochmals zusammengefasst.

Abbildung 2: Gesamtwirtschaftliche Betrachtung 1998



Quelle: IWI

### Gesamtwirtschaftliche Effekte 2002

Die IWI-Studie mit der Datenbasis 1998 liefert zwar auch einen Ansatzpunkt für jetzige Aussagen, doch kann sie dem Anspruch der Aktualität nicht mehr genügen. Aus diesem Grund arbeiten einige WissenschaftlerInnen schon seit 2003 am Follow-up der Studie. Aufgrund der schon zuvor beschriebenen Datenfülle liegen noch keine gesamtwirtschaftlichen Ergebnisse vor, jedoch werden in den nachfolgenden Abschnitten partielle Resultate geliefert und damit Einblick in aktuelle Tendenzen gewährt. Diese Betrachtung beschreibt die gesamtwirtschaftlichen Effekte der Teilbereiche Skilifte und Seilbahnen, Fahrräder und Sportgeräte im Jahr 2002.

### Skilifte und Seilbahnen

In Österreich konnten in der Wintersaison 2001/02 laut Statistik Austria 259 Betreiber von Skiliften und Seilbahnen vermerkt werden, wobei Tirol mit 37%, gefolgt von Salzburg mit 19% die höchsten Dichten aufweisen. Dieser Teilbereich des Sports wird laut ÖNACE-Wirtschaftssystematik<sup>5</sup> dem »Sektor 60 – Landverkehrs- u. Transportleistungen in Rohrfernleitungen« zugeordnet. Die Seilbahnen- und Skilifte-Branche bietet im Winter 2.400 Lifтанlagen an, die eine Pistenfläche von etwa 22.000 Hektar erschließen (38% davon werden künstlich beschneit). Weiters werden Skihütten und Langlaufloipen angeboten. Im Sommer werden beinahe 21.000 Kilometer Wanderwege und 12.000 Kilometer Mountainbikestrecken zur Verfügung gestellt, ebenso sind 700 Lifтанlagen im Einsatz. Von 1994 bis 2002 wuchs der Sektor der Bahnen und Lifte um mehr als 36% auf ein Umsatzvolumen von 1,035 Mrd. EUR. Maßgebend für diese hohe Wachstumsrate war vor allem die Saison 2001/2002 – der Grund hierfür kann in der Flugangst nach dem 11. September und dem dadurch gestiegenen Konsum an inländischen Wintersportangeboten gesehen werden. Beachtlich ist auch die Höhe

der Investitionen, die in dem Vergleichszeitraum 1994 bis 2002 eine Wachstumsrate von 64% aufweisen und damit einen Anteil von etwa 54% des Umsatzes darstellen. Die Investitionen wurden vor allem für den Ersatz und den Neubau von Bahnen, für Beschneigungsanlagen sowie die Gastronomie aufgewendet.

Um jedoch die gesamtwirtschaftlichen Effekte dieser Branche quantifizieren zu können, werden wieder die zuvor erwähnten Parameter – Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung – berücksichtigt: Die durch die Endnachfrage der Seilbahnen und Skilifte (nur durch Tagesausflügler!) generierte Produktion beträgt 914,51 Mio. EUR. Das heißt, damit diese Branche die Nachfrage nach ihrer Leistung decken kann, produziert sie und andere Wirtschaftsbereiche Güter und Dienstleistungen in eben dieser Höhe. Der gesamtwirtschaftliche Multiplikator der direkt und indirekt generierten Produktion liegt bei 1,47. Wenn Dienstleistungen in der Höhe von einer Million EUR in Anspruch genommen werden, kann eine gesamtwirtschaftliche Produktion von 1,47 Mio. EUR erwirtschaftet werden. Noch interessanter als die generierte Produktion ist die generierte Wertschöpfung. Sie kann bei Seilbahnen und Skiliften mit mehr als 520 Mio. EUR angegeben werden.

**Tabelle 1: Generierte Wertschöpfung durch Seilbahnen und Skilifte** (Werte in Tsd. EUR)

ÖNACE – Abteilung	generierte Wertschöpfung
74 – Unternehmensbezogene Dienstleistungen	16.016
50 – Handelsleistungen m. Kfz, Rep. v. Kfz; Tankstellenleistungen	13.812
71 – Dienstleistung der Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal	10.190

Quelle: eigene Berechnungen

In Tabelle 1 sind jene drei Wirtschaftsakteure aufgelistet, die den größten »Vorteil« durch die Tätigkeit der Seilbahnen und Skilifte ziehen. Es handelt sich dabei um jene Wirtschaftssektoren, die einerseits Vorprodukte und/oder -dienstleistungen erbringen, die zur Aufrechterhaltung der Tätigkeit der Seilbahnen und Skilifte notwendig sind oder aber eine gewisse Abhängigkeit vom betrachteten Sektor aufweisen. Dies ist etwa bemerkbar beim »Sektor 71: Dienstleistung (DL) der Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal«, der den dritthöchsten generierten Wertschöpfungseffekt aufweist. In dieser ÖNACE-Abteilung ist auch der Sportgeräte-Verleih inbegriffen, etwa der Skiverleih, dessen Betrieb ja nur möglich ist, wenn die zur Verfügung gestellte Infrastruktur der Skilifte gegeben ist. Der hohe Wert der generierten Wertschöpfung bei »Sektor 74 – Unternehmensbezogene Dienstleistungen« liegt daran, dass der Sektor auch den Bereich des Marketing umfasst und dieser Bereich durch die immer stärker werdende Kundenorientierung einen fünfprozentigen Anteil an Marketingbeschäftigten aufweist. Viele Seilbahnen und Skilifte werden mit Treibstoff betrieben, weiters weisen die Planiergeräte einen hohen Treibstoffverbrauch auf, ebenso benötigen die Urlauber Benzin, um an ihr Ziel zu kommen. Damit lässt sich die hohe direkt und indirekt generierte Wertschöpfung im »Sektor 50 – Handelsleistungen mit Kfz, Rep. v. Kfz und Tankstellenleistung« erklären.

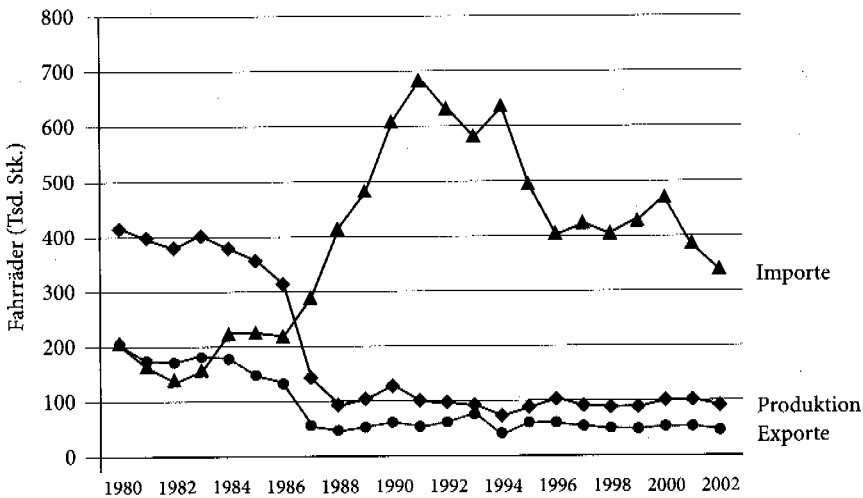
Der dritte Parameter, der den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang repräsentiert, ist die generierte Beschäftigung. Hier weisen die durch die Skilifte und Seilbahnen direkt und indirekt betroffenen Unternehmen eine Zahl von mehr als 11.600

Personen auf. Rund 80% der Beschäftigten fallen in die ÖNACE-»Abteilung 60 – Skilift- und Seilbahngesellschaften«, etwa 20% in jene Wirtschaftsbereiche, die direkt oder indirekt die Skilifte und Seilbahnen beliefern. Jene Wirtschaftssektoren, die durch den Betrieb der Skilifte und Seilbahnen die höchsten indirekten Mitarbeiterzahlen generieren, sind wieder die ÖNACE-Abteilungen 74 und 50 sowie die Bau-branchen, die zusammen einen Mitarbeiterstand von rund 900 aufweisen. Somit halten diese drei Wirtschaftsbereiche knapp 40% der indirekten Beschäftigung, der Rest verteilt sich über alle anderen ÖNACE-Abteilungen. Wie schon in diesem Abschnitt erwähnt, weist der Sektor ein beachtliches Investitionsvolumen auf, der Großteil hierfür findet in Bauvorhaben seine Verwendung.

### Fahrradindustrie

War das Fahrrad früher vor allem ein Transportmittel, so findet es heute seinen primären Verwendungszweck als Instrument zur sportlichen Ertüchtigung. Die immer größer werdende Liebe der Österreicher zu ihrem Rad lässt sich statistisch gut wiedergeben. Waren es 1974 noch 53%, die einen Drahtesel ihr Eigen nannten, so steigerte sich diese Zahl bis 1974 auf 63% und erreichte 1999/2000 einen Wert von 72% (Statistik Austria 1999/2000). Dieser Boom wirkte sich jedoch nicht zur Gänze auf die heimische Fahrradindustrie aus, denn die Nachfrage wurde größtenteils – vor allem ab Mitte der 1980er Jahre – durch Importe und immer weniger durch die heimische Produktion abgedeckt.

Abbildung 3: Entwicklung der heimischen Fahrradindustrie



Quelle: Statistik Austria, eigene Darstellung

Aus Abbildung 3 ist die Vorliebe zum Kauf importierter Fahrräder klar ersichtlich. Die österreichischen Produzenten (Marktführer KTM, weiters Simplon und Katarga) sind dem höherpreisigen Segment zuzuordnen. Die Werte der drei Parameter, welche die gesamtwirtschaftlichen Effekte quantifizieren, lauten für die Fahrradindustrie folgendermaßen: Die durch die Fahrradindustrie direkt und indirekt generierte Pro-

duktion liegt bei fast 75 Mio. EUR, damit kann eine Wertschöpfung von beinahe 30 Mio. EUR induziert werden. Jene Wirtschaftssektoren, die besonders von der Fahrradindustrie profitieren, sind die ÖNACE-Abteilungen »74 – Unternehmensbezogene Dienstleistungen«, »51 – Handelsvermittlungs- und Großhandelsleistungen« sowie »29 – Maschinen«. Diese drei Branchen erwirtschaften nur durch die Bereitstellung der Vorprodukte und Dienstleistungen für die Fahrradindustrie insgesamt beinahe 8,5 Mio. EUR. Über alle Wirtschaftssektoren sind direkt und indirekt etwa 420 ArbeitnehmerInnen für die Fahrradindustrie tätig. Man sieht, dass die Effekte dieses Sektors relativ gering sind.

### Sportgeräte

Ein Bereich, der durch die Fitnesswelle der letzten Jahre besonders profitiert hat, ist der Sportgeräte-Sektor. Dieser umfasst: Geräte und Ausrüstungen für Turnhallen, Fitnessstudios; die Herstellung von Skiern und Skiausrüstungen; die Herstellung von Bällen, Schlägern, Sporthandschuhen, Rollerblades und ähnlichem (vgl. Weber u. a. 1995, 80ff.). Vor allem ein Blick auf die Skiindustrie in Österreich scheint interessant, da die Weltmarktführerschaft fest in heimischer Hand ist. Die drei österreichischen Produzenten Atomic, Fischer und Head halten zusammen einen Weltmarktanteil von 33% und liefern sich mit den beiden französischen Produzenten Rossignol und Salomon einen erbitterten Wettkampf. Der Hauptteil der Produktion bleibt in Europa, 20% der Exporte gehen in die USA. Der vormals wichtigste Exportmarkt für Österreichs Skiindustrie – Japan – hält nur mehr bei einem Anteil von 12%, da dieses Land, im Endeffekt genauso wie Österreich, von asiatischen Billiganbietern umworben wird.

Obwohl die heimische Skiproduktion von 2001 auf 2002 um etwa 6% auf 2,8 Mio. Paar Ski abnahm, verdoppelte sich die Produktion des gesamten Sportgerätesektors im Zeitraum von 1998 bis 2002. Gründe sind vor allem im anhaltenden Fitnessboom zu sehen. In Österreich gibt es derzeit 778 Fitnesscenter. Diese Impulse bleiben auch gesamtwirtschaftlich nicht ohne Auswirkung. So beträgt die durch die Sportgeräte direkt und indirekt generierte Produktion 1,13 Mrd. EUR. Der Produktionsmultiplikator liegt bei 1,52, d. h. dass bei 1.000 EUR Ausgaben für Sportgeräte, über die ganze Wirtschaft eine Produktion von 1.520 EUR induziert wird. 525,5 Mio. EUR kann diese Branche an Wertschöpfung generieren.

**Tabelle 2: Indirekte Wertschöpfung durch die Sportgeräteindustrie (in Tsd. EUR)**

ÖNACE - Abteilung	generierte Wertschöpfung
20 – Holz sowie Holz-, Kork- u. Flechtwaren	29.120
74 – Unternehmensbezogene Dienstleistungen	21.770
51 – Handelsvermittlungs- u. Großhandelsleistung	21.270

Quelle: eigene Berechnungen

In Tabelle 2 sind wieder die drei größten Profiteure der Tätigkeit der Sportgerätebranche aufgelistet. Mit 29,12 Mio. EUR liegt die Holzindustrie in dieser Reihung an erster Stelle. Der Grund ist darin zu sehen, dass Holz in sehr vielen Sportgeräten, vor allem aber den Skiern, mitverarbeitet wird. Die Bedeutung der Unternehmens-



bezogenen Dienstleistungen ist, wie etwa schon bei den Seilbahnen und Skiliften, in der Marketingtätigkeit zu suchen. Sowohl beim inländischen Konsum als auch den Exporten ist bei den Sportgeräten eine Handelsleistung notwendig, da die Kunden hier besonderen Wert auf Beratung legen.

Beinahe 11.600 Arbeitnehmer in Österreich sind direkt und indirekt für die Produktion der Sportgeräteindustrie tätig. Die höchsten indirekten Beschäftigungszahlen weisen die drei schon bei der Wertschöpfung genannten Sektoren mit einem Anteil von 43% an den indirekt induzierten Beschäftigten auf – das entspricht etwa 1.500 Arbeitnehmern. Die restlichen Mitarbeiter verteilen sich wieder über die gesamte Wirtschaft.

### Vergleich zwischen 1998 und 2002

Zwischen den Zahlen der schon vorliegenden partiellen Ergebnisse des Jahres 2002 und jenen der IWI-Studie mit den Daten aus 1998 kann zumindest ein rudimentärer Vergleich gezogen werden.<sup>6</sup> In Kombination mit den zu laufenden Preisen erstellten Input-Output Tabellen ergibt sich eine Situation, in der eine exakte Gegenüberstellung nur schwer vorgenommen werden kann. Daher gilt es, aus diesen Aussagen nur allgemeine Trends heraus zu lesen.

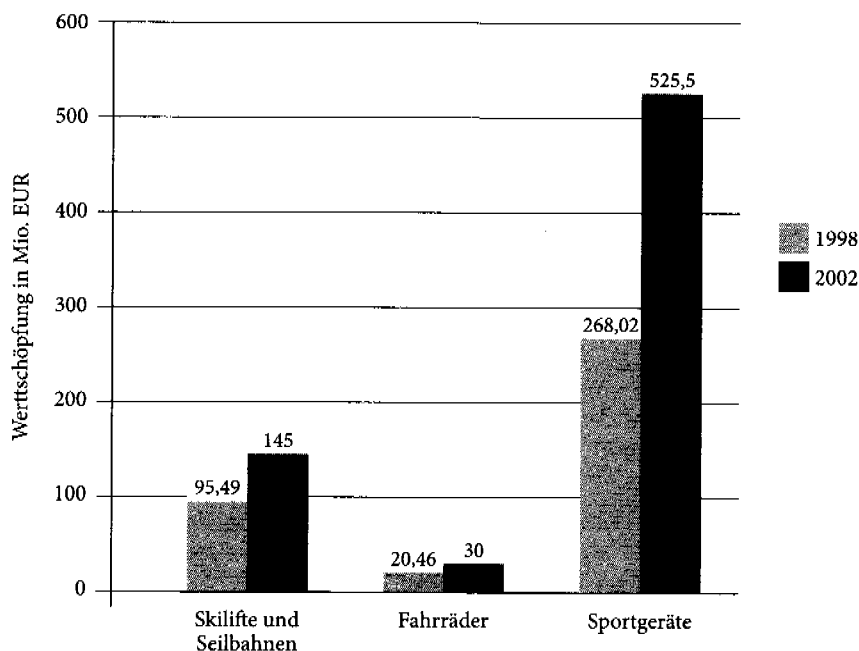
**Tabelle 3: Vergleich 1998 und 2002 (direkt und indirekt generierte Wertschöpfung)**

Sektoren	Wertschöpfung (Mio. EUR)	
	1998	2002
Skilifte und Seilbahnen	95,49	145,0
Fahrräder	20,46	30,0
Sportgeräte	268,02	525,5

Quelle: IWI, eigene Berechnungen

Wie aus Tabelle 3 ersichtlich wird, steigt die Wertschöpfung in allen Sektoren für diesen Zeitraum. Die höchste Steigerung ist bei den Sportgeräten bemerkbar. Bei der Endnachfrage der Skilifte und Seilbahnen ist anzumerken, dass im Vergleichszeitraum einerseits die Umsätze dieses Sektors um etwa 29% gestiegen sind, andererseits auch eine Strukturänderung durch einen starken Anstieg der Tagesausflügler zu beobachten war. Die in der Tabelle angeführte generierte Wertschöpfung der Seilbahnen und Skilifte wurde mit den Umsätzen von 2002 und der Struktur von 1998 ermittelt, um keine Verzerrung durch diesen Strukturwandel in die Berechnungen mit einfließen zu lassen.

Diese partiellen Ergebnisse aus dem laufenden IWI-Projekt lassen auf signifikante Änderungen schließen und die steigende wirtschaftliche Bedeutung des Sports erkennen. Die endgültigen Zahlen versprechen also interessant zu werden, denn die generierten Werte aus der IWI-Studie des Jahres 1999 zeigten damals nur einen Trend auf, der sich in den seither vergangenen Jahren offenbar deutlich verstärkt hat.

**Abbildung 4: Entwicklung der Wertschöpfung 1995-2000**

Quelle: IWI, eigene Berechnungen

## Literatur

- Clement, Werner u. a. (1999/2001) Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Österreich, Wien.
- Erle, Petra (1989) Sport als ökonomische Dimension der Industriegesellschaft, Wien.
- Heinemann, Klaus (1995) Einführung in die Ökonomie des Sports, Schorndorf.
- Holub, Hans-Werner/Hermann Schnabl (1994) Input-Output-Rechnung: Input-Output Analyse, München.
- Meyer, Bernd/Gerd Ahlert (2000) Die ökonomischen Perspektiven des Sports, Köln.
- Miller, Ronald E./Peter D. Blair (1985) Input Output Analysis, Englewood Cliffs.
- Richter, Josef (1981) Strukturen und Interdependenzen der österreichischen Wirtschaft, Wien.
- Rütter, Heinz (2002) Die Methodik – neue Wege zur Erhebung und Auswertung, Dokumente zum Mini-Symposium »Volkswirtschaftliche Bedeutung von sportlichen Großanlässen« vom 25. 11. 2002: [http://www.sportevent-scorecard.ch/pdf/m02\\_methodik.pdf](http://www.sportevent-scorecard.ch/pdf/m02_methodik.pdf), download am 16. 4 2004.
- Soltész, Stefan (2002) Trendsportarten, Hamburg.
- Statistik Austria (1999/2000) Konsumerhebung, Wien.
- Statistik Austria (2000 – 2004) Statistische Jahrbücher, Wien.
- Statistik Austria (2001) Leistungs- u. Strukturhebung, Wien.
- Statistik Austria (2000/2004) Input-Output Tabelle, Wien.
- Weber, Wolfgang/Claudia Schnieder/Norbert Kortlüke/Birgit Horak (1995) Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports, Köln.

## Quellen im Internet

<http://wko.at/bshandel/handelaktuell/handelaktwk.htm>  
<http://www.wko.at/fahrzeuge>  
<http://www.derstandard.at>  
<http://www.diepresse.at>  
<http://www.die-wirtschaft.at>  
<http://www.holzindustrie.at>  
<http://www.seilbahnen.at>  
<http://www.sportartikelhandel.at>

## Anmerkungen

- 1 Die Endnachfragematrix stellt die volkswirtschaftliche Zusammensetzung der Gesamtnachfrage in einer Volkswirtschaft dar und umfasst die Konsumausgaben (differenziert nach Privatpersonen, dem Staat und Privaten Organisationen ohne Erwerbszweck), Investitionen, Lagerveränderungen und Exporte.
- 2 VGR aus den Statistischen Jahrbüchern 2000 – 2004.
- 3 Diese Informationsquelle wird von der OECD betrieben und bietet neben Büchern vor allem auch den Zugang zu einer Datenbank, in der statistische Daten für Extrakte zur Verfügung gestellt werden.
- 4 Mikuláš Luptáčík, Leiter des Instituts für Quantitative Volkswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien und wissenschaftlicher Leiter des Industriewissenschaftlichen Instituts, hat das Verfahren in einem Vortrag für den österreichischen Bundesfachrat in der Ramsau im März 2004 präsentiert.
- 5 Die ÖNACE 2003 ist eine Wirtschaftstätigkeitenklassifikation basierend auf der europäischen Version der NACE Rev. 1.1, die seit 1. Jänner 2003 lt. Europäischer Kommission für alle EU-Länder verpflichtend Anwendung finden muss.
- 6 Die Input-Output Tabelle von 1990 stellt eine Urform der jetzigen Tabelle dar. Damals wurde von Statistik Austria für die Erstellung allerdings ein anderes Berechnungsschema angewandt. Die erhobenen Daten wurden mit Hilfe eines neuen Berechnungsschemas für die Erstellung der Tabellen verarbeitet; seit den Tabellen des Jahres 1995 wird auf ein einheitliches – von der EU vorgegebenes – Berechnungsschema zurückgegriffen. Diese Berechnungsschemata divergieren in wenigen Punkten.