

REGIONALÖKONOMISCHE EFFEKTE ROT-WEISS ESSEN



SLC Management GmbH
Research & Consulting Services

VORSTAND ROT-WEISS ESSEN

„Über 11.000 Vereinsmitglieder machen Rot-Weiss Essen zum größten Sportverein der Stadt, durchschnittlich 16.500 Zuschauer verbindet im Stadion an der Hafenstraße Spieltag für Spieltag die Begeisterung zum Sport. Rot-Weisse – ob Fan oder Fußballer, Verantwortlicher oder Mitarbeiter – haben sich harter Arbeit auf und dem Blick über den Fußballplatz hinaus verschrieben: RWE fördert in elf Stammprojekten Bildung sowie Teilhabe schwerpunktmäßig im eher strukturschwachen Norden der Stadt. Die Strahlkraft des nunmehr 117 Jahre beständigen Mythos Rot-Weiss Essen wirkt in die Ruhrmetropole Essen hinein und über ihre Stadtgrenzen hinaus. Wir wollten wissen, ob sich diese Strahlkraft und die Wirkung von Rot-Weiss Essen auf die Stadt(-gesellschaft) messen lässt und falls ja, in welcher Höhe sie sich bewegt. Jeder Einwohner und jede Einwohnerin der Stadt hat ein Gefühl dafür, wie tief die Verwurzelung von RWE in und mit der Stadt Essen ist. Wir wollten diesem Gefühl auch in Zahlen Ausdruck verleihen.

Wir freuen uns, dass wir mit Prof. Dr. Madeja und seinem Team von SLC Management renommierte Experten gewinnen konnten, um die regionalökonomischen Effekte, die von unserem Verein auf die Stadt wirken, zu ermitteln und zu quantifizieren.

Die Analysen, die auf Basis der Saison 2022/23 erstellt wurden und deren Ergebnisse auf den folgenden Seiten detaillierter dargelegt werden, ergeben, dass Rot-Weiss Essen aktuell bereits jährliche regionalökonomische Effekte für die Stadt Essen in Höhe von 48 Mio. Euro generiert. Dieser beeindruckende Wert belegt, dass neben der emotionalen Kraft und der sozialgesellschaftlichen Funktion als Bindeglied und Integrationsplatz für sportbegeisterte Menschen aus allen Teilen unserer Stadt, der Verein ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in und für die Stadt Essen darstellt.

Mit Blick in die Zukunft sind wir überzeugt, dass das Potenzial von Rot-Weiss Essen – emotional und wirtschaftlich – noch lange nicht ausgeschöpft ist. Vielmehr gehen wir davon aus, dass ein Anhalten der positiven Entwicklung im sportlichen, wie auch im infrastrukturellen Bereich eine weitere Erhöhung der ökonomischen Effekte für die Stadt Essen nach sich ziehen wird.“



Marcus Uhlig
Vorstandsvorsitzender



Sascha Peljhan
Vorstand



Alexander Rang
Vorstand

PROF. DR. MADEJA, SLC MANAGEMENT

„Die Ermittlung der regionalökonomischen Effekte, die der Verein Rot-Weiss Essen für die Stadt Essen erbringt, erfolgte auf Basis der Saison 2022/23, also der ersten Saison nach dem Aufstieg in die 3. Liga. Die ermittelten ökonomischen Daten zeigen sehr deutlich, welche wirtschaftliche und damit gesellschaftliche Bedeutung Rot-Weiss Essen für die Stadt Essen und für die Menschen in und um Essen besitzt. Rot-Weiss Essen ist ein Wirtschaftsfaktor, von dem die Stadt und das nähere Umfeld in vielerlei Dimension profitieren. Und es ist ein Wirtschaftsfaktor mit Potenzial für eine weitere deutliche Steigerung der von ihm ausgehenden regionalökonomischen Effekte. Unsere ergänzende Projektion auf die zu erwartenden Steigerungen hinsichtlich der regionalökonomischen Effekte nach einem möglichen Stadionausbau weist einen beachtlichen einmaligen, sowie jährlichen monetären Zusatzeffekt für die Stadt Essen aus.“

Prof. Dr. Alfons Madeja
SLC Management

48 MIO. €

Die vorliegende Untersuchung dient der Feststellung der regionalökonomischen Effekte von Rot-Weiss Essen für die Stadt Essen und die Region. Große Fußballvereine, sowohl im Amateur- als auch im Profibereich haben weitreichende Wirkungen für die Stadt und den Standort um den Verein.

Insgesamt generierte Rot-Weiss Essen in ihrer ersten Drittliga Saison regionalökonomische Effekte für die Stadt Essen in Höhe von 48 Millionen Euro. Dieser Wert resultiert jedoch lediglich aus den Effekten, die erfasst und belegt werden konnten. Die dargestellten Effekte sind unstrittig, die Genauigkeit der Berechnungen nach vorliegenden Fakten und nach bestem Wissen ermittelt. Dies bedeutet jedoch im Umkehrschluss, dass überall dort, wo keine klar messbaren Tatbestände gegeben waren, keine Werte angesetzt wurden, obwohl dort teilweise nicht unerhebliche Effekte bestehen. Daraus resultierend wurden Effekte in Höhe von mehreren Millionen Euro nicht erfasst. Hier denken wir vor allem an die Bekanntheits-, Werbe- und Image-Effekte sowie sozioökonomische Effekte, die von Rot-Weiss Essen ausgehen und nicht vollständig quantifizierbar sind. Die vollen regionalökonomischen Effekte kann der Verein dann entfalten, wenn sich Rot-Weiss Essen im oberen Drittel der Tabelle etabliert. Zudem würde der regionalökonomische Mehrwert für die Stadt Essen und die Region bei einem Aufstieg in die 2. Bundesliga und bei einem möglichen Stadionausbau deutlich ansteigen. Ausschlaggebende Effekte wären hier die häufigeren Fernsehübertragungen, zunehmende Besucherzahlen und die zusätzlichen Vermarktungsmöglichkeiten.

Zusammensetzung regionalökonomischer Effekte Rot-Weiss Essen

Regionalökonomische Effekte	Werte (p.a.)	Anteil
Beschäftigungs-Effekt	6,737 Mio. €	14,1 %
Gastronomie-Effekt	12,062 Mio. €	25,2 %
Hotellerie-Effekt	2,156 Mio. €	4,5 %
Umsatz-Effekt	9,994 Mio. €	20,9 %
Investitions-Effekt	1,664 Mio. €	3,5 %
CSR-Struktur-Effekt	0,281 Mio. €	0,6 %
Bekanntheits- und Image-Effekt	14,869 Mio. €	31,0 %
Steuer-Effekt	0,152 Mio. €	0,3 %
Summe Effekte	47,914 Mio. €	

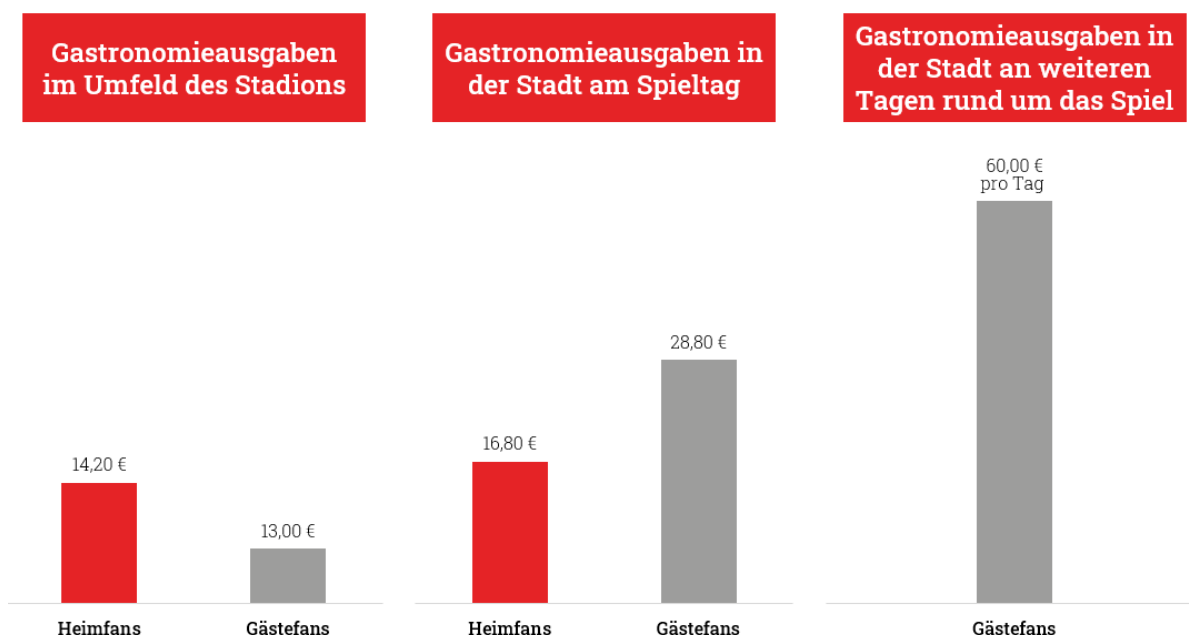
BESCHÄFTIGUNGS-EFFEKT (6,737 MID. €)

Der Beschäftigungs-Effekt resultiert aus der Ermittlung der direkten und indirekten Beschäftigungen durch den Verein. Einbezogen werden die direkten Arbeitsplätze aus dem kaufmännischen und sportlichen Bereich sowie dem Bereich der Jugend. Die indirekten Beschäftigungen schließen Arbeitsplätze aus den vier Kernbereichen Stadion, Catering/Hospitality, Facility und Sonstiges zusammen.

Das System Profifußball hat in den letzten Jahren immens an Stellenwert hinzugewonnen. Der Einfluss auf die Gesamtwirtschaft wächst dementsprechend signifikant weiter an. In den letzten Jahren hat der Lizenzfußball rund 40.000 neue Vollzeitbeschäftigungen allein in Deutschland geschaffen. Neben den Vollzeitbeschäftigten leistet der Lizenzfußball ebenfalls einen außerordentlichen Beitrag zu den gesellschaftlich wichtigen Teilzeitstellen. Insgesamt summieren sich die Arbeitsstellen, inklusive der anteilig hohen Zahl an Teilzeitstellen, auf über 185.000 Personen. Rot-Weiss Essen leistet in der Drittliga-Saison 2022/2023 mit seinen 256 direkten und über 600 indirekten Arbeitsplätzen ebenfalls seinen Beitrag.

GASTRONOMIE-EFFEKT (12,062 MID. €)

Der Gastronomie-Effekt beschreibt die Mehreinnahmen gastronomischer Einrichtungen durch Aktivitäten von Unternehmen, bzw. Vereinen. Gerade im Sport ist ein Event für die Mehrheit der Besucher nicht ohne gastronomische Versorgung vorstellbar. Dabei beginnt der Konsum für viele bereits im Vorfeld des eigentlichen Spielbesuchs im Umfeld der Veranstaltungsstätte, zieht sich über die gesamte Veranstaltung hinweg und dauert häufig noch bis nach Ende des Events (z.B. in der innerstädtischen Gastronomie) an.

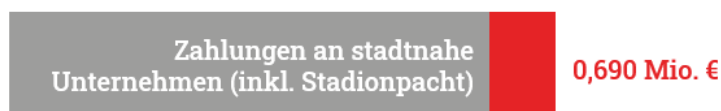


HOTELLERIE-EFFEKT (2,156 MIO. €)

Der Hotellerie-Effekt beschreibt den Umsatz, der direkt oder indirekt durch Rot-Weiss Essen und dessen Umfeld im Bereich Hotellerie (Beherbergungsgewerbe) erzeugt oder verursacht wird. Dabei sind die Hotellerie-Effekte Bestandteil der gesamten touristischen Effekte (insb. bestehend aus Effekten in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Einzelhandel und Transport), die durch einen Club im Profispielbetrieb verursacht werden. Ein Beispiel: Rot-Weiss Essen hat im Schnitt circa 800 Auswärtsfans, von denen gemäß aktueller Studie des Institute of Panel & Public Opinion knapp 26% übernachten. Die Anzahl der Übernachtungen wird in der Realität jedoch weitaus höher ausfallen, da viele Heimfans nicht direkt aus Essen kommen und von weiter her anreisen. Ein wichtiger Bestandteil des Hotellerie-Effektes ist der »Wiederholungsbesuch«, den 42,5% der Gästefans z.B. mit ihrer Familie planen.

UMSATZ-EFFEKT (9,994 MIO. €)

Bei den Umsatz-Effekten kann in direkte und indirekte Umsätze unterschieden werden. So entstehen direkte Umsätze aus Aufträgen, die von Rot-Weiss Essen erteilt werden. Indirekte Umsätze resultieren zwar nicht aus einer direkten Beauftragung durch den Verein, entstehen aber aufgrund seiner Aktivitäten. Die Umsatz-Effekte sind ein wichtiger Bestandteil der regionalen Wertschöpfung, die durch die wirtschaftliche Betätigung von Rot-Weiss Essen entstehen.



INVESTITIONS-EFFEKT (1,664 MIO. €)

Rot-Weiss Essen tätigt pro Jahr Investitionen in den unterschiedlichsten Bereichen sowie in unterschiedlicher Höhe. Die Investitionen des Vereins kommen dabei der Region nicht nur wirtschaftlich, sondern auch gesellschaftlich zugute. Neben den wirtschaftlichen Vorteilen für regionale Unternehmen (Aufträge für regionale Unternehmen, Schaffung von Arbeitsplätzen) sind die Investitionen in gesellschaftliche Bereiche besonders herauszustellen. Dabei übernimmt Rot-Weiss Essen u.a. im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) eigenverantwortlich die Rolle öffentlicher Funktionen und Aufgaben und nimmt daher eine besondere gesellschaftlich-ökonomische Stellung ein. Der Investitions-Effekt beziffert lediglich den monetären Wert der Investitionen, ohne den wirklichen/realen Wert, beispielsweise den Wert gesellschaftlicher Verantwortung, zu bemessen.

CSR-STRUKTUR-EFFEKT (0,281 MIO. €)

Unter CSR versteht man die Verantwortung von Unternehmen, Institutionen oder auch Vereinen für die Gesellschaft. Der Bereich umfasst soziale, ökologische und ökonomische Aspekte. CSR ist dabei viel mehr als die Erbringung von positiven gesellschaftlichen Beiträgen, sondern impliziert auch die Reduzierung negativer Effekte. Die zunehmende gesellschaftliche Nachfrage nach CSR und die steigende Relevanz für Vereine sind auf Veränderungen von Rahmenbedingungen in der Gesellschaft und der unternehmerischen Wertschöpfung zurückzuführen. CSR-Effekte sind i.d.R. (mit Ausnahme der damit verbundenen Ausgaben) nicht monetär messbar und werden im Beziehungsgeflecht des Vereins mit den Stakeholdern der Stadt/Region in Form von soft facts erfasst.

Rot-Weiss Essen investiert jährlich circa 280 T-Euro in öffentliche CSR-Angelegenheiten. Durch die Übernahme öffentlicher und gesellschaftlicher Aufgaben von Rot-Weiss Essen und seiner Sozialinitiative Essener Chancen e.V. entlasten oder unterstützen diese CSR-Maßnahmen den Haushalt der Stadt Essen, respektive der Region und damit die öffentlichen Ausgaben. Neben dem monetären Gegenwert der CSR-Leistungen von Rot-Weiss Essen ist der reelle Mehrwert der Projekte kaum zu beziffern. Vielmehr steht die soziale Verantwortung von Rot-Weiss Essen und ihrer Mitglieder im Mittelpunkt.

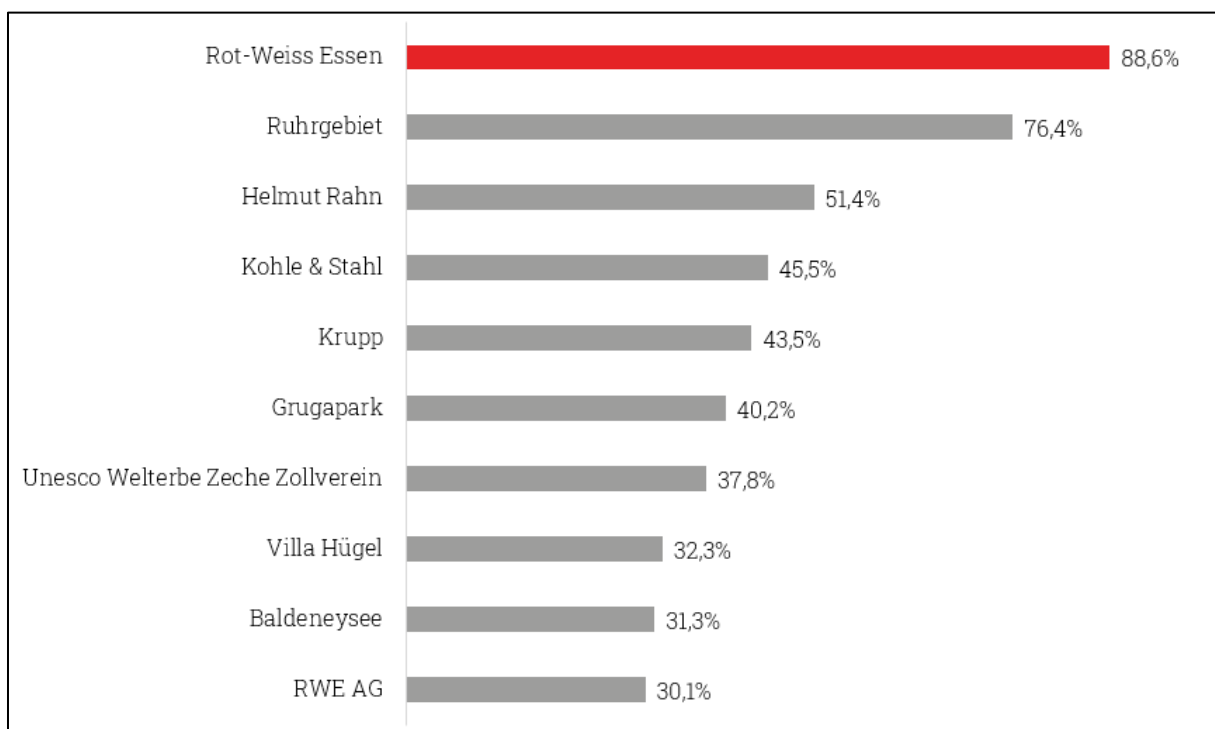
BEKANNTHEITS- UND IMAGE-EFFEKT (14,869 MIO. €)

Der Bekanntheits- und Image-Effekt beziffert den Wert, welchen die Stadt ohne Rot-Weiss Essen für Werbekosten (für gleichwertige Werbemaßnahmen) bezahlen müsste. Die Berechnung erfolgt über den Alternativkostenansatz.

Bedeutung des Bekanntheits- und Image-Effekts:

- Fußballvereine erhöhen durch ihre mediale Präsenz die Bekanntheit einer Stadt.
- Mediale Aufmerksamkeit ist auch abhängig vom Erfolg des Vereins. Von daher ist es auch im Interesse der Stadt, einen erfolgreichen Verein vor Ort zu haben.
- Vereine machen »kostenlos« Werbung für die Bekanntheit der Stadt.
- Vereine können als Vorreiter und »image builder« dienen, beispielsweise durch ihr Engagement im Bereich CSR.
- Die Positionierung von Vereinen kann als Abbild für die Positionierung der Stadt gesehen werden.

Zur Ermittlung des Bekanntheits- und Image-Effektes wurde im Rahmen einer Untersuchung des Institute of Panel & Public Opinion u.a. deutschlandweit abgefragt, was Menschen mit der Stadt Essen verbinden. Die nachfolgende Grafik zeigt die Top 10-Nennungen (Mehrfachnennungen waren möglich):



STEUER-EFFEKT (0,152 MIO. €)

Die öffentliche Hand und damit in Teilen auch die Stadt Essen profitiert zusätzlich zu den bereits ausführlich analysierten und beschriebenen Effekten auch durch die im »Ökosystem Profifußball« entstehenden kommunalen und nationalen Steuerzahlungen. Je nach Art der Steuer fließt ein entsprechender Anteil der Kommune zu und trägt zur Finanzierung/Deckung des Haushalts bei. Die im Rahmen dieses Gutachtens zugrunde gelegten Werte führen bei den beiden mit Abstand wichtigsten Steuerarten (Einkommenssteuer und Umsatzsteuer) unter Berücksichtigung des jeweiligen Gemeindeanteils zu den dargestellten Effekten.

EXKURS STADIONAUSBAU

Die aktuell vorliegenden Ausbaupläne für das Stadion an der Hafenstraße würden die oben dargestellten regionalökonomischen Effekte von Rot-Weiss Essen auf die Stadt und Region Essen nochmals deutlich erhöhen. Die Erhöhung des Effekts lässt sich in zwei Effekte aufteilen.

- Einen Einmaleffekt, der durch den Umbau des Stadions mit Kosten in Höhe von rund 22 Millionen Euro zustande kommt.
- Einen permanenten, nachhaltigen Effekt, bedingt durch die größere Kapazität des Stadions und damit auch einer möglichen höheren Besucherzahl, die dann auch für höhere Folgeumsätze im Stadionumfeld sowie der Stadt sorgen.



EINMALIGER EFFEKT (18,490 MIO. €)

Ein Teil dieses Effektes ist zurückzuführen auf die einmalig getätigte Investition in Höhe von schätzungsweise 22 Millionen Euro. Zusätzlich dazu wird von einem Multiplikatoreffekt (Faktor 1,46) ausgegangen, den der Stadionausbau mit sich bringt. Das bedeutet, dass noch einmal Umsätze in Höhe von 46% der Investitionssumme nur dadurch entstehen, dass die ursprünglichen 22 Millionen für das Stadion an Bauunternehmen weitergegeben wurde, die ihrerseits wieder investieren. Insgesamt kommt man also auf einen Investitions-Effekt in Höhe von 32,1 Mio. Euro. Da allerdings davon auszugehen ist, dass nicht die kompletten 22 Mio. Euro an regionale Firmen gehen werden, wird im Folgenden mit 50% der Summe gerechnet, da erfahrungsgemäß mindestens dieser Anteil regional verteilt wird. Es bleibt also ein Effekt für die Stadt Essen von 16 Mio. Euro.

Hinzu kommt, dass davon auszugehen ist, dass während der Arbeiten auch Arbeiter von außerhalb kommen werden, die vor Ort Verpflegung und Unterkunft benötigen, was wiederum zu Gastronomie- und Hotellerie-Effekten führen wird. Der genaue Ablaufplan des Umbaus steht noch nicht fest, daher wurden zur Berechnung Referenzwerte aus Erfahrungen und Recherche zu vergleichbaren Stadionneu- und -umbauten herangezogen. Die Gastronomie- und Hotellerie-Effekte belaufen sich auf rund 2,3 Mio. Euro.

Die beschriebenen Investitionen und Ausgaben führen zu entsprechenden Steuereffekten in Höhe von 64 T-Euro unter Beachtung des Gemeindeanteils.

Einmaliger Effekt	Gesamtwert
Investitions-Effekt	16,060 Mio. €
Gastronomie- & Hotellerie-Effekt	2,365 Mio. €
Steuereffekt	0,064 Mio. €
Summe Einmaliger Effekt	18,490 Mio. €

NACHHALTIGE

REGIONALÖKONOMISCHE EFFEKTE (9,019 MIO. €)

Der Stadionausbau würde mit einer Erhöhung der Stadionkapazität sowie der Anzahl der Logenplätze einhergehen. Durch die Erhöhung der Stadionkapazität erhöht sich zudem auch das Kontingent für Gästefans. Die Kapazität erhöht sich von 19.300 Plätzen, um 7.300 Plätze, auf dann geplant 26.600 Plätze. Von den 7.300 neuen Plätzen sind 300 zudem neue Logenplätze.

Durch dieses Mehraufkommen an Stadionbesuchern, entsteht auf Seiten von Rot-Weiss Essen ein höherer Bedarf an Arbeitskräften im kaufmännischen Bereich sowie einem gestiegenen Aufwand in den Punkten Stadionreinigung, Sicherheit, ÖPNV, Overhead und Ticketing/Vertrieb, welche zu einer Steigerung des Umsatz-Effektes führen. Inklusive des Multiplikatoreffektes beläuft sich der Wert dieser zusätzlichen direkten Arbeitskräfte auf 0,146 Mio. Euro. Die betreffenden Bereiche des Umsatz-Effektes generieren 0,5 Mio. Euro, zu denen die indirekten Umsätze (Ausgaben der Fans bei ihren Besuchen) und die induzierten Effekte, welche die direkten Umsätze hervorrufen, mit einem Wert von 2,433 Mio. Euro hinzukommen.

Ein steigendes Besucheraufkommen bei den Spielen von Rot-Weiss Essen führt gleichzeitig zu einem höherem Gastronomieumsatz und Hotellerie-Umsatz durch die Gästefans und deren Wiederholungsbesuche. Die zusätzlichen Zuschauer geben folglich alle Geld im Stadion, im Stadionumfeld sowie bei Besuchen der Innenstadtgastronomie aus. Insbesondere die zusätzlichen Gästefans tragen zu einem Anstieg der Hotelübernachtungen bei, wenn im Zuge des Spielbesuchs ein längerer Aufenthalt oder ein Wiederholungsbesuch geplant wird.

All das hat auch zusätzliche Einnahmen der öffentlichen Hand durch ein gesteigertes Steuer-Aufkommen zur Folge. Hiervon kommt der Stadt Essen eine zusätzliche Summe von ca. 25 T-Euro zugute.

Regionalökonomische Effekte	Werte bei Stadionausbau	Gesamtwert
Beschäftigungs-Effekt	0,146 Mio. €	6,833 Mio. €
Gastronomie-Effekt	4,971 Mio. €	17,032 Mio. €
Hotellerie-Effekt	0,944 Mio. €	3,100 Mio. €
Umsatz-Effekt	2,933 Mio. €	12,927 Mio. €
Investitions-Effekt		1,664 Mio. €
CSR-Struktur-Effekt		0,281 Mio. €
Bekanntheits- und Image-Effekt		14,869 Mio. €
Steuer-Effekt	0,025 Mio. €	0,177 Mio. €
Summe Effekte	9,019 Mio. €	56,932 Mio. €

ERHEBUNGS- UND BERECHNUNGSGRUNDLAGEN

Erhebungs- und Berechnungsgrundlagen (Daten)

Die Ermittlung und Berechnung der regionalökonomischen Effekte für Rot-Weiss Essen erfolgt:

- auf Grundlage der von Rot-Weiss Essen zur Verfügung gestellten Unterlagen (Basis: Drittliga Saison 2022/2023)
- auf Grundlage der von SLC erhobenen und ermittelten Daten sowie
- auf Grundlage von eigenen Recherchen.

Der Berechnungs-/Werthorizont der verschiedenen Effekte umfasst jeweils eine Saison.

Erhebungs- und Berechnungsgrundlagen (Marktforschung)

Zur Unterstützung und Erklärung der quantitativen Effekte und zur Einordnung des Vereins in die Wahrnehmungspolitik der Stadt wurden Markt- und Meinungsforschungsdaten erhoben. Im September 2023 wurden im Rahmen einer sowohl regionalen als auch überregionalen/deutschlandweiten Untersuchung durch das „Institute of Panel and Public Opinion GmbH“ folgende Zielgruppen befragt:

- insgesamt 5.240 Personen im einzigen repräsentativen Bundesliga-Panel, bestehend aus Fans/Sympathisanten von Rot-Weiss Essen („Heimfans“) und Fans/Sympathisanten der anderen Clubs (potenzielle „Gästefans“) sowie
- 500 Einwohner der Stadt/Region Essen im bevölkerungsrepräsentativen Panel.

Durchführung

Die Durchführung der Untersuchung von Seiten SLC Management erfolgte durch:

- Prof. Dr. Alfons Madeja, Professor für Betriebswirtschaft und Sportmanagement (Projektleiter)
- Maximilian Madeja, M. Sc. Wirt.-Inf.
- Jens Jaschinski, Diplom-Volkswirt

Darüber hinaus waren weitere fünf wissenschaftliche Mitarbeiter mit der Recherche, Datenerhebung und -analyse sowie weiteren ergänzenden Tätigkeiten im Rahmen der Untersuchung beschäftigt.

SLC Management GmbH

Laufamholzstr. 116 90482 Nürnberg, Germany | Fon: +49 (0) 911 54 81 83 0 | Mail: info@slc-ag.com | Web: www.slc-management.com