



VM i Taekwondo blev afholdt i Ballerup Super Arena i 2009 (Scanpix Denmark/Christian Als/STF)

Økonomiske effekter og idrætsbegivenheder: Kan sport give vækst?

INDLEDNING¹

De senere års fokus på at skaffe store idrætsbegivenheder til Danmark har i flere henseender været en succes. Danmark har de senere år været vært for mange af slagsen, og Sport Event Danmark (SED), der blev oprettet i 2008 som erstatning for det tidligere 'Idrætsfonden Danmark' (oprettet i 1994), har været dygtig til at hverve relativt store og internationale events.

Ifølge Deloitte (2011) steg antallet af afholdte events på dansk jord således fra 62 i perioden 2005 til 2007 til 116 i perioden 2008 til 2010. Det politiske ønske om at satse på sport som en del af oplevelsesøkonomien har i den forstand båret frugt. Selvom finanskrisen i 2008 ramte de oplevelsesøkonomiske aktiviteter hårdt, kan dette i sig selv ikke fjerne fokus fra, at oplevelsesøkonomien, herunder sport, anses som noget, Danmark skal leve af i fremtiden (Bille & Lorenzen 2008, Storm & Brandt 2008, Bærenholdt & Sundbo 2007). I regeringsrapporten fra 2003, "Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien – fem nye skridt på vejen" (Regeringen 2003), blev det eksempelvis understreget, at:

"Afgørende for virksomheders og branchers konkurrencedygtighed og dermed landes velvære og velstand er ikke længere alene evnen til at producere prisbillige produkter, der er teknologisk overlegne, men også evnen til at skabe produkter eller serviceydelser, der rummer kvalitet, følelser, værdier, mening, identitet og æstetik, der bidrager til produktivitet og vækst i Danmark" (Regeringen 2003, s. 8-9).

I forhold til sport gik rapporten så langt som at anføre, at "(...) sportens verden i høj grad er blevet økonomisk omfattende med betydelig omsætning, beskæftigelse og vækst" (Regeringen

2003, s. 20), og under overskriften, "Regeringens strategi", blev det understreget, at "Regeringen ønsker at støtte sportserhvervets vilkår (...) for at understøtte branchens muligheder for øget vækst" (Regeringen 2003, s. 22).

Den daværende VK-regerings oplæg til handlingsplan for "Offensiv global markedsføring af Danmark" fra januar 2007 afsatte endvidere ekstraordinære 9,5 mio. kroner til gennemførelsen af "The Danish Year of Sports" i 2009, hvor Danmark i særlig grad skulle gøre sig som vært for internationale idrætsbegivenheder (Storm & Brandt 2008, Storm 2009). Også den socialdemokratiske ledede regering, der kom til i 2011, har via kulturminister Uffe Elbæk (R) og den fortsatte økonomiske støtte til Sport Event Danmark lagt vægt på, at værtskaber for store sportsevents fortsat er en prioriteret del af regeringens politik.

Men har ønsket om at satse på sportslige oplevelser som vækstgenerator i samfundsøkonomien nogen forankring, eller er det 'varm luft' og politisk motiveret optimisme skabt af tilhængerne af de kendte oplevelsesøkonomiske teorier fremstillet af blandt andre Pine og Gilmore (1999) og Florida (2002)? Kan eller bør vi sætte vores lid til internationale idrætsevents og sport generelt som grundlag for økonomisk vækst, øget beskæftigelse, branding og turismeindtægter?

Meget tyder på, at det er svært at forvandle værtskabet for store internationale sportsmesterskaber til store økonomiske gevinster. Den foreliggende litteratur anfører stort set samstemmende, at de økonomiske effekter af sportsbegivenheder er små – hvis der overhovedet er nogle. Dette gør det relevant at kigge nærmere på, hvor langt man kan trække argumentet om de gunstige effekter.

Artiklen er på denne baggrund struktureret som følger: Først gives et kort indblik i effek-

terne af de senere års afholdte sportsevents på dansk jord, hvorefter spørgsmålet om effekter problematiseres på et generelt plan via et review af den foreliggende sporteventlitteratur. Herefter konkretiseres via en gennemgang af danske effektberegninger. Dernæst samles kort op, og afsluttende vurderes det, hvilket udgangspunkt en fremtidig eventstrategi baseret på den foreliggende viden kan tage.

DANSKE BEGIVENHEDER

Gennem de senere år har Danmark været vært for mange sportsbegivenheder. En sammentælling viser, at Sport Event Danmark i perioden 2005-2010 har støttet 178 events på dansk jord, hvoraf de mest betydende har været IOC-kongressen i 2009 og VM i landevejscykling i 2011.

Mange af de afholdte events har, hvad angår den økonomiske side, været fulgt op af effektanalyser, der samlet viser et økonomisk overskud i overensstemmelse med ideen om, at begivenhedernes besøgende katalyserer en afledet økonomisk gevinst.

Går vi tilbage og regner fra sen-90'erne opgjorde SED (dengang 'Idrætsfonden Danmark') de samlede økonomiske effekter af de 19 største internationale idrætsbegivenheder i perioden 1998-2005 til en samlet turismeomsætning på 390 mio. kr. og en bruttoværditilvækst² på 217 mio. kr., hvilket kan omregnes til 757 årsværk og et provenu til statskassen i form af skatter og afgifter på 120 mio. kr. samt 14 mio. kr. til de amtskommunale kasser og 24 mio. kr. til de kommunale (Idrætsfonden Danmark 2006).

I 2006 gennemførte det daværende Idrætsfonden Danmark en opfølgende undersøgelse af årets 22 større internationale sportsbegivenheder (Idrætsfonden Danmark 2007). Ifølge denne undersøgelse genererede arrangementerne, herunder to store arrangementer i Aarhus, VM



AF
RASMUS K.
STORM

i idrætsgymnastik og VM i orienteringsløb, en ekstra udenlandsk turismeomsætning på 74 mio. kr. og en bruttoværditilvækst på 57 mio. kr. Det offentlige fik 28 mio. kr. ind fra skatter, afgifter og moms.

Siden 2006 har SED offentliggjort yderligere effektanalyser i halen på en række events. I 2010 er ni udvalgte af disse, der blandt andet omfatter effekterne af VM i floorball (k) 2007, EM i badminton i 2008, EM i vandski i 2009 og VM i taekwondo i 2009, opgjort til en samlet øget turismeomsætning på 119,6 mio. kr., der resulterede i en bruttoværditilvækst på 116 mio. kr. (Sport Event Denmark 2010, s. 10). I 2011 var VM i landevejscykling alene grund for en øget turismeomsætning på 232 mio. kr., hvoraf 176 mio. kr. ifølge SED's tal kom fra udenlandske gæster svarende til 262 årsværk, der blev genereret af den i øvrigt organisatorisk set succesfuldt afviklede event.

Samlet tyder alt på en overskudsforretning af de danske events, der ligeledes medfører et vist offentligt provenu fra skatter, moms og afgifter og øget beskæftigelse. Spørgsmålet er imidlertid, hvad der reelt ligger bag de beregnede tal, hvem de beregnede effekter kommer til gode, og hvor store effekterne er – set i et bredere perspektiv.



World Cup i Bueskydning i Nyhavn, 2009 (Foto: Kaj Frandsen)

ER EFFEKTBEREKNINGSMETODEN SIKKER?

Hvad angår det sidste spørgsmål, beregnes effekten af de store events typisk gennem en relativt simpel metode, hvor en multiplikatorværdi, ganges med det estimat, man *ex ante*³ forventer, at besøgende vil bruge under eventen. Estimatet findes ved at forudsige, hvor mange besøgende eventen vil have, hvor mange penge de vil bruge pr. dag, og hvor mange dage de vil være til eventen (Matheson 2004, s. 3).⁴

I de tilfælde, hvor effektmålingen laves *ex post*⁵, kan antallet for eksempel estimeres ved ekstrapolation baseret på en stikprøve via en opgørelse af solgte hotelsenge i byen, antallet af flyafgange eller lignende. Gennem multiplikato-

ren, eller en mere avanceret økonomisk model, giver beregningen de estimerede afledede økonomiske effekter, som de besøgendes 'indledende forbrug' vil give anledning til i andre led, og samlet giver dette et udtryk for effekten.

Ifølge Crompton (1995), Matheson (2004, s. 4, 2006b, s. 4) samt Rappaport & Wilkerson (2001, s. 60f) er der imidlertid store metodiske og teoretiske problemer med de grundantagelser og fremgangsmåder, som denne slags effektstudier typisk hviler på. Den vægt, 'de ekstra gevinster' ofte gives i effektstudierne og ikke mindst i pressen, er ligeledes problematisk, fordi den ofte tenderer til at give et skævvredet billede af pengestrømmene.

Overordnet set kan der peges på nedenstående grundproblemer med effektstudierne.

TURISMEINDTÆGTER OG DE AFLEDTE EFFEKTER

Det er indlysende, at en stor idrætsbegivenhed tiltrækker turister, der forbruger, mens de er i landet. Det giver indtægter til såvel offentlige som private aktører. Problemet er bare, at det er meget svært at måle den nøjagtige effekt – især forud for eventen, hvor beregningen kun kan bero på skønsmæssige antagelser om antallet af tilstrømmende turister og deres forbrug. Ifølge Crompton (1995), Baade & Matheson (2002, 2004), Kuper & Szymanski (2009, s. 236) og Andreff (2012) findes der imidlertid en hel industri af konsulenter, der altid kan opstille et positivt regnestykke forud for en given begivenhed.

Desværre er forudsætningerne som regel overoptimistiske (Siegfried & Zimbalist 2000, s. 103; Crompton 1995) og er ifølge Nielsen (2011, s. 5) udtryk for en diskurs, der forener rent kommercielle interesser med politisk-strategiske mål i en mere eller mindre bevidst konstrueret ‘bevisførelse’ for gevinsterne. Mere konkret knytter problemet sig først og fremmest til den regnetekniske fremgangsmåde, der skaleres ‘impacten’ af det initiale turismeforbrug i de forskellige efterfølgende forbrugsled.

Pakket ind i argumentation med en teknisk-økonomisk aura efterlades iagttagere ofte med en følelse af, at

“there is some magical process through which one dollar of spending eventually turns into two and perhaps even three” (Davidson & Schaffer 1980, s. 16).

En ren mirakelkur, der nærmest garanterer et overskud af afholdelse af eventen.

Spørgsmålet er imidlertid, hvilken tilgang eller multiplikator-type man med mest rimelighed skal anvende? Ifølge Crompton (1995, s. 20) er der typisk én af tre hovedvarianter i spil i forbindelse med effektberegninger, hvorunder den første er den såkaldte ‘salgs-’ eller ‘omsætnings-multiplikator’. Denne type giver det højeste økonomiske effektstal og er derfor ofte anvendt, fordi det giver et strategisk godt argument over for (offentlige) beslutningstagere (Crompton 1995, p. 22).

Problemet er, at det er meningsløst at operere med denne type multiplikator og argumentere, at resultatet beregnet med denne faktor er udtryk for den økonomiske effekt. Den økonomiske effekt handler nemlig ifølge Crompton (1995, s. 21-22) om, hvor meget bedre regionens (eller nationens) husstande indkomstmæssigt stilles, og ikke om, hvor meget øget salg eller omsætning i forskellige brancher, der genereres. Spørgsmålet er mere generelt, hvad der er tilbage til regionen af det øgede salg eller den øgede omsætning af det øgede turismeforbrug, når skatter eller afgifter til ikke-lokale offentlige myndigheder er betalt, og øvrige pengestrømme til ikke-lokale ansatte (der bor uden for regionen), virksomhedsejere, aktionærer eller organisationer, der leverer tjenester eller ydelser til lokale aktører (lækager⁶), er regnet fra, og residualet har forplantet sig som øget hustandsindkomst.

I stedet er den såkaldte ‘indkomst-multiplikator’ ifølge Crompton (1995, s. 23) – den anden af de typisk anvendte multiplikatorer – en bedre tilgang, da den mere realistisk indikerer den reelle velstandsforøgelse, lokalområdet nyder som følge af ekstra økonomisk forbrug i forbindelse med en ny sportsarena eller en event – også efter at der er taget højde for lækager, der sender dele af det ekstra nye turismeforbrug væk fra området.

Den tredje multiplikator, der ofte er i spil, er den såkaldte 'beskæftigelsesmultiplikator' (Crompton, 1995, s. 22). Denne tilgang omregner det øgede forbrug, en større event eller en ny sportsarena måtte give anledning til målt i antal fuldtidsjob. Problemet med denne tilgang er imidlertid, at sportsevents typisk ikke skaber langsigtede arbejdspladser, men primært forbigående jobs i service-sektoren.

Hertil kommer, at det er uklart, om der i det hele taget ansættes flere mennesker på grund af eventen. Snarere udnyttes den eksisterende arbejdskraft, og i bedste fald hyres blot lidt ekstra assistance i peakperioden (Crompton, 1995, s. 22). Nye vedvarende fuldtidsjobs med positiv indflydelse på arbejdsløshedsprocenten materialiserer sig kun i marginal udstrækning – hvis overhovedet.

Mere konkret finder Baade et al. (se: Baade 1987, Baade & Dye 1988, Baade 1994, 1996, Baade & Sanderson 1997) i deres studier af store sportsvenues, at sammenligner man for eksempel byer uden et professionelt sportshold og et tilsvarende stadion med byer, der har, er der ingen målbar forskel på centrale økonomiske variable (Kuper & Szymanski 2009, s. 238-241).

Nogle af studierne viser endog en decideret negativ effekt af tilstedeværelsen af et 'sportsvenue' og/eller en sportsarena (Baade 1987, s. 15-16, Crompton 1995, s. 17, Rappaport & Wilkerson 2001, s. 56), hvor store offentlige investeringer langt overstiger effekten. I forhold til OL og slutrunder i fodbold finder Baade & Matheson (2002, 2004) samme resultater. Tien et al. (2011) anfører direkte, at selvom der er mindre effekter at måle på kort sigt, så viser en analyse af effekterne af afholdelse af 24 sommer- og vinter OL i 15 lande, at

“Contrary to conventional wisdom, hosting the Olympic Games does not seem to be a

significant tool for achieving major economic objectives and generating long-term profound impacts for the cities that stage the events (...)” (Tien et al. 2011, s. 21).

På spørgsmålet om realiteterne i argumentet om, at store idrætsbegivenheder generelt er en god forretning svarer forfatterne: “(...) it is a myth” (Tien et al. 2011, s. 21).

Hvad angår argumentet om mere langsigtede positive effekter, der afledes af den branding, som værtsbyen får, er der ifølge Matheson (2010) svag empirisk dokumentation. Tager man samtidig Ulvnes & Solberg (2011) til indtægt, er der ikke meget, der tyder på, at turister, besøgende eller tv-seere, der har overværet en stor sportsevent, har noget længerevarende minde om værtsbyen. Det dokumenterer også undersøgelser af EM i fodbold. Eksempelvis huskede kun ti procent (i 2001), at fodbold EM i 1996 blev afviklet i England, mens 55 procent af de adspurgte havde glemt, at mesterskabet i 2000 blev afholdt i Holland/Belgien – dvs. blot ét år senere (Oldenboom 2005). Hvis dette er mere generelt, er det dermed tvivlsomt, hvor meget øget sportsturisme bidrager til øget branding.

Heller ikke i forhold til fremtidig eksport for værtsnationen, der ofte også argumenteres at øges efter afholdelse af begivenheden, kan der findes forskningsmæssig dokumentation (Maening & Richter 2012).

FLERE ARBEJDSPLADSER SOM FØLGE AF FACILITETSBYGGERI?

Ud over problemstillingerne med beskæftigelse i serviceerhverv nævnt oven for, er det også tvivlsomt, om store sportsbegivenheder skaber voldsomme effekter via beskæftigelse i byggesektoren. Da offentlige investeringer i facilitetsbyggeri til en event ofte gøres på baggrund af

nedprioriteringer af andre offentlige udgifter, modsvares investeringer i bygninger som regel af mindre forbrug andetsteds (Matheson 2006b, s. 12, Dwyer et al. 2005, s. 357).

Offentlige investeringer kan også modsvares af højere skatter, men de virker typisk dæmpende på det private forbrug (Kavetsos & Szymanski 2010, s. 160; Siegfried & Zimbalist 2000, s. 109). Desuden er det meget sandsynligt, at entreprenører og arbejdere i varierende udstrækning hentes ind fra udlandet for at udføre bygningsarbejdet, hvilket medfører en negativ virkning på de indenlandske effekter, fordi store dele af den inducerede omsætning forsvinder ud af landet (lækager).

Begivenheden bidrager – som i tilfældet med servicesektoren nævnt ovenfor – derfor kun begrænset til væksten i permanente fuldtidsjob (Whitson & Horne 2006). I forbindelse med mere permanente sportsarenaer finder Baade (1987 s. 18) endvidere, at vækst i serviceerhverv (lavtuddannet arbejdskraft) typisk udlignes af fald i andre erhverv (der typisk kræver et højere uddannelsesniveau), og derfor bevirker en forskydning i antallet af fuldtidsjob fra højtuddannede områder til lavtuddannede, der generelt ikke er vækstgenerende i samme udstrækning.

På det generelle fravær af sammenhæng mellem konstruktionen af sportsfaciliteter og økonomisk vækst peger også Rosentraub et al. (1994) samt Coates & Humphreyes (1999) ligesom Matheson (2006b), der opsummerende anfører:

“At best public expenditures on sports-related construction or operation have zero net impact (...). At worst, the spending on sports-projects represents true costs” (Matheson 2006b, s. 12).

Enkelte forfattere peger dog på overskud. Blandt andet anfører Preuss et al. (2007), at der kan

være positive effekter ved store events – om end de som regel er små. Typisk hidrører blot 0,05 procent af væksten i værtslandets bruttonationalprodukt (BNP) i det pågældende år fra den pågældende mega-event (Preuss et al. 2007, s. 2). I 2006, hvor fodbold-VM blev afholdt i Tyskland, svarede de økonomiske effekter dog til 0,13 procent af BNP samme år (Preuss et al. 2007, s. 11).

HVIDE ELEFANTER

Rettighederne til at blive værtsnation for en stor international begivenhed kommer ofte i intens international konkurrence med andre værtskandidater. Den, der får begivenheden, er som regel den nation, der lover mest og bygger de flotteste arenaer (Whitson 2004, Kavetsos & Szymanski 2010). Det koster, især når nationerne overbyrder hinanden i budfasen. En af de største udfordringer er derfor spørgsmålet om, hvad man skal bruge de nye flotte stadionanlæg til, når arrangementet er ovre, og murstenene er sat.

Typisk kan anlæggene ikke drives uden store offentlige driftstilskud, ligesom kapacitetsudnyttelsen ofte er lav i forhold til investeringen (Alm 2012), der kunne anvendes i mere effektive vækstområder i stedet for efterfølgende at henstå som tomme eller halvtomme hvide bygnings-elefanter uden reelt indhold (Baade 1987, Baade & Matheson 2002). Ligeledes sprænger byggerierne ofte anlægsbudgetterne på grund af den fokuserede efterspørgsel forud for eventen samt kravet om at blive færdig med faciliteterne, inden begivenheden begynder (Andreff 2012).

Ifølge Andreff (2012) har der været massive overskridelse af de opstillede budgetter ved mere end flertallet af de afholdte Olympiske Lege i nyere tid. Betragter man således overskridelser, hvad angår såvel driftsomkostninger som udgifter til faciliteter, havde følgende sommer-OL et overforbrug på mere end 30 procent af

budgettet: Montreal (1976), Moskva (1980), Seoul (1988), Barcelona (1992), Athen (2004), Beijing (2008) og London (2012), der for sidstnævntes vedkommende – ifølge de seneste meldinger – ser ud til at ende med offentlige udgifter på mere end 9,3 mia. pund. Desuden bør man også medregne Sydney (2000) i porteføljen af budgetoverskridelser, der ifølge Solberg & Preuss (2007) overskred driftsomkostningerne med 68 procent og udgifterne til bygninger med 228 procent.

Ved vinter-OL gælder samme overskridelser – ifølge Andreff (2012) – som sommer-OL for Lake Placid (1980), Calgary (1988), Albertville (1992), Salt Lake City (2002), Torino (2006), Vancouver (2010) og efter alt at dømme også Sotchi (2014). Hertil kommer, at de økonomiske effekter af OL i Lillehammer i 2000 ligeledes var svære at få øje på (Solberg 2006).⁷

CROWDING OUT-EFFEKTER

I forhold til turistforbrug, taler man endvidere om ‘crowding out-effekter’, hvor turister, der ville være kommet til byen, i stedet bliver væk, fordi de ikke gider befinde sig midt i orkanens øje, når de er på ferie (Du Plessis & Maening 2011, Matheson 2006b). Skulle turister fra andre egne af landet i stedet komme til eventområdet, omdistribuerer de så at sige blot forbruget, så den totale effekt på nationalt niveau er nul.

I forbindelse med VM-slutrunden i fodbold i Sydkorea i 2002 var der ganske vist en stigning i antallet af europæiske gæster i forbindelse med slutrunden, men effekten blev opvejet af en tilsvarende nedgang i japanske turister, der ikke tog til landet af samme årsag (Matheson 2006b, s. 10; Baade & Matheson 2004, s. 351).

‘Time shifters’ er et andet problem (Crompton 1995, s. 27): Ved fodbold-VM i Tyskland i 2006 var omkring en fjerdedel af turisterne time shifters,

der ville have været kommet til Tyskland alligevel på et andet tidspunkt. Disse bør trækkes ud af regnestykket, da deres forbrug ikke er reelt øget forbrug. Desuden var kun godt en femtedel af det totale antal besøgende ved slutrunden udenlandske turister, der specifikt var kommet for at være en del af festen (Kuper & Szymanski 2009, s. 243). Resten var tyskere, der sådan set blot re-allokerede deres forbrug internt i landet uden nogen nettogevinst for den tyske økonomi. Tager man dette i betragtning, oversteg de offentlige investeringer ifølge Kuper & Szymanski (2009) turismeforbruget blandt udlændinge ved den i øvrigt succesfuldt afholdte slutrunde.

LÆKAGER, SUBSTITUTIONSEFFEKTER OG POTENTIET ALTERNATIVE ANVENDELSER AF INVESTERINGEN

Ud over disse problemstillinger findes der også substitutionseffekter og lækager: Under en stor event vil privatforbrug på sportsrelaterede ydelser under afviklingen af eventen typisk modsvarer af en tilsvarende nedgang i forbrug i andre sektorer, da forbrugerne alt andet lige kun har begrænsede forbrugsmuligheder (Baade & Matheson 2002, s. 130, Baade 1987, s. 13; Siegfried & Zimbalist 2000, s. 105).

Hertil kommer, at selvom de offentlige tilskud til eventen bruges lokalt, er det ikke sikkert, de kommer lokalregionen til gode, hvorimod de offentlige tilskud ofte, helt eller delvist, er betalt af de lokale. For eksempel stiger priserne i hotellerne typisk under megaevents, men lønnen blandt de ansatte lokalbeboere er den samme. Det er altså hotelkæden, der ofte er international, som høster størstedelen af gevinsten. Kapitalgevinster af denne slags er typisk tilbøjelig til at forsvinde fra lokalområdet i form af lækager (Matheson, 2004, Matheson 2006a, Baade & Matheson 2002).

Derudover findes de såkaldte ‘substitutionseffekter’, hvor lokale indbyggere bruger deres penge på eventen i stedet for på andre varer, tjenester eller ydelser lokalt. De flytter sådan set blot deres forbrug (Baade 1996, Baade & Matheson 2004, Coalter & Taylor 2008). Det er ikke ny aktivitet (Matheson 2006b, s. 8; Baade 1987, s. 13, Rappaport & Wilkerson 2001) og skal ikke med i beregningen af effektresultatet (Kavetsos & Szymanski 2010, s. 160).

Et andet eksempel på substitutionseffekter nævnes af Baade og Matheson (2004), der peger på, at selvom OL i Sydney i 2000 medførte en stigning i efterspørgslen på hotelværelser i Adelaide og Sydney, oplevede resten af hotelmarkedet i Australien

“(…) a decline in occupancy in September 2000 relative to September 1999 despite the Olympic Games. Hoteliers indicate that while international demand was strong (...) domestic leisure travel traditionally taking place during the September School Holiday period was displaced to Sydney for the Olympics” (Baade & Matheson 2004, s. 346).

Endelig må de såkaldte ‘opportunity costs’ ved at afholde en sportsevent tages i betragtning (Baade & Matheson 2002, s. 133, Siegfried & Zimbalist 2000, s. 109). Selvom der er et positivt nettoresultat forbundet med en given event, bør investeringen – set fra en stringent økonomisk synsvinkel – kun foretages, hvis der ikke er andre alternative investeringsformer, der kan give et bedre eller tilsvarende resultat (Kesenne, 1999). I praksis gøres der imidlertid sjældent sådanne overvejelser.



VM i landevejscykling i Danmark, 2011 (Foto: Jimi A. Bøgevig)

BEGRÆNSET DANSK OVERSKUD

Ovenstående viser, at beregninger af de økonomiske effekter af at afholde store idrætsbegivenheder eller sportsevents er forbundet med en række komplekse problemstillinger. Dermed kan det være vanskeligt reelt at vide, om der skabes et provenu af sådanne events.

I forhold til de hjemlige danske events peger Sport Event Danmarks egne analyser ganske vist på et sådant overskud, og der tages faktisk også i de foreliggende rapporter mange af de relevante forbehold i forhold til de problemstillinger, som litteraturen gennemgået oven for peger på. Den såkaldte LINE-model, der anvendes i forbindelse med ex post beregninger (og som giver nogle tommelfingerregler i forbindelse med ex ante estimeringer), er relativt pålidelig om end usikkerhederne ved beregningerne retfærdigvis påpeges. Endelig har mange af de danske events ikke har medført store infrastrukturelle investeringer eller facilitetsbyggeri, der kan medføre ‘dødvægt’ i det økonomiske kredsløb.

I den forstand tyder meget på en reel økonomisk effekt af danske events, men målingerne kan også problematiseres. Dels er der spørgsmålet om, hvor store effekterne reelt er, hvis der modregnes omkostninger til for eksempel sikkerhed, oprydning og infrastruktur samt effektivitetstab i andre brancher som følge af en event.⁸

Dels er der spørgsmålet om alternative anvendelser af de investerede midler. Ydermere er der spørgsmålet om crowding out-effekter, der dog tages eksplicit højde for i visse af effektanalyserne (se for eksempel Sport Event Denmark 2007), men ikke i alle. Endvidere er spørgsmålet, om den anvendte beregningsmodel er tilstrækkelig præcis. Endelig er spørgsmålet i hvor stor udstrækning, den øgede beskæftigelse materialiserer sig i permanente fuldtidsjob.⁹

Hvad angår det første: I forbindelse med IOC-kongressen var sikkerhedsspørgsmålet stort og

udgifterne ligeså. Den amerikanske præsident Barack Obama var i landet sammen med en række andre internationale toppolitikere samt andre "VIP personer, herunder statsoverhoveder og celebrities" (Sport Event Denmark, Visit Denmark, & Wonderful Copenhagen 2009, s. 7).

Alene Obamas besøg resulterede i en ekstraregning for sikkerhed på et betydeligt millionbeløb. I forbindelse med VM i landevejscykling spærrede man Københavns bymidte af i flere dage, hvilket medførte et effektivitetstab og vanskeligheder for erhvervslivet i centrum og pendlere på vej til og fra arbejde.

Kigger man endvidere lidt tættere på de økonomiske nøgletal af de danske events falder et par ting i øjnene. Først og fremmest den relativt begrænsede effekt. I nedenstående tabel 1 fremgår de samlede økonomiske effekter beregnet med udgangspunkt i Sport Event Danmarks egen model for perioden 2005-2010.

Tabel 1: Nøgletal for afviklede internationale sportsevents i Danmark fra 2005 til 2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Samlet turismeomsætning (mio. kr.)	45,33	111,55	59,12	55,03	277,69	145,20
Heraf udenlandsk	30,85	73,07	36,78	39,90	255,41	90,40
Heraf dansk	14,49	38,47	22,35	15,12	22,01	55,23
Antal events	11	25	26	39	54	23
Gennemsnitlig (samlet) turismeomsætning pr. event (mio. kr.)	4,2	4,46	2,27	1,41	5,14	6,31
Gennemsnitlig udenlandsk turismeomsætning pr. event (mio. kr.)	2,8	2,92	1,41	1,02	4,7	3,93

Tabellen er reproduceret med udgangspunkt i Deloitte's (2011 s. 44) tilsvarende opgørelse i den evaluering af den danske handlingsplan, som blev gennemført for Kulturministeriet i 2011, men er suppleret med en beregning af den gennemsnitlige udenlandske turismeomsætning år for år. Da den danske genererede del af turismeomsætningen ikke har nogen indvirkning på dansk økonomi, er den udenlandske turismeomsætning det mest rimelige nøgletal at vurdere i forhold til spørgsmålet om økonomiske effekter.

Ser vi bort fra, at man her burde beregne bruttoværditilvæksten – der følgelig er lavere, fordi

tallet repræsenterer, hvad der er tilbage, når de første lækager af det direkte forbrug er fraregnet – og ikke den udenlandske turismeomsætning med henblik på at vurdere, hvor meget den gennemsnitlige effekt af de enkelte events reelt er, finder vi, at de i regnestykket indeholdte events i gennemsnit gav 2,96 mio. kroner i ekstra udenlandsk turismeomsætning i perioden 2005-2010.

Prøver vi desuden at sætte de samlede effekter i forhold til det danske bruttoværditilvækst (BVT) de pågældende år, kommer nedenstående billede frem.

Tabel 2: Eventeffekternes andel af BVT

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Udenlandsk turismeomsætning i mio. kr.	30,85	73,07	36,78	39,9	255,41	90,4
Bruttoværditilvækst i mio. kr. ¹⁰	23,14	54,8	27,59	29,92	191,56	67,8
Samlet BVT i mia. kr. (løbende priser)	1.308,86	1.379,45	1.435,66	1.498,74	1.434,34	1.510,37
Bruttoværditilvækstens andel af Samlet BVT	0,0018%	0,0040%	0,0019%	0,0020%	0,0134%	0,0045%

Som det kan ses er effekten over de pågældende år mellem 0,018 og 0,13 promille af BVT, og giver lidt perspektiv på effekterne, der måske nok er der lokalt, men ikke andet end yderst, yderst marginalt fylder noget i den samlede danske økonomi. Endelig viser det såkaldte ROI-tal –

der defineres som det samlede offentlige provenu set i forhold til det samlede (direkte) offentlige tilskud pr. investeret krone – at effekterne af de danske events er blevet mindre, siden handlingsplanen for store idrætsbegivenheder kom til i 2009. Det ses af tabel 3.

Tabel 3: Samlet offentligt provenu og eventtilskud fra 2005 til 2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Samlet offentligt provenu (mio. kroner)	10,29	24,5	12,31	16,36	104,83	37,07
Samlet offentligt tilskud (mio. kroner)	2,36	7,70	4,39	17,85	103,62	26,43
Return On Investment (ROI), dvs. samlet offentligt provenu divideret med samlet offentligt tilskud	4,35	3,18	2,81	0,92	1,01	1,40

Reproduceret fra Deloitte Business Consulting A/S 2011, p. 45

Generelt ligger ROI klart lavere i perioden 2008-2010 end i perioden 2005-2007. Det skyldes,

“at det samlede offentlige tilskud til de internationale events er blevet mere end tildoblet fra perioden 2005-2007 til perioden 2008-2010, hvorimod det samlede offentlige provenu blot er cirka tredoblet (...)” (Deloitte Business Consulting A/S 2011, s. 2-3).

Dertil kommer, at de beregnede talværdier tilsyneladende tager udgangspunkt i en turismeomsætning, der ikke synes rensset for det danske bidrag til forbruget. Det har ikke været muligt at afdække det præcist i det foreliggende materiale, men hvis det er rigtigt, er udgangspunktet for beregning af det opstillede ROI-tal for højt, og udtrykket tilsvarende misvisende.

Uanset hvordan vi vender og drejer det, har vi altså at gøre med marginale positive effekter, der end ikke er fratrukket de afledede offentlige omkostninger til afholdelsen af arrangementerne (sikkerhed, oprydning, effektivitetstab på andre berørte områder mv.). Sat lidt på spidsen

er spørgsmålet, om vi overhovedet opererer med et overskud i forbindelse med de fleste events?

SKAL VI AFSTÅ FRA AT HOLDE STORE SPORTS-EVENTS?

Betyder disse problemstillinger, at man skal afstå fra at være vært for store internationale sports-events i Danmark? Ovenstående kunne læses som et argument for, at man ikke skal.

Men selvom de økonomiske effekter fra idrætsevenets er små og faldende, og man derfor kan drøfte rentabiliteten, er det ikke nødvendigvis et argument for, at man ikke skal arrangere eller byde på at få begivenheder som VM i landevejsrykling, EM- eller VM-slutrunder, kongresser eller lignende til landet i fremtiden, men det er et argument for at få en skarpere prioritering i satsningerne.

Man skal også bruge de rigtige argumenter for at investere i events. Læren er, at argumenter om økonomisk rentabilitet og profit er svære at løfte, og sjældent vil være de vigtigste. Men der kan være andre argumenter, der handler om de mere u håndgribelige og svært målbare effek-

ter, for eksempel lykke- og velfærdseffekter som påpeget af Kavetsos og Szymanski (2010) eller andre sociale eller kulturelle formål.

Hvis man gerne vil holde fest og arrangere store events ud fra en mere kulturpolitisk tilgang, kan man naturligvis gøre det, men når de offentlige kasser bidrager initialt, må man gøre sig selv den tjeneste at overveje perspektiverne nærmere, herunder hvilke events der giver mest tilbage, og hvordan man kan forbedre arrangementerne og deres rentabilitet – også i forhold til blødere mål. I den forbindelse må man ligeledes overveje, hvilke typer af events der er bedst at satse på.

Tages dette ad notam, vil grunden for en fornuftig fremtidig dansk eventstrategi være lagt.

LITTERATURLISTE

Alm, J. (2012). *World Stadium Index. Stadiums built for major sporting events – Bright future or future burden?* København: Danish Institute for Sports Studies & Play the Game.

Andreff, W. (2012). “The Winner’s Curse: Why is the cost of sports mega-events so often underestimated?” In W. Maening & A. Zimbalist (red.), *Handbook on the Economics of Mega-Sporting Events*.

Baade, R.A. (1987). Is There an Economic Rationale for Subsidizing Sports Stadiums? *Policy Study*, 1-26.

Baade, R.A. (1994). *Stadiums, Professional Sports, and Economic Development: Assessing the Reality*. Heartland Institute. http://heartland.org/sites/all/modules/custom/heartland_migration/files/pdfs/8828.pdf

Baade, R.A. (1996). Professional Sports as Catalysts for Metropolitan Economic Development. *Journal of Urban Affairs*, 18, 1-17.

Baade, R.A. & Dye, R.F. (1988). Sports Stadiums and Area Development: A Critical Review. *Economic Development Quarterly*, 2, 265-275.

Baade, R.A. & Matheson, V. (2002). “Bidding for the Olympics: Fool’s gold?” In C.P.Barroc, M. Ibrahímo, & S. Szymanski (Eds.), *Transatlantic sport: The Comparative Economics of North American and European Sports*. pp. 127-151. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Baade, R.A. & Matheson, V.A. (2004). The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup. *Regional Studies*, 38, 343-354.

Baade, R.A. & Sanderson, A.R. (1997). “The Employment Effect of Team and Sport Facilities”. In R.G.Noll & A. Zimbalist (Eds.), *Sport, Jobs and Taxes*. Washington: Brookings Institution Press.

Bærenholdt, J.O. & Sundbo, J. (2007). *Oplevelsesøkonomi: produktion, forbrug, kultur*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.

Bille, T. & Lorenzen, M. (2008). *Den danske oplevelsesøkonomi: afgrænsning, økonomisk betydning og vækstmuligheder*. (1 ed.) (vol. 1) København: Forlaget Samfundslitteratur.

Brandt, C.Ø., Callard, A.L., & Schultz, B. (2011). *Turismeøkonomisk effektmåling af sports-, kultur- og erhvervsbegivenheder*. København: Sport Event Denmark, Wonderful Copenhagen, Visit Denmark.

- Coalter, F. & Taylor, J. (2008). *Large Scale Sports Events. Event Impact Framework: Report to UK Sport*. Stirling: Department of Sports Studies: University of Stirling. <https://dspace.stir.ac.uk/bitstream/1893/1942/1/Large%20Scale%20Sports%20Events%20-%20v2.pdf>
- Coates, D. & Humphreys, B.R. (1999). The Growth Effects of Sport Franchises, Stadia, and Arenas. *Journal of Policy Analysis and Management*, 18, 601-624.
- Crompton, J.L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 9, 14-35.
- Davidson, L.S. & Schaffer, W.A. (1980). A Discussion of Methods Employed in Analyzing the Impact of Short-term Entertainment Events. *Journal of Travel Research*, 18, 12-16.
- Deloitte Business Consulting A/S (2011). *Kulturministeriet. Store Idrætsbegivenheder: Evaluering af handlingsplan for at trække store idrætsbegivenheder til Danmark*. København: Deloitte Business Consulting A/S & Kulturministeriet.
- Du Plessis, S.A. & Maening, W. (2011). The 2010 World Cup High-Frequency Data Economic: Effects on International Awareness and (Self-Defeating) Tourism. *Hamburg Contemporary Economic Discussions*, 37, 1-26.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. *Journal of Travel Research*, 43, 351-359.
- Florida, R.L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Civitas Books.
- Idrætsfonden Danmark (2006). *Den røde tråd i effektivitetsanalyserne 1-19, 1998-2005*. Brøndby: Idrætsfonden Danmark.
- Idrætsfonden Danmark (2007). *Internationale sportsevents i Danmark 2006 – Hvad er de værd samfundsøkonomisk?* Brøndby: Idrætsfonden Danmark.
- Kavetsos, G. & Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *Journal of Economic Psychology*, 31, 158-171.
- Kesenne, S. (1999). "Miscalculations and Misinterpretations in Economic Impact Analysis". In C. Jeanrenaud (Ed.), *The Economic Impact of Sports Analysis*. s. 29-39. Neuchatel: Centre International d'Etude du Sport.
- Kulturministeriet (2007). *Handlingsplan for at skaffe store idrætsbegivenheder til Danmark*. København: Kulturministeriet.
- Kuper, S. & Szymanski, S. (2009). *Soccernomics: Why England Loses, Why Germany and Brazil Win, and Why the US, Japan, Australia, Turkey --and Even Iraq-- are Destined to Become the Kings of the World's Most Popular Sport*. New York: Nation Books.
- Maening, W. & Richter, F. (2012). The Olympic Effect: A Reply. *Hamburg Contemporary Economic Discussions*, 42, 1-12. <http://www.hced.uni-hamburg.de/WorkingPapers/HCED-042.pdf>

- Matheson, V. (2004). Economic Multipliers and Mega-event Analysis. *International Journal of Sport Finance*, 4, 63-70.
- Matheson, V.A. (2006a). Is Smaller Better? A Comment on “Comparative Economic Impact Analyses” by Michael Mondello and Patrick Rishe. *Economic Development Quarterly*, 20, 192.
- Matheson, V. A. (2006b). Mega-Events: The Effect of the World’s Biggest Sporting Events on Local, Regional, and National Economies. *Holy Cross Working Paper Series*, 06-10, 1-30. http://college.holycross.edu/RePEc/hcx/Matheson_Mega-Events.pdf
- Matheson, V. A. (2010). Sports and the economy: Boon or Burden? *International Council of Sport Science and Physical Education ICSSPE* from <http://www.icsspe.org/bulletin/drucken.php?No=60>
- Nielsen, K. (2011). London 2012 – OL som løftestang, hårde omkostninger, bløde gevinster og den svære vej til olympisk ‘legacy’. *Økonomi og Politik*, 2, 3-11.
- Oldenboom, E.R. (2005). *Costs and Benefits of Major Sports Events: A Case Study of Euro 2000*. Doctoral dissertation: Sheffield Hallam University, UK, Sheffield.
- Pine, B.J. & Gilmore, J.H. (1999). *The experience economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Preuss, H., Schütte, N., & Kurscheidt, M. (2007). *Measuring the primary economic impact of visitors to mega-sports events. A Case Study at the FIFA World Cup 2006*. Working paper.
- Rappaport, J. & Wilkerson, C. (2001). What are the Benefits of Hosting a Major League Sports Franchise? *Economic Review-Federal Reserve Bank of Kansas City*, 86, 55-86. <http://kansascity-fed.com/publicat/econrev/PDF/1q01rapp.pdf>
- Regeringen (2003). *Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien: 5 nye skridt på vejen. Vækst med vilje*. København: Regeringen.
- Rosentraub, M.S., Swindell, D., Przybylski, M., & Mullins, D.R. (1994). Sport And Downtown Development Strategy. If You Build It, Will Jobs Come? *Journal of Urban Affairs*, 16, 221-239.
- Siegfried, J. & Zimbalist, A. (2000). The Economics of Sports Facilities and Their Communities. *The Journal of Economic Perspectives*, 14, 95-114.
- Solberg, H. A. (2006). *København OL – Samfunnsøkonomisk lønnsomt eller ikke?* København: Idrættens Analyseinstitut. <http://www.idan.dk/upload/evalueringramboellrapport.pdf>
- Solberg, H.A. & Preuss, H. (2007). Why mega sports events become more expensive than planned. *EASM conference presentation*.
- Sport Event Denmark (2007). *Effektanalyse VM floorball, kvinder, 2007: Den 12. – 19. maj 2007 i Arena Nord, Frederikshavn*. København: Sport Event Denmark. http://sporteventdenmark.com/Analyser/~media/Baseline_site/Analyser/Egne/Effektanalyse%20VM%20floorball%20for%20kvinder.ashx
- Sport Event Denmark (2010). *Den røde tråd i Sport Event Danmarks effektanalyser ved 9 udvalgte sportsevents i Danmark 2006-2009*. København: Sport Event Denmark. <http://sporteventdenmark.com>

com/Analyser/~media/Baseline_site/Analyser/Egne/Rød%20Tråd%20effektanalyser%202006-2009%20ENDELIG%20UDGAVE.ashx

Sport Event Denmark, Visit Denmark, & Wonderful Copenhagen (2009). *Effektmåling af IOC kongressen oktober 2009: Turistøkonomisk analyse, medieevaluering og opinionsmåling*. København: Sport Event Denmark, Visit Denmark, Wonderful Copenhagen. http://sporteventdenmark.com/da/Nyheder/2010/01/~media/Baseline_site/Analyser/Egne/IOC%20EFFEKTMLING%20ENDELIG%2007%2001%2010.ashx

Sport Event Denmark & Wonderful Copenhagen (2012). *UCI Road World Championships 2011, 19 - 25 September 2011 in Copenhagen and Rudersdal: Tourist Economic Impact Analysis and Evaluation*. København: Sport Event Denmark & Wonderful Copenhagen. http://sporteventdenmark.com/Analyser/~media/Baseline_site/Analyser/Egne/UCI%20Road%20World%20Championships%202012_FINAL.ashx

Storm, R. K. (2009). Samfundets nye kulturpolitik: Sport i oplevelsesøkonomien. *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 12, 113-139.

Storm, R. K. & Brandt, H. H. (2008). *Idræt og sport i den danske oplevelsesøkonomi: Mellem forening og forretning*. (vols. 1) København: Forlaget Samfundslitteratur.

Tien, C., Lo, H. C., & Lin, H. W. (2011). The Economic Benefits og Mega Events: A Myth or Reality. A Longitudinal Study on the Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 25, 11-23.

Ulvnes, A.M. & Solberg, H.A. (2011). *Skaper store idrettsarrangementer turisme? En studie af hold-*

ninger og eksplicit minne. Upubliceret.

Whitson, D. (2004). Bringing the World to Canada: 'The Periphery of the Centre'. *Third World Quarterly*, 25, 1215-1232.

Whitson, D. & Horne, J. (2006). "Underestimated Costs and Overestimated benefits? Comparing the Outcomes of Sports Mega-events in Canada and Japan". In J.Horne & W.Menzenreiter (Eds.), *Sports Mega-events: Social Scientific Analysis of a Global Phenomenon*. pp. 73-89. Blackwell Publishing Ltd.

NOTER

- 1 Tak til Søren Bang og Henrik H. Brandt, Idan, Line Bjørnskov Pedersen, Syddansk Universitet for kommentarer til tidligere versioner af denne artikel.
- 2 Ifølge Brandt et al. (2011) betegner bruttoværditilvæksten den del af turismeomsætningen, der resterer til aflønning af arbejdskraft og forrentning, efter afholdelse af faste udgifter. Værdien svarer nogenlunde til effekten på det danske bruttonationalprodukt (BNP).
- 3 'Ex ante' betyder: 'Før eventen'.
- 4 Dette er også fremgangsmåden i SEDs effekt-prognosticeringer. En nærmere beskrivelse af de metoder, der anvendes i forbindelse med Sport Event Danmarks effektanalyser fremgår af Brandt et al. (2011), hvor til der henvises.
- 5 'Efter eventen'.
- 6 Mere om lækager nedenfor.
- 7 Ved VM-slutrunden i fodbold i Sydafrika i 2010 var udgifterne ligeledes store. Hvad angår stadionbyggerierne specifikt blev de i alt 16 gange dyrere end forventet. Ved EM i Portugal i 2004 brugte man tæt på en milliard dollar på de ti stadions, der blev bygget eller undergik store renoveringer. Investeringen var mere end dobbelt så stor som budgetteret (Alm, 2012).
- 8 Det skal understreges, at Sport Event Danmarks egne analyser gør eksplicit opmærksom på dette forhold. Se fx: Sport Event Denmark & Wonderful Copenhagen (2012, p. 12).
- 9 Dette gøres der retfærdigvis også opmærksom på, fx i Sport Event Denmark (2009, p. 41). Dette fjerner imidlertid ikke pointen om, at fremstillingen af 'fuldtids-ekvivalenten' giver indtryk af, at der skabes permanente fuldtidsjob i forbindelse med en idrætssevent.
- 10 Der anvendes SED's egen omregningsfaktor, der skal tages med forbehold, idet der er tale om en tommelfingerregel for beregning af bruttoværditilvæksten, der sker med udgangspunkt i turismeomsætningen.