



Analyse der Auswirkungen des Grand Départ der Tour de France in Düsseldorf

Dieser Bericht wurde für die Landeshauptstadt Düsseldorf („LHD“) Projektbüro „Grand Départ Düsseldorf“ („Mandantin“) auf der Grundlage des Auftragsschreibens vom 2. Oktober 2015 sowie der Auftragserweiterung vom 28. Juni 2017 („Auftrag“), ergänzt durch die allgemeinen und besonderen Ausführungen in diesem Bericht erstellt. Die Darstellungen beruhen auf den hierfür zur Verfügung gestellten Informationen. Ansprüche im Zusammenhang mit dem Auftrag stehen lediglich der Mandantin zu.

Sport Business Gruppe 

Inhalt

1. Zusammenfassung

- a) Ausgangssituation & Vorgehensweise
- b) Wesentliche Ergebnisse

2. Details

- a) Indikativer ökonomischer & fiskalischer Effekt
- b) Ergebnisse der Befragung
- c) Haushaltseffekt Projekt „Grand Départ“

3. Anlagen

- a) Berechnung indikativer ökonomischer & fiskalischer Effekt
- b) Benchmark-Analyse
- c) Mediale Bewertung



Ausgangssituation & Vorgehensweise

Die Stadt Düsseldorf möchte die ökonomischen, fiskalischen und haushälterischen Auswirkungen des Grand Départ 2017 („GD“) auf die Stadt untersuchen

Im Zusammenhang mit der Durchführung des GD wurde die Deloitte GmbH („Deloitte“) durch die Landeshauptstadt Düsseldorf („LHD“) Projektbüro „Grand Départ Düsseldorf“ („Mandantin“) beauftragt, im Rahmen einer Studie eine indikative Berechnung der ökonomischen und fiskalischen Effekte des GD in Bezug auf die Landeshauptstadt Düsseldorf („LHD“) durchzuführen, sowie den Effekt auf den Haushalt der LHD abzubilden.

Vorgehensweise:

- Repräsentative Zuschauerbefragung während des GD am Samstag und Sonntag (während der 1. und 2. Etappe) im Düsseldorfer Stadtgebiet von 1.000 Personen, welche sich an der Strecke des GD aufgehalten haben. Die Interviews wurden in folgenden Zonen durchgeführt:
 - Altstadt
 - Landtag
 - Oberkassel
 - Königsallee
 - Messe Start/Ziel
 - Rheinpark
- Neben allgemeinen Angaben zur Demografie und zum Radsport-/Fahrradinteresse, wurden vier wesentliche Aspekte abgefragt: (1) Anzahl der Übernachtungen in der Region (2) Ausgaben für die Unterkunft pro Nacht (3) Ausgaben für Verpflegung pro Tag und (4) Ausgaben für Shopping.
- Auf dieser Basis und aufgrund weiterer von der LHD bzw. des Projektbüros „Grand Départ“ der LHD zur Verfügung gestellter Informationen wurden indikativ die Einnahmen in den Bereichen Hotellerie und Gastronomie/Shopping in der Stadt Düsseldorf durch den Grand Départ ermittelt.
- In Bezug auf die Zuschauerzahl wurde auf die öffentlich kommunizierten Zahlen zurückgegriffen. Hier wurde für Samstag eine Zahl von 500.000 und für Sonntag von 700.000 bis 800.000 Zuschauern angegeben. Für unsere Berechnungen wurden für Sonntag 700.000 Zuschauer angenommen.
- Zusätzlich wird der Controlling-Report des Projektbüros „Grand Départ“ der LHD mit Datum 01. September 2017 dargestellt und zudem die Nettobeiträge der städtischen Tochterunternehmen mit der LHD in Bezug auf den GD abgebildet.

Wesentliche Ergebnisse

Indikative ökonomische & fiskalische Effekte des Grand Départ auf die LHD

Einnahmen ¹⁾	Ökonomischer Effekt			Fiskalischer Effekt		
	Studie	Prognose ⁽²⁾	Vorläufig ⁽³⁾	IST ⁽⁴⁾	Prognose ⁽²⁾	IST ⁽⁴⁾
Hotellerie		3,0 Mio. Euro	>3,0 Mio. Euro	3,2 Mio. Euro	0,2 Mio. Euro	0,2 Mio. Euro
Gastronomie/ Shopping⁽³⁾		54,1 Mio. Euro	>55,0 Mio. Euro	60,6 Mio. Euro	1,7 Mio. Euro	1,2 Mio. Euro
Gesamt		57,1 Mio. Euro	>58,0 Mio. Euro	63,8 Mio. Euro	1,9 Mio. Euro	1,4 Mio. Euro

Verteilung ökon. Effekt nach Gruppen



Kernaussagen:

- 1) Hochgerechnet aus der repräsentativen Umfrage wurden geschätzt 63,8 Mio. Euro durch die Zuschauer und die Beteiligten des GD für Shopping, Gastronomie und Hotels ausgegeben – davon 49,3 Mio. Euro durch auswärtige Zuschauer.
- 2) Der fiskalische Effekt (durch GewSt-Einnahmen) wurde auf 1,4 Mio. Euro geschätzt. Dieser Wert lag 0,5 Mio. Euro unter der Prognose, welche u.a. einen verkaufsoffenen Sonntag annahm.
- 3) Laut Projektcontrolling belaufen sich die Nettokosten der LHD auf 7,8 Mio. Euro.

Grand Départ - Controlling-Bericht Projektbüro "Grand Départ"

in Mio. Euro	Contr.-Bericht 01.09.2017	Davon Extern	Davon städt. Töchter ⁽¹⁾
Projekterträge	7,7	4,9	2,8
Sonstige Projekterträge	0,3	0,3	-
Erträge	8,0	5,2	2,8
Lizenz	(4,5)	(4,5)	-
Set-Up Prolog und 2. Etappe	(4,6)	(2,4)	(2,2)
Sonstiges	(6,7)	(6,3)	(0,4)
Aufwendungen	(15,9)	(13,3)	(2,6)
Nettoerträge/-kosten	(7,8)		

Anmerkung: (1) Die hier dargestellten Werte beziehen sich nur auf Cash-Geschäfte und berücksichtigen ausschließlich Transaktionen zwischen der LHD und den jeweiligen städtischen Tochtergesellschaften.
Quelle: Projektbüro "Grand Départ" Landeshauptstadt Düsseldorf, Deloitte-Analyse.

Anmerkungen: (1) Zur Berechnung der jeweiligen Effekte siehe Folgeseiten. (2) Diese Daten ergeben sich aus unserer Studie im Rahmen der Bewerbung der LHD für den GD der Tour de France vom 20. Oktober 2015. Hier wurde Gastronomie und Shopping gemeinsam abgefragt und somit können diese nicht separat aufgeschlüsselt werden. Zudem wurde ein verkaufsoffener Sonntag mit eingerechnet. (3) Die Berechnungsmethodik entspricht der Methodik von IST, wurde vorläufig auf Basis der durchgeführten Befragungen am Samstag berechnet. (4) Gastronomie/Shopping wurde für die Prognose nicht separat berechnet. Zu Vergleichszwecken wurden diese beiden Bereiche in der obigen Abbildung zusammengefasst.

Quellen: Repräsentative Befragung, Deloitte-Analyse.

Inhalt

1. Zusammenfassung

- a) Ausgangssituation & Vorgehensweise
- b) Wesentliche Ergebnisse

2. Details

- a) Indikativer ökonomischer & fiskalischer Effekt
- b) Ergebnisse der Befragung
- c) Haushaltseffekt Projekt „Grand Départ“

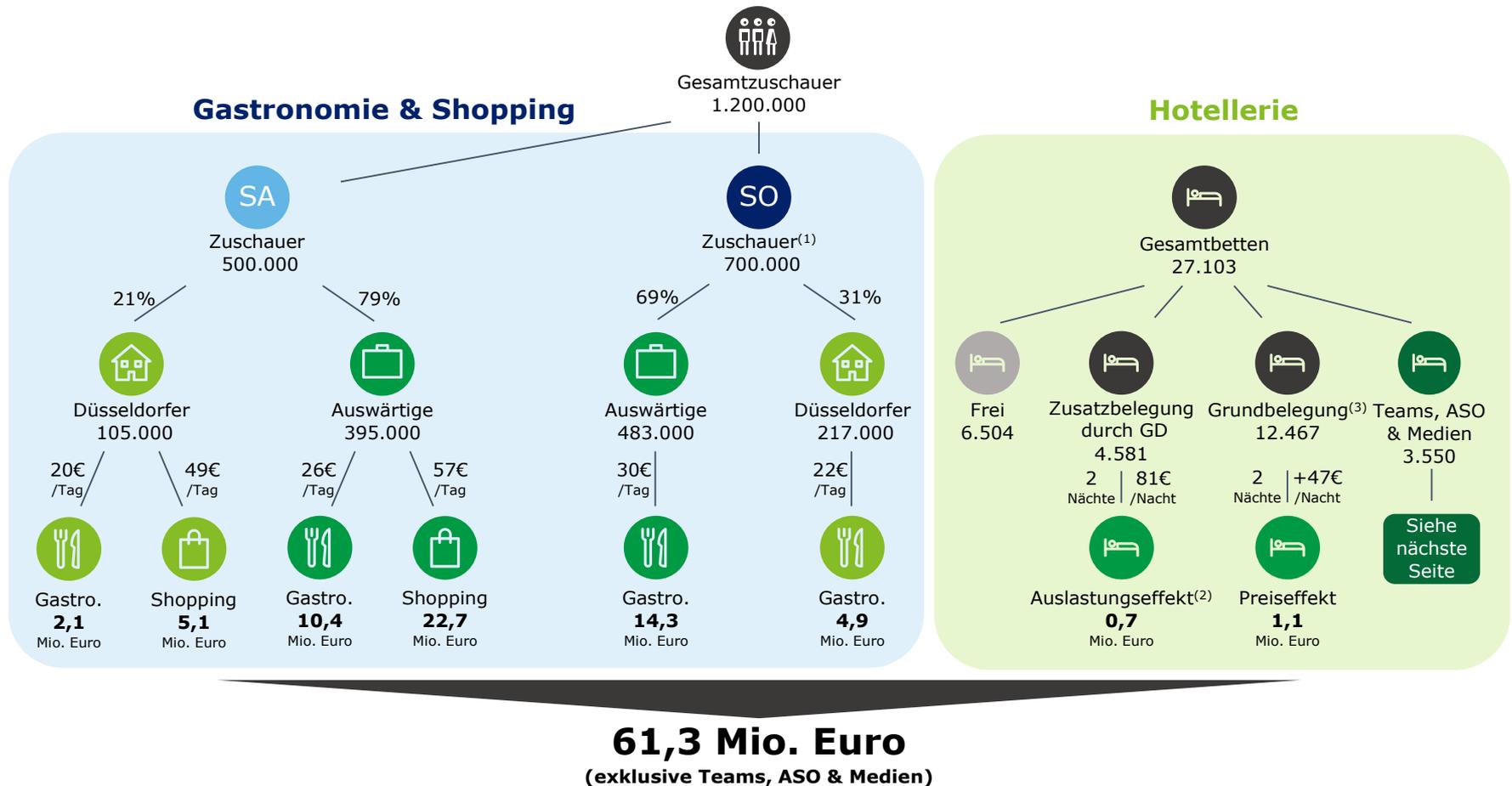
3. Anlagen

- a) Berechnung indikativer ökonomischer & fiskalischer Effekt
- b) Benchmark-Analyse
- c) Mediale Bewertung



Indikativer ökonomischer Effekt – Zuschauer

Der wesentliche ökonomische Effekt ergibt sich durch die auswärtigen Zuschauer mit Shopping am Samstag

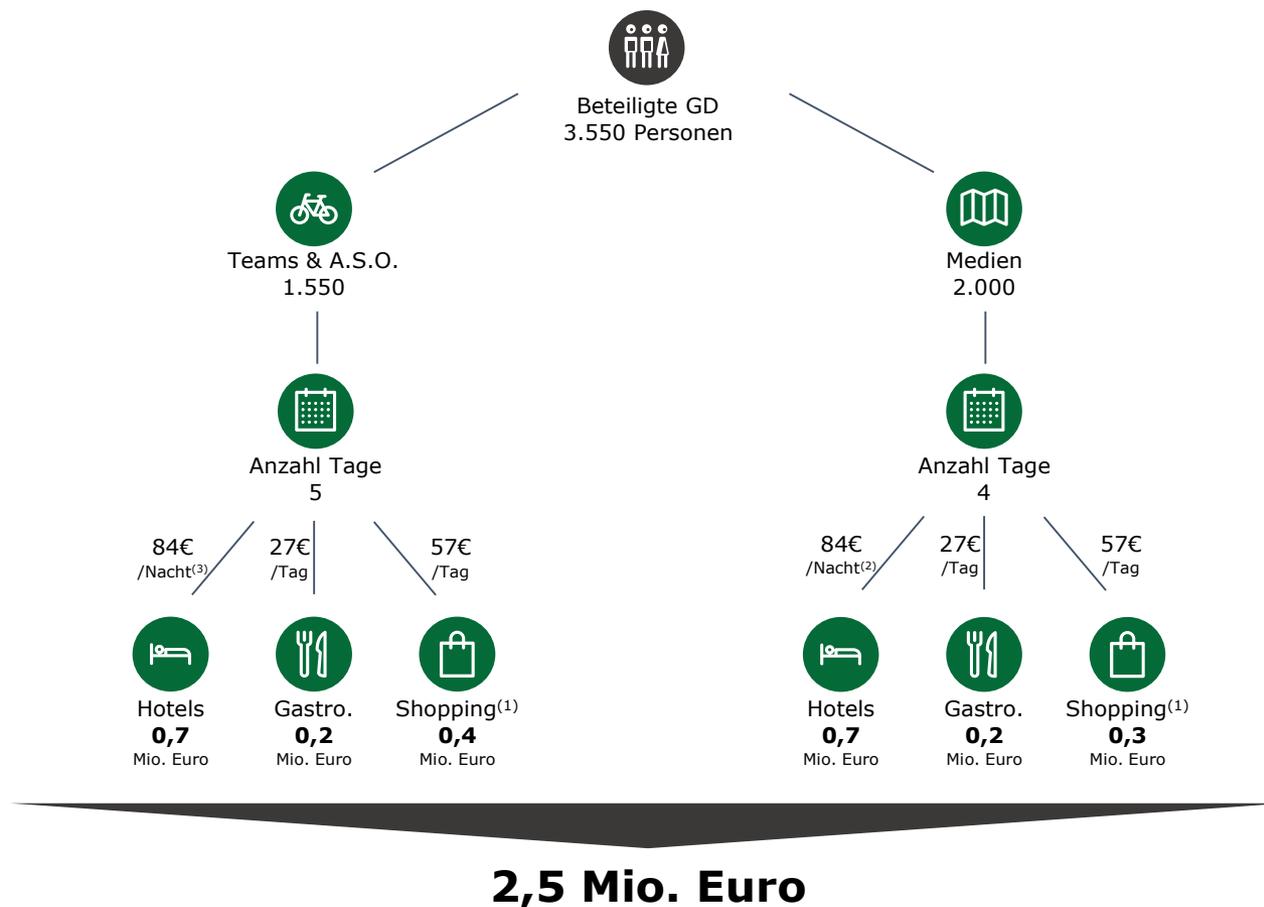


Anmerkungen: (1) Sonntags kein Shopping mit eingerechnet, da die Geschäfte an diesem Tag geschlossen waren. (2) Steigerung der Grundausslastung von 46% (durchschnittliche Auslastung im Monat Juli) auf 76% während des GD. (3) Die Grundbelegung entspricht der durchschnittlichen Betten-Auslastung im Monat Juli (Zeitraum 2011 bis 2016).

Quellen: Repräsentative Befragung, Deloitte-Analyse.

Indikativer ökonomischer Effekt – Teams, ASO, Medien

Durch die direkt am GD beteiligten Personen fließen rund 2,5 Mio. Euro nach Düsseldorf



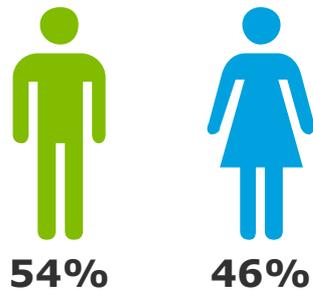
Anmerkungen: (1) Sonntags kein Shopping inkludiert, da die Geschäfte an diesem Tag geschlossen waren. (2) Ergibt sich aus den durchschnittlich gezahlten Preisen pro Bett.

Quellen: Repräsentative Befragung, Landeshauptstadt Düsseldorf, A.S.O., Deloitte-Analyse.

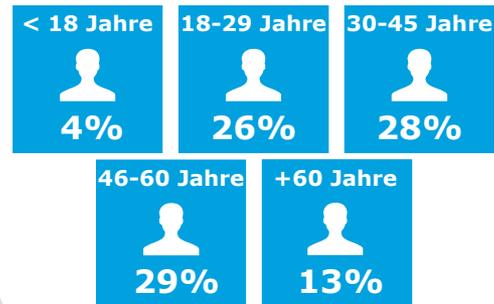
Wesentliche Ergebnisse der Befragung

Die repräsentative Befragung wurde am Samstag und Sonntag mit 1.000 persönlichen Interviews in Düsseldorf durchgeführt

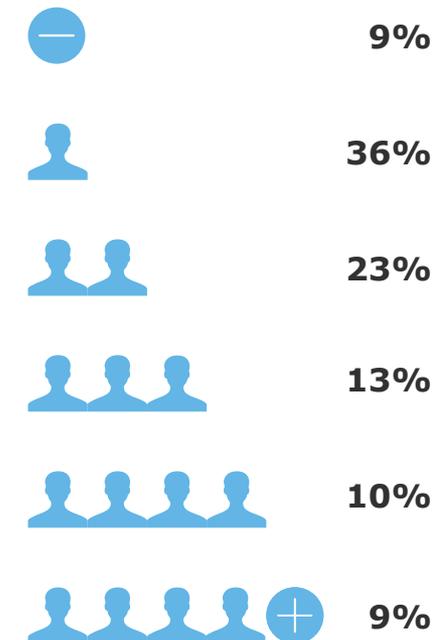
Geschlecht



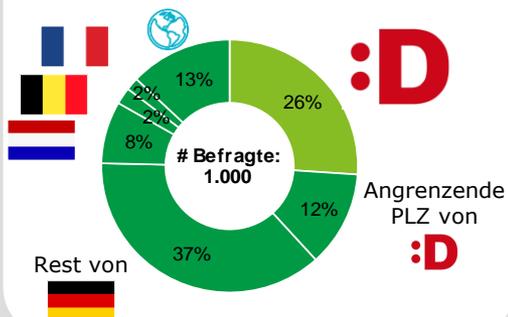
Altersstruktur



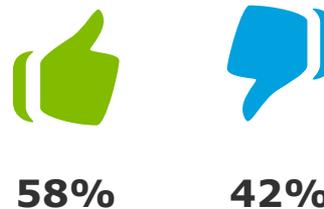
Anzahl der Begleitpersonen



Herkunft der Zuschauer des GD



„Waren Sie schon einmal zu Besuch in Düsseldorf?“⁽¹⁾



Anmerkung: (1) Exklusive positive Antwort „Wohnhaft in Düsseldorf“.

Quelle: Repräsentative Befragung.

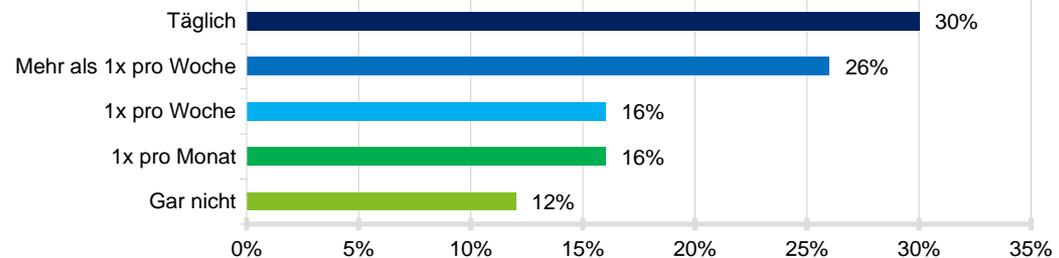
Wesentliche Ergebnisse der Befragung

60% der Befragten waren aufgrund des GD in Düsseldorf, 62% kamen erstmalig zu einer Etappe der Tour de France

Besuchsgrund



„Wie häufig nutzen Sie Ihr Fahrrad?“



„Haben Sie in der Vergangenheit schon eine oder mehrere Etappen der Tour de France am Streckenrand verfolgt?“



38%



62%

„Können Sie sich vorstellen, zukünftig häufiger Fahrrad zu fahren?“



72%



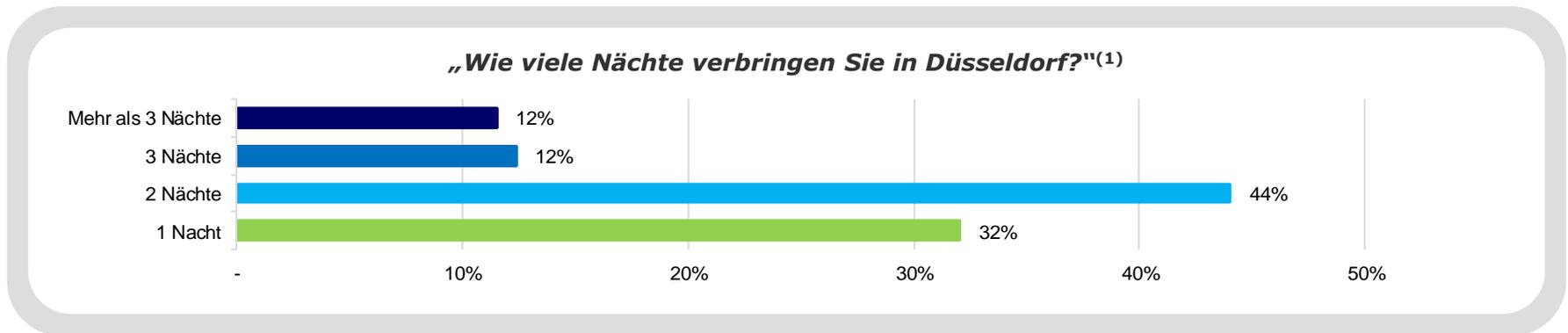
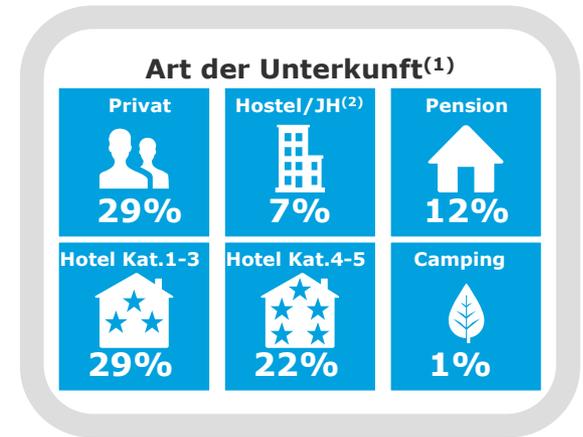
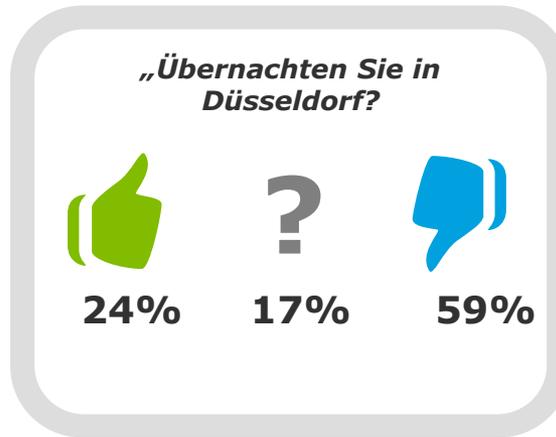
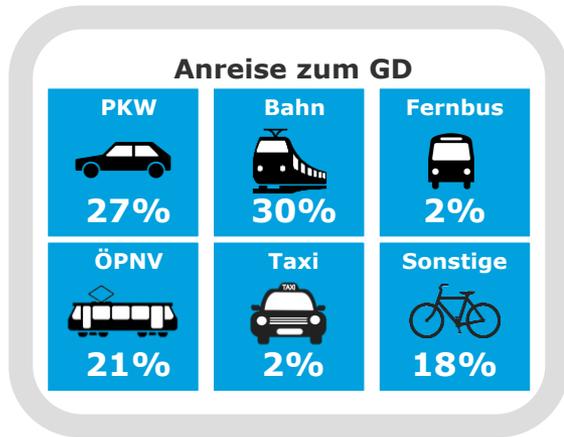
28%

Anmerkung: (1) Rahmenpr. = Grand Départ Rahmenprogramm.

Quelle: Repräsentative Befragung.

Wesentliche Ergebnisse der Befragung

24% der Besucher (Nicht-Düsseldorfer) übernachteten in Düsseldorf



Anmerkungen: (1) Frage bezieht sich auf auswärtige Befragte, die in Düsseldorf übernachteten. (2) JH = Jugendherberge.

Quelle: Repräsentative Befragung.

Wesentliche Ergebnisse der Befragung

Im Schnitt gaben die befragten Personen an, 81 Euro pro Tag für Shopping und Verpflegung auszugeben. Übernachtungsgäste mit Unterkunft zahlten zusätzlich 81 Euro pro Nacht

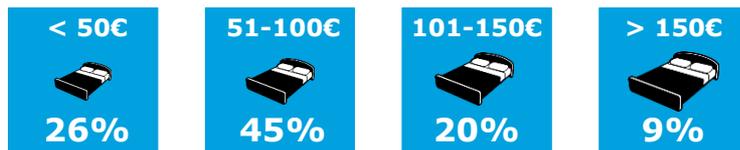
Ausgaben pro Person und Tag für Shopping etc.



Ausgaben pro Person und Tag für Verpflegung⁽¹⁾



Ausgaben pro Person und Nacht für eine Unterkunft in Düsseldorf (exkl. Frühstück)⁽²⁾



Durchschnittliche Konsumausgaben pro Person und Tag



Anmerkungen: (1) Frage bezieht sich auf einheimische und auswärtige Befragte. (2) Frage bezieht sich auf auswärtige Befragte. (3) Inklusive Übernachtungsgäste. (4) Betrag pro Nacht.

Quelle: Repräsentative Befragung.

Wesentliche Ergebnisse der Befragung

Mehr als 90% der Befragten erwarten positive Effekte des Grand Départ für das Image der LHD

„Wie schätzen Sie den GD im Hinblick auf die öffentliche Wahrnehmung der Stadt Düsseldorf ein?“⁽¹⁾



91%



2%



7%

„ Wie schätzen Sie die möglichen Effekte eines GD im Hinblick auf die Entwicklung von Düsseldorf als fahrradfreundliche Stadt ein?“⁽¹⁾



72%



28%

Anmerkung: (1) Antwort-Cluster: „positiv“/„eher positiv“, „teils/teils“ bzw. „negativ“/„eher negativ“.

Quelle: Repräsentative Befragung.

Haushaltseffekt „Grand Départ“

Insgesamt führt der Grand Départ zu Nettokosten von 7,8 Mio. Euro für die LHD

Grand Départ - Controlling-Bericht Projektbüro "Grand Départ"

in Mio. Euro	Controlling-Bericht Stand 01.09.2017	Davon	
		Extern	Davon städtische Töchter ⁽¹⁾
Projekterträge	7,7	4,9	2,8
Sonstige Projekterträge	0,3	0,3	-
Erträge	8,0	5,2	2,8
Lizenz	(4,5)	(4,5)	-
Set-Up Prolog und 2. Etappe 2017	(4,6)	(2,5)	(2,2)
Rahmenprogramm / Side-Events	(1,4)	(1,2)	(0,1)
Marketing / Kommunikation	(0,9)	(0,8)	(0,1)
Sonstiges	(3,0)	(2,9)	(0,1)
Hospitality	(1,4)	(1,4)	-
Aufwendungen	(15,9)	(13,3)	(2,6)
Nettoerträge/-kosten	(7,8)		

Wesentliche Erkenntnisse:

- Insgesamt ergeben sich Nettokosten der LHD von 7,8 Mio. Euro.
- Die städtischen Tochtergesellschaften haben 2,8 Mio. Euro für Sponsoring und andere Leistungen an die LHD gezahlt. Die LHD hat Zahlungen an die städtischen Töchter in Höhe von 2,6 Mio. Euro geleistet.
- Wesentliche Kostenpunkte waren die Lizenzkosten von 4,5 Mio. Euro sowie das Set-Up für den Prolog von 4,6 Mio. Euro.

Grand Départ - Aufriss Set-Up Prolog und 2. Etappe

in Mio. Euro	Contr.-Bericht 01.09.2017	Davon	
		Extern	Davon städt. Töchter ⁽¹⁾
Leistungen Messe / DSCE	(1,7)	-	(1,7)
Technik	(1,9)	(1,9)	-
Sonstige gemäß Pflichtenheft	(0,4)	-	(0,4)
Sonstiges	(0,7)	(0,6)	(0,1)
Set-Up Prolog und 2. Etappe	(4,6)	(2,9)	(2,2)

Grand Départ - Aufriss Sonstiges

in Mio. Euro	Contr.-Bericht 01.09.2017	Davon	
		Extern	Davon städt. Töchter ⁽¹⁾
Versicherung	(0,2)	(0,2)	-
Volunteering	(0,1)	(0,1)	(0,0)
Dienstleistungen	(1,9)	(1,9)	(0,0)
Personal	(0,1)	(0,1)	-
Geschäftsaufwendungen	(0,7)	(0,6)	(0,1)
Sonstiges	(3,0)	(2,9)	(0,1)

Anmerkung: (1) Die hier dargestellten Werte beziehen sich nur auf Cash-Geschäfte und berücksichtigen ausschließlich Transaktionen zwischen der LHD und den jeweiligen städtischen Tochtergesellschaften.

Quellen: Projektbüro "Grand Départ" Landeshauptstadt Düsseldorf, Deloitte-Analyse.

Haushaltseffekt Projekt „Grand Départ“

Die LHD erwirtschaftete 2,8 Mio. Euro an Erträgen von den städtischen Tochtergesellschaften und leistete Zahlungen in Höhe von 2,6 Mio. Euro an diese

Grand Départ - Geschäfte mit städtischen Tochtergesellschaften⁽¹⁾

in Mio. Euro	Stadtspark. Düsseldorf ⁽²⁾	Messe Düsseldorf	Düsseldorf Tourismus	DCSE	Flughafen Düsseldorf	IDR	Awista	Stadtwerke Düsseldorf	Rheinbahn AG	NRW Forum	Gesamt
Projekterträge	0,2	1,0	0,3	0,0	0,5	0,1	0,1	0,5	0,1	-	2,8
Sonstige Projekterträge	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Erträge	0,2	1,0	0,3	0,0	0,5	0,1	0,1	0,5	0,1	-	2,8
Lizenz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Set-Up Prolog und 2. Etappe	-	-	(0,0)	(1,7)	-	-	(0,3)	(0,1)	(0,1)	-	(2,2)
Rahmenprogramm / Side-Events	-	-	(0,0)	-	-	-	-	-	-	(0,1)	(0,1)
Marketing / Kommunikation	-	-	(0,1)	-	-	-	-	-	-	-	(0,1)
Sonstiges	-	-	(0,1)	(0,1)	-	-	-	-	(0,0)	-	(0,1)
Hospitality	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aufwendungen	-	-	(0,2)	(1,7)	-	-	(0,3)	(0,1)	(0,1)	(0,1)	(2,6)

Wesentliche Erkenntnisse:

- Die städtischen Tochtergesellschaften haben 2,8 Mio. Euro für Sponsoring und andere Leistungen an die LHD gezahlt. Demgegenüber hat die LHD Zahlungen an die städtischen Töchter in Höhe von 2,6 Mio. Euro geleistet.
- Den größten Anteil an den Projekterträgen der LHD wurde von der Messe Düsseldorf in Höhe von 1,0 Mio. Euro verbucht.
- Wesentlicher Kostenpunkt an dem städtische Tochtergesellschaften beteiligt waren, ist der Bereich „Set-Up Prolog und 2. Etappe“ mit insgesamt 2,2 Mio. Euro.

Anmerkung: (1) Die hier dargestellten Werte beziehen sich nur auf Cash-Geschäfte und berücksichtigen ausschließlich Transaktionen zwischen der LHD und den jeweiligen städtischen Tochtergesellschaften.

Quellen: Projektbüro "Grand Départ" Landeshauptstadt Düsseldorf, Deloitte-Analyse.

Inhalt

1. Zusammenfassung

- a) Ausgangssituation & Vorgehensweise
- b) Wesentliche Ergebnisse

2. Details

- a) Indikativer ökonomischer & fiskalischer Effekt
- b) Ergebnisse der Befragung
- c) Haushaltseffekt Projekt „Grand Départ“

3. Anlagen

- a) Berechnung indikativer ökonomischer & fiskalischer Effekt
- b) Benchmark-Analyse
- c) Mediale Bewertung



Berechnung ökonomischer & fiskalischer Effekt

Methodik und Annahmen

Ökonomischer Effekt

Der ökonomische Effekt berechnet sich jeweils aus den bereitgestellten Daten der LHD, aus der repräsentativen Befragung und den weiteren erhaltenen Daten. Hierbei handelt es sich zum Teil um Annahmen, welche zur Vereinfachung eines komplexen Sachverhalts wie des GDs herangezogen werden. So wurden die Zuschauerzahlen und die Anzahl der an dem GD beteiligten auswärtigen Personen (Teams, A.S.O. und Medien) von der LHD und der A.S.O. zur Verfügung gestellt.

- Gastronomie/Shopping: Zur Berechnung des indikativen ökonomischen Effektes aus Gastronomie und Shopping, wurden jeweils die Befragungsergebnisse der jeweiligen Zielgruppen (Düsseldorfer vs. auswärtige Personen) verwendet. Diese wurden auch für die am GD beteiligten auswärtigen Zuschauer herangezogen.
- Hotellerie: Bei der Berechnung des indikativen ökonomischen Effektes in Bezug auf die Hotellerie wurden zur Berechnung der Auslastungsrate und der Preissteigerung die von trivago am 20. Juni 2017 bereitgestellten und veröffentlichten Daten zugrunde gelegt. Die Gesamtzahl an Betten in Düsseldorf wurde durch die Düsseldorf Tourismus GmbH zur Verfügung gestellt.

Fiskalischer Effekt

Aus Sicht der LHD sind im Zusammenhang mit der möglichen Durchführung eines GD grundsätzlich zwei fiskalische Effekte von Belang: (a) Umsatzsteuer und (b) Gewerbesteuer.

- Zu (a): Der Gemeindeanteil der LHD an der gesamten auf Bundesebene anfallenden Umsatzsteuer beträgt bis zum Jahr 2020 rd. 0,03%. Demzufolge ist der Umsatzsteuereffekt zu vernachlässigen.
- Zu (b): Die Gewerbesteuer kommt brutto zu 100% der LHD zugute. Das zusätzliche Brutto-Einnahmepotenzial der Düsseldorfer Hotellerie durch den GD in der LHD wurde um die darin enthaltene Umsatzsteuer reduziert, um das für die Berechnung des gewerbesteuerpflichtigen Gewinns relevante Netto-Einnahmepotenzial zu erhalten. Der durchschnittliche Umsatzsteuersatz sowie die Gewinnmarge für die Düsseldorfer Hotellerie und Gastronomie wurde auf Basis von Detailinformationen der DEHOGA ermittelt. Der durchschnittliche Umsatzsteuersatz sowie die Gewinnmarge für die Düsseldorfer Einzelhändler („Shopping“) ergibt sich auf Basis von Detailinformationen des Handelsverbands NRW. Zur Berechnung des Gewerbesteuerereffekts wurde die relevante Steuermesszahl, der Hebesatz der LHD und der Gemeindeanteil⁽¹⁾ berücksichtigt.

Anmerkungen: (1) Im Rahmen der gewerbesteuerlichen Grundlagen.

Quellen: Landeshauptstadt Düsseldorf, Trivago, GewStG, Deloitte-Analyse.

Benchmark-Analyse

Übersicht vergleichbarer Ausrichterstädte

	Düsseldorf		Utrecht	Yorkshire	Lüttich	Rotterdam
GD-Jahr	Ist	Progose	2015	2014	2012	2010
Ø Konsumausgaben ⁽¹⁾	82 Euro ^(2;3)	54 Euro ⁽³⁾	35 Euro ^(4;5)	50 Euro ⁽⁶⁾	k.A.	40 Euro
Ø Übernachtungsausgaben ⁽¹⁾	81 Euro ⁽³⁾	79 Euro ⁽³⁾	k.A.	59 Euro ⁽⁶⁾	k.A.	67 Euro
Ökonomischer Effekt	64 Mio. Euro⁽⁷⁾	57 Mio. Euro⁽⁷⁾	35 Mio. Euro⁽⁵⁾	129 Mio. Euro⁽⁶⁾	k.A.	37 Mio. Euro

Anmerkungen: Alle genannten Beträge sind genäherte Werte. (1) Angaben jeweils pro Person und Tag/Nacht. (2) Konsumausgaben beziehen sich auf Einnahmen aus Gastronomie und Shopping. (3) Angaben gemäß Umfrage. (4) Nur Essen und Trinken. (5) Angaben basieren auf einer Schätzung durch den damaligen Projektverantwortlichen. (6) Der Betrag bezieht sich auf die gesamte Region Yorkshire und umfasste aufgrund von zwei Straßenrennen ein deutlich größeres Einzugsgebiet. Umrechnung erfolgte mit dem Tageskurs vom 05. Juli 2014 (Tag des Veranstaltungsbegins): £1 = €1,2624. Daten laut Ausrichterstadt/Region. (7) Auf Basis der getroffenen Annahmen.

Quellen: Ausrichterstädte, Deloitte-Analyse.

Mediale Bewertung

Die Medienpräsenz des Grand Départ führt zu einem Werbeäquivalenzwert von rund 343 Mio. Euro für die LHD, wobei der größte Anteil auf den Bereich Online entfällt

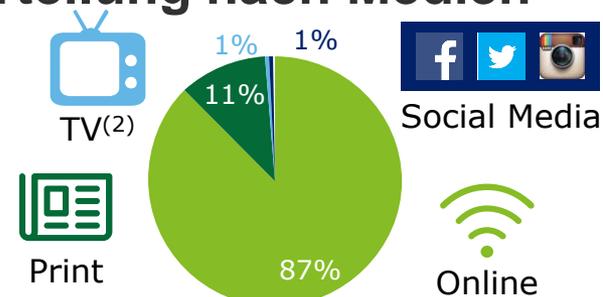
Werbeäquivalenzwert für den Betrachtungszeitraum 01. August 2016 bis 31. Juli 2017

Grand Départ⁽¹⁾
01.08.2016 - 31.07.2017



343 Mio. Euro
Werbeäquivalenzwert

Verteilung nach Medien⁽¹⁾



Anmerkungen: (1) Ermittelt von Pressrelations über den gesamten Grand-Départ-Zyklus. (2) Ermittelt durch Nielsen Sports über den Zeitraum des Grand Départs vom 28.06.2017 – 03.07.2017.

Quellen: pressrelations, Nielsen Sports.

Mediale Bewertung

Über 354,5 Mio. TV-Kontakte über den GD-Zeitraum konnten weltweit erreicht werden

Anzahl der TV-Kontakte für den Betrachtungszeitraum 28. Juni 2017 bis 03. Juli 2017

in Mio. Kontakten ⁽¹⁾	Spezifische Sendungen	Sekundärberichte	Gesamt
National	14,0	83,0	97,0
International	52,4	205,1	257,5
Gesamt	64,4	288,1	354,5

Gesamtkontakte International:

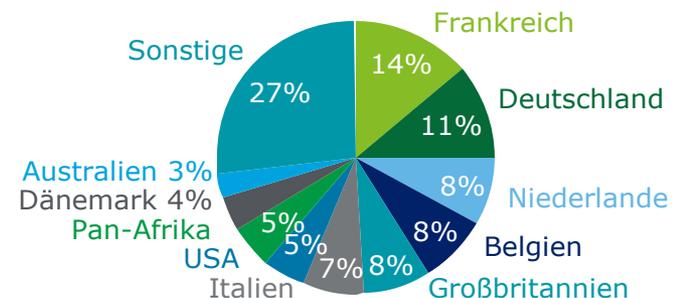


Düsseldorf



151 Stunden
Sichtbarkeit im TV führen zu
13 Mio. Euro
Werbeäquivalenzwert

Verteilung nach Land



Anmerkung: (1) Hierbei handelt es sich um die absolute Anzahl aller Kontakte über den beschriebenen Betrachtungszeitraum.

Quelle: Nielsen Sports.

2017 Deloitte



Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für mehr als 244.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Diese Präsentation enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk“) erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendjemand im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.