

Atradius: Gastronomie droht bei der Fußball-WM im Abseits zu stehen

- **Späte Spiele und Cocooning als Bremsfaktoren für Gastronomie in Deutschland**
- **Atradius Umfrage: Effekte der Fußballweltmeisterschaft für die Wirtschaft kaum spürbar**

Köln, 09. Juni 2026 – Fußball-Fans fiebern der in 2 Tagen beginnenden Weltmeisterschaft in den USA, Mexiko und Kanada entgegen. Doch in der Gastronomie ist die Euphorie eher verhalten. „Die späten Spiele und der Trend zum Cocooning dürften allenfalls ein Strohfeuer entfachen, aber keinen nachhaltig positiven Effekt für die Wirte und Gastronomen haben“, sagt Frank Liebold, Country Director Deutschland beim internationalen Kreditversicherer Atradius. Die Gastronomie verzeichnete mit mehr als 11.000 Pleiten, davon allein fast 3.000 im Jahr 2025, zuletzt Rekord-Insolvenzen.

Die Gastronomiebranche kämpft bereits seit Jahren mit Herausforderungen, die sich in jüngster Zeit verschärft haben. Einerseits beklagen Wirte und Brauereien eine sinkende Konsumbereitschaft in Deutschland. So sank der Bierverbrauch nach Angaben des Deutschen Brauer-Bundes seit 2018 von 99 Liter pro Kopf auf 84,3 Liter im vergangenen Jahr. Andererseits ist die Branche aufgrund von steigenden Kosten für Personal, Energie, Lizenzen und Security zunehmend in der Defensive. „Die Inflation sorgt zudem für eine gedämpfte Konsumlaune“, so Frank Liebold weiter. Profitieren werden aus seiner Sicht aber voraussichtlich der Lebensmittel-Groß- und Einzelhandel sowie Snackhersteller. Für die Fleischproduzenten sind die warmen Monate angesichts des saisonalen Grillgeschäfts ohnehin ein guter Zeitraum.

Dass eine Fußball-Großveranstaltung für das Veranstaltungsland durchaus wirtschaftliche Impulse bringen kann, zeigte die Europameisterschaft in Deutschland 2024. Sie generierte laut Studien von Nielsen Sports und dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) einen volkswirtschaftlichen Nutzen von rund 7,4 Milliarden Euro für die deutsche Wirtschaft. Ausländische Fans und Touristen gaben Milliarden für Reisen, Unterkünfte und Gastronomie aus und der Absatz von Fanartikeln, Lebensmitteln für private Grillabende und Fernsehern stieg spürbar. „Ein solcher Effekt ist in diesem Jahr für Deutschland allerdings kaum zu erwarten“, glaubt Frank Liebold. Diese Einschätzung stützt eine aktuelle Atradius-Kundenumfrage in der 87 Prozent der befragten Unternehmen davon ausgehen, dass die WM keine oder nur teilweise positive Effekte auf die deutsche Wirtschaft haben wird, während nur 13 Prozent davon ausgehen, dass die WM einen wirtschaftlichen Impuls geben kann. Auch die sportlichen Erwartungen sind eher vorsichtig optimistisch. Die meisten Befragten sehen die deutsche Nationalmannschaft im Viertelfinale (39 Prozent) oder Achtelfinale (27 Prozent). Ein Titelgewinn wird lediglich von knapp 5 Prozent für realistisch gehalten. Für die diesjährigen Austragungsorte in den USA, Kanada und Mexiko gibt es die wachsende Befürchtung, dass die wirtschaftlichen Effekte des Turniers hinter den Erwartungen zurückbleiben werden. Die erwartete touristische Nachfrage blieb aufgrund von hohen Flug- und Ticketpreisen aus.

Fußball-Weltverband FIFA der Gewinner dieser WM

Einen durchweg positiven Effekt durch die WM zeichnet sich für den Weltfußballverband FIFA ab. In ihrem jüngsten Finanzbericht gab der Verband bekannt, dass die FIFA in dem vierjährigen Zyklus bis zur Weltmeisterschaft Einnahmen in Höhe von insgesamt 13 Milliarden US-Dollar erwartet, wovon rund neun

Milliarden US-Dollar in diesem Jahr erzielt werden sollen. Im Vergleich dazu brachten die Olympischen Spiele in Paris im Jahr 2024 5,2 Milliarden US-Dollar ein. Der enorme wirtschaftliche Schub für die FIFA liegt vor allem an der Größe der Veranstaltung mit statt bisher 32 nun 48 Mannschaften und 104 Spielen. Für die FIFA als Organisator der Weltmeisterschaft, bedeutet dies mehr zu vermarktende Übertragungsrechte, mehr zu verkaufende Tickets und mehr Sponsoring-Kapazitäten, die monetarisiert werden können.

Wirtschaftliche Entwicklung und WM-Qualifikation

Die Zusammenhänge zwischen dem runden Leder und der globalen Wirtschaft sind äußerst komplex. Nach Prognosen des Internationalen Währungsfonds (IWF) machen die teilnehmenden Nationen rund zwei Drittel des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) aus. Die USA führen die Tabelle an und tragen 26,2 Prozent zum Gesamtwert bei. Der erste Deutsche Vorrundengegner Curaçao (185.500 Einwohner) steuert lediglich 0,003 Prozent bei. Auf den ersten Blick besteht ein klarer Zusammenhang zwischen wirtschaftlicher Entwicklung und WM-Qualifikation. Denn rund zwei Drittel der 48 Mannschaften, die sich für die WM 2026 qualifizierten, sind Länder mit hohem oder oberem mittlerem Einkommen, während etwa ein Drittel Länder mit unterem mittlerem Einkommen sind. Nur eine Handvoll fällt in die Kategorie der, laut den Vereinten Nationen, am wenigsten entwickelten Länder.

Schaut man auf das Länderrisiko der qualifizierten Teilnehmer, fallen nach Einschätzung von Atradius 24 teilnehmende Länder in die Kategorie „geringes Risiko“, elf weisen ein mittleres Risiko und 13 ein hohes Risiko auf. „Stärkere wirtschaftliche Fundamentaldaten begünstigen zwar die Qualifikationschancen, dennoch stellen erhöhte Risikoprofile einzelner Länder kein Hindernis für die Teilnahme auf der globalen Bühne dar“, sagt Frank Liebold. Eine weitere Möglichkeit für Volkswirtschaften, Gewinne aus der Weltmeisterschaft zu erzielen, ist – laut einer Studie der University of Surrey im Vereinigten Königreich – übrigens der Gewinn des Turniers.

Über Atradius

Atradius ist ein globaler Anbieter von Kreditversicherungen, Bürgschaften, Inkassodienstleistungen und Wirtschaftsinformationen mit einer strategischen Präsenz in mehr als 50 Ländern. Die von Atradius angebotenen Produkte schützen Unternehmen weltweit vor den Ausfallrisiken beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen auf Kredit. Atradius ist Mitglied der Grupo Catalana Occidente (GCO.MC), einer der größten Versicherer in Spanien und einer der größten Kreditversicherer der Welt. Weitere Informationen finden Sie online unter www.atradius.de.

Für weitere Informationen:

Atradius Kreditversicherung

Niederlassung der Atradius Crédito y Caución S.A. de Seguros y Reaseguros

Astrid Goldberg

Pressesprecherin

Telefon: +49 (0) 221 2044 - 2210

E-Mail: astrid.goldberg@atradius.com

Stefanie Heilken

Pressereferentin

Telefon: +49 (0) 221 2044 – 1034

E-Mail: stefanie.heilken@atradius.com

The operating companies affiliated with Atradius N.V. (Atradius Group) conduct insurance, debt collection and information services business through their registered (branch) offices in many countries. For information about the main registration details of Atradius Group offices in your country, please visit <https://group.atradius.com/contact-us/>

Important Notice:

This email, including any and all attachments, is intended for the addressee or its representative only. It is confidential and may be under legal privilege. Any form of publication, reproduction, copying or disclosure of the content of this email is not permitted, unless expressly otherwise indicated in the email by the Atradius contact person. If you are not the intended recipient of this email and its contents, please notify the sender immediately by reply email and delete this email and all its attachments subsequently. Although this email and any attachments are believed to be free of any virus or other defect that might affect any computer system into which it is received and/or opened, it is the responsibility of the recipient to ensure that it is virus free and no responsibility is accepted by Atradius Group companies, either jointly or severally, for any loss or damage arising in any way from its use. Email received by Atradius Group can be stored for business purposes.