

Gutachten für die Durchführung von Großsportveranstaltungen in Nürnberg

Prof. Dr. Tobias Haupt, Prof. Hans-Peter Mayer, Patricia Seitz

1. Sachverhalt (kurz):

Im Dezember 2017 wurde die Hochschule für angewandtes Management, Ismaning, mit der Durchführung eines Gutachtens beauftragt, das als Entscheidungsgrundlage für ein Großsportveranstaltungs-konzept der Stadt Nürnberg dienen soll. Es soll aufgezeigt werden, welche Eigenschaften und Rahmenbedingungen eine Sportstadt auszeichnen. Darüber hinaus soll ermittelt werden, welche Sportarten und Veranstaltungskategorien zu Nürnberg passen und welchen personellen und finanziellen Aufwand diese bei der Stadt Nürnberg verursachen würden. Außerdem soll dargestellt werden, wie Sponsoren durch die Unterstützung von Sportveranstaltungen profitieren, ob und wie die Stadt Nürnberg bei der Akquise unterstützen kann und wie das Interesse regionaler Sponsoren an Sportveranstaltungen beurteilt wird.

2. Ergebnisse

2.1 Eigenschaften und Rahmenbedingungen einer Sportstadt

2.1.1 Quantität und Qualität von Großsportveranstaltungen

Die Anzahl der Großsportveranstaltungen hat in Nürnberg vom Jahr 2017 zum Jahr 2018 abgenommen. Der Grund hierfür sind einmalige Großsportveranstaltungen, die im Jahr 2017 durchgeführt wurden und im Jahr 2018 wegfallen. Hierzu zählen die Euro Hockey Challenge, ein Fußball-Länderspiel, der Red Bull District Ride und ein Euro League Basketball Spiel. Das Potential für die Durchführung von mehr Großsportveranstaltungen war/ist in beiden Jahren gegeben, da es zahlreiche Anfragen für die Durchführung von Großsportveranstaltungen in der Stadt Nürnberg gab (z.B. die Frauen Handball WM 2017). Die Großsportveranstaltungen konnten aus verschiedenen, z.B. wirtschaftlichen Gründen, nicht durchgeführt werden.

2.1.2 Vergleich mit den ausgewählten Städten

Im Unterschied zu ausgewählten Städten (3) schneidet Nürnberg im qualitativen Vergleich mit Rang 2, im quantitativen und qualitativen Vergleich lediglich mit Rang 3 ab. Im Vergleich schneidet Hamburg sowohl bei der Quantität, als auch bei der Qualität von Großsportveranstaltungen mit Rang 1 ab. Dies ist zu begründen, da Hamburg sehr viele Veranstaltungen mit internationalem Charakter durchführt. Stuttgart schneidet hier vor Nürnberg ab, da die Tennisturniere ein hohes Interesse bei der Bevölkerung aufweisen. Gleichzeitig werden in Stuttgart auch von der Anzahl her mehr Großsportveranstaltungen als in Nürnberg durchgeführt. Dresden weist eine breite Vielfalt an Großsportveranstaltungen auf, jedoch ist das Interesse an den Sportarten bei der Bevölkerung eher gering, weshalb sich Dresden auf Rang 4 befindet.

2.2 Finanzieller und personeller Aufwand der Stadt Nürnberg

Personal: In Stuttgart sind 4 VZÄ + ein FSJler auf den Bereich Sportveranstaltungen fokussiert. In Nürnberg sind es nur 0,25 VZÄ. Nürnberg hat zusätzlich 0,2 VZÄ die derzeit auf den Bereich Sponsoring spezialisiert sind.

Finanzen: Die kommunalen Ausgaben für den Neubau & Sanierung von Sportstätten/ Investitionszuschüssen liegen in Nürnberg bei 550.000€. Im Vergleich hierzu weist Stuttgart Ausgaben über 5 Mio.

€ pro Jahr aus. Stuttgart verwendet jährliche Mittel in Höhe von 400.000€ zur Mitfinanzierung von kleineren Sportveranstaltungen, Nürnberg hat in diesem Bereich keine finanziellen Mittel zur Verfügung. Auch im Bereich der Großsportveranstaltungen investiert die Stadt Stuttgart mehr Gelder (3 Mio. €) als Nürnberg (120.000€). Hierbei ist zu erwähnen, dass die Ausgaben anhand von Einzelfallentscheidungen getroffen wurden und nicht in den finanziellen Mitteln eingeplant waren.

2.2 Sportarten und Vergleichskategorien

2.2.1 Image und Imageziele der Stadt Nürnberg

Auf Basis von verschiedenen (älteren) Studien wurden der Stadt Nürnberg Imageattribute zugeordnet. Durch Großsportveranstaltungen bestehen Chancen negative Attributszuweisungen zu verbessern. Hierzu zählen: „nicht Zukunftsorientiert, keine Innovationen und Eindimensional“. Bei neueren Markenimageuntersuchungen (Brandmeyer Stadtmarken-Monitor, 2015) belegt Nürnberg einen hervorragenden vierten Platz bei Zielgruppen bis 29 Jahre in einem deutschlandweiten Vergleich der 49 größten Städte. Die Bewertung erfolgte nach folgenden Gesichtspunkten: Sympathie, Ruf der Stadt, tolles Ziel für eine Städtereise, wird sich in der Zukunft sehr gut entwickeln, Attraktivität, Vorstellung dort zu leben. Hieraus lassen sich Ansatzpunkte für die Imageziele der Stadt Nürnberg erkennen.

Diese wurden anhand dieser Ergebnisse wie folgt definiert:

- Stärkung der Wahrnehmung der Wirtschafts- und Innovationskraft durch geeignete Kommunikations- und Marketingmaßnahmen
- Beibehaltung der unverwechselbaren Geschichte, da es der Stadt einen besonderen Flair verleiht (Tradition)
- Stärkung der hohen Lebensqualität, da sich die Bürger mit der Stadt identifizieren
- Ansprache der jüngeren Gesellschaft um ein dynamisches Image zu schaffen (Modernität)
- Die Wahrnehmung der Stadt Nürnberg soll durch eine höhere Kommunikationsintensität gesteigert werden

Da Großsportveranstaltungen eine große Reichweitenwirkung aufweisen, können sie dazu dienen, die Ziele zu erreichen.

2.2.2 Zielgruppe der Stadt Nürnberg für die Durchführung von Großsportveranstaltungen

Aus dem Image und den Imagezielen wurde die Zielgruppe für die Durchführung von Großsportveranstaltungen bestimmt. Es sollen zukünftig verstärkt jüngere Menschen (bis 29 Jahre) angesprochen werden. Insbesondere sollen die negativen Imageattribute „nicht zukunftsorientiert und innovativ“ durch die Ansprache der jüngeren Zielgruppe verändert werden, in der Außenwirkung als innovative Stadt wahrgenommen und dadurch wiederum weitere junge Menschen angezogen werden. Dieser Image-transfer entfaltet ebenfalls seine Wirkung nach Innen, bei den Bürgerinnen und Bürger der Stadt Nürnberg. Innovative und attraktive Veranstaltungen steigern die Lebensqualität und damit auch die Identifikation mit der Stadt.

2.2.3 Potenzielle Großsportveranstaltungen für die Zukunft

Basierend auf derzeit durchgeführten Veranstaltungen, den ermittelten Top-Veranstaltungen der Vergleichsstädte, der Ermittlung von Trendsportarten und einer umfassenden Recherche wurde eine Liste mit möglichen Sportarten erstellt, welche für die dargestellte Zielgruppe interessant sind und somit für Großsportveranstaltungen in Nürnberg in Frage kommen. Hierzu zählen beispielsweise Fußball, Boxen,

American Football, Motorsport, Marathon, Biathlon, Triathlon, Leichtathletik, Basketball, Handball, Eishockey, Radsport, Tennis, eSport, Extrem-Hindernislauf, BMX, Skateboarding, Formel E, Schwimmen, uvm. Da die Wirkung von Großsportveranstaltungen bewertet werden soll, wurden folgende Kriteriencluster für die Bewertung betrachtet: Ökonomische Wirkung, Innovation, Modernität, Lebensqualität, Nachhaltigkeit und Kommunikationswirkung.

Durch die Bewertung der Kriterien ergibt sich ein Ranking für Großsportveranstaltungen, die sich in hervorragender Weise für Nürnberg eignen würden. Hierunter zählen derzeit durchgeführte und neue, potenzielle Großsportveranstaltungen. Es ergibt sich hierdurch folgendes Ranking:

Rang	Kategorie	Veranstaltung	Bewertung	Durchgeführt/Möglich
1	Zuschauerevent	ESL One	35	Möglich
2	Teilnehmerevent	BMX & Skateboarding Freestyle Event	33	Möglich
2	Zuschauerevent	Red Bull District Ride	33	Durchgeführt
4	Zuschauerevent	Fußball-Länderspiel Stadion	32	Durchgeführt
5	Zuschauerevent	Formel E Rennen am Norisring	31	Möglich
6	Zuschauerevent	Deutsche Meisterschaften Leichtathletik	30	Durchgeführt
7	Zuschauerevent	Austragung der X-Games	29	Möglich
7	Zuschauerevent	Smart/Techniker Beach Tour	29	Durchgeführt
7	Zuschauerevent	Austragung der Special Olympics Deutschland	29	Möglich
7	Zuschauerevent	Final Four im Handball	29	Möglich
7	Teilnehmerevent	Tough Mudder	29	Möglich
12	Zuschauerevent	Handball Länderspiel	28	Möglich
12	Zuschauerevent	WM/EM-Wettkampf im Boxen	28	Möglich
12	Zuschauerevent	Drone Racing League	28	Möglich
15	Zuschauerevent	Beach Soccer	27	Möglich
15	Zuschauerevent	Beach Handball	27	Möglich
15	Teilnehmerevent	Internationaler Stadtlauf	27	Möglich
15	Teilnehmerevent	Internationaler Triathlon	27	Möglich
15	Zuschauerevent	Norisring-Rennen	27	Durchgeführt

2.4 Sponsoring

2.4.1 Nutzen für Unternehmen durch Großsportveranstaltungen

Mit der Durchführung von Großsportveranstaltungen kann man neue Zielgruppen erreichen, die sich den klassischen Werbemaßnahmen entziehen. Für Sponsoren ergeben sich dadurch Chancen: Erhöhung der eigenen Reputation, Imagetransfer von der Großsportveranstaltung auf die eigene Marke, Steigerung der Akzeptanz und Sympathiewerte. Das Unternehmen erhält durch „neutrale“ Berichterstattung in den Medien eine deutlich höhere Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit. Die Großsportveranstaltungen können zur Pflege und zum Aufbau von Geschäftsfreunden, wichtigen Kunden, Politik und Presse genutzt werden. Die Nutzung des emotionalen Erlebnisses der Besucher von Großsportveranstaltungen kann sich positiv auf das Unternehmen auswirken. Der Sponsor profitiert von der guten Laune der Besucher.

2.4.2 Interesse regionaler Unternehmen an Großsportveranstaltungen in Nürnberg

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass 13 der 27 befragten Unternehmen die im Sponsoring tätig sind sich vorstellen können ihre Sponsoring Aktivitäten für Großsportveranstaltungen auszuweiten. Von diesen 13 Unternehmen sind 9 der Meinung, dass Nürnberg mehr Großsportveranstaltungen durchführen sollte.

69% (n=13) der befragten Unternehmen sind der Meinung, dass in Nürnberg mehr Großsportveranstaltungen durchgeführt werden sollen. Die Unternehmen haben hierbei keine speziellen Sportarten,

welche bevorzugt werden. Die neuen Großsportveranstaltungen sollten jedoch einen Mix aus traditionellen und jung/trendigen Sportarten aufzeigen. 13 der 27 befragten Unternehmen können sich vorstellen ihr Engagement im Sportsponsoring auszuweiten.

3. Handlungsempfehlungen

Die Modernisierung des Max-Morlock-Stadions ist in den nächsten Jahren zu empfehlen um die Attraktivität der Sportstätte aufzuwerten. Um mehr Großveranstaltungen in Nürnberg durchführen zu können, sollte Nürnberg mehr und aktiv auf Veranstalter/Ausrichter zugehen. Die Qualität der Großsportveranstaltungen in Nürnberg ist als vergleichsweise gut einzuschätzen. Eine Fokussierung auf Sportarten, die bei der Bevölkerung eine positive Wirkung erzielen und Resonanz erfahren, ist zu empfehlen. Hierzu empfiehlt sich eine empirische Erhebung (quantitative Befragung der Bevölkerung) um diese Entscheidung abzusichern. Für eine nachhaltige Entwicklung im geschilderten Sinn, ist es notwendig, dass die Stadt Nürnberg eine ganzheitliche Sportstrategie entwickelt. Hierzu kann die Strategie aus Hamburg (Dekadenziele) als Best-Practice-Beispiel dienen.

Im Bereich der personellen Ressourcen sollte Nürnberg das Personal für Großsportveranstaltungen erhöhen, um künftig gezieltere Maßnahmen durchführen zu können. Eine Erhöhung auf 1,5 VZÄ ist hierbei sinnvoll. Zusätzlich zu den 1,5 VZÄ kann man noch einen FSJler hinzunehmen, um die Mitarbeiter zu entlasten. Eine Refinanzierung der erhöhten Personalkosten erfolgt in der Regel indirekt über die sogenannten Umwegrentabilitäten. Damit die Stadt Nürnberg sich mehr auf das Sponsoring von Großsportveranstaltungen konzentrieren kann, sollte die Anzahl der Mitarbeiter in diesem Bereich auf 1 VZÄ erhöht werden (derzeit 0,2 VZÄ).

Die Stadt Nürnberg sollte künftig mehr finanzielle Mittel für die Durchführung von Großsportveranstaltungen einplanen. Dies soll dazu dienen, Quantität und Qualität der Großsportveranstaltungen zu erhöhen und zu gewährleisten. Ein weiterer Effekt: Somit können ebenfalls ungeplante Ausgaben reduziert werden.

Der Fokus der Stadt Nürnberg sollte klar auf Zuschauerereignisse liegen. Dadurch kommen mehr Zuschauer in die Stadt, übernachten, konsumieren... Es sollte eine gute Mischung aus einmaligen und wiederkehrenden Großsportveranstaltungen durchgeführt werden. Die Stadt Nürnberg sollte versuchen, mindestens zwei einmalige Großsportveranstaltungen im Jahr durchzuführen. Bei der Durchführung von wiederkehrenden Großsportveranstaltungen sollte die Stadt sich auf die Trendsportarten fokussieren, da diese eine höhere Wirkung, insbesondere in der jüngeren Zielgruppe, aufweisen.

Das Potenzial Unternehmen als Sponsoren zu akquirieren ist in Nürnberg sehr hoch, daher sollte die Stadt die Veranstalter bei der Akquise unterstützen. Die Stadt Nürnberg sollte eine Plattform bereitstellen, auf der sich Veranstalter und Unternehmen registrieren können. Ein Vertreter der Stadt Nürnberg sollte gemeinsam mit Veranstaltern verschiedene Sponsoring Pakete schnüren, die auf die Unternehmen in der Region zugeschnitten sind. Weiterhin könnte ein Vertreter der Stadt Nürnberg bei Bedarf bei Gesprächen mit den potenziellen Sponsoren präsent sein, um hiermit die Wichtigkeit der Veranstaltung für die Stadt Nürnberg zu bekräftigen. Die Umfrage bestärkt ebenfalls, dass in Nürnberg mehr Großsportveranstaltungen durchgeführt werden sollten und Unternehmer aktiver in das Sponsoring investieren möchten. Das Interesse der Unternehmen (junge und trendige Sportarten) deckt sich mit den vorgeschlagenen Großsportveranstaltungen.