

Verstärktes Engagement für Großsportveranstaltungen in Nürnberg

Ein attraktives Portfolio von Großsportveranstaltungen kann für eine Kommune eine Vielzahl von positiven Effekten haben. Bislang wurde dieses Thema allerdings aus Mangel an personellen und finanziellen Ressourcen mit der Ausnahme des Radrennens Rund um die Nürnberger Altstadt nicht aktiv gestaltet, sondern es konnte nur auf Initiativen von Vereinen oder Veranstaltern reagiert werden.

Durch eine aktive Akquise von Veranstaltungen könnten die Effekte im Sinne der gesamtstrategischen Ausrichtung der Stadt Nürnberg gelenkt werden. Darüber hinaus sollten Großsportveranstaltungen als Teil einer städtischen Sportstrategie (s. dazu auch die Sport-Agenda der Stadt Nürnberg) durchgeführt werden. Um sich diesem Thema zu nähern, wurde die Hochschule für angewandtes Management Ismaning im Dezember 2017 von der Stadt Nürnberg mit der Durchführung eines Gutachtens beauftragt, das als Entscheidungsgrundlage für das weitere Vorgehen in Bezug auf die Akquise von Großsportveranstaltungen in Nürnberg dienen soll und folgende Grundaussagen liefert:

- in Nürnberg ist eine akzeptable Großsportrepräsentanz vorhanden, die aber noch deutlich ausgebaut werden kann
- hierzu muss eine Sportstrategie aufgestellt und insbesondere auf eine aktive Akquise von Veranstaltungen umgestellt werden
- Grundlage für diese Umstellung ist die grundsätzliche Bereitschaft und der politische Wille, Großsportveranstaltungen als Mittel zum Imagegewinn einzusetzen
- bei entsprechender Entscheidung hierfür ist es erforderlich, Finanzmittel einzustellen, der Umfang hängt von den angestrebten Veranstaltungen ab
- darüber hinaus ist in diesem Fall auch Personal nach Ansicht der Gutachter im Umfang von zwei Stellen zur Unterstützung der Veranstalter und zur aktiven Akquise von Events erforderlich
- es fehlt an Veranstaltungsorten, insbesondere bei Hallenkapazitäten um die 3 000 Zuschauerinnen und Zuschauer
- die Modernisierung des Max-Morlock-Stadions wird dringend empfohlen
- die akquirierten Veranstaltungen sollten von hoher Qualität sein und überregionale bis internationale Bedeutung genießen
- die Auswahl der Veranstaltungen sollte sich an den Imagezielen der Stadt orientieren
- die Veranstaltungen sollten aufgrund der Imageziele der Stadt insbesondere die jüngere Zielgruppe bis 29 Jahre im Fokus haben
- die Veranstaltungen sollten in erster Linie für die Bewohner der Stadt und der Region attraktiv sein, darüber hinaus für Gäste interessant und für das Sponsoring von Unternehmen grundsätzlich geeignet
- der Schwerpunkt sollte auf Veranstaltungen als Zuschauerereignis ausgerichtet sein
- die durchzuführen Veranstaltungen sollten über das gesamte Jahr verteilt sein
- es sollten vorwiegend wiederkehrende, aber auch etwa zwei einmalige Veranstaltungen pro Jahr in verschiedenen Sportarten durchgeführt werden
- Großveranstaltungen sollten insbesondere auch im öffentlichen Raum durchgeführt werden

Als Ergebnis dieser Überlegungen werden Großsportveranstaltungen aufgeführt, die aufgrund vorgegebener Kriterien (Ökonomische Effekte, Image, Innovation, Beliebtheit der Sportart, Lebensqualität, Nachhaltigkeit, Außenwirkung) vorgeschlagen wurden (siehe Bericht Sportkommission vom 30. November 2018).

Das Gutachten bescheinigt dem Standort Nürnberg also großes Potential für hochwertige Großsportveranstaltungen. Dies unterstreichen auch die stetigen Anfragen von Veranstaltern.

Die Ergebnisse des Gutachtens wurden bereits der Sportkommission vertieft vorgestellt und anschließend in einem Fachgespräch mit Stadtspitze, CTZ und Sportverwaltung intensiv diskutiert. Man kam dabei zu einer ähnlichen Einschätzung und empfahl, die Chancen offensiv anzugehen. Zur Information des Stadtrates sollen im Folgenden Chancen sowie Möglichkeiten aufgezeigt werden, sich dem Thema Großsportveranstaltungen strukturiert zu nähern.

I. Chancen

Die Chancen eines verstärkten Engagements für Großsportveranstaltungen liegen im touristisch-ökonomischen, aber auch im sozialen und sportlichen Bereich. Im Einzelnen wäre hier zu nennen:

- Begeisterung für Sport bei der Stadtbevölkerung wecken und damit positive Effekte für die Gesundheit etc. auslösen
- Gemeinschaftsgefühl in der Bevölkerung wecken und damit zum Ausgleich in der Gesellschaft beitragen
- Spitzensportler als Botschafter Nürnbergs in der Region halten
- Unmittelbare Wertschöpfung durch Veranstaltungen erzielen und damit verbundene Arbeitsplätze schaffen
- Zuschauer/-innen und Teilnehmer/-innen und damit Kaufkraft in die Stadt bringen
- Touristische Effekte auslösen
- Stadtmarketing mit Wirkung auf bislang schwer erreichte Zielgruppen (junge Fachkräfte, internationale Reichweite, ...)
- Modernere, innovativere, dynamischere Gestaltung des städtischen Images

II. Elemente eines städtischen Konzepts für Großsportveranstaltungen

Im Sinne einer strukturierten Vorgehensweise ist es wichtig, ein sportliches Profil der Stadt Nürnberg zunächst klar herauszuarbeiten und anschließend zu schärfen. Folgende Facetten sollten dabei berücksichtigt werden:

1. Veranstaltungen in den Schwerpunktsportarten des Leistungssportkonzeptes
Zentrales Element eines Veranstaltungskonzepts sollten die Schwerpunktsportarten des Leistungssportkonzeptes sein. Im Rahmen des 2. Zwischenberichts zum Leistungs- und Spitzensport in der Stadt Nürnberg aus der Sportkommission vom 6. Juli 2018 wurde bereits eine erste Bewertung und Einschätzung verschiedener Sportarten vorgenommen, ohne schon eine finale Empfehlung zu Schwerpunktsportarten geben zu können. Hierzu waren in der Folge noch weitere Gespräche mit Verbands- und Vereinsvertreterinnen und -vertretern aus den Sportarten mit Potenzial notwendig. In diesem Zusammenhang wird auf den Bericht zur Sport-Agenda verwiesen.

Für die Schwerpunktsportarten des Leistungssportkonzeptes sollten nach Möglichkeit hochwertige Wettkampfformate gefunden werden, im Rahmen derer sich die jeweilige Sportart in Nürnberg und Nürnberg mit den Sportarten international präsentieren kann. Auch die Bereitstellung der notwendigen Infrastruktur sowie ein finanzielles städtisches Engagement ist an dieser Stelle zu empfehlen.

2. Veranstaltungen mit großer medialer Reichweite
Veranstaltungen mit öffentlicher Medienwirksamkeit sollten gehalten und erweitert werden. Hierzu zählen das WTA-Turnier, der Techniker Beach Cup, das Norisringrennen sowie die Deutschen Leichtathletik Meisterschaften. Es handelt sich dabei

um Veranstaltungen von hoher Qualität. Dies wurde auch im Rahmen des Gutachtens der Hochschule für angewandtes Management Ismaning bestätigt. In diesem Zusammenhang wäre auch eine weitere, derzeit allerdings nicht durchgeführte, Veranstaltung mit 25-jähriger Historie zu nennen, das Radrennen Rund um die Nürnberger Altstadt.

Aktuell liegen der Verwaltung, wie im Rahmen der Sitzung der Sportkommission am 30. November 2018 berichtet, konkrete Interessenbekundungen der Veranstalter der Deutschland Tour sowie des Techniker Beach Cups vor.

Bezüglich der Deutschland Tour hat die Referentenrunde am 9. April 2019 grünes Licht für Verhandlungen mit dem Veranstalter gegeben. Ziel dabei ist die Ankunft der Finaletappe 2020 in Nürnberg und bei Bewährung eine Wiederholung in drei bis fünf Jahren, um das Radsportprofil der Stadt zu schärfen.

Für den Beach Cup wird ab nächstem Jahr neben der kostenfreien Nutzung des Hauptmarkts auch eine Veranstalterpauschale in Höhe von 10 000 Euro aufgerufen. Im Fall des Techniker Beach Cups ist eine zeitnahe Positionierung der Stadt Nürnberg, im positiven Fall unter Bereitstellung der notwendigen Ressourcen, gefordert.

3. Teilnehmerevents

Neben Zuschauerevents sollten auch Breitensportliche Teilnehmerevents weiterhin Teil des Veranstaltungsportfolios sein. Bereits etablierte Veranstaltungen dieser Kategorie sind der B2Run sowie der Stadtlauf. Auch ein Jedermannradrennen wurde lange Jahre erfolgreich in Nürnberg durchgeführt. Attraktiv wäre in dieser Hinsicht ein städtisches Engagement beim Metropolmarathon. Diesbezügliche Gespräche mit der Stadt Fürth über eine gemeinsame Veranstaltung sind im Laufen.

Ziel sollte auch die Realisierung von trendigen Veranstaltungen, wie zum Beispiel Tough Mudder, sein.

4. Rundenwettbewerbe

Um höchstklassige Rundenwettkämpfe (nach Möglichkeit Bundesliga) in den vier Mannschaftssportarten mit der größten medialen Reichweite (Fußball, Eishockey, Handball und Basketball) zu ermöglichen, sollte eine geeignete Sportinfrastruktur zur Verfügung gestellt werden. In dieser Hinsicht besteht derzeit ein gewisser Handlungsbedarf (Modernisierung Max-Morlock-Stadion, Ballspielhalle, Eissporthalle). Sind die entsprechenden Voraussetzungen vorhanden, so muss es das Ziel sein, neben dem Ligabetrieb regelmäßig auch internationale Begegnungen (z.B. Länderspiele) in diesen Sportarten nach Nürnberg zu holen.

5. Veranstaltungen zur Erschließung der Zielgruppe U30

Vor allem im Hinblick auf die städtischen Imageziele sollten Veranstaltungen für eine Zielgruppe U30 konzipiert und akquiriert werden. Hier liefert das bereits erwähnte „Gutachten zur Durchführung von Großsportveranstaltungen in der Stadt Nürnberg“ praktische Leitlinien und Empfehlungen. In erster Linie liegt der Fokus hier auf dem Bereich Trendsport (z.B. eSport, Skaten, BMX), aber auch bereits durchgeführten Veranstaltungen wie dem Red Bull District Ride, den Deutschen Leichtathletik Meisterschaften oder dem Techniker Beach Cup wird eine hohe Affinität seitens der gewünschten Zielgruppe attestiert. Auch die Durchführung einer Marathonveranstaltung erscheint vor diesem Hintergrund erstrebenswert.

6. Veranstaltungen zur Stärkung der örtlichen Vereine und Szenen

Eine übergeordnete Zielsetzung einer Strategie für Sportveranstaltungen sollte die Stärkung und Einbindung der örtlichen Vereine und Szenen sein. Darüber hinaus ergibt sich aktuell auch die Möglichkeit, durch attraktive Sportveranstaltungen (z.B.

Partnerstädte (Turnier, Tag der Vereine) Nürnbergs Bewerbung zur Kulturhauptstadt Europas 2025 aufzuwerten und für eine entsprechende Nachhaltigkeit der Bewerbung zu sorgen. Zwei der zentralen Elemente der Bewerbung „Gemeinschaft“ („engaging Community – Miteinander als Ziel“) und „Spiel“ (exploring Reality – Welt als Aufgabe“) erfahren durch den Sport eine ideale Verkörperung.

III. Rahmenbedingungen

1. Akzeptanz in der Bevölkerung

Die Zahl der Großsportveranstaltungen sollte insgesamt nicht inflationär erhöht, sondern durch zwei bis drei qualitativ hochwertige Veranstaltungen pro Jahr ergänzt werden. Dabei ist eine Verteilung der Veranstaltungsorte über das gesamte Stadtgebiet anzustreben. Der Hauptmarkt darf dabei maximal zwei bis drei Sportveranstaltungen pro Jahr erleben.

2. Ausgewogene Jahresplanung

Es sollte eine bessere Verteilung der Großsportveranstaltungen über das Jahr angestrebt werden, da derzeit der Fokus auf Veranstaltungen in den Sommermonaten liegt. Darüber hinaus sollten vorwiegend wiederkehrende, aber auch etwa zwei einmalige Veranstaltungen pro Jahr in verschiedenen Sportarten durchgeführt werden.

3. Infrastruktur für Veranstaltungen

Essentiell für die sportliche Entwicklungsfähigkeit der Stadt Nürnberg in allen Bereichen, so auch beim Thema Großsportveranstaltungen, ist eine geeignete Infrastruktur. Ein Maßnahmenpaket zur Optimierung der leistungs- und Breitensportlichen Infrastruktur wurde im Rahmen der Sport-Agenda vorgelegt.

Auch der öffentliche Raum sollte dabei in verträglicher Art und Weise einbezogen werden. Dabei geht es auch darum, geeignete Veranstaltungsflächen zu definieren bzw. einzurichten, feste Laufstrecken zu installieren und den genehmigenden Dienststellen einen Leitfaden zur Priorisierung der Anfragen von Veranstaltern an die Hand zu geben. Im Idealfall erfahren Veranstalter dabei eine zentrale Begleitung des Genehmigungsverfahrens seitens der Stadt.

Aktuelle Beispiele zeigen allerdings, dass Ausrichter in Nürnberg vor teilweise enorme bürokratische Hürden mit extremem Koordinierungsaufwand gestellt werden. Hier besteht Verbesserungsbedarf, um ein Ermöglichungsklima zu erzeugen und als attraktiver Veranstaltungsstandort wahrgenommen zu werden.

4. Ressourcen

a) Finanziell

Zur Akquise bzw. Durchführung von Veranstaltungen und als Invest in das Zielerreichungsversprechen geeigneter Events ist ein entsprechendes Veranstaltungsbudget notwendig. Um Großsportveranstaltungen mit spürbarem Effekt bezüglich Bekanntheitsgrad und Image durchführen zu können, stellen vergleichbare Städte jährlich 2 000 000 Euro bereit, die durch den Stadtrat durch Einzelfallentscheidungen freigegeben werden.

Darüber hinaus sollte der Sportverwaltung ein Sockelbudget in Höhe von 50 000 Euro pro Jahr zur Verfügung gestellt werden, um Veranstaltungen binden, sowie kleinere und mittelgroße Veranstaltungen als (soziale) Grundlage des Veranstaltungskonzepts, durchführen zu können.

b) Personell

„Im Bereich der Verwaltungsinterna sollte Nürnberg in jedem Fall das Personal für Großsportveranstaltungen erhöhen, um künftig gezieltere Maßnahmen durchführen zu können. Eine Erhöhung [von derzeit 0,2 VZÄ (Vollzeit-äquivalente)] auf 1,5 VZÄ ist hierbei sinnvoll (in Stuttgart sind es im Vergleich 4 + FSJler)“ [Haupt, T., Mayer, H. & Seitz, P. (2018). Gutachten für die Durchführung von Großsportveranstaltungen in Nürnberg. Hochschule für angewandtes Management. Unveröffentlicht.]. Als ersten Schritt zur Fortführung der Konzeptarbeit und Umsetzung erster Maßnahmen wurde beim SportService eine halbe Stelle „Sachbearbeiterin/Sachbearbeiter Großsportveranstaltungen und Spitzensport“ geschaffen, die voraussichtlich im dritten Quartal 2019 besetzt werden und sich dann zu etwa 0,25 VZÄ dem Bereich Großsportveranstaltungen widmen kann.

IV. Beschlussvorschlag

Die Verwaltung wird beauftragt, das städtische Konzept für Großsportveranstaltungen als Basis für eine strategische Veranstaltungsakquise entsprechend der skizzierten Grundausrichtung weiterzuentwickeln und zu schärfen.

Im Rahmen der Haushaltsberatungen soll ein jährliches Veranstaltungsbudget zur Förderung und Etablierung von „kleineren Großsportveranstaltungen“ (z.B. Beach Cup) in Höhe von 50 000 Euro geschaffen werden. Daneben soll die Option bestehen, große Events per Einzelfallentscheidung im Stadtrat zu etablieren.