

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung im Ausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestages am 25. September 2024 zum Thema

„Tourismusmagnet Sportgroßveranstaltungen (einschließlich Erfahrungen Fußball-EM 2024)“

Von Volker Bremer, Geschäftsführer der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH

Welche Potenziale bieten große Sport-Events für das Image, zusätzliche Gästeübernachtungen auch abseits der Veranstaltungsorte und die touristische Attraktivität deutscher Städte und Regionen?

Laut Daten, die auf der Plattform booking.com erhoben worden sind, war die Stadt Leipzig an den Spieltagen der UEFA EURO 2024 annähernd ausgebucht (Auslastung von > 98%). Die Daten wurden durch das Tool „Market Watch“ von HQ revenue erfasst, welches die verfügbaren Kapazitäten und Preise auf booking.com beobachtet und Änderungen mit den Vortagen abgleicht.

Die amtliche Statistik weist für den Juni 2024 eine Steigerung der internationalen Übernachtungen in Leipzig von 82% aus. Insbesondere die Übernachtungen aus den Quellmärkten der entsprechenden Mannschaftsspiele in der Vorrunde stiegen im Juni 2024 stark an:

- Portugal: +551,4%
- Niederlande: +269,3%
- Tschechien: +262,5%
- Frankreich: +162,7 %
- Italien: +105,8%

Dieser Effekt ist direkt auf die UEFA EURO 2024 zurückzuführen.

Die Übernachtungen der klassischen Städtereisen und der Geschäftsreisen aus dem deutschen Markt sanken infolge der bereits hohen Auslastung und Preise um 21,7 %. (Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen)

Durch die hohe Nachfrage konnten in der Hotellerie im Juni 2024 Preissteigerungen von 34 % im Vergleich zum Vorjahresmonat verzeichnet werden. (Quelle: MKG)

Laut Analysen von Mastercard verzeichnete auch die Gastronomie starke Umsatzzuwächse. In Leipzig betraf dies v.a. das Spiel Kroatien – Italien, bei dem Zuwächse von 81,5 % verzeichnet werden konnten. Am meisten profitierte laut Mastercard die Gastronomie in Dortmund beim Spiel Frankreich – Polen mit Zuwächsen von 283,1 %. (Quelle: Mastercard, <https://www.mastercard.com/news/europe/de-de/newsroom/pressemitteilungen/de-de/2024/fussball-em-anstieg-umsaetze-gastronomie/>)

Zudem sorgte die UEFA EURO für eine überragende Medienresonanz. So hieß es in der Pressemitteilung der Stadt Leipzig: „Durch die Berichterstattung von insgesamt 575 für die Host City Leipzig akkreditierten Medienvertretern aus 14 Ländern und die rund 900 internationalen Experten, die im International Broadcast Centre (IBC) auf der Leipziger Messe für die Übertragung sämtlicher

EM-Spiele in alle Welt gesorgt haben, hat Leipzig auch international viel Aufmerksamkeit bekommen.“ (Quelle: Stadt Leipzig, https://www.leipzig.de/presse/medieninformationen/medieninformation?tx_ewerkpressrelease_pressrelease%5Baction%5D=show&tx_ewerkpressrelease_pressrelease%5Bcontroller%5D=PressRelease&tx_ewerkpressrelease_pressrelease%5BpressRelease%5D=16243&cHash=78e274f5e81d298c2fe223157f90eed2)

Wie können Synergieeffekte von Sport und Tourismus noch besser genutzt werden?

In Leipzig ist es gelungen, Akteure der Stadtverwaltung und der Wirtschaft auf unterschiedlichsten Ebenen zusammenzubringen, um Synergieeffekte von Sport und Tourismus optimal nutzen zu können:

Zunächst hat die Stadt Leipzig in ihrem strategischen Zielbild klar definiert, dass es gilt, Internationalität zu stärken. Dazu gehört auch das strategische Ziel „Vielfältige, lebendige Begegnungen in Kultur und Sport mit imageprägenden Großveranstaltungen“. (Quelle: <https://www.leipzig.de/bauen-und-wohnen/stadtentwicklung/stadtentwicklungskonzept-insek/strategisches-zielbild>)

Basierend auf dieser klaren strategischen Zielstellung und dem Anerkennen der positiven Effekte von (Sport-)Großveranstaltungen gelingt es, auf unterschiedlichsten Ebenen zusammenzuarbeiten. So „wurde zur systematischen Bewertung von Großveranstaltungen ein Gremium geschaffen, das Konzepte diskutiert und Empfehlungen ausspricht. Dem Gremium, bestehend aus ‚Clearinggruppe Großveranstaltungen‘ und ‚Lenkungsgruppe Großveranstaltungen‘, gehören verschiedene fachliche Ressorts der Stadtverwaltung Leipzig sowie Vertreter/-innen der Leipziger Messe GmbH, der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH sowie der IHK zu Leipzig an.“ (<https://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/veranstaltungen-und-termine/jubilaeen-und-festivals/leipzig-als-standort-fuer-grossveranstaltungen>) So wird auf allen Ebenen die Unterstützung der Veranstaltung sichergestellt.

Zudem gilt es, den Sport auch über die Großveranstaltungen hinaus erlebbar zu machen. In Leipzig wird dies z. B. durch diverse Veranstaltungsstätten für Sportevents (Red Bull Arena, Kanupark Markkleeberg, Quarterback Immobilien Arena u.a.) mit ganzjährig hochkarätigen Sportveranstaltungen sowie durch Stadionführungen und die Sportroute Leipzig realisiert.

Darüber hinaus ist die Olympiasport Leipzig (OSL) GmbH als zentrale Stelle zur Vermarktung der Sportstadt Leipzig an die Leipzig Tourismus und Marketing GmbH angebunden. Auch dadurch wird der Stellenwert des Spitzensports in der Stadt anerkannt. Zugleich vereinbaren die sieben Leipziger Sportvereine (SC DHfK Leipzig e. V., Schwimm-Startgemeinschaft Leipzig e. V., Judoclub Leipzig e. V., Kampfsport- und Fitness-Club Leipzig e. V., Fechtclub Leipzig e. V., Neue Linie GmbH und Leipziger-Kanu-Club e. V., Förderverein Sportstadt Leipzig e. V.), die im Wesentlichen Athleten zu nationalen und internationalen Wettkämpfen bzw. Olympischen Spielen entsenden, eine gemeinsame Vermarktung unter dem Dach der OSL GmbH.

Grundsätzlich ist Tourismus ohne Mobilität nicht denkbar; die Erreichbarkeit der Tourismusdestinationen ist ebenso von Bedeutung für die Destination wie die Mobilität vor Ort, auch bei (Sport-)Großveranstaltungen. Bei Events von nationaler Bedeutung oder mit mehreren Veranstaltungsorten innerhalb Deutschlands ist eine zuverlässige und leistungsstarke Bahnanbindung unerlässlich. Dies gilt ebenso mit Blick auf die internationale Anreise: Steigende Gebühren im Flugverkehr sorgen perspektivisch für eine Ausdünnung des innerdeutschen

Netzes. Umso wichtiger ist auch hier eine gut funktionierende Bahnanbindung an Hubs wie Frankfurt, München und Berlin. Auch in den Städten / Veranstaltungsorten selbst ist bei Großveranstaltungen die Mobilität vor Ort ein zentrales Thema. Zur UEFA EURO 2024 berichteten die Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) wie folgt: „Pro Leipzig-Spieltag haben unsere Kolleginnen und Kollegen bis zu 5.000 Kilometer mehr Leistung als üblich erbracht und dabei auch die Herausforderungen beispielsweise der Fanmärsche oder den enormen Andrang beim Public Viewing mit Bravour gemeistert“, resümiert Ulf Middelberg, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Verkehrsbetriebe. Bis zu 60 zusätzliche Mitarbeiter haben das Linienangebot mit rund 700 Fahrerinnen und Fahrer verdichtet. Zusätzlich waren neben der vollbesetzten Leitstelle zur Verkehrsüberwachung und im Außendienst zusätzlich LVB-Vertreter im Host City Operation Center (HCOC) und weitere zwölf Posten im Einsatz. Allein bei der Abreise standen zusätzlich 40 Fahrzeuge zur Verfügung, die zu 250 zusätzliche Abfahrten im Stadionumfeld ermöglichten.“

(Quelle:

https://www.leipzig.de/presse/medieninformationen/medieninformation?tx_ewerkpressrelease_pressrelease%5Baction%5D=show&tx_ewerkpressrelease_pressrelease%5Bcontroller%5D=PressRelease&tx_ewerkpressrelease_pressrelease%5BpressRelease%5D=16243&cHash=78e274f5e81d298c2fe223157f90eed2)

Welche Sport-Events eignen sich grundsätzlich zur internationalen touristischen Vermarktung? Was hat internationale Strahlkraft? Welche Events bieten sich dafür konkret in den nächsten Jahren an?

In Leipzig werden das Turnfest 2025 und das Finale der UEFA Conference League 2026 die nächsten Sportgroßereignisse sein. Auch die Bewerbung Deutschlands als Austragungsort der olympischen Sommerspiele 2040 birgt großes touristisches Potenzial.

Grundsätzlich haben Sportgroßveranstaltungen, welche national und international für große Medienresonanz sorgen, die größten Effekte.

Nachhaltigkeit

„Die Host City Leipzig stellt bei der UEFA EURO 2024 die drei Schwerpunktthemen Klima und Umwelt, Vielfalt und Gesundheit sowie verantwortungsvolle Führung in den Mittelpunkt des Nachhaltigkeitskonzepts. Dieses soll nach dem Turnier die Grundlage für weitere städtische Großveranstaltungen bilden und kontinuierlich angepasst und fortgeschrieben werden.“ (Quelle und detaillierte Informationen: <https://www.leipzig.de/freizeit-kultur-und-tourismus/sport/uefa-euro-2024/nachhaltigkeit>)

Barrierefreiheit

„Nachhaltigkeit bedeutet nicht nur Müllvermeidung und CO₂-Bilanzierung, sondern auch soziale Nachhaltigkeit. Dem Wunsch nach Teilhabe aller am großen Fußballspektakel kommt die Host City Leipzig mit barrierearmen Flächen und einem Rollstuhl-Podest in der Fan Zone nach. Am 14. Juni und am 14. Juli werden Teile des Programms in der Fan Zone in Gebärdensprache übersetzt.

Auch im Stadion Leipzig gibt es ausgewiesene Bereiche für Gäste mit Mobilitätseinschränkung. Im Stadion der Träume im Zoo Leipzig gibt es ebenfalls die Möglichkeit, die Spiele der

Fußballeuropameisterschaft barrierefrei zu genießen: Der Zugang ist barrierefrei, Blindenhunde sind erlaubt und ein System für Audiodeskription sowie ein Gebärdendolmetscher machen die Spiele der deutschen Elf für alle erlebbar.“ (Quelle: <https://www.leipzig.travel/entdecken/aktiv-in-leipzig/freizeitaktivitaeten-in-leipzig/sport-in-leipzig/euro>)

Auch über das Fußballerlebnis hinaus kommuniziert die LTM GmbH in enger Abstimmung mit den entsprechenden Verbänden die barrierefreien Angebote der Stadt: <https://www.leipzig.travel/entdecken/erlebe-leipzig/leipzig-barrierefrei>