

Fußball und Tourismus

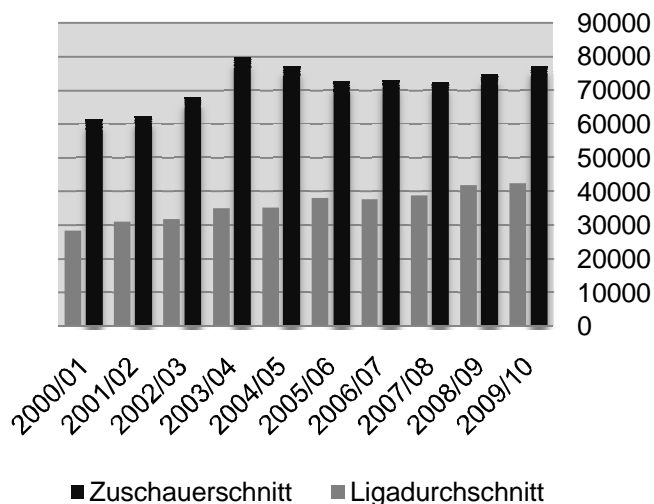
Forschungsgegenstand:

Die große Beliebtheit des Fußballsports und damit einhergehende stetig wachsende Zuschauerzahlen in der 1. Fußball-Bundesliga bilden das Fundament dieser Arbeit. Die touristische Relevanz von Fußballtouristen sowie die Auswirkungen für den Städtetourismus werden anhand des Fallbeispiels Dortmund untersucht.

Datengewinnung:

Die Daten wurden in einer Primärerhebung vor dem Signal Iduna Park in Dortmund gewonnen, wobei ein eigenständig konzipierter Fragebogen zum Einsatz kam. Eine fundierte Literaturrecherche sowie diverse Expertengespräche runden die Datengewinnung ab.

Zuschauerschnitt des BVB pro Saison



Der Fußball stellt die beliebteste Sportart der deutschen Bevölkerung dar. Eine verstärkte kommerzielle Vermarktung sowie die Medieninszenierung der Fußball-Bundesliga führen zu einer größeren Reichweite, durch die ein breites Publikum angesprochen wird. Im Zuge dieser Entwicklungen lässt sich ein Wandel sowohl der Stadionzuschauer als auch der Fußballstadien an sich konstatieren. Neben den klassischen Stadionbesuchern mit ihren sportorientierten Motiven, verzeichnen die Vereine ein zunehmend erlebnisorientiertes Publikum, für das der Unterhaltungscharakter der Sportveranstaltung im Vordergrund steht. Die Stadien werden den neuen Gegebenheiten angepasst und treten vermehrt als Erlebniswelten auf, in denen eine einzigartige Atmosphäre und ein unvergessliches Erlebnis vermittelt werden sollen. Sportevents bzw. Spiele der Fußball-Bundesliga bieten, auf Grund ihrer charakteristischen Merkmale, einen guten Rahmen die Bedürfnisse der konsum- und erlebnisorientierten Freizeitgesellschaft zu erfüllen. Die Stadt Dortmund verfügt mit Borussia Dortmund über einen attraktiven Bundesligaverein, der den höchsten Zuschauerschnitt in Europa aufweisen kann. Der Signal Iduna Park (ehemals Westfalenstadion) gilt als touristische Hauptattraktion.

Anhand einer empirischen Untersuchung der Fußballtouristen in Dortmund konnten beachtliche monetäre Effekte ermittelt werden. Darüber hinaus wird die Stadt durch die Anwesenheit des Fußballclubs mit einem positiven Image belegt und der Bekanntheitsgrad national, wie auch international gesteigert. Die geringe Bedeutung des freizeitorientierten Städtetourismus in Dortmund kann zukünftig mit zusätzlichen fußballaffinen Angeboten, wie z. B. dem DFB-Fußballmuseum und der Deutschen Fußball Route NRW, ausgebaut werden. Eine Positionierung als „Fußballstadt“ im Städtetourismussegment wäre vorstellbar.

„Die Zeit der monofunktionalen Nutzung der Fußballstadien als Großanlagen des Zuschauer- bzw. Wettkampfsportes ist vorüber und die Entwicklungen in der Freizeitbranche Bundesligafußball machen ein ausdifferenziertes Angebotsspektrum notwendig.“