



Ereignisse. Emotionen. Effekte.

AKTEURE DER FUSSBALL- EUROPAMEISTERSCHAFT 2024 IN DER METROPOLREGION FRANKFURTRHEINMAIN

**Vom Frankfurter Turnierhauptquartier
und den regional-gesellschaftlichen
Auswirkungen**

HERAUSGEBER

Prof. Dr. Gerhard Trosien,
Oberursel

GESTALTUNG UND SATZ

APOLLO18 GmbH, Eschborn
Besonders herzlich danken wir Michael Schillinger und
seinem Team für die kurzfristige, kollegiale, materielle
und professionelle Unterstützung.

AUTOREN

Wir danken allen politisch Verantwortlichen,
Kolleg:innen und Partner:innen für ihre Beiträge und
finanzielle Unterstützung,

Rückfragen zu den Texten, zur Literatur und den
Bildern sind direkt an die Autor:innen zu richten.

Regionalverband FrankfurtRheinMain:
Wir unterstützen die Veröffentlichung, weisen jedoch
gleichzeitig darauf hin, dass der Regionalverband
FrankfurtRheinMain bei der Erstellung der Studie
nicht involviert war und daher auch nicht inhaltlich
verantwortlich zeichnet.

Redaktionsschluss: 31. März 2025

© 2025

4	Grußwort OB Frankfurt
5	Grußwort Erster Beigeordneter des Regionalverbandes
6	Grußwort Präsident des Deutschen Fußball-Bundes e.V.
7	Grußwort CEO der Mainova AG
8	Grußwort Präsident der accadis Hochschule
9	Grußwort CEO der Apollo18 GmbH

10	Statement-Partner:innen zur EURO 2024
12	Akteure in der MRFRM
15	EURO 2024 GmbH
22	Sportamt Frankfurt
26	SportLand Hessen
28	BaseCamps Mainz – Wiesbaden – Offenbach
30	Jörg Bollmann, Ticketinhaber
31	Fan Zone und Tourismus
34	Fans Welcome
38	Fußball-Hospitality und Catering
42	Mobilität in der Region
44	Private und Public Viewing
49	Bedeutung der Medien
54	Bedeutung der Frankfurter Eintracht für die Stadt und in der Region
56	Energieschub für die Region (Mainova AG)

58	Wissenschaftliche Themen
64	Kommentare
66	Ausblick

68	Profil des Herausgebers
70	Literatur, Quellen und Autoren
71	Jubiläen und Zukunft



Liebe Fußballfans,

sehr gerne erinnern wir uns an den Sommer des vergangenen Jahres zurück und können festhalten: In Frankfurt war die UEFA EURO 2024 ein herausragendes Großereignis. Fünf ausverkaufte Spiele in der stimmungsvollen Frankfurt Arena und die Fan Zone am Mainufer vor der einzigartigen Frankfurter Skyline zogen rund 1,25 Millionen Besucherinnen und Besucher aus aller Welt in den Bann.

Einmal mehr nutzte unsere Stadt die Chance, sich als weltoffene und gastfreundliche Metropole zu präsentieren. Fans aus vielen Teilen Europas kamen zusammen und brachten eine wunderbare Atmosphäre in die Stadt. Sie feierten rund um die Fan Meeting Points in der Innenstadt sowie auf der Fan Zone am Main ein ausgelassenes und friedliches Fußballfest.

Das Motto der Euro „United by Football – Vereint im Herzen Europas“ war wie maßgeschneidert für Frankfurt. Die Bilder des fröhlichen und friedlichen Turniers gingen um die Welt und haben unsere Sportstadt international noch bekannter gemacht. Die Ergebnisse der Studie der accadis Hochschule zum Turnier spiegeln dies wider.

Die Begeisterung, die während der Veranstaltung in unserer Stadt spürbar war, war auch messbar. Auch auf das Lebensgefühl und gesellschaftliche Miteinander in unserer Stadt hatte die Europa-

meisterschaft einen positiven Einfluss. Ein Großteil der Bevölkerung wünscht sich weitere Sportveranstaltungen dieser Art.

Auch durch die Studienergebnisse wissen wir: Der Aufwand und der Einsatz für den Spielort Frankfurt hat sich mehr als gelohnt. Unsere Stadt hat sich von ihrer besten Seite präsentiert. Und das hat sich mehr als bezahlt gemacht. Es gab einen weitaus höheren ökonomischen Impact als der finanzielle Aufwand der Stadt es war. Für die Zukunft wird Frankfurt die vielen positiven Erfahrungen aus der UEFA EURO 2024 nutzen, um ihr Profil als internationale Sportstadt weiter zu schärfen.

Ich freue mich auf viele weitere Sportgroßveranstaltungen in Frankfurt und wünsche Ihnen allen viel Spaß beim Lesen der aufschlussreichen Berichte zum Turnier.

Mike Josef
Oberbürgermeister
der Stadt Frankfurt am Main



Sehr geehrte Damen und Herren,

die Ergebnisse der durchgeführten Studie haben uns vor Augen geführt, wie die Europameisterschaft 2024 in der Region FrankfurtRheinMain auf verschiedenen Ebenen gewirkt hat. Sie bot eine Plattform, auf der viele Menschen unterschiedlichen Alters und Hintergrunds zusammenkamen, um gemeinsam zu feiern und sich auszutauschen. Die Fan Zone und die zahlreichen Veranstaltungen trugen dazu bei, den sozialen Zusammenhalt und die Gemeinschaft zu stärken, selbst inmitten aller sportlicher Rivalität.

Es ist sehr begrüßenswert, dass sich die Initiatoren dieser Studie zusammengeschlossen haben und sich der komplexen Thematik der regionalen Auswirkungen solcher Großveranstaltungen gewidmet haben. Gerade vor dem Hintergrund, dass Veranstaltungen dieser Art auch an manchen Stellen kritisch betrachtet werden müssen, ist es sehr hilfreich, eine größtmögliche Transparenz herzustellen. Nur so wird es uns in Zukunft gelingen, Großveranstaltungen dieser Art mit dem breiten Rückhalt der Bevölkerung umzusetzen.

Die Region FrankfurtRheinMain hat sich bei der Euro 2024 erneut als weltoffene, begeisterungsfähige Sportregion gezeigt. Die EM war eine wertvolle Gelegenheit, unsere Region international zu präsentieren und den sozialen Zusammenhalt zu fördern und wirtschaftliche Impulse zu setzen.

Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, die Chancen, die uns solche Ereignisse bieten, zu nutzen und die Metropolregion FrankfurtRheinMain als einen Ort des Sports und der Gemeinschaft weiterzuentwickeln. Wie wir sehen, kann die gesamte Region hier auf unterschiedlichen Ebenen profitieren. Wichtig ist dabei ein hohes Maß an Transparenz und kritischer Auseinandersetzung.

Für den Regionalverband FrankfurtRheinMain ist es ureigenste Aufgabe, den Austausch und die Vernetzung in der Region zu fördern und Themen wie Mobilität, Infrastruktur oder Klima und Energie ganzheitlich zu bearbeiten. Daher freuen wir uns als Regionalverband, die Veröffentlichung der Studie mit einem Kostenbeitrag zu unterstützen.

Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre und bedanke mich herzlich bei den Initiatoren und Verfassern der Studie.

Mit freundlichen Grüßen,
Rouven Kötter
Erster Beigeordneter
Regionalverband FrankfurtRheinMain



Liebe Freundinnen und Freunde des Fußballs,

der Slogan „United by football. Vereint im Herzen Europas“, mit dem wir 2017 unsere Bewerbung um die Ausrichtung der Fußball-Europameisterschaft 2024 überschrieben haben, hat im vergangenen Sommer all unsere Hoffnungen und Erwartungen erfüllt. Fans aus ganz Europa haben in Deutschland ein friedliches und unbeschwertes Fußball-Fest gefeiert. Und unsere Nationalmannschaft hat wieder die Herzen ihrer Anhänger*innen erreicht, eine neue Gemeinsamkeit ist entstanden.

Dieses Gefühl hat auch unser Bundestrainer Julian Nagelsmann nach dem bitteren und unglücklichen Ausscheiden im Viertelfinale in bemerkenswerten Worten beschrieben: Wer zusammenarbeitet, wer einander unterstützt und nicht neidisch auf den anderen blickt, erreicht mehr. Nicht nur auf dem Fußballplatz, sondern in allen Bereichen der Gesellschaft. Der Fußball kann hier als Vorbild dienen. Denn er wirkt integrativ und gesundheitsfördernd, niemand kann ein Spiel alleine gewinnen, erfolgreich kann nur sein, wer zusammen spielt, zusammen kämpft und zusammenhält. Unsere Fußballvereine bieten genau diese Gemeinschaft, die andernorts fehlt. Der Fußball bringt Menschen zusammen.

Wir haben mit der UEFA EURO 2024 ein weiteres Mal dokumentiert, dass Deutschland ein großartiger Gastgeber ist. Wir waren für vier Turnierwochen unserer Heim-Europameisterschaft

tatsächlich „United by Football“. Deutschland hat sich 36 Jahre nach der EURO 1988 und 34 Jahre nach der friedlichen Wiedervereinigung als ein fußballbegeistertes Land, als freundlicher Gastgeber und starker Partner für die Organisation von Sportgroßereignissen erwiesen. Das Turnier hat uns aber nicht nur großartige Spiele und eine fantastische Stimmung in den Stadien beschert. Auch aus wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Sicht war es ein Erfolg. Die Studien der accadis Hochschule Bad Homburg und der Mainova AG sowie zuvor bereits von Nielsen Sports belegen in beeindruckender Weise, dass mit der UEFA EURO 2024 eine Vielzahl positiver Effekte für die zehn Spielorte und das gesamte Land erzielt wurden.

Frankfurt, einer der zehn Spielorte dieser EM, war vom ersten Tag der Bewerbung an ein verlässlicher Partner an unserer Seite. In Frankfurt ist schließlich seit mehr als einem halben Jahrhundert der DFB zu Hause, 1974 wurde von hier aus die erste Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland organisiert. Frankfurt bleibt auch künftig die Heimat des Fußballs. Im Sommer 2022 hat der DFB seinen neuen Campus im Stadtteil Niederrad in unmittelbarer Nähe zum EM-Stadion bezogen, eines der großen Zukunftsprojekte unseres Verbandes. Mit Frankfurt als einem der Spielorte bewirbt sich der DFB auch um die Ausrichtung der UEFA Frauen-Europameisterschaft 2029.

Was auf und neben dem Platz passiert ist, kann uns mit Stolz erfüllen. Und mit Zuversicht. Ich bin überzeugt, dass der Schwung und die Euphorie der EM unserem Land einen Schub verleihen können. Die EURO hat auch beim Thema Nachhaltigkeit klare Akzente gesetzt und wird den Amateurfußball durch verschiedene Maßnahmen und Projekte voranbringen. Die UEFA EURO 2024 wird auch über das Finale hinaus langfristig wirken.

Ihr Bernd Neuendorf
DFB-Präsident

Liebe Leserinnen und Leser,

auch im Jahr nach der UEFA EURO 2024 erinnern wir uns gerne an das Fußballfest in der Metropolregion FrankfurtRheinMain. Die durchweg gute Stimmung und die weltoffene Atmosphäre im Stadion und auf der Fanmeile am Mainufer hallen bis heute nach. Die breit angelegte Studie der acadis Hochschule Bad Homburg und der Mainova AG zur UEFA EURO 2024 belegt zudem wissenschaftlich fundiert, dass sich die Sportgroßveranstaltung für die Region nachhaltig gelohnt hat – sowohl gesellschaftlich als auch ökonomisch.

Zwei Ergebnisse stechen hervor: Erstens führten die Spiele in Frankfurt, die Fanzone am Mainufer und zahlreiche Veranstaltungen in der Region zu gesteigerter Lebensfreude und zusätzlichen Einnahmen, besonders für Hotellerie, Gastronomie und Handel. Außerdem stieg der Zuspruch der Bevölkerung für künftige Sportgroßveranstaltungen. Diese Erfahrungen haben die Einstellung der Menschen gegenüber solchen Ereignissen verbessert, was langfristig positive Impulse für Wirtschaft und Gesellschaft setzt.

Die Studie weist also nach, dass Sportgroßveranstaltungen positiv zur Lebensqualität beitragen können. Und für die Verbesserung der Lebensqualität setzt sich Mainova seit jeher in Frankfurt und im Umland ein – sozial, ökonomisch und ökologisch. Denn wir sind tief in der Region verwurzelt und übernehmen wichtige Aufgaben der Daseinsvorsorge. Die nachhaltige und verlässliche Versorgung mit Strom, Gas, Wärme und Trinkwasser prägt unser unternehmerisches Selbstverständnis.

Wir engagieren uns im sozialen Bereich und unterstützen gemeinwohlorientierte Projekte sowie Vereine in den Bereichen Kultur, Soziales und Brauchtum regelmäßig mit Spenden. Außerdem fördern wir seit vielen Jahren den lokalen Spitzensport. Dazu gehören auch sportliche Highlights wie die Mainova IRONMAN European Championship Frankfurt oder der Mainova Frankfurt Marathon.

Ökonomie, Ökologie und Soziales: Diese drei Säulen der Nachhaltigkeit bilden das Fundament unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Daher bauen wir auch den Anteil erneuerbarer Energien an der Stromerzeugung konsequent aus, setzen die Wärmewende speziell in Frankfurt um – insbesondere



durch die Dekarbonisierung unserer Fernwärme und die Verdoppelung des Fernwärmenetzes bis 2040. Außerdem stärken wir unser Stromnetz für die wachsenden Anforderungen der Energiewende und der Digitalisierung. Insgesamt planen wir in den kommenden fünf Jahren rund 2,5 Mrd. Euro insbesondere in die Transformation der Energieversorgung zu investieren. Über unser soziales Engagement hinaus investieren wir damit in eine klimaneutrale, lebenswerte Zukunft – ein wichtiger Baustein, um die Lebensqualität über das Heute hinaus zu sichern.

Ich wünsche Ihnen nun eine interessante Lektüre und danke allen an der Studie Beteiligten für ihre wertvolle Arbeit.

Ihr Dr. Michael Maxelon
Vorstandsvorsitzender der Mainova AG



Sehr geehrte Damen und Herren,

die UEFA EURO 2024 war ein Ereignis, das unsere Metropolregion FrankfurtRheinMain nachhaltig geprägt hat. Sie hat uns nicht nur spannende Fußballmomente beschert, sondern auch gezeigt, wie ein solches Großereignis positive Veränderungen anstoßen kann. Diese Dokumentation soll verdeutlichen, welche Impulse die UEFA EURO 2024 in unserer Metropolregion gesetzt hat – gesellschaftlich, ökonomisch und kulturell.

Besonders erfreulich ist, dass diese sportliche Großveranstaltung zahlreiche Vorteile mit sich brachte, ohne den Steuerzahler insgesamt wesentlich zu belasten. Die Region konnte von einem wirtschaftlichen Impuls in Höhe von rund 420 Millionen Euro profitieren, woraus Steuereinnahmen der öffentlichen Hand resultieren, die oberhalb der öffentlichen Ausgaben und Investitionen für das Event liegen – auch wenn Steuereinnahmen und Investitionen zwischen Bund, Land und den in der Metropolregion liegenden Kommunen unterschiedlich verteilt sind.

Die Ergebnisse der accadis-Impact-Studie für die Metropolregion belegen daher, dass sich solche Veranstaltungen auch in Zukunft lohnen. Bei einem mindestens ausgeglichenen Finanzsaldo hat die UEFA EURO 2024 mit Frankfurt am Main als Host City der Mehrheit der Bewohner der Region zusätzliche Lebensfreude und Begeisterung geschenkt und das Image der Metropolregion

FrankfurtRheinMain als attraktiven Wirtschafts- und Kulturstandort gestärkt – ein positiver Effekt, der weit über das Turnier hinaus nachwirken wird.

Nicht zuletzt hat die UEFA EURO 2024 bewiesen, wie sehr sportliche Großveranstaltungen Menschen zusammenbringen können. Es freut mich besonders, dass viele Bewohner der Metropolregion inzwischen die Idee unterstützen, sich auch in Zukunft wieder um solche Sportgroßveranstaltungen zu bewerben – eine Entwicklung, die angesichts der zurückliegenden Olympia-Referenden in anderen Regionen keinesfalls selbstverständlich erschien.

Und schließlich ist dies auch der richtige Platz, um Danke zu sagen: Dieser Dank gilt vor allem dem Studienleiter Prof. Dr. Gerhard Trosien, dem Unterstützer Mainova sowie dem gesamten Forschungsteam. Durch gemeinsames Engagement können wir auch in Zukunft die Potenziale unserer Region bestmöglich nutzen und den Sport weiter fördern.

Mit herzlichen Grüßen,
Prof. Dr. Florian Peffel
Präsident der accadis Hochschule



Liebe Leserinnen und Leser,

jubelnde Fans, ehrliche Emotionen, zahlreiche Gäste aus dem europäischen Ausland und geliebte Vielfalt: Die Europameisterschaft 2024 war für viele Bewohnerinnen und Bewohner des Rhein-Main-Gebiets zweifellos ein unvergessliches Erlebnis.

Doch gibt es neben diesem positiven gesellschaftlichen Impuls auch wirtschaftlichen Rückenwind? Und was bringt ein Sport-Großevent einer Region wirklich?

Genau diese Fragen hat Prof. Dr. Gerhard Trosien mit seinem Team von der accadis Hochschule Bad Homburg untersucht – und liefert mit einer Studie erstmals spannende Einblicke in die Wirkung der UEFA EURO 2024 auf die Host City Frankfurt und darüber hinaus auf das gesamte Rhein-Main-Gebiet.

Als Sportunternehmen mit Wurzeln in dieser Region, als Vater von zwei sportbegeisterten Kindern und als Sportwissenschaftler war es für mich und unser Team von Apollo18 eine echte Herzensangelegenheit, diese Dokumentation zu begleiten und grafisch mitzugestalten.

Die Ergebnisse der Forschungsgruppe sprechen für sich: knapp 420 Millionen Euro wirtschaftlicher Impuls – und das ist nur die eine Seite.

Der wahre Gewinn? Ein gestärktes Wir-Gefühl, neue Energie für das Ehrenamt und ein gemeinsames Fußballfest, das weit über reine Zahlen hinausstrahlt.

Jetzt gilt es, den Schwung mitzunehmen: für weitere Events im Rhein-Main-Gebiet – für eine starke, gemeinsame Sportinitiative – für die kluge Nutzung bestehender und neuer Infrastruktur. Stichwort: Multifunktionsarena Frankfurt.

Mit sportlichen Grüßen,
Michael Schillinger
CEO der Apollo18 GmbH

DANKE AN DIE STATEMENT-PARTNER:INNEN
VOR BEGINN DER EURO 2024 IN DER MRFRM



BOTSCHAFTER
ALEX MEIER



BOTSCHAFTERIN
DEBORAH LEVI



NINO HAASE,
OB MAINZ



THOMAS FEDA,
CEO TOURISMUS+CONGRESS
GMBH



PETRA ROTH,
OB AD FFM



DR. FELIX SCHWENKE,
OB OFFENBACH



GERHARD BERESWILL,
EHM. POLIZEIPRÄSIDENT FFM



ALEXANDER LEGLER,
LANDRAT ASCHAFFENBURG



ROUVEN KÖTTER,
ERSTER BEIGEORDNETER
REGIONALVERBAND
FRANKFURTRHEINMAIN



DR. MICHAEL MAXELON,
CEO MAINOVA



MICHAEL MÜLLER,
VORSITZENDER WIFRM



MOTSI MABUSE,
TANZTRAINERIN



HENNI NACHTSHEIM,
COMEDIAN, „BADESALZ“



STEFAN KLOS,
GF PROPROJEKT



GERDA MEINL-KEXEL,
GF accadis



JÖRG HAHN,
JOURNALIST



SASCHA SCHNOBRICH,
CEO THE AIRCRAFT GMBH



ANTONIO SPORTIELLO,
BBW KARBEN



ROBERT MICHELS,
DENTONS



ALON MEYER,
PRÄSIDENT MAKKABI



JÜRGEN MOLNAR,
ROBOMARKETS



ERIC MENGES,
CEO FRM-UNITED



ROLAND FRISCHKORN,
VORSITZENDER SK FFM



ANDREAS KLAGES,
HGF LSBH



FYNN DUCHARDT,
STUDENT



AWET OBATION,
EGYM



SPORTPFARRER
EUGEN ECKERT (EV) UND
SIMON SCHADE (KATH)

Liebe Leserinnen und Leser,

unvergesslich ist sie – die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland, dem sogenannten „Sommermärchen“. Auch in Frankfurt, einem der Spielorte, sowie in der gesamten Region.



Großartige Rückmeldungen gab es: Insbesondere unter der sozialen Dimension gab es vielfach Verwunderung bzw. Überraschung bei vielen Gästen aus dem Ausland wie auch unter vielen Einheimischen über die fröhliche Stimmung – und folglich Freude und sogar Stolz. Und das bei schönem Sommerwetter! Auch die ökonomischen Berichte und Nachbetrachtungen kamen zu positiven Resultate, selbst wenn es volkswirtschaftlich „keine nennenswerten Effekte“ hinterließ.

Warum die Untersuchung über die „sozio-ökonomische Wirkung der UEFA EURO 2024 in der Metropolregion FrankfurtRheinMain“ und warum diese Dokumentation? Weil eine Host City nicht für sich allein alle Herausforderungen bewältigt und in der weiteren Umgebung Auswirkungen zu erwarten sind. Wenn hier von einer Untersuchung auf der räumlichen Grundlage einer Metropolregion ausgegangen wird, dann um eine Beschränkung zu akzeptieren, die selten sport-politisch wahrgenommen wird. Es ist deswegen nicht das Bundesland Hessen, sondern die Metropolregion FrankfurtRheinMain als Forschungsgebiet gewählt worden. Die geografischen Verbindungen sind kürzer, die Beziehungen vielfältiger verflochten. Arbeitsbeziehungen, Mobilitätsaspekte oder Freizeitbeziehungen sind durch benachbarte Kommunen und Städte besonders ausgeprägt. Sport zählt dazu: Ein dichtes Netz an Sportvereinen und

Fitnessstudios kann identifiziert werden, so dass Wohnorte allein Zugehörigkeiten, sprich Mitgliedschaften, nicht definieren können. Abgesehen von den lokalen und regionalen Sportwettkämpfen sind von speziellem Interesse unter der Bevölkerung, wenn einzelne Sportanbieter an nationalen und internationalen Sportwettbewerben teilnehmen. Allerdings: Während die Host City Frankfurt eindeutig in ihren städtischen Grenzen definiert ist, ist die Metropolregion FrankfurtRheinMain aufgeteilt in einen Regionalverband und besagte Metropolregion. Beide sind politisch gewollt; letztere ist aber gleich für „Anteile“ aus drei Bundesländern zuständig. „Anteile“ aus Hessen mit Frankfurt im Zentrum sowie „Anteile“ aus Bayern und Rheinland-Pfalz bilden nach dem Metropolengesetz die Metropolregion. Von Ost nach West sind es ca. 100 km (Bingen bis Aschaffenburg), von Nord nach Süd sind es etwa 150 km (Fulda bis Erbach im Odenwald).

Neben Frankfurt mit dem Waldstadion (Eintracht Frankfurt AG) und der PSD Arena (FSV Frankfurt GmbH) bestehen das Mainzer Stadion (FSV Mainz 05 e.V.), das Darmstädter Stadion (SV Darmstadt 98 e.V.), das Offenbacher Stadion (Offenbacher Kickers GmbH), das Wiesbadener Stadion (Wiesbaden-Wehen GmbH) für viele Tausende von Zuschauern und vor allem genutzt durch die in Klammern stehenden Fußball-Klubs. Während das größte Stadion als „Frankfurt Arena“ von der UEFA bezeichnet wurde und fünf Spiele der UEFA EURO 2024 austrug, sind andere als BaseCamps genutzt worden: das Mainzer Stadion für die Fußball-Nationalmannschaft des Fußball-Verbandes der Slowakei, das Wiesbadener Stadion für die Fußball-Nationalmannschaft der Ukraine und das Offenbacher Stadion für die von der UEFA bestellten Fußball-Schiedsrichter.

Diese fünf Spiele in der Frankfurt Arena in der Host City sind Grundlage für die Herausforderungen und Auswirkungen im regionalen Raum. Hunderte von Fußballspielern auf dem Platz führten zu Tausenden von Zuschauern im Stadion und vielen weiteren auf der Fanzone in Frankfurt, beim Public Viewing in der Region – mit Auswirkungen für Mobilität, Hotels, Gastronomie, Freizeitaktivitäten, Konsum und mehr.

Was die Host City Frankfurt, sowohl für die Thematik der Auswirkungen in die Metropolregion hinein bedeutete als auch als spezieller Standort, deutet der Untertitel der Dokumentation an: Es

war – und das nicht nur für die vier Wochen der EURO 2024 – das Management für die gesamte Europameisterschaft der UEFA in Deutschland. Dazu zählen der Deutsche Fußball-Bund e.V., der Hessische Fußball-Verband e.V. und der Deutsche Olympische Sportbund e.V., jeweils mit ihren Geschäftsstellen, sowie neue Institutionen, etabliert nur für die Durchführung der EURO 2024. Gemeint und hier aufgenommen sind die EURO 2024 GmbH (mit dem Volunteer-Management), Stiftungen sowie die Hospitality Experience AG. Diese Hinweise bedeuten Einrichtung von Geschäftsstellen, Anstellung von befristetem Personal und Finanzplanungen, die in den anderen neun Host Cities in dieser Form nicht vorhanden waren, aber auch Abbau und Auflösung vor Ende 2024.

Während die vorgenannten Akteure ihre jeweils eigenen Positionen und „Bilanzen“ darstellen, sind zudem Daten aufgenommen, die durch die Untersuchung „sozio-ökonomische Analyse“ für die Metropolregion von der Forschungsgruppe der accadis Hochschule in Bad Homburg empirisch ermittelt wurden. Die Studie schloss ein, dass die sozialen, ökologischen sowie ökonomischen Auswirkungen der EURO 2024 erfragt wurden, in repräsentativen Erhebungen der Bevölkerung in der MRFRM vor (ex-ante) und nach (ex-post) dem Turnier. 418 Millionen Euro ist das ökonomische Resultat der 4-wöchigen Fußball-Europameisterschaft in der Region. Dieses Ergebnis sowie die ausgewerteten Daten über soziale und ökologische Auswirkungen wurden in detaillierten Kurzdarstellungen aufgenommen. Die von der MAINOVA AG geförderte Studie ist kostenfrei und kann heruntergeladen werden (Seite 71). Zu diesen ökonomischen Daten kommt, wie bereits 2006, ein enormer Prestige-Gewinn – insbesondere im Ausland!

Diesem Verständnis folgt die vorliegende Dokumentation, indem auf die EURO 2024 bezogen die Auswirkungen (einschließlich der direkten, indirekten und induzierten wirtschaftlichen Effekte) auf die Region von ausgewählten Akteuren selbst vorgestellt werden – Verantwortliche in Stadt und Land Hessen mit ihren Aufgaben und der materiellen Absicherung, aber auch von engagierten Ehrenamtlichen, Unternehmern, Journalisten. Diese detaillierte Sichtweise macht deutlich, welche Angebote, welcher Nutzen und welche Werte generiert wurden: in der Tourismusbranche, der Gastronomie, den Medien. Begegnungen mit aus- und inländischen Gästen, Fans und Zuschauern

sowie damit zusammenhängenden sozialen Auswirkungen. Langfristig kann von erweiterten Aktivitäten ausgegangen werden hinsichtlich der Entwicklung der Sportinfrastruktur sowie zunehmender Sportbeteiligungen. Eine Prognose, die für die weitere Dynamik der Metropolregion und weit über den Sport hinaus vermutet wird.



Es sah anfänglich nicht unbedingt nach einer erfolgreichen EM 2024 in Deutschland aus – das galt auch für die Host City Frankfurt. Ebenso für die Metropolregion FrankfurtRheinMain, wie die „Vorfreude-Messungen“ in der Bevölkerung wiedergaben. Dann kam auch noch der „Sun“-Bericht dazu (siehe im Abschnitt über die medialen Beispiele). „Torfreude“ hatte die Host City Frankfurt als Motto ausgegeben – und das „im Herzen Europas“. Doch beides ist aufgegangen. Sowohl die Bevölkerung hat die Europameisterschaft angenommen als auch alle Behörden und Institutionen. Diese Dokumentation belegt das besondere Engagement, dass Frankfurt fünf Spiele durchführen durfte, dass diese ausverkauft waren, dass weit über die vollen Stadien eine mehrfache Anzahl von Besuchern auf der Fanzone waren, und dass metropolregional eine eindrucksvolle Summe zustande kam, die die kommunalen Aufwendungen bei Weitem überstieg. Also, alles richtig gemacht! Hinzu kam, dass in Frankfurt, im wahrsten Sinne, nahezu alle fußballorganisatorischen „Fäden“ zusammenliefen. Die UEFA EURO 2024 GmbH hatte ihren Standort in der Otto-Fleck-Schneise, viele fußball-politische Begegnungen fanden in Frankfurt statt, viel fußball-interessierte Prominenz konnte begrüßt werden, was zusätzlich globale (nicht nur europäische) Aufmerksamkeit auslöste.





Philipp Lahm, Turnierdirektor und Celia Šašić, Botschafterin der UEFA EURO 2024

Abschließend, da hier nicht weiter darauf eingegangen werden kann, Anmerkungen zu dem Stichwort Verdrängung bzw. Verschiebung, das im Kontext von Sportgroßveranstaltungen häufig thematisiert wird. Gewiss sind Touristen wegen der EURO im Juni/Juli 2024 weggeblieben und sind Einheimische bewusst verreis, doch hat das letztlich die Bilanz nicht besonders getrübt. Auch populäre Sportevents waren davon betroffen. Die beiden größten Sportveranstaltungen, die durch die EURO 2024 „verdrängt“ wurden, hatten übrigens keine Nachteile: der JPMorgan Run 2024 wurde vorgezogen, der IRONMAN 2024 nach hinten verlegt.

„MEHR ALS 1:0“

SCHUL-EM IN DER FRANKFURTER FANZONE

Nach dem Viertelfinal-Aus der deutschen Mannschaft war vor der Schul-EM. Auf Initiative der Abteilung Schulfußball des Hessischen Fußball-Verbandes in Zusammenarbeit mit Fair-Play-Hessen und dem Hessischen Ministerium für Kultus, Bildung und Chancen traten mehrere Frankfurter Schulen im Rahmen einer Mini-Schul-EM in insgesamt zwei Altersklassen gegeneinander an.

Vier weiterführende Schulen, die insgesamt acht Teams bildeten und somit über 80 Kinder waren insgesamt mit von der Partie. Gespielt wurde auf einem Soccer-Court auf der Frankfurter Fanzone am Main. Die Spielerinnen und Spieler regelten den Spielverlauf ohne Schiedsrichter unter sich, um stets den Fair-Play-Gedanken im Eifer des Gefechts zu wahren und ebenso zu schulen. Für die Mannschaften gab es lediglich die Vorgabe, immer mindestens ein Mädchen auf dem Spielfeld zu haben.

Hauptgewinn waren DFB-Trikots. Die Zweitplatzierten erhielten Shirts von Adidas, Derbystar-Bälle und Markierungshemden. Außerdem erhielten alle Kugelschreiber und Schlüsselanhänger, welche vom Ministerium gespendet wurden.

Der Hessische Fußball-Verband bedankt sich bei allen beteiligten Hilfskräften, allen Organisatoren, allen Lehrkräften und ganz besonders bei allen Spielerinnen und Spielern für ihr Engagement.

Prof. Dr. Silke Sinning
Präsidentin des Hessischen
Fußball-Verbandes e.V.

AM 5. JUNI 2024

„Den runden 30. Geburtstag der JP Morgan Challenge hatten mehr als 63.000 Menschen aus über 2.100 Unternehmen, Betrieben, Behörden und Institutionen auf der 5,6 Kilometer langen Laufstrecke und bei zahlreichen Firmenpartys nach dem Rennen gefeiert. ...“

AM 18. AUGUST 2024

„... rund 4.000 Teilnehmer:innen aus über 60 Nationen traten beim Ironman in Frankfurt an. Vom Langener Waldsee (Schwimmen) startete die 22. Auflage der Mainova IRONMAN European Championship“ in die Region hinein (Radrennen), um über den Marathonlauf das Finale in Frankfurt zu erreichen.“

Beide Beispiele zeigen, dass sie keine Einschränkungen hinnehmen mussten – weder die Sportler noch das Publikum.

Aufmerksamkeit, Anwesenheit und Akzeptanz galten im besonderen Maße für die Host City; auch in Zukunft werden internationale Sportgroßveranstaltungen stattfinden. Der nachhaltigen Dimension, die die UEFA und der DFB ausgerufen haben, ist bestmöglich gefolgt worden. Das soll beibehalten werden. Und gerade in Frankfurt geht es aktuell weiter: Hier nur die beiden 100jährigen, die in Frankfurt gegründet wurden: Das Waldstadion wurde 1925 eröffnet und auch die Sportwissenschaft an der Goethe-Universität kann 2025 Jubiläum feiern. Sport in der Metropolregion hat Tradition und Zukunft! ■

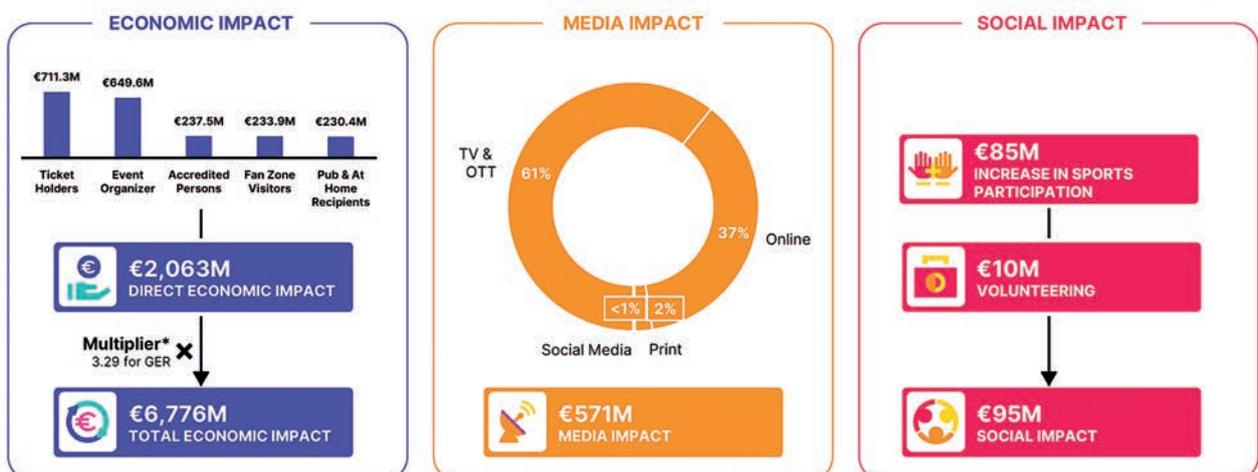
AUFTRAG UND EINSATZ DER EURO 2024 GMBH MIT SCHWERPUNKT AUF DIE BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE

Die UEFA EURO 2024, die vom 14. Juni bis zum 14. Juli 2024 in Deutschland stattfand, erwies sich sowohl aus organisatorischer als auch aus wirtschaftlicher Perspektive als äußerst erfolgreich. Das Turnier zog insgesamt 2,7 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer in die Stadien, wobei 44 % der Besucherinnen und Besucher aus dem Ausland anreisten (UEFA, 2024, S. 5). Die globale Reichweite der EURO 2024 war erheblich: Das Finale in Berlin wurde weltweit von mehreren Milliarden Menschen verfolgt, während das Turnier insgesamt eine kumulierte Live-Zuschauerzahl von 5,2 Milliarden erreichte und 4,5 Milliarden Aufrufe in den sozialen Medien generierte (Nielsen Sports, 2024, S. 6).

Die wirtschaftlichen Effekte des Turniers waren ebenso beachtlich. Nach der Host Country Impact Studie von Nielsen Sport, generierte das Turnier Einnahmen in Höhe von 7,44 Milliarden Euro (sog. Host Country Impact) für die deutsche Wirtschaft (Nielsen Sports, 2024, S. 7). Die wirtschaftlichen Auswirkungen der UEFA EURO 2024 lassen sich dabei in drei zentrale Bereiche gliedern: direkte wirtschaftliche Effekte, mediale Effekte und soziale Effekte (Nielsen Sports, 2024, S. 8). Die direkten wirtschaftlichen Effekte entstanden durch Ticketverkäufe, Tourismus und Konsum. Insgesamt belie-

fen sich die wirtschaftlichen Effekte des Turniers auf 6,77 Milliarden Euro, wobei der überwiegende Anteil durch Ausgaben von Stadionbesuchern und Touristen („ticketless fans“) generiert wurde (Nielsen Sports, 2024, S. 9).

Auch die UEFA und somit die Entwicklung des europäischen Fußballs profitierte wirtschaftlich. Der Gewinn von über eine Milliarde EURO fließt direkt in der europäischen Fußball zurück. Über das sogenannte HatTrick-Programm, werden in den kommenden 4 Jahren 935 Millionen Euro aus den Einnahmen des Turniers an die 55 Mitgliedsverbände der UEFA ausgeschüttet, um die Entwicklung des europäischen Fußballs in den kommenden Jahren weiter zu fördern – eine direkte Reinvestition in den Fußball. 331 Millionen Euro wurden als Preisgelder an die 24 Nationalverbände ausgezahlt, während 240 Millionen Euro an Entschädigungen an die Vereine flossen, um die Teilnahme der Spieler am Turnier zu gewährleisten (UEFA, 2024, S. 29). Auf der Ausgabenseite wurden die gesamten Wettbewerbskosten für die EURO 2024 auf EUR 645,5 Mio budgetiert, wobei sich der Großteil davon auf die direkten Kosten für die Turnierorganisation bezieht (Stadionmiete, Volunteers, TV-Produktion, Auslosungen, Zeremonien, Transport und Personalkosten etc.) (UEFA, 2023). »



Rounding errors can apply
* Based on the theories of British economist John Maynard Keynes. Calculation is based on the country-specific Marginal Propensity to Consume (MPC), representing the share of each additional Euro of disposable income that is spent on consumption. MPC can be estimated based on key economic parameters such as disposable income and private household consumption within an economy.

Erstmals wurde auch ein Klimafonds durch die UEFA zur Kompensation der unvermeidbaren CO²-Emissionen des Turniers in Höhe von 7,925 Mio. Euro aufgesetzt, von dem insgesamt 225 deutsche Amateurvereine profitierten.

ORGANISATIONSSTRUKTUR DER EURO 2024 GMBH

Die organisatorische Umsetzung der UEFA-Europameisterschaft 2024 wurde durch die im Dezember 2020 von der UEFA und dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) gegründete EURO 2024 GmbH koordiniert. Dieses Joint Venture, das anfänglich mit 24 Mitarbeitenden startete, wuchs bis zum Sommer 2024 in der Spitze auf 810 Angestellte an. Die EURO 2024 GmbH war für die operative Steuerung der zehn Austragungsstätten, des Tournament Operations Centres in Frankfurt sowie des International Broadcast Centres in Leipzig und auch für alle Schnittstellen mit den zehn Host Cities verantwortlich und legte damit die Grundlage für einen reibungslosen Ablauf des Turniers.

Unter der Leitung von zwei Geschäftsführern wurde eine Matrixstruktur entwickelt, die in fünf sogenannte „Units“ gegliedert war:

1. Venue Operations, Overlay & Technical Services

Verantwortlich für die Erstellung und Umsetzung der Veranstaltungsplanung durch Integration von operativen Meilensteinen und Bedarfsanalysen (sog. Needs Assessments).

2. Safety, Security & Medical

Zuständig für die Planung und Umsetzung der Sicherheitsmaßnahmen (private Sicherheit, Koordination/Zusammenarbeit mit Polizei und Ministerien) sowie des medizinischen Dienstes an allen offiziellen Veranstaltungsorten, insbesondere Stadion und Teamunterkünfte (Team Base Camps).

3. Public Affairs, Host Cities & Teams

Verantwortlich für Abstimmung mit den Bundes- und Länderbehörden zur Sicherstellung der Umsetzung vertraglicher Verpflichtungen aus dem

Cooperation Agreement (insbesondere Regierungsgarantien) mit der UEFA. Zudem koordinierte diese Unit das Host-City-Programm, einschließlich relevanter Projekte wie das Volunteer-Programm, Mobilität, die Auswahl geeigneter Team Base Camps und die weitere logistische Unterstützung der Mannschaften während des Turniers.

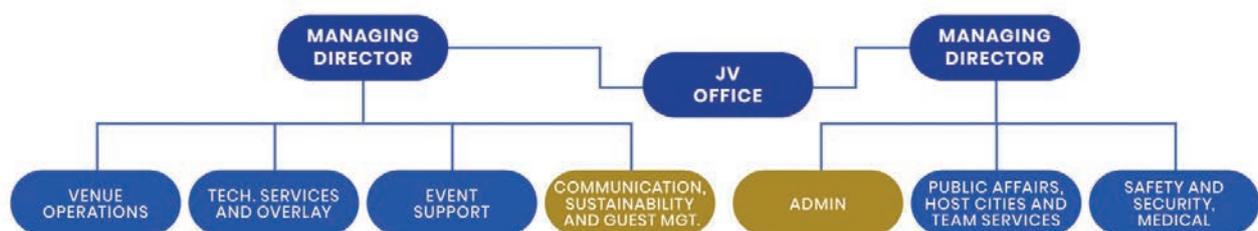
4. Event Support

Unterstützung von weiteren Service-Projekten wie z.B. Event Transport. Organisation von weiteren EURO Veranstaltungen wie dem Final Draw, Official Dinner etc.

Darüber hinaus wurde das Unternehmen durch zwei zentrale Stabsstellen unterstützt, die cross-funktional arbeiteten. Diese umfassten einerseits sämtliche administrativen Geschäftsbereiche rund um das Personalwesen (HR), Recht und Finanzen sowie weitere bereichsübergreifende Projekte in den Bereichen Kommunikation, Nachhaltigkeit und Protokoll- und Gästemanagement.

Die EURO 2024 GmbH war als Matrixorganisation strukturiert und arbeitete in enger Abstimmung mit der UEFA-Zentrale in Nyon. Innerhalb dieser Organisation wurden über 30 Projekte in verschiedene Units integriert. Für jedes dieser Projekte wurde ein sogenannter Project Charter erstellt, der die jeweiligen Rollen und Verantwortlichkeiten definierte. Grundsätzlich wurde zwischen der Design-Phase und der Implementierungsphase unterschieden. Während die Design-Phase die strategische Konzeption bis zum Jahr 2023 umfasste, begann ab 2024 die operative Umsetzung der entwickelten Strategien.

Ein anschauliches Beispiel für diesen Prozess bietet der Bereich Technical Services. Obwohl die Stadien in Deutschland bereits einen hohen technischen Standard aufwiesen, waren zusätzliche technische Anpassungen erforderlich, da sich die Anforderungen – gerade auch vor dem Hintergrund der bestehenden Rahmenbedingungen –



Vereinfachte funktionelle Struktur der EURO 2024 GmbH (eigene Darstellung)

eines UEFA-EURO Spiels erheblich von denen eines regulären Bundesliga-Spiels unterscheiden. Zum Beispiel sind mehr Kommentatorenplätze notwendig und auch die Anzahl der Kameras und der dazugehörigen Plattformen musste erhöht werden.

MATRIXORGANISATION UND PROJEKTSTRUKTUR

Jedes Projekt innerhalb der EURO 2024 GmbH folgte einer klaren Struktur in beiden Phasen. Dabei existierten zwei Modelle in der Umsetzung, welche im Detail Zusammenarbeit zwischen UEFA und EURO 2024 GmbH definierte: Im ersten Modell wurden sowohl Planungs- als auch Implementierungsphase vollständig von der EURO 2024 GmbH und ihren Mitarbeitenden übernommen. Die strategische Konzeption (Design) wurde im zweiten Modell von der UEFA-Zentrale in Nyon entwickelt und mit der Geschäftsführung und den GesellschafterInnen der EURO 2024 GmbH abgestimmt, während die Implementierung selbst dann federführend durch die EURO 2024 GmbH erfolgte.

Unabhängig von der spezifischen Organisationsstruktur der einzelnen Projekte, wurde innerhalb der EURO 2024 GmbH der sogenannte „One Team Approach“ verfolgt. Dieses Prinzip stellte sicher, dass unabhängig von der strategischen Ausrichtung eines Projekts oder der arbeitsrechtlichen, gesellschaftlichen Zuordnung der Mitarbeitenden (ob UEFA oder EURO 2024 GmbH) stets das Projektergebnis im Vordergrund stand. Diese kollaborative Arbeitsweise gehörte zu den zentralen Werten der EURO 2024 GmbH.

PERSONALSTRUKTUR UND ZENTRALE STEUERUNG

Ab 2021 wurden ausschließlich Mitarbeitende für die Zentralverwaltung in Frankfurt rekrutiert. Von dort erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der UEFA in Nyon die zentrale Planung der EURO 2024. Ein essenzieller Bestandteil dieser Planungsarbeit waren die sogenannten Working Visits, bei denen die Stadien in einem fast definierten Rhythmus einer detaillierten Prüfung unterzogen wurden. Im Rahmen dieser „Site Visits“ wurden die Venues eine Woche lang gemeinsam mit den wichtigsten Stakeholdern, wie beispielsweise den Stadionbetreibern, evaluiert. Ziel war es, mögliche bestehende infrastrukturelle Defizite zu identifizieren, den Bedarf an temporären Bauten konkret zu bestimmen und einen kontinuierlichen Abgleich mit den Planungen sicherzustellen. Neben der Stadionfokussierung fanden parallel dazu die Working Visits in den Host Cities statt. Hierbei lag der Schwerpunkt auf der Zusammenarbeit mit den

lokalen Behörden, insbesondere in Bezug auf nicht stadionbezogene Themen wie Mobilitätskonzepte, das Volunteer-Programm und die Fan-Zonen.

Ab Februar 2023 wurden sukzessive Mitarbeitende dezentral in den Host Cities für das Projekt Volunteers eingestellt (siehe späteres Kapitel). Mit der zunehmenden Nähe zum Turnierjahr 2024 erfolgte ein stufenweiser Ausbau der dezentralen Personalstruktur in den Austragungsstädten.

Im November und Dezember 2023 wurden schließlich die Senior Venue Manager und die Venue Technical Manager rekrutiert. Ihnen kam in der operativen Implementierung und Durchführung die zentrale Rolle zu. Sie durchliefen in Frankfurt ein zentrales Training, bevor sie ab Januar 2024 an die zehn Spielstätten entsendet wurden und dort ihre Büros in den Stadien bezogen. Dieser Schritt markierte die Aktivierung des operativen Betriebs durch EURO 2024-Personal in den Austragungsstädten.

PERSONALENTWICKLUNG DER EURO 2024 GMBH IM TURNIERJAHR 2024

Im Jahr des Turniers verdreifachte sich innerhalb von nur fünf Monaten die Anzahl der Mitarbeitenden auf insgesamt 810 Personen, verteilt auf alle zehn Spielorte sowie das International Broadcast Centre (IBC) und die Zentrale in Frankfurt.

Mit Beginn der Turnierphase wurde die Frankfurter Zentrale (ehemalige Zentrale des DFB in der Otto-Fleck-Scheise in Frankfurt) in das sogenannte Tournament Operations Centre (TOC) umgewandelt. Von hier aus wurden die Spiele und alle weiteren Bewegungen und Ereignisse rund um die Spiele (Fan Zonen, Wetter, Zuschauerverhalten) überwacht und analysiert, während gleichzeitig eine kontinuierliche Unterstützung der Venue-Teams sichergestellt wurde. »



Entwicklung Mitarbeiteranzahl im Jahre 2024 gegliedert nach Central Staff in Frankfurt und Venue Staff (eigene Darstellung)

BESCHÄFTIGUNGSSTRUKTUR DER EURO 2024 GMBH AM STANDORT FRANKFURT

Aufgrund des Unternehmenssitzes in der Otto-Fleck-Schneise war Frankfurt der Standort mit der höchsten Anzahl an Beschäftigten der EURO 2024 GmbH in Deutschland. Während der Turnierzeit im Juni 2024 waren dort insgesamt 133 Mitarbeitende in der Firmenzentrale tätig. Darüber hinaus waren 69 Mitarbeitende der EURO 2024 GmbH, gemeinsam mit 34 UEFA-Staff sowie einer Vielzahl externer Dienstleister, für den operativen Betrieb im Frankfurter Stadion verantwortlich. In diesem Zusammenhang ist zwischen zwei Beschäftigungsgruppen zu unterscheiden:

1. Central Staff, die seit der Unternehmensgründung im Jahr 2021 mit oder langfristigen Verträgen tätig waren (bis zu 3,5 Jahre).
2. Venue-Staff, deren Vertragslaufzeit durchschnittlich 4,5 Monate betrug, da ihre Anstellung primär auf die operative Durchführung des Turniers im jeweiligen Stadion ausgerichtet war.

GENERAL STATISTICS	TOTAL	EURO 2024 GMBH	UEFA
MEMBER OF STAFF (HEAD COUNT)	103	69	34
STATISTICS WITH REGARDS TO LEVEL	ASSISTANT (22)	COORDINATOR (27)	MANAGER (19)
AVERAGE DURATION OF EMPLOYMENT (IN MONTHS)	2,73	3,34	4,51

Mitarbeiterstruktur am Venue Frankfurt (eigene Darstellung)

Insgesamt entstanden durch die EURO 2024 GmbH am Standort Frankfurt über 200 Arbeitsplätze. Die Stellenbesetzung erfolgte sowohl durch lokale Fachkräfte als auch durch die gezielte Rekrutierung internationaler Expertinnen und Experten, die bereits an der Organisation von Großsportveranstaltungen wie denen der FIFA oder des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) beteiligt waren. Diese Diversität an Fachwissen trug wesentlich zur erfolgreichen Umsetzung des Turniers bei.

VOLUNTEER-PROGRAMME

Neben den direkten wirtschaftlichen Effekten, bietet ein Großereignis wie die UEFA EURO 2024 auch zahlreiche Chancen für die Stärkung ehrenamtlicher Strukturen auf lokaler Ebene. Ziel ist es somit, in Zusammenarbeit mit den relevanten Stakeholdern die rund um die UEFA EURO 2024 engagierten Ehrenamtlichen auch für ehrenamtliche, lokale Tätigkeiten z.B. in Amateurvereinen zu motivieren, um so einen nachhaltigen Beitrag zur Stärkung des Ehrenamtes zu leisten. Abseits einer rein monetären Betrachtung der Effekte des Volunteer-Programms, sind hier auch positive Effekte im Zusammenhang mit der sogenannten Sozialrendite (Social Return on Investment, kurz: SROI) ehrenamtlicher Arbeit zu berücksichtigen. Obwohl dies hier nicht im Fokus steht, soll es der Vollständigkeit halber ob des unstrittig gesellschaftlichen Wertes jedoch nicht unerwähnt bleiben.

Grundsätzlich wurde das Volunteers-Programm der UEFA EURO 2024 erstmalig als Gemeinschaftsprojekt des Veranstalters und der Host Cities aufgesetzt und ging von einer Gesamtzahl von insgesamt 16.000 Volunteers aus, die an den Standorten zum Einsatz kamen. Während die Volunteers insgesamt aus 124 Ländern (Bundesregierung, 2024, S. 25) rekrutiert wurden, kamen in Frankfurt und Umgebung Volunteers aus 59 Nationen zum Einsatz, um den reibungslosen Turnierablauf zu gewährleisten. Das Durchschnittsalter der Volunteers lag bundesweit bei 33, der Älteste war 85 Jahre.

Insgesamt wurden in Frankfurt aus knapp 16.500 Bewerbenden 1.420 Volunteers ausgewählt. Sie kamen rund um die Spiele zum Einsatz und leisteten ihren ehrenamtlichen Beitrag an vielen Stellen zum erfolgreichen Gelingen. Corinna Mergner, heute Abteilungsleiterin im BFV, war Leiterin des Volunteer-Programms. Sie fasste es auf der Social-Plattform LinkedIn mit folgenden Worten zusammen (red. geringfügig gekürzt):

„In den nächsten Tagen enden die Verträge der meisten unserer Volunteer Management Kollegen von UEFA EURO 2024. Wir haben es geschafft, mit großer Freude. Mehr als 3 Jahre Vorbereitung auf dieses einzigartige Volunteer-Programm der UEFA EURO 2024 mit 16.000 Volunteers in unseren zehn Host Cities in diesem gemeinsamen Volunteer-Programm, zum ersten Mal in der Geschichte der UEFA EURO.“





- 47 bezahlte Mitarbeiter:innen und Kolleg:innen in der EURO 2024 GmbH
- 20 bezahlte Kolleg:innen in zehn Host Cities
- 20 Freiwilligenzentren / Hubs
- 200 langjährige Freiwillige
- Unzählige erstaunliche, einzigartige Momente und glückliche Gesichter
- Besuch von Turnierdirektor Philipp Lahm und Turnierbotschafterin Celia Šašić
- Besuch von UEFA-Präsident Aleksander Čeferin und UEFA-Botschafter Luís Figo
- Bundeskanzler Olaf Scholz, Außenministerin Annalena Baerbock und Innenministerin Nancy Faeser
- Besuch vom Deutschen Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier und Frankreichs Präsident Emmanuel Macron
- Einladung in die Bayerische Staatskanzlei durch den bayerischen Ministerpräsidenten Markus Söder

All diese Erfahrungen sind einmalig im Leben und werden für immer in unseren Köpfen bleiben. In den Köpfen der Freiwilligen, meiner Kollegen und Freunde.

Vielen Dank für das Vertrauen in die Leitung dieses Programms und anhaltende Unterstützung Markus Stenger, Andreas Mex Schaer, Jürgen Eißmann, Lukasz Wojtowicz, Adrian Feller und Olivier Chovin. Vielen Dank für jeden einzelnen Moment bei EURO 2024 GmbH und vielen Dank an mein großartiges Team für die Vorbereitung, Durchführung und den Genuss jedes Schritts vor und während unserer einzigartigen Reise Ilaria Montemagno, Thomas Schafhauser, Matthias Reitlinger, Saskia Unglaub, Ludwig Weingarten, Maria Hergenhan Magdalena Brass.

Neben unseren 16.000 Freiwilligen seid ihr und unsere Kollegen vom Volunteer Venue und Host City Volunteer meine wahren Helden!

@euro2024volunteers @unitedbyfootball
#euro2024 #thankful #proud #unique
#veryspecial #onceinalife #onceinmylife."





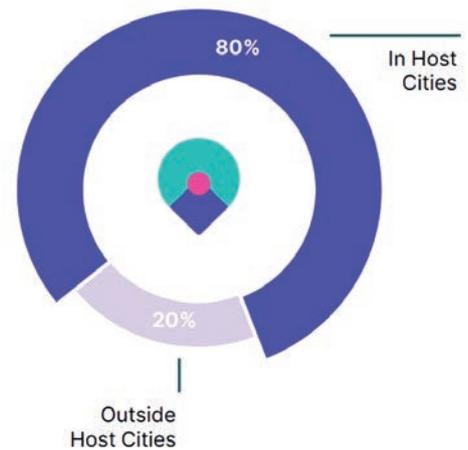
Fans aus England in der Host City FFM

WEITERE INDIREKTE BESCHÄFTIGUNGSEFFEKTE IN DER METROPOLREGION RHEIN-MAIN DURCH TOURISMUS UND GASTGEWERBE

Ein zentraler Bereich, der nachweislich durch das Turnier profitiert hat, war das Gastgewerbe. Die hohe Zahl an internationalen Gästen sorgte für eine signifikante Nachfrage nach Hotels, Restaurants und weiteren touristischen Dienstleistungen (Nielsen Sports, 2024, S. 14). Gerade internationale Gäste blieben laut der Studie bis zu 2.5 Tage in der Host City, sodass man die Vermutung anstellen kann, dass es zu einer temporären Steigerung der Beschäftigung in der Hotellerie und Gastronomie kam. Für die quantitativen Ausmaße am Standort Frankfurt siehe die Berichte der Tourismus und Congress GmbH Frankfurt und des Sportamtes. Die wirtschaftlichen Effekte auf die Hotellerie / Unterbringungsbranche lassen sich bundesweit auf 1.58 Mio € schätzen.



Unterkunftsort



Exemplarischer Berechnungsansatz für die wirtschaftlichen Auswirkungen von Unterkünften





Volunteers in der Host City FFM: Ankünfte und Abschied

SICHERHEITSEKTOR

Ein weiterer wichtiger Bereich, der auch in der Metropolregion Rhein-Main von der EURO 2024 profitierte, war die Sicherheitsbranche (Bundesregierung, 2024, S. 22). Dies betraf allen voran vordergründig den Einsatz an Kräften des privaten Sicherheits- und Ordnungsdienstes am Stadion selbst, an den Team Base Camps und den Hotels, die am Spieltag selbst von den Teams genutzt wurden. Im Rhein-Main Gebiet bezogen die Teams der Slowakei (in Mainz) und der Ukraine (in Taunusstein) ihre Base Camps.

Beim Blick auf den Personaleinsatz am Stadion Frankfurt kam es in Abhängigkeit der Bewertung der Spiele beispielsweise zu einem Einsatz von durchschnittlich 900 Sicherheitskräften am jeweiligen Spieltag. Hier waren zudem im Kontext der Inneraumsicherung der Stadien gerade die Spiele mit Superstars wie Cristiano Ronaldo von besonderer Relevanz, da zum Schutz dieser Spieler zusätzliche Maßnahmen ergriffen werden mussten. Dazu muss jedoch auch der Bedarf an Sicherheits- und Servicekräften an Nicht-Spieltagen im Rahmen von Bewachungsaufgaben und der Einsatz an weiteren Standorten wie beispielsweise

den Fanzonen hinzugezählt werden. Zudem gehen mit einem Sportgroßereignis wie der EURO zahlreiche weitere Events einher, wie z.B. Public Viewings oder Musikveranstaltungen, die ebenfalls Bedarf bzw. Nachfrage generieren. Generell war daher in Verbindung mit den hohen Sicherheitsanforderungen der jeweiligen Events und einem herausfordernden Arbeitsmarkt in diesem Segment, eine hohe Nachfrage bei einem gleichzeitig begrenzten Angebot zu verzeichnen. Insofern war die UEFA EURO 2024 auch ein maßgeblicher wirtschaftlicher Faktor für das private Sicherheitsgewerbe.

FAZIT: „ONCE IN A LIFETIME-EVENT“

Rein gesamtwirtschaftlich ist die Beschäftigungswirkung der UEFA EURO 2024 insbesondere ob des temporären Charakters eines Formats wie der UEFA EURO vergleichsweise gering – lokal am Standort Frankfurt jedoch im Kontext möglicher Multiplikatoreffekte spürbar. Auch vor dem Hintergrund, dass sich die Zentrale der gegründeten operativen Einheit, der EURO 2024 GmbH, in Frankfurt befand und dort voll steuerpflichtig war.





HOST CITY FRANKFURT – AUFGABEN UND VERANTWORTUNG

Vom 14. Juni bis 14. Juli fand die UEFA EURO 2024 in Deutschland statt. Die Stadt Frankfurt am Main mit der Frankfurt Arena war eine der zehn Austragungsstätten. In der Arena Frankfurt wurden vier Vorrundenspiele, darunter eins mit deutscher Beteiligung, und ein Achtelfinale ausgetragen.

Bevor das Turnier startete, hatten die Verantwortlichen in der Stadt schon Monate zuvor mit den Planungen zum Turnier begonnen. Auf dem Weg zum Turnier wurden zahlreiche Maßnahmen geplant und umgesetzt, die auch schon weit vor Turnierbeginn Vorfreude auf das Turnier in der Stadt und der gesamten Metropolregion verbreitet haben. Für die Umsetzung des Projektes stellte die Stadt Frankfurt am Main ein Projektbudget von 30,2 Millionen Euro zur Verfügung für Stadion und Fanzone. Durch zielgerichtetes und nachhaltiges Umsetzen der verschiedenen Aufgaben und Projekte gelang es der Host City, das Projektbudget nicht voll auszuschöpfen.

DER WEG ZUM TURNIER

Den Auftakt einer Reihe von Veranstaltungen vor dem Turnier stellte in Frankfurt im Oktober 2022 der Abend für den Fußball dar, der sich ganz um die vielen freiwilligen Helfer, die Volunteers, drehte.

Unverzichtbar für ein solches Großereignis. Während des Turniers wurde die Host City von 1.600 Volunteers unterstützt, die das Turnier einzigartig machten. Sie waren die ersten Gesichter, die die Gäste der Stadt sahen und standen mit Rat und Tat bereit, um den Besucherinnen und Besuchern ein unvergessliches Erlebnis zu ermöglichen.

Im Anschluss an den Abend für den Fußball fand am 9. Oktober 2022 in der Festhalle in Frankfurt am Main der Qualifying Draw statt, bei dem die Qualifikationsgruppen zum Turnier ausgelost wurden. Hier präsentierte sich die Host City Frankfurt vor Vertretern der europäischen Nationen von ihrer besten Seite und glänzte mit hervorragender Organisation für das anstehende Turnier.

Das nächste Highlight folgte am 14. Juni 2023: Auf der Hauptwache wurde ein Soccer Court aufgebaut, auf dem 365 symbolische Tore erzielt werden sollten. Ein voller Erfolg, der durch den Besuch der Nationalspieler Kevin Trapp, Leroy Sané und Emre Can gekrönt wurde. Gemeinsam mit Oberbürgermeister Mike Josef gingen sie auf Torjagd. Zusätzlich startete das Volunteer-Programm, für das in den nächsten Wochen über 16.000 Bewerbungen für die Host City Frankfurt eingingen.

Um weiterhin die Vorfreude in der Stadt zu schüren, stellte die Host City im August 2023 im Römer die Giant Countdown Trophy der UEFA EURO 2024 auf, gerne als Fotomotiv für die sozialen Medien genutzt. Die Frankfurter Fußballvereine wurden mit Funino-Toren im Host City Design ausgestattet. Damit konnten die Kleinsten beim Ausüben ihrer Lieblingssportart schon etwas Turnierstimmung schnuppern. Auch die Förderung von Mädchenfußball war der Host City vor dem Turnier ein wichtiges Anliegen. Das Projekt Girls Wanted, das allen fußballbegeisterten Mädchen einfachen und kostenfreien Zugang zum Fußball ermöglicht, wurde ebenfalls unterstützt.

Die soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit war von Anfang an bei allen Überlegungen der Host City von zentraler Bedeutung, um ein möglichst nachhaltiges Turnier umzusetzen. Im Rahmen der Maßnahmen wurden im November 2023 im Stadtwald 2.024 Bäume gepflanzt, die die grüne Lunge unserer Stadt stärkt und mit weiteren Maßnahmen das Bewusstsein für Umweltschutz und eine nachhaltige Entwicklung gefördert hat.

Die Host City fand für den Giant Ball, dem offiziellen Matchball „Fußballliebe“, im Sportpark Preungesheim eine Heimat. Ein weiteres Fotomotiv für Groß und Klein. Darüber hinaus durften sich alle Frankfurter Fußballvereine über UEFA EURO2024-Spielbälle freuen, die seither für den Trainingsbetrieb eingesetzt werden.

Ebenfalls im November 2023 stand die Volunteer Week an. In Frankfurt konnten die ausgewählten 1.600 engagierten Volunteers ihre Volunteer-Uniformen erstmals testen. Die Atmosphäre war voller Vorfreude und Begeisterung auf die bevorstehenden Ereignisse. Die Veranstaltung war für viele Volunteers der Beginn, sich auf ihre wichtige Rolle bei der UEFA EURO 2024 vorzubereiten.

Seit Dezember 2024 war nach dem Qualifying Draw in Hamburg auch endlich klar, auf welche Mannschaften sich Frankfurt am Main freuen konnte. In den vier Vorrundenspielen in der Frankfurt Arena wurden uns die Mannschaften Belgien, Slowakei, Dänemark, England, Schweiz, Deutschland und Rumänien zugelost.

Das EURO-Jahr 2024 startete für die Host City Frankfurt spätestens mit der großen Pressekonferenz im Kaisersaal des Römers zum „100 days

to go“, bei der Oberbürgermeister Mike Josef die Vorfreude der Stadt auf die Gäste aus verschiedenen Ländern zum Ausdruck brachte und die Bedeutung des Turniers für lokale Fußballvereine und die gesamte Region hervorhob.

Im April 2024 wurde es dann richtig sportlich. Eine Woche lang baute die Host City Frankfurt in Zusammenarbeit mit der Sportjugend Frankfurt einen EURO-Soccer Court auf dem Dach des Skyline Plasas auf. Unterschiedliche Angebote luden Klein und Groß zu einem Match vor beeindruckender Kulisse ein. Ein Höhepunkt auf dem Skyline Soccer war das spannende Match zwischen dem Team der Host City Frankfurt und der EURO 2024 GmbH. Mit Oberbürgermeister Mike Josef als Teamchef und bekannten Gesichtern, wie „Fußballgott“ Alex Meier und Markus Stenger, dem Geschäftsführer der Euro 2024 GmbH, bot das Spiel nicht nur hochklassigen Fußball und kurzweilige Unterhaltung mit Blick auf die Skyline.

Anschließend machte der offizielle UEFA EURO 2024 Pokal auch einen Halt in Frankfurt am Main. Im Rahmen der „Trophy Tour“ wurde die begehrte Trophäe an verschiedenen und besonderen Orten in der Stadt präsentiert. Hier hatten Fans aus der ganzen Region die Chance, den Pokal einmal aus nächster Nähe zu betrachten und Erinnerungsfotos aufzunehmen.

»



Auch für die Frankfurter Volunteers stand im April mit dem Volunteer Kick Off das erste große Highlight des Jahres an. Die Volunteers sind unserer Einladung in die Süwag Energie ARENA gefolgt, um bei einem unvergesslichen Event ihre Volunteer Journey zu starten. Neben einem abwechslungsreichen Programm, zahlreichen Mitmachangeboten und typischen Frankfurter Essen hatten die Volunteers die Möglichkeit, sich gegenseitig besser kennenzulernen. Damit hatte die Host City einen Meilenstein auf dem Weg zum Turnier erreicht und war bestens auf alle Aufgaben vorbereitet.

Anfang Juni, eine Woche vor Turnierstart, hatte die Host City Frankfurt in Kooperation mit der Stiftung Fußball und Kultur das „Stadion der Träume“ in der Paulskirche durchgeführt. An zwei Tagen wurden hier bekannte Fußballfilme in historischem Ambiente gezeigt. Passend zum „Stadion der Träume“ präsentierte das Deutsche Architekturmuseum zusätzlich auf dem Paulsplatz seine Ausstellung „Die Stadt ist der Sport“. Die Ausstellung des Deutschen Architekturmuseums wanderte im Nachgang für vier Wochen in die Fanzone.

 FANTASTIC FINALS 2024 03.06.2023 - 14.07.2024 FRANKFURT	 11 WALLS 01.03.2024 - 02.06.2024 FRANKFURT
 DIE SPRACHE DES RASENS 05.05.2024 - 27.05.2024 FRANKFURT	 STADION DER TRÄUME 07.06.2024 - 08.06.2024 FRANKFURT



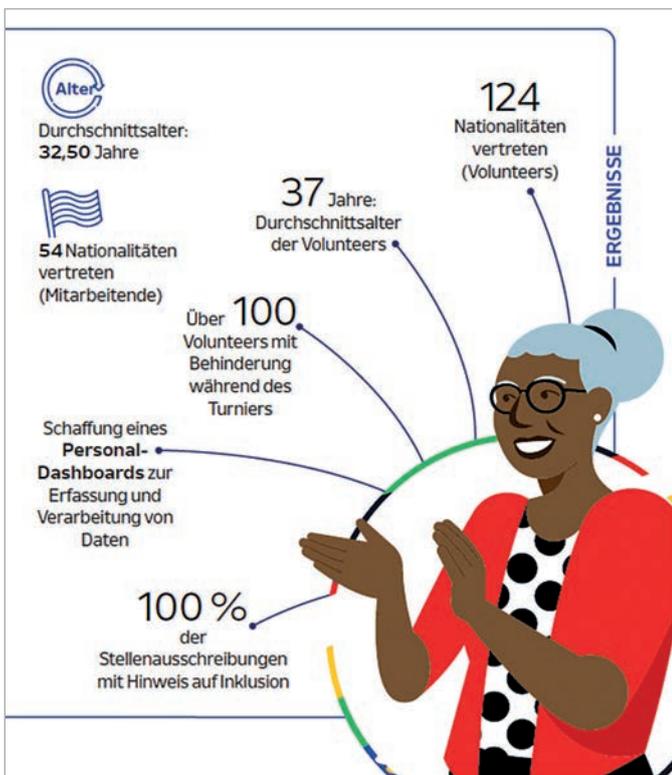
Fußball berührt:
Zum Stadion der Träume in Frankfurt

DAS TURNIER

Mit dem Empfang der Schiedsrichter am 12. Juni 2024 durch den Oberbürgermeister Mike Josef im Römer und der abendlichen Eröffnungsinszenierung ging das Turnier in Frankfurt dann richtig los. Die mitreißende Licht- und Musiksymphonie versetzte tausende Zuschauerinnen und Zuschauer vor Ort und an den Fernsehern in pure Begeisterung und sorgte für eine eindrucksvolle Einstimmung auf die anstehenden vier sportlichen Wochen.

Am 14. Juni 2024 fand dann in München endlich das Eröffnungsspiel statt, auf das alle so lange hin gefiebert hatten. In Frankfurt wurde das Spiel Deutschland gegen Schottland von tausenden Zuschauerinnen und Zuschauer in der Fanzone am Mainufer verfolgt. Die eindrucksvolle Fanzone, bestens organisiert von der Tourismus + Congress GmbH, war über den gesamten Turnierzeitraum geöffnet. Hier konnten alle 51 Spiele des Turniers live verfolgt werden. Zusätzlich gab es unzählige Möglichkeiten, die vielfältigen Speisen und Getränke zu kosten, selbst Sport zu treiben und viele kulturelle Angebote abseits des Fußballs zu besuchen. Das nahmen insgesamt über eine Million Zuschauer:innen einmalig und mehrmals über die 31 Turniertage wahr.

Neben der Fanzone bot die Host City mit der Fan-Botschaft an der Hauptwache einen Anlaufpunkt, einen im Host-City-Dressing geschmückten Treffpunkt, den viele Fans ebenso zahlreich wie die Fan-Meeting-Points an der Alten Oper



Blick auf Mitarbeitende und Volunteers der EURO 2024 insgesamt (Quelle:ESG-Bericht)



und dem Rossmarkt besucht haben. Im Stadtwald war die Frankfurt Arena Austragungsstätte für fünf packende Fußballspiele:

17. Juni 2024	Belgien vs. Slowakei	1:0
20. Juni 2024	Dänemark vs. England	1:1
23. Juni 2024	Schweiz vs. Deutschland	1:1
26. Juni 2024	Slowakei vs. Rumänien	1:1
01. Juli 2024	Portugal vs. Slowenien	3:0

235.000 begeisterte Fans feuerten ihre Teams ausgelassen, friedlich und häufig mit Fahnen und in den Nationalfarben im Stadion an. Somit waren auch die Spiele im Stadion nahe an 100% ausgelastet. Viele nationale Symbole und Embleme waren im Stadion und in den Fanzonen zu sehen – Fahnen und Trikots mit den Landesfarben ließen die Herkunft der Fans und Zuschauer erkennen. Zudem gab es „Rudelmärsche“ durch die Stadt und zum Stadion und „Rudelgesänge“ – Stimmung und Unterstützung der eigenen Mannschaften in beeindruckendem Ausmaß (die Begeisterung wurde, wie berichtet, mit ins nächste Stadion oder nach Hause genommen).

UND SONST?

Eine wichtige Rolle auf dem gesamten Frankfurter Weg haben unsere Host City Botschafter Alex Meier und Botschafterin Deborah Levi gespielt. Beide haben unzählige Termine vor und während des Turniers wahrgenommen und für spürbar mehr Vorfreude in der Stadt gesorgt. Häufig begleitet vom Turniermaskottchen Albärt, das gerade bei Kindern der Region für glückliche Gesichter sorgte.

Jeweils am 14ten eines Monats gab es von August 2022 bis Juli 2024 je zwei prominente Unterstütze-

rinnen und Unterstützer, die im Rahmen der Fans of Frankfurt-Kampagne ihre persönliche Vorfreude auf das Turnier in den sozialen Medien teilten. Kurz vor dem Turnier wurden unterhaltsame Clips des Comedy-Duos Badesalz zur UEFA EURO 2024 veröffentlicht.

Getragen von einer gastfreundlichen und friedlichen Atmosphäre in den Stadien und den Fanzonen hat sich im ganzen Land eine euphorische Stimmung entwickelt, die auch in unserer Stadt Tag für Tag wahrnehmbar war. All dies wäre ohne die aktive Mitarbeit und das vorbildliche Engagement der weiteren zahlreichen freiwilligen Helferinnen und Helfer nicht möglich gewesen. Städtische Ämter, Gesellschaften, die Ordnungsbehörden, Rettungsdienste und die Polizei sowie weitere Partnerinnen und Partner haben uns bei dem langen Weg unterstützt. Sie alle haben unzählige Arbeitsstunden investiert, Überstunden geleistet und jede Menge Herzblut in diese Veranstaltung gesteckt, um einen reibungslosen und sicheren Ablauf zu gewährleisten und den vielen Besucherinnen und Besuchern ein einmaliges Erlebnis zu bieten. Mit ihrem Einsatz haben sie maßgeblich dazu beigetragen, dass sich die Stadt Frankfurt am Main von ihrer besten Seite präsentiert hat und der Begriff Willkommenskultur eindrucksvoll mit Leben gefüllt wurde. Insgesamt blickt die Host City Frankfurt auf eine erfolgreiche Zeit zurück. Der Aufwand hat sich mehr als gelohnt. Im Sommer 2024 hat die Bevölkerung mit tausenden Besuchern aus aller Welt vier Wochen lang ein friedliches und ausgelassenes Fest im Herzen Europas gefeiert. Die Sportstadt Frankfurt ist bestens vorbereitet für weitere internationale Sportgroßveranstaltungen. ■

UEFA EURO 2024: EIN SCHUB FÜR DEN SPORT IN HESSEN

Das Land Hessen unter Federführung des Hessischen Ministeriums für Familie, Senioren, Sport, Gesundheit und Pflege (HMFG) hat die UEFA EURO 2024 dafür genutzt, den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken, die Integration durch Fußball voranzutreiben und sicherzustellen, dass jede(r), unabhängig von Herkunft oder Fähigkeiten, am Sport teilhaben kann. Hierfür wurden insgesamt rund eine Millionen Euro bereitgestellt, um mit den geförderten Projekten und Kampagnen zahlreiche positive und nachhaltige Effekte für den Fußball an der Basis, den Breitensport, den Behindertensport und den Schulsport in ganz Hessen zu erzielen und nachhaltig über das Turnier hinaus auszubauen. Ziel der Landesregierung war es, das Sportland Hessen insgesamt zu stärken und die Besonderheit des Sportstandorts Frankfurt mit dem Sitz vieler Verbände zu nutzen.

SCHULKAMPAGNE

Auf Initiative des Sportministeriums führte der Hessische Fußball-Verband anlässlich der Europameisterschaft eine gemeinsame Schulkampagne von HMFG und dem Hessischen Ministerium für Kultus, Bildung und Chancen (HMKB) durch. Ziele der Schulkampagne waren:

- Vereine und Schulen zusammenzubringen und bereits bestehende Förderprogramme für Kooperationen bewerben und somit einen nachhaltigen Austausch lokaler Akteure zwischen Schule und Verein ermöglichen
- neue, auch für den Sportunterricht sehr geeignete Spielformen (z. B. „Funino“) bekannt machen und die entsprechenden (durch den HFV getragenen und für Lehrkräfte kostenfreien) Fortbildungen bewerben
- die neue Internetplattform des HFV präsentieren, auf der sich Kooperationen von Schulen mit Vereinen anmelden können

Teil der Schulkampagne waren neben den sechs landesweiten Kickoffs insgesamt zehn sehr gut angenommene Tagesveranstaltungen mit verschiedenen Bewegungsangeboten an hessischen Schulen unter dem Motto „United by Football – Sportfeste an Schulen“ in Kooperation mit der Sportjugend Hessen.

VEREINSKAMPAGNE VON FAIR PLAY HESSEN

Fair Play Hessen ist ein auf Landesebene etabliertes Netzwerk und wird seit vielen Jahren bei seiner Arbeit für einen an den Werten Respekt, Fair Play und Toleranz orientierten und diskriminierungsfreien Fußball vom Land Hessen finanziell unterstützt. An Stelle einer neuen Kampagne für die UEFA EURO 2024 wurde auf die gefestigten Strukturen des Fair Play Hessen-Netzwerkes zurückgegriffen und eine EM-Kampagne gemeinsam konzipiert. Zur Vorstellung der Kampagne u.a. durch prominente Gesichter aus der hessischen Fußballwelt fand im Vorfeld eine „Hessen-Tour“ durch die hessischen Fußballkreise statt, welche mit regionalen Netzwerktreffen in den sechs Fußballregionen unmittelbar vor Turnierstart abgerundet wurde.

Die bis nach dem Turnierende über 698 hessenweiten Netzwerkpartner (zum Vergleich: Bei Start der Kampagne gehörten erst 498 Vereine dem Netzwerk an) setzten vor Ort eine Fülle von Maßnahmen zur Gewaltprävention, Antidiskriminierung, Antisemitismus, Integration, Inklusion, Demokratieverständnis und Fairplay um (siehe: www.fairplayhessen.de). Diese wurden beim Abschluss-event der Kampagne in Frankfurt eine Woche vor Turnierstart unter Einbindung von hunderten von Kindern und Jugendlichen in einem „Fair Play Village“ präsentiert. Von den insgesamt ca. 2.100 hessischen Fußballvereinen ist nach Abschluss der erfolgreichen Vereinskampagne jeder dritte Verein Netzwerkpartner von Fair Play Hessen und schreibt sich damit die Werte Respekt, Fair Play und Toleranz auf die Flagge.





Teilnehmerinnen und Teilnehmer beim Abschluss-Event in Frankfurt.
 Von rechts: Deborah Levi (Botschafterin Host City Frankfurt), Ina Hauck (Stadträtin Frankfurt), Maskottchen Albärt, Diana Stolz (Sportministerin Hessen), Jörn Metzler (Präsidium HFV), Jens-Uwe Münker (Abteilungsleiter Sport HMFÖ)

Als Anreiz für die Umsetzung der Maßnahmen und Angebote von Fair Play Hessen konnten die ehrenamtlichen Vereine mit einem Punktesystem insgesamt 300 Tickets für die EM-Spiele in Frankfurt am Main erhalten. Zudem nahmen 50 ehrenamtliche Vertreter aus den Netzwerkvereinen als Zuschauer am Qualifying Draw, der Auslosung der Qualifikationsgruppen zur EM in Frankfurt, teil. Damit konnte die Wichtigkeit des Ehrenamts honoriert und in den Fokus gestellt werden.

INTERNATIONALES JUGENDFUSSBALLTURNIER

Um den europäischen Gedanken und die gemeinsamen europäischen Werte zu fördern, fand während der Europameisterschaft in der Sportschule Grünberg des HFV ein einwöchiges, internationales Jugendfußballturnier mit B-Jugend-Auswahlmannschaften aus den hessischen Partnerregionen Nouvelle-Aquitaine, Wielkopolska und Emilia-Romagna statt. Der Jugend-Austausch und das Turnier wurden von einem bunten Rahmenprogramm begleitet. Highlight hierbei war der Besuch des Gruppenspiels Dänemark gegen England am 20. Juni in Frankfurt/Main. Der vom Land Hessen geförderte Jugendaustausch trug sehr erfolgreich zum gegenseitigen paneuropäischen Verständnis bei und soll in den Folgejahren fortgesetzt werden.

ÖFFENTLICHES TRAINING DER UKRAINISCHEN NATIONALMANNSCHAFT IN WIESBADEN

Die an der UEFA EURO 2024 teilnehmenden Nationen waren verpflichtet, mindestens ein öffentliches Training zu absolvieren. Die ukrainische Nationalmannschaft lud dazu mit finanzieller Unterstützung u.a. vom Land Hessen am 13. Juni in das Stadion in Wiesbaden ein. Dadurch konnten mehrere Tausend Ukrainerinnen und Ukrainer aus ganz Hessen, darunter viele Schulkinder, ihre Mannschaft live vor Ort erleben. Der hessische Ministerpräsident hatte zu diesem Anlass u.a. ukrainische Soldaten, die zur Rehabilitation in Hessen waren, und Ehrenamtler, die sich um die Hilfe für ukrainische Flüchtlinge bzw. die Ukraine selbst verdient gemacht haben, eingeladen.

INKLUSION

Die hessischen Host-Town-Kommunen der Special Olympics Weltspiele 2023 in Berlin konnten auch 2024 eine Förderung für dezentrale, inklusive Sportveranstaltungen im Rahmen der UEFA EURO 2024 beantragen. Ziel war die Fortführung der wichtigen Arbeit, indem das Thema Inklusion im Sport weiterhin in der Öffentlichkeit platziert wird.



Training am Bruchweg-Stadion in Mainz

MAINZ FÜR DIE NATIONALMANNSCHAFT DER SLOWAKEI

(Interview mit dem FSV Mainz 05)

WIE LANGE HAT DAS BASECAMP EXISTIERT?

23 Tage

INVESTITIONEN, UM BASECAMP-PARTNER ZU WERDEN

Zusätzliche Personal- und Greenkeeper-Kosten über den Betreuungszeitraum waren wegen der Vorgaben der UEFA-Richtlinien entstanden.

UNTERSTÜTZUNG VON ANDEREN AKTEUREN (STADT, VERBÄNDEN, VEREINEN, SCHULEN)

Es gab vereinzelt Austausch mit dem DFB/der EURO GmbH, die sich um das Branding kümmerten.

MIT WIEVIEL PERSONAL KAM DIE NATIONALMANNSCHAFT (SPIELER UND MANAGEMENT)?

ca. 40-45 Personen

WIE WAR DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DEM VERBAND/ DER NATIONALMANNSCHAFT?

Grundsätzlich gut. Es gab die eine oder andere Diskussion mit dem Sicherheitsteam der Slowakei und UEFA.

WIE WAR DAS DIREKTE VERHÄLTNIS (FACHLICH/SPRACHLICH/KULTURELL)?

Das direkte Verhältnis war gut. Die Kommunikation (Englisch) mit dem Management war professionell und verlief ohne Probleme. Wir haben als lokale Organisatoren das öffentliche Training in Abstimmung mit der Slowakei geplant und umgesetzt. Bei den „normalen“ Trainingseinheiten waren wir immer bei Fragen bezüglich Ausrüstung, Organisation und Sicherheit verfügbar. So haben wir verschiedene Dienstleister an die Slowakei vermittelt und auch ein Testspiel gegen den lokalen Verein TSV Schott Mainz organisiert. Hauptaufgabe war

es, die Sicherheit der Mannschaft durch unseren hauseigenen Ordnungsdienst zu gewährleisten.

WAS HAT DER AUFENTHALT DER NATIONALMANNSCHAFT GEBRACHT?

Einen kulturellen Austausch mit dem slowakischen Fußballverband, und wir haben uns als professionellen, internationalen Fußballstandort präsentiert.

ZUSÄTZLICHE GÄSTE (FANS ETC.) AUS DEM LAND DER NATIONALMANNSCHAFT

Es gab eine Charity-Aktion, wo Kinder aus der Slowakei die Mannschaft beim Training besuchen und bei einer Pressekonferenz dabei sein durften.

MUSSTEN SIE ODER STÄDTISCHE ÄMTER ZUSÄTZLICHE SICHERHEITSMASSNAHMEN DURCHFÜHREN?

Nein. Das Sicherheitskonzept des Bruchweg-Stadions, das die Spielstätte unserer U23 & U19-Mannschaft ist, war ausreichend.

IN WELCHEM UMFANG UND WIE KOOPERIERTEN SIE MIT DEN FOLGENDEN INSTITUTIONEN?

Der Verband bzw. die Nationalmannschaft, die bei Ihnen zu Gast war: Sehr viel

Der EURO 2024 GmbH: Sehr viel

Im Anschluss an diese Erfahrungen, wurde das BaseCamp/das Engagement als Erfolg bewertet.

FAKTOREN, DIE DAFÜR MASSGEBLICH ENTSCHEIDEND WAREN:

Die gute Vorbereitung, der professionelle Umgang, die Hilfsbereitschaft gegenüber unseren Gästen und die super Instandhaltung und Pflege des Trainingsplatzes, der mehrfach von den Gästen gelobt wurde. ■

TAUNUSSTEIN / WIESBADEN FÜR DIE NATIONALMANNSCHAFT DER UKRAINE

„Die vier Wochen im Sommer 2024 waren eine großartige Zeit! Es war beeindruckend, die ukrainische Fußball-Nationalmannschaft bei uns als Gast zu haben. Trotz der schwierigen politischen Bedingungen ist es uns gelungen, viele Besucher einzuladen, die unsere Gäste unbedingt sehen und unterstützen wollten. Ca. 5.000 Fans waren allein bei dem Training dabei, das wir in der BRITA-Arena des SV Wehen Wiesbaden mit großem Engagement erfolgreich durchführten. Im Ergebnis wäre es eine große Hilfe gewesen, wenn, wie die Beispiele 2006 zeigten, von kommunaler Seite mehr Bereitschaft vorhanden gewesen wäre, die Bevölkerung zu Public Viewings zusammenzubringen. So ist das in Gaststätten, Hotels und Kirchen verlagert worden. Die großartige Stimmung hätte



noch viel erfolgreicher für den Zusammenhalt der Einwohner genutzt werden können.“

Stefan Blöcher, Geschäftsführer der BRITA-Arena des SV Wehen Wiesbaden ■

OFFENBACH / GRAVENBRUCH FÜR DAS 25. TEAM

(Basis-Text von: Christian Düncher, OP-online vom 7.6.2024)

Der Europäische Fußball-Verband (UEFA) lud zum „referee base camp“ ein. Der theoretische Teil fand in Gravenbruch statt (Kempinski Hotel), der praktische in Offenbach (Sana-Sportpark am Wiener Ring). Im Kempinski waren schon während der WM 2006 die Schiedsrichter untergebracht. Offenbach partizipierte hingegen zum ersten Mal überhaupt an einer Welt- oder Europameisterschaft im Fußball (durch Plakette dokumentiert). „Es ist grandios, wenn man in irgendeiner Form Teil eines solchen Turniers sein kann“, sagte Andreas Herzog, der Geschäftsführer der SBB. Das DFB-Reisebüro war bereits 2018 damit beauftragt, sich nach Unterkünften umzusehen, die auch die Schiedsrichter als „Base Camp“ nutzen können, berichtete Matthias Grimm. „Wir sehen die Schiedsrichter als 25. Mannschaft. Sie sind am wichtigsten. Bei ihnen ist garantiert, dass sie bis zum Ende im Turnier bleiben. Ohne sie geht es nicht.“ Bei der Unterkunft gab die zentrale Lage auch dieses Mal für das Kempinski den Ausschlag. In Offenbach wurde trainiert. Die Anforderungen (zwei Rasenplätze, davon einer mit Laufbahn und ein Kunstrasenplatz) waren hier erfüllt. Platz für fast 100 Leute: 19 dreiköpfige Schiedsrichtergespanne, zwölf Vierte Offizielle, 30 Mann vom Uefa-Staff. Die Schiedsrichter simulierten im Sana-Sportpark unter anderem Situationen, in de-

nen sie am Bildschirm Szenen beurteilen müssen. Rudelbildungen wurden nachgestellt. Aber auch das Stellungsspiel und die Fitness standen im Fokus. Damit sie das in Ruhe tun konnten, wurde der komplette untere Bereich mit Zäunen abgegrenzt. Die gesamte untere Etage des Funktionsgebäudes stand ihnen zur Verfügung. Für die Vereine bedeutete das in dieser Zeit die Notwendigkeit von Ausweichplätzen. In Abstimmung mit dem Sportamt hatte man jedoch diese Probleme lösen können. „Für die Vereine war es dennoch eine tolle Sache, dass ihre Trainingsfläche von Teilnehmern der EM genutzt wurde“, betonte Herzog. Und Grimm ergänzte: „Wenn wir in Deutschland so ein Turnier haben wollen mit der Vorfreude und dem Miteinander, geht das nur mit Geben und Nehmen. Wenn Offenbach auf diese Weise seinen Teil zur EM beiträgt, ist das doch fantastisch.“ Alle 89 für das UEFA-Turnier aufgebotenen Spielleiter war das Hauptquartier in einem Hotelkomplex in der Nähe von Frankfurt ideal, um von dessen zentraler Lage aus die zehn Spielorte gut zu erreichen. Die Gruppe, der im Zuge der laufenden Zusammenarbeit mit der CONMEBOL auch ein Schiedsrichterteam aus Argentinien angehörte, hat über einen Monat zusammen verbracht, während dem insgesamt 51 Spiele anstehen. ■

IM STADION ALS TICKET-INHABER – MEIN WEG ZUM EM-TICKET 2024

Die Fußball-Europameisterschaft kommt nach Deutschland, und ich gehe nicht hin? Unvorstellbar! Aber wie an die begehrten Karten kommen? Vor allem: Wie an Karten kommen für ein Spiel in meiner Wohnortnähe, also in Frankfurt am Main? Da war ein mühsamer Weg zu gehen, wenn wie in meinem Fall keine Beziehungen (mehr) vorhanden sind, die helfen könnten. Wenn ich mich nicht allein auf den schwierigen Gang machen wollte, benötigte ich eine Lösung. Also wünschte ich mir was zum Renteneintritt! Ich würde mich über zwei EM-Tickets in Frankfurt am Main als Geschenk zu meinem Ausscheiden sehr freuen, sagte ich meiner Mitarbeiterin. Die nahm den Wunsch an und aktivierte ihre Familie. Alle Familienmitglieder beteiligten sich am Bewerbungs- und Losverfahren. Ein Schritt zum Erfolg: Ein Familienmitglied erhielt Karten. Für die Begegnung England gegen Dänemark in der Deutsche Bank Arena in Frankfurt am Main. Zwei Tickets wurden mir geschenkt, so dass ich mich am Donnerstag, 20. Juni, zusammen mit meiner Ehefrau zu meinen Bekannten nach Frankfurt am Main aufmachte. Das Erlebnis Europameisterschaft konnte entspannt beginnen.

Es war spannend, es war spektakulär, und es war insgesamt beeindruckend. Nicht nur fußballerisch, sondern auch als Erlebnis in Gänze. Es bleibt für mich unvergessen, wie sich auf der Hinfahrt zum Stadium dänische und englische Fans in der S-Bahn getroffen haben und sich – dicht gedrängt, völlig entspannt und friedlich – in ihren verschiedenen Sprachen gesanglich eingestimmt haben. Phantastisch! Ich möchte es nicht missen, dabei gewesen zu sein und so die Gelegenheit zu haben, nachher mit allen darüber reden zu können: Die Erinnerung wird bleiben. Eine Erinnerung, die wir immer wieder mit unseren Freundinnen und Freunden teilen. Das Erlebnis vor Ort und das Erlebnis Fußball-EM im Fernsehen: Wie viele Spielzüge wir von den vielen EM-Spielen schon kommentierten, weiß ich gar nicht. Und es war bei weitem nicht nur das Handspiel von Cucurella, das uns bewegte.

Als wir aus der Frankfurter Arena ziemlich spät wieder zu Hause ankamen, waren wir so voll mit vielen Eindrücken und diesem letztlich so stimmigen Erlebnis, dass wir sehr überlegten, ob es uns gelingen könnte, die Stadion-Atmosphäre nochmals zu genießen. Das war jedoch dann nicht mehr der Fall, aber Fußball am Fernseher ist auch ein spannender Zeitvertreib. Unter dem Strich zähle ich mich am Ende des Turniers aber zu den „Glückspilzen“, die es geschafft haben, persönlich dabei gewesen zu sein. ■

Insgesamt standen 2,7 Millionen Tickets zur Verfügung. Der Verkauf und die Verlosung fanden ausschließlich über die offizielle EM-Homepage (euro2024.com) statt. Für die Tickets waren über 20 Millionen Anfragen eingegangen, wie die UEFA mitgeteilt hatte.



**Frankfurt Arena
(Deutsche Bank Park)**
Ort: Frankfurt, Hessen
Eröffnet: 21. Mai 1925
Kapazität: 53.800



EURO 2024 IN DER HOST CITY FRANKFURT – MEGA-EVENT MIT MASSE UND KLASSE

Die UEFA EURO 2024 in Frankfurt am Main, mit fünf Spielen in der Arena im Stadtwald und der 1,4 km langen Fan Zone am nördlichen Mainufer, waren ein voller Erfolg und ein Gewinn für die Stadt in vielerlei Hinsicht. Bei den Besucherzahlen der Fan Zone Mainufer wurden unsere Erwartungen sogar übererfüllt. Trotz der zeitweise schwierigen Wetterlage haben wir dort insgesamt mehr als eine Million Gäste begrüßen dürfen. Der besucherstärkste Tag war der 23. Juni 2024 mit der Spielpartie Deutschland-Schweiz: 70.000 Besucherinnen und Besucher kamen über den Tag verteilt zum Public Viewing am Main. An insgesamt vier Tagen mussten wir die Fan Zone vorzeitig schließen, weil die maximale Besucherkapazität erreicht war. Durchschnittlich haben an den 30 geöffneten Veranstaltungstagen rund 33.500 Gäste täglich die Fan Zone besucht. Nach dem Ausscheiden der deutschen Nationalmannschaft im Viertelfinale und nach den Spieltagen in Frankfurt war der Zustrom geringer als in der ersten Hälfte des Turniers.

Zu den Highlights, die das Fußball-Europameisterschafts-Erlebnis in der Host City Frankfurt am Main einzigartig machten, zählten die spektakuläre Licht- und Ton-Show als Eröffnungsinszenierung an der Flößerbrücke, der schwimmende Big-Screen mit einer Gesamtfläche von 144 m² (720 Zoll) sowie der „Floating Pitch“ – ein auf dem Main schwimmendes Fußball-Kleinfeld, das sich in der Fußballgemeinde Frankfurts und der Region mit mehr als 15.000 Kickenden größter Beliebtheit erfreute.

In der Fan Zone zelebrierten an allen Spieltagen bereits ab dem frühen Nachmittag tausende Fans der unterschiedlichsten Nationen ein friedliches Fußballfest – ganz im Sinne des Claims der UEFA EURO 2024: Vereint im Herzen Europas. Über das Public Viewing hinaus wurde, während des gesamten Turnierzeitraums, täglich ein abwechslungsreiches Programm für die ganze Familie sowie Jung und Alt geboten. An spielfreien Tagen lockten zudem Konzerte und besondere Aktionen wie Open Air-Kino an den Main.

Die gute Stimmung vor Ort ist das eine. Die Bilder, die von unserer Fan Zone in die ganze Welt hinausgingen, sind darüber hinaus unbezahlbares Standortmarketing: Frankfurt präsentierte sich als weltoffene, gastfreundliche Metropole. Die

Rückmeldungen, die wir aus dem In- und Ausland erhielten, sind nahezu ausschließlich positiv. Über die mediale Reichweite gingen Bilder aus Frankfurt um die ganze Welt, die fröhliche, feiernde Menschen in einer attraktiven Stadt zeigen. Der Imagegewinn und die emotionale Wertschöpfung für die Stadt sind dadurch enorm.

An den Übernachtungszahlen sind die Gewinne für das Hotel- und Gastgewerbe abzulesen. Mehr als eine Million Übernachtungen (genau: 1.075.927 Übernachtungen) wurden im Juni 2024, dem ersten Monat der Fußball-Europameisterschaft, gezählt. Insgesamt 611.027 Übernachtungsgäste kamen im Juni 2024 nach Frankfurt. Das entspricht einer mehr als 13-prozentigen Steigerung im Vergleich zum Juni des Vorjahres: ein Rekordergebnis! Besonders hervorzuheben ist dabei die hohe Steigerung an Übernachtungen durch ausländische Gäste (490.590, + 33,5 Prozent). Dass dieser Rekord primär auf die Teilnahme der Stadt Frankfurt am Main als Host City der UEFA EURO 2024 zurückzuführen ist, lässt sich vor allem durch die Übernachtungen der Gastnationen aus der Gruppenphase, die in Frankfurt spielten, belegen: Dänemark (12.656 Übernachtungen, + 379,6 Prozent), Vereinigtes Königreich (64.972 Übernachtungen, + 176,8 Prozent), Schweiz (26.348 Übernachtungen, + 96,7 Prozent), Slowakei (10.758 Übernachtungen, + 945,5 Prozent), Rumänien (17.266 Übernachtungen, + 256,1 Prozent) und Belgien (11.259 Übernachtungen, + 95,3 Prozent).

Im Juli 2024 konnten mit ebenfalls 1.021.703 Übernachtungen (+ 6,4 %) und mit insgesamt 618.333 Übernachtungsgästen (+ 9,0 % gegenüber 2023) die meisten Übernachtungsgäste pro Monat erfasst und damit ein weiterer Rekordmonat verzeichnet werden. Diese Zahlen aus den Monaten Juni und Juli zeigen, dass die Stadt Frankfurt am Main als Host City der UEFA Euro 2024 neben den gesellschaftlichen positiven Auswirkungen auch im touristischen Sektor wirtschaftlich von der Europameisterschaft profitiert hat. In Verbindung mit dem Image-Gewinn, den die mediale Berichterstattung über unsere weltoffene und gastfreundliche Stadt generiert hat, kann sich der Erfolg durch die UEFA EURO 2024 noch lange und nachhaltig positiv auf potenzielle Gäste und das Bild Frankfurts in der Welt auswirken. »



Ab 2006 hat mit der WM und Frankfurt als wichtigem Stadion- und Fanstandort ein Image-Wandel eingesetzt. Das Bild einer feierfreudigen, offenen und lebendigen Stadt ist in den Köpfen geblieben. Das konnte man ab 2007 ganz deutlich übrigens an den Besucherzahlen aus den Ländern ablesen, deren Teams in Frankfurt gespielt haben. Das nun gepaart mit unseren Anstrengungen im Bereich Kunst- und Kulturtourismus, also immer mehr Besuchern aus dem Leisure-Bereich, einem stabilen Messengeschäft mit weltweit führenden Leitmes- sen und einer Verdopplung des Kongressmarktes beflügelt die Stadt.

Wir haben allein dieses Jahr wieder 13 Prozent mehr Gäste aus dem Inland. Das Interesse an Frankfurt wächst also hier sehr stark. Im Aus- land hatten wir als Banken- und Messestadt und wegen des Flughafens schon immer einen hohen Bekanntheitsgrad. Aber inzwischen kommen 57 Prozent unserer Gäste aus Deutschland, vor zehn Jahren waren es nur 45 Prozent.

Spezialitäten wie „Handkäs mit Musik“ schmeckt gut. weil er gesund ist, wenig Kalorien hat und perfekt zu Apfelwein passt. Apfelwein ist vielleicht nicht jedermanns Sache, aber hat zurecht eine Renaissance erlebt – Themen wie unsere Kulturlandschaft, Shopping und regionale Kulinarik sind aber Dauerbrenner. Wir bringen zudem Tradition

und Moderne optimal zusammen: Die „Neue Altstadt“ wird enorm auf das weiche Image der Stadt einzahlen. Die Hartfacts (Finanzstadt, Finanzstadt, Finanzstadt) sind bekannt. Frankfurt besitzt Strahlkraft für ganz RheinMain. Wir sind das Zugpferd für die Metropolregion. Das ist uns bewusst.



SPEKTAKULÄRE ERÖFFNUNG IN FRANKFURT

Auch 2024 hat das Fußballstadion, hat die Fan-Zone eine außergewöhnliche Resonanz gehabt. Eine Sportgroßveranstaltung wie die Fußball-EM gehört in die Host City Frankfurt. Abläufe und Rückmeldungen sprechen von einem großen Erfolg: Unser Aufwand und unser Einsatz haben sich gelohnt. Wann kommt die nächste Sportgroßveranstaltung?

Einstimmung

Mitmachen ausdrücklich erwünscht: Aktivitäten auf der Fan Zone



STADION

ca. 235.000 Zuschauer bei den 5 Spielen

FANZONE FRANKFURT

ca. 1 Million Besucher (viele mehrmals; viele davon mit StadionTicket). Die Fan Zone fasste bis zu 30.000 Gäste zeitgleich.

PUBLIC VIEWING

10 LED-Screens und ein 144 m² großer Big Screen

„FLOATING PITCH“ UND FUSSBALLAKTIONEN

Während des gesamten Turniers luden zahlreiche Aktionen und Workshops, die über die gesamte Länge der Fan Zone verteilt waren, zum Mitmachen ein. Speed-Goal, Robo-Keeper und Speed-Kick waren nur einige der Attraktionen. Ein besonderes Highlight war der „Floating Pitch“ – ein auf dem Main schwimmendes Fußball-Kleinfeld. Dazu gab es zwei weitere Fußball-Kleinfeld in der Fan Zone, Institutionen haben inklusiven Fußball präsentiert; Kinder konnten an offenen Trainingseinheiten teilnehmen. Auch für Fußball in digitaler Form war gesorgt,

KULTUR- UND MUSIKPROGRAMM

An den Spieltagen, insbesondere aber an den spielfreien Tagen, wurden in Kooperation mit Vereinen, Verbänden, Kulturinstitutionen und weiteren Partnern ein (sportliches) Angebot und ein vielfältiges Kultur- wie auch Musikprogramm für die ganze Familie sowie Jung und Alt geboten. Die Kultband Rodgau Monotones aus dem Rhein-Main-Gebiet zählte dazu. Ebenfalls auf der Skyline-Bühne waren die beiden Sportjournalisten und Fußball-Talk-Allstars Philipp Köster und Stephan Reich zu Gast. Auch Kulthesse und Comedian Henni Nachtsheim von Badesalz widmete sich den Themen Fußball, Europameisterschaft und den Spielen des Tages. Der englische Weltmeister im Fußball-Freestyle, Andrew Henderson, zeigte seine sensationellen Tricks.

An den spielfreien Tagen lockten zudem besondere Thementage wie auch -abende an den Main. Die Open Air-Kinotage, in Kooperation mit dem Deutschen Filminstitut & Filmmuseum (DFI), enthielten cineastische Leckerbissen in Kurz- sowie Spielfilmlänge unter dem Sternenhimmel am Mainufer – mit fußballerischem Bezug. Klassische Musik, inszeniert von der Oper Frankfurt, wurde präsentiert. Für einen stimmungsvollen und jazzigen Abend sorgten lokale wie auch internationale Jazz-Stars.



KINDERPROGRAMM ZUR EM

Ein vielseitiges Programm in familiärer Atmosphäre wurde während des gesamten Turniers auch auf den Cargo-Waggon-Bühnen geboten. Nicht zuletzt die Familientage versprühten speziell für Kinder gute Laune. Die Verbände und Fanclubs der in Frankfurt spielenden Länder verstärkten das internationale Flair zusätzlich.

UAS

„Nachhaltige und klimarelevante Themen sind schon lange Bestandteil der Frankfurt UAS. Aus diesem Grund kooperierte die Hochschule während der EM mit der Tourismus + Kongress GmbH. Die UEFA hat sich das Ziel gesetzt, die EURO 2024 zur bislang nachhaltigsten Endrunde der Fußball-Europameisterschaft zu machen. Eine nachhaltige Auseinandersetzung mit der Anreise und dem Erleben der EM 2024 boten die Projekte Eurowerkstatt@Frankfurt UAS sowie der CO₂-Fußabdruck-Parcours in der Fan Zone am Mainufer im gesamten Zeitraum der EM.

Davon profitierten natürlich auch die Frankfurter Hotels, wie Robert Mangold, Präsident Dehoga Hessen, nach den fünf Spielen in der Mainmetropole resümierte: „Traditionell haben wir in den Hotels und Gaststätten in den Sommermonaten keine allzu hohe Auslastung. Frankfurt gilt als Business-Stadt und daher schlägt die Sommer- und Ferienzeit in normalen Jahren negativ auf diese Quote. Aber in diesem Jahr war das anders.“ Laut seiner Aussage kamen die Hotels auf sensationelle 70 Prozent Auslastung zur EM.“

© Dehoga Hessen. ■



FANS WELCOME – FANBETREUUNG EURO 2024

Ein großartiges Fußballturnier lebt nicht nur von den sportlichen Leistungen der Spieler auf dem Platz, sondern ebenso von den Menschen, die es begleiten, feiern und prägen: den Fans. Sie sind es, die mit ihrer Begeisterung und Leidenschaft die Stimmung in den Stadien prägen, die Straßen und Plätze der Austragungsorte mit Leben füllen und das Turnier zu einem unvergesslichen Erlebnis machen. Die UEFA EURO 2024 wird daher nicht nur als ein sportliches Großereignis, sondern auch als ein Fest in Erinnerung bleiben, bei dem Menschen aus ganz unterschiedlichen Kulturen miteinander feierten, und das weit über die 90 Minuten eines Spiels hinaus.

Damit diese besondere Atmosphäre entstehen kann, braucht es ein vorausschauendes und umfassendes Fanbetreuungsprogramm. Denn die Bedürfnisse und Erwartungen der Anhänger*innen aus ganz Europa sind so vielfältig wie die Fankulturen selbst. Ob in den Stadien, auf den Fanmeilen oder an Treffpunkten in den Gastgeberstädten – eine durchdachte Planung muss sicherstellen, dass Fans sich willkommen fühlen, gut informiert sind und ihre Zeit vor Ort sorgenfrei genießen können. Nur so kann das Turnier für alle Beteiligten zu einem vollen Erfolg werden.

LANGJÄHRIGE EXPERTISE IN DER BETREUUNG VON FANS

Dies zu gewährleisten und die Perspektive und Erwartungen von Fans auf den unterschiedlichsten Ebenen, angefangen bei den Turnierveranstalter*innen, den Verantwortlichen in den Host Cities oder dem Sicherheitsnetzwerk einzubringen, lag zur EURO 2024 in der Verantwortung der Koordinationsstelle Fanprojekte bei der dsj (KOS). Hierfür setzte die KOS das vom Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI) finanzierte Fanbetreuungsprogramm „FANS WELCOME“ um. Die KOS verfügt über umfangreiche und langjährige Erfahrungen in der Betreuung von Fans bei internationalen Turnieren. Seit Mitte der 1990er Jahre organisiert sie die „mobile Fanbotschaft“ für reisende Fans der deutschen Herren-Nationalmannschaft bei den Welt- und Europameisterschaften. Von Beginn an engagiert sie sich zudem im Netzwerk der international tätigen Fanbotschaften, die über Football Supporters Europe (FSE) organisiert sind und zu deren Gründungsmitgliedern auch die KOS gehört.

Insbesondere aber war die KOS zur Weltmeisterschaft 2006 verantwortlich für das offizielle Fanbetreuungsprogramm des damaligen



Visueller Auftritt

Organisationskomitees und setzte hiermit Maßstäbe, was den Umgang mit Fans bei internationalen Turnieren angeht.

Am Grundgedanken, der auch leitend für das „FANS WELCOME“-Programm für 2024 war, hat sich seit dem Beginn der internationalen Fanbetreuung nichts geändert: Spüren Fans, dass ihre Interessen und Anliegen ernst genommen werden und sie als wichtige Partner*innen in der Organisation von Turnieren ihren Platz haben, trägt das zu einer positiven Gesamtatmosphäre rund um ein Turnier bei. Gleichzeitig steigert die intensive und auf Augenhöhe stattfindende Kommunikation die Verhaltenssicherheit internationaler Fans bei Turnieren. Vor allen Dingen dann, wenn Fans mit glaubwürdigen Informationen versorgt werden und ein Vertrauen zu den Übermittler*innen vorhanden ist.

An Deutschland als Gastgeber waren die Erwartungen besonders hoch, gelten die Bedingungen für Fußballfans hier im internationalen Vergleich doch als besonders gut.

WILLKOMMENSKULTUR ALS PROGRAMM

Zur Umsetzung des Fanbetreuungsprogramms blieben der KOS dieses Mal nur rund 18 Monate. Von Vorteil war, dass mit vielen der beim Turnier involvierten Netzwerkpartner*innen seit langer Zeit ein intensiver und vertrauensvoller Austausch besteht. Auf der nationalen Ebene sind dies insbesondere Vertreter*innen der Bundesländer und der Städte, aber auch die Zentrale Informationsstelle Sparteinsätze (ZIS), die das internationale Polizeizentrum zur EURO 2024 organisierte. Auf der internationalen Ebene insbesondere mit FSE. Deshalb sorgte die Einbindung der KOS auch bei den Kolleg*innen der internationalen Fanbotschaften für großes Vertrauen in die Einbeziehung von Faninteressen bei der Ausrichtung des gesamten Turniers.

In allen zehn Host Cities setzte die KOS das Fanbetreuungsprogramm gemeinsam mit den jeweiligen lokalen Fanprojekten um. Für die Fanprojekte bedeutete dies eine zusätzliche, nicht zu ihren regulären Tätigkeiten zählende Aufgabe, kümmern sie sich doch normalerweise um die Belange, Probleme und Anliegen meist jugendlicher Fußballfans. Begleiten diese bei Heim- und Auswärtsspielen, unterstützen die jungen Menschen aber auch bei Problemen im Alltag. Durch ihren engen Kontakt verfügen die Fanprojekte aber über umfangreiche und wertvolle Erfahrungen, was Bedürfnisse und Probleme von Fußballfans betrifft. Zudem kennen sie ihre Städte aus der Perspektive von Fußballfans und sind nicht zuletzt im institutionellen Netzwerk vor Ort gut verankert.

Wesentlicher Bestandteil des Fanbetreuungsprogramms waren die Anlaufstellen „FANS WELCOME“ in allen zehn Host Cities, die jeweils rund um die Spieltage geöffnet waren. Hier versorgten die Kolleg*innen der Fanprojekte die internationalen Fans und Besucher*innen mit Informationen über das Turnier, die Austragungsstädte aber auch zu den Besonderheiten der jeweiligen lokalen Fan-kulturen. Gerade hierüber entwickelte sich bei den Fans ein Vertrauen in die Authentizität der Informationen und eine Sicherheit, dass sie an den Anlaufstellen auch bei schwerwiegenden Problemen Unterstützung finden würden.

Die Idee, dass die Anlaufstellen nicht nur bloße Orte der Informationsvermittlung sein sollten, sondern ein Ort des Austausches, ging zu großen Teilen ebenfalls auf. Die Anlaufstellen luden die vielen nationalen und internationalen Fans, aber auch Bewohner*innen der Gastgeberstädte, zum Verweilen ein, um über „die einfachste Sprache der Welt“ – den Fußball – miteinander in den Austausch zu kommen und mehr übereinander zu erfahren.

Durch die intensive Kooperation zwischen KOS und FSE wurden auch die insgesamt 15 internationalen Fanbotschaften der teilnehmenden Teams zu einem elementaren Bestandteil des Fanbetreuungsprogramms zur UEFA EURO 2024. Schon weit vor dem Turnier wurden die internationalen Fanbotschaften mit den Verantwortlichen der Host Cities und der jeweiligen Fanprojekte in den Austausch gebracht, um ihre Bedarfe aber insbesondere auch die Erwartungen, Wünsche und Besonderheiten der jeweiligen Fans in die Planungen einzubringen. »



Während des Turniers nutzten die Fanbotschaften nicht nur die Infrastruktur der „FANS WELCOME“-Anlaufstellen, sondern profitierten insbesondere vom Netzwerk und der institutionellen Akzeptanz der Fanprojekte, mit denen sie eng zusammenarbeiteten.

WAS SIND FANBOTSCHAFTEN?

Fanbotschaften sind ein Beratungs- und Unterstützungsangebot für reisende Fußballfans bei internationalen Turnieren oder Auswärtsspielen. Sie werden in der Regel betrieben „von Fans für Fans“. Die Fanbotschaften bieten dabei unabhängige und glaubwürdige Informationen an und können mit ihrer Arbeit dazu beitragen, etwaige Spannungen schon im Vorfeld abzubauen.

Darüber hinaus bieten die Fanbotschaften auch alternative Informationen abseits des Turniertrubels in den Ausrichterstädten an. Durch ihre regelmäßige Präsenz bei den Turnieren und ihr etabliertes Angebot hat sich bei vielen regelmäßig reisenden Fans ein Vertrauensverhältnis zu den Fanbotschaften aufgebaut, weshalb sie sich bei Unterstützungsbedarf regelmäßig an diese wenden.

Organisiert werden die Fanbotschaften auf internationaler Ebene von Football Supporters Europe. Die KOS betreibt seit 1996 die mobile Fanbotschaft für die reisenden deutschen Fans. Seit 2014 in Kooperation mit dem DFB.



INTERNATIONALE FANS IM RHEIN-MAIN GEBIET

In Frankfurt begrüßten die Kolleg*innen des Frankfurter Fanprojektes die vielen Fans aus England, Rumänien, der Schweiz und vielen weiteren Nationen nicht nur „im Herzen von Europa“ sondern ganz zentral im Herzen der Stadt. An der Frankfurter Hauptwache wurde mit der Anlaufstelle „FANS WELCOME“ die Willkommenskultur gelebt. Neben umfangreichen Informationen zum Turnier, zur Stadt, ÖPNV-Anbindungen und vielen weiteren Fragen luden Liegestühle und ein Kickertisch zum Verweilen ein und wurden rege genutzt. So entstanden immer wieder Gespräche zwischen den verschiedenen Fangruppen, aber auch zwischen Einheimischen und internationalen Fans.

Unterstützt wurde das Fanprojekt, das in Frankfurt unter der Trägerschaft der Sportjugend Frankfurt stand, von weiteren Kolleg*innen unter anderem aus Wiesbaden und Heidenheim sowie der Fanbetreuung der Frankfurter Eintracht. Bei Bedarf stand auch psychologische Unterstützung sowie ein Rechtsbeistand für die Fans zur Verfügung. Insgesamt kamen die Mitarbeiter*innen der Anlaufstelle mit über 5.000 Fans in Kontakt. Gerade das Gastspiel des englischen Teams in der Vorrunde sowie das Spiel der deutschen Elf gegen die Schweiz zählten zu den absoluten Highlights in Frankfurt. Die Kolleg*innen der englischen und auch der deutschen Fanbotschaft erweiterten mit ihren Angeboten das Aufgabenfeld der „FANS WELCOME“-Anlaufstelle. Zum Spiel des deutschen Teams gegen die Schweiz besuchten zudem Bundesinnenministerin Nancy Faeser und der Frankfurter Oberbürgermeister Mike Josef die Anlaufstelle.

Neben der Anlaufstelle an der Hauptwache war die Sportjugend Frankfurt auch verantwortlich für die Organisation der „Fan Meeting Points“ in Frankfurt. Hierbei handelte es sich um ergänzende Treffpunkte für die Fans der jeweiligen Teams, wo diese „ihre“ Fankultur ausleben konnten. Diese

Treffpunkte waren offener gestaltet als beispielsweise die Fanzones. So war der Zugang auch ohne Kontrollen möglich und auf allzu viel Turnier-Branding wurde verzichtet, da nicht jede*r Besucher*in gänzlich kritiklos auf die kommerziellen Auswüchse des heutigen Fußballs schaut und auch für diese ein Ort des Feierns geschaffen werden sollte.

Nahezu allgegenwärtig waren in den ersten zwei Wochen des Turniers die Fans aus Schottland. Aufgrund der relativen Nähe zu ihren Spielorten in München, Köln und Stuttgart hatten viele von ihnen ihr Lager im Rhein-Main-Gebiet aufgeschlagen. So trafen unvermittelt auch Menschen in Mainz, Aschaffenburg oder Friedberg auf friedlich feiernde Schotten, die sichtlich die Gastfreundschaft genossen.

FAZIT

Das Fanbetreuungsprogramm hat gezeigt, welchen Mehrwert es bietet, die lokale Expertise zur Fankultur in die Planungen und Umsetzung internationaler Turniere einzubeziehen. Nicht nur die Fankultur vor Ort wurde dadurch sichtbar und erlebbarer für die interessierten internationalen Fans, es erleichterte Mitarbeiter*innen der internationalen Fanbotschaften die Zugänge zu wichtigen Strukturen und sorgte dafür, die Rahmenbedingungen für reisende Fans positiv zu gestalten. Viele internationale Fans hatten im Vorfeld hohe Erwartungen an die im internationalen Vergleich guten Rahmenbedingungen für Fans in Deutschland. Diese konnten in weiten Teilen erfüllt werden. Nicht nur in den Stadien wurden Räume zum Ausleben der eigenen Fankultur geschaffen. In den Gastgeberstädten, auf Reisen und auch in den umliegenden Städten wurden die Fans offen empfangen und ihnen die Möglichkeit gegeben, sich, ihr Team und das Turnier zu feiern und zu genießen. Insbesondere von den vielen unkomplizierten und kleinen Kontakten überall im Land pro-



fitierten sicherlich viele Besucher*innen wie auch Einheimische. Langfristig helfen gerade solche Begegnungen, etwaige Vorurteile abzubauen und ein größeres Verständnis für die Lebenssituation der jeweils anderen zu entwickeln.

Die verschiedenen Programme wurden mit 306T (Fans), 135T (Fans), 492T (EURO GmbH), 326T (Koordinationsstelle) und 129T (Zukunft) Euro unterstützt (alles im Haushaltansatz 2024 der dsj). Zusätzlich boten die Fanprojekte in Kooperation mit weiteren Partner*innen in den Host Cities viele interessante Veranstaltungen an. Hierzu zählten z.B. Fan-Freundschaftsspiele, fußballbezogene Diskussionsrunden und erinnerungspolitische Initiativen wie fußballbezogene Führungen in KZ-Gedenkstätten.



Jussi Hartikainen, National Team Fans Coordinator von FSE

„Durch die enge Zusammenarbeit mit der KOS und den Fan-Projekten waren die Fan-Botschaften bestens vernetzt und vor Ort gut vorbereitet, um den Fans eine sichere und einladende Umgebung zu bieten. Der Erfolg des Turniers gelang nur über eine enge Zusammenarbeit und Teamwork aller Beteiligten.“



EIN NEUER STANDARD FÜR FUSSBALL-HOSPITALITY & CATERING

Die 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE arbeitete zwei Jahre in der Frankfurter Otto-Fleck-Schneise an dem modernsten, erfolgreichsten und nachhaltigsten Hospitality-Programm einer Fußball-Europameisterschaft aller Zeiten. Neben der Vermarktung der rund 100.000 hervorragenden Sitzplätze produzierte erstmals ein externer Partner der UEFA das gesamte Hospitality-Programm für internationale Gäste – vom Interieur in den zehn Stadien, über Entertainment und zukommenden Service bis hin zum Gourmet-Catering bei den spektakulären 51 Spielen der UEFA EURO 2024™ in Deutschland. Die 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE AG schaffte dabei nicht weniger als einen neuen Standard für Hospitality & Catering bei sportlichen Mega-Events. Sie sorgte aus dem Stand nicht nur für begeisterte Gesichter bei den Gästen und der UEFA, sondern auch für einen Verkaufsrekord. Die höchste Gästezahl bei Hospitality-Tickets, die je bei einer Fußball-Europameisterschaft begrüßt, umsorgt, unterhalten und bekocht wurden.

Das Fußball-Event zog Millionen Fans aus aller Welt in seinen Bann und rückte selbstverständlich auch den Spielort Frankfurt mit fünf Partien in den Mittelpunkt des Geschehens. Knapp 10.000 Hospitality-Gäste kamen dabei an den Main, darunter Schauspieler, Sportstars, aber auch Social-Media-Influencer mit Millionen-Reichweiten. Der Höhepunkt war dabei das Gruppenspiel der deutschen Nationalmannschaft gegen die Schweiz (1:1) am 23. Juni 2024. Im ausverkauften Frankfurter Stadion waren unter den etwa 47.000 Zuschauern knapp 2.500 Hospitality-Gäste aus aller Welt. Die 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE AG ist ein 2022 gegründetes Joint Venture zwischen SPORTFIVE aus Deutschland und der Schweizer FORTIUS AG. Das Unternehmen erhielt nach einem ausführlichen und transparenten Vergabeverfahren im

Oktober 2022 den Auftrag und wurde als weltweit exklusiver Official Hospitality Provider für die UEFA EURO 2024™ in Deutschland ernannt.

Neben dem Vertrieb von Hospitality-Tickets, umgangssprachlich auch VIP-Karten genannt, plante und aktivierte die 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE das komplette Interior-Design in den VIP-Bereichen der Arenen, das Catering- und auch das Unterhaltungsangebot bei den 51 Spielen in 10 Städten für rund 100.000 Kunden über vier Wochen. Dazu wurden neben dem Angebot in den Arenen, auch zahlreiche Off-Site-Events mit internationalen Gästen in den sogenannten Host-Cities umgesetzt. Alles selbstverständlich unter penibler Berücksichtigung der von der UEFA für das Turnier vorgegebenen strengen Nachhaltigkeits-Kriterien.

Angeboten wurden insgesamt vier wesentliche Produktkategorien (Club Lounge, Prestige Lounge, Platinum Lounge und private Skybox) mit steigendem Leistungs- und Serviceangebot ab einem Preis von rund 1000 Euro pro Partie. Die große Herausforderung dabei, dass in allen zehn Stadien bei unterschiedlichen Voraussetzungen auf einheitlich hohem Niveau gecatert werden musste.



Um einen reibungslosen Ablauf des Caterings bei diesem Großevent garantieren zu können, griffen die Hospitality-Verantwortlichen der 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE während der Turnierphase auf eine große Anzahl an externen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zurück. Im Laufe der 51 Spiele kamen so über 2.500 Hostessen und Hosts zum Einsatz, zudem knapp 3.000 Service Mitarbeiter, 2.000 Köchinnen und Köche sowie 550 Barkeeper. Unterstützt wurde das Catering-Team auch von 650 Logistikern und 500 Floor Managern und Supervisors.

Im Sinne der von der UEFA geforderten wirtschaftlichen Nachhaltigkeit nutzte die 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE das Know-how, das Personal und die Bestandslieferanten jener Caterer, die auch während der Bundesliga-Saison die Hospitality-Bereiche der einzelnen Stadien bespielen. In Frankfurt fand diese Zusammenarbeit mit dem erfahrenen Caterer Supreme Sports Hospitality GmbH statt, der auch bei den Spielen der Frankfurter Eintracht die Gäste im VIP-Bereich versorgt. Das erleichterte die Prozesse deutlich, erhöhte die Effektivität, wirkte positiv auf Kosten und schonte deutlich Ressourcen.



Abbildung 1: Senior Vice President Production & Operation, Isabella Thun, und Director Head of Catering, Markus Gollus, mit Kolleginnen und Kollegen des Culinary-Teams

In den Monaten vor Beginn der Europameisterschaft bereiste das Team um Senior Vice President Production & Operation, Isabella Thun, und Director Head of Catering, Markus Gollus, mit Kolleginnen und Kollegen des Culinary-Teams (und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der UEFA) jedes Stadion dreimal. Einen abschließenden Showcase zur Generalprobe in jeder Location der zehn Host-Cities gab es dann jeweils drei Tage vor dem ersten Anpfiff. Wichtiger Aspekt: Die Auswahl und Qualität von veganen und vegetarischen Gerichten war deutlich größer als je zuvor bei einem

Fußball-Event. Je nach Location wurde der Großteil der Speisen frisch in den Stadien zubereitet, teilweise auch auf die Infrastruktur von Küchen in der näheren Umgebung zurückgegriffen, um einzelne Komponenten vorzubereiten.

Eine verlässliche Speisenqualität war der Schlüssel zum Erfolg. Aufgrund der Sicherheitsbestimmungen und klaren Akkreditierungs- und Zugangsregeln war es meist nicht möglich, einfach zwischendurch Nachschub anzufordern. Für übrig gebliebene und weiterhin verwertbare Lebensmittel griff eine klare Nachhaltigkeitsvorgabe der UEFA: die nachhaltigste EM aller Zeiten abzuliefern. Das hatte natürlich auch Einfluss auf die Speisen- und Getränkeauswahl bzw. den Einkauf. Regionale Lieferanten, bewusster und gut kalkulierter Einkauf, beim Transport platzsparende moderne Möbel-Lösungen sorgten für Reduktion des Schadstoffausstoßes, vermieden größere Lebensmittel-Überschüsse und sicherten gleichzeitig die Wertschöpfungskette vor Ort. Das Weinangebot kam aus der Pfalz (Markus Schneider), die Spirituosen aus Freudenberg bei Aschaffenburg (Ziegler), die Caterer blieben lokalen Lebensmittel-Lieferanten treu, beim Interieur fungierte das Unternehmen Party.Rent aus Ober-Mörlen/Frankfurt als einer der wichtigsten Partner.

Für unvermeidbare Reste griff in jeder Stadt ein Foodsharing-System, in Zusammenarbeit mit städtischen sozialen Partnern. Hier mussten selbstverständlich strenge Hygienerichtlinien eingehalten werden. Dazu wurden in den Stadien große Kühlcontainer angemietet, aus denen nach dem Spiel nicht verwerteten Zutaten abgeholt wurden.

Gastronomisch zog sich ein schwarz-rot-goldder Faden durch das Angebot in allen Locations. Das Ziel des Culinary-Teams: „Wir werden Gäste aus der ganzen Welt begrüßen dürfen. Wir sollten diese Gelegenheiten nutzen, um ihnen die Kultur und den Spirit zu zeigen, der in unserer deutschen Küche steckt.“ Brot im Fokus: Als typisch deutsches Produkt wurde unter anderem das Sauerteigbrot definiert. Es passt perfekt zu diversen Aufstrichen oder zu deutschem Schinken. Daneben wurden für Gäste auch Pralinen einer Frankfurter Patisserie angeboten.

Hinsichtlich der kommunikativen Innovationen war digitales und ressourcenschonendes Denken nicht nur eine elementare Grundlage in den »



Planungen und der Umsetzung hinter den Kulissen des Catering- bzw. Hospitality-Angebots der 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE. Erstmals wurde aus Nachhaltigkeitsgründen bei einem Turnier auf Papiertickets verzichtet. Der komplette Weg des Kunden vom Stadioneingang bis zu seinem Sitzplatz wurde auf digitale Weise von Servicekräften geleitet. Die Menükarten über QR-Code sorgten bei den 51 Spielen für eine massive Ersparnis von Druckprodukten.

Ein absolutes Novum bei einer Fußball-Europameisterschaft aber war der 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE CLUB. Eine App, exklusiv für die Hospitality Gäste des Turniers, in der für jede der zehn Städte ein kuratiertes Angebot zu finden war, um das Erlebnis über die reine Stadionzeit zu erweitern. Hier konnten schon vorab, aber auch noch am Spieltag aus dem Stadion heraus, zum Beispiel besondere, limitierte Unterhaltungsangebote oder exklusive Gastronomie-Besuche gebucht werden. Unter anderem auch eine Offside-Location in einer Hochhaus-Bar der Frankfurter Innenstadt, wo Gäste vor dem Spiel Deutschland gegen die Schweiz neben hervorragender Gastronomie auch in den Genuss von Expertengesprächen u.a. mit Fußball-Experte Heribert Bruchhagen kamen.



ALLEINSTELLUNGSMERKMALE UND BESONDERHEITEN

- Erstmalige Vergabe des kompletten Hospitality-Programms einer Fußball-Europameisterschaft durch die UEFA an einen externen Partner
- Gourmet-Catering und Vor-Ort-Service mit innovativen, emotionalen und modernen Interior-Lösungen setzte neue Standards für Hospitality-Programme von Mega-Events im Sport
- Vergleichbares, höchstes Niveau über vier Wochen bei 51 Spielen
- Spitzenküche mit Menüs von renommierten Köchen und Schwerpunkt auf deutscher Küche
- Ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele der UEFA wurden realisiert
- Foodsharing mit sozialen Partnern vor Ort
- Maßgeschneiderte Pakete, die auf die Bedürfnisse und Vorlieben unterschiedlicher Zielgruppen zugeschnitten waren
- Persönliche Ansprache und Betreuung der internationalen Gäste durch das Culinary-Team und Hospitality-Mitarbeiter

- Engagierte Hostessen und Servicekräfte, die den Gästen zur Verfügung standen
- Elegante und komfortable Einrichtung der Hospitality-Bereiche
- Moderne Technik und audiovisuelle Ausstattung für ein optimales Erlebnis.

Das Hospitality-Programm war ein hervorragender Erfolg – das bestätigen nicht nur die Verkaufszahlen für die EURO 2024, sondern auch eine repräsentative Umfrage während des Turniers, das eine 95-prozentige Kundenzufriedenheit übermittelte.

Gleichzeitig gab es von der UEFA für den Debütanten 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE AG Lob von oberster Stelle. Turnierchef Martin Kallen, CEO UEFA Events SA, sagte rückblickend zu der Zusammenarbeit: *„Das Hospitality-Geschäft hat eine große Bedeutung für die UEFA und wir blicken auf eine äußerst erfolgreiche und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE.“*

In der Planungsphase sowie beim Vertrieb der Hospitality-Tickets, vor allem aber vor Ort in den Turnierwochen haben reibungslose Abläufe und die hohe Produktqualität für glückliche Gäste gesorgt. Das war für uns selbstverständlich das wichtigste Ziel.“

Die Tätigkeit der 2024 Hospitality Experience endete vertragsgemäß zum Ende des Jahres 2024. In der Spitze arbeiteten allein im Kernteam in der Frankfurter Otto-Fleck-Schneise etwa 70 Angestellte, ein Teil davon aus dem Rhein-Main-Gebiet, andere aber auch aus Deutschland, europäischen Nachbarstaaten, aber auch bis hin nach Japan. ■



MOBILITÄT IN DER REGION

RUDEL-MÄRSCHCHE

„EM 2024:

So feierten die Schweizer Fans in Frankfurt Nau Sport (Mischu Wettstein Deutschland, 23.06.2024) Die Vorfreude vor dem Kracher an der EM 2024 war riesig: Die Fans sorgten in Frankfurt für Stimmung, viele bekannte Gesichter drückten der Nati die Daumen.“



BAHN FAHREN.

verfasst von Prof. Knut Ringat (RMV)

Klimafreundlich zum Spiel: Rund 30.000 Fans reisten im RMV pro Spieltag mit Bus und Bahn zum Stadion. Auch der Rhein-Main-Verkehrsverbund (RMV) als Koordinator des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) in der Region zieht eine positive Bilanz der UEFA EURO 2024. Natürlich sind wir in Frankfurt Rhein-Main an Großereignisse gewöhnt. Regelmäßig finden Bundesliga-Spiele, große Rock- und Popkonzerte oder sonstige kulturelle Großveranstaltungen im Stadion im Frankfurter Stadtwald statt. Hierzu stocken wir vom RMV auch meist das Angebot der S- und Regionalbahnen auf. Doch die bis zu 30.000 Fans pro Spieltag zum Stadion zu den Spielen der UEFA EURO 2024 zu bringen, die oft aus vielen verschiedenen Ländern kamen, eine andere Sprache sprachen und sich nicht auskannten, war schon etwas Besonderes. Allerdings lag wie bei allen Herausforderungen auch hier im Teamplay der Schlüssel zum Erfolg. Weil alle an einem Strang gezogen haben, hat das Mobilitätskonzept und die An- und Abreise zu den Spielen gut funktioniert. Die Fans haben vom RMV-KombiTicket profitiert: Mit den Tickets zu den Spielen in Frankfurt war die kostenlose Nutzung des ÖPNV im gesamten Verbundgebiet des RMV von 6 Uhr am Spieltag bis 18 Uhr des Folgetages inklusive.

Der Rhein-Main-Verkehrsverbund plant und bestellt, neben anderen Aufgaben, die regionalen Bus- und Schienenverkehre. Unsere Partner, die Verkehrsunternehmen, fahren die Busse und Bahnen in unserem Auftrag. 235.000 Fans waren an den fünf Spieltagen im Frankfurter Stadion zu Gast. Die meisten reisten klimafreundlich mit Bus, Straßenbahn und Bahn an. Eine so große Menge an Fahrgästen zu befördern, schafft man nur mit starken Partnern: An den Spieltagen haben Frankfurts lokale Nahverkehrsorganisation traffiQ und die Verkehrsgesellschaft Frankfurt (VGF) zehn Sonderzüge zum regulären Straßenbahnangebot eingesetzt. Zusätzlich wurden die Haltestellen am Stadion an Spieltagen von bis zu 16 Stadtbussen pro Stunde bedient. Die S-Bahn Rhein-Main bot an Spieltagen täglich rund 300 Fahrten zum Stadion. Dazu kamen noch zusätzliche Sonderhalte von Regionalzügen an der Station Frankfurt Stadion. Auch zur Fanzone verlief die An- und Abreise weitestgehend reibungslos.



Viele Turnierbesucherinnen und -besucher waren in den ICE und Intercity-Zügen der Deutschen Bahn (DB) nach Frankfurt unterwegs. Dafür standen den Fans täglich rund 300 Züge von und nach Frankfurt mit 190.000 Sitzplätzen zur Verfügung. Am Frankfurter Hauptbahnhof stiegen während der EM an Spieltagen rund 100.000 Reisende mehr pro Tag aus und um als sonst. Am Frankfurter Hauptbahnhof, am Flughafen-Fernbahnhof und an der Station Frankfurt Stadion hatte die DB das Personal an den Spieltagen deutlich aufgestockt.



Neben mehrsprachigen Reisendenlenkerinnen und -lenkern waren hier Volunteers der Stadt Frankfurt sowie freiwillige DB-Helferinnen und -helfer im Einsatz. Nicht zuletzt möchte ich auch die gute Zusammenarbeit mit den Behörden loben. Dank des guten Einsatzkonzeptes wurden uns im RMV-Gebiet keine nennenswerten Vorfälle bei An- oder Abreise ins Stadion genannt.

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel – wir freuen uns auf die nächste sportliche Großveranstaltung und hoffen, dass möglichst viele Menschen klimaschonend mit Bus und Bahn anreisen werden. „Die Fußball-EM verband ganz Europa, wir verbanden die Menschen der Region“, so RMV-Geschäftsführer Knut Ringat.

POSITIVE BILANZ IN FRANKFURTRHEINMAIN

Mobilitätskonzept hat funktioniert: Rund 30.000 Fans reisten pro Spieltag mit ÖPNV zum Stadion an. Die Partner des ÖPNV waren zufrieden. Ein Großteil der Zuschauerinnen und Zuschauer nutzte den ÖPNV und leistete aktiv einen Beitrag zum Klimaschutz.



WIE DER FLUGHAFEN FRANKFURT SICH BETEILIGTE

verfasst von Emma Neuchel

Unterwegs während der EM? Am Flughafen wurden sieben Public Viewing-Bereiche aufgebaut. Drei davon hinter den Sicherheitskontrollen. So konnten EM-Enthusiasten auch auf dem Weg in den Urlaub gespannt mitfiebern. Zudem informierten digitale Infotafeln und Ticker über Spielstände und die Fußball-Lage. Auch für Mitmachaktionen an und zwischen den Terminals wurde geworben. Hier konnte gewettet und gekickt werden, bevor es zum Flieger ging. Die Läden im Frankfurter Flughafen waren ebenfalls auf die EM eingestimmt. Falls es also kurz vor dem Urlaub oder auf der Heimreise noch Bedarf für Fanartikel gibt, konnten Besucher sich dort ausstatten.

Die Deutsche Bahn war ebenfalls vorbereitet und kündigte an, mehr Busse und Bahnen zur UEFA EM 2024 fahren zu lassen, um zu gewährleisten, dass nicht nur die Reise zur Fanmeile, sondern auch der Weg zum Flughafen unter einem guten Stern steht. Wenn ihr Glück habt, seht ihr vielleicht sogar die S-Bahn im EM-Design, die die Deutsche Bahn und der RMV zur EM vorgestellt haben. ■



75 % weniger Flüge in der Vorrunde der EURO 2024 im Vergleich zur EURO 2016 in Frankreich (Quelle: ESG-Bericht. Bewertung nach Turnierende.de/uefa.com/esg.bericht).

FUSSBALL, LEIDENSCHAFT UND GEMEINSCHAFT – DAS PRIVATE EM-VIEWING 2024



Private Viewing am
14.7. (Finale), 23.6. + 19.6.
+ 14.6. (Eröffnung)!

Was für ein Fest des Fußballs! Das private Viewing der Fußball-EM 2024 im The Aircraft at Burghof mit dem Wirtschaftsclub, Family & Friends war ein voller Erfolg – ein Abend, an dem Sportbegeisterung, Emotionen und das Miteinander im Mittelpunkt standen. Die exklusive Location The Aircraft at Burghof, bekannt für ihre außergewöhnliche Flugzeug-Thematik, bot den perfekten Rahmen für unvergessliche Fußballabende. Mitglieder des Wirtschaftsclubs, deren Familien und Freunde sowie langjährige Weggefährten des Aircrafts kamen zusammen, um die Faszination des Turniers in besonderer Atmosphäre zu erleben.

Auf einer imposanten 6x2,5 Meter großen LED-Wand flimmerten die Spiele mit deutscher Beteiligung sowie das große Finale – hautnah, gestochen scharf – Jubelrufe, mitfiebrnde Gesichter und pure Begeisterung erfüllten den Raum – wie im echten Stadion.

Natürlich durfte auch das kulinarische Stadion-Feeling nicht fehlen: Die traditionelle Stadionwurst frisch vom Grill und eine Auswahl erfrischender Getränke rundeten das Erlebnis perfekt ab. Doch Fußball ist mehr als nur Sport – er verbindet Menschen. Und so wurde nach dem Abpfiff noch lange gelacht, diskutiert und genetworkt. Neue Kontakte wurden geknüpft, bestehende Freundschaften vertieft – genau das, was den Wirtschaftsclub und seine Veranstaltungen so besonders macht.

Diese Abende waren mehr als nur ein Public Viewing – sie waren ein echtes Highlight voller Emotionen, Teamgeist und unvergesslicher Momente. Die Kombination aus exklusiver Location, mitreißender Fußballstimmung und wertvollem Austausch machte das Event zu einem echten Volltreffer! ■

UMFRAGE NACH DEM
ZUSCHAUERORT **VOR DER
EURO** (DFB 2024)

Wo werden Sie die UEFA
EURO 2024 primär verfolgen?

32,1%

Zuhause allein oder
mit Familie

14,2%

Zuhause mit Freunden

3,1%

In der Kneipe/im Biergarten

3,0%

Im Stadion

2,6%

Auf der Fan-Meile
(Public Viewing)

0,3%

An einem anderen Ort

35,8%

Ich werde die UEFA EURO 2024
nicht verfolgen

9,0%

Ich weiß nicht/keine Angabe

Quelle: YouGov/Handelsblatt
Research Institute

Die Verwertungsgesellschaft GEMA nannte unter den TOP 20 (Stand: 6.7.2024) für Frankfurt 589, Wiesbaden 189, Mainz 122, Offenbach 118 Public-Viewing-Locations. Kneipen oder Biergärten erwarben die Lizenz, auch Imbissbuden und Speiselokale erweiterten ihr Angebot mit dem Public Viewing der EM-Spiele. Es gab 122 Neuanmeldungen zur Fußball-EM.

Mainz

BIERGARTEN MAINZ

Geschäftsführer Luca Fuhrmann im Interview. Er hatte das Public Viewing im Biergarten Mainz veranstaltet. (Interview 20.8.2024, gekürzt)



Betreiben Sie eine Gaststätte oder eine Event-/Kultur-Einrichtung?

Biergarten

Führen Sie auch bei anderen Sportgroßveranstaltungen public viewings durch?

Bisher nicht – betreiben eine Kulturbühne

Haben Sie ihr Public Viewing auf Lizenz-Basis der UEFA angeboten oder selbst organisiert?

Auf 0-Euro Lizenz-Basis ohne Eintritt und nicht kommerziell

Wie oft haben Sie Spiele übertragen?

Alle 18 und 21 Uhr Spiele

Hatten Sie mehr oder weniger Gäste in diesen vier Wochen?

Mehr Gäste

Hatten Sie Ausländer unter ihren Gästen – mehr oder weniger als ohne Fußball-EURO?

Ja hatten wir – andere Kulturen als bisher bedingt durch die an der EM teilnehmenden Länder – war immer friedlich

Haben Sie für diese 4 Wochen der EURO Investitionen vorgenommen? (TV-Kauf, Stühle / Bänke, Getränke, etc.)

20 m² große LED Wand gemietet, Toiletten und Infrastruktur erweitert, hohe Personalkosten auch zusätzliches Reinigungspersonal für Toiletten und den Biergarten

Hatten Sie höhere Ausgaben / höhere Einnahmen auf diese 4 Wochen bezogen?

Ja beides

Wie fällt ihre Kosten-/Nutzen-Bilanz aus – im Sinne „Stamm-Gäste bleiben weg“ oder „bei neuen Gästen bekannt geworden“, etc.?

Bekanntheitsgrad gesteigert; neue Gäste waren nur an Fußball interessiert – nicht wirklich am Biergarten mit Kulturprogramm; es waren nur wenige Stammgäste zur EM zum Public Viewing da

Was würden Sie dem DFB / ihrer Stadt als Verbesserungsvorschlag machen?

Landeshauptstadt Mainz sollte ein Public Viewing anbieten. Die Nachfrage war enorm groß; kilometerlange Schlangen waren vor unserem Biergarten-Eingang zu Deutschlandspielen: Der Bedarf war da

Würden Sie es begrüßen, wenn es wieder eine Sportgroßveranstaltung in der Region gibt? (Fußball / Olympia etc.)

Ja

Das Hyatt Regency Mainz ergänzte:

„Exklusive Unterkunft für Fußballfans:

Während der Europameisterschaft verwandelte sich das Hyatt Regency Mainz in ein pulsierendes Fußballzentrum direkt am Rhein. Neben zahlreichen Fans war die slowakische Nationalmannschaft während des Turniers zu Gast. Etwa sieben Kilometer und 15 Minuten mit dem Auto von der MEVA-Arena entfernt gelegen, ist das Hotel eine moderne und komfortable Unterkunft für alle Anhänger des runden Leders. ... Die verkehrsgünstige Lage des Hyatt Regency Mainz in der Nähe des Hauptbahnhofs und der historischen Altstadt sowie die hervorragende Anbindung zur MEVA-Arena machen es zum perfekten Ausgangspunkt für Fußball-Fans.“

»

Aschaffenburg

VOLKSFEST

Vom 14. bis 24. Juni fand das Aschaffener Volksfest statt und bot eine gute Gelegenheit, die Spiele der deutschen Nationalelf mit anderen Fans gemeinsam zu gucken. Im Festzelt und im Biergarten wurden die Begegnungen auf Großbildleinwand gezeigt. Ein unvergessliches Erlebnis für Groß und Klein!

Familiennachmittage, rasante Fahrgeschäfte und zahlreiche Leckereien bieten Gelegenheit, die Seele baumeln oder in schwindelerregender Höhe schweben zu lassen. Im gemütlichen Festzelt mit angeschlossenen Biergarten am Main lässt es sich wunderbar weiterfeiern. Den Startschuss für das Aschaffener Volksfest geben traditionell das Großfeuerwerk vor der malerischen Kulisse des Schlosses Johannisburg und der Festzug durch die Innenstadt.

PROGRAMM DES ASCHAFFENBURGER VOLKSFESTES 2024

Festbetrieb:

- Montag–Donnerstag von 14–0:30 Uhr
- Freitag und Samstag von 14–1 Uhr
- Sonntag von 11–0:30 Uhr
- letzter Volksfesttag von 14–0:30 Uhr

Public Viewing Fußball-EM: deutsche Spiele auf Großprojektion im Festzelt und Biergarten, weitere Begegnungen im Biergarten. Übertragungen live auch in den übrigen Volksfestbiergärten

DARMSTADT

CENTRALSTATION DARMSTADT

<https://www.centralstation-darmstadt.de/fussball-em-2024>

„Fußball-EM 2024 in Deutschland

Die wichtigsten Spiele live im CentralStadion
In diesem Sommer dreht sich endlich wieder alles um die schönste runde Sache der Welt: Fußball! Und natürlich ist auch die Centralstation gerne wieder mit von der Partie, wenn sich die besten europäischen Teams im Turnier messen. Vorrunde und Achtelfinale sind gemeistert, die deutsche Elf trifft im Viertelfinale am Freitag, dem 5. Juli, auf das spanische Team. Im CentralStadion übertragen wir die Partie selbstverständlich mit HD-Beamer auf Großbildleinwand. Anpfiff ist um 18 Uhr, pünktlich zum Feierabend könnt ihr bei uns bereits ab 17 Uhr die Vorberichterstattung verfolgen und ein leckeres Kaltgetränk zu Euch nehmen.“

<https://www.centralstation-darmstadt.de/event/22031>

„... in der Halle wahrscheinlich Darmstadts größte Public Viewing Location. Bis zum Heinerfest gibt es hier alle Spiele der deutschen Nationalelf mit HD-Beamer auf Großbildleinwand zum Mitfeiern. Und wenn Nagelsmanns Truppe die Pille entsprechend in den Kasten „nagelt“ und die Fußball euphorie durch Darmstadt weht, dann geht es auch danach noch weiter – die Daumen sind gedrückt!“

FFH.DE

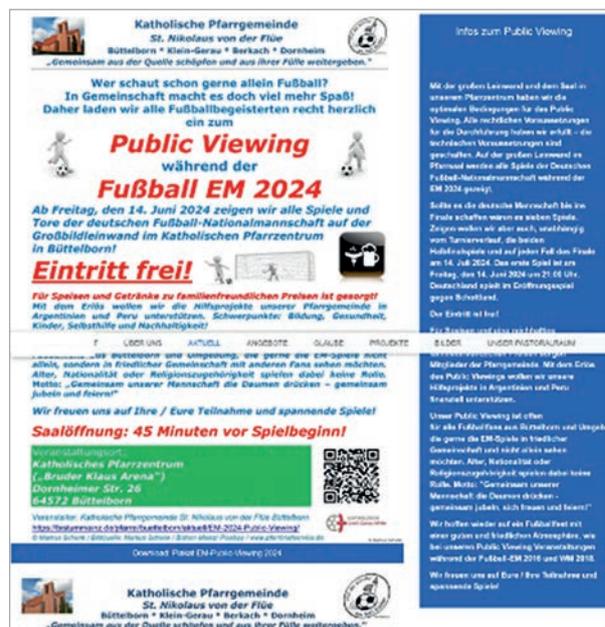
<https://www.ffh.de/nachrichten/sport/403146-public-viewing-zur-em-2024-in-hessen.html>

„Zur Fußball-Europameisterschaft 2024 verwandelt sich die Centralstation in Darmstadt in die wohl größte Public Viewing-Location der Stadt. Alle Spiele der deutschen Nationalelf können hier auf einer großen HD-Leinwand live mitverfolgt werden. Der Eintritt ist kostenlos.“

RODGAU / HANAU: MOOKAI BEACH

„Fußball mit Strand-Feeling. In der Beach-Lounge Mookai Beach werden die Spiele auf Großbildleinwand gezeigt. Dazu gibt es leckere Speisen von Food Trucks. Ein Hüpfburgenpark sorgt für Spaß bei den kleinen Gästen, während die Erwachsenen die Spiele verfolgen. Der Eintritt während der EM-Spiele ist kostenlos.“

KIRCHE



Katholische Pfarrgemeinde
St. Nikolaus von der Fließ
Büttelborn + Klein-Gerau + Berkach + Dornheim
„Gemeinsam aus der Quelle schöpfen und aus ihrer Fülle weitergeben.“

Wer schaut schon gerne allein Fußball?
In Gemeinschaft macht es doch viel mehr Spaß!
Daher laden wir alle Fußballbegeisterten recht herzlich ein zum

Public Viewing
während der
Fußball EM 2024

Ab Freitag, dem 14. Juni 2024 zeigen wir alle Spiele und Tore der deutschen Fußball-Nationalmannschaft auf der Großbildleinwand im Katholischen Pfarrzentrum in Büttelborn!

Eintritt frei!

Für Speisen und Getränke zu familienfreundlichen Preisen ist gesorgt!
Mit dem Erlös werden wir die Hilfsprojekte unserer Pfarrgemeinde in Argentinien und Peru unterstützen. Schwerpunkte: Bildung, Gesundheit, Kinder, Selbsthilfe und Nachhaltigkeit.

Wir freuen uns auf Ihre / Eure Teilnahme und spannende Spiele!

Saalloffnung: 45 Minuten vor Spielbeginn!

Wichtigste Informationen:
Katholisches Pfarrzentrum („Brüder Klaus Arena“) Dornheimer Str. 26 64772 Büttelborn

Wichtigste Katholische Pfarrgemeinden St. Nikolaus von der Fließ, Büttelborn, Klein-Gerau, Berkach, Dornheim
<https://www.pfarrenraum.de/buettelborn/fussball-em-2024-public-viewing/>
© Maria Schmitt - Diözese Mainz | www.dioezese-mainz.de

Info zum Public Viewing

Mit der großen Leinwand und dem Best in stream-Platzscreen haben wir die optimale Belegung für das Public Viewing. Alle rechtlichen Voraussetzungen für die Durchführung haben wir erfüllt – die technischen Voraussetzungen sind geschaffen. Auf der großen Leinwand im Plattend werden alle Spiele der Deutschen Fußball-Nationalmannschaft während der EM 2024 gezeigt.

Sollte es die deutsche Mannschaft bis ins Finale schaffen, werden wir alle Spiele zeigen. Wir werden uns über den Verlauf vom Turnierspiel bis zum Finale freuen und auf jeden Fall den Finals am 14. Juli 2024. Das erste Spiel ist am Freitag, den 14. Juni 2024 um 21:00 Uhr. Deutschland spielt im Halbfinale gegen Brasilien.

Die Events sind kostenfrei!

Eintritt frei!

Mitglieder der Pfarrgemeinde. Mit den Erlösen des Public Viewings werden wir unsere Hilfsprojekte in Argentinien und Peru finanziell unterstützen.

Unser Public Viewing ist offen für alle Fußball Fans aus Büttelborn und Umgebung. Die große EM-Spiele im Video-Plattend sind nicht nur ein tolle Möglichkeit, Alter, Nationalität oder Religionszugehörigkeit spielen dabei keine Rolle. Mitten „Gemeinsam unserer Menschheit die Daumen drücken – gemeinsam jubeln und feiern!“

Wir hoffen, dass Sie alle Spaß haben und sich freuen!

Wir hoffen, dass Sie alle Spaß haben und sich freuen!

EM-FANARENA 2024 IN BAD ORB

Im Rahmen der wissenschaftlichen Untersuchung zur Auswirkung von Public Viewings und großen Sportereignissen möchten wir über die EM-Fanarena 2024 in Bad Orb berichten, die anlässlich der Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland veranstaltet wurde. Die Veranstaltung wurde von der Bad Orb Kurgesellschaft, einer hundertprozentigen städtischen Tochter der Stadt Bad Orb, in enger Zusammenarbeit mit privaten Akteuren entwickelt und umgesetzt.

KONZEPT UND UMSETZUNG

Die EM-Fanarena erstreckte sich vom Marktplatz bis ins Kurgebiet und umfasste verschiedene Public-Viewing-Formate, die mit einem kulturellen und gastronomischen Angebot kombiniert wurden. Ziel war es, eine attraktive und lebendige Atmosphäre zu schaffen, die über das reine Fußballerlebnis hinausging. Ein besonderer medialer Partner der Veranstaltung war der überregionale hessische Radiosender FFH, der das Event umfassend begleitete und damit für hohe Reichweite sorgte.

BESUCHERZAHLEN UND WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG

Während des Turniers besuchten insgesamt über 22.000 Menschen die Hauptlocation der EM-Fanarena im Kurpark. Diese Zahl verdeutlicht die enorme Anziehungskraft der Veranstaltung und bestätigt die hohe Akzeptanz innerhalb der Region. Neben dem Fußballerlebnis wurde durch die Veranstaltung auch die lokale Gastronomie und der Einzelhandel aktiv eingebunden. Bad Orber Geschäftsinhaber erhielten spezielle EM-Fan-Packages, um ihre Schaufenster entsprechend zu dekorieren und das Stadtbild im Zeichen der Europameisterschaft zu gestalten. Zudem wurde die gesamte Stadt mit EM-Fan-Wimpeln ausgestattet, was eine einheitliche visuelle Identität schuf.

FINANZIELLE ASPEKTE UND RESSOURCENEINSATZ

Die Veranstaltungskosten beliefen sich auf insgesamt rund 105.000 Euro. Die größten Kostenpunkte waren:

- Personal für Technik, Sicherheit und Veranstaltungsmanagement
- Leinwand und Veranstaltungstechnik
- GEMA-Gebühren
- Werbung und mediale Begleitung

Die Veranstaltung erforderte einen hohen personellen Einsatz und band erhebliche Ressourcen der Bad Orb Kurgesellschaft. Dennoch war die EM-Fanarena eine gezielte Investition in die regionale Standortvermarktung und hat sich als strategisch wertvolle Maßnahme erwiesen. »

FRAKTISCHE INFORMATIONEN:

ANSICHT: Wir empfehlen dir eine Ansichts mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Ausstiegsbahnhof ist Wächtersbach. Von dort besteht regelmäßig Anschluss mit dem Bus nach Bad Orb. Vom ZOB ist es nur ein Katzensprung bis zum Marktplatz, in der EM-Arena im Park sind ihr in ca. 15 Gehminuten.

SICHERHEIT: Für ein sorgenfreies Erlebnis beachte bitte unsere Sicherheits Hinweise und Verhaltensregeln auf unserer Website.

TERMIKALENDER: Vergesse kein Highlight – alle wichtigen Termine und Zeiten gibt es unter www.bad-orb.info und nachfolgendem QR-Code. Folge uns auf unseren sozialen Netzwerken für aktuelle Informationen und teile deine Erlebnisse mit #EMBadOrb

EM-ARENA IM PARK
Fußball, Kultur, Kulinarik

Ab **14. Juni 2024**

BAD ORB
KURGESELLSCHAFT

4-MEILE:
LAGE: im EM-Wahler Ortstar mit vortem Fußball-hilfge Peng-Ar- und gib alles dem Tischler- m 29.06.2024.

EM-ARENA IM PARK: Übertragung aller Spiele auf großer LED-Leinwand. Eindeutige Hauptbühne – der EM-Arena im Park – zudem eine Vielfalt an kulturellen Darbietungen und lass dich von unserer gastronomischen Vielfalt verzaubern.

ALEA PARK (TAPATA-CANTINA Y CAFE): Freue dich auf ausgewählte Spiele und erlaube dir, die perfekte zu den Nationalitäten der Teams passen und ein unvergleichliches Geschmackserlebnis bieten.

PROGRAMM-HIGHLIGHTS:

- **TISCHKICKER-TURNIER:** Bewirte dein Geschick beim großen Tischkicker-Turnier am Marktplatz. Anmeldung vor Ort oder vorab online unter info@bad-orb.de
- **KULTURELLE HIGHLIGHTS:** Lass dich von einer Bandbreite an kulturellen Performances in der EM-Arena im Park begeistern. Programm und Zeiten findest du auf unserer Website www.bad-orb.info
- **AFTERSHOW PARTY:** Feiere den Abschluss eines jeden Spielabends mit uns auf dem Marktplatz. Die beste Musik und atmosphärische Vibes warten auf dich!

GASTRONOMISCHES ANGEBOT: Unsere Fun-Malle bieten dir eine kulinarische Reise durch die Teilnehmerländer der Europameisterschaft. Von traditionellen Speisen bis hin zu modernen Interpretationen – bei jedem Geschmack ist etwas dabei.

SPIELPLAN: Behalte alle Spiele der Europameisterschaft mit unserem übersichtlichen Spielplan im Blick. Finde heraus, wann du deine Lieblingsmannschaft erleben kannst.

INFOS & KONTAKT
Bad-Orb Kur GmbH
Tourist-Information
Kurparkstraße 2
62619 Bad Orb
T +49 6023 93-0
info@bad-orb.info
www.bad-orb.info

BAD ORB
KURGESELLSCHAFT



Public Viewing in
Bad Orb

ZIELSETZUNG UND STRATEGISCHE WIRKUNG

Die Stadt Bad Orb verfolgte mit der EM-Fanarena das Ziel, sich als junger, moderner und attraktiver Kurort der Zukunft zu positionieren. Die Veranstaltung wurde gezielt genutzt, um überregional Aufmerksamkeit zu generieren und die regionale Bevölkerung für die eigenen Stärken zu begeistern. Dabei wurde bewusst das positive Gemeinschaftserlebnis Fußball als Instrument eingesetzt, um nachhaltige, positive Assoziationen mit der Stadt Bad Orb zu schaffen.

ERFOLGSEINSCHÄTZUNG UND FAZIT

Die EM-Fanarena 2024 in Bad Orb war eine überaus erfolgreiche Veranstaltung, die ihre Ziele in vollem Umfang erfüllt hat. Trotz des hohen Ressourcenaufwands und der personellen Belastung konnte Bad Orb durch die Veranstaltung seine regionale Sichtbarkeit erheblich steigern und sich als innovativer Standort für Kultur- und Sportevents positionieren. Die Veranstaltung hatte damit einen direkten positiven Einfluss auf die Wahrnehmung der Stadt und ihrer touristischen Attraktivität. Gleichzeitig hat sie zu einer Stärkung der lokalen Wirtschaft beigetragen, indem Gastronomie und Einzelhandel aktiv einbezogen wurden.

Aus wissenschaftlicher Perspektive zeigt das Beispiel der EM-Fanarena in Bad Orb, dass kommunale Public-Viewing-Formate mit kulturellen und wirtschaftlichen Synergien sowohl zur Stadtentwicklung als auch zur Identitätsstärkung einer Region beitragen können. ■

BEDEUTUNG DER MEDIEN IN DER REGION – DIE BEDEUTUNG DER EURO FÜR DIE MEDIEN

Es fing nicht gerade positiv an für die Host City. Für die einen wurde zuviel Geld aus dem kommunalen Etat ausgegeben, für die anderen war keine Stimmung (siehe die Vorfremde-Barometer in der FNP) und dann geriet auch noch das Bahnhofsviertel in die Weltpresse. Als Frankfurts „Zombieland“ wurde es deklariert. Schmutzig und Drogenabhängige – der Brennpunkt beschäftigte auch in England. „Nach einem aufsehenerregenden Bericht der englischen Boulevardzeitung ‚The Sun‘ wurde versucht, die Wogen zu glätten“. „The Sun“ hatte in drastischer Art das Bahnhofsviertel als „gefährlichsten Slum Deutschlands“ bezeichnet, in dem „Zombie-Drogensüchtige“ ihr Unwesen treiben würden. Das war im Vorfeld der englischen Nationalmannschaft, die am 20. Juni gegen Dänemark in Frankfurt spielte, natürlich eine herbe Negativwerbung. Es kam schliesslich ganz anders:



HR-Radio auf der Fanzone am Mainufer

1. FERNSEHEN + RADIO

ZDF, HR-Hessenschau und andere:

Das ZDF hat seinen Standort in Mainz, mithin in der Metropolregion. Die 17 EM-Spiele, die im ZDF übertragen wurden, sahen im Schnitt 12,05 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer allerdings deutschlandweit. Schon in den ersten zwei EM-Wochen hatten insgesamt 62,15 Millionen Menschen und somit 79 Prozent der Bevölkerung ab drei Jahren mindestens einmal Kontakt mit der „sportstudio live“-Berichterstattung zur EM. ZDF-Sportchef Yorck Polus: „... die Zuschauerinnen und Zuschauer waren im TV und online überaus zahlreich dabei, gerade in den jüngeren Zielgruppen besonders stark.“



HR-TV

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hatten sich die Übertragungsrechte gesichert – von MAGENTA, die die Rechte vollständig für Deutschland innehatte. (Die Telekom nannte eine Zahl von mehr als 70 Millionen Zuschauer bei MagentaTV.)

Für die privaten TV- und Hörfunk-Unternehmen blieben nur wenige Möglichkeiten. Während RTL noch Spielübertragungen erwarb, gingen die privaten Medienunternehmen mit Sitz in der Region Vereinbarungen mit Public Viewing-Interessenten ein. So zeigten Bad Orb (mit FFH) oder Hanau (mit Radio Frankfurt), aber auch andere Anbieter entsprechende Zusammenarbeiten (siehe weiter vorn). »

2. PRINTMEDIEN (reduziert auf die Überschriften)

Zum Beispiel:

„Wie wirkt sich die Euro 2024 auf die Region aus?“

Stand:23.02.2024 (Thorsten Remsperger, FNP)

„Zum Fußballfest ist Europa friedlich vereint“

(Daniel Meuren, FAZ, 19.6.2024)

FNP und accadis-Vorfreude-Barometer

Große Umfrage: Wie sehr freuen Sie sich auf die Euro 2024?

FNP-VORFREUDE-PULS Die accadis Hochschule Bad Homburg misst in Zusammenarbeit mit dieser Zeitung die Stimmungslage in Bezug auf die EM – Ihre Meinung ist gefragt



Hochtaunus – Wer hat auf Klins Jungs etwas gegeben, an jenem 1. März 2006 im „Franch“ in Florenz, als die deutsche Nationalmannschaft auf dem Fußballfeld böse vorgeführt wurde? 1:4 lautete das Ergebnis aus Sicht des baldigen WM-Gastgebers, 4:1 gewannen die hochbelegten Italiener. Die Squadra Azzurra sollte auch gut vier Monate später zum Stolperstein der DFB-Elf werden – im Halbfinale der Weltmeisterschaft. Ein Sommermärchen feierte Fußball-Deutschland trotzdem, mit allem Drum und Dran, nicht zuletzt aufgrund der mittlerweile guten Leistungen der heimischen Mannschaft.

Auch sechs Monate vor dem Eröffnungsspiel des nächsten Fußball-Großereignisses in Deutschland, der Europameisterschaft, scheint die Stimmung nicht zum besten bestellt. Das kann sich schnell wieder ändern. Womöglich schon alleine deshalb, weil die Auslosung der EM-Gruppen, die der deutschen Mannschaft die Auswahln Schottlands, Ungarns und der Schweiz als Gegner besichert, das Turnier etwas mehr in den Fokus der Bevölkerung rückt.

Die accadis Hochschule Bad Homburg möchte es genau wissen: Wie sehr freuen sich die Bewohner der Metropolregion Frankfurt/Rhein-Main auf die Euro 2024? In Zusammenarbeit mit der Frankfurter Neuen Presse und ihren Regionalausgaben Höchster Kreisblatt und Taunus Zeitung möchte die private Hochschule mit den Fachbereichen Management und Pädagogik bis zum Turniertart regelmäßig die Stimmungslage in der Bevölkerung abfragen. Der FNP-Vorfreude-Puls war geboren. Jeder Leser kann sich an der Online-Befragung beteiligen, die nicht weniger als eine Minute in Anspruch nimmt. Das Ergebnis erfahren Sie zeitnah in unserer Zeitung.

Studie in Deutschland einmalig

Zudem besitzt die Sports Management Research Group der accadis unter Federführung von Hochschul-Präsident Professor Florian Pfeffel und Dr. Gerhard Trosien mit Unterstützung des Energieversorgers Mainova eine soziökonomische Studie vor, die so in Deutschland einmalig sein dürfte. Wir wollen herausfinden, was die Euro 2024 mit der Region macht“, erläutert Pfeffel. Die Sportmanagement-Forschungsgruppe wird im Detail die Erwartungen auf die Europameisterschaft und deren Auswirkungen auf die Rhein-Main-Region untersuchen. Dazu wird es im Januar und Februar umfangreiche Befragungen geben, um die Einschätzungen und Plannung der Bevölkerung in Bezug zur Euro 2024 zu erheben.

Nach den Fußballturnieren der jüngeren Vergangenheit, die entweder durch die Corona-Pandemie oder einer für Outdoor-Aktivitäten ungünstigen Jahreszeit überschattet wurden, sei eine Public-Viewing-Stimmung wie 2006 keine Selbstverständlichkeit, meint Pfeffel. Haben die Leute darauf Lust? Darüber hinaus werden Einschätzungen erhoben, ob das Turnier der Rhein-Main-Region wirtschaftlich oder bezüglich des Images etwas bringt. Diese Ergebnisse werden dann namer mit den tatsächlichen abgeglichen.

Die Blitzzumfrage startet schon jetzt. Wenn Sie mitmachen wollen: Scannen Sie mit Ihrem Mobiltelefon den unten stehenden QR-Code ein und die Webseite öffnet sich. Alternativ gelangen Sie über <https://de.surveymonkey.com/92/PZHYM> zur Befragung.



FNP und accadis-Studienergebnisse

Gerne wieder so etwas wie die EM

ACCADIS-STUDIE 62 Prozent sprechen sich für ähnliches Sport-Großevent in Rhein-Main aus

Bad Homburg – Große Sportver- burg, die in Kooperation mit Prozent standen dem Ereignis kri- landsproduktes in der Region. Die risch gegenüber. Die Europameis- zusätzlichen Ausgaben dieser bei-

Zum Beispiel Überschriften aus der EURO-Zeit:



SWR

„Viele sahen in Mainz die Spiele der Fußball-EM 2024 mit Freunden beim Public Viewing. (picture alliance) Alkoholvorrat weg, Geschäft brummt.“

Kirche, Autowerkstatt oder Flughafen – kuriose Orte fürs Public Viewing in Frankfurt

27.08.2024, 10:21 Uhr

Von: Nora Kraff

Frankfurter Rundschau



FAZ.net (24.4.2024) – vor der EM

HS-Video (3.3.2024) – nach der EM

Video 02:50 Min | 03.07.24, 19:30 Uhr | besensschau

Erste Frankfurter EM-Bilanz: „Äußerst friedliche Veranstaltung“

HOTELS UND GASTSTÄTTEN IN MAINZ ZIEHEN POSITIVE BILANZ DER FUSSBALL-EM“

Stand 15.7.2024, Jaron Dengel

Die Fußball-EM 2024 in Deutschland ist vorbei. Zwar war Mainz kein Austragungsort für das Sommermärchen 2.0, dennoch war die Stadt ein beliebter Anlaufpunkt für Tausende von Fans. Vier Wochen Fußball, vier Wochen Euphorie: Nicht nur der Fansseele hat die Fußball-EM in Deutschland gut getan, auch für Gastronomen und Hoteliers in Mainz war es eine erfolgreiche Zeit. Viele Hotels in Mainz waren während der EM ausgebucht. ■

Zum Beispiel:

FULDAER ZEITUNG

Stand 23.3.2024, von Johannes Götze
Exklusives Gewinnspiel für die Region:

Strauss macht EM-Traum wahr

„Als Ballkid direkt an der Seitenlinie bei der Fußball-EM in Deutschland stehen? Strauss als offizieller Workwear-Partner der UEFA EURO 2024 macht Träume wahr. Gemeinsam mit torgranate.de bietet Strauss fünf Nachwuchsfußballteams die Möglichkeit, bei einem EM-Spiel die Rolle der je zwölf Ballkids einzunehmen.“

„Fulda – Bis zum 1. Mai 2024 konnten sich Teams aus den Fußballkreisen Hanau, Gelnhausen, Schlüchtern, Fulda und Lauterbach/Hünfeld in einer gemeinsamen Aktion von Strauss, der GNZ und dem Online-Amateurfußballportal torgranate.de für ein unvergessliches Erlebnis während der UEFA Euro 2024 bewerben. Um einen der begehrten Teamplätze zu gewinnen, musste ein Kurzvideo gedreht werden. Der Kreativität war hierbei keine Grenzen gesetzt. Hashtags #straussballkids und #howchampionswork und zusätzlich mussten die Accounts @engelbert_strauss und @euro2024 verlinkt werden. Die Ballkids mussten während der EM zwischen 14 und 18 Jahren alt sein. Hat dein Team einen der begehrten Plätze gewonnen, durften neben den zwölf Ballkids insgesamt 13 Begleitpersonen mit zu dem EM-Spiel reisen. An- und Abreise wurde von Strauss organisiert.“

„Das wird eine Mannschaftsfahrt der Extraklasse. ... Dies werden für fünf Vereine in der Region unvergessene Momente und lässt Träume wahr werden“, sagt Johannes Götze von torgranate.de, der hervorhebt, „dass durch diese Aktion die EM in der Region wirklich erlebbar wurde.“

„Der Final-Countdown zum Fußballfest läuft. Wir läuten die heiße Phase ein – und scouten die Balljungs und -mädels. Als Workwear-Partner unterstützen wir die Champions hinter den Kulissen. Die Ballkids können mit Handlungsschnelligkeit und Spielverständnis direkten Einfluss auf das Spiel nehmen und damit zu echten Game-Changern werden“, sagt Markenchef und CEO Henning Strauss. Die Ballkids werfen den Ball zurück zu den Stars auf dem Feld, um das Spieltempo hochzuhalten. ... Dafür werden alle Teilnehmer im Vorfeld mit einem Trainingsvideo gecoacht. Strauss, die GNZ und torgranate.de suchten in Zusammenarbeit für fünf EM-Spiele Ballkids. Diese Spiele fanden in Frankfurt, Düsseldorf und Köln statt.

„Anpfiff für das Spiel deines Lebens – einfach eine geile Aktion. Großen Dank an alle, dass so etwas möglich gemacht wurde“, sagte Andreas Kapelle, dessen Jugendspielgemeinschaft an der Instagram-Reel-Challenge teilnahm und zu den fünf glücklichen Gewinnern zählte. Kapelles JSG Nüttal/Hofbieber/Dammersbach hatten das – subjektiv betrachtet – beste Reel abgeliefert. Mehr als 23.000-mal wurde es bislang auf Instagram angesehen, hundertfach geherzt und kommentiert. Stundenlang hatten sie für den Dreh aufgewandt, sogar eine Drohne kam zum Einsatz. „Das war eine Heidenarbeit, aber es hat unfassbar viel Spaß gemacht“, sagte Kapelle. Fußball ist eben mehr als nur das Ergebnis, sondern auch der Weg dorthin: „Der Dreh, das Vorbereiten. Wir sind daran als Team noch mal gewachsen“, frohlockte Kapelle.

Neben der JSG haben auch der JFV Burghaun/Hauental, die JSG Künzell, die JSG Freiensteinau und der 1. FC Gelnhausen gewonnen und durften bei der Europameisterschaft mit jeweils 25 Personen dabei sein. ... auch für das Online-Portal torgranate.de hat sich die Aktion ausgezahlt: „Es klingt total banal. Aber ohne Amateurfußball und gute Nachwuchsarbeit gibt es keinen Profifußball. Unser Portal war ganz nah an der Basis und super glücklich, dass Strauss als starker Partner der EM sowas initiiert hat.“ Weitere Berichte: www.torgranate.de »



GELNHÄUSER NEUE ZEITUNG

„Strauss und GNZ suchen Ballkids für die Fußball-Europameisterschaft. Bewerbungsschluss am 10. Mai! Gemeinsame Aktion: Strauss und GNZ suchen Ballkids für die Fußball-Europameisterschaft. Als Ballkid direkt an der Seitenlinie bei der Fußball-Europameisterschaft in Deutschland stehen? Strauss macht Träume wahr und scoutet in den kommenden Wochen 612 Jugendliche zwischen 14 und 18 Jahren.“

GNZ-Sportredaktion, 23.03.2024

Als „Official Workwear Partner“ der UEFA EURO 2024 nutzte Strauss sein Know-how und stattete die Ballkids mit textiltechnisch anspruchsvollen Trikots aus. Zudem präsentierte die Work Brand pünktlich zum Fußballfest eine sportlich-ambitionierte neue Workwear-Kollektion. GNZ

GNZ: Den Fußballstars so nah wie nie: Ballkinder des FC Gelnhausen bei der Europameisterschaft dabei.

Eine Stunde vor Anpfiff (Abb. unten): Beim gemeinsamen Gruppenbild mit Volunteer Annika Striepecke (knieend rechts) und „Chaperone“ Norman Tapken (schwarzes T-Shirt) war die Nervosität bereits gestiegen. Quelle: Nolte.





Markus Stenger · 2. · [+ Folgen](#) · ...
 Direktor Amateurfußball & Fußballentwicklung / Grassroots...
 6 Monate ·

Ja, das 2017 erstellte deutsche Bewerbungsbuch für **UEFA EURO 2024** enthielt ein bisschen "Träumen" und einen "Wunsch Katalog". Ich denke, das ist ein normaler Teil eines Gebots;-)

Aber als das Turnier nach Deutschland vergeben wurde, haben @UEFA, **UEFA EURO 2024** und **DFB** es ernst genommen. Anstatt zu reden, taten sie es. Sie investierten Energie, Zeit und auch Geld in die ESG-Strategie. Nicht weil wir, sie mussten, sondern weil wir alle es wollten!

Daher ist es eine tolle Erfahrung und große Leistung aller Beteiligten zu erleben, dass einige der damals entwickelten Ideen und Projekte im Jahr 2024 auch wirklich zum Leben erweckt wurden! Es ist natürlich noch ein erster Schritt, aber ich bin mir sicher, dass dieser ESG-Ansatz in vielen zukünftigen Veranstaltungen, wie bereits auf der **UEFA Women's EURO 2025**, fortgesetzt und weiterentwickelt und optimiert wird

Andreas Mex Schaar Filippo Veglio Nina Seibert Maximilian Geis Jürgen Eißmann Michele Uva @tim Thormann und viele weitere interne und externe Stakeholder.

UEFA EURO 2024
 58.581 Follower:innen
 7 Monate · [+ Folgen](#)

Looking back at the #EURO2024 sustainability impact:

- ✈️ Air travel reduced by 75%;
- 💰 €29.6m invested;
- 👥 Assistance to +10,000 disabled fans;
- ✅ 95% of pre-tournament targets achieved;
- 🌱 €7m climate fund to support clubs & regional associations.



3. SOCIAL MEDIA

Jeden Tag unzählige Berichte, Kommentare, Meinungen und Anmerkungen gingen viral. In vielen Sprachen, so dass über eine Host City wie Frankfurt global ausgetauscht wurde. Gegensätzlich, widersprüchlich, aber auch lobend und positiv! Unter Anderem LinkedIn-Statements von Vorbildern aus der MRFRM vor der EURO 2024 (siehe alle Statements am Beginn der Dokumentation).

Zum Beispiel:

„Die Stimmung bei der Heim-EM in Deutschland war vielerorts besser als gedacht, Lokale und Biergärten waren voll. Doch hat das auch einen ökonomischen Effekt? Die Erfahrungen sind gemischt.“
 Von Alina Leimbach, ARD-Finanzredaktion

„Es war mega! Es war so ein wunderbares Fest, friedlich, freundlich. Das hat meine Erwartungen komplett übertraffen“, sagt Valerie Seifert, die Wirtin des Bornheimer Dorfstadels. Seifert ist trotz fast vier Wochen Dauereinsatzes in ihrer Frankfurter Gastwirtschaft begeistert von der Heim-EM. Finanziell gelohnt habe es sich auch. *„Das Geschäft war sogar noch besser als damals, als die Eintracht im Europapokal gespielt hat.“* Selbst an Spieltagen ohne die deutsche Nationalelf habe der Laden gebrummt.

Allerdings hat die Gastwirtin auch investiert. Für die Europameisterschaft hat sie extra größere Fernseher angeschafft - so riesig, dass sie im Innenraum gerade noch Platz finden. Ebenfalls gekauft hat sie neue, leistungsfähigere Boxen, so dass sich der EM-Nervenkitzel auch bis zu den Gästen auf die hinteren Sitzbänke im Außenbereich übertragen konnte.

In Großstädten konnten durch Public Viewings auf Flughäfen, Bahnhöfen und Einkaufszentren alle Tore gesehen werden.

(Quellen: Telekom und Ströer, 2024) ■





BEDEUTUNG DER FRANKFURTER EINTRACHT FÜR DIE STADT UND IN DER REGION

Nach dem Motto „weniger Asien, mehr Wetterau“ stellte Vorstandssprecher der Eintracht Frankfurt AG die regionale Strategie des Sportvereins vor und betonte, dass die Eintracht die „*emotionalste Marke der Region*“ ist. *„Unsere Region ist dynamisch, international, modern und zugleich mit großer Tradition gesegnet – Eintracht Frankfurt ist daher für unsere Region ein nahezu idealer Botschafter“* (die Antwort von Thomas Horn und Rouven Kötter, Newsletter III/2021).



© Regionalverband FrankfurtRheinMain

Im 125. Jahr der Gründung der Vorgänger des Vereins Eintracht Frankfurt fand die Fußball-Europameisterschaft in der Host City Frankfurt statt. Eine großartige Gelegenheit, das eine mit dem anderen zu verbinden. In diesem Überblick im Kontext der Fußball-Europameisterschaft können nur wenige Themen angesprochen werden:

1. DIE FRANKFURTER EINTRACHT ALS BEDEUTSAME KLAMMER VON SPORTAKTIVITÄTEN VIELER BÜRGER IN DER STADT UND IN DER REGION.

- „14.000 Sportlerinnen und Sportler sind dazu ein Weltrekord“ (März 2024).
- Marke von 150.000 (globalen) Mitgliedern überschritten (17.2.25).
- „Wir sind in 125 Jahren über Generationen hinweg gewachsen und können heute auf eine breite und engagierte Basis blicken. Egal ob in der Kurve oder als Sportlerin oder Sportler in einer der mehr als 50 Sportarten – alle tragen den Adler voller Stolz auf

der Brust. Das macht unsere Eintracht einzigartig. ...“, so Mathias Beck (2024), Präsident von Eintracht Frankfurt.

- ... das renommierte Institut „IRIS Sport“ (hatte) bescheinigt, dass Eintracht Frankfurt der größte Mehrspartensportverein mit einer professionellen Fußballmannschaft ist.

2. „EINTRACHT IN DER REGION“ (FUSSBALL)

Das „Eintracht vom Main“-Magazin sagt dazu: „15 Eintracht-Tage fanden allein im Jahr 2024 statt.“ (11/24). Mit beeindruckenden Zahlen:

- 95.000 zahlende Zuschauer haben bislang in den drei Jahren Regionsspiele besucht.
- 18 von 21 Landkreisen in Hessen hat Eintracht Frankfurt insgesamt ... bereist.
- 15 Siege in 15 Spielen gab es 2024

3. DIE FRANKFURTER EINTRACHT ALS BETREIBER DES STADIONS MIT ALLEN NACHHALTIGEN INNOVATIONEN (EINTRACHT FRANKFURT STADION GMBH)

„Macher und Manager der Infrastruktur ...“ – Entlastung der Kommune durch Vermietung an andere Events

4. DIE FRANKFURTER EINTRACHT ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR UND -PARTNER – AUCH WÄHREND DER UEFA EURO 2024

Drei Beispiele: Der Multifunktions-Großverein hat

- zahlreiche ehrenamtliche Führungskräfte
- zahlreiche Angestellte auf der e.V. und der AG-Geschäftsstelle
- Rekordumsätze und Gewinne nach Steuern (31.10.2024)

„Diese einzigartige Begegnungsstätte für Frankfurt und die gesamte Region ist unser Engagement für eine gemeinsame Zukunft.“

Der Fußballbundesligist erzielte in der Spielzeit 2023/24 mit 390,5 Millionen Euro einen erneuten Rekordumsatz im Vergleich zu den 310,2 Millionen Euro aus der Saison 2022/23. Eine positive Entwicklung war auch durch die Geschäftsentwicklung der Tochtergesellschaften zu verzeichnen. Mit 40,8 Millionen Euro konnte dort ein Umsatzplus erzielt werden. Hier zeichnete insbesondere die Eintracht Frankfurt Stadion GmbH mit einem erfolgreichen Stadionsommer sowie der Durchführung von zwei Spielen der National Football League (NFL) verantwortlich.

Der Umsatzanstieg von 25,9 Prozent hatte auch einen Anstieg der Aufwendungen, inklusive Finanzergebnis und Steuern, zur Folge. Diese stiegen auf 363,6 Millionen Euro (2023/24). Die Personalaufwendungen stiegen auf 141,4 Millionen Euro. Das Finanzergebnis lag bei 5,1 Millionen €; die Steuern bei 4,8 Millionen €.

Die positive Entwicklung des Vereins zeigt die hervorragende Akzeptanz des angebotenen Sports im Mitglieder- und im Zuschauerbereich; diese Verantwortung ist in ihrer Gesamtheit ein lebendiger Ausdruck von sportlichem Wettstreit in Gemeinschaft – alle sind willkommen, gleich, ob sie in der Stadt Frankfurt oder in der Region wohnen.

Da es sich um die Fußball-Europameisterschaft 2024 in der Host City Frankfurt handelte, sind die konkurrierenden Fußballvereine und ihre Ausgliederungen hier nicht ausführlich einbezogen worden. Eintracht Frankfurt hat sich zudem in ihren Locations mehrfach beteiligt und Firmenevents angeboten. ■



UEFA EURO 2024: ENERGIESCHUB FÜR DIE REGION

24 Mannschaften, 117 Tore, 240 gelbe Karten, eine lebhaft diskutierte Handlung im Viertelfinale Deutschland gegen Spanien, 51 Spiele und 10 volle Stadien – was bleibt von einer sportlichen Großveranstaltung wie der Europameisterschaft 2024 in Deutschland mit 5,8 Millionen Besuchern in den Fanzonen und 16.000 Volunteers? Wie ist der Effekt auf eine Metropolregion wie FrankfurtRheinMain?

Die von Mainova geförderte Analyse zum Impact der Europameisterschaft, den die sozioökonomische Studie der accadis Hochschule u.a. durch Befragungen der regionalen Bevölkerung, in der Fanzone, Experteninterviews und Dokumentenanalysen erforscht hat, hat bemerkenswerte Ergebnisse zutage gebracht, u.a.:

- Die Mehrheit der hiesigen Bevölkerung war über die Host City Frankfurt als einer der Austragungsorte für die Fußballspiele glücklich.
- Die Mehrheit der hiesigen Bevölkerung freute sich über die internationalen Gäste.
- Die zusätzlichen Ausgaben der Bevölkerung in der Region und der internationalen Gäste für die UEFA EURO 2024 lagen bei rund 420 Millionen Euro.
- Die Mehrheit der Bevölkerung wünscht sich auch in Zukunft Sportgroßveranstaltungen.



Mainova-
Trinkbrunnen

Für ein regional verwurzelt Unternehmen wie Mainova sind solche Ergebnisse nicht nur eine Bestätigung dafür, dass unser Engagement als Sponsor der Frankfurter Fanzone die richtige Entscheidung war. Wir lesen aus diesen Zahlen mehr heraus, denn wir machen uns Gedanken zu einer lebenswerten Region, unseren Leistungen als Energieversorger und unserer Position als im Wettbewerb stehender Arbeitgeber.

Was macht eine Region lebenswert? Die Antworten auf diese Frage sind vielschichtig. Wirtschaftliche Prosperität gehört dazu, eine intakte soziale Infrastruktur, gute Erreichbarkeit dank vielfältiger Verkehrsverbindungen und umweltfreundlichen Mobilitätsangeboten, eine niedrige Kriminalitätsrate, ein breites kulturelles Angebot, der Zugang zu grünen Flächen und Rückzugsorten. Auch sportliche Großveranstaltungen steigern die Attraktivität einer Region: Sie leisten einen Beitrag zur Verständigung zwischen den Kulturen, fördern den Konsum und bringen den Menschen in der Region Freude, wie die hier vorliegende Wirkungsanalyse in mehreren Aspekten zeigt. Auch wir als Unternehmen profitieren von einer Wirtschaftsregion, in der die Menschen gerne leben und sich Unternehmen ansiedeln. Eine attraktive Region zeigt sich sowohl im Absatz als auch in einer motivierten Belegschaft und ist somit ein Standortvorteil.

Zu einer lebenswerten Region zählen nicht zuletzt auch attraktive Sportstätten. Mainova ist seit mehr als zwei Jahrzehnten verlässlicher Partner des Stadions im Deutsche Bank Park, kümmert sich um die Energieversorgung und unterstützt die Akteure vor Ort dabei, die Herausforderungen der Energiewende zu meistern. Zum Beispiel haben wir noch 2024 Solarmodule auf dem äußeren Ring des Stadionsdaches installiert, was die Umweltbilanz der Arena weiter verbessern wird. Gemeinsam mit Eintracht Frankfurt pilotieren wir unterschiedliche Anwendungen im Bereich smartes Stadion, zum Beispiel mit einer Lösung für die intelligente Bewässerung von Grünflächen. Wir haben uns darüber gefreut, dass für die EM 2024 die Infrastruktur des Stadions noch weiter verbessert wurde, insbesondere für Menschen mit eingeschränkter Mobilität mit zusätzlichen Aufzügen und breiteren Zugängen für Rollstuhlfahrer. Diese Optimierungen wirken auch über die EM 2024 hinaus, bei

Sportveranstaltungen, einem vielfältigen Konzertprogramm in den Sommermonaten oder dem Besuch bei einer der liebevoll gestalteten Aktionen des Eintracht-Museums.

Eine attraktive und lebenswerte Region hilft einem Unternehmen wie Mainova dabei, Fachkräfte zu gewinnen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig zu binden. Neben neuen Wegen in der Finanzierung und mehr Tempo bei Genehmigungsprozessen sind Fachkräfte einer der zentralen Engpässe, um die Herausforderungen der Energiewende, dem immensen Ausbau der Energienetze, dem klimafreundlichen Umbau der Erzeugung und die Digitalisierung zu meistern.

Hierzu ist ein breites Spektrum an Kompetenzen erforderlich. Technologische Expertise, Verständnis für Nachhaltigkeit und Umweltschutz, digitale Kompetenzen und Datenanalyse, Anpassungsfähigkeit an neue regulatorische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, Veränderungsbereitschaft, Innovationsgeist und die Fähigkeit, mit verschiedenen Partnern zusammenzuarbeiten, sind hier nur einige Beispiele. Um Fachkräfte zu gewinnen und möglichst langfristig zu binden, bietet Mainova seit jeher ein attraktives Paket hinsichtlich Vergütung, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, individuellen Entwicklungsmöglichkeiten, flexiblen Arbeitszeitmodellen, Mitarbeiterтарifen mit vergünstigten Konditionen für die Energieversorgung zu Hause oder einem Jobticket. Aber natürlich stehen wir auch im Wettbewerb. Weil nicht jeder Arbeitgeber ein sportlich so attraktives Umfeld mit regelmäßigen jährlichen Highlights wie dem Mainova Frankfurt Marathon, Heimspielen der Profi-Fußballmannschaften der Frankfurter Eintracht oder der Mainova Ironman European Championship bieten kann, aber auch für den Breitensport vielfältige Möglichkeiten bietet, vom unternehmenseigenen Fitnessstudio bis hin zu Laufparks.

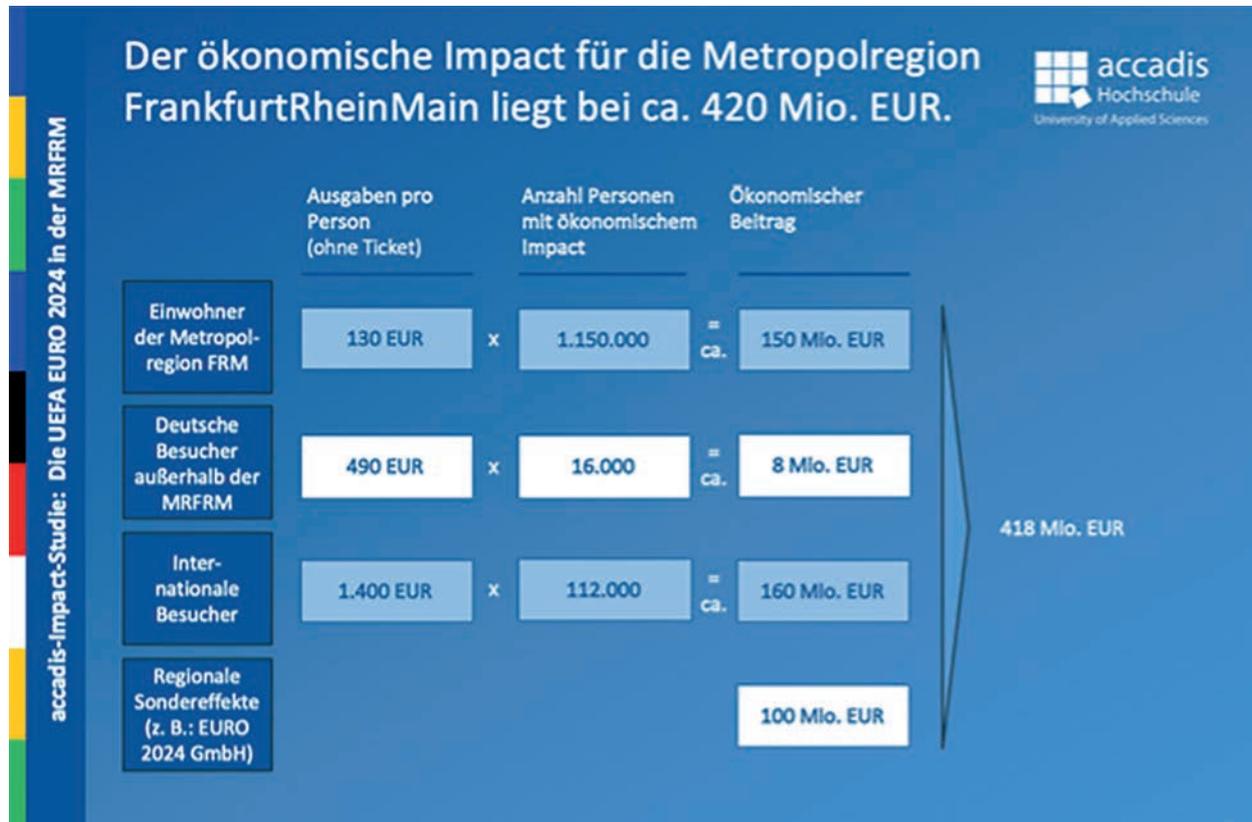
Regionen, die eine hohe Lebensqualität, gute Infrastruktur, Sicherheit und vielfältige Freizeitmöglichkeiten bieten, fördern das Wohlbefinden der Mitarbeiter und steigern die Motivation und Bindung an das Unternehmen. Der Wettbewerb wird auch durch die Lebensbedingungen und die Gesamtqualität des urbanen Umfelds entschieden. Unternehmen in Städten, die es schaffen, sowohl wirtschaftlich dynamisch als auch lebenswert zu sein, steigern ihre Chancen, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen. Und sowohl auf die wirtschaftliche Prosperität als auch auf die Lebensqualität wirken sich sportliche Großveranstaltungen positiv aus. Diese Aufgaben und Vorzüge deutlich zu machen dient die Konzernkommunikation der Mainova AG in den unterschiedlichsten Ausprägungen Tag für Tag; bei Vor-Ort-Terminen mit Politikerinnen und Politikern, Dialogformaten mit Bürgerinnen und Bürgern oder bei der Moderation von lebhaften Diskussionen mit unseren Mitarbeitenden im hauseigenen Intranet. Was uns dabei antreibt, ist für Innovationen und Transformationen auf dem Energiemarkt Zusammenhänge zu liefern. Glaubwürdige Entwicklungen schaffen Vertrauen und steigern ihre Relevanz.

Die sozio-ökonomischen Wirkungen der UEFA EURO 2024 in der Metropolregion FrankfurtRheinMain waren über die vier Wochen und bleiben langfristig eindrucksvolle Belege für den Zusammenhalt der Bevölkerung in der Region. Für Mainova sind Kundenbefragungen und permanenter -austausch wesentlich: den Wandel transparent und nachvollziehbar erklären – offen für Diskussion und Austausch. Dem gemeinsamen Erfolg untergeordnet. ■



Mainova als Sponsor

DIE SOZIO-ÖKONOMISCHEN AUSWIRKUNGEN DER UEFA EURO 2024 IN DER METROPOLREGION FRANKFURT- RHEINMAIN



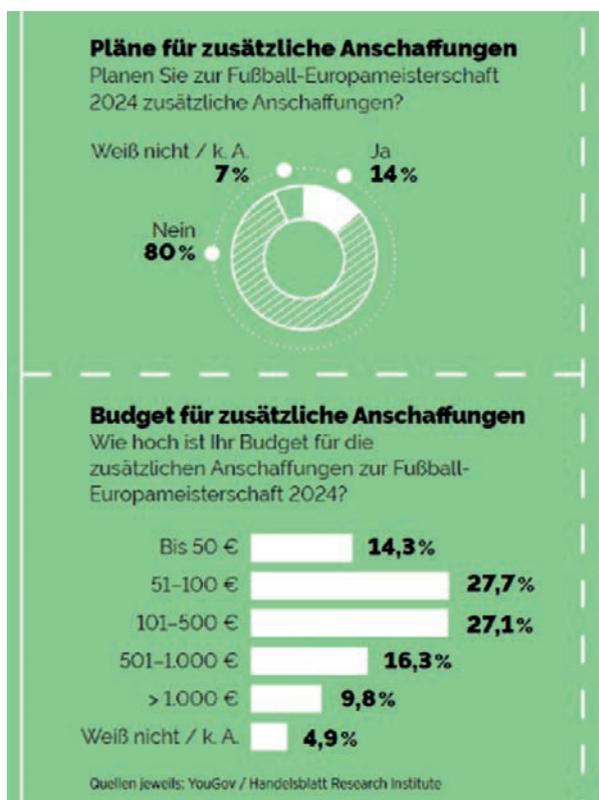
Die UEFA EURO 2024 hat der Metropolregion FrankfurtRheinMain (MRFRM) nicht nur unvergessliche sportliche Momente beschert, sondern dort auch vielfältige soziale und wirtschaftliche Impulse gesetzt. Die Ergebnisse der durch die Mainova AG geförderten Impact-Studie der accadis Hochschule Bad Homburg verdeutlichen, welche Wirkung eine Sportgroßveranstaltung in der Metropolregion FrankfurtRheinMain entfalten kann.

INSGESAMT KEINE BELASTUNG FÜR DIE STEUERZAHLER

Ein hervorzuhebendes Ergebnis der Studie ist, dass die UEFA EURO 2024 in der MRFRM einen ökonomischen Primärimpuls in Höhe von knapp 420 Millionen Euro bewirkt hat. Diese Summe umfasst den zusätzlichen Konsum der Bevölkerung in der Region, die Ausgaben der nationalen und vor allem internationalen Besucher sowie die in der Region ansässige EURO 2024 GmbH.

Auf Basis dieser Daten lässt sich guten Gewissens die Annahme vertreten, dass die Steuerzahler insgesamt nicht „draufzahlen“ mussten. Studien aus der Vergangenheit (z. B. zur WM 2006) ermittelten eine Steuerquote von ca. einem Drittel, d. h., dass ca. 33 % des Primärimpulses wieder an die öffentliche Hand zurückfließen. Damit läge man bei Steuereinnahmen von ca. 140 Mio. EUR in der Metropolregion FrankfurtRheinMain. Angesichts der Ausgaben und Investitionen für Fan Zone und Stadion in Höhe von ca. 30 Mio. EUR besteht eine Menge Luft für Ausgaben, die zwar durch die EURO verursacht wurden, aber nur schwer in der genauen Höhe zugerechnet werden können – wie z. B. für Polizei, Müllentsorgung oder Mobilität. Einschränkend dazu muss man aber anführen, dass die Steuern nicht notwendigerweise dort der öffentlichen Hand zurückfließen, wo Investitionen getätigt wurden und Kosten angefallen sind. Die Aussage lässt sich nur aggregiert über Bund, Land und Kommunen in der Metropolregion insgesamt treffen.

Häufig wird die Vorstellung dieser erfreulichen Daten mit der Behauptung vermerkt, dass die UEFA satte Gewinne einstreiche und die Host Cities davon mehr profitieren könnten oder sollten (Obinja, 2024; von Löwis, 2024). Diese Hinterfragung der „gerechten“ Verteilung der Erlöse eines Sportgroßevents ist durchaus eine berechtigte Diskussion. Aber es ist eine andere Diskussion, die auch nichts an der aus Steuerzahlersicht kostendeckenden Veranstaltung einer Fußball-Europameisterschaft ändert. Wir können also erfreut den Blick darauf werfen, wie eine Region über das Ökonomische hinaus von einem kostendeckend organisierten Sportgroßevent profitiert.



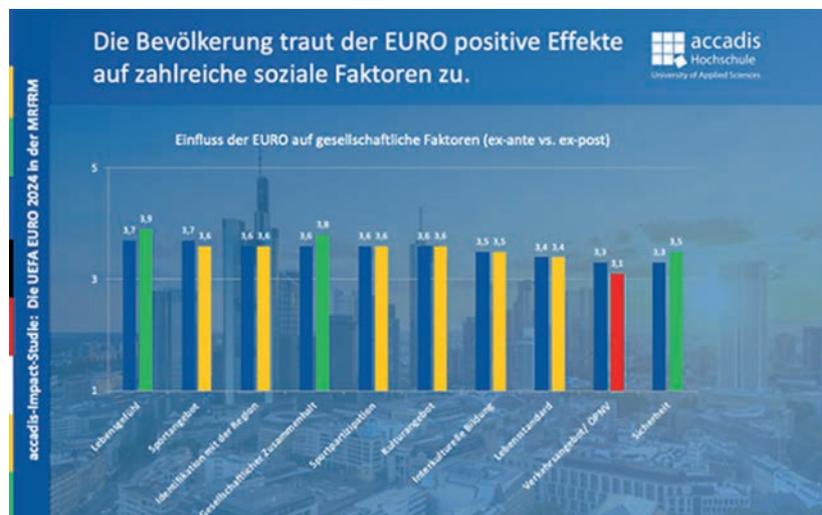
Die Sozialrendite des Amateurfußballs, 2024, S. 60

GESELLSCHAFTLICHE RENDITE UND IMAGEGEWINN

Die UEFA EURO 2024 hat die Wahrnehmung der Metropolregion FrankfurtRheinMain als attraktiver und moderner Standort verbessert. Laut der Studie sehen die Bewohner einen positiven Einfluss auf das Image der Region, die Touristenattraktivität und die wirtschaftliche Entwicklung.

Besonders hervorgehoben wurde der Beitrag zur Völkerverständigung: Die EURO hat messbar zur Freude über internationale Gäste geführt. Der Wert konnte von 45 % auf 58 % der befragten Einwohner der Region gesteigert werden. Offenheit und Gastfreundschaft in der Region sind ein tolles Aushängeschild für die Region!

Ein weiterer Aspekt ist das gestärkte soziale Miteinander: Das Turnier hat den gesellschaftlichen Zusammenhalt und das Lebensgefühl der Bewohner positiv beeinflusst. Viele Bewohner der Metropolregion haben die Fan Zone und andere Veranstaltungsorte besucht – häufig mehrfach, um gemeinsam zu feiern und internationale Kontakte zu knüpfen. Unsere Ergebnisse zeigen, dass Sportgroßveranstaltungen durchaus in der Lage sind, eine positive soziale Wirkung zu entfalten. »



NACHHALTIGE PERSPEKTIVE FÜR ZUKÜNFTIGE SPORTGROSSVERANSTALTUNGEN

Eine besondere Auswirkung der UEFA EURO 2024 ist die wachsende Akzeptanz in der Bevölkerung für zukünftige Sportgroßereignisse. Vor dem Turnier sprachen sich 56 % der Bewohner für weitere Bewerbungen aus, nach der EURO stieg dieser Wert auf 62 %. Dies zeigt, dass die Region durch die positiven Erfahrungen des Turniers bestärkt wurde, sich weiter als Gastgeber für internationale Sportevents zu positionieren. Und dies ist angesichts der im zurückliegenden Jahrzehnt schon im Vorfeld an Referenden der Bevölkerung gescheiterten Olympiabewerbungen von München (Fahrenholz, 2013) und Hamburg (Stadt Hamburg, 2015) keinesfalls selbstverständlich. Frankfurt-RheinMain präsentiert sich als „gewollter“ Gastgeber für Sportgroßveranstaltungen.

Der Erfolg der UEFA EURO 2024 hat außerdem deutlich gemacht, dass die MRFRM über die notwendige Fußball-Infrastruktur und Organisationserfahrung verfügt, um solche Großveranstaltungen erfolgreich auszurichten. Die zentral gelegene Fan Zone am Mainufer und das Stadion in Frankfurt waren Besuchermagneten, die den nationalen und internationalen Gästen lange in Erinnerung bleiben werden. ■

DFB-KULTURSTIFTUNG



Positives Fazit zum Kunst- und Kulturprogramm der EURO 2024

Mit 424 Events und über 1700 Veranstaltungstagen gestalteten hunderte Kulturschaffende eine EURO 2024 der besonderen Art: Wie eine riesige La-Ola-Welle rollte das Kunst- und Kulturprogramm durch Stadien, Opernhäuser, Theater, Kinosäle, Museen und Klassenzimmer in ganz Deutschland. Die Bilanz des Programms wird in wenigen Tagen auch online veröffentlicht. Reinschauen lohnt sich!



Gerhard Trosien mit den „Botschaftern“ der Host City Frankfurt Alex Meier und Deborah Levi (Treffen auf Einladung der Host City in Rahmen der EURO-Vorbereitung)

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT DER UEFA EURO 2024 IN DER METROPOL- REGION FRANKFURTRHEINMAIN

Die UEFA EURO 2024 war nicht nur ein sportliches und wirtschaftliches Ereignis, sondern stand auch unter dem Anspruch, die „nachhaltigste EURO aller Zeiten“ zu sein (UEFA, 2023a). Die UEFA definierte Nachhaltigkeit dabei als zentrale Säule des Turniers und setzte auf Maßnahmen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft. Unsere Studie zeigt, dass bereits wichtige Fortschritte erzielt wurden, es aber dennoch Verbesserungspotenzial gibt.

FORTSCHRITTE UND HERAUSFORDERUNGEN BEI DER KLIMABILANZ

Großveranstaltungen bringen unvermeidlich ökologische Herausforderungen mit sich, insbesondere in Bezug auf den CO²-Ausstoß. Laut dem UEFA-Nachhaltigkeitsbericht wurde der Schwerpunkt auf CO²-Reduktion durch energieeffiziente Stadien, die Förderung öffentlicher Verkehrsmittel und die Reduzierung von Einwegplastik in Stadion und Fan Zone gelegt (UEFA, 2024). Ein Beispiel aus unserer Metropolregion ist hierbei das Frankfurter Stadion, das mit modernster LED-Beleuchtung und einem nachhaltigen Wassermanagementsystem ausgestattet ist und zudem mit CO² neutraler Energie versorgt wird (Eintracht Frankfurt Stadion GmbH, 2025).

Trotz dieser Anstrengungen ist es ohne zusätzliche Kompensationsmaßnahmen kaum möglich, eine vollständig klimaneutrale Veranstaltung zu gewährleisten. Unsere Studie bestätigt diese Einschätzung: Während die Umweltbelastungen – wie Verkehr, Lärm und Abfall – von der Bevölkerung als moderat wahrgenommen wurden, bleibt die Reduktion des CO²-Fußabdruck eine zentrale Herausforderung (Trosien et al., 2024).

Ein Erfolg war jedoch die Förderung des öffentlichen Nahverkehrs: Laut unserer Studie nutzten rund 48 % der Fan Zone-Besucher entweder komplett Bus und Bahn oder reisten in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln an (ÖPNV + Auto und ÖPNV + Fahrrad) (Trosien et al., 2024). Unser Prozentsatz liegt deutlich unterhalb der offiziellen Werte der UEFA – diese hat allerdings nur die Stadionbesucher betrachtet, während unsere Studie die gesamte Metropolregion inklusive Fan Zone-Besucher miteinschließt. Durch die hohe Bereitschaft der Fans, öffentliche Verkehrsmittel zu

nutzen, wird die Bedeutung einer guten Mobilitätsstrategie unterstrichen. Dennoch zeigte sich, dass vor allem Fans aus weniger zentralen Regionen häufig auf das Auto angewiesen waren.

NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN: POSITIVER ANSATZ MIT ENTWICKLUNGSPOTENZIAL

Die UEFA setzte sich das Ziel, durch die EURO 2024 eine Vorbildfunktion im Bereich Nachhaltigkeit zu erfüllen (UEFA, 2023a). Zu den Maßnahmen zählten der Einsatz nachhaltiger Materialien, wie etwa recycelbare Becher sowie die Unterstützung lokaler Projekte zur Umweltbildung (UEFA, 2024). Im sozialen Bereich wurde ein besonderer Fokus auf Barrierefreiheit, die Bekämpfung von Diskriminierung, den Schutz der Menschenrechte sowie auf zahlreiche weitere Maßnahmen gelegt, die Vielfalt und Inklusion stärken sollen (UEFA, 2024).

Unsere Studie zeigt, dass viele dieser Maßnahmen positiv aufgenommen wurden. Dennoch bleibt offen, inwieweit sie zu langfristigen Verhaltensänderungen führen. Solche Initiativen können definitiv ein Bewusstsein innerhalb der Bevölkerung schaffen, ihre Wirkung bleibt jedoch oft auf die Dauer des Events beschränkt. Studien wie die von Weed et al. (2015) und Grix et al. (2017) weisen ebenfalls darauf hin, dass der Sportkonsum durch solche Veranstaltungen meist nicht nachhaltig steigt, was auch für ökologische Verhaltensweisen gelten könnte.

NACHHALTIGKEIT IM VERGLEICH: ERWARTUNGEN UND REALITÄT

Die Ziele der UEFA waren sehr ambitioniert – und weitestgehend wurde auch geliefert. Besonders in der Abfallvermeidung, der Förderung nachhaltiger Mobilität und dem Nutzen von erneuerbaren Energien konnten positive Ergebnisse erzielt werden. Laut Nachhaltigkeitsbericht der UEFA wurden beispielsweise 100 % erneuerbare Energien für die Stromversorgung der 18 Fan Zonen genutzt. Insgesamt liegt der CO²-Fußabdruck des Turniers bei 316.912 tCO₂e – was allerdings nur Ticketbesitzer und die eigentliche Austragung des Turniers inkludiert (UEFA, 2024). Fans, die ohne Ticket angereist waren oder die Fan Zone genutzt haben, sind in dieser Kalkulation nicht berücksichtigt. »

Die Frage bleibt offen, ob die Nachhaltigkeitsmaßnahmen der UEFA EURO 2024 ausreichen. Der Fokus der UEFA EURO 2024 lag auf kurzfristigen Initiativen, die sich meist auf die Dauer des Turniers beschränkt haben. Langfristige Nachhaltigkeitsziele der UEFA EURO 2024, wie etwa die Förderung nachhaltiger Mobilität, adressieren einerseits zwar wichtige gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen solcher Sportgroßveranstaltungen, sind auf der anderen Seite allerdings oft schwierig umzusetzen, da sie von einer dauerhaften Veränderung des Fanverhaltens und der regionalen Infrastruktur abhängig sind. Trotz der Anreize, die öffentlichen Verkehrsmittel während des Turniers zu nutzen, greifen viele Fans nach dem Turnier wieder auf ihre gewohnten Fortbewegungsmittel zurück – besonders in Regionen, wo der öffentliche Nahverkehr nicht ausreichend ausgebaut ist.

FAZIT

Positive Impulse und Handlungsfelder für die Zukunft: Die UEFA EURO 2024 hat wichtige Impulse für nachhaltigere Sportveranstaltungen gesetzt. Gleichzeitig wird klar, dass weitere Schritte nötig sind, um den ökologischen Fußabdruck solcher Großereignisse zu minimieren, da vor allem der Transport durch den internationalen Fan-Verkehr bei solchen Veranstaltungen nur schwierig vermieden werden kann. Diesbezüglich hätte es für die UEFA sicherlich noch Luft nach oben für mehr (finanzielles) Engagement bei der Kompensation durch z. B. Aufforstungsprojekte gegeben, vor allem angesichts der beeindruckenden Nettoeinnahmen von 1.178,6 Mio. EUR laut Budgetplan 23/24 der UEFA (UEFA, 2023b) (der offizielle Finanzbericht der UEFA für 23/24 war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung noch nicht erschienen).

Die Erfahrungen der EURO 2024 bieten eine wertvolle Grundlage für die Weiterentwicklung nachhaltiger Strategien. Insbesondere die systematische Kompensation von CO²-Emissionen und Sensibilisierung der Bevölkerung für nachhaltige Verhaltensweisen sollten verstärkt in den Fokus rücken. Die Metropolregion FrankfurtRheinMain hat gezeigt, dass sie bei der Umsetzung nachhaltiger Sportgroßveranstaltungen durchaus eine Vorreiterrolle einnehmen kann. ■

3.4 FRANKFURT

35. BAUMPFLANZUNG
Wir pflanzen im Rahmen der UEFA EURO 2024 im Frankfurter Stadtwald 2024 Bäume.

36. BILDUNGSCAMP
Wir können das faire und nachhaltige Bildungscamp "FairKick" im Rahmen der UEFA EURO 2024 durch.

37. TRINKWASSERBRUNNEN
Wir klären die Besuchenden über die vorhandenen Trinkwasserbrunnen auf und schaffen neue, kostenlos nutzbare Brunnen im Bereich der Innenstadt.

38. EUROPÄISCHER JUGENDAUSTAUSCH
Wir führen einen europäischen Jugendaustausch mit Frankfurter Partnerstädten im Rahmen der UEFA EURO 2024 durch.

39. AUSSTATTUNG ALLER FRANKFURTER FUSSBALLVEREINE MIT JE VIER FUNINO-TOREN
Wir forcieren mit der Bereitstellung der Tore die Förderung der Jüngsten und schaffen damit die Grundlage für die neuen Spielformen des DFB in den Sportvereinen.

40. NACHHALTIGE ANREISE
Wir schaffen 832 zusätzliche Fahrradabstellplätze am Stadion und errichten mobile Fahrradabstellplätze, um die Attraktivität einer umweltfreundlichen Anreise zu steigern.

41. INKLUSION
Wir laden Menschen mit Beeinträchtigungen und ihre Begleitungen an zwei Spieltagen zu einem Public Viewing bei der Lebenshilfe Frankfurt am Main e.V. ein.
Weiterführende Informationen unter: <https://frankfurt.de/themen/sport/uefa-euro-2024>
Konтакт für Nachfragen: euro2024@stadtt-frankfurt.de

Nachhaltigkeit
wie im Abschlussbericht der
Bundesregierung veröffentlicht
(BfM, 2024, S. 273)

Abbildung 1:
CO²-Fußabdruck in der Fsn Zone



Abbildung 2: JGU



Abbildung 3: Eventrights



FRANKFURT UAS AUF DER UEFA EURO 2024 FAN ZONE AM MAIN



MIT NACHHALTIGEN THEMEN AUS FORSCHUNG UND PRAXIS VOM 14. JUNI BIS 14. JULI 2024

Nachhaltige und klimarelevante Themen sind schon lange Bestandteil an der Frankfurt UAS, die sich an den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen orientieren. Aus diesem Grund kooperierte die Hochschule während der EM mit der Tourismus und Kongress GmbH, die die Fan Zone ausrichtete. ... Eine nachhaltige Auseinandersetzung mit der Anreise und dem Erleben der EM 2024 boten die Projekte Eurowerkstatt@Frankfurt UAS sowie der CO2-Fußabdruck-Parcours im gesamten Zeitraum der Fanzone. ...



SPORTÖKONOMEN DER JG-UNIVERSITÄT MAINZ BEGLEITETEN WISSENSCHAFTLICH DIE EURO 2024

In Seminaren wurde auf „mediale Darstellungen und gesellschaftliche Auswirkungen der Fußball-EM in Deutschland“ eingegangen bzw. nach dem „Endlich wieder Wir-Gefühl?“ Die Fußball-EM im eigenen Land“ gefragt (siehe den Forschungs- und Aktivitätsbericht 2024).



EVENTRIGHTS

REDUKTION VON UNGLEICHHEIT, FÖRDERUNG VON DIVERSITÄT UND DIALOGEN IM KONTEXT DER AUSTRA-GUNG VON SPORTGROSSVERANSTALTUNGEN

Das EU-finanzierte Projekt EventRights untersucht und erforscht, inwieweit Sportgroßveranstaltungen dazu beitragen können, eine fortschrittliche, rechtbasierte Agenda zu etablieren, die für die Organisationen und Regierungen in den ausrichtenden Ländern von Veranstaltungen verbindlich ist. Zudem soll untersucht werden, wie diese Strukturen formal institutionalisiert werden können. Es werden Empfehlungen entwickelt, wie organisierende Komitees von Sportgroßveranstaltungen, Veranstaltungen vergebende Organe und Staaten zur Gleichberechtigung, zu Diversität und zu einem erweiterten Dialog in der Planung, Lieferung und der rechtlichen Legitimierung des Events beitragen können.

Das „Sport-Event-Volunteer“-Thema wurde aufgegriffen, um festzustellen, ob die Engagements ehrenamtliche Führung und Mitarbeit in Sportvereinen reduzieren oder erhöhen. Eine „Ehrenamts-Legacy“ mit einem online-Fragebogen zu analysieren, war in Mainz eine weitergehende Frage. ■

KOMMENTAR AUS ETHISCH-SOZIOLOGISCHER SICHT



Von der UEFA EURO 2024 hat die Metropolregion FrankfurtRheinMain auf verschiedene Weise profitiert. Trotz vielfältiger – häufig gerechtfertigter – Kritik zeigt sich immer wieder, dass sportliche Großveranstaltungen wichtig sind: Im kulturell vielfältigen Deutschland trägt ein Großereignis wie die EURO 2024 dazu bei, ein gemeinsames, positives Identitätsgefühl zu entwickeln, das langfristig Bestand haben kann.

Neben dieser integrativen Strahlkraft ist Völkerverständigung zentral: Sie verkörpert in Zeiten, in denen sich Länder zunehmend feindlich gegenüberstehen, einen unschätzbaren Wert. Die EURO 2024 war in der Metropolregion FrankfurtRheinMain eine Plattform, auf der unterschiedliche Kulturen friedlich zusammenkamen. Entgegen mancher Befürchtungen, herrschte in Fan-Zonen Feierstimmung statt Aggressivität. Tausende zogen friedlich durch die Städte zu den Stadien und zelebrierten ein interkulturelles Fest. Zahlreiche Schotten kamen nach Frankfurt, obwohl deren Mannschaft hier nicht spielte, um die positiven Schwingungen der EURO 2024 einzufangen.

Das Ereignis und die Liebe zum Sport hat die Menschen zusammengeführt – das zeigen viele Bilder in dieser Dokumentation. Die Forschungsgruppe der Universität Bielefeld und der Sporthochschule Köln stellte kürzlich den Begriff des „Feelgood Faktors“ heraus. Er bezeichnet die Gesamtheit der sozialen Effekte, wie etwa die Freude an Siegen, aber auch am bloßen Zuschauen, dem gemeinsamen Mitfiebern, dem Spaß bei Aktivitäten rund um das Großereignis. Nicht umsonst hat man das Gefühl, Stadt und Region waren in diesen Wochen im Ausnahmezustand. Viel von dem, was uns im Alltag trennt, ist nicht mehr spürbar. Eventuell nur vorübergehend, aber haben wir nicht fast alle freudige Erinnerungen an die WM 2006, die auch in Frankfurt gespielt wurde? Aus wissenschaftlicher Sicht problematisch ist, dass sich solche intangiblen Effekte kaum messen lassen, da sich empfundenenes Glück nur schwer in Mengen fassen und bepreisen lässt.

Aus ethisch-soziologischer Sicht stellt Sport ein einzigartiges Medium dar, um Werte zu transportieren und einzuüben. Wesentlich sind der Respekt vor sportlichen Kontrahenten und Unparteiischen, die Loyalität im Zwischenmenschlichen und in Bezug auf den Club sowie der Teamgeist im Mannschaftsport. Der zentrale Wert des Sport ist die Fairness, denn ohne sie wäre ein Sich-Miteinander-Messen unmöglich, Wettkampf würde sinnlos werden. Individuelle sportliche Regelwerke sollen sicherstellen, dass es bei Turnieren fair zugeht, aber es gibt immer Momente, die Schiedsrichter übersehen oder straffrei ausgenutzt werden. Dies steht der Fairness entgegen, welche eben nicht das eigene Denken und Handeln in den Vordergrund stellt. Institutionen wie die Fairplay-Liga des DFB können helfen, die Werte des Sports zu verinnerlichen. Erlernen wir diese und üben sie ein, besteht die Hoffnung, dass sie uns auch in anderen Bereichen leiten. Ebenso ist es denkbar, dass die positiven sozialen Effekte sportlicher Großveranstaltungen im gesamtgesellschaftlichen Miteinander langfristig nachhallen. ■

KOMMENTAR AUS RECHTLICHER SICHT

Im Rahmen der Bewerbung haben die Host Cities recht umfangreiche Garantien gegenüber der UEFA abgegeben, die vor und während des Turniers in der jeweiligen Stadt praktisch umzusetzen waren. Dazu zählten etwa die nachhaltige, inklusive und sichere Veranstaltung der Fan Zonen und Public Viewings, die Verhinderung von Ambush Marketing, Ticketschwarzhandel und des Verkaufs gefälschter Produkte im Umfeld von Veranstaltungen anlässlich des Turniers.

Alle Aktionen der Host Cities wurden von der Öffentlichkeit und in den Medien kritisch beobachtet und kommentiert. Eine Herausforderung war die Verpflichtung der Standbetreiber in den Fan Zonen auf die Verwendung von regionalen und nachhaltigen Produkten, Mehrweggeschirr und werbefreie Darstellung. Das hat teilweise deren heftige Kritik hervorgerufen. Rechtlich wie faktisch schwierig war es auch, den Handel mit Tickets rund um die Stadien zu verhindern. Hier waren sichtbar Gruppen am Werk, zum Teil in verschiedensten Host Cities dieselben Personen, die (vermutlich unrechtmäßig) in den Besitz zahlreicher Karten gekommen waren und diese zu sehr hohen Preisen Ticketsuchenden anboten. Da es nur elektronische Tickets gab, war es nahezu unmöglich, banden- und gewerbsmäßigen Handel nachzuweisen. Nur dann aber kann das rechtlich verfolgt werden. Heiß diskutiert wurde auch, unter welchen rechtlichen Voraussetzungen das Zeigen des Wolfsgrußes der türkischen Fans verboten werden kann und wie man ein Verbot umsetzen soll.

Immerhin gab es, soweit mir bekannt ist, es keine formalen Rechtsstreitigkeiten. Aber es gab bei der Umsetzung der rechtlichen Anforderungen tatsächliche Auseinandersetzungen. So konnte ein Sponsor, der in der Fan Zone einen zweigeschossigen Stand aufgebaut hatte, erst mittels eines Rechtsgutachtens überzeugt werden, dass er verpflichtet ist, Personen mit Mobilitätseinschränkungen ungehinderten Zugang zum oberen Stock zu gewähren und deshalb entweder einen gesonderten Helpservice anbieten oder einen Fahrstuhl anbauen muss. Spannend fand ich zudem den Konflikt mit einem Sponsor, der in der Fan Zone einer Host City Werbematerialien



verteilte, die nicht den gesetzlichen Nachhaltigkeitsanforderungen genügten, weshalb die Verteilung untersagt wurde. Dieser Sponsor fand das deshalb unverständlich, da die Werbematerialien von der UEFA genehmigt worden waren. Hier musste ihm erklärt werden, dass die Freigabe der UEFA nicht das Recht in der Bundesrepublik Deutschland bricht.

Die Host Cities waren verpflichtet, die gewonnenen Erkenntnisse in einem Bericht zusammenzufassen und der UEFA zu übermitteln. Insofern findet eine stetige Weiterentwicklung solcher Sportgroßveranstaltungen statt, weil die Erfahrungen in die Anforderungen an die nächsten Bewerber einfließen. Spannend ist hier das Zusammenspiel von gesetzlichen Anforderungen in der jeweiligen Host City mit den Anforderungen der UEFA. Letztere blieben zum Teil hinter der Gesetzeslage in Deutschland zurück, insbesondere in Bezug auf Inklusion, Teilhabe und Nachhaltigkeit. Ich halte es für denkbar, dass die UEFA in Zukunft von den Ausrichtern höhere Standards verlangt, weil sie in Deutschland gesehen hat, dass das gut funktioniert. ■

	STADION EUROPA 14.05.2023 - 30.06.2024 DARMSTADT	„Vom Fußball berührt“ – das Kunst- und Kulturprogramm zur UEFA EURO 2024, Stiftung Fußball & Kultur GmbH
	THEATERSPORT EUROPAMEISTERS... 22.05.2024 - 08.06.2024 MAINZ	„Das Programm war partizipativ, integrativ, vielfältig und öffentlichkeitswirksam. ... Faszinierend, wie differenziert die Verbindung von Fußball mit der Kunst und mit sozialen Themen erlebbar gemacht wurde“, so Berhard Gutowski, Geschäftsführer Stiftung Fußball & Kultur GmbH zur UEFA EURO 2024.
	ON SCREEN 01.03.2024 - 14.07.2024 WIESBADEN	

Die Dokumentation ist eine eindrucksvolle Leistungsbilanz, die aus der vierwöchigen Fußball-Europameisterschaft in der Metropolregion FrankfurtRheinMain zusammengetragen werden konnte. Die Beispiele kommen von allen gesellschaftlichen Akteuren und aus vielen Branchen. Frankfurt war Host City im Sommer 2024 von fünf Fußballspielen im Stadion und bot über vier Wochen eine Fan Zone an. Beides war überaus erfolgreich!

Erstmals ist die Metropolregion FrankfurtRheinMain im Rahmen einer Sportgroßveranstaltung empirisch untersucht worden. Es ging darin nicht allein um die herausragenden Leistungen – und Ergebnisse – der Host City Frankfurt, sondern um die Auswirkungen der Fußball-Europameisterschaft in die Region hinein. Zahlreiche andere Berichte und Studien zu anderen Schwerpunkten liegen vor, die die Metropolregion FrankfurtRheinMain zum Thema haben. Es ist der Mainova AG zu danken, dass nun auch eine Dokumentation über eine Sportgroßveranstaltung vorgelegt werden kann.

Die Ergebnisse bestätigen letztlich die besonders starken Beziehungen in diesem Ballungsraum – was „Pendler“ in beruflicher Hinsicht anbelangt (463.000 Einpendler täglich nach Frankfurt, Stand: 2023), was Konsumverhalten und auch, was Kultur, Freizeit, sportliche Aktivitäten und Zuschauen betrifft.

418 Millionen Euro an sozio-ökonomischen Auswirkungen hatte der accadis-Untersuchung zufolge die Fußball-Europameisterschaft in Frankfurt sowie in der Region ausgelöst. Zunächst war über Vorfreude-Kampagnen die Bevölkerung abgefragt worden, wie sie zur UEFA EURO 2024 stand – mit eher durchschnittlichen Ergebnissen. Dann hatte eine ex-ante-Studie kurz vor den vier Wochen die Einstellungen der Bevölkerung erneut

abgefragt (weit über 1.000 Bewohner nahmen aktiv teil), anschließend waren Turnierbefragungen angesagt (sowohl am Stadion als auch auf der Fanzone in Frankfurt) und schließlich schloss eine ex-post-Analyse die empirische Untersuchung ab.

Da die EURO 2024 insgesamt als die „nachhaltigste“ Fußball-Europameisterschaft ausgerufen wurde, standen auch in unserer Studie die sozialen, ökologischen und ökonomischen Dimensionen im Mittelpunkt. Tatsächlich können die sozialen und ökonomischen Kategorien auf die vier Wochen bezogen mit positiven Resultaten bestätigt werden. Die sportlichen Wettkämpfe der verschiedenen Mannschaften auf dem Platz, die Trainings in den BaseCamps und die sozialen Begegnungen unter den Zuschauern und Fans waren überraschend freundlich und friedlich. Die ökonomischen Daten für die Host City Frankfurt und die Metropolregion FrankfurtRheinMain zeigen überdurchschnittliche Ergebnisse.

Als „Zentrum“ für die EURO 2024 waren die Voraussetzungen auch günstig. Hier in Frankfurt sind nicht nur die wichtigsten Fußballverbände beheimatet – Deutscher Fußball-Bund und Hessischer Fußball-Verband –, sondern auch die wichtigsten Sportverbände – Deutscher Olympischer Sportbund mit seiner Sportjugend und der Landessportbund Hessen. In der Metropolregion ist darüber hinaus auch die Hessische Landesregierung – in Wiesbaden – Standort, aber auch die Rheinland-Pfälzische Landesregierung – in Mainz. Beide Landesregierungen haben über ihre zuständigen Ressortministerien finanziell Projekte für die EURO 2024 gefördert. Dies zusammengefasst war es nicht überraschend, dass die EURO 2024 GmbH in Frankfurt ansässig wurde (in den Jahren 2022 bis 2024). Darüber hinaus soll jedoch auch nicht versäumt werden darauf hinzuweisen, dass mit

dem hessischen Unternehmen Strauß – Standort Biebelgemünd – auch ein globaler Sponsor beteiligt war. Neben den globalen Marketingaktivitäten wurde auch ein lokales Fußballprojekt mit den „Fußball-Kids“ durchgeführt. Alle diese zusätzlichen Engagements führten in der accadis-Studie dazu, „regionale Sondereffekte“ herauszustellen. Nehmen wir abschließend zu diesem Thema das Beispiel mit der EURO 2024 GmbH, dem gemeinsamen Unternehmen von UEFA und DFB:

„Die EURO 2024 GmbH betonte, dass es „wie jedes andere deutsche Unternehmen der deutschen Steuerpflicht unterlag“, es galt keinerlei Steuerbefreiung. „Der im Zusammenhang mit der EURO 2024 voraussichtlich zu leistende Steuerbetrag von der UEFA und deren Tochtergesellschaften in Deutschland wurde auf 65 Millionen Euro geschätzt.“



ABSCHLIESSEND ZU DEN AUSSICHTEN

Die Metropolregion ist traditionell ein Kultur- und Wirtschaftsraum. Frankfurt früher als „Kaiser“-Stadt, heute als EZB-Standort, mögen als Hinweise genügen. Sie ist auch eine Sportregion mit zahlreichen lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Aktivitäten, Engagements und Wettkämpfen. Die Einwohner genießen und nutzen diese Potenziale. Austausch und Zusammenhalt in der Regionalgesellschaft bei gelebter Vielfalt sind die Folge. Regionalität ist tägliche Praxis und wird doch noch immer zu häufig unterschätzt.

Zahlreiche Partner – ob Kommunen oder Unternehmen oder Fußball- sowie Sportvereine – können auf der Grundlage der empirischen Ergebnisse der Untersuchung sowie der Basis der Sportverbände in der Region mit größerer Zuversicht in die Zukunft schauen. Die Multifunktionsarena soll – in Frankfurt – kommen; die Mitgliederzuwächse in den Sportvereinen werden eine modernisierte Sportinfrastruktur sowie Volunteers und ehrenamtliches Führungspersonal verlangen; der Schulsport wird systematische Sportangebote benötigen; Spitzensportanbieter erwarten – neben Fußball – bessere regionale Bedingungen; Sponsoren sollten diese neue Aufbruchstimmung für ihre Ziele nutzen; Sportwissenschaft (mit dem 100jährigen Institut an der Goethe-Universität) sollte in ihrem Wirken intensiver genutzt und häufiger wahrgenommen werden.

Kurz: Die internationale Attraktivität der Metropolregion ist durch internationale Events (Sportgroßveranstaltungen wie die EURO 2024, aber auch durch attraktive Sportkongresse) weiter zu steigern – die Bevölkerung ist dafür! ■

PROF. DR. GERHARD TROSIEN

„Frankfurt und Umgebung habe ich ziemlich gut durch Sportwettkämpfe auf Fußballplätzen und in Sporthallen kennengelernt. Zunächst über die Fußballspiele im Jugend- und Juniorenalter (bei den beiden Bockenheimer Vereinen, dann über die SG Westend), anschließend über die Tischtennis-Mitgliedschaft (bei Eintracht Frankfurt). Schule, bzw. der Schulhof, war in dieser Zeit natürlich immer ein Ausgangspunkt und eine Gelegenheit, sich mit Fußball zu beschäftigen. Selbst auf der Wegscheide hatte unsere Klasse Fußballgegner gefunden. Darüber hinaus durfte ich als Gastspieler in Fußball-Freizeit- und -Betriebsteams mitwirken (so u.a. in der Klinger-Schule, bei JWT, aber auch im DSB-Team). Im freiwilligen Hochschulsport der Goethe-Uni gründete ich später die Hallenmannschaft „Atemnot“ (wie der Titel anzeigt, fehlte uns immer etwas, um ins Finale zu kommen).“

- Seit 2000 metropol-regionale Analysen, Vorträge, Bücher, Gründung und Ämter in regional ausgerichteten Sportregionen!
- Seit 1980 in nationalen Sportverbänden zuständig für (Sport-)Wissenschaft & -Bildung.
- Seit 2001 Aufbau und Ausbau der Studiengänge für Sportmanagement an der SRH Hochschule Heidelberg
- Seit 2012 Mitarbeit und Aufbau eines Master-Studiengangs an der accadis Hochschule Bad Homburg
- Seit 2022 Schwerpunkte in der Forschung (hier 2020: Sportmanager-Studie mit Förderin ADECCO (Janine Bischoff); auf YouTube)
- Seit mehreren Jahren Beiträge zum „World Metropolitan Day“ – Print und Video (hier 2024: sozio-ökonomische Analyse ... (gefördert von MAINOVA AG), abrufbar bei accadis.com)
- Seit 2001 Teilnehmer an den Europäischen Kongressen für Sportmanagement der EASM mit zahlreichen Präsentationen zu unterschiedlichen Themen
- Seit 2017 regelmäßiger Teilnehmer an den Global Congresses for Sport Management der WASM (in Kaunas, Santiago de Chile, Doha) mit Präsentationen zu unterschiedlichen Themen
- Mitgründer des Arbeitskreises Sportökonomie e.V. (Teilnehmer an und Ausrichter von Jahrestagungen)
- Ehrenmitglied des VSD (des Verbandes für Sportökonomien und Sportmanager e.V.)

Gerhard Trosien, FHHD, 23. Juli 2005

„Die regionale Perspektive ist ohne Alternative. Um in der Welt der Regionen vorn mitzuspielen, können sportbezogene Veranstaltungen, die eine regionale Identifikation im Inneren zulassen und nach Außen repräsentieren, erhebliche Wirkungen erzielen. Genau aus diesen Gründen halten wir vergleichende Markt- und Konsumstudien über die Bedeutung der Sportentwicklungen in den Metropolregionen für grundlegend.“

WICHTIGSTE VERÖFFENTLICHUNGEN

1991, Deutsche Olympische Gesellschaft (Hg.): FAIRhalten. Materialien zur Fairneßerziehung in der Schule (Schlußredaktion gemeinsam mit anderen), 290 Seiten (in allen 16 Bundesländern).

3x Die Sportbranche: Wachstum – Wettbewerb – Wirtschaftlichkeit (May & Campus)

2x Die Sportmanager Deutschlands (gefördert von Adecco und dort abrufbar)

2x Die Pioniere der Sportbranche (abrufbar bei bookboon & accadis.com)

2008 und 2012 Bücher zum Sport in Metropolregionen

WICHTIGSTE VERANSTALTUNGEN

1992: Deutsche Olympische Gesellschaft (Hg.): 3. Europäischer Fair-Play-Gipfel, 48 S., Frankfurt.

2000: 50 Jahre Deutscher Sportbund e.V. (Dokumentation: „Anerkennung und Aufbruch“).

1997-2011: Heidelberger Sportbusiness Foren in Heidelberg/Weinheim (mit zumeist anschließenden Dokumentationen – gemeinsam herausgegeben mit Michael Dinkel)

2008: EASM-Kongress in Heidelberg (erster und bis heute einziger in Deutschland mit den Universitäten Heidelberg und Bayreuth) und Vortrag über Sport in den Metropolregionen in Deutschland (gefördert von BASF).

WICHTIGSTE AKADEMISCHE SEMINARE UND EXKURSIONEN

Lehrveranstaltungen in allen Universitäten der MRFRM (Frankfurt, Darmstadt, Mainz)

1996 (Atlanta) und ab 2002 Exkursionen nach New York City in das Zentrum des Sportbusiness (unterstützt durch die Hochschule Heidelberg)

In Frankfurt seit der Anstellung als Koordinator für das Sportentwicklungshilfe-Projekt mit Lagos/Nigeria (Leitung: Prof. Dr. Peter Röthig) immer wieder auch Gästebetreuer für Wissenschaftler – ob aus Ungarn, Malaysia (Sarimah & Zaini), Südafrika (Liandi), England (Olesya), Griechenland (Thanos) oder den USA (James). Besichtigungen des Frankfurter Doms, des Römers und des Kaisersaals, der Goethe-Universität und vieler anderer Orte in der Region gehörten regelmäßig zum Besichtigungsprogramm.

2018 Bemühungen – mit Unterstützung von Sascha Schnobrich – in Dreieich, eine Mitgliederversammlung für die Sportinitiative FrankfurtRheinMain e.V. durchzuführen. Zwei Jahre zuvor waren Sport-Experten aus der Region bereits nach Bad Homburg eingeladen.

Immer wieder Erweiterungen des persönlichen Netzwerks insbesondere in der Metropolregion – weit über sportpolitische und -wissenschaftliche Themen hinaus.

DOWNLOAD DER AKTUELLEN STUDIE

<https://www.accadis-education.com/images/education/accadis-Impact-Studie-Die-EURO-2024-in-der-MRFRM.pdf>



LITERATURVERZEICHNIS (SELEKTIV), QUELLEN, AUTOREN

accadis (Hrsg.) (2024) Die sozio-ökonomische Wirkung der Fußball-EURO 2024 in der Metropolregion FrankfurtRheinMain, pdf (61 Folien), 31. Oktober 2024; hier ist die Studie: https://lnkd.in/e_dXYg2Q

Bezold, T. & Pfeffel, F. (Hrsg.) (2023) Die UEFA EURO 2024 aus sportökonomischer Perspektive, Berlin.

Bundesministerium des Innern und für Heimat (Hrsg.) Abschlussbericht der Bundesregierung zur UEFA EURO 2024, Dezember 2024 (pdf.)

DEKRA (Hrsg./Jonathan Reich & Moritz Weißleder) (2024) Klimastudie über die Durchführung der UEFA EURO 2025. Stuttgart, 30. September 2024.

Deutscher Bundestag (2024) Soziale und kulturelle Auswirkungen von Sportgroßveranstaltungen. Überblick über aktuelle Studien, pdf. (Dokumentation, Wissenschaftliche Dienste, 30. April).

Eintracht Frankfurt (2024) Homepage, 2025.

FrankfurtRheinMain (2005) Sportgrossveranstaltungen in Frankfurt RheinMain. Standortfaktor und Kommunikationsplattform, Frankfurt.

FrankfurtRheinMain (2004) Sport in Frankfurt RheinMain 2004. Sportkonsum und Wirtschaftspotenzial, Frankfurt.

Frankfurt University of Applied Sciences (2024) EURO 2024, homepage.

Knackstedt, Lena, Kühner, Christian, Pfeffel, Florian, Ratz, Maria, Trosien, Gerhard & Ahlborn, Markus (2024) Evaluation of the Sustainability Impact of the UEFA EURO 2024 – Analysing the Expectations of Residents in the FrankfurtRheinMain Metropolitan Region. Presentation at the EASM Conference at Paris, September 6 (held by Lena & Christian).

Mainova AG (2024) Pressemitteilung vom 31. Oktober 2024.

Stadt Frankfurt am Main. Der Magistrat. Sportamt (2024) UEFA EURO 2024 Frankfurt am Main. United by Football. Verein im Herzen Europa.

Trosien, G. (Hrsg.) (2012) Sports in the Co-opetition of Metropolitan Regions, epubli, Berlin.

Trosien, G. (Hrsg.) (2008) Sport im Wettbewerb der Metropolregionen, epubli, Berlin.

Trosien, G. & Kemper, G. (2023) Regionalökonomische Auswirkungen der EURO 2024 – Erwartungen in Frankfurt und Umgebung, in: Bezold & Pfeffel (Hrsg.) Die UEFA EURO 2024 aus sportökonomischer Perspektive. Erich Schmidt Verlag, Berlin, S. 181-201.

UEFA (2024) ESG-Bericht. Bewertung nach Turnierende, pdf. (1. November)

Wicker, Pamela & Breuer, Christoph (2024) Evaluation Study; first results July, ...

Wicker, Pamela & Breuer, Christoph (2024) Evaluationsstudie zur UEFA EURO 2024: Bundesweiter Endbericht, November, pdf.

Wicker, Pamela & Breuer, Christoph (2024) Evaluationsstudie zur UEFA EURO 2024: Managementfassung, November, pdf.

Wicker, Pamela & Breuer, Christoph (2024) Soziale Wertschöpfung der UEFA EURO 2024: Der Feelgood-Faktor (Teil 1+2), Oktober, pdf.

YouGov (2024) In the fan zone: Euro 2024 report, pdf.

Beitzel, Philipp: dsj, (KOS, Fanabteilung)

Bollmann, Jörg: ehemaliger NDR-Redakteur und Hörfunk-Sportreporter (1987 bis 2002) sowie Direktor des Gemeinschaftswerks der Evangelischen Publizistik in Frankfurt/Main gGmbH (2002 – 2024), das bundesweite Medienunternehmen der evangelischen Kirche.

Feda, Thomas: Geschäftsführer der Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF), FSV Mainz 05

Fuhrmann, Luca: GF Biergarten Mainz

Gabriel, Michael: dsj (KOS, Leiter der Fanabteilung)

Huhle, Ferdinand: mit Leib und Seele Kommunikator. Leiter des Teams der Konzernkommunikation der Mainova AG, Antworten auf Anfragen von Medien, Vor-Ort-Termine mit Politikerinnen und Politikern, Dialogformate mit Bürgerinnen und Bürgern oder bei der Moderation von lebhaften Diskussionen mit Mitarbeitenden im hauseigenen Intranet. Bereichsleiter Mainova AG Konzernkommunikation und Public Affairs MI-K, 60486 Frankfurt am Main.

Jakob, Anne: Prof. Dr., Lehrtätigkeiten an der accadis Hochschule Bad Homburg (Wirtschaftsprivatrecht / Sportrecht & Compliance), der IST Düsseldorf (Sportmanagement/Anti-Doping) und der Universität Gießen (LL.M. Sportrecht/Haftung und Versicherung).

Kempa, Steffen: Geschäftsführer Bad Orb Kur GmbH | Kurparkstraße 2 | 63619 Bad Orb, www.bad-orb.info.

Kliem, Holger: über 30 Jahre Erfahrung in den Bereichen Journalismus, PR, Marketing und der Organisation von Großveranstaltungen. Von Dezember 2022 bis Ende 2024 „Director PR & Communications“ der 2024 HOSPITALITY EXPERIENCE, dem offiziellen Partner der UEFA für das Hospitality-Programm der Fußball-Europameisterschaft in Deutschland; zuständig für weltweite Medien- und Öffentlichkeitsarbeit. Zuvor war er fast ein Jahrzehnt als Medienchef beim Bundesligisten TSG Hoffenheim tätig.

Knackstedt, Lena: PhD-Studentin, accadis Hochschule

Krämer, Moritz: Mitarbeiter im Sportamt der Stadt Frankfurt

Kühner, Christian: PhD-Student, accadis Hochschule

Münker, Jens-Uwe, Abteilungsleiter Sport des Hessischen Ministeriums für Familie, Senioren, Sport, Gesundheit und Pflege. Friedrich-Ebert-Allee 12, 65185 Wiesbaden.

Pfeffel, Florian: Präsident der accadis Hochschule Bad Homburg.

Ringat, Knut, Prof. Geschäftsführer und Vorsitzender der Geschäftsführung des RMV

Schnobrich, Sascha: Geschäftsführer The Aircraft at Burghof; Wirtschaftsclub Dreieich; Eintracht Frankfurt Sportpark Dreieich GmbH und e.a. Vizepräsident des HFV.

Smolarek, Alexander: EURO 2024 GmbH | Senior HR Project Manager | 4 Jahre nur-einmal-im-Leben Reise mit der UEFA EURO 2024 in Deutschland. Dankbar für diese unvergessliche Erfahrung und wertvolle Bereicherung beruflich und persönlich. Mit herzlichem Dank an Markus Stenger und Andreas Mex Schaer und das gesamte HR Team. Ab 2025 weiterhin Teil der UEFA – als Workforce Planning Expert.

Stenger, Markus: DFB, Geschäftsführer der EURO 2024 GmbH, jetzt Leiter für Amateurfußball und Fußballentwicklung im DFB.

Strötz, Angelika: Leiterin des Sportamtes der Stadt Frankfurt.

Thorhauer, Yvonne: Prof. Dr., Seit 2006 lehrt sie Wirtschafts- und Unternehmensethik am wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereich der Goethe-Universität. Seit 2014 ist sie bei der accadis Hochschule in Bad Homburg für das Studium Generale, die Fächer Ethics und Behavioural Economics zuständig. Seit 2015 ist sie Professorin der accadis Hochschule. Forschungsbereiche: Wirtschaftsethik, Sportethik, Gestaltung virtueller und geographischer Räume.

Trosien, Gerhard: Prof., accadis Hochschule, Bad Homburg (siehe Doppelseite).

Grußworte

- DFB Präsident Bernd Neuendorf
- Stadt Frankfurt OB Mike Josef
- Regionalverband FrankfurtRheinMain, Erster Beigeordneter Rouven Kötter
- Mainova AG CEO Dr. Michael Maxelon
- accadis Hochschule Präsident Prof. Dr. Florian Pfeffel
- Apollol8 GmbH, CEO Michael Schillinger

2024 accadis-TEAMLEISTUNGEN



Von links: Maria Ratz, Lena Knackstedt

Von links: Jan Skarke, Gerhard Trosien, Christian Kühner, Florian Pfeffel

2020: 100 JAHRE SPORTAMT FFM



2025: 2 X 100-JÄHRIGE SPORTINSTITUTIONEN IN FRANKFURT



AUSBLICK

Stadtverordnete stimmen für Multifunktionsarena am Stadion. In ihrer Versammlung am 27.2.2025 haben die Stadtverordneten der Stadt Frankfurt am Main dem Grundsatzbeschluss zur geplanten Multifunktionsarena am Stadion zugestimmt.

„Wir entwickeln unsere Sportstadt kontinuierlich weiter und das im Spitzen- und im Breitensport. ...“, sagte Oberbürgermeister Mike Josef.

Die Kostenschätzung beläuft sich auf 250 bis 260 Millionen Euro.



Heimspiel für den Klimaschutz

Sonnenstrom vom Stadiondach

Als engagierter Energiedienstleister machen wir uns in der Region stark für Versorgungssicherheit, nachhaltigen Klimaschutz, gesteigerte Lebensqualität – und damit für die Menschen vor Ort. Neuer Meilenstein: die Photovoltaikanlage auf dem Dach des Deutsche Bank Parks. Sie deckt 10 % vom Strombedarf des Stadions und spart jährlich 220 Tonnen CO₂. Davon profitieren Eintracht Frankfurt, die Stadt und unsere Umwelt gleichermaßen.