

**Zeitschrift:** Mobile : die Fachzeitschrift für Sport  
**Band:** 10 (2008)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Sportförderung und Gastfreundschaft  
**Autor:** Kemp, Hippolyt  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-991594>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 17.11.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Sportförderung und Gastfreundschaft

Der Erfolg der FIFA WM 2006 in Deutschland klingt bei unseren Nachbarn heute noch positiv nach. Im Hinblick auf die Fussball-Europameisterschaft hat sich die Schweiz ebenfalls einige Ziele gesteckt.

Text: Hippolyt Kempf

► «Die Welt zu Gast bei Freunden». Dies war die Botschaft, welche dank der FIFA WM 2006 erfolgreich in die Welt getragen werden konnte. Deutschland erwies sich als hervorragender Gastgeber. Und: die Deutsche Nationalmannschaft spielte mit. Sie glänzte mit hervorragendem Fussball und gewann mit dem kleinen Final genauso viel, wie es Nationalstolz auf der einen und perfekte Gastgeberqualitäten auf der anderen Seite erforderten.

In der Schweiz steht die UEFA EURO 2008 vor der Tür. Sie ist in mancher Hinsicht mit der WM vergleichbar. Auch sie zeichnet sich durch eine riesige mediale Ausstrahlung aus. Für die UEFA EURO 2008 werden über vier Milliarden Live-Zuschauer in 170 Ländern erwartet. Weit über 2500 akkreditierte Journalisten werden von diesem Fussballereignis berichten. Diese mediale Ausstrahlung weckt Erwartungen. Die gelebte Euphorie in Deutschland regte die Fantasie in der Schweiz an.

Die Botschaft «Entdecke das Plus» soll nun zur Positionierung der Schweiz beitragen. Die Vorzüge der Schweiz als Wirtschafts-, Wissens- und Tourismusstandort genauso wie die hohe Lebensqualität der Schweiz sollen glaubwürdig gelebt und ins Ausland portiert werden. Die öffentliche Hand wird mit einer für den Sport unvorstellbaren Summe von insgesamt 182 Millionen Franken seitens Bund, Kantone und Host Citys versuchen, die Chancen des Anlasses zu maximieren und die Risiken zu minimieren.

## Mehrwert Sport

Das Bundesamt für Sport BASPO trägt diese Idee mit und will das Plus im Sport aufzeigen. Aspekte der Gesellschaftsnützlichkeit des Sports, die bis anhin noch wenig bekannt waren, werden im Kontext der UEFA EURO 2008 aufgezeigt. Unter dem Titel «Mehrwert Sport» werden unterschiedliche Tagungen genutzt, um Phänomene im Sport in einer breiteren Öffentlichkeit zu diskutieren. Ein Beispiel hierzu: Es ist neu, dass flankierend zu einem Sportanlass, Standortpromotion gekoppelt wird. Diese soll eine Auffrischung des Images und weiter ökonomische Effekte, insbesondere in Form von nachhaltig gesteigerten Übernachtungszahlen, generieren. Aus diesem Grund wurde dies zum Thema einer Tagung gemacht und im Kontext mit anderen Sportgrossveranstaltungen analysiert.

Das BASPO hilft in seinen klassischen Wirkungsfeldern die Dynamik der UEFA EURO 2008 mitzutragen. Entsprechend hat das BASPO ausgewählte Projekte zur Sport- und Bewegungsförderung beson-

ders ausgerichtet. So wird beispielsweise ein Pilotprojekt Jugend und Sport 5- bis 10-Jährige initiiert oder «schule.bewegt» fussballfreundlich ausgestaltet. Stellvertretend für weitere Anstrengungen in der Sportförderung soll an dieser Stelle noch das langjährige Engagement in Fussballnachwuchs in Form einer leistungsdiagnostischen Begleitung («Footuro») genannt werden.

## Messbarkeit der Erwartungen

Zudem sollen von der UEFA EURO 2008 Erkenntnisse für die Zukunft gewonnen werden. Das in der BASPO Ressortforschung hinterlegte Projekt zur «Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit der UEFA EURO 2008» unter der Federführung des Tourismusinstitutes der Universität Bern untersucht dieses umfassend. In regelmässigen Abständen werden die Bekanntheit, die Ausstrahlung und die Akzeptanz der UEFA EURO in Befragungen im In- und Ausland (Deutschland und Frankreich) überprüft. In drei, respektive vier Befragungswellen wird festgestellt, inwiefern sich die Werte im Verlaufe der Veranstaltung verändern. Das BASPO wird somit feststellen können, inwiefern die Erwartungen auch messbar eingetroffen sind.

Ähnliches gilt für die erhofften ökonomischen Effekte. Die ex ante berechneten direkten und indirekten Effekte (15 Milliarden Umsätze, 0,8 Milliarden Bruttowertschöpfung und 7350 Vollzeitäquivalente im optimistischen Falle) werden ex post verifiziert werden. Neben weiteren Indikatoren werden auch die Effekte für den Fussballnachwuchs evaluiert. So wird überprüft, wie sich die Zahl der lizenzierten Spieler in den verschiedenen Altersgruppen vor, während und nach der UEFA EURO 2008 verändert.

Es wird sich zeigen, ob sich die gesteckten Ziele in der Standortpromotion ähnlich gut mit den sportlichen Ambitionen der eigenen Nationalmannschaft vertragen werden, wie in Deutschland. Natürlich erwartet das BASPO, dass die Bemühungen im Fussballnachwuchs genauso viel zur Leistungsentwicklung beitragen konnten, wie dies für den idealen Gastgeber erforderlich sein wird. Bei einem Sieg der Schweizer Nationalmannschaft im kleinen Final stehen die Chancen für einen nachhaltigen Erfolg dank der UEFA EURO 2008 auch für die Schweiz sehr gut. Der Sport erwartet das Fussballfest mit viel Zuversicht. //

► Hippolyt Kempf ist Leiter des Ressorts «Sport und Wirtschaft» an der EHSM Magglingen.



HARTMANN



# Zeit für Sieger!

← Marcel Herzog  
Goalie

Gian

Kay

Yannick

Julia Tobia

Patrick



## Erste Hilfe? DermaPlast®!

### Der Kick für Kicker (und Fans)

2008 ist wieder ein Jahr des Fussballs, besonders in der Schweiz. In der spannenden Fussballzeit sind Sie mit der DermaPlast® Swiss Edition optimal gerüstet, das Swiss Pflaster ist ein Muss für jeden Fussball-Fan.

Bei jedem Spiel zeigen Sie mit dem aufgeklebten Schweizer Pflaster, für welche Mannschaft Ihr Herz schlägt.

Die Pflaster erhalten Sie in Ihrer Apotheke oder Drogerie. In jeder praktischen Express-Box sind 15 Strips enthalten.

Sie möchten ausserdem Gutscheine im Wert von CHF 500.-, CHF 200.- oder CHF 100.- gewinnen? Dann machen Sie mit beim grossen DermaPlast® Swiss Edition Wettbewerb – es ist ganz einfach! Teilnahmekarten finden Sie dort, wo es die Pflaster zu kaufen gibt.

