



ist unbezahlbar

und Land von Sporterfolgen profitieren

FORTSETZUNG VON SEITE 28

... Augsburg und der Region pro Jahr auf rund 820 Millionen Euro. Rund vier Millionen steuern Besucher eines FCA-Spiels bei, schätzt Thomas Schörg, der IHK-Regionalgeschäftsführer für den Wirtschaftsraum Augsburg, anhand von Erhebungen.

Ausgegeben wird das Geld in Restaurants, Hotels und dem Einzelhandel. „Interessant sind vor allem Familien, die den Besuch eines FCA-Spiels mit Einkaufen verbinden“, erklärt Schörg.

Allgemein bestens aufgestellt

Tourismuschef Götz Beck betont, dass Augsburg sportlich allgemein gut aufgestellt sei: mit den Panthers in der ersten Eishockeyliga und der deut-

schen Kanu-Elite am Eiskanal. Beck weiß aber auch, welche besondere Rolle „König Fußball“ spielt.

„Die Hälfte aller Deutschen interessiert sich für diese Sportart“, erklärt Joachim Bacher, Leiter Sport und Sponsoring beim Meinungs- und Marktforschungsinstitut Infratest. Das zahlt sich nicht nur finanziell aus. Hinzu komme natürlich auch der emotionale Faktor. „Augsburg zählt jetzt zum exklusiven Kreis der 18 Bundesligavereine“, sagt Bacher.

Erfahrungswerte und Zahlen anderer Städte unterstreichen die Bedeutung eines Fußball-Erstligisten. In Mainz sind die Kicker inzwischen so bekannt wie das ZDF und die Fastnacht. Freiburg und Kaiserslautern würde kaum je-

mand kennen, gäbe es nicht Sportclub und „Rote Teufel“.

Platz im Fernsehen

Eine gewichtige Rolle spielt dabei das Fernsehen. Nachrichten, Sportschau, Sportstudio, Doppelpass – in jeder dieser Fußball-Sendungen findet nun auch der FC Augsburg seinen Platz. Diese Werbung sei unbezahlbar, erklärt Tourismusdirektor Beck. „Das könnte sich eine Stadt niemals leisten.“

Auch ohne FCA profitiert die Stadt von Stadion und medialem Interesse: wie beim Supercup zwischen dem FC Bayern und Schalke (2010) oder der Weltmeisterschaft der Frauen (2011), die hier ausgetragen wurden. Aktuell gibt es eine Anfrage des ukrainischen Fußballverbandes, ob die Na-

tionalmannschaft im Rahmen der Vorbereitung auf die Fußball-Europameisterschaft am 5. Juni in Augsburg ein Testspiel gegen die Türkei austragen könne.

„Interessant sind Familien, die den Besuch eines FCA-Spiels mit Einkaufen verbinden.“

Thomas Schörg,
IHK-Regionalgeschäftsführer

Umsonst ist der Imagegewinn durch FCA und Arena aber nicht. Für die Infrastruktur rund um die SGL-Arena bezahlte das Tiefbauamt der Stadt bisher rund 6,2 Millionen Euro. Hinzu kommt die Beteiligung an der FC Augsburg Arena Besitz- und Be-

triebs GmbH in Höhe von rund 2,6 Millionen Euro. Allerdings hat die Stadt ein Nutzungsrecht für die Arena. Bei der Errichtung einer Außenfassade des Stadions kam die Stadt dem FCA entgegen. Sie erkannte die wirtschaftlichen Zwänge des Bundesligisten an, der sich mit 10000 Euro aus der Verpflichtung herauskaufte, seine Arena stilvoll zu verpacken. Allerdings wären der Stadt durch die Fassade wiederum Kosten entstanden: wegen ihrer Beteiligung an der Arena GmbH.

Bei der Arena (Kosten rund 45 Millionen Euro) bürgt die Stadt mit zwölf Millionen Euro für einen Kredit des FCA in Höhe von 15 Millionen. Zudem zahlt der FCA für die Grundstücke, auf denen die Arena und die neuen Trainingsplätze stehen, Erbbau- und Pachtzinsen.



Fotos: Fred Schöllhorn, Ulrich Wagner