

Foto: Fuchs



Diskutierten im Schloss Stein: Mike de Vries (Geschäftsführer FC Deutschland – Land der Ideen), Herbert Hainer (Vorstandsvorsitzender adidas AG), IHK-Präsident Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst, Moderator Günther Moosberger (Funkhaus Nürnberg), Nürnbergs Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly und IOC-Vizepräsident Dr. Thomas Bach (v.l.).

Sport

Marketingfaktor für die Metropolregion

Zur Bedeutung des Sports für das Regionalmarketing veranstalteten die IHK Nürnberg für Mittelfranken und der Marketingclub Nürnberg am 15. März im Faber-Castell'schen Schloss in Stein eine Podiumsdiskussion. Die Fragestellung vor 200 Zuhörern lautete: Was kann der Sport für unsere Region bewegen? Welche Rolle spielt der Sport im „Angebotsmix“ einer Region? Wo liegen die Potenziale? Was bleibt nach der Fußball-Weltmeisterschaft?

Im Breiten- wie auch im Spitzensport habe sich die Metropolregion deutschland- und europaweit etabliert, so die Experten. Sportarten wie Triathlon, Radrennen, Sportklettern, Kanu, Handball, Basketball, Eishockey, Norisringrennen und nicht zuletzt Fußball mit der Weltmeisterschaft 2006 stünden national wie auch international in erster Reihe. In wirtschaftlicher

Hinsicht seien mit den Sportveranstaltungen Aufmerksamkeit, Imagegewinn, Umsätze und Arbeitsplätze verbunden. Besonders wichtig sei der Faktor Nachhaltigkeit. Die IHK hat daher auch in ihrem 8-Punkte-Arbeitsprogramm bis 2009 „Metropolregion Nürnberg ausbauen“ ausdrücklich den Punkt „Kultur und Sport“ aufgenommen.

Im Hinblick auf die heiß diskutierte Umbenennung des Frankenstadions in „easy-Credit-Stadion“ war sich das Podium einig, dass der neue Name einen unverzichtbaren Finanzierungsbeitrag zum Stadionausbau leiste und auch dem „Club“ gut tue. Nur Thomas Bach „schüttelte“ sich angesichts der Bezeichnung. IHK-Präsident Prof. Wübbenhorst betonte hingegen, dass man der Norisbank als regionalem Unternehmen für ihr Engagement danken solle. ■