

ESSEN



SPORTMARKETING-KONZEPT FÜR DIE STADT ESSEN

30. JULI 2022



KONZEPTERSTELLER: Richard Röhrhoff, EMG – Essen Marketing GmbH

CO-AUTOR: Florian Hecker, EMG – Essen Marketing GmbH

UNTERSTÜTZT VON: Stefan Settelmayer, Olympiabeauftragter der Stadt Essen,
Thorsten Flügel, Essener Sportbund e.V.
Nadine Steinkamp, Sparkasse Essen
Dieter Remy, Allbau GmbH

INHALT:

	Seite
1. Hintergrund und Auftrag	5
2. Aufgaben des Stadtmarketings in Essen	6
a. Definition	
b. Rolle der EMG – Essen Marketing GmbH	
c. Rolle des Sports für das Stadtmarketing in Essen	
3. Die Sportstadt Essen	9
4. Sportliche Exzellenz in Essen aus Marketingsicht	12
a. Publikumssportarten	
- Basketball	
- Eishockey	
- Fußball	
- Handball	
- Tennis	
b. olympische Sportarten	
- Beachvolleyball	
- Eiskunstlauf	
- Golf	
- Hockey	
- Kanusport	
- Leichtathletik	
- Rudern	
- Schwimmen	
- Segeln	
- Triathlon	
- Volleyball	
c. sonstige Sportarten	
- Behindertensport	
- Kanupolo	
- Mountainbike	
- Skaterhockey	

5. Entwicklungspotenziale des Sports aus Marketingsicht	19
a. Olympische Sportarten	
b. Publikumssportarten	
c. Sonstige Sportarten	
6. Sport-Events	24
a. Traditionelle Sport-Events in Essen	
b. Entwicklung aktueller Events	
c. Neue Events vs. Sport-Cluster in Essen	
d. Entwicklungspotenziale	
e. Entwicklungsbedarf	
7. Chancen und Entwicklungspotenziale für die Sportstadt Essen	27
a. Publikumssportarten	
b. Weitere Sportarten	
c. Sport-Events	
8. Handlungsempfehlungen	29
9. Zusammenfassung	31

1. HINTERGRUND UND AUFTRAG

Essen als Zentralstadt des Ruhrgebiets und zehntgrößte Stadt Deutschlands verfügt über ein breites Sport- und Freizeitsport-Angebot. Der Essener Sportbund (ESPO) ist der größte städtische Sportverband in Nordrhein-Westfalen mit rund 120.000 organisierten SportlerInnen in mehr als 420 Vereinen.¹ Allerdings bleiben die Vereine in den Publikumssportarten weit unter den Leistungen früherer Jahrzehnte. Viele Vereine klagen über strukturelle Probleme und beklagen zudem mangelnde finanzielle Mittel, insbesondere aus der Wirtschaft.

Vor diesem Hintergrund hat der Oberbürgermeister der Stadt Essen, Thomas Kufen, die EMG – Essen Marketing GmbH betraut, im Rahmen des Stadtmarketings auch den Bereich des Sportmarketings zu betrachten.

Sportmarketing bedeutet in diesem Zusammenhang die Vermarktung von Sportarten oder SportlerInnen für die Stadt Essen zum Zwecke des Imagegewinns, als auch die Unterstützung der Sportmarketingaktivitäten der Vereine mit dem Ziel der Steigerung von Erlösen durch Sportsponsoring.²

Alleine in Deutschland sind über 50% der Unternehmen im Bereich des Sportsponsorings³ aktiv.

¹ ESPO

² Gerd Nufer, André Bühler (Hrsg.): Marketing im Sport – Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing

³ Statista

2. AUFGABEN DES STADTMARKETINGS IN ESSEN

a. Definition

Stadtmarketing ist Marketing für Kommunen. Es verfolgt das Ziel, ein positives Image einer Kommune zu erschaffen oder zu festigen. Beim Stadtmarketing betrachtet man die Stadt wie ein Produkt. Das Produkt „Stadt“ soll attraktiv und spürbar sein und von seinen Bürgerinnen und Bürgern gelebt werden. Stadtmarketing ist ein Instrument der Zukunftssicherung und Profilierung einer Stadt. ⁴

Verbesserung des Images der Stadt Essen im nationalen und regionalen Umfeld

Das Image einer Stadt ist geprägt durch die Geschichte auf der einen und aktuellen Ereignissen auf der anderen Seite. Zentrales Ziel sollte es sein, konsequent mit den Vorteilen der Stadt Essen zu werben, Essen als zehngrößte Stadt Deutschlands zu positionieren und dem medialen Bild wirkmächtig zu begegnen. Dazu gehört mit faszinierenden Bildern zu werben, spannende Geschichten aus der Stadt über Maßnahmen, Aktionen oder Menschen zu erzählen, Events mit Strahlkraft zu veranstalten, die dieses Image erlebbar machen, aber auch Dritte dabei zu unterstützen, mit spannenden Projekten ein wertvoller Multiplikator zu sein. Alle Maßnahmen zielen außerdem darauf ab, die Bevölkerung stolz auf Essen und zu ihren positiven Botschaftern zu machen. ⁵

Marktorientierung

Stadtmarketing hat auch die Aufgabe für Marktorientierung zu werben, denn auch Städte stehen im Wettbewerb und können sich durch attraktive Angebote oder Produkte unterscheiden. Es ist also wichtig, die Rolle des Marketings in den kommunalen Unternehmen und Einheiten sowie der Verwaltung zu stärken, das Leistungsangebot der Kommune positiv von den Konkurrenzstädten abzuheben, kommunale Dienstleistungen und Einrichtungen optimal auszunutzen und die Einwohner und andere Nutzer zufriedenzustellen. ⁶

b. Rolle der EMG – Essen Marketing GmbH

Der EMG als Stadtmarketing und Tourismus-Gesellschaft, mit der Aufgabe Imagewerbung für die Stadt Essen zu betreiben, den Tourismus zu fördern sowie City- und Mittelzentren zu positionieren, kommt als zentraler Player eine bedeutende Rolle zu, um alle nach außen gerichteten Maßnahmen und deren Akteure zu koordinieren. Sie ist offen für alle Akteure, deren Maßnahmen und Tätigkeiten image- und/oder tourismusfördernd für die Stadt wirken. Ihre Aufgabe ist es zudem, für und mit den im Koordinierungskreis Stadtmarketing zusammengeschlossenen Partnern eine Lotsenfunktion zu übernehmen, die Vermarktungsstränge zusammenzuführen und die Akteure auch untereinander zu vernetzen. Die EMG hat die Hoheit über die Imagewerbung für die Stadt Essen und koordiniert alle nach außen gerichteten Kommunikationsmaßnahmen mit dem Ziel, dass diese gemäß Stadtmarketingkonzept auf die strategischen Ziele Essens einzahlen.

⁴ Bcsd, Bundesverband City- und Stadtmarketing in Deutschland

⁵ Stadtmarketingkonzept Essen 2020

⁶ Jürgen Block, Stefanie Icks, Stadtmarketing, bcsd 2010

c. Die Rolle des Sports für das Stadtmarketing

Erhebungen des Marktforschungsunternehmens Statista zeigen, dass mehr als 20 Millionen Menschen über 14 Jahre in Deutschland besonders an Sport interessiert sind, weitere gut 25 Millionen verfügen über mitelmäßiges Interesse.⁷ Sport und vor allem Publikumssport sind mediale Themen, Fußballspieler sind oft bekannter als Politiker oder Künstler. Sport gliedert sich nach Sportarten oder nationalem Interesse, wenn Mannschaften bei Europa- oder Weltmeisterschaften antreten oder die deutschen AthletInnen die Nation bei Olympischen Spielen vertreten. Besonders im Fußball sind die Interessen nach Vereinen sortiert, denen sich die „Fans“ zugehörig fühlen. Eine Sportanhängerschaft führt also zu einer hohen Identifikation mit der jeweiligen Stadt.

Sportliche Großveranstaltungen locken tausende von BesucherInnen in die Städte, große Vereine ziehen Fans zu Spielen oder Freizeitaktivitäten rund um die Spielstätte an. Für Städte sind die Bundesliga-Vereine Publikumsmagneten, die regelmäßig für hohe Umsätze in Hotels und Gastronomie sorgen. Die Bürgerinnen und Bürger von Städten sind in der Regel stolz auf ihre Vereine und erfolgreichen SportlerInnen. Essen weist im Bereich Sport einige Besonderheiten auf. Sie ist die einzige der zehn größten Städte Deutschlands, die keinen Verein in der 1. oder 2. Fußball-Bundesliga (Herren) hat, der mit Abstand beliebtesten Sportart Deutschlands. Zusätzlich definiert sich das Ruhrgebiet als Herzkammer des Fußballs in Deutschland. Auffällig ist, dass alle bedeutenden Vereine in den Publikumssportarten in den vergangenen Jahren mit Insolvenzen zu kämpfen hatten, mit denen jeweils mindestens ein sportlicher Abstieg verbunden war. In mehreren Sportarten spielen Essener Teams in der 1. Bundesliga (Frauen-Fußball, Skaterhockey, Tennis).

Exzellenzen bildet Essen dagegen besonders in den Wassersportarten aus. Regelmäßig gewinnen Ruderer und Kanuten sowie SchwimmerInnen internationale Titel.

d. Ziele des Sportmarketings

Für das Stadtmarketing, das auf die Steigerung des Images der Stadt ausgerichtet ist, spielt der Sport aufgrund fehlender Exzellenz in den Publikumssportarten aktuell eine untergeordnete Rolle. Die Bekanntheit der erfolgreichen SportlerInnen ist niedrig, das öffentliche Interesse an den betriebenen Sportarten gering. Es steigt lediglich bei olympischen Spielen an, wenn diese SportlerInnen Medaillen gewinnen können.

Aus Sicht des Stadtmarketings wäre zur Imagesteigerung erfolgreicher Publikumssport in den ersten Ligen erforderlich, um die Stadt regelmäßig in Medien über den Sport definieren zu können. Auch wäre es wünschenswert, erfolgreiche SportlerInnen oder Vereine aus anderen Sportarten hinsichtlich ihrer Bekanntheit durch gezielte Marketingaktionen fördern zu können.

⁷ Statista

Die Ziele des Stadtmarketings in Essen bestehen vor allem in der Wandlung der öffentlichen Wahrnehmung von Essen als Industriestadt. Das Marketing in Essen ist darauf ausgerichtet, das alte „graue“ Image der Stadt durch das tatsächliche Bild einer lebenswerten, von viel „Grün“ durchzogenen Großstadt inmitten einer Metropolregion aufzuzeigen. Der bereits vollzogene Strukturwandel muss sozusagen in die Köpfe der Menschen in Deutschland und der Welt.

Im folgenden Konzept werden alle Sportarten auf ihre Relevanz für die Marketingziele der Stadt überprüft. Ziel sollte es sein, mit sportlicher Exzellenz oder spektakulären Events Aufsehen in Deutschland und der Welt zu erregen, mediales Interesse zu generieren und ein positives Bild der Stadt zu verankern.

Davon abgesehen, identifiziert dieses Konzept auch interne Potenziale von Sportarten und Vereinen, die oft mit kleinen Mitteln ihre Arbeit, auch im Hinblick auf sportlichen Erfolg, deutlich verbessern könnten und somit den Sportstandort Essen helfen als Ganzes zu heben.

3. DIE SPORTSTADT ESSEN

In diesem Kapitel geben wir einen allgemeinen Überblick über den Sport in Essen.

Der Sport hat in Essen einen hohen Stellenwert. In Essen sind deutlich über 400 Sportvereine registriert mit über 120.000 organisierten SportlerInnen. Damit ist der Essener Sportbund der größte städtische Sportdachverband in Nordrhein-Westfalen. Zahlreiche SportlerInnen und Vereine erbringen seit Jahrzehnten Leistungen auf höchstem Niveau: bei Olympischen Spielen, Welt- und Europameisterschaften. Durch das bedeutende Wassersportrevier Baldeneysee entstand insbesondere in den Wassersportarten eine außerordentliche Qualität. Für das Image und die Vermarktung der Stadt ist das Sportrevier Baldeneysee ein Alleinstellungsmerkmal. Kaum eine andere Stadt Deutschlands besitzt ein so großes innerstädtisches und nahezu natürliches Freizeit- und Wassersportrevier.

Zur besseren Übersicht ist das Konzept in Publikumssportarten, olympische Sportarten und sonstige Sportarten unterteilt.

Publikumssportarten

Der bedeutendste Fußballverein Essens ist Rot-Weiss Essen. 1955 gewann der Verein um den Siegtorschützen der Weltmeistermannschaft von 1954, Helmut Rahn, die Deutsche Meisterschaft. Bereits 1953 gewann RWE den Pokal und spielte bis in die 1970er Jahre in der 1. Fußballbundesliga. Nach vielen Jahren in der 2. Bundesliga durchlebte der Verein Insolvenzen und spielte bis zum Aufstieg 2022 in der Regionalliga. Rot-Weiss lockt dort regelmäßig über 10.000 Zuschauer (Saisonschnitt 2019/2020 knapp 11.000 ⁸) in das 2012 eröffnete „Stadion Essen“. Daneben gibt es mit dem ETB Schwarz-Weiß einen erfolgreichen Amateur-Klub, der 1959 den Deutschen Pokal gewinnen konnte, danach durchgehend in den jeweils höchsten Amateur-Fußballligen spielte. Mit der Spielvereinigung Schonnebeck und dem FC Kray haben sich zudem zwei weitere Vereine dauerhaft in den höchsten Verbandsklassen etabliert.

Im Frauen-Fußball glänzt die SGS Essen seit 2004 durchgängig in der Bundesliga. Der Verein belegt aufgrund seiner hervorragenden Nachwuchsarbeit konstant Spitzenplätze, zudem erreichte die Mannschaft 2020 das DFB-Pokalfinale und stellt regelmäßig Nationalspielerinnen, wie z.B. die jeweils zweifache Welt- und Europameisterin Linda Bresonik, Olympia-Siegerin Mandy Islacker oder auch Thurid Knaak und Lisa Weiß.

Im Handball konnte der TUSEM Essen große Erfolge feiern. Insbesondere in den 1980er Jahren gewann der TUSEM dreimal die Deutsche Meisterschaft. 1989, 1994 und 2005 konnten Europapokale errungen werden. Nach zwei Insolvenzen spielt der TUSEM aktuell in der 2. Handball-Bundesliga.

Bedeutung erlangte Essen auch im Tennis. Die Messe Essen war Ausrichter zahlreicher internationaler Turniere, wie ATP Grandprix, WTA Grandprix und Davis Cup Veranstaltungen. Auf der Anlage des ETUF spielten Tennis-Größen wie John McEnroe, Boris Becker und Steffi Graf. In den 90er Jahren feierte der ETUF vier deutsche Meisterschaften. 2021 und 2022 feierte der TC Bredeney mit den Damen die Deutsche Meisterschaft. Das Tennisleistungszentrum in Bergeborbeck beheimatet einen der Bundes- und Landesleistungszentren des DTB, hier finden regelmäßig die Deutschen Senioren-Meisterschaften statt.

⁸ Rot-Weiss Essen

Im Eishockey spielte Essen viele Jahre in der 2. Bundesliga, es gelang in den 90er Jahren der Aufstieg in die DEL, durch finanzielle Probleme folgte der Abstieg in die Regionalliga, aktuell spielen die Moskitos in der Oberliga.

Olympische Sportarten

Seit 1936 stellte die Stadt Essen rund 100 AthletInnen bei Olympischen Spielen, davon mehr als 70 aus dem Wassersport, die 40 Medaillen gewinnen konnten.

Traditionell stellen die Wassersportarten, insbesondere Schwimmen, Rudern und Kanu, die erfolgreichsten AthletInnen bei Olympischen Spielen, Welt- und Europameisterschaften. Seit den Olympischen Spielen in Tokio 1964, damals mit dem Olympia-Teilnehmer Wolfgang Kremer, ist der Schwimmsport in Essen eine internationale Größe. Spätestens mit den erfolgreichen Medaillen-Gewinnern Christian Keller, Mark Warncke und Anne Poleska in den 90er Jahren hat sich der Schwimmsport bis heute fest in Essen etabliert. Mehrere Essener Schwimmvereine haben sich mit der SGE Startgemeinschaft Essen e.V. 1987 in einer „Kaderschmiede“ zusammengeschlossen, um optimale Voraussetzungen für die Spitzen-SportlerInnen zu schaffen. Hieraus entwickelte sich auch das Teilzeitinternat im Verbund mit dem Helmholtz-Gymnasium. Essen ist Bundes- und Landesstützpunkt im Schwimmen.

Auch im Rudern ist Essen Bundes- und Landesstützpunkt. Als Keimzelle werden in Essen junge SportlerInnen gefördert und ab einem gewissen Alter und ausreichendem Talent an die Leistungsstützpunkte in Deutschland weitervermittelt. Angefangen 1956 mit Gunther Kaschlun, 1972 mit Joachim Werner Ehrig über den mehrfachen Medaillengewinner Ansgar Wessling oder auch den Ruderinnen Gabriele Mehl und Mareike Adams.

In den letzten Jahren waren die Kanuten aus Essen Garant für Medaillen und trugen maßgeblich zum erfolgreichen Medaillenspiegel bei Olympischen Spielen bei. Zehn Gold-, fünf Silber- und fünf Bronze-Medaillen holten Kanuten wie Barbara Norton, Thomas Reineck, Judith Skolnik, Mario van Appen, Olaf Winter, Jan Schäfer und in den letzten Jahren Tomasz Wylenzek, Max Hoff und Max Rendschmidt von der KGE. Rendschmidt gehörte mit zwei Goldmedaillen zu den erfolgreichsten Deutschen Athleten bei den Olympischen Spielen in Rio de Janeiro 2016, Rendschmidt gewann Gold in Tokio 2021. Essen ist ebenfalls Kanu Bundes- und Landesstützpunkt.

2007 wurde auf Initiative von Horst Melzer und Prof. Oliver Scheytt das Sport- und Tanzinternat in Rüttenscheid eröffnet. 50 Top Athleten werden dort aktuell im Verbund der Sport-Elite-Schulen betreut: Eine Einrichtung, die bundesweit ihresgleichen sucht, da dort TänzerInnen, KanutInnen, SchwimmerInnen, TriathletInnen, FußballerInnen, RudererInnen und HandballerInnen untergebracht sind.

Vereinzelt gab es in den letzten Jahrzehnten auch sehr erfolgreiche Olympia-AthletInnen aus den Sportarten Feldhockey, Segeln, Fechten (ETUF), Taekwondo und Boxen.

Bei den Mannschaftssportarten waren AthletInnen aus dem Handball, Volleyball und Frauenfußball bei Olympischen Spielen vertreten und erfolgreich. Diese gingen hervor aus der SGS im Frauenfußball und aus den erfolgreichen Jahren des Handballbundesligisten und Europapokalsieger TUSEM Essen mit

Jochen Fraatz, Thomas Happe, Dirk Rauin, Thomas Springel. Im Beach-Volleyball begeisterten zuletzt Kira Walkenhorst sowie Angelika Grün, ehemals beste Volleyballspielerin Deutschlands (VC Allbau).⁹

Viele Jahre konnte der TuS Holsterhausen in der Tischtennis Bundesliga der Damen Spitzenplätze belegen. 2012 wechselte die Abteilung zum TUSEM Essen und spielt heute in der Verbandsliga. Sportliche Exzellenz hat Essen auch im Bereich Rhönrad-Turnen. Svea Hüning von der SG Heisingen gewann 2013 und 2015 die Weltmeisterschaft im Cyr Wheel.

Sonstige Sportarten

Neben den AthletInnen aus Essen, die an Olympischen Spielen teilgenommen haben, gibt es aber auch weitere Sportarten und SportlerInnen, mit einem hohen internationalen und nationalen Stellenwert. Die einzelnen Sportarten werden im weiteren Verlauf des Konzepts benannt und auf ihre Chancen zur Stärkung des Stadtmarketings in Essen untersucht.

Übergeordnete Akteure:

Sport- und Bäderbetriebe Stadt Essen

Die Sport- und Bäderbetriebe sind ein sogenannter Eigenbetrieb der Stadt Essen und unterhalten oder betreiben die öffentlichen Sportanlagen.

Essener Sportbund e.V.

Der Essener Sportbund ist die Dachorganisation der Essener Sportvereine und damit ihre Interessenvertretung. Er unterstützt die Mitgliedsvereine auf vielfältige Art und Weise, wird aber auch selbst aktiv, um zum Beispiel Innovationen zu fördern.

Olympiastützpunkt NRW/Rhein-Ruhr im Landessportbund e.V.

Der Olympiastützpunkt NRW/Rhein-Ruhr im Landessportbund NRW e.V. ist die wichtigste Service-Einrichtung des olympischen und paralympischen Spitzensports in der Region. Von Essen aus werden mehr als 300 KaderathletInnen aus über 20 olympischen, paralympischen und deaflympischen Sportarten, u.a. an den Bundes- und Landesstützpunkten in den Bereichen Gesundheitsmanagement, Leistungs-optimierung und duale Karriereplanung betreut.

Team-Talente Essen e.V.

Team-Talente Essen e.V. bündelt das finanzielle Engagement von Sponsoren und Unterstützern für den Sport in Essen und verteilt es ausschließlich an Essener Vereine aus dem Bereich olympischer Ball- und Mannschaftssportarten. Die zu fördernden Vereine müssen mit ihren Seniorenteams in einer professionellen bzw. leistungsorientierten Spielklasse aktiv sein.

⁹ Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2010

Sportstätten

Auf dem Gebiet der Stadt Essen gibt es zudem eine Vielzahl von städtischen Sportstätten:

Schulsporthallen:	158
Lehrschwimmbecken:	3
Schwimmstätten/inkl. Seaside Beach Baldeney:	14
Fußballplätze:	94
Turnhallen/davon 7 mit Tribünen:	32
Stadien:	3
Anlagen für Wassersport/Regattastrecke und -haus:	1
Leichtathletikanlagen:	30
Eishallen:	1

4. SPORTLICHE EXZELLENZ AUS MARKETINGSICHT

In diesem Kapitel werden die aus Sicht des Marketings relevanten Sportarten benannt und der aktuelle Status beschrieben. Im folgenden Kapitel werden dann die Entwicklungspotenziale aufgezeigt und nach der Bedeutung für das Stadtmarketing bewertet.

a. Publikumssportarten (in alphabetischer Reihenfolge)

Basketball

In Essen gibt es zwölf Basketballvereine mit rund 1.100 Mitgliedern. DJK Adler Frintrop e.V. spielen in der 2. Regionalliga und die ETB Miners in der 1. Regionalliga. Während die 1. Mannschaft der Adler lange vor allem aus ehemaligen ETB-Profis bestand, besetzt der ETB seinen Kader jährlich neu, auch mit ausländischen Spielern. Die ETB Miners sind aus den ETB Wohnbau Baskets hervorgegangen, dem bislang erfolgreichsten Basketball-Team der Stadt, die über zehn Jahre in den Basketball-Bundesligen ProA und ProB gespielt haben. 2019 folgten eine Insolvenz und der Abstieg in die Regionalliga. Dort baute der ETB-Hauptverein die 1. Mannschaft unter neuem Namen wieder auf. Die langjährige Spielstätte „Am Hallo“ wird weiterhin bei allen Heimspielen genutzt. In Spitzenzeiten kamen hier bis zu 2.500 ZuschauerInnen zu den Spielen.¹⁰

Eishockey

Eishockey hat in Essen Tradition und wird seit rund 85 Jahren gespielt. 1994 gründeten sich die Moskitos Essen aus den vorherigen Vereinen mit dem Ziel, in Essen einen Nachwuchs- und Profistandort aufzubauen und zu entwickeln. Den größten Erfolg feierte der Verein 1999 mit dem Gewinn der Deutschen Meisterschaft in der Deutschen Eishockey Liga DEL. Seitdem gab es im Essener Eishockey Höhen und Tiefen, geprägt von wirtschaftlichen Herausforderungen, Insolvenzen und Abstiegen. Aktuell spielt die erste Mannschaft in der Oberliga. Ein Fokus des Vereins liegt schon immer auf der Nachwuchsarbeit. Diese ist zertifiziert und Teil des DEB-Sterneprogramms zur Förderung des Deutschen Eishockey-Nachwuchses. Die Wohnbau Moskitos Essen haben aktuell rund 500 Mitglieder.¹¹

¹⁰ Interview Dieter Homscheidt, Geschäftsführer ETB Miners

¹¹ Interview Martin Spicker, Pressesprecher ESC Wohnbau Moskitos Essen

Fußball

Fußball ist die beliebteste Sportart in Essen. Insgesamt gibt es 70 Vereine im Fußballkreis Essen mit rund 27.000 Spielerinnen und Spielern. Der bekannteste und erfolgreichste Verein im Herren-Fußball ist Rot-Weiss Essen, der 1953 den DFB-Pokal und 1955 die Deutsche Meisterschaft gewann. Rot-Weiss spielte zwischen den 60er und 90er Jahren in der 1. oder 2. Fußball-Bundesliga und brachte berühmte Fußballer wie die Weltmeister Helmut Rahn (1954) und Frank Mill (1990) oder Größen wie Willi Lippens, Otto Rehhagel und Horst Hrubesch hervor. Weitere ehemalige Nationalspieler mit „RWE-Vergangenheit“ sind Mesut Özil, Matthias Herget, Manfred Burgsmüller und Jürgen Wegmann. Das Denkmal von Helmut Rahn, der beim sogenannten „Wunder von Bern“, das Siegtor für die erste deutsche Weltmeisterschaft erzielte, steht vor der Westtribüne des Stadion Essen. Die Vereinsgeschichte ist seit den 70er Jahren von einem stetigen Auf und Ab zwischen Profi- und Amateurfußball gekennzeichnet. 1994 gelang als Zweitligist der Einzug ins DFB-Pokalfinale gegen Werder Bremen. Nach einer Insolvenz im Jahr 2010 gelang der Wiederaufstieg in die Regionalliga-West und 2022 der Aufstieg in die 3. Liga. Rot-Weiss Essen spielt im Stadion Essen und verfügt mit rund 11.000 ZuschauerInnen¹² über den mit Abstand höchsten Zuschauerschnitt in der Regionalliga. Rot-Weiss betreibt erfolgreich ein vom Deutschen Fußball-Bund anerkanntes Nachwuchsleistungszentrum und spielt mit vielen Jugendmannschaften in der Bundesliga¹³

Besonders erfolgreich ist die SGS Essen, die sich in der Frauenfußball-Bundesliga etabliert hat. In den Jahren 2014 und 2020 gelang der Einzug ins DFB-Pokalfinale. Trotz - im Vergleich zur Konkurrenz - geringen Budgets, gelingt es dem Verein durch seine hervorragende Nachwuchsarbeit regelmäßig vordere Plätze zu belegen und Nationalspielerinnen hervorzubringen. Hierzu gehören Olympiagewinnerin Linda Bresonik, Linda Dallmann, Mandy Islacker, Turid Knaak, Kathrin Längert und Lisa Weiß. Die SGS trägt ihre Spiele ebenfalls im Stadion Essen aus, der Zuschauerschnitt liegt bei knapp unter 1.000 ZuschauerInnen, was dem Bundesligaschnitt entspricht.

Mit dem ETB Schwarz-Weiß findet sich in Essen ein zweiter Traditionsverein. Der ETB gewann 1959 den DFB-Pokal, allerdings spielte der Verein danach nicht im Profibereich, sondern belegte in den höchsten Amateurlassen traditionell Spitzenplätze. Basis ist eine starke Jugendabteilung, die in der Regel zu den Top-Mannschaften in den Niederrhein-Ligen gehört. Spielstätte ist das Stadion am Uhlenkrug.

Neben dem ETB hat sich in den vergangenen Jahren zudem die Spielvereinigung Schonnebeck in der Oberliga (5. Liga) etabliert und belegt dort regelmäßig Spitzenplätze. Auch der FC Kray hat sich durch die Professionalisierung seiner Strukturen in den oberen Amateur-Ligen behauptet und betreibt zudem eine aufstrebende Jugendarbeit.

Handball

In Essen spielen rund 3.300 SportlerInnen in 16 Vereinen Handball. Der bedeutendste Verein im Essener Handball ist der TUSEM Essen, dessen Herren-Mannschaft 1986, 1987 und 1989 Deutscher Meister wurde. 1988, 1991 und 1992 konnte der DHB-Pokal gewonnen werden. 1989 gewann der TUSEM zudem den Europapokal der Pokalsieger, 1994 den Euro-City-Cup und 2005 den EHF-Pokal. Er brachte berühmte Handballer wie Jochen Fraatz, Stefan Hecker, Frank Arens oder Handballnationaltrainer Alfred Gislason hervor und auch der aktuelle Nationalspieler und Handballer des Jahres 2018 Patrick Wiencek startete hier seine Profi-Karriere. Nach dem Gewinn des EHF-Pokals wurde der TUSEM zahlungsunfähig und stieg nach 26 Jahren Bundesligazugehörigkeit in die Regionalliga ab. Nach dem direkten Wiederaufstieg in die 2. Liga

¹² Saison 2019/2020, Quelle: Rot-Weiss Essen e.V.

¹³ Wikipedia

gelang dem TUSEM auch der Aufstieg in die 1. Liga, der mit einer erneuten Insolvenz 2008 endete. Nach einem einjährigen Intermezzo in der 1. Liga spielte der TUSEM durchgehend in der 2. Liga und schaffte erst 2020 den Wiederaufstieg, gefolgt von einem erneuten Abstieg. Rückgrat des Vereins ist die starke und zertifizierte Jugendabteilung. Der TUSEM trägt seine Spiele in der städtischen Sporthalle „Am Hallo“ aus, zu den Spielen kommen regelmäßig rund 2.000 ZuschauerInnen. Zu Spitzenzeiten spielte der TUSEM in der Grugahalle vor mehr als doppelt so vielen ZuschauerInnen. ¹⁴¹⁵

Tennis

In Essen gibt es rund 8.100 TennisspielerInnen in 39 Vereinen. In den 70er Jahren gehörte die Stadt zu den absoluten Hochburgen des Deutschen Tennis Bundes e.V.. Tennis wurde seinerzeit in ca. 80 Essener Vereinen betrieben, einer der Mitgliedstärksten war die Tennisriege des ETUF e.V. mit 1.200 Mitgliedern. Die Messe Essen war Austragungsort zahlreicher internationaler Turniere und Spiele. Der ETUF Essen stellte bereits in den 60er Jahren mit Helga Masthoff und in den 70er Jahren mit Peter Elter Weltklasse-sportler. Durchweg bis in die 2000er Jahre war der ETUF Essen mehrfach Deutscher Mannschaftsmeister bei den Damen und Herren – allein viermal in den 90er Jahren. Mit dem zweimaligen Abzug der 1. Mannschaft aufgrund von fehlenden Sponsorengeldern aus der Bundesliga verlor der Standort in den letzten Jahren an Bedeutung. Heute ist die Tennisanlage des TC Bredeney Ausrichter internationaler und nationaler Tennisveranstaltungen und stellt den Bundesliga-Mannschaftsmeister im Damentennis. Auch die Herren spielen derzeit in der 1. Bundesliga. Der TC Bredeney hat rund 650 aktive Mitglieder, davon 250 Jugendliche. Das Tennisleistungszentrum in Bergeborbeck beheimatet einen der Bundes- und Landesstützpunkte des Deutschen Tennis Bundes DTB. Der Essener Dr. Claus Stauder ist Ehrenvorsitzender des Deutschen Tennis-Bundes. ¹⁶¹⁷

b. Olympische Sportarten (in alphabetischer Reihenfolge)

Essen ist seit 1989 Sitz des Olympiastützpunkts Rhein-Ruhr im Landessportbund NRW e.V. als Service- und Betreuungseinrichtung für den Spitzensport. Hier werden sportartenübergreifend AthletInnen der Bundeskader sowie herausragender Landeskader und deren TrainerInnen in den Bereichen Gesundheitsmanagement (Medizin, Physiotherapie, Rehabilitationstraining), Leistungsoptimierung (Physiologische, biomechanische und visuelle Leistungsdiagnostik, Ernährungsberatung, Sportpsychologie) sowie die Laufbahnberatung/duale Karriereplanung betreut. Angebunden sind die Eliteschulen des Sports: Helmholtz Gymnasium und Elsa-Brandström-Realschule sowie das Sport- und Tanzinternat Essen.

Beachvolleyball

Die junge Sportart wird seit 1990 im VC Borbeck betrieben, der sich einen Namen als Ausbildungsverein gemacht hat. Da Essen Anfang der 1990er Jahre laut Verein die Chance verpasst hat Olympiastützpunkt zu werden, wandern Talente, wie z.B. Kira Walkenhorst (Olympiasiegerin 2016 in Rio) an Städte mit Stützpunkten ab. ¹⁸

¹⁴ Rot-Weiss Essen

¹⁵ Interview Niels Ellwanger, Geschäftsführer TUSEM Essen

¹⁶ Interview Jens Wachowitz, Geschäftsführer ETUF e.V.

¹⁷ Interview Michael Marhofer, 1. Vorsitzender TC Bredeney e.V.

¹⁸ Interview Michael Werzinger, 1. Vorsitzender VC Essen-Borbeck

Eiskunstlauf

Aus ehemals vier Eiskunstlauftreibenden Vereinen in Essen blieb zuletzt der EJE, der Essener Jugend Eiskunstlaufverein, der 1996 aus dem Essener Jugend-Eishockey-Club hervorging. Mit konstant um 250 überwiegend aktiven Mitgliedern ist er der größte Eiskunstlaufverein im mittleren Ruhrgebiet, beheimatet in der Eishalle am Westbahnhof. Als anerkannter Landesstützpunkt findet neben dem Breitensport auch eine Spitzensport-Förderung statt. Neben der amtierenden und mittlerweile fünfmaligen Deutschen Meisterin und Olympiateilnehmerin Anna Fellingner, kommen aus Essen auch viele weitere SportlerInnen, die an deutschen und internationalen Meisterschaften teilnahmen und Medaillen gewinnen konnten. Der Verein wurde 2011 mit dem „Grünen Band“ für vorbildliche Talentförderung und die Durchführung der Deutschen Meisterschaften 2015 ausgezeichnet.¹⁹

Golf

Der Golfsport wird in Essen in drei eingetragenen Vereinen mit etwa 2.000 Mitgliedern ausgeübt. Die ältesten Vereine sind der Golfclub Haus Oefte e.V., gegründet 1959, und die Golfriege des ETUF e.V., gegründet 1962. 1971 folgte der GCEH Golfclub Essen Heidhausen e.V., der mit 27 Löchern heute die größte Essener Golfanlage stellt. Der Verein hat rund 900 Mitglieder und spielt mit seiner 1. Herren-Mannschaft in der 2. Bundesliga West. Mit Claas-Eric Borges gewann ein GCEH-Mitglied 2014 die Deutsche Amateur Meisterschaft. Die ETUF Golfriege hat ca. 550 Mitglieder und besitzt eine 9-Loch-Anlage direkt am Baldeneysee. Der Verein hat sich vor allem der Jugendförderung verschrieben. Mehrere Deutsche Amateurmeister in der Jugend und im Nachwuchs gingen bisher aus dem Verein hervor. Die Essener Golf Vereine GCEH und Oefte veranstalten seit Jahren wirtschaftlich sehr erfolgreiche Charity Golfturniere. Hohe Spendengelder fließen dadurch in soziale Essener Projekte. Der Willy-Schniewind Pokal, eine Meisterschaft der acht besten NRW Amateur-Mannschaften, fand bereits im Golf Club Oefte statt und wird aktuell im GCEH ausgetragen.

Hockey

Hockey hat in Essen eine lange Tradition – aktuell gibt es vier Vereine mit rund 1.400 Mitgliedern. Dazu zählen die Hockeyriege des ETUF e.V., die schon Nationalspieler und Olympiateilnehmer im Herrenbereich u.a. mit Adolf Lücker und Arnd Herzbruch hervorbrachte, die Hockeyabteilung des ETB Schwarz Weiß-Essen e.V., der HCE Hockeyclub Essen 1899 e.V. und der HTC Kupferdreh. Etwa 3/4 der Mitglieder sind Jugendliche. Sportlich war der ETUF mit drei Deutschen Jugendmeisterschaften am erfolgreichsten. Die 1. Damenmannschaft der ETUF Hockeyriege spielt derzeit in der 3. Bundesliga. Die Erfolge der Jugendmannschaften bilden zum Teil auch die aktuellen sportlichen Erfolge im Erwachsenen-Bereich auf nationalem oder regionalem Niveau ab.

Kanusport

Essen ist seit 1989 Bundesstützpunkt im Kanurennsport, seit 1971 Landesstützpunkt. Die Essener Kanu-Vereine sind in der Kanusport-Gemeinschaft Essen verbunden, der Träger des Stützpunktes ist. Am Stützpunkt trainieren täglich ca. 90 SportlerInnen, davon zwölf Bundes- und 14 Landeskader-AthletInnen. Seit 1984 wurden sieben AthletInnen Olympiasieger, zahlreiche AthletInnen holten Welt- und Europameistertitel und es wurden unzählige Medaillen bei Olympischen Spielen, Welt- und Europameisterschaften gewonnen. Aus Essen stammen außerdem die aktuellen Junioren-Welt- und EuropameisterInnen. Basis der erfolgreichen Arbeit ist die konsequente Jugendarbeit, die seit Eröffnung des Sportinternats massiv an Bedeutung gewonnen hat. Aktuell gibt es in Essen mehr als 2.400 Kanuten in 26 Vereinen.

¹⁹ Interview Dr. Stefan Steinmetz, 1. Vorsitzender EJE e.V.

Leichtathletik

In Essen gibt es gut ein Dutzend Vereine, die regelmäßig an Wettkämpfen teilnehmen oder ausrichten. Immer wieder gelang es AthletInnen, insbesondere in der Jugend, bei Meisterschaften vordere Plätze zu belegen oder diese zu gewinnen. Derzeit hat Essen vier Kader-AthletInnen. Erfolgreiche SportlerInnen, wie zuletzt Amelie Diercke oder Remo Cagliosi wechseln allerdings an die Bundesstützpunkte, insbesondere nach Leverkusen. Im Bereich Sport-Events gibt es in der Essener Leichtathletik einige Veranstaltungen, die Bedeutung haben oder eine Marketing-Relevanz entwickeln könnten, wie zum Beispiel der „Überflieger-Tag“ in Überruhr, der Tussem-Marathon, der Welterbelauf Zollverein oder die Waldlauf-Serien (siehe Kapitel 6).²⁰

Rudern

In Essen gibt es elf Rudervereine mit ca. 2.100 Mitgliedern, sieben Vereine sind im ERRV-Essener Ruder Regatta Verein e.V. verbunden, dem Veranstalter der Internationalen Hügeregatta (siehe Sport-Events). In Essen ist ein Bundesstützpunkt Nachwuchs des Deutschen Ruderverbandes mit drei hauptamtlichen Trainern etabliert. Essener Ruder-AthletInnen vollbringen seit Jahrzehnten sportliche Höchstleistungen. Ansgar Wessling gewann 1988 bei Olympischen Spielen die Goldmedaille, aktuell sitzt Jacob Schneider vom Ruder-Club am Baldeneysee im Deutschland-Achter und wurde zuletzt dreimal hintereinander Weltmeister. Im Junioren und Senioren-Bereich wurden unzählige Medaillen bei Welt-, Europa- und Deutschen Meisterschaften gewonnen.²¹

Schwimmen

Seit 1987 sind zehn Essener Schwimmvereine in der Startgemeinschaft Essen verbunden mit dem Ziel, die bestehenden Kräfte zu bündeln und den bereits starken Schwimmstandort Essen zu einer Hochburg im deutschen Schwimmsport zu entwickeln. Insgesamt gibt es in Essen aktuell mehr als 7.600 SchwimmerInnen in 32 Vereinen. Essener AthletInnen stellten vier Weltrekorde auf, gewannen 20 Medaillen bei Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften, 50 Medaillen bei Europameisterschaften sowie 194 Deutsche Meisterschaften und stellten 82 deutsche Rekorde auf. Seit 2009 und bis mindestens 2024 ist Essen Bundesstützpunkt des Deutschen Schwimm-Verbandes. Den zwölf Essener Schwimmvereinen gehören rund 3.500 Mitglieder an. Für die Olympischen Spiele 2021 waren erneut AthletInnen qualifiziert.

Segeln

Auf dem Baldeneysee finden die 26 Segelvereine in Essen mit ihren mehr als 2.300 Mitgliedern beste Bedingungen den Segelsport auszuüben. Jedes Jahr finden hier mehr als 35 verbandsoffene Regatten statt. Die größte Veranstaltung, die bundesweit bekannte Essener Segelwoche, wird regelmäßig von mehr als 100 Mannschaften besucht. Fast in jedem Jahr finden auch Deutsche Meisterschaften in verschiedenen Bootsklassen statt. Mit der Projektwoche „Segel Spielplatz“ gibt es ein städtisches Angebot, um Schüler an den Segelsport heranzuführen.²²

²⁰ Interview Knut Jendruck, Spartenleiter Leichtathletik im ESPO

²¹ Claus-Peter Regiani, EMG

²² Interview Hans-Walter Fink, Vorsitzender IG Baldeney

Triathlon

1982, nur vier Jahre nach dem ersten Triathlon auf Hawaii, fand in Essen der erste Triathlon auf deutschem Boden statt mit den Distanzen 1 km Schwimmen, 70 km Radfahren und 10 km Laufen. Die Veranstalter gründeten zwei Jahre später den ersten Triathlon-Verein in Deutschland, den Triathlon-Club-Essen 1984 e.V. (kurz TRC Essen 84). Zu den sportlichen Erfolgen der Mitglieder des TRC Essen 84 zählen vielfache Teilnahmen an allen großen Triathlon-Veranstaltungen in Deutschland und weltweit, bei Deutschen Meisterschaften und Weltmeisterschaften und natürlich auch beim Ironman auf Hawaii. 1991 wurde der Verein bei der Premiere der Triathlon-Liga in Westdeutschland Mannschaftsmeister und ist seitdem in der obersten NRW-Liga etabliert. Der TRC Essen 84 hat derzeit 150 Mitglieder. 1991 gründete sich das Starlight-Team, das mittlerweile 100 Mitglieder hat und in den vergangenen Jahren an der Ruhr und rund um den Baldeneysee den „1.000 Herzen Triathlon“ veranstaltet hat, zu dem sich 2018 über 1.000 TeilnehmerInnen anmeldeten.²³

Volleyball

In Essen gibt es aktuell 27 Volleyball-Vereine mit rund 2.100 Mitgliedern. Mit dem VV Humann und dem VC Borbeck stellen zwei Vereine Bundesligamannschaften. Der VV Humann spielt mit seiner 1. Herrenmannschaft aktuell in der 2. Volleyball Bundesliga Nord. Auch wenn die „Humänner“ damit als Profis gelten, besteht die Mannschaft vor allem aus unbezahlten Amateuren. Der VV Humann spielte bereits zwei Mal in der 1. Bundesliga, konnte sich dort aber nie behaupten. Beim VC Borbeck spielt die 1. Damenmannschaft unter dem Namen VC Allbau Essen ebenfalls in der 2. Volleyball-Bundesliga Nord. Seit der Saison 2015/16 hat sich die Mannschaft mit einer Ausnahme eines Abstiegs kontinuierlich verbessert.²⁴²⁵²⁶

c. Sonstige Sportarten (in alphabetischer Reihenfolge)

Behindertensport

In Essen gibt es einige Sportvereine und Institutionen speziell für SportlerInnen mit Behinderung. Die Behindertensportgemeinschaft Essen e.V. bildet den wohl größten organisierten Verein. Im Bereich Leistungssport nehmen SportlerInnen im Kegeln für Blinde und Sehbehinderte sowie im Tennis an nationalen und internationalen Wettbewerben teil. Ebenfalls sehr erfolgreich sind die Rollstuhlbasketballer der Hot Rolling Bears, die aktuell in der 1. Bundesliga spielen. In Spitzenzeiten kamen rund 900 Zuschauer in die Sporthalle am Gymnasium Nord-Ost. Mit den Special Olympics gibt es eine etablierte Veranstaltung in Essen, bei der junge SportlerInnen in verschiedenen Sportarten teilnehmen. Auch bei der Universiade im Jahr 2025 ist vorgesehen, SportlerInnen mit Behinderung in unterschiedlichen Sportarten starten zu lassen.

Kanupolo

Eine Besonderheit im Essener Sport ist das Kanupolo, denn Essen stellt mit dem KSV Rothe Mühle und der KG Wanderfalke gleich zwei Bundesligisten. Rote Mühle veranstaltet seit 50 Jahren den internationalen Deutschland-Cup auf dem Baldeneysee. Zudem wurden eine Weltmeisterschaft, drei Europameisterschaften, zwei EU-Cups, 14 Deutsche Meisterschaften und 23 Internationale Hallenturniere ausgerichtet. Insgesamt hat der Verein 20 Deutsche Meistertitel errungen, davon elf Titel für die Herren und die Teams haben 30 Mal den Vizemeister gestellt. 2014 gewann der KSV Rothe Mühle die Champions League.²⁷

²³ Interview Dr. Stefanie Borchers, TRC Essen

²⁴ Interview Klaus Bast, Spartenleiter Volleyball Espo

²⁵ Wikipedia

²⁶ Interview Michael Werzinger,

1. Vorsitzender VC Essen-Borbeck

²⁷ Interview Jürgen Konrad, KSV Rothe Mühle

Mountainbike

Der Mountainbike-Sport ist im Vergleich zu anderen Sportarten noch relativ jung. Die Geschichte des Mountainbike-Sports in Essen begann in den 1990er Jahren mit dem Ausbau der Radsportabteilung des SV Steele, 2011 erfolgte die Ausgründung des MSV Steele. Der MSV Steele bewirtschaftet heute das COME (Center of Mountainbike Essen) in Freisenbruch. Dort können auch Disziplinen wie der Olympische Cross Country und das Dirt-Biking ausgeübt werden. Für die Touren-Szene und Downhill-Fahrer gibt es in Essen keine expliziten Angebote. Laut MSV Steele ist Essen die einzige Großstadt, die über keine Downhill Strecke für Mountainbiker verfügt. Aushängeschild des Vereins ist Mannschaftseuropameister Ben Zwiehoff.²⁸

Skaterhockey

In Essen wird Skaterhockey als Vereinssport ausschließlich im SHC Rockets Essen e.V. gespielt. Der Verein wurde im April 1985 gegründet und von 1996 bis Januar 2006 als eigenständige Abteilung der Moskitos Essen geführt. Bis 2021 spielten die Rockets wieder im „Stammverein“, schlossen sich dann aber erneut den Moskitos an. Am Spielbetrieb nehmen insgesamt elf Mannschaften in allen Altersklassen teil. Aushängeschild ist das Bundesligateam mit drei Nationalspielern. Dazu gibt es noch drei Cheerleader-Teams. Das Bundesligateam wurde 2015, 2016 und 2019 Deutscher Meister. Auch im Deutschen Pokal wurden von 2012 bis 2019 fünf Titel gewonnen. International sind die Rockets ebenfalls äußerst erfolgreich: von 2015 bis 2019 gewannen sie fünf Mal hintereinander den Europapokal der Pokalsieger. Der Europapokal der Champions ging in den Jahren 2011, 2016 und 2019 nach Essen. Mit Dominik Luft, Fabian Lenz und Sebastian Schneider sind drei Nationalspieler auch Europameister der Herren. Im Nachwuchs gab es zwischen 2005 und 2010 drei deutsche Meisterschaften mit der Jugend und den Junioren. 2009 gewannen die Junioren den Europapokal der Champions. Das Schüler- und Jugendteam spielt jeweils in der höchsten deutschen Spielklasse.²⁹

²⁸ Interview Hansjörg Zwiehoff, 1. Vorsitzender MSV Steele

²⁹ Interview Martin Spicker, Wohnbau Rockets Essen

5. ENTWICKLUNGSPOTENZIALE FÜR DEN SPORT AUS MARKETINGSICHT

In diesem Kapitel werden die Entwicklungspotenziale für das Stadtmarketing beschrieben, die daraus resultierenden Handlungsempfehlungen werden in den Kapiteln 7 und 8 abgeleitet.

a. Publikumssportarten

Basketball/ETB Miners

Aufgrund der intensiven Jugendförderung gibt es aktuell sehr starke Jugendmannschaften. Durch die Mitgliedschaft des ETB im „Team Talente Essen“ ergeben sich zusätzliche Synergien, wie eine gemeinsame ärztliche Versorgung, gemeinsame Fahrdienste oder ein gemeinsames Athletiktraining. Größtes Manko in Essen sind aus Sicht des Vereins aktuell die Hallenzeiten. Diese sind in der Regel auf das gesamte Stadtgebiet verteilt. Eltern müssen dadurch sehr viel fahren, worunter die Attraktivität des Vereins leidet. Zur Förderung von Talenten ist außerdem ein regelmäßiges Individualtraining von Nöten; dies ist aufgrund der aktuellen Hallenzeiten kaum möglich. Talente „wandern“ dadurch in andere Städte wie Düsseldorf ab, weil die Talentförderung dort besser ist. Der ETB wünscht sich daher eine Halle, die durch den gesamten Verein genutzt werden kann ³⁰

Eishockey/ESC Moskitos Essen

Die Moskitos planen mittelfristig wieder sportliche Aufstiege. Zunächst steht die finanzielle Erholung des Vereins auf dem Plan, mit dem Ziel, das Vertrauen von Sponsoren wiederzugewinnen und die Einnahmen mittelfristig zu steigern. Die hervorragende Nachwuchsarbeit bildet die Basis des sportlichen Erfolgs der Zukunft. ³¹

Fußball/Rot-Weiss Essen

Über die größten Entwicklungspotenziale im Essener Mannschaftssport verfügt der Fußballverein Rot-Weiss Essen. Der Zuschauerschnitt des Vereins in der Regionalliga übersteigt viele Mannschaften der 2. Fußball-Bundesliga, bei Pokalspielen gegen höherklassige Vereine oder Lokalrivalen kommen über 20.000 ZuschauerInnen. Experten halten Rot-Weiss Essen für einen „gefühlten Zweitligisten“, da der Verein von der Jugendarbeit, über die treue Anhängerschaft, seine hohe Bekanntheit in Deutschland und die Spielstätte alle Voraussetzungen hierfür mitbringt. Der Verein belegt seit zwei Jahren wieder Spitzenplätze in der Regionalliga West und schaffte 2022 den Aufstieg in die 3. Liga. Durch das „Auf und Ab“ der vergangenen Jahre hat der Verein an Ansehen in der Wirtschaft verloren. Mittlerweile hat sich eine treue Sponsorenschaft aus dem Mittelstand etabliert, sowie ein strategischer Investor gefunden. Aus Marketing-Sicht wäre es geboten, den Verein dahingehend zu unterstützen, Vertrauen für die geleistete Arbeit und dadurch neue Sponsoren zu gewinnen. Bei einem Aufstieg in die deutschen Profi-Ligen würde sich das „schlafende“ Fanpotenzial entfalten und Rot-Weiss könnte wieder zum „Stolz der Stadt“ werden. Fußball entwickelt neben Image und Ansehen auch erhebliche wirtschaftliche Effekte durch Stadionbesuche und nachgelagerte Umsätze in Hotellerie und Gastronomie. ³²

SGS Essen/Fußball

Die SGS Essen (Sportgemeinschaft Essen-Schönebeck) trägt ihre Spiele der Frauen-Fußball-Bundesliga im Stadion an der Hafenstraße aus. Der Schnitt liegt konstant unter 1.000 ZuschauerInnen. Damit liegt die SGS aber im oberen Drittel der Zuschauertabelle. Dies zeigt, dass die Frauen-Fußball-Bundesliga nicht über die

³⁰ Interview Dieter Homscheidt, Geschäftsführer ETB Miners

³¹ Interview Martin Spicker, Pressesprecher ESC Wohnbau Moskitos Essen

³² Div. Experten-Interviews

Anziehungskraft vergleichbarer Ligen, wie z.B. in Spanien, verfügt. So finden Spiele der Frauen des FC Barcelona teilweise vor rund 90.000 ZuschauerInnen statt. Zu einer stärkeren Entwicklung könnte der Erfolg der Frauen-Nationalmannschaft bei der Europameisterschaft 2022 beitragen, bei der die TV-Einschaltquoten sehr hoch waren. Die SGS verfügt über eine herausragende Jugend- und Nachwuchsarbeit, allerdings können Top-Spielerinnen, wie z.B. Lena Oberdorf (beste Nachwuchsspielerin der EM) nicht dauerhaft gehalten werden. Der Verein benötigt zum Wachstum professionellere Strukturen und insbesondere höhere Einnahmen. Sollten sich weitere Männer-Bundesligisten, insbesondere aus der Region, nicht entschließen, den Frauen-Fußball finanziell zu fördern, sehen ExpertInnen einen Verbleib der SGS in der 1. Bundesliga kritisch.

Handball/TUSEM Essen

Auch der TUSEM verfügt über das Potenzial in die 1. Handball-Bundesliga aufzusteigen und sich dort zu etablieren. Der Verein ist die mit Sicherheit wertvollste Handballmarke in der Region Rhein-Ruhr und würde Fans aus dem Münsterland, Westfalen und Niederrhein anziehen. Das Potenzial bei einer attraktiven Spielstätte bewerten Experten in Interviews mit einem Zuschauerschnitt von durchschnittlich 5.000, womit der TUSEM einen Spitzenwert in Deutschland erzielen könnte. Der Verein verfügt über eine treue Sponsorenschaft, die durch geeignete Marketing- und Vertriebsmaßnahmen deutlich erweitert werden könnte. Der Schlüssel für diese Entwicklung wäre allerdings der Umzug in eine geeignete Spielstätte, die für Sponsoren und Partner höheren Service mit VIP-Räumen etc. bietet und neben einer zentralen Lage über eine bessere Verkehrsanbindung verfügt.³³

Tennis

Der Tennissport hat bundesweit in den vergangenen Jahren an Mitgliedern und medialer Aufmerksamkeit verloren. Internationale Turniere sind im Turnierkalender gesetzt, neue Lizenzen werden insbesondere in Richtung Mittleren Osten und Asien vergeben. Vermarktungschancen bestehen vor allem durch das hochklassige Bundesligatennis des TC Bredeney. Allerdings hat die Anlage in Bredeney ihre Kapazitätsgrenze erreicht. Bei Meisterschaften weichen die Mitglieder daher bereits auf die Anlage des ETUF aus. Zu den Herren-Spielen kommen bereits 700 Zuschauer im Schnitt, damit ist die maximale Besuchergrenze erreicht, bei den Damen sind es rund 600 Zuschauer. Das Wachstum scheitert an einer ausreichend großen Anlage, die im ETUF vorhanden ist, es bestehen Überlegungen einer Kooperation oder Fusion, um die Kapazitäten am ETUF für den Ausbau des Tennis-Standorts Essen zu nutzen. Der ETUF verfügt sowohl über ein Stadion sowie eine leistungsfähige Anlage mit 16 Plätzen.³⁴

³³ Diverse Experten-Interviews

³⁴ Interview Jens Wachowitz, Geschäftsführer ETUF e.V

b. Olympische Sportarten

Beachvolleyball

Die Potenziale von Beachvolleyball liegen in der Eventisierung des Sports. Beachvolleyball-Turniere sind attraktive Sommer-Events, die aufgrund hoher Besucherfrequenzen insbesondere in Innenstädte funktionieren. Auf dem Kennedyplatz wurden mehrfach Beachvolleyball-Turniere ausgetragen, aufgrund der Kosten aber an den Seaside Beach Baldeney verlegt. Diese Verlegung hat gezeigt, dass solche Formate „Laufpublikum“ benötigen (siehe Punkt 6).

Eiskunstlauf

Auch hier werden die Wettbewerbs- und Trainingsbedingungen als gut beschrieben. Der Verein würde gern nationale und internationale Meisterschaften ausrichten und benötigt hierzu organisatorische und finanzielle Unterstützung.

Golf

Golf in Deutschland ist im Vergleich zu den Vereinigten Staaten und Großbritannien immer noch keine Publikumssportart, wächst aber beständig und ist für die Entwicklung einer Stadt wichtig. Die Essener Clubs bieten für SportlerInnen sehr gute Möglichkeiten. Für die Bedeutung des Marketings ist der Golfsport in Essen noch nicht relevant, besitzt aber durchaus Zukunftspotenzial, wenn sich die Clubs weiter der breiten Masse öffnen.

Hockey

Hockey hat in Essen durchaus eine große Tradition mit einer vor allem sehr erfolgreichen Jugendarbeit, wo SpielerInnen für höhere Ligen ausgebildet werden können. Der Hockeysport allgemein ist aber eine Randsportart mit geringem öffentlichem Interesse, obwohl es die erfolgreichste deutsche olympische Mannschaftssportart ist.

Kanu

Auch im Bereich des Kanusports werden Trainings- und Rahmenbedingungen als gut beschrieben. Neben der Vermarktung des erfolgreichen Kanu-Standorts sowie der erfolgreichen SportlerInnen benötigen die Vereine für Events und Aufrechterhaltung der Strukturen weitere Unterstützung von Sponsoren. Potenziale bestehen vor allem in der Vermarktung des erfolgreichen Kanustandorts Essen sowie der SportlerInnen in der Bevölkerung.

Leichtathletik

Da Essen mit den Bundesstützpunkten nicht mithalten kann, werden immer wieder erfolgreiche SportlerInnen dorthin abwandern. Für das Marketing können gerade Nachwuchs-AthletInnen, wie z.B. die aktuelle Deutsche Jugendmeisterin über 400m Hürden, Victoria Heising, identifiziert und für das Marketing entdeckt werden. Zudem können die Vereine Startgemeinschaften bilden um ihre Titelchancen zu erhöhen, wie Mitte der 2010er Jahre die Deutsche Meisterschaft über 4x200 Meter gewonnen werden konnte. Potenziale bestehen im in der Leichtathletik insbesondere im Bereich Events.

Rudern

Im Bereich des Rudersports werden die Rahmen- und Trainingsbedingungen ebenfalls als gut beschrieben. Potenziale bestehen vor allem hinsichtlich der Infrastruktur am Baldeneysee für die Durchführung von Turnieren, Meisterschaften und Veranstaltungen sowie personelle und finanzielle Unterstützung (siehe Sport-Events/Hügel-Regatta). Im Gegensatz zum Kanu-Sport trainieren die Top-AthletInnen nicht mehr in Essen, da Essen der deutsche „Ausbildungsstandort“ ist.

Schwimmen

Die SGE bringt regelmäßig talentierte Top-SchwimmerInnen auf internationalem Niveau hervor, die Deutschland bei großen Meisterschaften vertreten. Die Trainings- und Rahmenbedingungen werden als gut beschrieben. Potenziale bestehen vor allem in der Vermarktung des erfolgreichen Schwimmstandorts Essen sowie der SportlerInnen in der Bevölkerung.

Segeln

Siehe Sport-Events

Triathlon

Siehe Sport-Events

Volleyball

Der VV Humann spielte zwar bereits zweimal in der 1. Bundesliga Herren, der Verein ist aber ein struktureller Amateurverein. Da Volleyball aber auch eine Randsportart ist, wäre der Aufbau dieser Strukturen und der damit einhergehenden finanziellen Anforderungen gewaltig. Vergleichbar ist die Situation beim VC Borbeck, dessen 1. Damenmannschaft sich unter dem Namen VC Allbau Essen in der 2. Volleyball-Bundesliga Nord etabliert hat. Für eine dauerhafte Existenz in der 1. Liga wäre rund eine halbe Millionen Euro jährlich erforderlich, zudem würden die Anforderungen an Trainingszeiten und eine Spielstätte wachsen. ³⁵³⁶

³⁵ Interview Klaus Bast, Spartenleiter Volleyball Espo

³⁶ Interview Michael Werzinger, 1. Vorsitzender VC Essen-Borbeck

c. sonstige Sportarten

Behindertensport

Im Bereich des Behindertensports verhält es sich ähnlich wie in einigen Randsportarten. Die SportlerInnen erreichen überhaupt nur dann öffentliches Interesse, wenn sie Medaillen bei Olympischen Spielen oder Welt- bzw. Europameisterschaften gewinnen.

Kanupolo

Siehe Sport-Events

Mountainbike

Der MSV hat bereits spektakuläre Veranstaltungen auf dem Kennedyplatz durchgeführt, die mangels Unterstützern nicht dauerhaft durchgeführt werden konnten. Der Verein ist sehr interessiert wieder öffentlichkeitswirksame Events in Essen durchzuführen, verfügt aber nicht über personelle und finanzielle Ressourcen.

Skaterhockey

Die Rockets wollen die sportlichen Erfolge durch die weitere Professionalisierung der Strukturen verstetigen. Es fehlt derzeit an Bekanntheit und damit verbunden an weiteren Sponsoren. Der Verein richtet auch internationale Meisterschaften aus, das mediale Potenzial der Randsportart ist allerdings begrenzt.

6. SPORT-EVENTS

a. Traditionelle Sport-Events in Essen

Essen hat vor allem rund um den Baldeneysee traditionelle Sport-Events. Die seit 1901 stattfindende „Hügelregatta“ im Bereich Rudern, die Essener Segelwoche oder der Deutschland-Cup im Kanu-Polo haben das Potenzial Publikumsmagnete zu werden. Alle drei Formate sind aus Marketing-Sicht hoch attraktive Events, auch wenn sie nicht in Publikumssportarten stattfinden. Die Kulisse Baldeneysee zeigt Essen von einer seiner schönsten Seiten. Die Hügelregatta findet seit über 100 Jahren statt und gilt als entscheidender Vorbereitungswettkampf für Weltmeisterschaften und Olympia. Es nehmen jährlich mehr als 1.000 SportlerInnen teil. Eine weitere bedeutende Veranstaltung ist der Herbstcup des Kettwiger Ruder-Regattavereins und der Kettwiger Rudergesellschaft. 2019 waren 1.500 WassersportlerInnen bei den Deutschen Sprintmeisterschaften, dem Herbst-Cup, der Kettwiger Drachenbootregatta und der Essener Stadtmeisterschaft gemeldet.

Zu den traditionellen Veranstaltungen gehört auch der Marathon am Baldeneysee, der ältesten Marathon-Veranstaltung in Deutschland, die der Tussem seit fast 60 Jahren organisiert.

Neben diesen traditionell wiederkehrenden Events wurden in Essen immer wieder nationale und internationale Meisterschaften und Turniere durchgeführt, insbesondere im Bereich Kanu und Tennis. Viele Jahre fand der bedeutende Karstadt Marathon in Essen statt, der ebenfalls an einer mangelnden Finanzierung scheiterte.

b. Entwicklung aktueller Events

In den vergangenen Jahren wurden Sport-Events auch in der Innenstadt durchgeführt, wie zum Beispiel Beachvolleyball-Turniere oder Mountainbike-Events, die aufgrund personeller Ressourcen oder fehlender Finanzen nicht verstetigt werden konnten. Auch finden zahlreiche andere Veranstaltungen statt, die für sich in ihren Sportarten gesehen, durchaus eine Bedeutung haben, aber für Publikum oder die Imagebildung der Stadt Essen nicht ausreichend relevant sind. Für die Vereine und SportlerInnen sind diese Veranstaltungen aber von großer Bedeutung und Wichtigkeit.

Aktuell erhielt Essen den Zuschlag für die Weltmeisterschaft im Kleinfeld-Fußball, die im Juni 2023 auf dem Kennedyplatz stattfindet. Ebenfalls haben die EMG und der Essener Jugend-Eiskunstlauf e.V. die deutsche Eislaufer-Union bei der Bewerbung für die Europameisterschaften 2023 unterstützt, die allerdings nach Helsinki vergeben wurde. Im Jahr 2024 finden auf dem Welterbe Zollverein die Europameisterschaften im Bogenschießen statt. 2025 wird die Region Rhein-Ruhr Austragungsort der World University Games, wo auch viele Wettkämpfe in Essen ausgetragen werden.

Im Rahmen der Special Olympics, die 2023 in Berlin stattfindet, empfängt Essen die Delegation Ägyptens im Rahmen des Host-Town-Programms.

Aktuell sind neben den traditionell wiederkehrenden Events keine Veranstaltungen bekannt, die aus Sicht des Stadtmarketings relevant sind. Sicher hemmte die Corona-Pandemie zahlreiche Bemühungen.

Die Durchführung von marketing-relevanten Indoor-Sport-Events scheitert oft an der nicht in ausreichendem Maße zur Verfügung stehenden Infrastruktur. Die Grugahalle ist aufgrund ihres Alters und fehlender Attraktivität nicht erste Wahl bei Veranstaltern.

Potenzial hat der neue Leichtathletik-Wettkampf „Überflieger-Tag“ in Überruhr, bei dem sich nicht nur deutsche Top-AthletInnen messen, sondern zunehmend auch SportlerInnen aus Europa. Auch der Welt-erbelauf Zollverein und die Waldlauf-Serie könnten Marketing-Potenziale aufweisen.

c. Neue Events vs. Sport-Cluster in Essen

Gerade „junge“ Sportformate wie Mountainbike oder Beachvolleyball bieten sich an, in Essen etablierte Sport-Events anzulegen. Solche Events passen gut in die Marketing-Strategie, denn sie versprechen tolle Bilder von verschiedenen Orten aus Essen zu generieren und zu verbreiten.

Den hiesigen Vereinen ist allerdings eine Rolle über den Ausrichterstatus hinaus nicht zuzumuten, um das ehrenamtliche Engagement nicht zu überfordern. Eine Lösung könnte die Förderung von Kooperationen zwischen Vereinen und kommerziellen Veranstaltern sein, die von städtischer Seite begleitet werden. Die Rollenverteilung sollte sein, dass der Verein für die sportliche Attraktivität sorgt, der Veranstalter die wirtschaftliche Hoheit hat und die Stadt darauf achtet, dass durch ihre Förderung eine Ausgewogenheit zwischen den Partnern entsteht und die für die Stadt gewünschte Imagewirkung eintritt. Unter diesen Voraussetzungen sind zum Beispiel spektakuläre Mountainbike-Events oder Beachvolleyballturniere in der Innenstadt erstrebenswert..

d. Entwicklungspotenziale

Aus Marketingsicht wird empfohlen, die bestehenden traditionellen Strukturen zu stärken und auszubauen, da sich über die Verstetigung die Wirkung auf das Image verfestigt. Dazu müssen die Alleinstellungsmerkmale der Veranstaltungen klarer herausgearbeitet und die Veranstaltungen entsprechend positioniert und vermarktet werden. Diese, sehr zeitaufwendige Arbeit, ist den ehrenamtlichen Veranstaltern in der Regel oft nicht möglich. Die Veranstaltungen und Besucher bewegen sich sozusagen „unter sich“, ein Transfer des „Geistes“ der Veranstaltung auf die Bevölkerung entsteht nicht. Oft fehlt selbst der heimischen Bevölkerung Kenntnis über die sportlichen Großereignisse. Es fehlt häufig an attraktiven Strukturen für reine Veranstaltungsbesucher, womit auch eine touristische Vermarktung erschwert wird. Hier sind durch eine strategische Professionalisierung der Strukturen erhebliche Potenziale zu heben. Insbesondere die tollen Kulissen in Essen, wie das Ruhrtal mit dem Baldeneysee oder Zollverein bieten einen exzellenten Rahmen für bestimmte Sportveranstaltungen, die gleichzeitig die schönen Seiten der Stadt zeigen und national wie international positiv auf das Image wirken. Auch verfügt die Innenstadt über eine ausgezeichnete Anbindung und Erreichbarkeit und mit dem Kennedyplatz über einen der größten Stadtplätze in NRW.

e. Entwicklungsbedarf

Insbesondere für Indoor-Veranstaltungen besteht in Essen ein erheblicher Entwicklungsbedarf. Für nationale und internationale (Groß-) Veranstalter gibt es im Wettbewerb der Städte deutlich besser geeignete Spielstätten als Essen.

Entwicklungsbedarf besteht weiterhin insbesondere in der Professionalisierung der bestehenden, teils hochkarätigen Angebote in Essen. Hier benötigen die Vereine strukturelle und finanzielle Unterstützung. Dies wollen wir am Beispiel der Hügelregatta aufzeigen. Rudern ist als dynamische und in Deutschland angesehene olympische Sportart durchaus eventfähig. Die Vereine sind mit der reinen Ausrichtung des Sportereignisses ausgelastet. Daher gelingt es bislang nicht, Angebote für breite Bevölkerungsschichten zu schaffen, den damit verbundenen Organisationsaufwand zu stemmen sowie die verkehrlichen Herausforderungen zu lösen. Eine Verbindung mit einer Art Seefest unter Einbeziehung weiterer Eventflächen wie dem Seaside Beach Baldeney sowie den weiteren Anliegern beider Seeseiten, würde Potenziale eröffnen, um die Regatta neben einem hochkarätigen Sportevent zu einem Volksfest mit nationaler Strahlkraft zu machen (vgl. Kieler Segelwoche). Die Regatta bietet die Möglichkeit, neben der sportlichen Bedeutung auch im Publikumszuspruch eines der größten Ruder-Events Europas zu werden und damit auch internationale Beachtung zu bekommen.

Als Beispiel dient die Sportentwicklung der Stadt Hamburg, die aus ihrem Triathlon ein riesiges, medial stark beachtetes Event geformt hat, welches erhebliche touristische Effekte auslöst. Auch wurde der bestehende Marathon zu einer der größten Laufveranstaltungen Europas weiterentwickelt.

Auf Essen bezogen ist allerdings die infrastrukturelle Aufwertung rund um den Anleger Hügel zwingend erforderlich. Hierzu gehören eine attraktive und leistungsfähige Promenade mit Abstellflächen für Fahrräder sowie Eventflächen und eine renovierte Tribüne.

7. CHANCEN UND ENTWICKLUNGSPOTENZIALE FÜR DIE SPORTSTADT ESSEN

a. Publikumssportarten

Grundsätzlich sollten sich Vereine selbst finanzieren, dies gilt insbesondere für Spitzenvereine im Profisport. Dafür sind professionelle Marketing-Strukturen erforderlich, die das Leistungsportfolio und Versprechen des Vereins gegenüber dem Sponsor aufbereiten und vermarkten. In Essen sind vor allem die beiden Spitzen-Vereine zu betrachten: Rot-Weiss und TUSEM.

Augenscheinlich sind die Vereine aktuell noch nicht in der Lage, die erforderlichen Mittel aus eigener Kraft aufzubringen, um sich dauerhaft in den jeweiligen Profi-Ligen zu etablieren. Der Blick vieler Unternehmen auf die Clubs ist aufgrund der Finanzschwierigkeiten der Vergangenheit von Vorsicht und Zurückhaltung geprägt. Dies gilt insbesondere für Rot-Weiss Essen. Angeraten ist es, die Vereine von Seiten der Stadt Essen, der EMG – Essen Marketing GmbH und der Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH bei der Ansprache von Sponsoren zu unterstützen und für Vertrauen in die erfolgreich arbeitende Vereinsführung zu werben. Strukturell verfügt Rot-Weiss über alle Voraussetzungen, um sich dauerhaft selbst ausreichend zu finanzieren.

Im Bereich Handball ist die Einnahmeseite des TUSEM dagegen strukturell begrenzt. Zwar ist die Sporthalle am Hallo mit vier Tribünen ein stimmungsvoller Ort, es fehlt allerdings an Vermarktungsmöglichkeiten. Die Halle verfügt über keine zeitgemäßen Hospitality-Angebote wie Logen oder großzügige VIP-Räume. Die Halle ist nur schlecht an den ÖPNV angebunden, verfügt nicht über ausreichend Parkplätze und ist in ihrer Zuschauerkapazität begrenzt. Um sich dauerhaft in der 1. Handball-Bundesliga etablieren zu können, benötigt der Verein eine erstligareife Spielstätte für rund 4.000 ZuschauerInnen mit modernen Speise- und Getränkestationen, VIP-Bereichen und Logen, um die Zuschauerzahl und Sponsorenerlöse signifikant steigern zu können.

Für die Bereiche Basketball und Eishockey ist die Entwicklung der Vereine abzuwarten. Durch die hervorragende Jugendarbeit, die beide Vereine leisten, sind sportliche Erfolge im SeniorInnen-Bereich zu erwarten. Grundvoraussetzung sind stabile Vereinsstrukturen, die Unterstützung benötigen um Vertrauen in der Wirtschaft aufzubauen und die Sponsorenschaft zu verbreitern. Mit wachsendem Erfolg steigt die Relevanz für das städtische Marketing und damit auch die Anforderungen an die Professionalisierung.

b. Weitere Sportarten

Die Vereine in Essen sind hinsichtlich ihrer Sportinfrastruktur und Möglichkeiten, bis auf wenige Ausnahmen, gut aufgestellt, insbesondere im Bereich der Wassersportarten. Die Vereine verfügen über eine gute Mitgliederstruktur sowie aktive Vereinsmitglieder und es gelingt, regelmäßig sportliche Höchstleistungen zu erbringen. Nachteilig wirkt sich nahezu bei allen Vereinen die mangelnde öffentliche Wahrnehmung aus. Die erfolgreichen SportlerInnen sind in der Stadt kaum bekannt, dadurch wird insbesondere die Ansprache von Sponsoren erschwert, um die erfolgreiche Arbeit weiter zu stützen. Zudem fehlt es an personellen Ressourcen und Know-how im Bereich Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Eventmanagement, um

professionellere Strukturen zu schaffen. In diesem Bereich bestehen erhebliche Potenziale, den Vereinen und Akteuren seitens der Stadt die erforderliche Wertschätzung zu zeigen und die oft ehrenamtliche Arbeit gezielt zu unterstützen. Im Ergebnis könnten so erfolgreiche Sport-Veranstaltungen für breitere Bevölkerungsschichten interessant aufbereitet und präsentiert werden, damit das mediale Interesse und die damit verbundenen Reichweiten steigen und das Image der Stadt Essen fördern. Zudem benötigen die Vereine Hilfestellungen bei der Medienarbeit, der Erstellung von Werbematerial oder der Professionalisierung der Sponsorenansprache. Für besondere Projekte fehlen oft kleinere Geldbeträge, die diese zum Scheitern bringen, weil die ehrenamtlichen Akteure keine privaten finanziellen Risiken eingehen wollen und können. Auch hier könnten mit einem überschaubaren Mitteleinsatz erhebliche Potenziale gehoben werden.

c. Sport-Events

Im Bereich der Veranstaltungen bestehen bei einigen traditionellen Veranstaltungen erhebliche Marketing-Potenziale. Die traditionsreiche Hängelregatta ist „das deutsche Ruder-Ereignis“ und besitzt aufgrund der sportlichen Exzellenz und als Vorbereitungsturnier für große Wettbewerbe großes Vermarktungspotenzial in Relation zum zu erwartenden Aufwand. Die Ruder-Vereine benötigen insbesondere Zugang zu potenziellen Unterstützern sowie Unterstützung in der Medien- und Kommunikationsarbeit und Entlastung beim wachsenden Genehmigungsaufwand sowie der Verbreiterung des Angebotes für ZuschauerInnen.

Ähnliches gilt für die traditionsreiche Essener Segelwoche, die ebenfalls tolle Bilder vom Baldeneysee liefert.

Die Kanupolo-Turniere könnten hier als außergewöhnliche Sportart für besondere mediale Aufmerksamkeit sorgen.

Potenzial hätte auch der Marathon am See, wenn er aus der Rolle der reinen Sportveranstaltung zu einer Publikumsveranstaltung wachsen würde.

Sportlich ambitionierte Vereine zudem bei der Ausrichtung von Meisterschaften zu unterstützen, würde sowohl den lokalen Sport fördern als auch nützlich für die Steigerung des städtischen Images wirken.

Essen besitzt also erhebliche Potenziale, wenn langjährig bestehende Top-Formate durch gezielte Unterstützung der Veranstalter zu Publikumsveranstaltungen weiterentwickelt werden.

Daneben hat Essen zudem das Potenzial Trendsport-Events in der Innenstadt oder dem UNESCO-Welterbe Zollverein zu präsentieren oder größere Sport-Events temporär aus Vermarktungszwecken nach Essen zu holen.

8. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Essen lässt erhebliche Potenziale des Sports im Bereich des Marketings mit dem Ziel des Imagewandels ungenutzt. Die Vermarktung sportlicher Spitzenleistungen verbunden mit den Standortvorteilen der Stadt Essen sollte angestrebt werden. Daneben sind viele Vereine und Akteure in ihren finanziellen und personellen Möglichkeiten begrenzt und würden mit der nötigen professionellen Begleitung für breite Bevölkerungsschichten attraktive Sportveranstaltungen organisieren können. Hier wäre angeraten, die notwendige Hilfestellung durch Stadt und ESPO unter Einbeziehung privater Partner zu verbessern oder zu zentralisieren. Weiterhin leidet der Spitzensport unter einem Mangel an vertrieblichen Strukturen und Zugang zu Unternehmen. Hier wäre mit einem Know-how-Transfer und dem Aufbau von aktiven Netzwerken zur Verknüpfung von Sport und Wirtschaft eine wesentliche Verbesserung der Leistungsfähigkeit der Vereine zu erreichen. Unternehmen sollten spüren, dass der Sport nicht nur einen elementaren Beitrag zum Gemeinwohl leistet, sondern ein schlüssiges Gesamtkonzept zur Aufwertung des Images der Stadt Essen darstellt und somit langfristig zu einer Erhöhung der Lebensqualität beiträgt. Auch sollte verhindert werden, dass Unternehmen „von tausend Seiten“ angesprochen werden und sich deshalb oftmals in Gänge zurückziehen. Ein Netzwerk, das die Sportstadt Essen mit all ihren Möglichkeiten präsentiert, wird für Unternehmen attraktiv und schafft eine geordnete Kommunikation zwischen Unternehmen und Vereinen. Zuletzt sollte sich die Stadt Essen hinsichtlich einer Bewerbung der Region Rhein-Ruhr für die Austragung Olympischer Spiele organisatorisch aufstellen und diese mit den bestehenden Strukturen dauerhaft zu deren Förderung verbinden.

Für die vorgezeichneten Aufgaben gibt es aktuell keine Trägerschaft im Bereich der Stadt Essen. Bei der EMG – Essen Marketing GmbH fehlt es an personeller Ausstattung sowie fundiertem Know-how im Bereich des Sports. Zudem sieht die Gesellschafterstruktur der EMG als PPP-Modell den Bereich des Sports bislang nicht gesondert vor.

Die Sport- und Bäderbetriebe der Stadt Essen haben ihre Aufgabe in der Bereitstellung der kommunalen Infrastruktur für den Sport.

Der ESPO als gemeinnütziger Verein scheidet als Träger ebenfalls aus.

Daher ist anzuraten eine Anlaufstelle in Form eines Vereins, Gesellschaft oder Stabsstelle einzurichten mit folgenden Aufgaben:

- Allgemeine Marketing-Unterstützung für Vereine und EinzelsportlerInnen.
- Monetäre Unterstützung für Vereine bei besonderen Ereignissen durch Sportförder-Fonds.
- Einwerbung und Unterstützung von Veranstaltern für die Durchführung bedeutender Sport-Events sowie einer möglichen Bewerbung für die Olympischen Spiele Rhein-Ruhr.

Insbesondere den „Nicht-Publikumssportarten“ mangelt es an öffentlicher Außenwirkung sowie professionellen Strukturen in Marketing und Kommunikation. Es sollte den Vereinen zusätzlich regelmäßige Unterstützung und Beratung im Bereich der Kommunikations- und Sponsorenarbeit angeboten werden. Im Bereich des Leistungssports, auch in den Publikumssportarten sollte die Stadt in Verbindung mit EWG, EMG und dem ESPO Netzwerkveranstaltungen anbieten, um Sport und Wirtschaft besser zu vernetzen.

Sportförder-Fonds

Vielen Vereinen mangelt es an Kontakten, Zugang zu Förderprogrammen oder aktiver Unterstützung von sportlichen Veranstaltungen, insbesondere wiederkehrenden Leistungsturnieren, der Ausrichtung von nationalen oder internationalen Meisterschaften sowie Jubiläumsturnieren. Es wird ein Fonds von zunächst 200.000,00 € p.a. vorgeschlagen, der den Akteuren die Möglichkeit gibt, Förderanträge für die o.g. Projekte zu stellen und somit wertvolle Unterstützung bei der Durchführung zu erhalten. Es ist zudem angeraten, die Privatwirtschaft an der Ausstattung des Fonds durch Finanz- und/oder Sachmittel zu beteiligen.

Sport-Events

Die Stadt sollte entweder mit den bestehenden Akteuren hiesige Sport-Events mit nationaler und internationaler Strahlkraft entwickeln und selbst oder in Netzwerken durchführen. Auch die Anwerbung nationaler und internationaler Sport-Events zur Steigerung des Images in Verbindung mit der EMG sollte zum Aufgaben-Portfolio gehören.

Indoor-Events

Um den TUSEM Essen in seiner Entwicklung zu unterstützen, wäre der Bau einer Sporthalle bzw. Ertüchtigung einer bestehenden Halle für 4.000 ZuschauerInnen mit zeitgemäßen VIP-Logen und -Räumen anzuraten.

9. ZUSAMMENFASSUNG

Die Sportstadt Essen schöpft bislang die vorhandenen Potenziale im Bereich Sport nicht aus, um damit signifikante Verbesserungen ihres Images zu erreichen. Zwar besitzt Essen große Exzellenzen in verschiedenen Sportarten und verfügt dort auch über traditionell gewachsene Veranstaltungen auf hohem sportlichem Niveau, diese werden jedoch nicht in der breiten Öffentlichkeit wahrgenommen. Zudem verfügt die Stadt Essen weder über einen konzeptionellen Ansatz diese Stärken für ihr Marketing nutzbar zu machen, noch über eine geeignete Struktur auch in den Publikumssportarten die vorhandenen Potenziale zu heben. Schließlich sind die Publikumssportarten im Sinne des Marketings zur Steigerung des Images ein sehr geeignetes Instrument.

Das Konzept zeigt insgesamt ein deutliches Muster auf. Im Bereich der Publikumssportarten hat Essen in der vergangenen Dekade erheblich an Bedeutung verloren. Die Positionierung der Spitzenvereine in diesen Bereichen ist in Relation zur Größe der Stadt Essen und vergleichbarer Großstädte nicht ausreichend. Die Vereine beklagen insbesondere eine fehlende Wettbewerbsfähigkeit als Folge von mangelndem Sponsoren-Interesse.

Auch fehlen mittlerweile große Sportevents als mediale und gesellschaftliche Ereignisse.

Wenn die Stadt Essen im Zuge ihrer Marketingaktivitäten, die auf die Verbesserung ihres Images abzielen, den Sport als Instrument nutzen will, ist der Sport auf unterschiedlichen Ebenen zu fördern:

- Die Bedeutung des Sports für das Image der Stadt Essen muss dauerhaft betont werden. Hierzu sind Netzwerke zwischen Vereinen und Wirtschaft zu schaffen und für Unterstützung von Vereinen oder Events zu werben.
- Zur Durchführung bedeutender Indoor-Sport-Events sowie für die Zukunftssicherung des TUSEM in der Handball-Bundesliga ist der Bau oder die Ertüchtigung einer geeigneten Infrastruktur zu fördern.
- Die Vereine sind in ihrer Öffentlichkeits- und Vertriebsarbeit zu unterstützen, damit sie dauerhaft selbstständig in der Lage sind, sich ausreichend zu finanzieren.
- Die Netzwerke zwischen den Vereinen und dem Stadtmarketing müssen intensiviert werden, damit die Vermarktung der sportlichen Erfolge im Sinne einer Imageverbesserung der Stadt Essen strukturiert erfolgt und damit sowohl EinzelsportlerInnen als auch den Vereinen durch Mehrung ihrer Bekanntheit bei der Sponsorensuche geholfen wird.
- Die erfolgreichen Randsportarten sind von großem ehrenamtlichem Engagement gekennzeichnet. Die damit begrenzten personellen Kapazitäten der Vereine sollten zielgerichtet auf Wunsch der Vereine aufgestockt werden, um insbesondere sportliche Großereignisse auf dem Gebiet der Stadt Essen für ein breites Publikum zu öffnen und medial zu vermarkten.
- Sport-Veranstalter benötigen eine zentrale Anlaufstelle, die das Handeln der städtischen Ämter im Sinne einer erfolgreichen Realisierung koordiniert (analog zu allgemeinen Großveranstaltungen) und zudem in der Lage ist, einem Veranstalter den positiven Image-Transfer ggf. zu vergüten.