

Wirtschaftsnetzwerk „Sport – Tourismus – Gesundheit“ gegründet

Studie zeigt Schnittstellen zwischen der Sport-, Tourismus- und Gesundheitsbranche auf

In Güstrow hat sich heute das Wirtschaftsnetzwerk „Sport – Gesundheit – Tourismus“ gegründet, in dessen Rahmen Akteure aus den gleichnamigen Branchen zukünftig stärker zusammenarbeiten wollen. Ziel ist es, gemeinsam Möglichkeiten für eine höhere Wertschöpfung auszuloten. Die Gründung der für alle Interessierten offenen Vereinigung, wurde initiiert von Vertretern des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit, dem Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern sowie dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern. Zur Mitwirkung im Netzwerk sind unter anderem Sportverbände und gewerbliche Sportanbieter eingeladen.

Welche Vorteile eine engere Verknüpfung der Bereiche Sport, Tourismus und Gesundheit mit sich bringt, zeigt eine Studie mit dem Titel „Potentiale im Tourismus- und Sportmarketing anhand exponierter Sportveranstaltungen in MV“, die im Auftrag des Wirtschaftsministeriums und des Landestourismusverbandes entstanden ist. Sie wurde von der Sportmarketingagentur „PRO EVENT“ erstellt und wird heute erstmals öffentlich vorgestellt.

Dazu Torsten Haverland, Geschäftsführer des Landessportbundes: „Der Sport ist ein wichtiges Aushängeschild für unser Land. Er zieht mit hochklassigen nationalen und internationalen Wettkämpfen und attraktiven Breitensport-Events regelmäßig viele Menschen an. An einer besseren Vermarktung von Sportveranstaltungen haben die Sportvereine und -verbände ein großes Interesse. Ebenso liegt im touristischen Bereich großes Potenzial. Mit einer Vielzahl von gesundheitssportlichen und natursportlichen Angeboten wie zum Beispiel Segeln, Kanufahren, Reiten oder Wandern können die Sportvereine dazu beitragen, dass das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern noch attraktiver wird.“

Tobias Weitendorf, Geschäftsführer des Landestourismusverbandes, ergänzte: „Zwischen den Bereichen Sport, Tourismus und Gesundheit gibt es große Schnittmengen. Jede Sportveranstaltung, ob im Profi- oder Freizeitsport, bedeutet unterm Strich Wertschöpfung fürs Land. Alle Beteiligten des Netzwerkes sollten den Mannschaftsgedanken nach vorn stellen, um voneinander zu lernen und das Urlaubsland auch zu einem Sportland werden zu lassen. Die perfekte Kulisse – Ostsee, Wälder und Seen – ist schon mal da. Rund 270.000 Reisen können im Nordosten dem Bereich Sport- und Aktivurlaub zugerechnet werden. Seit der Pandemie sind die Zahlen etwas rückläufig.“

Die Studie präsentiert Effekte exponierter Sportveranstaltungen auf die Tourismuswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern und zeigt Vorteile eines abgestimmten Tourismus- und

Sportmarketings auf. Allein die Profisportvereine Mecklenburg-Vorpommerns im Fuß-, Hand-, Volley- und Basketball haben laut Studie neben einer hohen wirtschaftlichen Relevanz auch eine mediale Strahlkraft. Ihr Umsatzvolumen betrug 2018/2019 rund 23,5 Millionen Euro. Aber auch traditionelle Freizeitsportveranstaltungen wie die Mecklenburger Seen Runde, der Darß-Marathon oder der Usedom Beachcup generieren Medienwerte in Millionenhöhe.

Für Mecklenburg-Vorpommern werden in dem Papier neben der Erstellung eines Leitbildes für die Vermarktung von Sportveranstaltungen und strategische Eckpunkte benannt, die zur Erhöhung der positiven Effekten aus Sportveranstaltungen führen sollen. So sollen mehr Sportveranstaltungen und -events nach MV geholt werden, insbesondere internationaler Art wie Europa- und Weltmeisterschaften, regionale Sportveranstaltungen mit Bezug zum Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern unterstützt und Innovationen sowie neue Event-Formate gefördert werden. Sportverbänden, -vereinen und Veranstaltern soll als Botschafter für das Sportland MV eine besondere Rolle zukommen. Zur Umsetzung dieser Ziele steht eine Organisation „Sportmarketing MV“ in Rede.

Weitere Informationen: www.lsb-mv.de