

„Bundesliga-Clubs auf Tour: Sommer 2024 rund um den Globus“

Bundesliga-Clubs reisten 2024 nach Südafrika, Asien und den USA, um internationale Freundschaftsspiele und kulturelle Aktivitäten zu erleben.

In der Sommerpause 2024 zeigte die Bundesliga, dass sie nicht nur auf dem Heimatplatz, sondern auch international eine große Rolle spielt. Sechs Clubs nutzten die Zeit für ein aufregendes Abenteuer, das weit über gewöhnliche Trainingslager und Freundschaftsspiele hinausging. Die Reisen führten die Mannschaften in verschiedene Länder, wo sie nicht nur sportliche Erfolge feiern, sondern auch kulturelle Begegnungen und soziale Projekte erleben konnten.

Internationale Sichtbarkeit und soziale Verantwortung

Die Auslandsreisen dieser Bundesliga-Teams repräsentieren eine wichtige Entwicklung in der Strategie der Deutschen Fußball Liga (DFL). „Die internationalen Auftritte schaffen Sichtbarkeit für die Bundesliga und stärken unsere Marken“, erklärt Peer Naubert von Bundesliga International. Dabei betont er, dass diese Reisen auch einen sozialen Aspekt beinhalten sollten. So engagierte sich der FC Augsburg in Südafrika für das Projekt „Football4WASH“, das Kindern Zugang zu sauberem Wasser ermöglichen soll. Solche Initiativen zeigen, dass die Clubs sich nicht nur um den sportlichen Erfolg kümmern, sondern auch Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen.

Erfolgreiche Sommerreisen in verschiedene

Länder

Die Reiseziele der Teams reichten von den USA über Asien bis nach Afrika. Eintracht Frankfurt und RB Leipzig reisten beide in die USA. Während Frankfurt in Louisville und New York City testete, wagte Leipzig ebenfalls Testspiele in New Jersey und Florida und kombinierte diese mit CSR-Aktionen. Borussia Dortmund hingegen startete seine Asientour in Bangkok und machte dann Halt in Japan, wo sie Kulturerfahrungen sammelten und gegen lokale Teams antraten.

Holding internationaler Sportevents hat nicht nur positive Auswirkungen auf die Clubs, sondern fördert auch zukünftige Kooperationen mit lokalen Partnern. „Mit unserem Ansatz wollen wir die internationale Bekanntheit der Bundesliga erhöhen, was sich langfristig positiv auf alle Clubs auswirken kann“, so DFL-Geschäftsführer Steffen Merkel.

Begeisterung bei den Fans und Kultur Austausch

Die Verbindung zum internationalen Publikum zeigte sich deutlich bei den Spielen der verschiedenen Clubs. So trat der FC Bayern München vor 63.500 Zuschauern in Südkorea gegen Tottenham Hotspur an, während der VfB Stuttgart in Japan vor mehr als 20.000 Fans gegen lokale Mannschaften spielte. Hierbei erlebten die Spieler und auch das Management nicht nur sportliche Herausforderungen, sondern auch tiefgehende kulturelle Einblicke und Erinnerungen, die weit über den Fußball hinausgehen. „Die verbindende Kraft des Fußballs ist die entscheidende Basis unserer Strategie“, fügt Naubert hinzu.

Zurück zu Hause und mit neuen Erfahrungen

Jetzt, da die Teams nach ihren Reisen zurückgekehrt sind, stehen sie kurz vor dem Auftakt der neuen Saison. Die positiven

Erfahrungen und Erinnerungen aus den Sommertouren werden zweifellos ihre Vorbereitung auf die kommenden Herausforderungen prägen. „Diese Reisen haben unvergessliche Momente geschaffen, die unsere Spieler zusammengeschweißt haben und die Beziehung zu den Fans vertieften“, so Naubert. In einer Zeit, in der Fußball stärker denn je mit Solidarität, Gemeinschaft und interkulturellem Austausch verbunden wird, zeigen die Bundesliga-Clubs, dass sie bereit sind, diese Werte zu leben und zu fördern.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de