



OBEN ANGEKOMMEN

UEFA Women's EURO 2025

Evaluationsbericht nach dem Turnier

Juli 2026



IN DIESEM BERICHT

1	Vorworte	3
2	Zusammenfassung	5
3	Turnier- und Event-Erlebnis	7
4	Wachstum des Frauenfußballs	12
5	Erfolg messen	18
	5.1 Besucherzahlen und Fanerlebnis	20
	5.2 Wirtschaft und Tourismus	23
	5.3 Profifußball	27
	5.4 Gesellschaftliche Auswirkungen	31
	5.5 Nachhaltigkeit	38
6	Oben angekommen	44



HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Dieser Bericht wurde von der Ernst & Young AG (EY) für die UEFA unter Verwendung der von der UEFA und dem Schweizerischen Fußballverband (SFV) bereitgestellten Informationen und anderer von EY gesammelter Primär- und Sekundärdaten erstellt. EY ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in der Schweiz. EY verantwortet den vorliegenden Bericht ausschließlich gegenüber der UEFA. Soweit gesetzlich zulässig, übernimmt EY keine Verantwortung gegenüber Dritten in Bezug auf diesen Bericht. Sollten sich Dritte auf den Bericht berufen, erfolgt dies auf eigenes Risiko. EY wurde von ihrer Kundin, der UEFA, nicht angewiesen, Anfragen Dritter zu beantworten bzw. oder entsprechende Auskünfte zu erteilen und wird dies auch nicht tun.

EY wurde von der UEFA auch nicht angewiesen, den Bericht für nachfolgende Veranstaltungen zu aktualisieren oder (gegebenenfalls) weitere von EY ausgeführte Arbeiten zu berücksichtigen. Deshalb verpflichtet sich EY unbeschadet der Allgemeingültigkeit des Voranstehenden Dritten gegenüber nicht, diesen Bericht in dieser Hinsicht zu aktualisieren.

Die UEFA übernimmt für den Inhalt des Berichts keinerlei Verantwortung.

Alle Rechte vorbehalten.

Dieser Bericht wurde vorbereitet von
„EY Economic Advisory practice“.
Hauptkontaktperson:
Peter Arnold (parnold@parthenon.ey.com)

VORWORT

Schon ein Jahr ist seit der UEFA Women's EURO 2025 vergangen, aber die Erinnerungen sind weiterhin sehr präsent. Nicht nur wegen der Tore, der vollen Stadien und der Feierstimmung, die in der ganzen Schweiz herrschte, sondern auch dafür, was das Turnier offenbarte: einen Sport, der immer mehr an Selbstvertrauen gewinnt, und Aspirationen, die während dieser unvergesslichen Wochen schon in greifbare Nähe gerückt waren.

Die Frauen-EM-Endrunde wurde in der Schweiz nicht nur einfach ausgetragen und verfolgt. Sie wurde gelebt. Fans aus ganz Europa und darüber hinaus reisten in die Alpenrepublik und füllten auf farbenfrohe und musikalische Weise Züge, Straßen, Fanzonen und Stadien, während sie sich gemeinsam auf die Spiele freuten. 657 291 Zuschauer/-innen in den Stadien bedeuteten einen Rekord, wobei 29 der 31 Partien ausverkauft waren – das Turnier war der lebendige Beweis einer Bewegung, die immer mehr an Fahrt aufnimmt.

Die Endrunde reichte weit über das Gastgeberland hinaus. Überall auf der Welt zog das Turnier sowohl eingefleischte Fans als auch Fußballneulinge in ihren Bann. Die Zuschauer/-innen nutzten dabei traditionelle Übertragungen wie auch neue digitale Plattformen.

Doch Zahlen allein können die Bedeutung des Turniers nicht erfassen.

Es geht um Tausende Mädchen, die ihre Idole im Rampenlicht verfolgt und davon geträumt haben, es ihnen gleichzutun. Es geht um Familien, die eine neue Sommeraktivität für sich entdeckt haben. Es geht um prosperierende Austragungsorte, die Menschen ein zweites Zuhause bieten, in dem sie durch eine einfache, kraftvolle Freude vereint sind: die Begeisterung für den Fußball.

Das Turnier zeigte zudem auch die Rolle des Fußballs in der Gesellschaft deutlicher auf. Die Förderung nachhaltiger Reisen sowie umfassendere ökologische und soziale Verpflichtungen sind Beweis für die Überzeugung, dass die Verantwortung des Fußballs nicht am Eingang eines Stadions endet. Die UEFA Women's EURO 2025 hat Menschen zusammengebracht, aber auch für gesündere Lebensgewohnheiten, eine gestärkte Gesellschaft und eine klarere Vorstellung davon gesorgt, was im Rahmen künftiger Veranstaltungen bewahrt werden soll.

Ein Jahr nach diesem denkwürdigen Sommer in der Schweiz ist die positive Wirkung noch immer spürbar. Immer mehr Frauen und Mädchen nehmen ihren Platz im Fußball als Spielerinnen, Trainerinnen, Schiedsrichterinnen und Offizielle ein. In ganz Europa nutzen Nationalverbände das Momentum des Turniers: Sie verbessern den Zugang zum Fußball, weiten Entwicklungsmöglichkeiten aus, investieren in Talente und tragen dazu bei, dass der Frauenfußball nachhaltig und mit klaren Zielen wachsen kann.

Genau das ist die Entwicklung, die dieser Bericht nachzeichnen will. Das Vermächtnis der UEFA Women's EURO 2025 ist kein einzelner, in sich abgeschlossener Erfolg. Es ist für jedes Mädchen, das sich einem Verein anschließt, für jede Trainerin, der sich eine neue Tür öffnet, für jede Schiedsrichterin, die den Platz betritt, und für jeden Fan, der immer wieder ins Stadion geht, ein lebendiges und greifbares Ergebnis.

Noch lange nach dem Abpfiff hallt das Turnier bei den Menschen vor Ort, in Vereinen und mit Blick auf die Zukunft des Frauenfußballs nach.



UEFA-Präsident
Aleksander Čeferin

VORWORT

Die UEFA Women's EURO 2025 hat eindrücklich gezeigt, welche Kraft, Dynamik und Ausstrahlung der Frauenfußball heute entfaltet – in der Schweiz, in Europa und weit darüber hinaus. Das Turnier war nicht nur ein sportlicher Höhepunkt, sondern auch ein gesellschaftliches Ereignis, das Menschen zusammengebracht, begeistert und inspiriert hat.

Für die Schweiz als Gastgeberland war die Women's EURO 2025 eine einzigartige Gelegenheit, den Frauenfußball nachhaltig zu stärken und weiterzuentwickeln. Die große Begeisterung in den Stadien, die Fanmärsche mit zehntausenden Menschen in den Schweizer Stadien, die hohe mediale Präsenz sowie die breite Unterstützung in der Bevölkerung haben eindrücklich unterstrichen, welches Potenzial in diesem Sport steckt.

Die Women's EURO 2025 hat in vielerlei Hinsicht Maßstäbe gesetzt und stellt einen Meilenstein dar – sowohl aus sportlicher als auch aus ökologischer Sicht. Das Turnier hat gezeigt, wie nachhaltige Konzepte erfolgreich umgesetzt werden können und wie Großveranstaltungen Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft übernehmen können.

Der vorliegende Bericht macht deutlich, dass die Wirkung dieses Turniers weit über die 90 Minuten auf dem Spielfeld hinausgeht. Er zeigt auf, wie gezielte Investitionen, enge Zusammenarbeit zwischen Verbänden, Politik und Wirtschaft sowie eine klare Vision langfristige Impulse schaffen können – für den Breiten- wie auch für den Spitzenfußball.

Für den Schweizerischen Fußballverband ist klar: Die Women's EURO 2025 ist kein Endpunkt, sondern ein Meilenstein. Wir sehen es als unsere Verantwortung, die geschaffenen Strukturen, die gestiegene Sichtbarkeit und die neu gewonnene Begeisterung nachhaltig zu nutzen. Unser Ziel ist es, Mädchen und Frauen in der ganzen Schweiz den Zugang zum Fußball weiter zu erleichtern und optimale Rahmenbedingungen für ihre Entwicklung zu schaffen.

Ich danke der UEFA, allen Partnern sowie den zahlreichen engagierten Menschen im Hintergrund, die dieses Turnier möglich gemacht haben. Gemeinsam haben wir ein starkes Zeichen für die Zukunft des Frauenfußballs gesetzt.



**Präsident Schweizerischer
Fußballverband (SFV)**
Peter Knäbel



2

ZUSAMMENFASSUNG



ZUSAMMENFASSUNG

Bei der UEFA Women's EURO 2025 wurden Zuschauerrekorde aufgestellt, ein weltweites Publikum erreicht und eine anhaltende Fanbeteiligung sichergestellt. Das Turnier bot den Fans ein hervorragendes Umfeld, um gemeinsam den Frauenfußball zu feiern und getreu dem Turniermotto „The Summit of Emotions“ den Gipfel der Emotionen zu erklimmen. Bei den Investitionen und Sponsoring-Einnahmen wurde ein beispielloses Wachstum erzielt, während prägende Momente auf und neben dem Spielfeld den Aufschwung des Frauenfußballs in der Schweiz und darüber hinaus beschleunigten. Dadurch konnten die Reichweite und die Wirkung des Turniers hervorgehoben werden.

Beim Turnier wurden nicht nur neue Rekorde aufgestellt, sondern Sichtbarkeit in eine konkrete Dynamik verwandelt. Das professionelle Ökosystem wurde gestärkt, die Wirtschaftstätigkeit in der ganzen Schweiz angekurbelt, die Entwicklungsmöglichkeiten für Mädchen und Frauen erweitert und die ökologischen und sozialen Verpflichtungen eingehalten. Erste Erkenntnisse deuten darauf hin, dass das Turnier auch lange nach dem Schlusspfiff weiterhin zum langfristigen Wachstum in Klubs, Nationalverbänden und bei den Menschen vor Ort beiträgt.

In diesem Bericht werden diese Auswirkungen detailliert untersucht und die Ergebnisse zum wirtschaftlichen Nutzen, zum Anstieg der Zuschauerzahlen, zur Teilnahme am Fußball, zur professionellen Entwicklung des Frauenfußballs und zum sozialen und ökologischen Vermächtnis zusammengetragen.



HÖHEPUNKTE DES TURNIERS

BESUCHERZAHLEN UND FANERLEBNIS

- Zuschauerrekord: **657 291** Menschen besuchten die Stadien, wobei **29 der 31** Spiele ausverkauft waren
- Fast **1,2 Mio.** Besuche der Fanzonen der Austragungsstädte: **87 %** der Einwohner/-innen der Austragungsstädte stuften ihre Erfahrung als gut oder hervorragend ein
- Beispiellose digitale Reichweite: **1,9 Mrd. Interaktionen** in den sozialen Medien, ein Anstieg von **115 %** im Vergleich zu 2022 (Videoansichten **+267 %**)

PROFIFUSSBALL

- Meistverfolgte Frauen-EM-Endrunde mit einer Gesamtzuschauerzahl weltweit von über **500 Mio.**
- Beispielloses Sponsoring-Wachstum mit einem Anstieg der Einnahmen um **150 %** im Vergleich zu 2022 und mit **21** Turnierpartnern
- Anhaltende Fanbeteiligung, wobei **86 %** der Zuschauer/-innen dem Frauenfußball auch in Zukunft treu bleiben möchten

WIRTSCHAFT UND TOURISMUS

- Beitrag in Höhe von **CHF 205 Mio. (EUR 220 Mio.)** zur Wirtschaftstätigkeit in der Schweiz
- Ausgaben in Höhe von **CHF 71 Mio. (EUR 76 Mio.)** durch die heimischen und ausländischen Besucher/-innen in den Austragungsstädten
- Viele ausländische Gäste mit über **230 000 Tickets**, die an Fans aus **167** Ländern verkauft wurden

NACHHALTIGKEIT

- Intensive Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel mit **86 %** der Besucher/-innen, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu den Stadien kamen
- **70 %** des Dekorationsmaterials und der Beschilderung wurden recycelt oder zum Upcycling gespendet
- Barrierefreie und inklusive Durchführung mit **1 384** verkauften barrierefreien Tickets, der Bereitstellung von Audiodeskription und von für Barrierefreiheit zuständigen Volunteers an allen Austragungsorten

GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

- **2 500 Volunteers** aus 73 Ländern, mehr als die Hälfte davon Frauen
- Inklusiver Zugang durch die UEFA-Stiftung für Kinder mit **2 025 verschenkten Tickets** und einer innovativen virtuellen Beteiligung von stationär im Krankenhaus behandelten Kindern
- Positive Wahrnehmung in den Austragungsstädten mit **83 % der Einwohner/-innen**, die stolz auf die Ausrichtung waren, und **70 %**, deren Stimmung durch das Turnier positiv beeinflusst wurde



3

TURNIER- UND EVENT-ERLEBNIS

TURNIERÜBERBLICK

Die Schweiz richtete im Juli 2025 die UEFA Women's EURO aus. 16 Nationalteams bestritten 31 Spiele und am Ende wurde England in Basel Europameister.

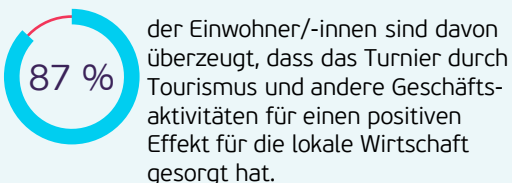
Die Besucher- und Übertragungszahlen übertrafen sämtliche Werte aus dem Jahr 2022, wodurch das anhaltende Wachstum der Frauen-EM und ihre globale Reichweite unterstrichen wurden. Bei diesem landesweit ausgetragenen Turnier wurde der Elitefußball mit attraktiven Aktivitäten in den Austragungsstädten kombiniert und die Schweiz konnte sich sowohl dem nationalen als auch dem internationalen Publikum erfolgreich präsentieren.



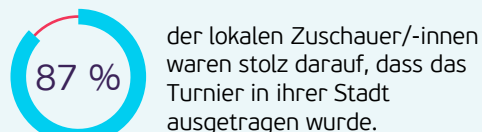
DAS TURNIER IN ZAHLEN

Stolze Bürger/-innen in den Austragungsstädten

WIRTSCHAFTSWACHTUM IN DEN AUSTRAGUNGSSTÄDTEN

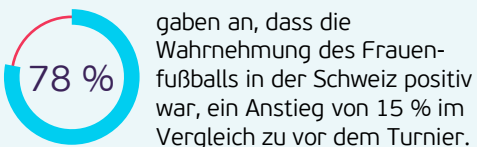


STOLZ AUF DIE AUSRICHTUNG

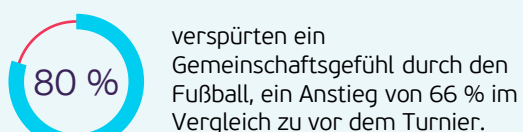


Breitenfußballvermächtnis für Frauen und Mädchen in der Schweiz

BESSERE WAHRNEHMUNG

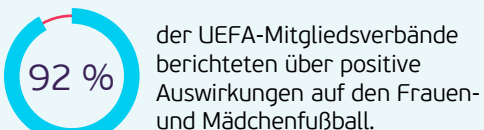


GEMEINSCHAFTSGEFÜHL

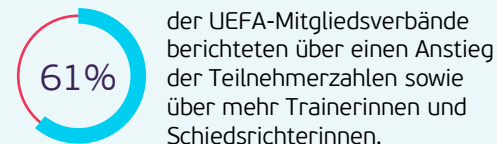


Einfluss über die Schweiz hinaus

POSITIVE AUSWIRKUNGEN IN GANZ EUROPA



ANSTIEG DER TEILNEHMERZAHLEN



ERLEBNIS IN DEN AUSTRAGUNGSSTÄDTEN

Die UEFA Women's EURO 2025 reichte in der ganzen Schweiz weit über das Geschehen in den Stadien hinaus. Die Städte kombinierten die Ausrichtung der Spiele mit Fanzonen, nachhaltiger Mobilität (darunter die kostenlose Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel), koordinierten Aktivitäten in den Stadtzentren und gezielten Investitionen in Mädchenfüßballeinrichtungen und Breitenfußballprogramme. Dank dieses koordinierten Ansatzes konnte die gewonnene Sichtbarkeit in messbaren wirtschaftlichen Nutzen, eine starke Beteiligung der lokalen Bevölkerung und erste strukturelle Gewinne für den Frauenfußball verwandelt werden.



THUN

Aktivitäten im Stadtzentrum und beschleunigte Umsetzung lokaler Infrastrukturprojekte

Die Aktivitäten in Thun konzentrierten sich auf das Stadtzentrum, wo an den Spieltagen lokale Geschäfte eingebunden und die Spielerinnen in den Mittelpunkt gestellt wurden.



43 %

der Geschäfte
meldeten ein
höheres
Kundenaufkommen



85 %

gaben an, sie
würden eine
ähnliche
Veranstaltung in
Zukunft begrüßen

Die Auftritte von Spielerinnen an verschiedenen Orten in der Stadt stärkten die lokale Verbundenheit mit dem Turnier und sorgten für Stolz in der Bevölkerung. Wichtig war auch, dass die stärkere politische und öffentliche Aufmerksamkeit den geplanten Übergang von Natur- zu Kunstrasen um einige Jahre beschleunigte. Mit Blick auf Teilnahme und Spielerentwicklung ist die Einrichtung, die nun vom FC Thun Frauen genutzt wird, ein langfristiger Vorteil – ein eindeutiges Beispiel dafür, wie kurzfristige Initiativen zu langfristigen strukturellen Gewinnen führen können.



BASEL

Intensives Engagement und strukturelles Wachstum

Basel bot eines der umfangreichsten Programme des Turniers:



404 000

Besuche in Fanzonen
und an anderen
Veranstaltungsorten



97 %

Besucherezufriedenheit

Durch starke Maßnahmen in den Bereichen umweltfreundliche Mobilität und lokale Beschaffung wurden die Grundsätze in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance (ESG) bei der Ausrichtung des Turniers in Basel eingehalten. Diese Bemühungen führten zu einem messbaren Wachstum: Die Anzahl Spielerinnen und Trainerinnen in der Nordwestschweiz stieg um 14 %, die Anzahl Schiedsrichterinnen verdoppelte sich zwischen Januar 2025 und dem Turnierende (27. Juli 2025) und es wurden CHF 145 000 (EUR 155 000) zur Unterstützung von 19 Projekten zur Förderung des Mädchen- und Frauenfußballs bereitgestellt.



LUZERN

Präsenz in der Stadt und langfristige Investitionen

Die Spiele in Luzern waren ausverkauft und das Engagement war in der ganzen Stadt sichtbar:



43 000

Besucher/-innen bei
den drei
Gruppenspielen



>110 000

Besuche in der
Fanzone

Die Dekoration der Stadt und der öffentlichen Verkehrsmittel sowie kulturelle Aktivitäten sorgten dafür, dass das Turnier sich nicht nur auf das Stadion beschränkte, sondern in der ganzen Stadt präsent war. Im Nachgang zum Turnier führte diese Sichtbarkeit zu anhaltenden Investitionen in den Mädchen- und Frauenfußball, einschließlich mobiler Spielfelder, Breitenfußballturnieren, der Finanzierung von Innovationen bei Klubs und Infrastrukturverbesserungen ab 2026. Luzern zeigt, wie koordinierte Aktivitäten ein kurzfristiges Engagement in langfristige Investitionen in die Infrastruktur verwandeln können.



ZÜRICH

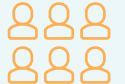
Stärkung von Mädchen und bessere Entwicklungsmöglichkeiten

Zürich konzentrierte seine Bemühungen auf die Ausweitung des Zugangs von Mädchen zum Fußball. Dies erfolgte über das niederschwellige Programm ZüriKick, in dessen Rahmen in Schulen in der ganzen Stadt kostenlose Trainings angeboten wurden:



152

teilnehmende
Mädchen im
ersten Jahr



6

Trainerinnen
absolvieren den C-
Basic-Diplomkurs
des SFV

Dank der Endrunde konnten zudem 43 Organisationen 64 Projekte umsetzen, mit denen sportsspezifisches und sportübergreifendes Wachstum gefördert wird:

- RIDE GIRLS mit kostenlosen Fahrradaktivitäten, um Klischees zu bekämpfen und mehr Mädchen für den Bike-Sport zu begeistern.
- Schließung einer Lücke im Breitenfußball durch die Goalkeeper Days mit spezifischen Trainings und Maßnahmen zur Persönlichkeitsentwicklung unter der Leitung der ehemaligen Nationalspielerin Kathrin Lehmann, die dem Frauenfußball Sichtbarkeit verschafft und ein wichtiges Vorbild für junge Spielerinnen ist.

ERLEBNIS IN DEN AUSTRAGUNGSTÄDTEN



GENF

STRUKTURELLE VERBESSERUNGEN UND EIN NACHHALTIGES VERMÄCHTNIS

Die Bemühungen in Genf konzentrierten sich auf die Verbesserung der Infrastruktur und die berufliche Unterstützung von Frauen:



CHF >25 Mio.

(EUR >27 Mio.)

Investitionen in Sportinfrastrukturprogramme



40 %

Frauen in Führungspositionen im Sport bis Ende 2026

Im Rahmen der Kampagne #ChangeonsLaDonne soll die Vertretung von Frauen in Führungspositionen erhöht werden. Das Ziel sind 40 % Frauen in führenden Positionen im Sport bis Ende 2026.

Am Stade de Genève und an anderen lokalen Einrichtungen wurden nachhaltige Verbesserungen durchgeführt. Zudem ernannte die Stadt eine für die Unterstützung des Frauenfußballs verantwortliche Person, die als Ansprechperson für Klubs dient und sich für die Erhöhung der Teilnehmerzahlen einsetzt.



BERN

UMFASSENDE AKTIVITÄTEN IN DER STADT UND EIN REGIONALES VERMÄCHTNIS

Das Programm in Bern erreichte Rekordwerte beim Fanengagement:



>500 000

Gäste in der Austragungsstadt



>40 000

Teilnehmende an den Fanwalks an Spieltagen

In Bern wurden hochkarätige Events in der Stadt mit regionalen Programmen kombiniert, die in Zusammenarbeit mit dem Kanton Bern und dem Fußballverband Bern-Jura durchgeführt wurden.

Diese Ansatz konzentrierte sich auf gezielte Unterstützung für Schulsport für Mädchen, mobile Spielfelder und lokale Klubs mit eindeutigen regionalen Ergebnissen: Die Anzahl der Trainerinnen stieg um 28 %, die der Schiedsrichterinnen um 50 % und der Offiziellen um 24 %.



SION

AUSWEITUNG DES TURNIERS ÜBER DAS STADION HINAUS

Sion konzentrierte sich auf ein kompaktes, lokales Fanengagement sowie ein starkes Angebot für anreisende Fans:



3

Gruppenspiele



23 250

Zuschauer/-innen insgesamt

In Sion wurde ein strukturiertes Programm mit Aktivitäten im Stadtzentrum rund um den Fanwalk „Women's EURO Way“ (WOW) angeboten, bei dem an Spieltagen bewusst zahlreiche öffentlich zugängliche Aktivitäten am Cour de Gare und am Place du Midi stattfanden.

Neben dem Fanwalk bestand das Angebot aus kostenlosen Spielen und aufblasbaren Spielfeldern sowie Live-Musik, Kunstaustellungen und familienfreundlichen Fußballaktivitäten.



ST.GALLEN

ZUGANG FÜR SCHULEN, WEIBLICHE FÜHRUNGSROLLEN UND VERBESSERUNG DER INFRASTRUKTUR

St.Gallen stellte Schulen und öffentliche Räume ins Zentrum seiner Aktivitäten:



>500

Nutzer/-innen pro Monat der neuen BoxUp-Sport-ausrüstung in der ganzen Stadt



5 000

Frauenfußball-Informationshäfte in Schulen verteilt

Schulen standen im Zentrum der Aktivitäten, wobei auch berufliche Möglichkeiten für Frauen im Sport sowie Verbesserungen an der Sportinfrastruktur berücksichtigt wurden.

- 20 Schulklassen erhielten kostenlose Stadionführungen mit einem Einblick hinter die Kulissen des Profifußballs, um die Begeisterung der Mädchen schon früh zu entfachen.
- Ein Angebot an exklusiven Mädchenfußballaktivitäten außerhalb der Schulzeiten bot die Gelegenheit, sich außerhalb eines Klubs im Fußball zu versuchen.



4

WACHSTUM DES FRAUENFUSSBALLS

EIN WEGWEISENDER MOMENT FÜR DEN FRAUENFUSSBALL

Bei der UEFA Women's EURO 2025 kam die aktuelle Dynamik hinter dem Frauenfußball deutlich zum Ausdruck: 657 291 Zuschauer/-innen in den Stadien, 29 ausverkaufte Spiele, Fans aus 167 Ländern und 1,9 Mrd. digitale Interaktionen weltweit.

Diese Rekorde wurden in einem Ausrichterland mit neun Millionen Einwohner/-innen – verglichen mit 58 Millionen in England 2022 – und mit einer geringeren Stadion-Gesamtkapazität erzielt. Dennoch wurde bei diesem Turnier die höchste Gesamtzuschauerzahl in der Geschichte der UEFA Women's EURO erreicht.

Dies zeugt vom anhaltenden und geografisch breit aufgestellten Interesse am Elitefrauenfußball in Europa und darüber hinaus.



Gesamtzuschauerzahl von
>657 000; 29 von
31 Spielen ausverkauft



Über **230 000**
ausländische Gäste, 35 %
aller Zuschauer/-innen in
den Stadien



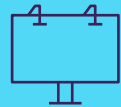
Knapp **1,2 Mio.**
Besuche in den Fanzonen
der Austragungsstädte



Weltweite Live-
Gesamtzuschauerzahl von
412 Mio. in 169
Gebieten



1,9 Mrd.
Interaktionen in den
sozialen Medien



68
Net Promoter Score¹

¹ Der Net Promoter Score (NPZ) ist eine Kennzahl, die misst, inwiefern Fans die Turniererfahrung weiterempfehlen würden, und die ihrer allgemeinen Zufriedenheit Ausdruck verleiht.

SICHTBARKEIT IN MÖGLICHKEITEN ZUR TEILNAHME VERWANDELN

Erste Kennzahlen deuten darauf hin, dass die UEFA Women's EURO 2025 dazu beigetragen hat, den Erfolg auf Elitestufe in ein breiteres Engagement für den Frauenfußball zu verwandeln.

Das Programm zur Wahrung des Vermächtnisses „Here to Stay“ des SFV umfasst gezielte Projekte zur Steigerung der Teilnehmerzahlen im Mädchenfußball, zur Förderung von Frauen in Führungspositionen und zur Verbesserung der Entwicklungsmöglichkeiten vom Breiten- zum Elitefußball. Diese Initiativen zeigen, wie eine strategische Planung des Vermächtnisses dazu beitragen kann, das Engagement über die Dauer des Turniers hinaus aufrechtzuerhalten.



Vivianne Miedema

„Die Unterstützung, die wir heutzutage von den Fans bekommen... Ich denke, wenn wir Fußball spielen, möchten junge Mädchen es uns nachtun, und das ist wohl die größte Bewegung, die wir in den letzten Jahren im Frauenfußball gesehen haben.“



SICHTBARKEIT IN MÖGLICHKEITEN ZUR TEILNAHME VERWANDELN

Erste Kennzahlen deuten darauf hin, dass die UEFA Women's EURO 2025 dazu beigetragen hat, den Erfolg auf Elitestufe in ein breiteres Engagement für den Frauenfußball zu verwandeln.

Das Programm zur Wahrung des Vermächtnisses „Here to Stay“ des SFV umfasst gezielte Projekte zur Steigerung der Teilnehmerzahlen im Mädchenfußball, zur Förderung von Frauen in Führungspositionen und zur Verbesserung der Entwicklungsmöglichkeiten vom Breiten- zum Elitefußball. Diese Initiativen zeigen, wie eine strategische Planung des Vermächtnisses dazu beitragen kann, das Engagement über die Dauer des Turniers hinaus aufrechtzuerhalten.

ZIELE DES SFV-PROGRAMMS ZUR WAHRUNG DES VERMÄCHTNISSES „HERE TO STAY“ BIS 2027

Breitenfußball		Gesellschaftlicher Einfluss	Elitefußball	
				
SPIELERINNEN	TRAINERINNEN UND SCHIEDSRICHTERINNEN	ENTSCHEIDUNGSTRÄGERINNEN	ZUSCHAUER/-INNEN	QUALIFIKATION
Verdoppelung der Anzahl lizenzierter Spielerinnen von 40 000 auf 80 000	5 000 Trainerinnen und Schiedsrichterinnen (von bisher 2 500)	Verdoppelung der Anzahl Frauen in Führungspositionen im Breiten- und Elitefußball	Verdoppelung der Anzahl Fans in der Women's Super League von 75 000 auf 150 000	Regelmäßige Qualifikation des Frauen-Nationalteams für internationale Turniere

FÖRDERUNG DES FRAUENFUSSBALLS IN GANZ EUROPA

AUSWIRKUNGEN DER UEFA WOMEN'S EURO 2025 ÜBER DIE SCHWEIZ HINAUS

Nationalverbände in ganz Europa berichten, dass die Anzahl der Spielerinnen, Trainerinnen und Schiedsrichterinnen infolge der UEFA Women's EURO 2025 angestiegen ist; dies gilt auch für die Zuschauerzahlen und die Medienberichterstattung über den Frauenfußball.

92 %

der UEFA-Mitgliedsverbände und 100 % der teilnehmenden Nationalverbände meldeten positive Auswirkungen auf den Mädchen- und Frauenfußball

61 %

der UEFA-Mitgliedsverbände meldeten steigende Zahlen bei Spielerinnen, Trainerinnen und Schiedsrichterinnen als direktes Ergebnis des Turniers

60 %

meldeten höhere Teilnehmerzahlen bei den unter 18-Jährigen und 53 % bei den über 18-Jährigen

60 %

meldeten höhere Zuschauerzahlen bei Spielen des Frauen-Nationalteams

73 %

meldeten eine Zunahme der Medienberichterstattung über das Frauen-Nationalteam

53 %

meldeten ein größeres Interesse am Coaching

All das zeigt, dass die UEFA Women's EURO 2025 nicht nur unmittelbare Auswirkungen hatte; sie schuf die Voraussetzungen für anhaltenden, langfristigen Fortschritt in Übereinstimmung mit der UEFA-Frauenfußballstrategie „Unstoppable“ und deren Vision eines nachhaltigen, inklusiven und für Investitionen attraktiven Frauenfußballs in ganz Europa.

Das Turnier zeigte, wie eine Vorzeigeveranstaltung derartige Ziele vorantreiben sowie Sichtbarkeit in Teilnahme, Engagement in bessere Entwicklungsmöglichkeiten und eine Dynamik in anhaltendes strukturelles Wachstum verwandeln kann.

53 %

meldeten eine Zunahme der Medienberichterstattung über ihre höchste Frauenliga



WALISISCHER FUSSBALLVERBAND

„59 neue Trainerinnen besuchten Workshops und 42 Frauen meldeten sich zu Schiedsrichter-Workshops an, bei denen 29 neue Schiedsrichterinnen ausgebildet wurden.“



DEUTSCHER FUSSBALL-BUND

„Seit der Teilnahme des Teams an der Endphase der Nations League und den starken Leistungen bei der EM waren beide Heimspiele ausverkauft und wurden von je rund 40 000 Zuschauer/-innen besucht.“

„UNSTOPPABLE“ FRAUENFUSSBALL- STRATEGIE

„Die Women's EURO ist unser Polarstern. An ihr sind unsere Frauenfußballstrategie und unsere Investitionen in Höhe von EUR 1 Mrd. ausgerichtet, damit wir ein bleibendes Vermächtnis hinterlassen. Unser Ziel war von Anfang an klar: Wir wollten eine EM-Endrunde ausrichten, die Rekorde bricht, für Inklusion steht und in ausverkauften Stadien stattfindet. Dieses Turnier hat eines bewiesen: Überall dort, wo wir dem Frauenfußball eine Bühne geben, kommen die Menschen, um ihn zu verfolgen oder mitzumachen. Die Stimmung in den Stadien, die Verbindung zwischen Spielerinnen und Fans – es war unglaublich. Diese EURO wird uns noch lange tragen. Die Messlatte wurde nochmal höher gelegt.“

Nadine Keßler
UEFA-Direktorin Frauenfußball



UNSTOPPABLE: VIER LANGFRISTIGE ZIELE BIS 2030

Der Frauenfußball in Europa soll:

- anhand von Entwicklungsmöglichkeiten für Spielerinnen, Coaches und Referees sowie durch Möglichkeiten im Breitenfußball die am meisten praktizierte Sportart bei Frauen und Mädchen in allen europäischen Ländern sein;
- in Europa die Heimat der weltbesten Spielerinnen, mit sechs reinen Profiligen und 5 000 reinen Profispielerinnen, sein;
- der nachhaltigste und für Investitionen attraktivste Frauensport sein, mit rekordverdächtigen UEFA-Wettbewerben;
- für seine Werte, Kultur und eigene Geschichte gefeiert werden, der für alle einen Platz bietet.

Die UEFA Women's EURO 2025 zeigt, wie dank der Kombination von Möglichkeiten, Sichtbarkeit und Investitionen bedeutende Fortschritte erzielt werden können.

Während sich das langfristige Vermächtnis des Turniers noch weiterentwickeln wird, deuten erste Kennzahlen darauf hin, dass es zu einem solideren Fundament, einem breiteren Engagement und zielführenden Maßnahmen für künftiges Wachstum beigetragen hat.



5

ERFOLG MESSEN

AUSWIRKUNGEN AUF FUSSBALL UND GESELLSCHAFT

Der Erfolg wird anhand der Ziele der UEFA in fünf Wirkungskategorien gemessen. Für jede Kategorie werden die Initiativen hervorgehoben, die über das Turnier hinaus Wirkung zeigten und das Fundament des Frauenfußballs stärkten.

ZIELE DER UEFA IN DEN EINZELNEN WIRKUNGSKATEGORIEN



BESUCHERZAHLEN UND FANERLEBNIS

Erreichung der höchsten Zuschauerzahlen für eine UEFA Women's EURO mit ausverkauften Spielen und einer begeisternden Atmosphäre in den Austragungsstädten und bei den Zuschauer/-innen zu Hause



WIRTSCHAFT UND TOURISMUS

Unterstützung der Wirtschaft in der Schweiz und in den Austragungsstädten, indem der Tourismus aus dem In- und Ausland gefördert wird und die Destinationen beworben werden



PROFIFUSSBALL

Erhöhung der Leistungsdichte, Verbesserung der Wahrnehmung und Wecken des Interesses am Frauenfußball in der Schweiz und in ganz Europa, darunter seitens neuer Zielgruppen, Sponsoren und Medien



GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN UND BREITENFUSSBALL-ENTWICKLUNG

Förderung der weiblichen Teilnehmerzahlen im Breitenfußball, Betonung von Möglichkeiten für ehrenamtliches Engagement sowie Unterstützung des gesellschaftlichen Engagements und ein gewisses Maß an Stolz bei den Bürger/-innen



NACHHALTIGKEIT

Die Rechte aller schützen und wahren, ein barrierefreies Erlebnis für alle sicherstellen und die Auswirkungen des Turniers auf die Umwelt verringern

Während des Turniers und in den Monaten danach wurden bei Fans, Teilnehmenden, Partnern und Austragungsstädten umfassende Umfragen durchgeführt. Diese Daten haben es ermöglicht, die unmittelbaren Ergebnisse des Turniers zu bewerten und seine Auswirkungen auf den Frauenfußball und die breitere Gesellschaft zu verstehen. Während verschiedene Vorteile direkt spürbar waren, lassen erste Erkenntnisse darauf schließen, dass sich die UEFA Women's EURO 2025 auch positiv auf das breitere Umfeld sowie langfristige Investitionen und Entwicklungen auswirkt.

5.1 BESUCHERZAHLEN UND FANERLEBNIS

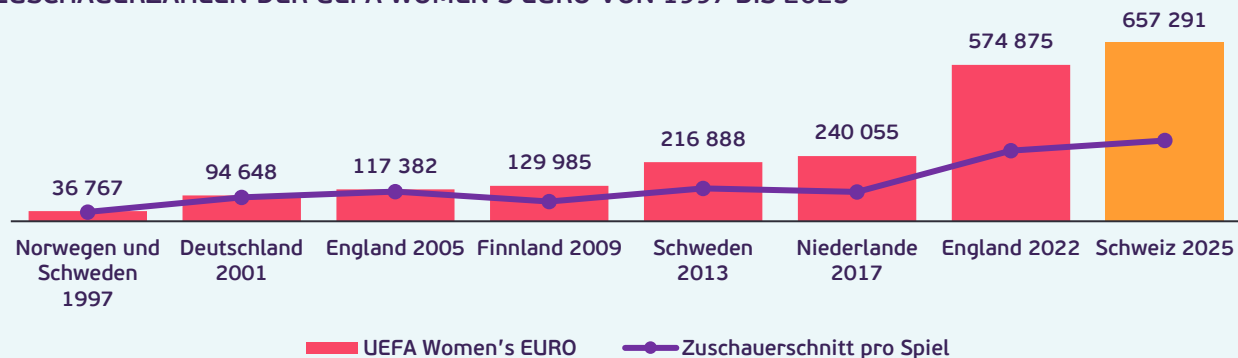
REKORDZUSCHAUERZAHLEN

Wichtige Kennzahlen für den Erfolg der UEFA Women's EURO 2025 sind die Zahl und die Art der Besucher/-innen sowie die Qualität ihres Turniererlebnisses. Beim Turnier wurden die höchsten Zuschauerzahlen in der Geschichte des Wettbewerbs verzeichnet, was sowohl für den Status des Turniers als wichtige internationale Sportveranstaltung als auch für die Attraktivität der Schweiz als Reiseland steht.

Erschwingliche Tickets, pulsierende Austragungsstädte, immersive Fanzonen und qualitativ hochwertige Stadien prägten das allgemeine Erlebnis am Spieltag und ermöglichten es den Fans, das Turnier auf und neben dem Spielfeld voll und ganz zu genießen.

Es kamen 657 291 Zuschauer/-innen zur UEFA Women's EURO 2025, ein Anstieg von 14 % im Vergleich zu 2022. Die durchschnittliche Zuschauerzahl erreichte den Rekordwert von 21 033 pro Spiel. Obwohl die Schweizer Stadien im Allgemeinen kleiner waren als jene bei der Ausgabe 2022, wurden einige der höchsten Zuschauerzahlen für eine UEFA Women's EURO und die höchste Gesamtzuschauerzahl insgesamt erzielt.

ZUSCHAUERZAHLEN DER UEFA WOMEN'S EURO VON 1997 BIS 2025

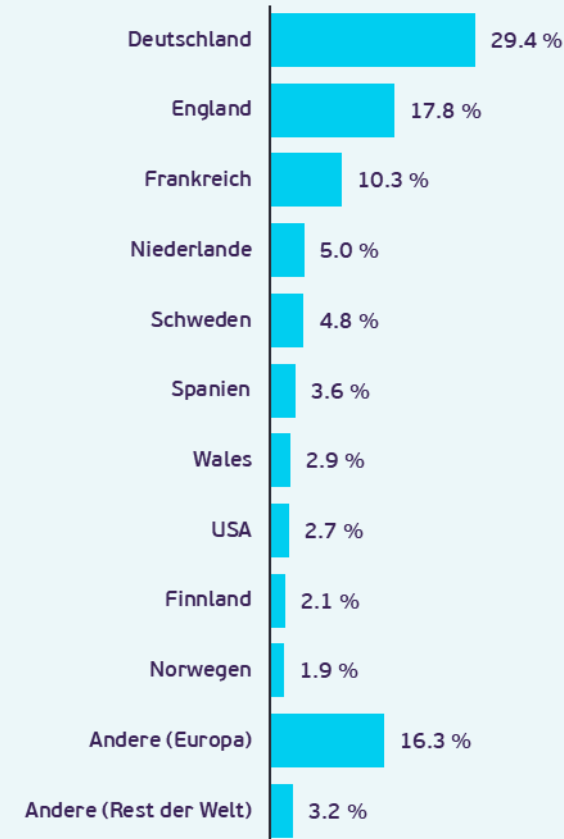


EIN GLOBALES, INKLUSIVES PUBLIKUM

Die UEFA Women's EURO 2025 zog eine sehr internationale und vielfältige Fangemeinde an: 35 % der Besucher/-innen reisten aus dem Ausland an, d.h. mehr als 230 000 Fans aus 167 Ländern.

Am Besucherprofil zeigt sich auch die Inklusivität der Veranstaltung: 48 % der Tickets gingen an Frauen, mehr als 10 % waren unter 17 Jahre und 23 % zwischen 19 und 29 Jahre alt, ein Zeichen für die Rolle des Turniers beim Aufbau eines nachhaltigen Interesses am Frauenfußball.

ANTEIL (in %) DER INTERNATIONALEN TICKETVERKÄUFE (TOP 10)



HIGHLIGHTS BEI DEN ZUSCHAUERZAHLEN

Höchste Zuschauerzahl, die je bei einem Spiel der UEFA Women's EURO ohne Beteiligung des Gastgebers erreicht wurde

Rekord-Zuschauerzahlen in der Eröffnungswoche, darunter 34 165 beim Spiel Deutschland - Dänemark in Basel

Neuer Viertelfinal-Rekord 34 128 Zuschauer/-innen beim Spiel Frankreich - Deutschland in Basel

Allein die Viertelfinalsplele **zogen 112 535 Zuschauer/-innen** an – ein weiterer Turnierrekord

In der Schweiz wurden **6 der 10 höchsten** Zuschauerzahlen in der Geschichte der UEFA Women's EURO verzeichnet

5.1 BESUCHERZAHLEN UND FANERLEBNIS

FANERLEBNIS AUSSERHALB DER STADIEN

Bei der UEFA Women's EURO 2025 herrschte im ganzen Land eine besondere, festivalähnliche Stimmung, wobei die Austragungsstädte zum Zentrum für Fußball, Kultur und Gemeinschaft wurden. Die Fans zeigten sich auch außerhalb der Stadien begeistert, beteiligten sich an neuartigen Aktivitäten, entdeckten gemeinsam genutzte Räume und feierten zusammen den inklusiven Geist des Turniers.

Die Fanzonen in sämtlichen Austragungsstädten waren lebendige Treffpunkte für Einwohner/-innen, Besucher/-innen und Familien. Insgesamt wurden knapp 1,2 Mio. Besuche verzeichnet, wobei 87 % der Einwohner/-innen ihr Erlebnis als gut oder hervorragend einstufen. Auch die offiziellen Fanwalks waren gut besucht: Mehr als 105 000 Teilnehmende sorgten im ganzen Land vor den Spielen für eine denkwürdige Stimmung. Allein an den Fanwalks in Bern beteiligten sich 20 000 Menschen, was die Attraktivität einer gemeinsamen, umweltfreundlichen Fortbewegungsart zwischen Fanzonen und Stadien hervorhob.

1,2 Mio.

Besuche in den Fanzonen

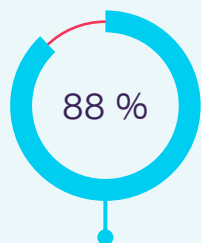
87 %

der Besucher/-innen der Fanzonen bewerteten ihr Erlebnis als gut/sehr gut

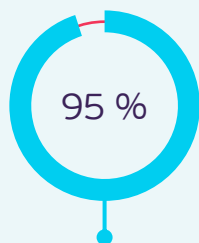
105 000

Teilnehmende an offiziellen Fanwalks

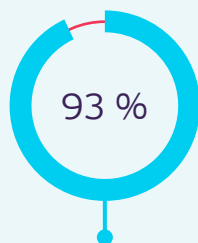
DIE RÜCKMELDUNGEN ZEIGEN DEUTLICH, WIE DURCH DIESE KONTAKTPUNKTE EIN PRÄGENDES UND DENKWÜRDIGES BESUCHERERLEBNIS GESCHAFFEN WURDE:



der Befragten gaben an, dass sie bei der UEFA Women's EURO 2025 die Möglichkeit hatten, Neues auszuprobieren und spontane, spannende Momente zu erleben



gaben an, dass es dadurch einfach war, das Turnier zu verfolgen und neue Teams und Geschichten zu entdecken



gaben an, dass sie bleibende Erinnerungen schaffen konnten



RÜCKMELDUNG AUS BERN:

„Die Fanzone Bern war toll. Insbesondere hatten auch nicht Fußballfans etwas von den Konzerten und anderen Angeboten.“



RÜCKMELDUNG AUS LUZERN:

„Die Women's EURO war in allen Belangen fantastisch, stimmungsvoll und vor allem FRIEDLICH!“



RÜCKMELDUNG AUS ZÜRICH:

„Es war eine super Stimmung unter den Fans. Familien im Stadion. Ein richtiges Fußballfest.“

5.1 BESUCHERZAHLEN UND FANERLEBNIS

ZUFRIEDENHEIT AM SPIELTAG

Vom ersten bis zum letzten Tag konnten die Besucher/-innen der UEFA Women's EURO 2025 von den durchgehend hohen Standards in Sachen Stimmung, Organisation und Sicherheit profitieren.

Das Turnier erreichte einen Net Promoter Score (NPS) von 68, was für eine hohe Bereitschaft der Ticketinhaber/-innen steht, das Turniererlebnis weiterzuempfehlen. Besonders positiv nahmen die Schweizer/-innen ihr Spielerlebnis wahr (NPS 70), wobei die Motivation der lokalen Ticketinhaber/-innen mit einer Teilnahme an einer großen Veranstaltung im eigenen Land besonders hoch war. Darin spiegelten sich ein großes Gefühl von Stolz und der Wunsch wider, Teil eines denkwürdigen nationalen Ereignisses zu sein. Auch bei den ausländischen Gästen war die Zufriedenheit hoch (NPS 65), wobei ihre Motivation sich insbesondere auf die Unterstützung ihrer Nationalteams und die besondere Größenordnung wie auch das Prestige des Events bezog.

ELEMENTE, DIE VON DEN BESUCHER/-INNEN ALS GUT ODER SEHR GUT EINGESTUFT WURDEN

96 %

Stadion-
Atmosphäre
insgesamt

96 %

Unterstützung durch
Volunteers und
Stadionmitarbeitende

94 %

Sicherheit

93 %

Stadionzugang

92 %

Klarheit der
Informationen und
Beschilderung für
das Publikum

87 %

Allgemeine Qualität
der
Stadioneinrichtungen

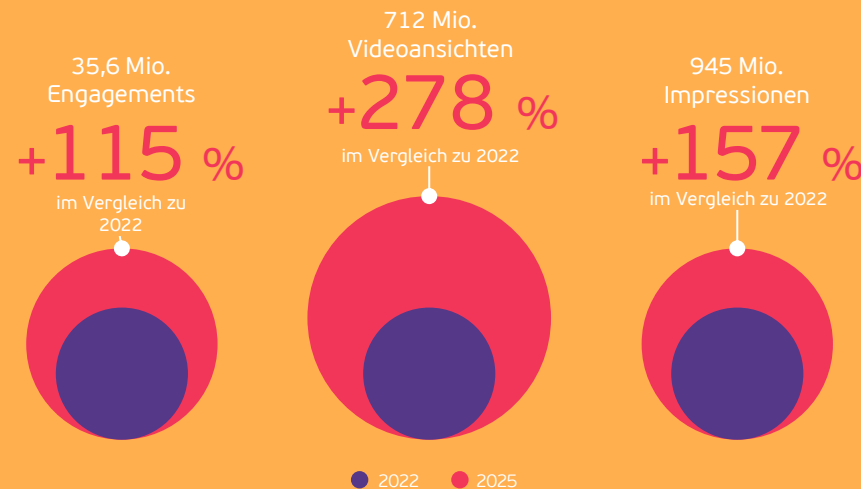
83 %

Verfügbarkeit von
Recyclingstellen
und Abfalleimern

DIGITALE REICHWEITE UND SOZIALE MEDIEN

Die digitalen Inhalte der UEFA fanden regen Zuspruch und machten das Turnier zur meist verfolgten und beachteten Frauen-EM auf allen Social-Media-Kanälen der UEFA.

Dank starker digitaler Angebote in allen sozialen Medien während der Veranstaltung wurde die Gesamtzahl von 1,9 Mrd. Interaktionen erreicht.



NEUE HÖCHSTWERTE BEI DIGITALEN INHALTEN

Die digitalen Programme der UEFA Women's EURO 2025 erzielten auf allen wichtigen Plattformen starke Ergebnisse. An erster Stelle lag das TikTok-Konto @womensfootball, das zwischen Januar und Juli 2025 das meistgesehene Frauensport-Konto weltweit war und dabei sogar die WNBA überholte und **388 Mio. Videoansichten verzeichnete** – der höchste Wert im Frauensport weltweit.

- TikTok-Inhalte wurden **341,6 Mio. Mal angesehen**, was im Vergleich zu 2022 mit **120,1 Mio. Ansichten** einen deutlichen Anstieg bedeutete
- Instagram-Reels wurden **173,5 Mio. Mal angesehen**, unterstützt durch eine umfassende Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Nationalverbänden, die für zusätzliche Reichweite und Engagement sorgten
- Die Facebook-Reels erzielten **161 Mio. Ansichten** und bei den Impressionen lag der Wert mehr als doppelt so hoch (232 Mio.)

5.2 WIRTSCHAFT UND TOURISMUS

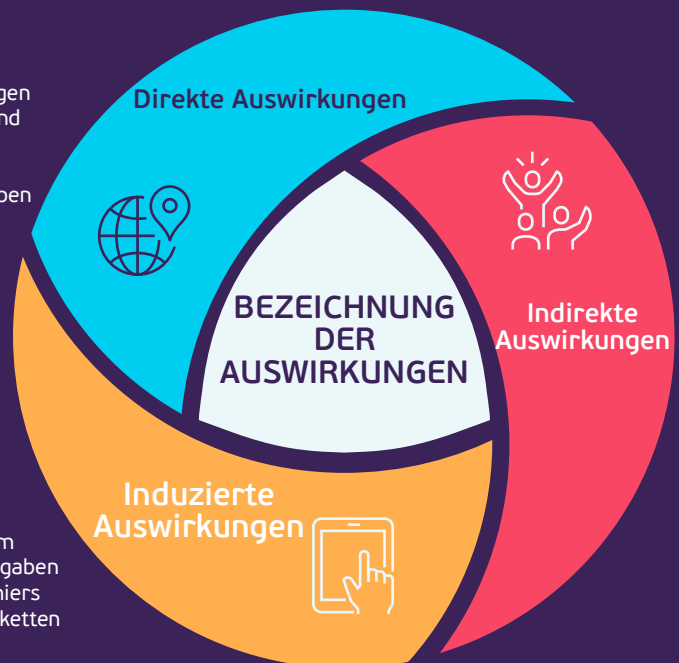
Der wirtschaftliche Nutzen im Zusammenhang mit der Ausrichtung der UEFA Women's EURO 2025 für die Schweiz belief sich dank eines beispiellosen Publikumsinteresses und zahlreicher Besucher/-innen aus dem Ausland auf CHF 205 Mio. (EUR 220 Mio.).

MESSUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN

Große internationale Sportveranstaltungen generieren auf unterschiedliche Weise wirtschaftlichen Wert, wozu auch die Ausgaben der Besucher/-innen und die für die Ausrichtung der Veranstaltung erforderlichen Aktivitäten zählen. Mit ihrer internationalen Reichweite und ihrem globalen Profil war die UEFA Women's EURO 2025 keine Ausnahme.

Um den Beitrag des Turniers zur Schweizer Wirtschaft zu messen, werden drei Arten von Auswirkungen berücksichtigt: direkte, indirekte und induzierte Auswirkungen.

Beziehen sich auf die unmittelbaren und greifbaren Auswirkungen der Aktivitäten während des Turniers, z.B. Ticketverkäufe an Spieltagen und Ausgaben der Gäste.



Zusätzliche wirtschaftliche Aktivitäten entlang der Lieferketten während des Turniers.

Zusätzliche Aktivitäten im Zusammenhang mit Ausgaben von im Rahmen des Turniers sowie entlang der Lieferketten beschäftigten Personen.

Die gesamten Auswirkungen werden anhand von zwei gängigen wirtschaftlichen Kennzahlen erfasst, die sowohl auf nationaler Ebene als auch auf Ebene der Austragungsstädte bewertet werden können:

- **Bruttowertschöpfung:** Die Bruttowertschöpfung ist eine Messgröße für die Wirtschaftstätigkeit, die den zusätzlichen Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) widerspiegelt. Sie erfasst den wirtschaftlichen Beitrag der Besucherausgaben und der Durchführung der Veranstaltung sowie den Mehrwert, der durch lokale Lieferketten und Arbeitseinkommen generiert wird.
- **Beschäftigung:** Diese Messgröße bezieht sich auf die Gesamtzahl der Vollzeit-Äquivalente (VZÄ), die in der Schweiz und den einzelnen Austragungsstädten im Zusammenhang mit der Durchführung des Turniers geschaffen wurden.



Momentaufnahme der wirtschaftlichen Auswirkungen der UEFA Women's EURO 2025

DURCHFÜHRUNG

657 291

Besucher/-innen

CHF 162 Mio.

(EUR 174 Mio.)

Ausgaben für die Ausrichtung der Veranstaltung durch die UEFA, die Austragungsstädte und die Schweizer Regierung

16 537

akkreditierte Mitarbeitende beim Turnier

BESUCHER/-INNEN

231 584

Besucher/-innen aus dem Ausland

520 773

Tages- und Übernachtungsreisen

CHF 71 Mio.

(EUR 76 Mio.)

Ausgaben von Besucher/-innen aus dem In- und Ausland

AUSWIRKUNGEN

CHF 205 Mio.

(EUR 220 Mio.)
Bruttowertschöpfung für die Schweizer Wirtschaft

2 274 VZÄ
jährlich

landesweit

5.2 WIRTSCHAFT UND TOURISMUS

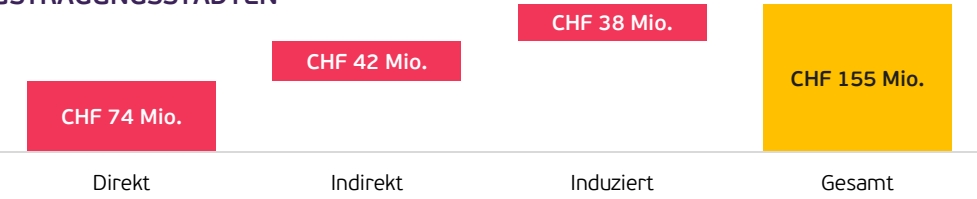
BRUTTOWERTSCHÖPFUNG

In der ganzen Schweiz generierte das Turnier eine gesamte Bruttowertschöpfung in Höhe von **CHF 205 Mio. (EUR 220 Mio.)**², wovon **CHF 155 Mio. (EUR 166 Mio.)** in den Austragungsstädten erzielt wurden – eine Steigerung um 66 % im Vergleich zu 2022.

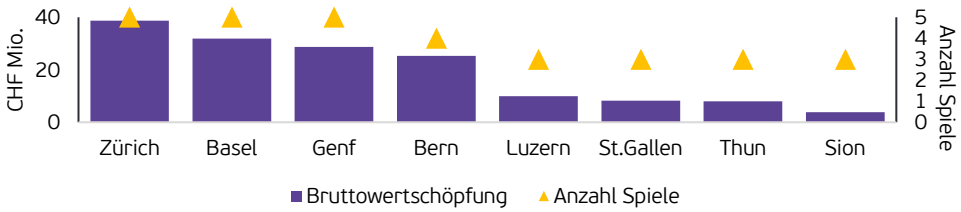
Von der gesamten Bruttowertschöpfung entfielen **CHF 74 Mio. (EUR 79 Mio.)** auf direkte Auswirkungen, die in erster Linie auf höhere Ausgaben in lokalen Geschäften, vor allem in den Bereichen Hospitality und Einzelhandel, durch in- und ausländische Besucher/-innen zurückzuführen waren. Auch die Durchführung der Veranstaltung, operative Ausgaben und Investitionen im Zusammenhang mit Vermächtnis-Programmen trugen zu den direkten Auswirkungen bei.

Weitere **CHF 42 Mio. (EUR 45 Mio.)** waren auf indirekte Auswirkungen im Zusammenhang mit den Lieferketten zurückzuführen, da die an der Ausrichtung des Turniers beteiligten Organisationen ihre Einkäufe und ihre Produktion erhöhten. Die induzierten Auswirkungen beliefen sich auf weitere **CHF 38 Mio. (EUR 41 Mio.)**. Dabei handelt es sich um Ausgaben infolge von Arbeitseinkommen im Zusammenhang mit zusätzlich für das Turnier geschaffenen Stellen sowie Aktivitäten entlang der Lieferketten.

BRUTTOWERTSCHÖPFUNG DER UEFA WOMEN'S EURO 2025 IN ALLEN AUSTRAGUNGSSTÄDTEN



BRUTTOWERTSCHÖPFUNG DER UEFA WOMEN'S EURO 2025 PRO AUSTRAGUNGSSTADT



² Umrechnung von Schweizer Franken in Euro laut durchschnittlichem Wechselkurs (CHF/EUR) im Juli 2025.



CHF 205 Mio.
(EUR 220 Mio.)
Bruttowertschöpfung durch das Turnier



CHF 155 Mio.
(EUR 166 Mio.)
Ergebnis in den Austragungsstädten



66 %
Anstieg im Vgl. zu 2022



CHF 79 Mio.
(EUR 85 Mio.)
Ergebnis direkter Auswirkungen



CHF 42 Mio.
(EUR 45 Mio.)
Ergebnis indirekter Auswirkungen entlang der Lieferketten



CHF 38 Mio.
(EUR 41 Mio.)
Ergebnis induzierter Auswirkungen des Turniers

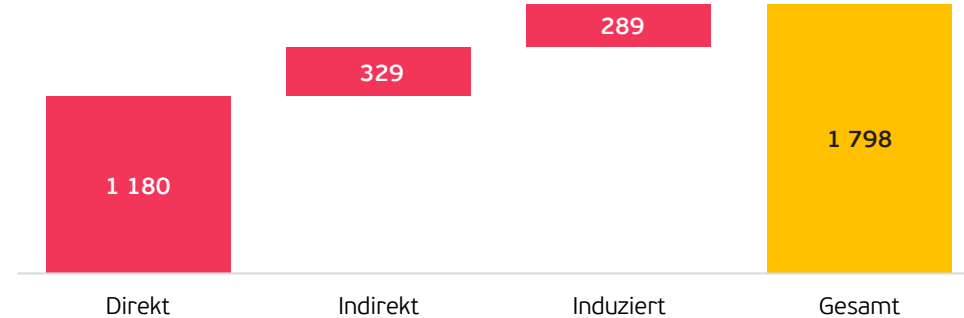
5.2 WIRTSCHAFT UND TOURISMUS

BESCHÄFTIGUNG

Im Zusammenhang mit der Organisation und der Durchführung der UEFA Women's EURO 2025 wurden in der Schweiz knapp 2 300 Stellen (VZÄ) geschaffen, darunter beinahe 1 800 in den Austragungsstädten. Dieser Wert liegt 50 % höher als bei der Ausgabe 2022, was die wachsende Größenordnung der Veranstaltung und ihre Rolle bei der Förderung von Beschäftigungsmöglichkeiten während der Endrunde widerspiegelt.

Von den insgesamt geschaffenen Arbeitsplätzen entfielen beinahe **1 200 VZÄ** direkt auf die Turnierorganisation. Weitere **600 VZÄ** entstanden entweder durch Aktivitäten entlang der Lieferketten (indirekte Auswirkungen) oder durch induzierte Auswirkungen, was die umfassenderen Auswirkungen des Turniers auf die Wirtschaft unterstreicht.

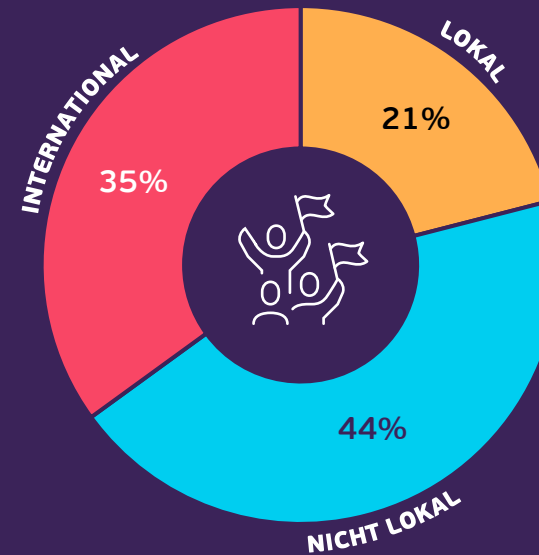
AUSWIRKUNGEN DER UEFA WOMEN'S EURO 2025 AUF DIE BESCHÄFTIGUNG IN ALLEN AUSTRAGUNGSSTÄDTEN (IN VZÄ)



ANALYSE DER BESUCHER/-INNEN

Bei der Zusammensetzung des Publikums der UEFA Women's EURO wurde eine deutliche Verschiebung festgestellt. **Während 21 %** der Zuschauer/-innen Einheimische waren (4 % im Jahr 2022), **reisten 44 % aus der übrigen Schweiz** an (77 % im Jahr 2022) und beeindruckende **35 % waren ausländische Gäste** (19 % im Jahr 2022).

HERKUNFT DER BESUCHER/-INNEN AN SPIELTAGEN



Über

230 000

Tickets wurden an ausländische Fans aus

167

Ländern verkauft.



Dieser Anstieg bei den ausländischen Besucher/-innen wirkte sich erheblich auf die Wirtschaft aus. Ausländische Besucher/-innen gaben rund CHF 56 Mio. (EUR 60 Mio.) direkt für Unterkunft, Speisen und Getränke, Transport und touristische Aktivitäten aus. Inländische Besucher/-innen gaben weitere CHF 15 Mio. (EUR 16 Mio.), aus, wodurch die gesamten Besucherausgaben im Zusammenhang mit dem Turnier CHF 71 Mio. (EUR 76 Mio.) betrugen. Dadurch stieg die Geschäftsaktivität in allen Austragungsstädten stark an.

5.2 WIRTSCHAFT UND TOURISMUS

ERFAHRUNGEN UND WAHRNEHMUNG DER EINWOHNER/-INNEN

Neben diesen messbaren wirtschaftlichen Auswirkungen zeigen die Rückmeldungen der Einwohner/-innen, wie das Turnier in den Austragungsstädten wahrgenommen wurde.



Rückmeldung aus Zürich:

„Eine tolle Veranstaltung mit perfekter Strahlkraft für den Frauenfußball, den Fußballsport allgemein, für Zürich und die Schweiz“

MESSBARE ZAHLEN

WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN FÜR LOKALE GESCHÄFTE



Bei großen Turnieren konzentriert sich die Konsumentenaktivität mehrerer Monate auf ein paar wenige Wochen und die Eröffnungswoche der UEFA Women's EURO bildete hier keine Ausnahme.

Die Zahl der ausländischen Gäste in der Schweiz stieg im Vergleich zum **Vorjahr um 12 %**, wobei die kleineren Austragungsstädte den größten Zuwachs verzeichneten: **Sion (+65 %)**, **Thun (+50 %)** und **St.Gallen (+30 %)**.



Auch bei den Ausgaben der Fans war dieser Aufwärtstrend festzustellen. Inhaber/-innen von Visa-Karten aus den teilnehmenden Ländern gaben **durchschnittlich 27 % mehr** aus als im Vorjahr.

Restaurants verzeichneten einen Anstieg von **35 %**, die Ausgaben im Einzelhandel stiegen um **30 %** und kontaktlose Einkäufe im Ausland nahmen um **35 %** zu, was sowohl eine größere Nachfrage als auch eine stärkere Verbreitung digitaler Zahlungsformen widerspiegelt.



Am stärksten spürbar waren die Auswirkungen in den Austragungsstädten. In **Bern (+97 %)** wurden die Ausgaben in Restaurants fast verdoppelt, während sie in **Luzern (+70 %)** und in **Basel (+60 %)** stark stiegen.

In Sion wurden die Ausgaben für Unterhaltung mehr als verdoppelt (**+127 %**) und in Thun mehr als verdreifacht (**+242 %**), während die Transportausgaben in **Zürich um 40 % stiegen**.

Insgesamt zeigen diese Statistiken, dass die Auswirkungen des Turniers weit über die Stadien hinaus spürbar waren und sich deutlich in der Wirtschaft des ganzen Landes niederschlugen. Die Daten verdeutlichen insbesondere, dass der Frauenfußball zunehmend in der Lage ist, bedeutende wirtschaftliche Gewinne zu generieren und lokales Wachstum zu fördern.

5.3 PROFIFUSSBALL

Die UEFA Women's EURO 2025 unterstrich die Größenordnung, die Sichtbarkeit und die kommerzielle Entwicklung des Elite-Frauenfußballs. Das Wachstum in den Bereichen Sponsoring, Reichweite der Übertragungen und Zuschauerinteresse spiegeln die fortlaufende Entwicklung des Profi-Frauenfußballs und seine immer wichtigere Stellung im Sport wider.

In der Schweiz sind erste Fortschritte in nationalen Ligen, Klubs und beim Nationalteam erkennbar, da die langfristigen Ziele des SFV für den Elite-Frauenfußball durch das Turnier direkt unterstützt wurden. Im Rahmen der Ziele des nationalen Plans zur Wahrung des Vermächtnisses für das Jahr 2027 sollen die Fanbasis der Women's Super League vergrößert und eine regelmäßige Qualifikation des Frauen-Nationalteams für große internationale Endrunden erreicht werden.

FORTSCHRITTE BEI DER ERREICHUNG DER ZIELE DES SFV

Anstieg der Zuschauerzahlen in der nationalen Meisterschaft



Anstieg der Zuschauerzahlen um **42 %** am Eröffnungswochenende der Women's Super League 2025/26



126 274 Zuschauer/-innen während der gesamten Saison, ein Anstieg um 50 % im Vergleich zur vergangenen Saison (84 240)



Der Anstieg der Zuschauerzahlen in der höchsten Schweizer Frauen-Liga lag **über dem europäischen Durchschnitt der Saison 2025/26**, was für eine anhaltende Dynamik nach dem Turnier spricht.

Neuer Rekord für das Nationalteam



34 063 Zuschauer/-innen besuchten die Partie zwischen der Schweiz und Norwegen am 2. Juli in Basel. Dies entspricht der höchsten je registrierten Zuschauerzahl bei einem Heimspiel des Schweizer Frauen-Nationalteams.

Kommerzielles Vertrauen und Wachstum der Sponsoring-Einnahmen

Bei der UEFA Women's EURO 2025 stiegen die kommerziellen Aktivitäten deutlich an, was den steigenden Wert und die zunehmende Reichweite des Frauenfußballs als professionelles Produkt widerspiegelt.

Anstieg um 150 % bei den Sponsoring-Einnahmen

im Vergleich zur UEFA Women's EURO 2022

21 Turniersponsoren

mehr denn je für einen UEFA-Wettbewerb

Erstes globales Sport-Sponsoring durch Amazon

(UEFA-Frauenfußball)

Anstieg um 65 %

beim Verkauf offizieller Merchandising-Artikel im Vergleich zu 2022

Erstes „UEFA Women's EURO Fantasy Football“-Spiel

mit über 100 000 Anmeldungen

Starke ESG-Aktivitäten

darunter Recycling-Initiativen und erstmals kostenlose Menstruationsprodukte in allen Stadien

Diese Ergebnisse deuten auf steigende kommerzielle Investitionen in den Frauenfußball hin und belegen seinen Status als skalierbares und werteorientiertes Angebot.

MIELE

„Das Sponsoring der UEFA Women's EURO 2025 bot uns komplett neue Möglichkeiten: Ein europäisches Turnier, bei dem Vielfalt, Inklusion und Gemeinschaft besonders in den Mittelpunkt gestellt wurden. Wir konnten eine Verbindung zu einem breiteren Publikum herstellen, darunter Familien, die Generation Z und Sportlerinnen, und unsere Markenwerte in einem Umfeld stärken, in dem Gleichstellung und Selbstbestimmung groß geschrieben werden.“



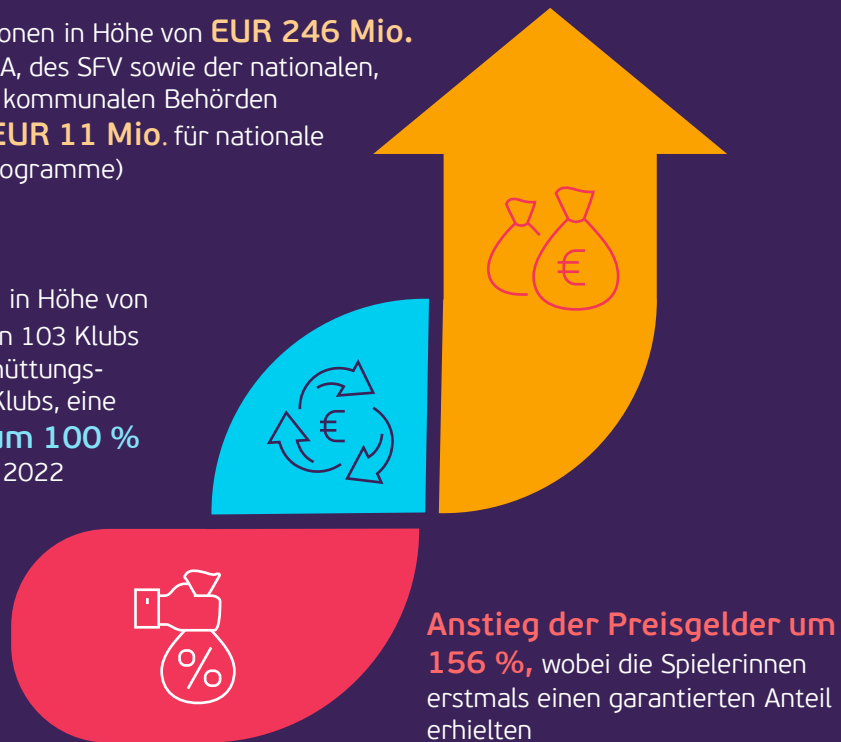
5.3 PROFIFUSSBALL

FINANZIERUNG DER PROFESSIONALISIERUNG DES FRAUENFUßBALLS

Investitionen in Rekordhöhe im Zusammenhang mit der UEFA Women's EURO 2025 stärkten das professionelle Ökosystem und münzten den Erfolg des Turniers in eine direkte finanzielle Unterstützung für Klubs, Spielerinnen und Ligen in ganz Europa um.

Gesamtinvestitionen in Höhe von **EUR 246 Mio.** seitens der UEFA, des SFV sowie der nationalen, kantonalen und kommunalen Behörden (einschließlich **EUR 11 Mio.** für nationale Vermächtnis-Programme)

Ausschüttungen in Höhe von **EUR 9 Mio.** an 103 Klubs über das Ausschüttungsprogramm für Klubs, eine **Steigerung um 100 %** im Vergleich zu 2022



REICHWEITE UND MEDIENPRÄSENZ

Der professionelle Status der UEFA Women's EURO 2025 wurde durch die beispiellose Reichweite und die Produktionsstandards verstärkt, was die Sichtbarkeit für die Spielerinnen, Klubs und nationalen Ligen verbesserte.



>500 Mio.

Menschen nahmen das Programmangebot des Turniers in Anspruch



67

Broadcaster

übertrugen das Turnier in 169 Gebieten

BROADCASTING UND MEDIEN BEI DER UEFA WOMEN'S EURO 2025



Insgesamt **412 Mio.** Live-TV-Zuschauer/-innen



Durchschnittlich **45 Mio.** Live-Zuschauer/-innen beim Endspiel

5.3 PROFIFUSSBALL

POSITIVE AUSWIRKUNGEN AUF VEREINE UND LIGEN

Die während des Turniers erreichte größere Sichtbarkeit wirkte sich für die Ligen und Klubs spürbar positiv aus.

8 DER 10 KLUBS

mit höheren Zuschauerzahlen an Spieltagen seit Juli 2025

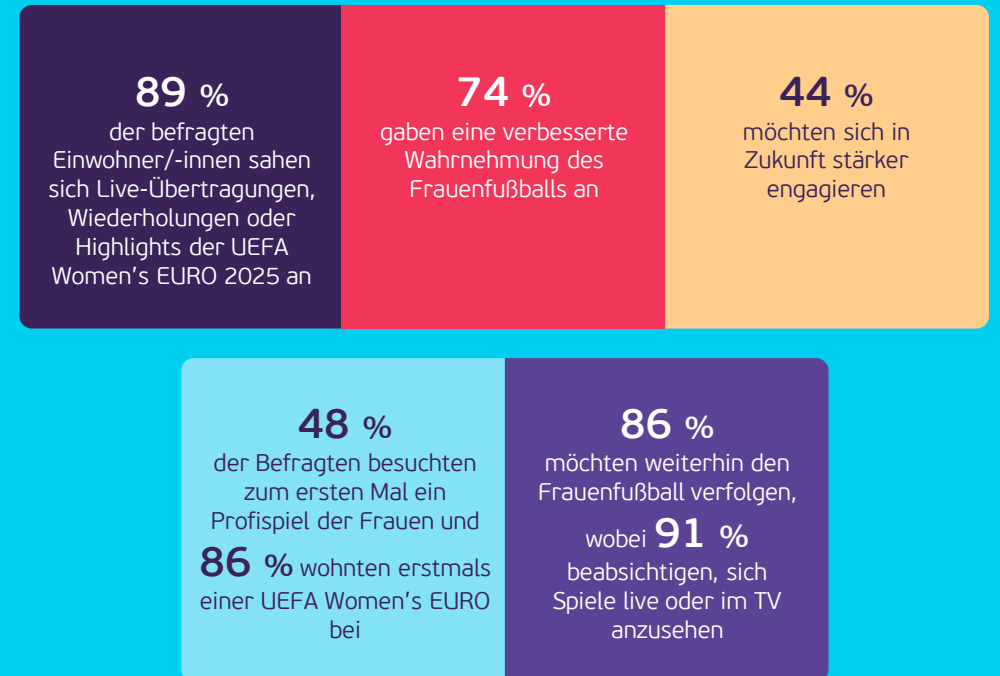
7 DER 10 KLUBS

führen den Anstieg der Zuschauerzahlen direkt auf die UEFA Women's EURO 2025 zurück



VERÄNDERUNG DER WAHRNEHMUNG UND KÜNFTIGES ENGAGEMENT

Neben den kommerziellen und sportlichen Resultaten trug die UEFA Women's EURO 2025 zu einer messbaren Veränderung der Wahrnehmung des Frauenfußballs bei, wodurch ein neues Publikum dazugewonnen und das Engagement vertieft werden konnten.



HIGHLIGHTS AUF KLUBEbene

FC St.Gallen Frauen

Über 4 000 Zuschauer/-innen beim Spiel gegen den FC Zürich am 1. November 2025

Grasshopper Club Zürich Frauen

Anstieg der Zuschauerzahlen bei Heimspielen um rund 40 %

BSC YB Frauen

Anstieg um das Fünffache beim Verkauf von Saisonkarten (500 → 2 800)

FC Aarau Frauen

Anstieg der durchschnittlichen Zuschauerzahlen von 100 auf 250 (+150 %)

FC LUZERN FRAUEN: POSITIVE AUSWIRKUNGEN DER UEFA WOMEN'S EURO 2025

„Die UEFA Women's EURO 2025 hatte verschiedene sehr positive Auswirkungen für unseren Klub. Am auffälligsten dabei war der deutliche Anstieg bei der Sichtbarkeit. Während des Turniers erhielten der Frauenfußball –und daher auch unser Umfeld – in den traditionellen Medien (Print, TV und Radio) wie auch auf den digitalen Plattformen größere Aufmerksamkeit. Daraus ergaben sich auch wesentlich mehr Interaktionen in den sozialen Medien und eine bessere Reichweite unserer Inhalte.“

Zudem beobachten wir seit Juli 2025 steigende Zuschauerzahlen (rund 10-20 % mehr), obwohl diese nach wie vor stark abhängig sind von Spieltag, Gegner, Spielort und Anstoßzeit. Eine weitere positive Auswirkung ist das steigende Sponsoreninteresse. Mögliche Partner sind auf das Potenzial des Frauenfußballs und des damit verbundenen gestiegenen öffentlichen Interesses aufmerksam geworden.“

5.3 PROFIFUSSBALL

AUFBAU EINES ERFOLGREICHEN VERMÄCHTNISSES

Durch den Aufbau eines Vermächtnisses für die Zukunft trug das Turnier in ganz Europa dazu bei, den Fortschritt im Frauenfußball zu beschleunigen. Polen beispielsweise nutzte seine erste Teilnahme dazu, ein umfassendes nationales Programm umzusetzen, mit dem die Menschen vor Ort, Städte, Medienpartner und Institutionen mobilisiert wurden, den Frauenfußball gemeinsam voranzubringen.

KONKRETES BEISPIEL

DAS VERMÄCHTNIS DER UEFA WOMEN'S EURO 2025 IN POLEN

Nationale Initiativen zur Erhöhung der Zuschauerzahlen sowie lokale Aktivitäten in Städten wie Gdańsk, bei denen Nationalspielerinnen eingesetzt wurden, um vor dem Turnier eine Begeisterung zu entfachen, die auch danach anhalten soll:



Ticketingkonzept mit Tickets für Gruppen ab 20 Personen zum Preis von 1 PLN (EUR 0,23)³ für Kinder und 10 PLN (EUR 2,30) für Erwachsene zur Förderung gemeinsamer Stadionbesuche und einer kollektiven Unterstützung

Straßenbahn mit dem **Turnier-Branding** in Gdańsk in den Tagen vor dem Qualifikationsspiel zur UEFA Women's EURO 2025 zwischen Polen und Rumänien; das Maskottchen des Nationalteams verteilte Ticketgutscheine und interagierte mit den Einwohner/-innen

Bürgerbeteiligung durch lokale Events wie die Feierlichkeiten zum Tag der Menschenrechte in Gdańsk, wo eine öffentliche Diskussion über den Frauenfußball angeregt wurde

Sechs Nachbarschaftsfestivals in Gdańsk mit Fußballaktivitäten, Werbegeschenken und Merchandising-Artikeln, um Mädchen für den Sport zu motivieren

1 200 symbolische „Kadereinberufungen“ mit Gutscheinen für je zwei Tickets an junge Spielerinnen im ganzen Land, um eine persönliche Verbindung zum Nationalteam herzustellen

Nationale Kampagne zur Förderung der Sichtbarkeit mit **22,6 Mio. Impressionen**; diese wurde durch Partnerschaften mit dem Tourismusverband Gdańsk, dem Sportverband der Universität Gdańsk, Medienhäusern, Botschafter/-innen und Content Creator/-innen unterstützt

KONKRETES BEISPIEL

WEITERE VERMÄCHTNISPROJEKTE IN EUROPA

Wales: 16 Sport- und Kulturprojekte mit staatlichen Finanzmitteln von **GBP 1 Mio. (EUR 1,16 Mio.)**⁴ zur Feier der ersten EM-Teilnahme



Belgien: Fuel-The-Flames-Kampagne in Schulen und Vereinen zur Unterstützung der Red Flames



³ Umrechnung aus polnischen Złoty in Euro (durchschnittlicher Wechselkurs Juli 2025; Werte gerundet).

⁴ Umrechnung aus englischen Pfund in Euro (durchschnittlicher Wechselkurs Juli 2025; Werte gerundet).



SCHAFFUNG EINES KULTURELLEN VERMÄCHTNISSES

Bei den langfristigen Initiativen standen Teilnehmerzahlen, Sichtbarkeit und die Nachwuchsförderung im Mittelpunkt.

20 Mädchenfestivals im ganzen Land mit rund 7 000 Teilnehmerinnen zur Stärkung des Breitenfußballs

Eine **Kinderbroschüre** mit Profilen der Spielerinnen, Aufklebern und informativem Material aus Anlass der ersten Teilnahme Polens an einer Frauen-EM-Endrunde

Rekordzuschauerzahlen bei Länderspielen: **10 685 im Juni 2025** und **11 022 im Oktober 2025** und über 5 Mio. TV-Zuschauer/-innen

5.4 GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

Im Rahmen des Turniers wurden die ersten Phasen der Umsetzung des Plans zur Wahrung des Vermächnisses des SFV („Here to Stay“) unterstützt. Dabei handelt es sich um ein bewusst ehrgeiziges Programm, mit dem bis 2027 Veränderungen im Frauenfußball herbeigeführt werden sollen. Im ersten Jahr konnte durch strukturierte Investitionen und Aktivitäten im ganzen Land die Sichtbarkeit, die dank der UEFA Women's EURO 2025 erreicht wurde, in konkrete Maßnahmen umgewandelt werden, wobei sämtliche Indikatoren im Breitenfußball (Anzahl Spielerinnen, Trainerinnen, Schiedsrichterinnen und Führungspositionen) Rekordwerte erreichten.

ERSTE FORTSCHRITTE IM ÜBERBLICK

1 200 AKTIONEN VON 260 KLUBS

Breitenfußballklubs im ganzen Land beteiligten sich an der „Legacy Challenge“ des SFV, organisierten Hunderte von Aktivitäten und gewannen dabei verschiedene Preise

Investitionen von EUR 11 Mio.

Eine beispiellose Verpflichtung seitens der Schweizer Regierung, des SFV, kommerzieller Partner und der UEFA zur Finanzierung der Frauenfußballentwicklung bis Dezember 2027

STEIGENDE VERTRETUNG VON FRAUEN

Ausbildung von 14 Stadionsprecherinnen, von denen acht bei der UEFA Women's EURO 2025 zum Einsatz kamen

FÖRDERUNG DES BREITENFUSSBALLS

Erste Initiativen konzentrierten sich auf einen Abbau von Hindernissen für den Zugang zum Fußball und die Unterstützung von Schulen und Klubs, damit mehr Mädchen Fußball spielen können.

Die **Kickstart-Toolbox**, die zu Beginn der Saison 2025/26 auf den Weg gebracht wurde, enthält praktische Hilfsmittel und Informationen für Lehrpersonen und Trainer/-innen, um die ersten Schritte im Fußball für Mädchen zu erleichtern und die Teilnehmerzahlen im Breitensport in der ganzen Schweiz zu erhöhen.



Übungsfächer
mit 25
Spielformen,
inklusive
Anleitung



Trainingspläne
und fachliche
Anleitungen



Bessere
Zusammen-
arbeit zwischen
Schule und
Verein



Material für
mehr
Sichtbarkeit
(Poster und
Aufkleber)

Erkenntnisse aus der Umfrage des SFV bei Breitenfußballerinnen unterstreichen die großen Auswirkungen des Turniers. Die Ergebnisse zeigen eine deutliche und anhaltende Verschiebung bei den Interessen und der Motivation von Mädchen und Frauen, die bis weit nach dem Turnier anhält.

5.4 GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

Teilnehmerzahlen und Sichtbarkeit

90 % jener Befragten, die bereits Fußball spielen, gaben an, dass sie in den kommenden zwölf Monaten weiterspielen würden

76 % der im Rahmen der Breitenfußball-Umfrage befragten Personen haben Spiele der UEFA Women's EURO 2025 besucht

62 % gaben an, dass sie der Turnierbesuch zum Fußballspielen motiviert hat

85 % sind der Ansicht, dass der Frauenfußball seit der UEFA Women's EURO 2025 in der Schweiz sichtbarer geworden ist

70 % beurteilten die Möglichkeiten für Frauen und Mädchen, Fußball zu spielen, nach dem Turnier als gut oder sehr gut (vor dem Turnier waren es 53 %)

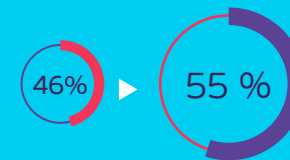
Wahrnehmung und Stolz

88 % sind sehr stolz darauf, dass die UEFA Women's EURO 2025 in der Schweiz ausgerichtet wurde

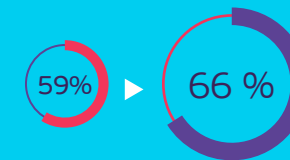
78 % der Befragten sind der Ansicht, dass die Wahrnehmung des Frauenfußballs in der Schweiz positiv oder sehr positiv ist; eine deutliche Verbesserung im Vergleich zu 15 % vor dem Turnier



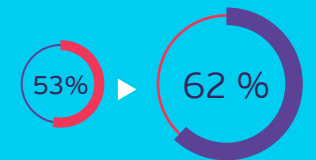
Persönliche Entwicklung und gesellschaftliche Auswirkungen



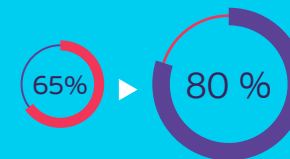
Das Vertrauen in Führungskompetenzen lag nach dem Turnier bei 55 % (im Vergleich zu 46 % vor dem Turnier)



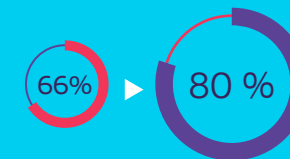
66% der Befragten fühlten sich nach dem Turnier besser in der Lage, mit Herausforderungen umzugehen (59 % vor dem Turnier)



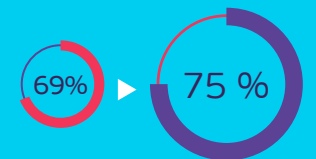
Das Vertrauen in Kommunikationsfähigkeiten erreichte nach dem Turnier 62 % (53 % vor dem Turnier)



Das Zugehörigkeitsgefühl im Fußball stieg nach dem Turnier auf 80 % (65 % vor dem Turnier)



Das Gemeinschaftsgefühl durch den Fußball erreichte nach dem Turnier 80 % (66 % vor dem Turnier)



75 % der Befragten fühlten sich nach dem Turnier in der Lage, durch den Fußball Freundschaften zu schließen (69 % vor dem Turnier)

5.4 GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

Förderung von Frauen in Führungspositionen und Karrierewege für Trainerinnen

Neben den Teilnehmerzahlen konzentriert sich „Here to Stay“ auch auf die Vertretung von Frauen im Trainerwesen und in Führungspositionen. Mithilfe gezielter Programme zum Abbau von Hindernissen beim Zugang und zur Beschleunigung von Qualifikationswegen wurden erste Fortschritte erzielt.

NATIONALER LEGACY-PLAN DER SCHWEIZ – Vergleich 2025/26 zu 2023/24



Spülerinnen

39 853  48 098
+21 %



Schiedsrichterinnen

119  153
+29 %



Trainerinnen

2 331  2 895
+24 %



Entscheidungsträgerinnen

321  430
+34 %



VERBESSERUNG DER ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR TRAINERINNEN

- Über das UEFA-Innovationsprogramm, eine Partnerschaft mit der Hochschule für Ingenieurwissenschaften und Management (HEIG-VD) und Amazon werden neue Rekrutierungswege und maßgeschneiderte Programme bereitgestellt, um die Entwicklungsmöglichkeiten für Trainerinnen zu verbessern. Durch eine innovative Online-Simulation werden Hindernisse beim Zugang abgebaut, inklusives Lernen gefördert und klare Wege zur Erlangung von Trainerqualifikationen aufgezeigt, um mehr Frauen dabei zu unterstützen, das Vertrauen und die Kompetenzen für Führungspositionen auf dem Spielfeld aufzubauen.
- Parallel dazu erhielten die ausschließlich für Frauen bestimmten Trainerkurse des SFV rasch großen Zuspruch; 80 % der neu qualifizierten Trainerinnen absolvierten 2025 diese spezifischen Programme. Diese Bemühungen stärken das Trainernetzwerk und beschleunigen den Fortschritt im Hinblick auf das Ziel des SFV, die Zahl der Frauen in Führungspositionen bis 2027 deutlich zu erhöhen.

5.4 GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

STOLZE AUSTRAGUNGSSTÄDTE

Die UEFA Women's EURO 2025 sorgte in den Austragungsstädten für ein Gefühl von Stolz und ein starkes Gemeinschaftsgefühl. Die Rückmeldungen der Einwohner/-innen und Zuschauer/-innen lassen darauf schließen, dass sie sich eingebunden fühlten, was sich wiederum positiv auf die lokale Identität sowie die allgemeine Stimmung in den Städten und die Wahrnehmung der Städte auswirkte.

Umfrage bei Einwohner/-innen

87 %

glaubten, dass sich das Turnier anhand des Tourismus und der lokalen Geschäfte positiv auf die lokale Wirtschaft ausgewirkt hat

72 %

hatten den Eindruck, dass das Turnier den Alltag nur in geringem Maße beeinträchtigt hat

70 %

der Einwohner/-innen waren der Ansicht, dass sich das Turnier positiv auf ihre Stimmung ausgewirkt hat

65 %

waren der Ansicht, dass sich das Turnier positiv darauf ausgewirkt hat, wie gerne sie in ihrer Stadt leben

57 %

hatten das Gefühl, dass das Turnier das Gemeinschaftsgefühl gestärkt hat

Umfrage bei einheimischen Zuschauer/-innen

87 %

waren stolz, dass das Turnier in ihrer Stadt durchgeführt wurde

82 %

glaubten, dass das Turnier positive Auswirkungen für lokale Geschäfte und die Wirtschaft hatte

74 %

der einheimischen Zuschauer/-innen waren der Ansicht, dass sich die Ausrichtung der UEFA Women's EURO 2025 in ihrer Stadt positiv auf ihre Stimmung ausgewirkt hat

62 %

hatten den Eindruck, dass das Turnier ihren Alltag nicht oder nur in geringem Maße beeinträchtigt hat



5.4 GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

VOLUNTEERS

Die ehrenamtlichen Helfer/-innen spielten in den Stadien und den Austragungsstädten eine entscheidende Rolle bei der Durchführung des Turniers. Insgesamt standen bei der UEFA Women's EURO 2025 2 500 Volunteers im Einsatz, darunter 1 900 Stadion-Volunteers in 17 operativen Bereichen und 600 Volunteers in den Austragungsstädten (in Fanzonen und an Empfangsbereichen). Das Interesse an der Freiwilligenarbeit war mit 12 800 Bewerbungen aus der ganzen Welt ausserordentlich hoch und zeugte von einer grossen Motivation und einem enormen Interesse am Turnier.

Rückmeldungen aus Umfragen zeigen, dass die Vorteile des Programms vielfältig waren, nicht nur in Bezug auf die Durchführung des Turniers, sondern auch für das persönliche und kollektive Wohlbefinden, die persönliche Weiterentwicklung und soziale Kontakte.

ERGEBNISSE DER UMFRAGE BEI VOLUNTEERS



DEMOGRAPHIE DER VOLUNTEERS

- Einsatz von **2 500** Volunteers bei der UEFA Women's EURO 2025, darunter 1 900 Stadion-Volunteers und 600 Volunteers in den Austragungsstädten
- **12 800 Bewerbungen** aus der ganzen Welt, darunter **5 835 allein** aus der Schweiz
- Herkunft aus **73 Ländern**; **55 % Frauen** und **83 % zum ersten Mal** bei einer UEFA-Veranstaltung



WOHLBEFINDEN UND PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG

- **74 %** der Volunteers gaben an, durch die Volunteering-Erfahrung glücklich und erfüllt zu sein; **77 %** von ihnen möchten sich künftig mehr ehrenamtlich engagieren
- **78 %** gaben an, dass sie dank ihrer Aufgaben als Volunteers neue Freundschaften und soziale Kontakte knüpfen konnten
- **66 %** waren der Ansicht, dass sie die UEFA Women's EURO 2025 dazu angeregt hat, sich in den Bereichen Sport und körperliche Betätigung mehr ehrenamtlich engagieren zu wollen



AUSSAGEN VON VOLUNTEERS

„Als Volunteer habe ich unglaublich umfangreiche Einblicke in die Organisation einer solchen Veranstaltung bekommen. Vielen Dank für diese einmalige Gelegenheit!“

„Es war sehr inspirierend zu sehen, wie viele engagierte Menschen aus verschiedenen Ländern und Kulturen gemeinsam auf ein Ziel hingearbeitet und so viel Energie, Freude und Begeisterung eingebracht haben.“

„Es war fantastisch, Teil dieser Frauen-EM in meiner Heimatstadt zu sein. Ich würde sehr gerne wieder als Volunteer arbeiten.“

„Ich habe mit so vielen tollen Menschen jeden Alters und unterschiedlichster Herkunft zusammengearbeitet. Auch als älterer Volunteer habe ich mich gleich behandelt gefühlt wie die Jüngeren.“

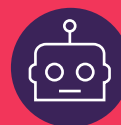
UEFA-Stiftung für Kinder

Im Rahmen der UEFA Women's EURO 2025 wurden verschiedene von der UEFA-Stiftung für Kinder umgesetzte Initiativen in den Bereichen Inklusion und Zugang für alle unterstützt. Diese umfassten inklusive Spieltagerlebnisse, aber auch längerfristige Investitionen in die Geschlechtergleichstellung in ganz Europa. Für die Initiativen wurden Sichtbarkeit und Reichweite des Turniers genutzt, um die Teilnehmerzahlen zu erhöhen, Hindernisse abzubauen, damit auch benachteiligte Gruppen am Turnier teilhaben konnten, und die gesellschaftlichen Auswirkungen über die Stadien hinaus in die ganze Schweiz und die teilnehmenden Länder zu tragen.



2 025 SMILES

- Organisationen, die in den Austragungsstädten mit benachteiligten Kindern arbeiten, erhielten **2 025 Tickets** und konnten Kindern und ihren Familien unvergessliche Erlebnisse bei der UEFA Women's EURO 2025 bescheren



TELEPRÄSENZ-ROBOTER

- **8 Roboter** in 4 Stadien (Basel, Bern, Genf und Zürich)
- Mit den Robotern konnten **200 stationär** im Krankenhaus behandelte Kinder live bei 19 Spielen dabei sein



VERMÄCHTNIS FÜR DIE ZUKUNFT

- **16 Projekte** – eines pro teilnehmender Nation
- **Umsetzung in Zusammenarbeit** mit der UEFA-Stiftung für Kinder, der adidas-Stiftung und der Kaizen Foundation

5.4 GESELLSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

VERMÄCHTNIS FÜR DIE ZUKUNFT – DEN FUSSBALL FÜR MÄDCHEN UND FRAUEN VERÄNDERN

Das Programm „Vermächtnis für die Zukunft“ ist ein von der UEFA-Stiftung für Kinder, der adidas-Stiftung und der Kaizen Foundation entwickeltes Programm für Geschlechtergleichstellung. In Zusammenarbeit mit allen 16 teilnehmenden Nationalverbänden hat jedes Team eine Breitenfußballinitiative im eigenen Land ausgewählt, für die es sich während und nach dem Turnier (ab Juli 2025 zwölf Monate lang) engagiert. Das Programm wird mit EUR 800 000 unterstützt und sorgt für Sichtbarkeit, Kontaktpflege und Unterstützung beim Kompetenzaufbau.

VERMÄCHTNISSE DER NATIONAL- VERBÄNDE



BELGIEN

BX Brussels: Schaffung von gleichen Möglichkeiten für Mädchen mit Migrations- und muslimischem Hintergrund durch die Bekämpfung von Klischees auf und neben dem Spielfeld



DÄNEMARK

Girl Power: Unterstützung von Flüchtlingen, Immigrantinnen und jungen Frauen am Rande der Gesellschaft beim Zugang zum Fußball und der Entwicklung von Führungskompetenzen



ENGLAND

Rio Ferdinand Foundation: Erhöhung der Beteiligung von Mädchen im Sport aus marginalisierten Bevölkerungsgruppen im Vereinigten Königreich und in der Republik Irland



FINNLAND

Louhento Foundation: Publikation zur Offensivstrategie der finnischen Frauen-Auswahl und Bereitstellung inklusiver Entwicklungsmöglichkeiten für Mädchen



FRANKREICH

Kabubu: Sport zur gesellschaftlichen Integration von Migrantinnen durch Aktivitäten in sicheren, einladenden Räumen mit einem Kinderbetreuungsangebot



DEUTSCHLAND

Safe Hub: Förderung der Geschlechtergleichstellung und Bereitstellung eines sicheren Ortes zum Fußballspielen für Mädchen im Berliner Bezirk Wedding



ISLAND

Bergið Headspace: Sensibilisierungsveranstaltungen zum Thema psychische Gesundheit und Unterstützung für das Wohlbefinden junger Spielerinnen



ITALIEN

ASD Balon Mundial: Unterstützung junger Frauen und nicht binärer Personen beim Aufbau von sozialen, emotionalen und Führungskompetenzen durch den Sport



NIEDERLANDE

Klabu Foundation: Schaffung von Verbindungen zwischen Flüchtlingen und Einheimischen durch Sport, Abbau von Hindernissen, damit Mädchen und Frauen Fußball spielen können



NORWEGEN

Rosa Sko: Eigenverantwortlich geleitete Fußballräume für Mädchen aus marginalisierten Bevölkerungsgruppen sowie Entwicklungsmöglichkeiten für junge Trainerinnen



POLEN

Trenuj Bycie Dobrym: Schaffung von Verbindungen zwischen Mädchen und weiblichen Vorbildern im Fußball und Stärkung der Rekrutierung in Frauenfußballklubs



PORTUGAL

Integrated Dreams: Unterstützung der Inklusion von Fachpersonen mit Behinderung – insbesondere Frauen – in den Fußball



SPANIEN

Fútbol Más: Unterstützung von gesellschaftlich und wirtschaftlich ausgegrenzten Mädchen in Madrid und Sevilla, damit sie sich als Spielerinnen und Menschen weiterentwickeln können



SCHWEDEN

En Frisk Generation: Einbindung von Mädchen, die sonst vom Fußball ausgeschlossen waren, damit sie Selbstvertrauen und Führungskompetenzen entwickeln können



SCHWEIZ

Swiss Academy for Development: Nutzung des Fußballs, um die Entwicklung, das Wohlbefinden und die Inklusion von Kindern zu fördern, die mit systemischen Hindernissen konfrontiert sind



WALES

Cymru Football Foundation: Verbesserung der Breitenfußballinfrastruktur, um ein sicheres, anregendes Umfeld für Mädchen und Frauen im Land zu schaffen



5.4 GESELLSCHAFTLICHE ASUWIRKUNGEN

UEFA-INNOVATIONSPROGRAMM

Das Innovationsprogramm der UEFA Women's EURO 2025 soll zur Bewältigung der realen Herausforderungen im Mädchen- und Frauenfußball beitragen und die Zusammenarbeit zwischen kommerziellen Partnern, Schweizer Universitäten, dem SFV und lokalen Klubs fördern, um vor, während und nach der Endrunde skalierbare, realistische Lösungen zu testen.

Diese in der UEFA-Frauenfußballstrategie „Unstoppable“ verankerten Pilotprojekte zeigten auf, wie Innovationen für einen Wandel in Einrichtungen, im Trainingsumfeld und bei Entwicklungsmöglichkeiten sorgen können und wie ein Turnier konkrete Verbesserungen hinsichtlich Teilnehmerzahlen, Umfeld und Gemeinschaftsgefühl herbeiführen kann.

DROPOUT CHALLENGE

Im Rahmen der von der Universität Genf (UNIGE) und adidas entwickelten „DROPOUT CHALLENGE“ wurde untersucht, weshalb Mädchen während der Pubertät aufhören, Fußball zu spielen. Gestützt auf Umfrageergebnisse nationaler Klubs war das Verhalten der Coaches der Hauptgrund für einen Ausstieg (34,6 %), gefolgt von der Trainingsqualität und Zeitmangel. Die Ergebnisse unterstrichen die Bedeutung eines motivierenden, inklusiven und geschlechtergerechten Coachings und lieferten eine klare Datengrundlage für künftige Trainerausbildungsprogramme und Initiativen zur Erhaltung von Spielerinnen.

NEUGESTALTUNG VON UMKLEIDEKABINEN

Im Rahmen des SFV-Programms zur Wahrung des Vermächtnisses „Here to Stay“ gestalteten der Verband und die Genfer Hochschule für Kunst und Design (HEAD) veraltete, auf Männer ausgelegte Umkleidekabinen neu, um der steigenden Anzahl Spielerinnen gerecht zu werden. Dieses Projekt, das für rasche, kostengünstige Verbesserungen in Sachen Privatsphäre, Komfort und Benutzerfreundlichkeit sorgte, wurde als erstes beim SC Worb umgesetzt. Der Prototyp hat landesweites Interesse geweckt und bietet ein individuell anpassbares Modell zur Schaffung inklusiver Fußballeinrichtungen.

POKALE ZUM TRÄUMEN

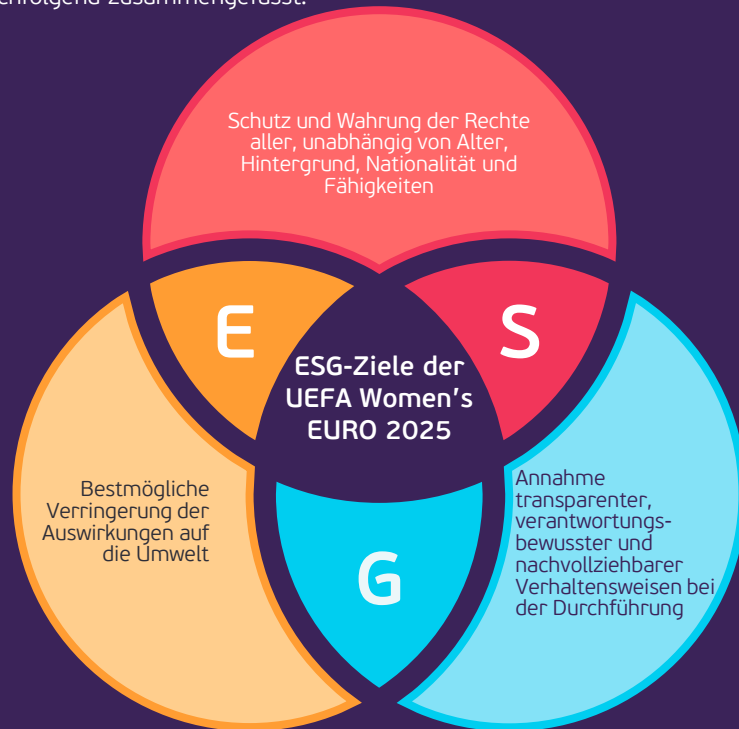
Die Ausstellung „Pokale zum Träumen“ war ein kulturelles Highlight der UEFA Women's EURO 2025. Im Historischen Museum Basel wurden die bekanntesten UEFA-Pokale präsentiert. Mit 10 658 Besucher/-innen wurde eine für den Monat Juli außergewöhnlich hohe Zahl an Gästen registriert. Die Ausstellung stellte das Vermächtnis des Männer- und Frauenfußballs dar und sorgte für die Stärkung des lokalen Engagements, eine Inspiration für junge Fans und eine weitere Besucherattraktion außerhalb der Spieltage.



5.5 NACHHALTIGKEIT

Bei der Durchführung der UEFA Women's EURO 2025 als internationale sportliche Großveranstaltung standen langfristige Wertschöpfung, Glaubwürdigkeit und positive Auswirkungen im Zentrum, um ein verantwortungsvolles und nachhaltiges Wachstum zu gewährleisten.

Nach dem Vorbild der UEFA EURO 2024 war das Frauenturnier an starken Grundsätzen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance (ESG) ausgerichtet, die wiederum der UEFA-Strategie für nachhaltigen Fußball 2030 und den Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung entsprachen. Die ESG-Strategie für die UEFA Women's EURO 2025 umfasste 97 Maßnahmen und 47 messbare Ziele, deren Umsetzung an allen acht Austragungsorten durch entsprechende Nachhaltigkeitsmanager/-innen unterstützt wurde. Die wichtigsten Ergebnisse in den drei ESG-Säulen sind nachfolgend zusammengefasst.



UMWELT

Die UEFA war bestrebt, die Auswirkungen der UEFA Women's EURO 2025 auf die Umwelt durch gezielte, praktische Maßnahmen in den Bereichen Mobilität, Energie, Ressourcenverbrauch und Abfall zu minimieren. In Zusammenarbeit mit den Austragungsstädten, den Nationalverbänden und den Fans wurde beim Turnier nachhaltiges Verhalten auf Grundlage des 4R-Modells – Reduce (Verringern), Reuse (Wiederverwenden), Recycle (Recyclen), Recover (Rückgewinnen) – gefördert.

Erste Ergebnisse zeigen, dass die eingeführten Maßnahmen weitgehend umgesetzt wurden, insbesondere in den Bereichen Reisen und Stadionbetrieb, was dazu beigetragen hat, die Emissionen zu begrenzen und den Verbrauch über das gesamte Turnier hinweg zu verringern.

01 KLIMASCHUTZ

Koordinierte Maßnahmen zur Verringerung der Auswirkungen des Turniers auf die Umwelt durch die Senkung der CO₂-Emissionen, die Optimierung des Energieverbrauchs und die Förderung emissionsarmer Mobilität bei gleichzeitiger Berücksichtigung von Klimaschutz und Klimabewusstsein bei sämtlichen Aktivitäten der Interessenträger.



INTELLIGENTE MOBILITÄT

Verringerung der durch Reisen verursachten CO₂-Emissionen:

- **86 % der Besucher/-innen** (414 000) waren umweltfreundlich unterwegs (mit öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß oder mit dem Fahrrad)
- **>120 000 Fans** (20 %) wählten aktive Mobilitätsangebote
- Einsatz von **>400 zusätzlichen Zügen** zur Nutzung der Möglichkeit für Ticketinhaber/-innen, an Spieltagen öffentliche Verkehrsmittel kostenlos nutzen zu können
- **90 % der Mitarbeitenden** reisten mit dem Zug statt mit dem Auto in die Austragungsstädte



EMISSIONS-MANAGEMENT

Koordinierte Bemühungen zur Messung und Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks des Turniers

- Gesamtfußabdruck des Turniers von **8 402 tCO₂e**, **13,3 % weniger als angenommen**, wobei die Reisen der Ticketinhaber/-innen zusätzlich 22 708 tCO₂e verursachten
- Erfolgreiche Umsetzung von **34 Maßnahmen zur Reduzierung der CO₂-Emissionen**, einschließlich eines Beitrags in Höhe von EUR 162 000 an den SFV für Investitionen in nachhaltige Infrastrukturprojekte zur Eindämmung der Emissionen



VERANTWORTUNG

Aktivitäten der UEFA in den Bereichen Klimaschutzverantwortung, Schaffung eines Umweltbewusstseins und Aufruf zu aktivem Handeln:

- Einsatz von **24 „grünen“** Volunteers in allen acht Stadien
- Organisation von **Medienaktivitäten** wie Rundtischgesprächen, Diskussionen, Medienkonferenzen und Briefings

5.5 NACHHALTIGKEIT

02 NACHHALTIGE INFRASTRUKTUR

Infrastruktur, mit der die Auswirkungen des Turniers auf die Umwelt möglichst gering ausfallen, indem der Energie- und Wasserverbrauch optimiert, erneuerbare Energien bevorzugt und Effizienzmaßnahmen berücksichtigt werden, um den Verbrauch an allen Austragungsorten zu verringern.



ENERGIE

Für einen sparsamen Stromverbrauch in allen Stadien:

- Zumindest teilweiser Betrieb mit erneuerbaren Energien
- Fokus auf erneuerbare Energien, wobei fünf der acht Stadien ausschließlich mit erneuerbaren Energien auskamen



WASSER

Für eine Verringerung und Optimierung des Wasserverbrauchs in den Austragungsstädten:

- Bereitstellung von **kostenlosem Trinkwasser** für alle Fans
- Umsetzung von **Maßnahmen zur Senkung des Wasserverbrauchs** in den Stadien

03 KREISLAUFWIRTSCHAFT

Ansatz zur Minimierung des Abfalls und zur Maximierung der Ressourceneffizienz durch eine Verringerung des Verbrauchs auf Grundlage des 4R-Modells – Reduce (Verringern), Reuse (Wiederverwenden), Recycle (Recyclen), Recover (Rückgewinnen).



VERRINGERN UND WIEDERVERWENDEN

Für eine Eindämmung der Ressourcenverschwendung:

- Einsatz digitaler Bezahlformen, was dazu führte, dass **97,5 %** der Zahlungen bargeldlos erfolgten
- Verwendung wiederverwendbarer und **umweltfreundlicher Becher** beim gesamten Turnier



RECYCELN UND RÜCKGEWINNEN

Für eine Optimierung des Abfallmanagements während des Turniers und eine Rückgewinnung von Energie aus nicht recycelbaren Abfällen:

- Umsetzung eines allgemeinen Plans zur Abfallreduzierung und Re- bzw. Upcycling von **70 %** der Beschilderung und des Dekorationsmaterials in Zusammenarbeit mit Lidl
- Umsetzung strikter Abfallmaßnahmen, mit dem Ergebnis, dass beim Turnier **keine** Abfälle entstanden, die auf Deponien entsorgt werden mussten



5.5 NACHHALTIGKEIT

SOZIALES

Die Menschen standen bei der Endrunde im Mittelpunkt, was die Fähigkeit des Fußballs widerspiegelt, Menschen unabhängig von Alter, Herkunft, Nationalität und Fähigkeiten zusammenzubringen. Um Menschenrechte zu wahren, Diskriminierung zu verhindern und allen eine gleichberechtigte Erfahrung zu ermöglichen, wurden während des gesamten Turniers Vielfalt und Inklusion groß geschrieben.

01 SCHUTZ DER MENSCHENRECHTE

Maßnahmen zum Schutz der Menschenrechte durch die Verhinderung von Diskriminierung, den Schutz von Kindern und Jugendlichen und die Bereitstellung klarer Melde- und Aufklärungsmechanismen, um ein sicheres, respektvolles und verantwortungsvolles Turnierumfeld zu gewährleisten.



BEKÄMPFUNG VON DISKRIMINIERUNG

Für eine wirkungsvolle Verhinderung bzw. Bekämpfung von Diskriminierung:

- Überwachung der sozialen Medien, Identifizierung von 1 901 potenziell beleidigenden Posts, Meldung von 359 solcher Posts – schlussendlich wurden **66,6 % entfernt**
- Durchführung von **Risikobeurteilungen vor allen Spielen**
- Erneutes Briefing aller Unparteiischen zum **Drei-Stufen-Plan** gegen Diskriminierung
- Werbung für die Initiative **#FootbALL** während des gesamten Turniers



KINDER UND JUGENDLICHE

Für den Schutz von Kindern und Jugendlichen:

- Einsatz von Nachhaltigkeitsmanager/-innen in allen Spielorten; diese fungierten auch als Kinder- und Jugendschutzbeauftragte
- Durchführung einer Schulung zum Kinder- und Jugendschutz für alle Begleitpersonen und Unterzeichnung eines Verhaltenskodex



MELDE- UND AUFKLÄRUNGS- MECHANISMEN

Für Aufklärungsmechanismen während des gesamten Turniers:

- Schaffung eines **Beschwerdemechanismus**, über den 27 Beschwerden registriert wurden
- Umsetzung eines **Sensibilisierungskonzepts** in allen acht Stadien; bei Fällen psychischen Unwohlseins stand **ein eigens eingesetztes Team** zur Unterstützung bereit

02 VIELFALT UND INKLUSION

Die UEFA setzte sich dafür ein, gleichberechtigten Zugang, Vertretung und Beteiligung für Menschen unterschiedlicher Herkunft und Fähigkeiten zu gewährleisten, indem in allen Bereichen des Turniers ein zugängliches, einladendes und faires Umfeld geschaffen wurde.



BARRIEREFREIHEIT

Für einen gleichberechtigten Zugang zum Turnier für alle:

- Angebot an barrierefreien Dienstleistungen in **allen Stadien**, unterstützt durch 53 eigens für Barrierefreiheit abgestellte Volunteers
- Bereitstellung von Audiodeskription bei allen 31 Spielen; das Angebot wurde von **1 217** Einzelpersonen über 3 421 Mal genutzt
- Gewährleistung, dass 404 223 Tickets für **CHF 30 (EUR 32)** oder weniger verkauft wurden
- Bereitstellung barrierefreier Dienstleistungen, die von **94 %** der Inhaber/-innen barrierefreier Tickets mindestens als zufriedenstellend beurteilt wurden



GLEICHSTELLUNG DES PERSONALS

Dank starker Initiativen zur Gewährleistung gleicher Möglichkeiten für alle und zur Sensibilisierung des Personals für die Werte von Inklusion wurde Folgendes erreicht:

- Anstellung von 62 Mitarbeitenden über die Women's EURO 2025 SA, davon 59 % **Frauen aus 11 Ländern**
- Anstellung von insgesamt rund **400 Mitarbeitenden aus 33 Ländern**

5.5 NACHHALTIGKEIT

03 GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN

Förderung eines sicheren und gesunden Turnierumfelds durch die Begünstigung eines aktiven Lebensstils, ein Angebot an gesunden Speisen und Getränken und die Umsetzung von Maßnahmen zugunsten des physischen und psychischen Wohlbefindens aller Beteiligten.



RAUCHVERBOT

Für eine Begrenzung schädigenden Verhaltens und die Förderung einer gesunden Umgebung im Stadion:

- Umsetzung eines **strikten Rauchverbots** in allen Stadien
- Schulung von über **3 500 Ordnungskräften** im Hinblick auf eine konsequente Durchsetzung des Rauchverbots



GESUNDE SPEISEN UND GETRÄNKE

Für ein Angebot an gesünderen Ernährungsoptionen für die Besucher/-innen:

- Verpflichtung aller Catering-Unternehmen und Verpflegungsstände zur Einhaltung der UEFA-Richtlinien für gesundes und nachhaltiges Catering
- Angebot an gesunden und ausgewogenen Speisen und Getränken **in allen Stadien**



FÖRDERUNG KÖRPERLICHER BETÄTIGUNG

Für die Förderung eines aktiven und gesundheitsbewussten Lebensstils:

- Bereitstellung eigener Routen für Fußgänger/-innen sowie von **Fahrradparkplätzen** an allen Stadien
- Angebot einer Teilnahme an den offiziellen Fanwalks zu den Spielen mit 95 000 Fans, die diese Möglichkeit nutzten

04 SOLIDARITÄT

Die UEFA verpflichtete sich, die Auswirkungen auf die Gesellschaft zu stärken, indem der Breitenfußball unterstützt, soziale Entwicklung und Inklusion gefördert und mit lokalen Organisationen und Verbänden zusammengearbeitet wurde, damit dank des Turniers über das Spielfeld hinaus bedeutsame Vorteile erzielt werden können.



BREITENSport UND GESELLSCHAFT

Für eine Stärkung des Bewusstseins und die Förderung des Wachstums des Frauen-Breitenfußballs zu fördern:

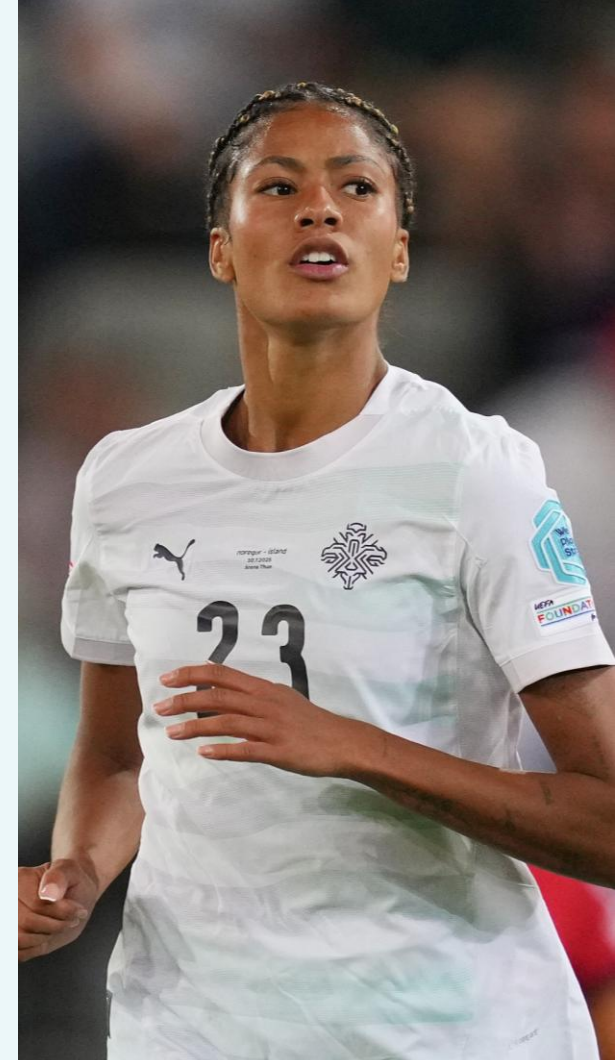
- Einrichtung von Ständen in den Fanzonen, an denen der SFV und die Regionalverbände über ihre Vermächtnisprogramme informieren konnten
- Durchführung von Breitensportaktivitäten und Ermunterung von Frauen, sich im Schiedsrichterwesen zu engagieren



WOHLTÄTIGKEIT UND PHILANTHROPIE

Für eine maximale Wirkung unternahm die UEFA-Stiftung Folgendes:

- Ausgabe von **2 025 Tickets** an benachteiligte Kinder
- Gelegenheit für **71 Kinder**, die Spielerinnen auf das Feld zu begleiten
- Durchführung von **16 Projekten** zur Geschlechtergleichstellung in den Ländern der teilnehmenden Nationalverbände, um Mädchen und Frauen durch den Fußball zu stärken



RÜCKMELDUNG AUS GENÈVE:

„Da die Tickets sehr günstig waren, konnten meine Freunde und ich mehrere Spiele besuchen.“

5.5 NACHHALTIGKEIT

GOVERNANCE

Die UEFA führte einen starken Governance-Rahmen ein, damit das Turnier transparent und verantwortungsbewusst durchgeführt werden konnte. Dazu gehörte die Zusammenarbeit mit Interessenträgern, um wichtige Risiken im Zusammenhang mit Menschenrechten zu identifizieren und in Angriff zu nehmen.

01 GOOD GOVERNANCE

Umsetzung transparenter, verantwortungsbewusster und nachvollziehbarer Managementpraktiken im Hinblick auf ein wirkungsvolles Risikomanagement, eine ethische Entscheidungsfindung, eine nachhaltige Beschaffung und eine sinnvolle Einbindung der Interessenträger über das gesamte Turnier hinweg.



BESCHAFFUNG

Für eine Sicherstellung nachhaltiger Beschaffungsprozesse und die Priorisierung einer lokalen Beschaffung:

- Berücksichtigung von Nachhaltigkeit im UEFA-Beschaffungsreglement anhand des UEFA-Lieferanten-Kodex
- Verwendung von **48,8 %** des Turnierbudgets für Lieferanten mit Sitz in der Schweiz



TRANSPARENZ

Für transparente Managementverfahren:

- Von Austragungsstädten und dem SFV unterzeichnete **Menschenrechtserklärung**
- Einbindung von **fünf Sponsoren** – Lidl, Just Eat Takeaway, Visa, Heineken und die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) – über gezielte Initiativen in die Unterstützung von Nachhaltigkeit und Inklusion



RECHENSCHAFTSPFLICHT

Für eine Einhaltung aller internen Governance- und Compliance-Regeln:

- Einsatz von Nachhaltigkeitsmanager/-innen an **sämtlichen Spielorten**
- Einsatz von **101 Volunteers**, die sich besonders auf Barrierefreiheit, Menschenrechte und Umweltschutz konzentrierten
- Erfüllung der Kriterien der **Stufe 3** des UEFA-Systems zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Veranstaltungen



RISIKOMANAGEMENT

Für die Erkennung von Risiken in allen Bereichen der Turnierausrüstung und den Umgang mit solchen Risiken:

- Zusammenstellung einer Matrix mit **38** Nachhaltigkeitsrisiken und entsprechenden Mitigationsmaßnahmen
- Durchführung einer Menschenrechtsrisikoanalyse

02 AUS- UND WEITERBILDUNG

Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden und Volunteers, Austausch bewährter Vorgehensweisen und Förderung der Zusammenarbeit im Hinblick auf den Erwerb von Wissen im Bereich der Nachhaltigkeit und die Fähigkeit, eine einheitliche, fundierte und verantwortungsvolle Umsetzung sämtlicher Aspekte des Turniers zu unterstützen.



SCHULUNG

Für eine Umsetzung der Richtlinien und Praktiken durch alle Mitarbeitenden:

- Grundlegende Informationen zum Thema Nachhaltigkeit für **alle Volunteers** und entsprechende Schulungen zu ESG-Themen



WISSENSAUSTAUSCH

Für die Anwendung bewährter Vorgehensweisen über das ganze Turnier hinweg:

- Austausch mit **250 Interessenträgern** beim UEFA-Respekt-Forum 2025 zu Vorgehensweisen im Bereich soziale und ökologische Nachhaltigkeit

5.5 NACHHALTIGKEIT

03 KOMMUNIKATION UND BERICHTERSTATTUNG

Transparenter Austausch zu Nachhaltigkeitszielen, Maßnahmen und Ergebnissen des Turniers durch eine klare, einheitliche Kommunikation und eine zeitnahe Berichterstattung, damit Interessenträger über den gesamten Lebenszyklus der Veranstaltung hinweg informiert und engagiert bleiben und Verantwortung übernehmen.



KAMPAGNEN UND KOMMUNIKATION

Für eine wirkungsvolle Kommunikation über den Schwerpunkt Nachhaltigkeit und den Erfolg des Turniers:

- Werbung für die Kampagne **#FootBALL** und die 4R-Strategie bei allen Spielen und auf **25 %** des gesamten Nachhaltigkeitsmaterials
- Veröffentlichung von 36 Beiträgen zum Thema Nachhaltigkeit mit **1,49 Mio.** Impressionen und **58 819** Interaktionen



BERICHTERSTATTUNG

Für eine Berichterstattung über den Erfolg des Turniers:

- Veröffentlichung eines **ESG-Berichts** 100 Tage nach dem Endspiel
- Auftrag für einen entsprechenden Bericht vor dem Turnier sowie einen Bericht zur Messung der gesamten Auswirkungen des Turniers bei EY





6

OBEN ANGEKOMMEN

OBEN ANGEKOMMEN

Die Women's EURO 2025 hat gezeigt, was ein großer Frauenfußball-Wettbewerb erreichen kann: Rekordzuschauerzahlen, zahlreiche ausländische Gäste, eine globale Reichweite der Übertragungen von 412 Mio. Zuschauer/-innen und 1,9 Mrd. digitale Interaktionen. In der Schweiz wurde ein wirtschaftlicher Nutzen in Höhe von CHF 205 Mio. (EUR 220 Mio.) erzielt und es wurden Menschen in allen acht Austragungsstädten mobilisiert.

Das Turnier verschaffte dem Frauenfußball eine beispiellose Sichtbarkeit. Nun ist entscheidend, wie diese Sichtbarkeit in strukturelle Fortschritte umgewandelt wird. Erste Ergebnisse deuten darauf hin, dass dieser Prozess im Gang ist, und zwar dank entscheidender Maßnahmen von Interessenträgern, insbesondere über den Plan zur Wahrung des Vermächtnisses „Here to Stay“ des SFV, die Investitionsprogramme der Austragungsstädte und die Initiativen der Nationalverbände in ganz Europa.

Diese Programme verwandeln den Anstieg bei den Zuschauerzahlen in aktive Beteiligung auf Breitenfüßballebene, die Reichweite der Übertragungen in kommerzielles Vertrauen und den Nationalstolz in langfristige Entwicklungsmöglichkeiten für Mädchen und Frauen in allen Bereichen des Fußballs.

Die UEFA Women's EURO 2025 stellte die entsprechende Plattform bereit. Wie lange ihre Auswirkungen anhalten werden, hängt von weiteren Entscheidungen, Investitionen und Maßnahmen ab und wird über den gesamten Vermächtnis-Berichtszeitraum bis 2027 beurteilt.



GEWINNUNG UND ERHALTUNG EINES BREITEN PUBLIKUMS

 Gesamtzuschauerzahl von **657 291**
in den Stadien; 29 von 31
Spielen ausverkauft

 Verkauf von **230 000**
Tickets an ausländische Fans;
Besucher/-innen aus 167
Ländern

 **1,9 Mrd.**
Interaktionen in den sozialen
Netzwerken; starke Reichweite mit
Übertragungen in 169 Gebiete

AKTIVITÄTEN IN DEN AUSTRAGUNGSSTÄDTEN FÜR MEHR WIRKUNG

 Knapp **1,2 Mio.**
Besuche in Fanzonen und
positiv bewertete Erlebnisse
der Einwohner/-innen

 Besucherausgaben und
Turnieraktivitäten trugen mit
CHF 205 Mio.
(EUR 220 Mio.)
und der Schaffung von fast
2 300 VZÄ im ganzen Land zur
Schweizer Wirtschaft bei

VERANTWORTUNGSBEWUSSTE AUSRICHTUNG ZUM SCHUTZ DER GLAUBWÜRDIGKEIT

 Umfassende
Umsetzung von
Maßnahmen in den Bereichen
Mobilität, Kreislaufwirtschaft
und Barrierefreiheit

 Berücksichtigung von Kinder-
und Jugendschutz, Inklusion und
Governance im Rahmen der
ESG-Strategie



NUTZUNG DER DYNAMIK ZUR SCHAFFUNG VON ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN

 Erste Fortschritte bei der
Erreichung der bis Dezember 2027
angestrebten Ziele von
„Here to Stay“
des SFV

 **National-
verbände**
melden einen Anstieg bei den
Teilnehmerzahlen, beim Interesse im
Trainer- und Schiedsrichterwesen, bei
den Zuschauerzahlen und der
Medienberichterstattung



<https://de.uefa.com/womenseuro/>

<https://de.uefa.com/>