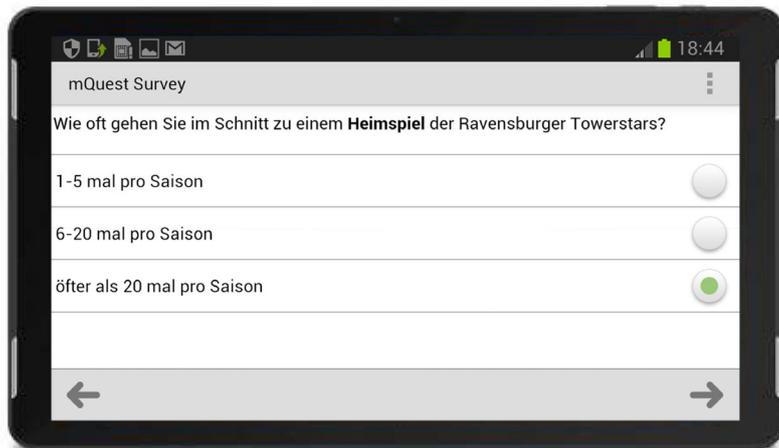


ZEK

TOWERSTARS – IMAGE- UND WIRTSCHAFTSFAKTOR



„Die Ergebnisse dieses Projekts haben nicht nur interessante Daten aufgezeigt, sie bieten auch wichtige Anhaltspunkte, um den Eishockeystandort Ravensburg zu optimieren.“

Rainer Schan, Geschäftsführer Ravensburg Towerstars

Die Towerstars werden sowohl von den Besuchern der Heimspiele als auch von den Sponsoren als Gewinn für die Stadt Ravensburg angesehen. Neben großem Interesse am Eishockey spielt das Treffen von Freunden und Bekannten für viele Fans eine wichtige Rolle. Aus Sponsorsicht sind die Kontaktpflege sowie die Gewinnung von Nachwuchskräften für das eigene Unternehmen von großer Bedeutung. Die Stadt profitiert durch eine Steigerung des Bekanntheitsgrades und von der positiven Imagewirkung.

FORSCHUNGSFRAGEN

In Ravensburg hat der Eishockey-Sport eine bereits über 100-jährige Tradition. Die Ravensburg Towerstars spielen seit 10 Jahren in der DEL2. Zu den Spielen in die Eissporthalle kommen im Durchschnitt bis zu 3.000 Zuschauer. Im Rahmen eines Lehrprojekts der DHBW Ravensburg war es das Ziel, die Rolle der Towerstars als Image- und Wirtschaftsfaktor für die Stadt Ravensburg zu untersuchen. Insbesondere interessierten die Gründe für den Besuch der Heimspiele und für das Engagement der Sponsoren.

METHODEN

In einer quantitativen, computergestützten Befragung haben DHBW-Studierende 497 vollständige Interviews mit zufällig ausgewählten Besuchern mehrerer Heimspiele geführt. Die überwiegend männlichen Befragten verteilten sich zu etwa gleichen Teilen auf die Altersgruppen 18-29 Jahre, 30-49 Jahre sowie 50 Jahre und älter. Zusätzlich fand auf Basis eines Gesprächsleitfadens eine Sponsorenbefragung statt. Untersuchungszeitraum war Februar 2017.

Abbildung oben: Die Studierenden führten die Interviews mithilfe der Befragungssoftware „mQuest“ auf ihren Smartphones oder Tablets in der Eissporthalle offline durch.

IM FOKUS DER FORSCHUNG

Image

PROJEKTART

Forschungsintegrierte Lehre

TITEL

Die Towerstars – Image- und Wirtschaftsfaktor in Ravensburg

PROJEKTLEITUNG

Prof. Dr. Udo Klaiber

Studiengangsleiter BWL - International Business
Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg
Marktstraße 28, D-88212 Ravensburg
Tel.: 0751.18999.2753
E-Mail: klaiber@dhw-ravensburg.de

Prof. Dr. Simon Ottler

Wissenschaftlicher Leiter
Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg
Oberamteigasse 4, D-88214 Ravensburg
Tel.: 0751.18999.2131
E-Mail: ottler@dhw-ravensburg.de

PROJEKTPARTNER

Rainer Schan

Geschäftsführer EVR Towerstars GmbH
Marktstraße 41, D-88212 Ravensburg
Tel.: 0751.359017.10
E-Mail: r.schan@towerstars.de

ZEK

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK) ist Bestandteil der Fakultät Wirtschaft an der DHBW Ravensburg. Es dient der professionellen Unterstützung empirischer Projekte in Lehre und Forschung. Weitere Informationen zum Leistungsspektrum und zur Forschungsinfrastruktur im Internet: www.ravensburg.dhw.de/zek

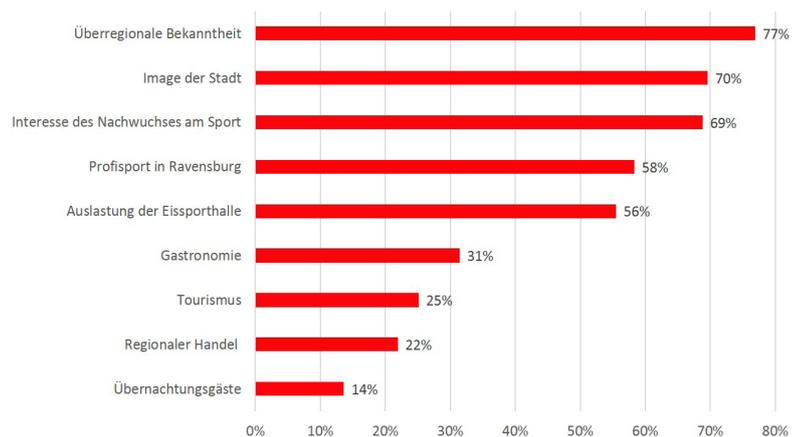
ERGEBNISSE

Mehr als die Hälfte der Befragten besuchen über 20 Heimspiele pro Saison. Neben Sportinteresse steht für viele Geselligkeit ganz oben, sie wollen Freunde und Bekannte treffen. Jeweils knapp 50% gaben an, dass sie mit Familie oder Freunden zu den Spielen kommen. Jeder Fünfte verbindet die Spiele mit einem Gastronomiebesuch. Darin spiegelt sich die Einschätzung von etwa einem Drittel der Befragten wider, dass die Ravensburg Towerstars positive Auswirkungen auf die Ravensburger Gastronomie haben.

Weitgehend einig sind sich die Befragten, dass die Towerstars zur überregionalen Bekanntheit von Ravensburg beitragen, das Image der Stadt verbessern und für ein gesteigertes Interesse des Nachwuchses am Sport sorgen (siehe Abbildung unten).

Obwohl jeder vierte Besucher weniger als 10 km zurücklegt, kommen mehr als 90% mit dem Auto. Als Grund hierfür wird die schlechte Anbindung der Halle an den öffentlichen Personennahverkehr angegeben. Insgesamt wird die Halle von den Besuchern gut beurteilt, auch wenn viele bei der Tribünenanordnung eine Fankurve vermissen.

Die Einschätzung der Besucher wird in vielerlei Hinsicht auch von den Sponsoren geteilt. Dazu gehören die Pflege sozialer Kontakte und die Möglichkeit, sich als potenzieller Arbeitgeber zu präsentieren. 20% der Befragten gaben an, bei Kaufentscheidungen Sponsoren der Towerstars zu bevorzugen.



Mehrwert der Towerstars für die Stadt Ravensburg aus Besuchersicht (N = 497)