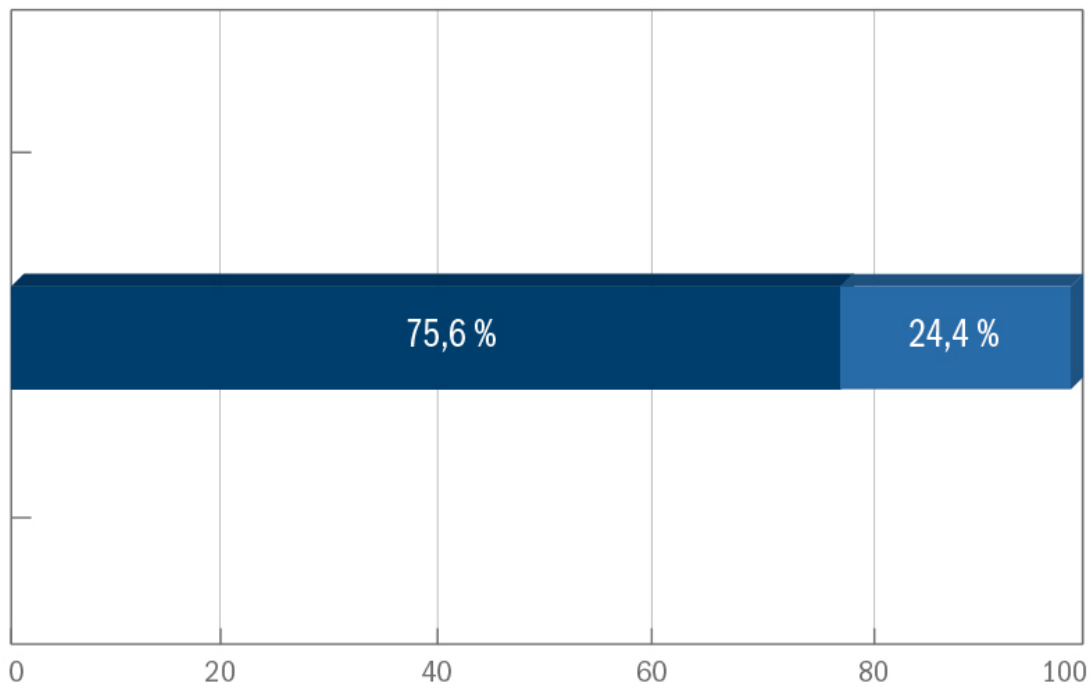


HBL: Fan-Umfrage zu Nachhaltigkeitskriterien

Nachhaltigkeit nimmt einen immer größeren Stellenwert im Sport ein. Die SLC Management GmbH –Data Intelligence Partner von Stadionwelt – hat hierzu die Fan-Meinungen innerhalb der Handball Bundesliga abgefragt.

Nachdem sich andere deutschen Profisportligen wie die DFL, die Penny DEL oder die easyCredit BBL auf die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in das Lizenzierungsverfahren einigten, könnte mit der LIQUI MOLY Handball Bundesliga schon bald die nächste deutsche Top-Liga dieses Thema auf die Agenda bringen. Vorab hat die SLC Management GmbH eine repräsentative Umfrage unter den deutschen Handball-Fans zum Thema Nachhaltigkeit durchgeführt.

Befürworten Sie die Einführung von Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzprüfung der HBL?



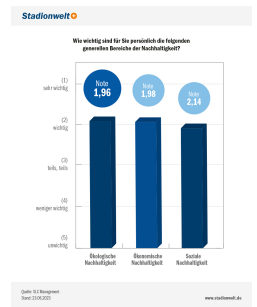
Quelle: SLC Management
Stand: 23.06.2023

■ Ja ■ Nein

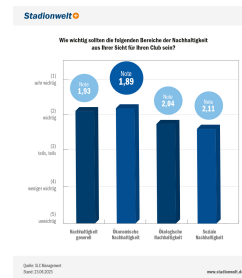
www.stadionwelt.de

Im Konkreten wurde unter den Fans erfragt, wie die generelle Haltung zum Thema Nachhaltigkeit aussieht und ob die Einführung von Nachhaltigkeitskriterien in das Lizenzierungsverfahren von den Befragten befürwortet wird. Mit einer deutlichen Mehrheit von 75,6 % für die Einführung solcher Kriterien fiel das Ergebnis im Vergleich zur DEL (71,8%) und den Fans der DFL 68,4% am höchsten innerhalb der drei Top-Ligen aus.

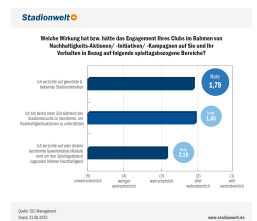
Bezogen auf die Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen im persönlichen Umfeld bewerteten die Befragten von 1 (sehr wichtig) – 5 (unwichtig), welche Gewichtung Themen rund um ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit im eigenen Alltag einnehmen. Mit einem Durchschnitt von 1,96 wurde hierbei dem Umgang mit Wasser, Energie und endlichen Rohstoffen die größte Bedeutung zugesprochen. Ökonomische Nachhaltigkeit (1,98) und soziale Nachhaltigkeit (2,14) spielen aber augenscheinlich bei den 1.183 Befragten ebenfalls eine wichtige Rolle.



Auf die Frage wie wichtig die gleichen Bereiche für den eigenen Handball-Club sein sollten wurde gerade dem Themenfeld der ökonomischen Nachhaltigkeit die größte Bedeutung zugeschrieben. Mit einer Bewertung von 1,89 sollten aus Fan-Sicht vor allem die wirtschaftliche Stabilität, nachhaltige Finanzierungsstandards oder die Stärkung der Vereinswerte im Fokus der Clubs stehen. Erst danach spielen mit einer Bewertung von 2,04 ökologische Nachhaltigkeitsziele eine Rolle. Themen rund um die soziale Nachhaltigkeit in Bezug auf den Umgang mit sozialer und gesellschaftlicher Ungerechtigkeit und der Übernahme von gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung seitens der Clubs wurden durchschnittlich mit 2,11 benotet.

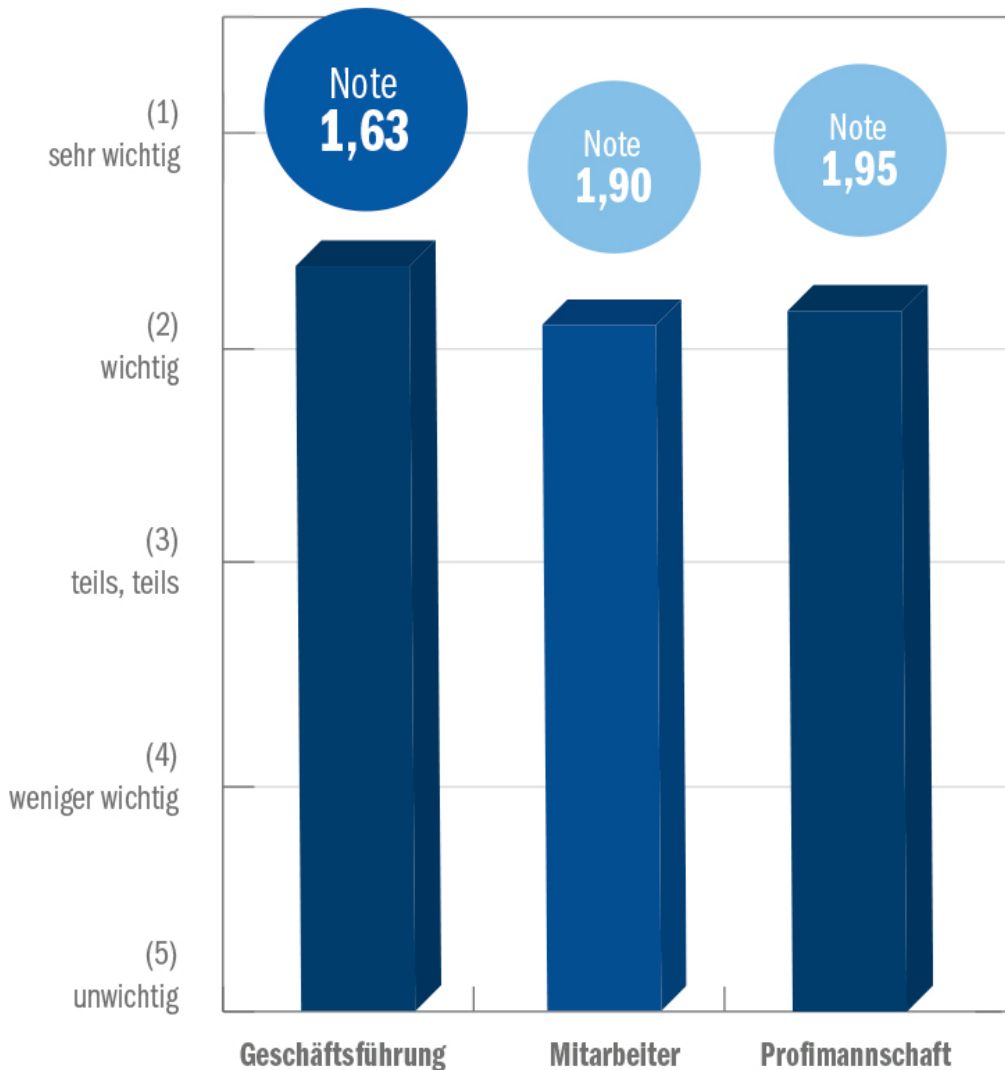


Geht es darum, welchen Einfluss Nachhaltigkeitskampagnen der Clubs auf die Fans ausüben (1 sehr wahrscheinlich – 5 unwahrscheinlich), wird gerade der Verzicht auf Einwegbecher oder Plastikbesteck als größte Auswirkung auf das Verhalten am Spieltag mit 1,79 bewertet. Mit einer Benotung von 1,83 sehen es die Fans ebenfalls als wahrscheinlich an, dass sie zukünftig mehr Zeit in die Unterstützung von Nachhaltigkeitsaktionen im Verlauf des Spieltags investieren könnten. Der Verzicht auf bestimmte Gewohnheiten oder Abläufe wird immer noch als wahrscheinlich angesehen, erhält aber mit einer Benotung von 2,19 die geringste Punktzahl.



Bei der Frage nach dem Einfluss verschiedener Personengruppen und der Bedeutung für die Nachhaltigkeitsthemen der Clubs, wird der Geschäftsführung mit einer Bewertung von 1,63 die größte Wichtigkeit zugeschrieben. Dahinter folgen mit 1,90 und 1,95 Punkten die Mitarbeiter sowie die Profimannschaft.

Wie wichtig ist dir die Einbindung folgender Personengruppen für das Engagement deines Clubs im Bereich Nachhaltigkeit?



Quelle: SLC Management
Stand: 23.06.2023

www.stadionwelt.de

Laut Angaben der SLC Management GmbH sind die Ergebnisse Grund zur Zuversicht, können sich aber von Club zu Club noch unterscheiden: „Die Ergebnissen geben eine Indikation zur GrundsatzEinstellung der Handball-Fans. Bei allen Ergebnissen lohnt sich allerdings ein Blick ins Detail, da die Werte von Club zu Club und je nach Region unterschiedlich ausgeprägt sind. Die Grundbereitschaft und -sensibilität ist vorhanden. Es bedarf jedoch an weiterer zielgerichteter Kommunikation und Einbindung/Berücksichtigung der Bedürfnisse der Stakeholder, um eine entsprechende Verhaltensänderung, bzw. ein Verlassen der ‚Komfortzone‘ erreicht wird.“ (Stadionwelt, 26.06.2023)

Bilder der Arenen aus der LIQUI MOLY HBL finden Sie hier.



BFN Informations-
technik ...



snec GmbH



neusta sports
GmbH



SponsoRights
GmbH



LMS Sport GmbH



SPORTFIVE



GWS Gesellschaft
für ...



ORGarena GmbH



IBIT GmbH



FORCE OF DIS-
RUPTION GmbH



campai – eine
Software ...



Ihr Unternehmen bei Stadionwelt



VENUE MANAGEMENT

Eisstadion: Anforderungen der DEL

CLUB MANAGEMENT

HBL: Fan-Umfrage zu Nachhaltigkeitskriterien

BAU-/GROSSPROJEKTE

Modernisierung des Stadions der Freundschaft rückt näher

CLUB MANAGEMENT

SK Rapid Wien eröffnet neues Trainingszentrum

CLUB MANAGEMENT

Wuppertaler SV findet Ausweichstadion

FUSSBALL

Gastbeitrag: Fußball nach Katar?

VENUE MANAGEMENT

SSC Neapel verlängert wohl Stadionvertrag

VENUE MANAGEMENT

Schalke 04 erhöht Anteile an der VELTINS-Arena

ALLGEMEIN

Bauvorhaben und Infrastruktur-Investitionen

CLUB MANAGEMENT

Österreich: Gedeckelte Ticketpreise und Bekenntnis zu 50+1

**SIE SUCHEN
WIR FINDEN!**



JETZT ANFRAGE STARTEN

