

Home / Management / Organisation / Club Management

Fan-Meinungen zur Nachhaltigkeit in der easyCredit BBL

Als Grundlage für ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen hat die easyCredit BBL im Herbst 2022 eine entsprechende Strategie veröffentlicht. Wie stehen die Fans der BBL-Clubs zum Thema Nachhaltigkeit und was erachten sie als besonders wichtig?

Mitte November 2022 haben die 18 Clubs der easyCredit BBL eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Dabei liegt der Fokus auf fünf der insgesamt 17 Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen. In einer Umfrage unter 1.071 Fans und Kunden der easyCredit-BBL-Clubs wurde von der SLC Management GmbH – Data Intelligence Partner von Stadionwelt – die Meinung der Anhängerschaft zum Thema Nachhaltigkeit abgefragt. Zum einen im Bezug auf die verabschiedete Nachhaltigkeitsstrategie, zum anderen zur generellen Einstellung zur Nachhaltigkeit und der damit verbundenen Wichtigkeit.

Bewertung der Schwerpunkt-Ziele

Mit Blick auf die fünf Schwerpunkt-SDGs bewerten die Fans und Kunden der easyCredit-BBL-Clubs den Punkt „Gesundheit und Wohlergehen“ mit einer Durchschnittsnote von 1,31 als am wichtigsten. Darunter zu verstehen sind beispielsweise Kinder- und Jugendschutz sowie die gesundheitliche Aufklärung. Ebenfalls als wichtig erachtet wird mit einer Note von 1,93 „Hochwertige Bildung“. Als im Vergleich am unwichtigsten bewertet wurde mit 2,82 das Ziel „Partnerschaften und Strategische Allianzen“.

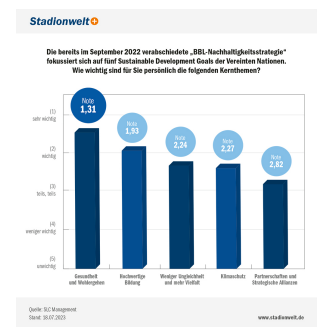


Bild: Stadionwelt

Persönliche Einstellung zur Nachhaltigkeit

Während der Eindruck entsteht, dass die Fans sozialen Nachhaltigkeitskriterien mehr Bedeutung zuweisen als ökonomischen Nachhaltigkeitskriterien, bewerten sie in der direkten Frage nach der persönlichen Wichtigkeit der Nachhaltigkeitsbereiche den Punkt ökonomische Nachhaltigkeit bei einer Bewertung von 1,87 am höchsten. Soziale Nachhaltigkeit erreicht hingegen „nur“ eine Benotung von 2,11 und meint insbesondere die Bekämpfung sozialer und gesellschaftlicher

Ungleichgewichte und Ungerechtigkeiten sowie die Übernahme gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung.

Nachhaltigkeit bei den Clubs

Wenn es darum geht, wie wichtig die verschiedenen Nachhaltigkeitskriterien für die Clubs sein sollten, finden Anhängerschaft und Kunden, dass die ökologische Nachhaltigkeit den höchsten Stellenwert einnehmen sollte. Damit ist beispielsweise der bewusste Umgang mit Wasser, Energie und endlichen Rohstoffen gemeint. Dicht gefolgt auf Platz 2 landet Nachhaltigkeit generell. Die soziale Nachhaltigkeit wird mit einer Note von 2,01 im Verhältnis am unwichtigsten beurteilt.

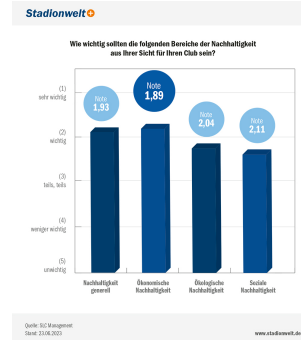


Bild: Stadionwelt

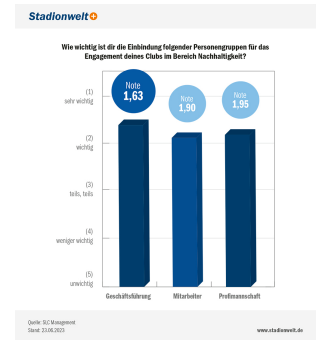


Bild: Stadionwelt

Einbeziehen der Stakeholder

Mit Blick auf die Umsetzung der Kriterien finden die Fans und Kunden der easyCredit-BBL-Clubs, dass insbesondere die Geschäftsführung eingebunden werden sollte. Weniger wichtig, aber dennoch zu den Top-3-Stakeholdern gehören die Mitarbeiter der Clubs und die Profimannschaft selbst.

Änderung des eigenen Verhaltens

Das eigene Verhalten würden die Fans zudem wahrscheinlich ändern. So würden sie auf gewohnte und bekannte Stadionutensilien verzichten oder mehr Zeit während des Stadionbesuchs investieren, um Nachhaltigkeitsaktionen zu unterstützen. Als ebenfalls wahrscheinlich sehen die Fans einen Verzicht bzw. eine Änderung bestimmter Gewohnheiten und Abläufe rund um den Spieltagsbesuch zugunsten höherer Nachhaltigkeit.

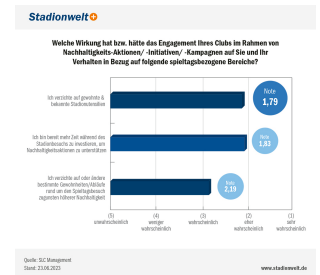


Bild: Stadionwelt

Nachhaltigkeitskriterien in der Lizenzprüfung

Die Einführung von Nachhaltigkeitskriterien in die Lizenzprüfung der BBL – ähnlich wie bei der DFL – befürworten derweil mit 71,4 % fast drei Viertel aller Befragten. Die Ergebnisse liefern laut SLC Management GmbH „Hinweise auf die allgemeine Einstellung der Basketball-Fans. Um jedoch die richtigen Schlüsse für den jeweiligen Club und seine Nachhaltigkeitsstrategie ziehen zu können, ist es ratsam, die einzelnen Ergebnisse im Detail zu betrachten, da sie in der Regel je nach Club und Region variieren.“

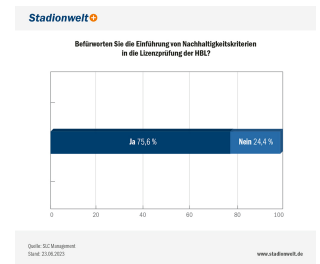













Bild: Stadionwelt

Es bestehe bereits jetzt eine grundsätzliche Umfeldbereitschaft und Sensibilität. „Dennoch sind eine zielgerichtete Kommunikation sowie die Berücksichtigung der Bedürfnisse der Stakeholder weiterhin erforderlich, um mittel- und langfristig eine noch intensivere Verhaltensänderung bzw. ein Verlassen der ‚Komfortzone‘ beizuführen“, so die SLC Management GmbH weiter. (Stadionwelt, 18.07.2023)

Anbieter

<i>GWS Gesellschaft für ...</i>	<i>ORGArena GmbH</i>	<i>sneec GmbH</i>	<i>IBIT GmbH</i>	<i>campai – eine Software ...</i>	<i>SponsoRights GmbH</i>
					
<i>BFN Informations-technik ...</i>	<i>FORCE OF DISRUPTION GmbH</i>	<i>neusta sports GmbH</i>	<i>LMS Sport GmbH</i>	<i>SPORTFIVE</i>	
					

Ihr Unternehmen bei Stadionwelt

Content

VENUE MANAGEMENT
Elversberg: Verkehrsproblematik rund ums Stadion

TICKETING
DFL vermeldet Ticketabsatzrekord

VENUE MANAGEMENT
Bergischer HC verliert Heimspielstätte

FUSSBALL
Fotos: Stadien des FIFA Womens‘ World Cup 2023

TICKETING
Die Jahresabos der Drittligisten 2023/24

VENUE MANAGEMENT
VELTINS-Arena bietet genderneutrale Toiletten an

SPONSORING / NAMING RIGHTS
Sponsoring-Updates in der Saison 2023/24

FUSSBALL
UEFA veröffentlicht ESG-Strategie für EURO 2024

BAU-/GROSSPROJEKTE