



INTERNATIONALES
DEUTSCHES
TURNFEST
BERLIN 03.-10. JUNI 2017

EVALUATION

INTERNATIONALES

DEUTSCHES TURNFEST

BERLIN 2017

WIE
BUNT
IST DAS
DENN!

AGENDA

STUDIENSTECKBRIEF	3
REGIONALBEFRAGUNG BERLIN	
Potenziale Sportmetropole Berlin	6
Fokus Turnfest 2017	13
Potenziale Bürgerschaftliches Engagement und Ehrenamt	23
DAS INTERNATIONALE DEUTSCHE TURNFEST 2017 AUS SICHT DER TEILNEHMENDEN, GÄSTE UND VOLUNTEERS	
Involvement Turnfest 2017	30
Anknüpfungspunkte und Informationsquellen Turnfest 2017	31
Image Turnfest 2017	39
Einzelveranstaltungen des Turnfestes 2017	48
Volunteers	61
Sponsoring	64
Rahmenbedingungen des Berlin-Besuchs	66
Soziodemographie	70
EVENT IMPACT	
Methodik ökonomische Effekte	73
Ökonomische Effekte	79
Mediale und Marketingeffekte	84
Methodik Media Evaluation	87
ANSPRECHPARTNER UND IMPRESSUM	94



STUDIENSTECKBRIEF

STUDIENSTECKBRIEF

Betrachtete Ebenen des Event Impacts

ÖKONOM. EFFEKTE

- Regionalwirtschaftliche Bedeutung des Turnfestes
- Wertschöpfung durch die Organisation und alle nachgelagerten Geschäftsfelder
- Beschäftigungs- und induzierte Effekte

MEDIALE & MARKETING- EFFEKTE

- Mediale Präsenz der Stadt durch das Event
- Wertigkeit der medialen Berichterstattung für die Stadt
- Wahrnehmung und Wirkung der Stadt durch das Event

GESELLSCHAFTL. EFFEKTE



- Bedeutung des Turnfestes für die regionale Bevölkerung
- Wirkung des Events als Aushängeschild und Werbeträger für die Stadt
- Mögliche qualitative Standorteffekte

STUDIENSTECKBRIEF

METHODIK

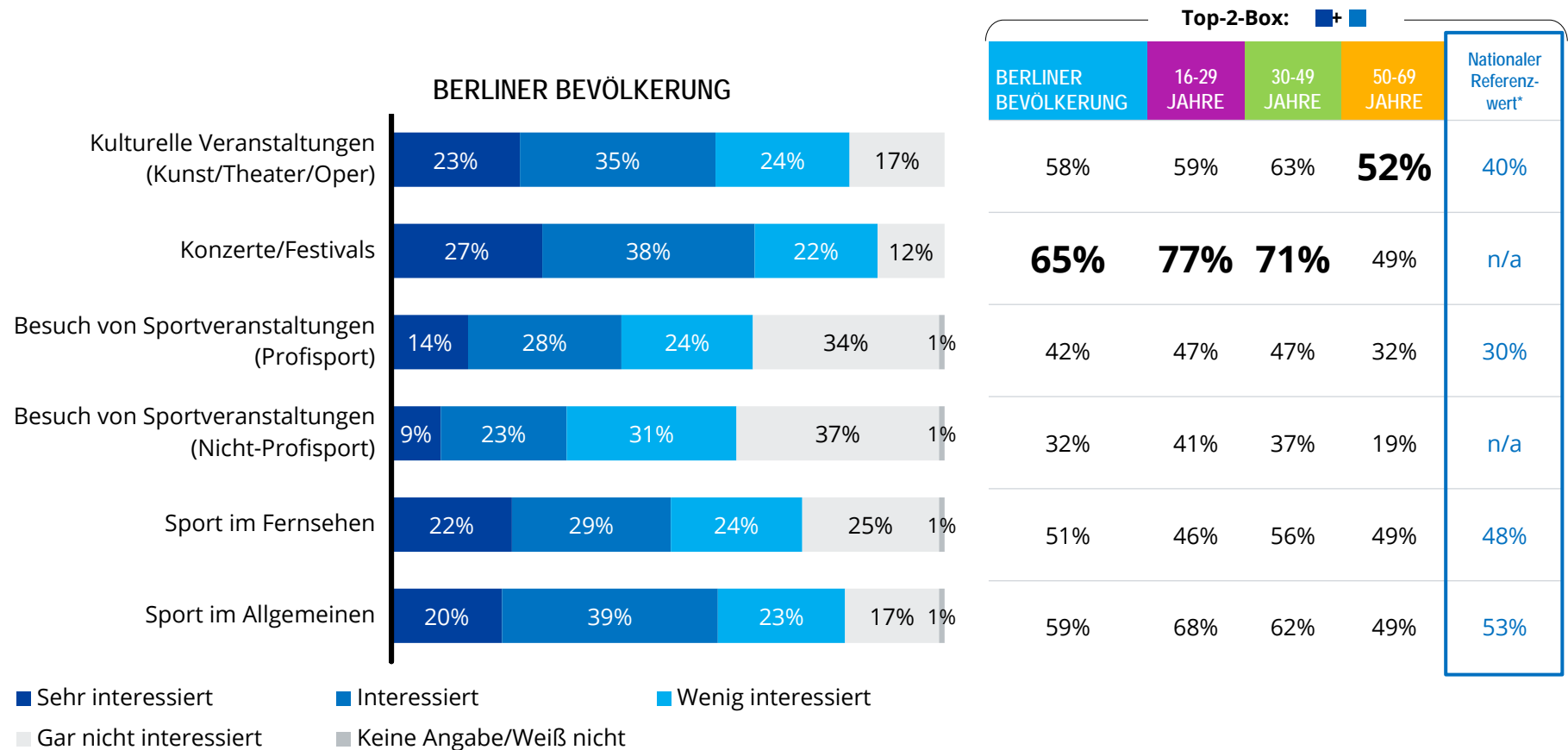
	Regionalbefragung Stadt Berlin	Teilnehmer-Befragung
Grundgesamtheiten:	<ul style="list-style-type: none"> Bevölkerung 14 bis 69 Jahre in der Region Berlin = 2,4 Mio. Personen (Quelle: MA 2016 III) 	<ul style="list-style-type: none"> Teilnehmende, Gäste und Volunteers des Turnfestes 2017
Art der Erhebungen:	<ul style="list-style-type: none"> Ad-hoc-CAWI-Befragung 	<ul style="list-style-type: none"> Follow-up-Befragung CAWI
Auswahlverfahren:	<ul style="list-style-type: none"> Online-Access-Panel, repräsentativ nach Alter x Geschlecht 	<ul style="list-style-type: none"> Vorrekrutierung beim Turnfest und Einladung über den DTB-Verteiler
Fallzahlen:	<ul style="list-style-type: none"> 500 Befragte in der Region Berlin 	<ul style="list-style-type: none"> 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben, davon 856 Teilnehmende, 150 Gäste und 322 Volunteers
Erhebungszeiträume:	<ul style="list-style-type: none"> 14.06. bis 20.06.2017 	<ul style="list-style-type: none"> 20.06. bis 29.06.2017
Subgruppen:	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berliner Bevölkerung ■ Altersgruppe 16-29 Jahre ■ Altersgruppe 30-49 Jahre ■ Altersgruppe 50-69 Jahre ■ Kenner Turnfest ■ Turnfest-Interessierte („Sehr interessiert“ + „Interessiert“) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Alle Befragten ■ Teilnehmende ■ Gäste ■ Volunteers



POTENZIALE SPORTMETROPOLE BERLIN

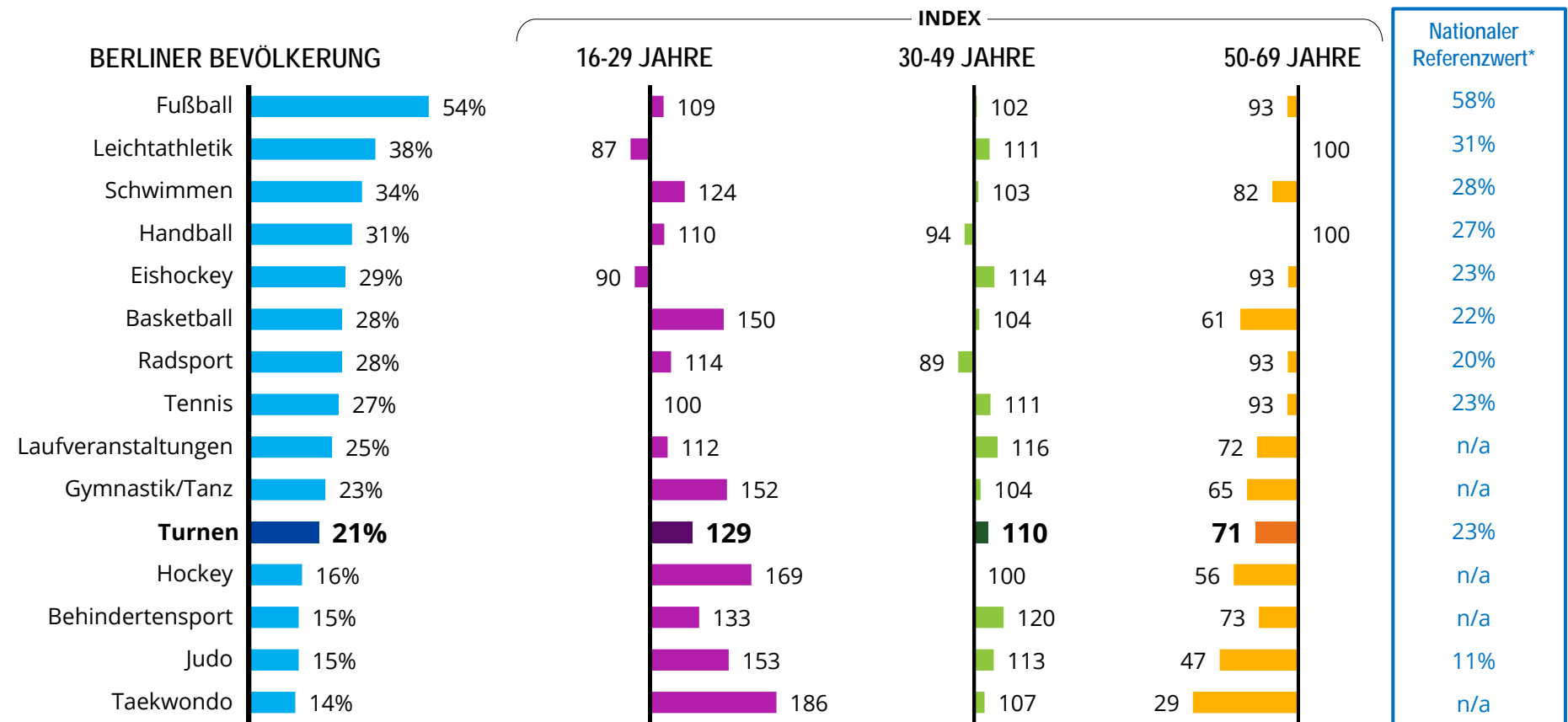
INTERESSE DER BERLINER BEVÖLKERUNG AN AUSGEWÄHLTEN BEREICHEN IN DER FREIZEIT

Im Vergleich zur bundesdeutschen Bevölkerung sind die Berlinerinnen und Berliner breiter an Sport und Kultur interessiert – das korreliert mit dem sehr umfangreichen Angebot in Berlin.



INTERESSE DER BERLINER BEVÖLKERUNG AN AUSGEWÄHLTEN SPORTARTEN

Bei vielen Sportarten liegt das Interesse der Berlinerinnen und Berliner über dem Durchschnitt. Turnen interessiert die jüngeren Berlinerinnen und Berliner tendenziell stärker.



Frage: Wie sehr sind Sie an folgenden Sportarten interessiert? (Skala 1 = „Sehr interessiert“ bis 4 = „Gar nicht interessiert“) / Top-2-Box: „Sehr interessiert“ + „Interessiert“

Basis: 500 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / Subgruppen: n=130/199/171 /

* SportsDNA May 2017/May 2015

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEKANNTHEIT VON UND INTERESSE AN AUSGEWÄHLTEN SPORTVERANSTALTUNGEN IN DER BERLINER BEVÖLKERUNG

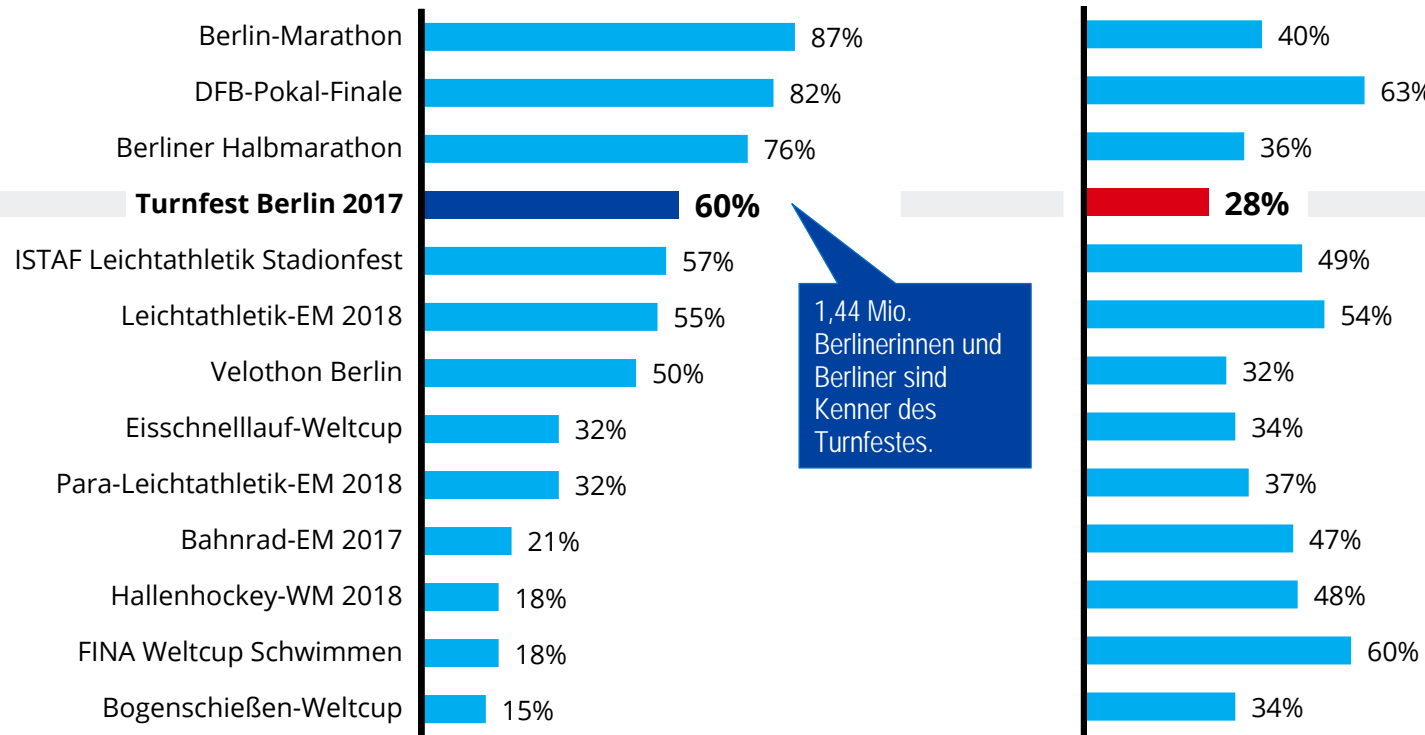
Das Turnfest erzielt eine hohe Bekanntheit in der Berliner Bevölkerung, deutlich mehr als die Hälfte der Berlinerinnen und Berliner kennen die Veranstaltung.



BEKANNTHEIT



TOP-2-BOX INTERESSE „Sehr interessiert“ + „Interessiert“
BEI KENNERINNEN UND KENNERN JE EVENT



1,44 Mio.
Berlinerinnen und
Berliner sind
Kenner des
Turnfestes.

0,40 Mio.
Berlinerinnen
und Berliner
sind Turnfest-
Interessierte.



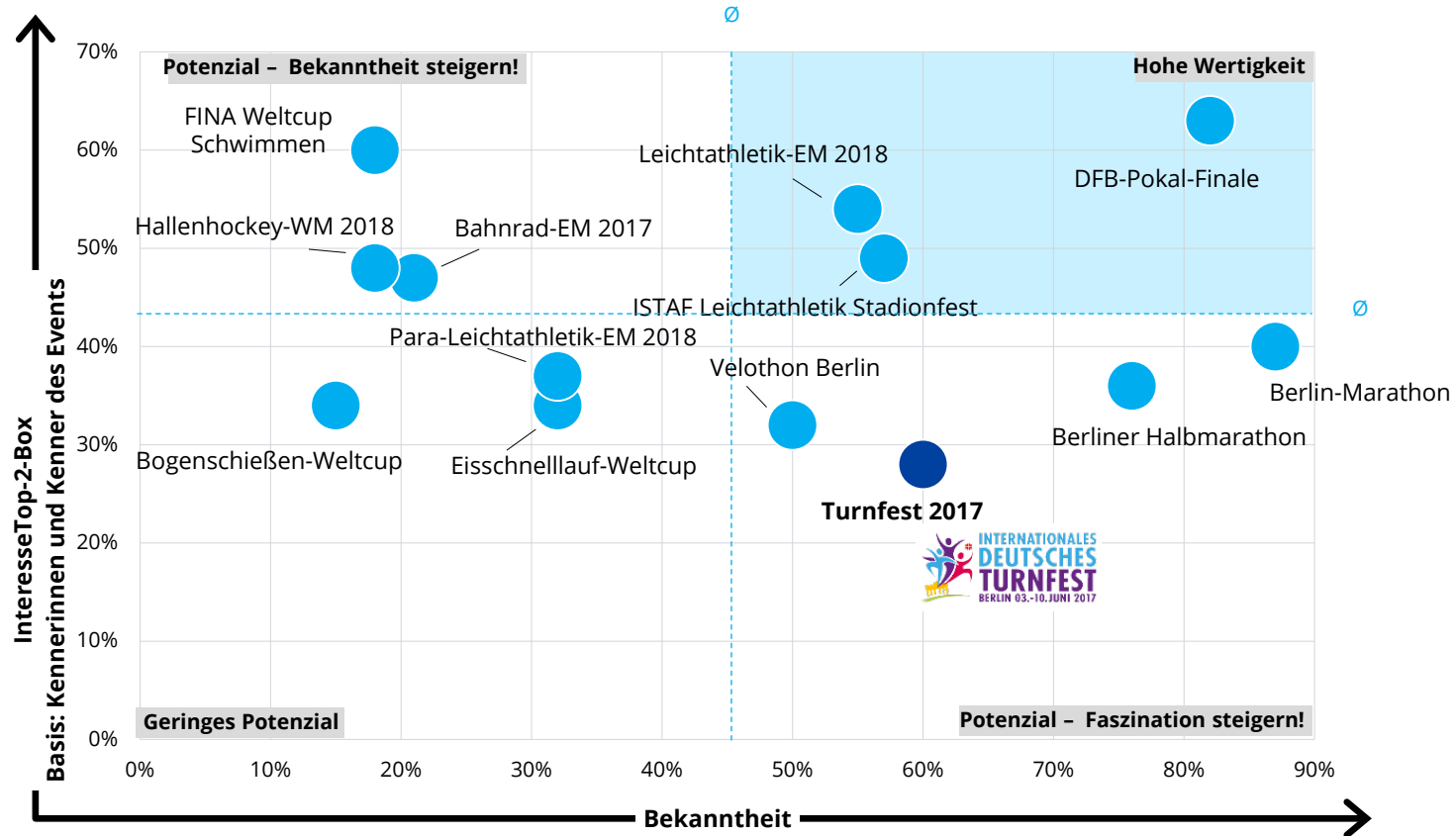
Frage: Welche der folgenden Sportveranstaltungen sind Ihnen zumindest dem Namen nach bekannt? / Und wie sehr sind Sie an folgenden Sportveranstaltungen interessiert?
(Skala 1 = „Sehr interessiert“ bis 4 = „Gar nicht interessiert“) / Top-2-Box: „Sehr interessiert“ + „Interessiert“

Basis: 500 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / Interesse: Kennerinnen und Kenner der jeweiligen Sportveranstaltung

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

STELLENWERT AUSGEWÄHLTER SPORTVERANSTALTUNGEN

Die traditionsreichen Events in den Kernsportarten haben auf Basis von Bekanntheit und Faszination die höchste Wertigkeit. Die Kommunikation des Turnfestes wirkte gut auf das Bekanntheitslevel, die Inhalte konnten aber kein breites Interesse hervorrufen.



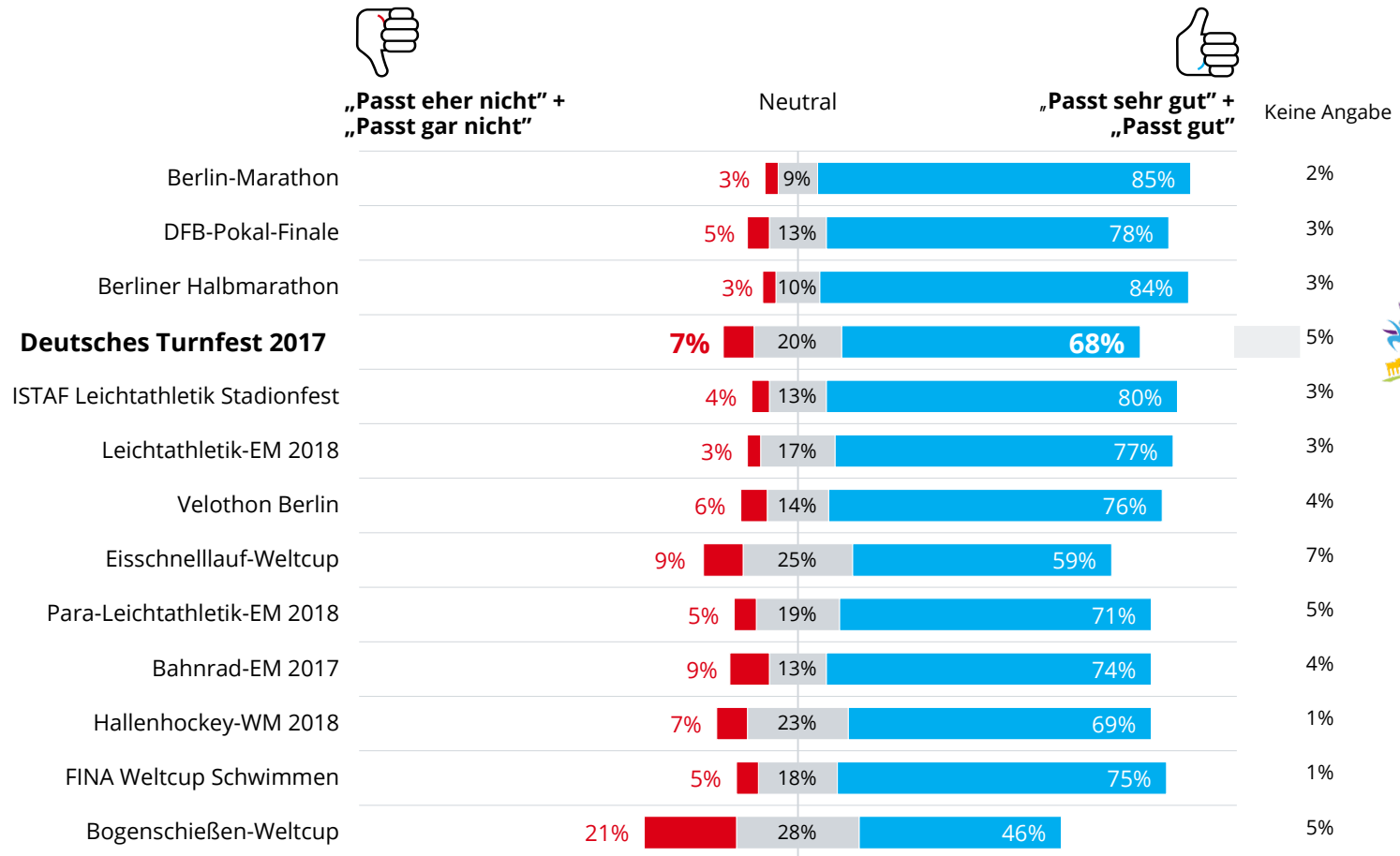
Frage: Welche der folgenden Sportveranstaltungen sind Ihnen zumindest dem Namen nach bekannt? / Und wie sehr sind Sie an folgenden Sportveranstaltungen interessiert?

(Skala 1 = „Sehr interessiert“ bis 4 = „Gar nicht interessiert“) / Top-2-Box: „Sehr interessiert“ + „Interessiert“

Basis: 500 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / * Interesse: Alle Befragten

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

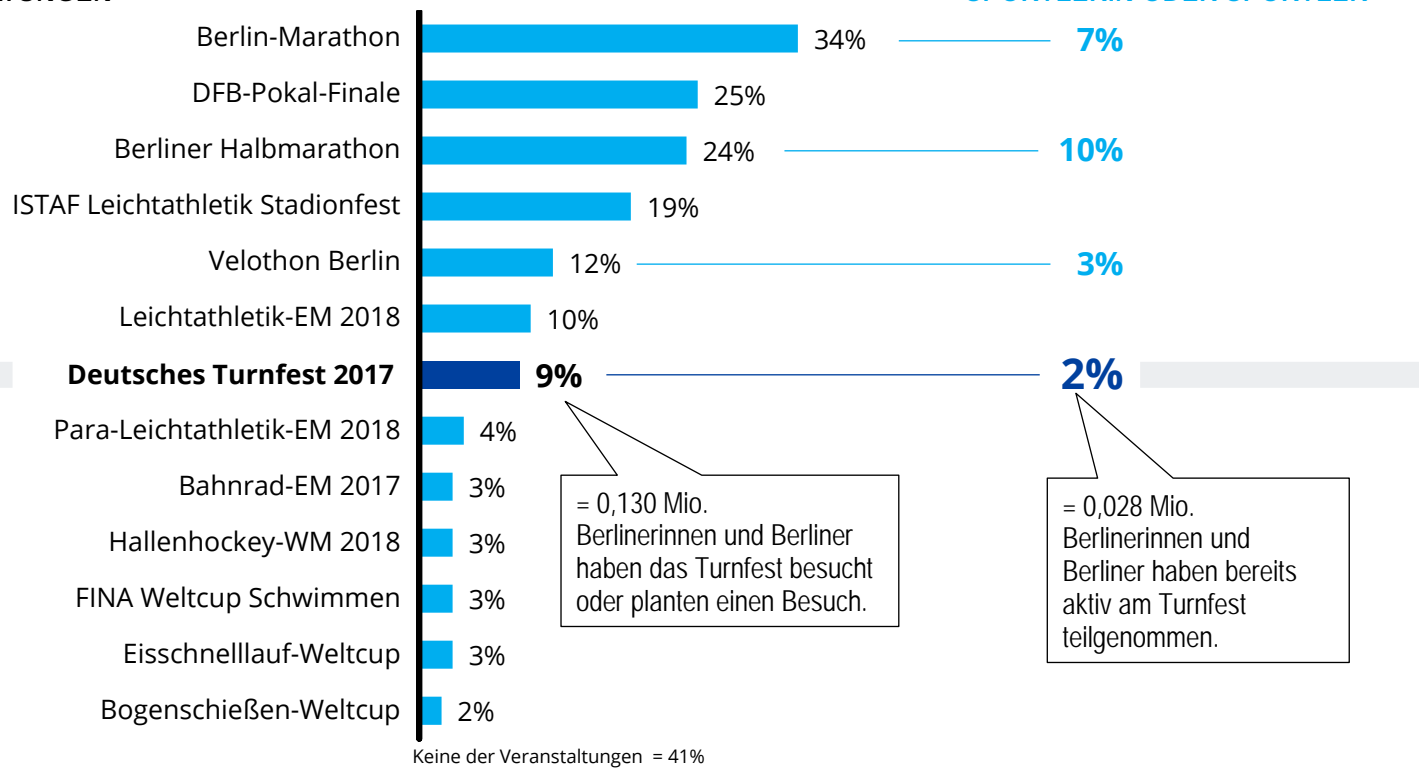
PASSFÄHIGKEIT AUSGEWÄHLTER SPORTVERANSTALTUNGEN ZU BERLIN



(GEPLANTER) BESUCH VON AUSGEWÄHLTEN SPORTVERANSTALTUNGEN

BESUCH/BESUCHSABSICHT UNTER KENNERINNEN UND KENNERN DER VERANSTALTUNGEN

AKTIVE TEILNAHME ALS SPORTLERIN ODER SPORTLER



Frage: Welche der folgenden Sportveranstaltungen haben Sie bereits als ZuschauerIn besucht bzw. planen Sie zu besuchen? / An welcher der folgenden Sportveranstaltungen haben Sie selbst aktiv als SportlerIn teilgenommen?

Basis: Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin, die die jeweilige Sportveranstaltung kennen

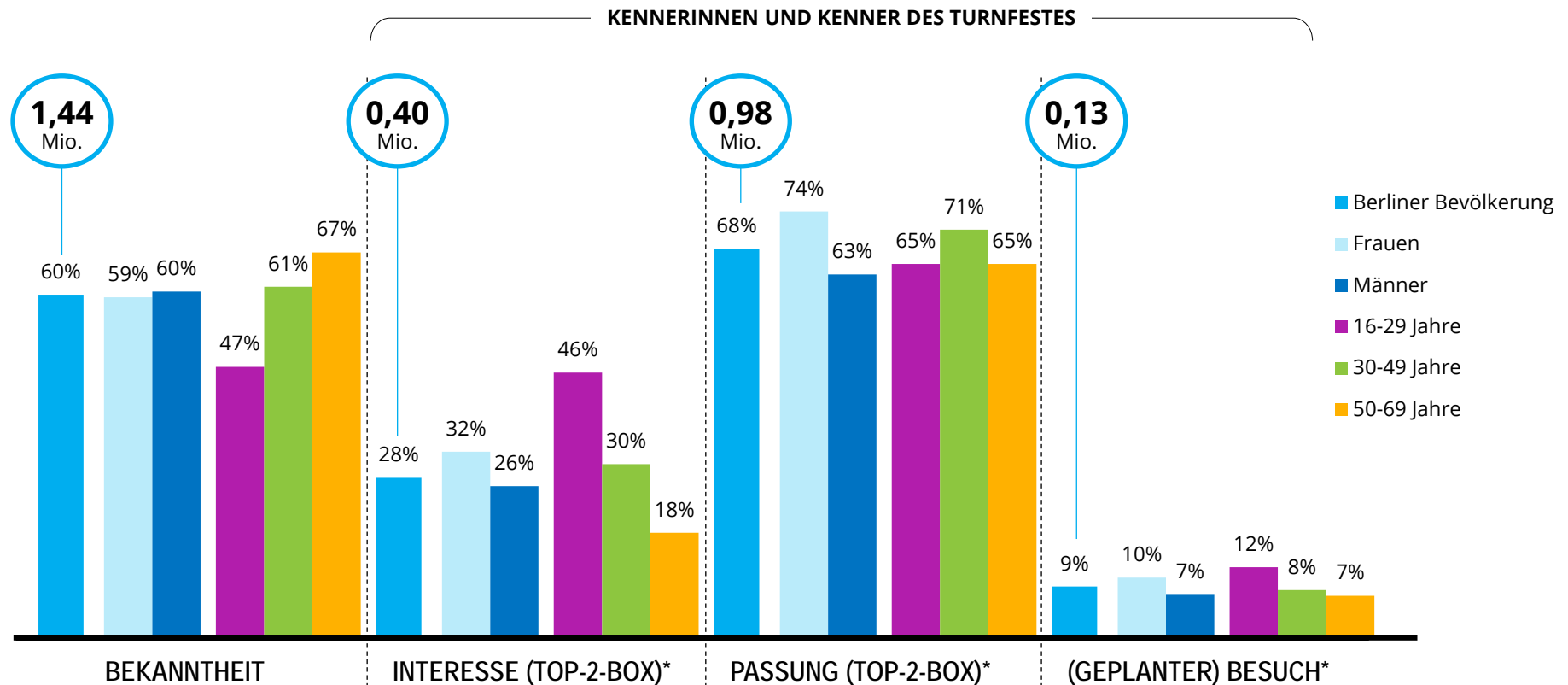
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



FOKUS TURNFEST 2017

POTENZIAL TURNFEST 2017 IN DER BERLINER BEVÖLKERUNG

In der Altersgruppe 50+ ist die Bekanntheit am höchsten, bei den jüngeren ist das Interesse überdurchschnittlich ausgeprägt.

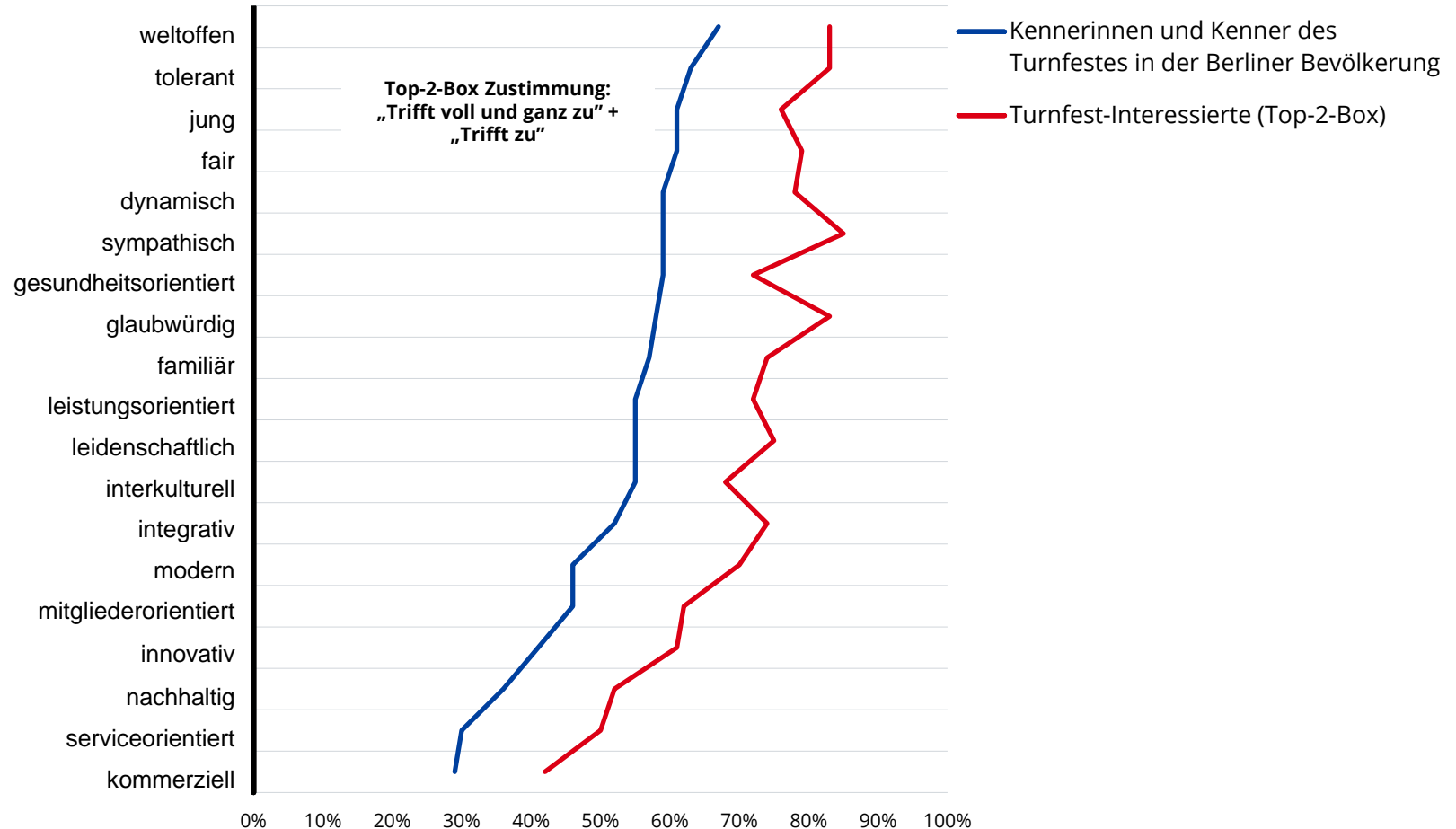


Frage: Welche der folgenden Sportveranstaltungen sind Ihnen zumindest dem Namen nach bekannt? / Und wie sehr sind Sie an folgenden Sportveranstaltungen interessiert? / Wie gut passen diese Veranstaltungen zu Berlin? / Welche der folgenden Sportveranstaltungen haben Sie bereits als Zuschauer besucht bzw. planen Sie zu besuchen?

Basis: 500 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / Basiszahlen Bevölkerung MA 2016 III (2,4 Mio. im Alter von 16-69 Jahren) / * Kennerinnen und Kenner der Veranstaltung
 Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

WELCHES IMAGE HAT DAS TURNFEST IN DER BERLINER BEVÖLKERUNG?

Das Turnfest wird in der Bevölkerung am stärksten über die positiven Aspekte *weltoffen* und *tolerant* wahrgenommen. In der Gruppe der Turnfest-Interessierten ist die Zustimmung bei allen Attributen nochmals höher.



Frage: Sie sehen nun einige Eigenschaften, mit denen man das Turnfest beschreiben kann. Bitte bewerten Sie auf der Skala 1 bis 5, wie sehr diese Attribute auf das Turnfest zutreffen. / Top-2-Box: „Trifft voll und ganz zu“ + „Trifft zu“

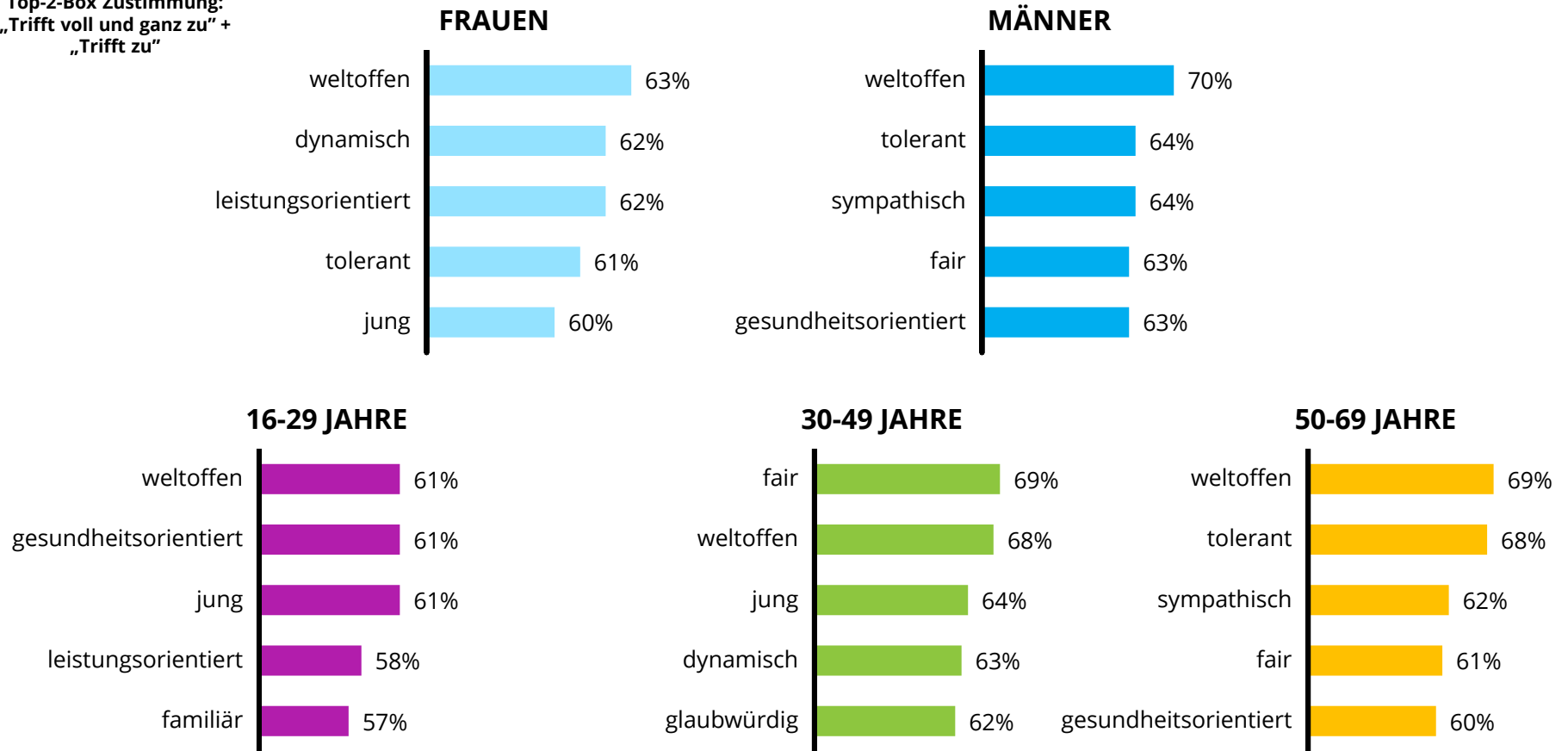
Basis: Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / 298 Kennerinnen und Kenner des Turnfestes aus Berlin / 86 Top-2-Box-Interessierte am Turnfest aus Berlin

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

IMAGE TURNFEST – TOP-5-ATTRIBUTE NACH SUBGRUPPEN

Das Attribut *weltoffen* dominiert bei allen Subgruppen. Je älter die Befragten, desto stärker rückt auch das Item *fair* in den Fokus.

Top-2-Box Zustimmung:
„Trifft voll und ganz zu“ +
„Trifft zu“



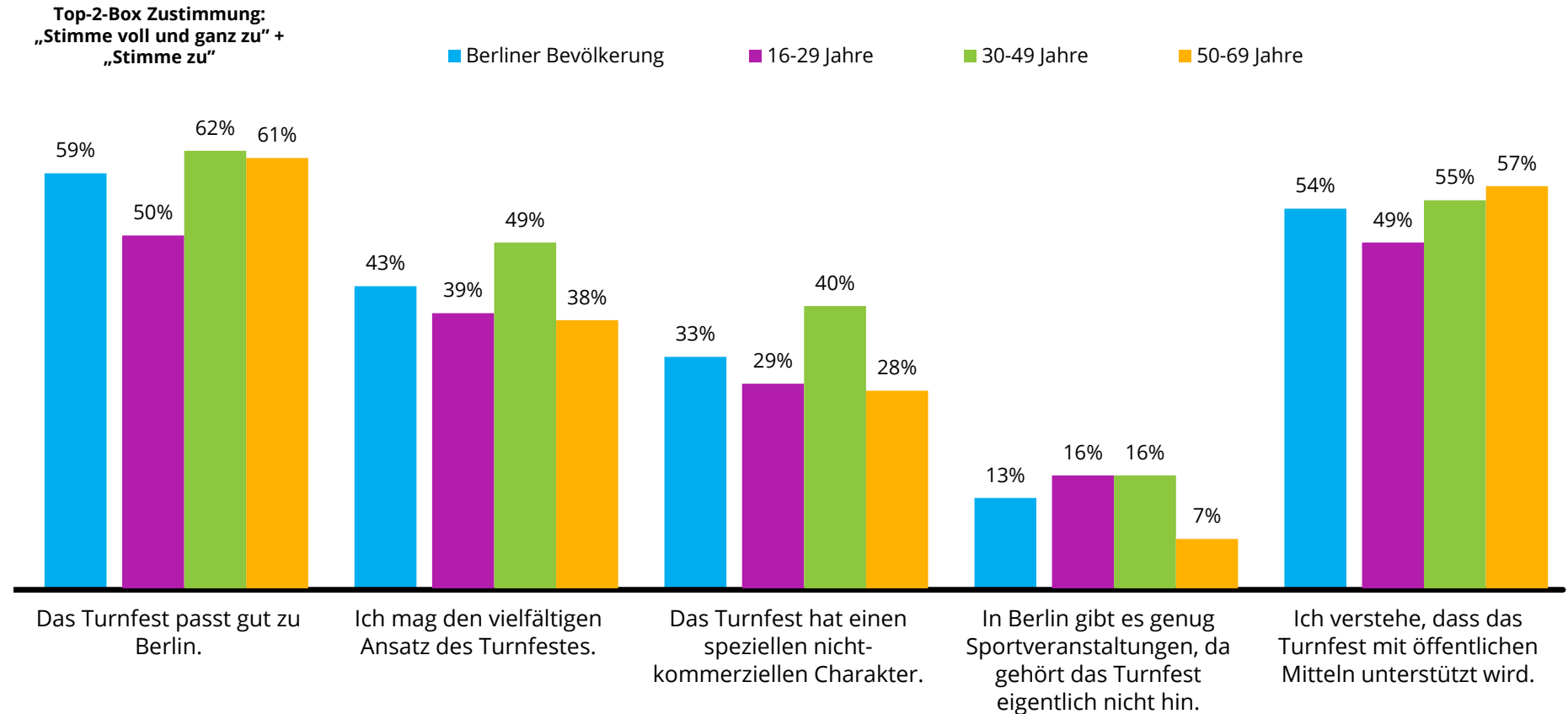
Frage: Sie sehen nun einige Eigenschaften, mit denen man das Turnfest beschreiben kann. Bitte bewerten Sie auf der Skala 1 bis 5, wie sehr diese Attribute auf das Turnfest zutreffen. / Top-2-Box: „Trifft voll und ganz zu“ + „Trifft zu“

Basis: Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / 298 Kennerinnen und Kenner des Turnfestes aus Berlin, Subgruppen n=61/122/115/142/156

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

EINSTELLUNGEN DER BEVÖLKERUNG ZUM TURNFEST – ALLGEMEINE THEMEN

Es besteht in der Berliner Bevölkerung eine hohe Akzeptanz der Durchführung und Förderung der Veranstaltung.



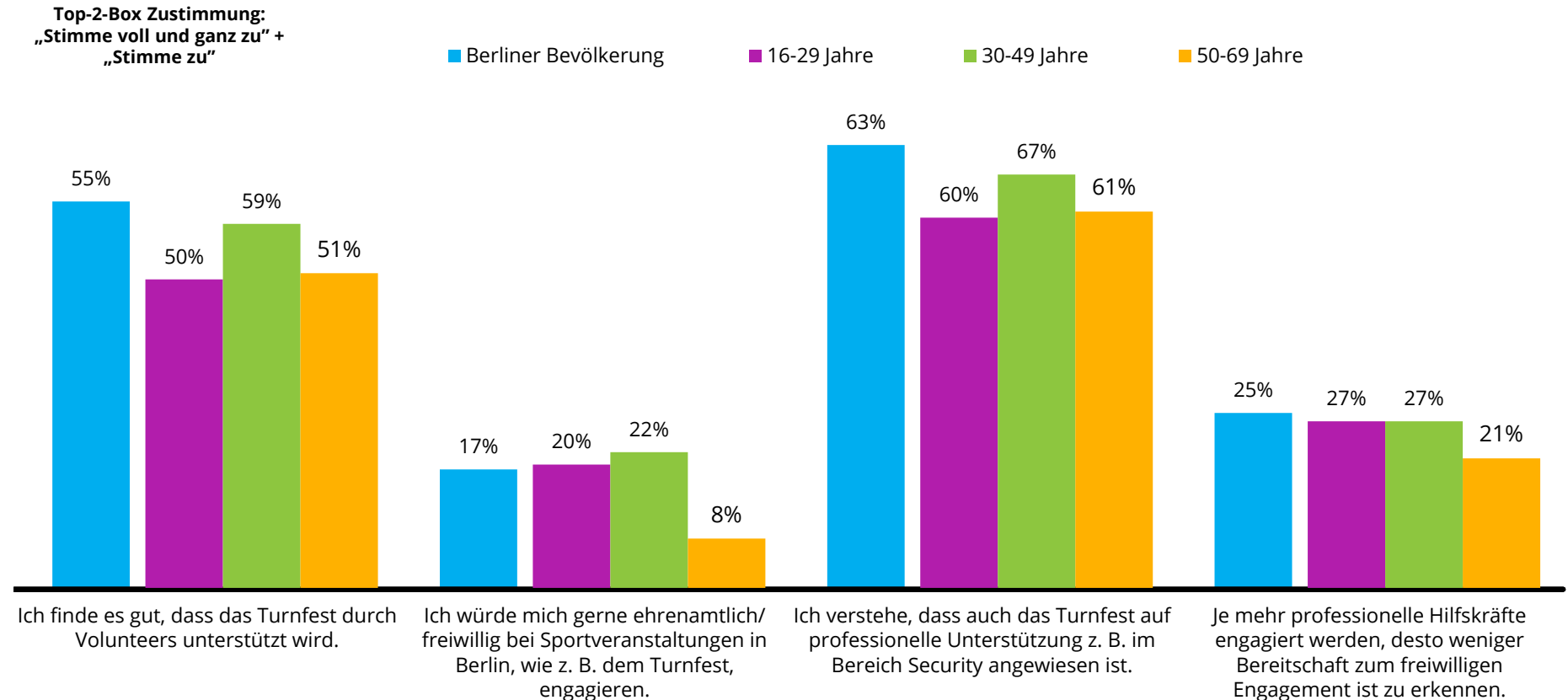
Frage: Sie sehen nun einige Statements zum Turnfest. Wie sehr können Sie diesen Statements zustimmen? (Skala 1 = „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 = „Stimme gar nicht zu“) / Top-2-Box: „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme zu“

Basis: 500/130/199/171 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

EINSTELLUNGEN DER BEVÖLKERUNG ZUM TURNFEST – THEMENBEREICH VOLUNTEER-PROGRAMM

Es gibt eine hohe Bereitschaft in der Berliner Bevölkerung, sich ehrenamtlich/freiwillig zu engagieren.

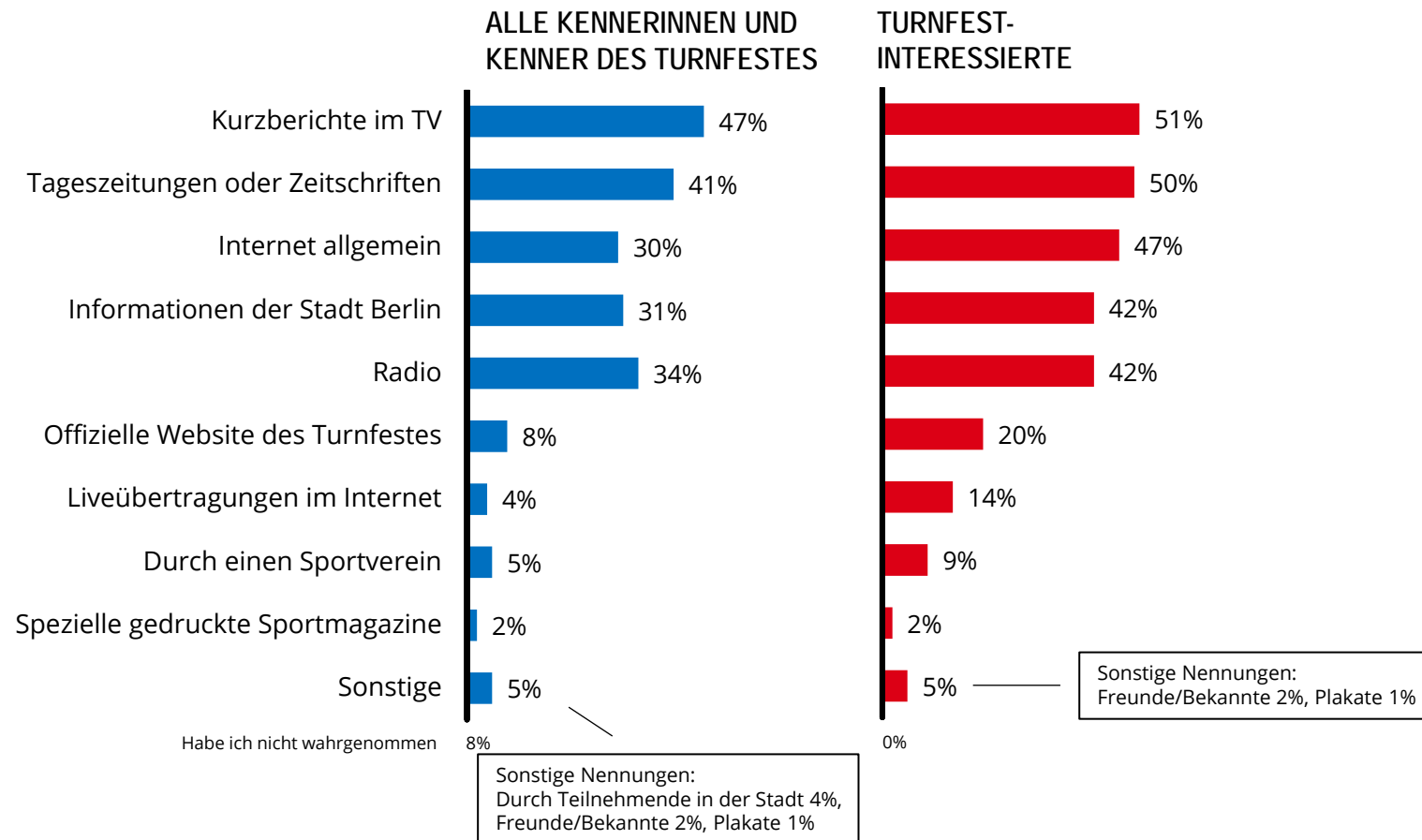


Frage: Sie sehen nun einige Statements zum Turnfest. Wie sehr können Sie diesen Statements zustimmen? (Skala 1 = „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 = „Stimme gar nicht zu“) / Top-2-Box: „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme zu“

Basis: 500/130/199/171 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin

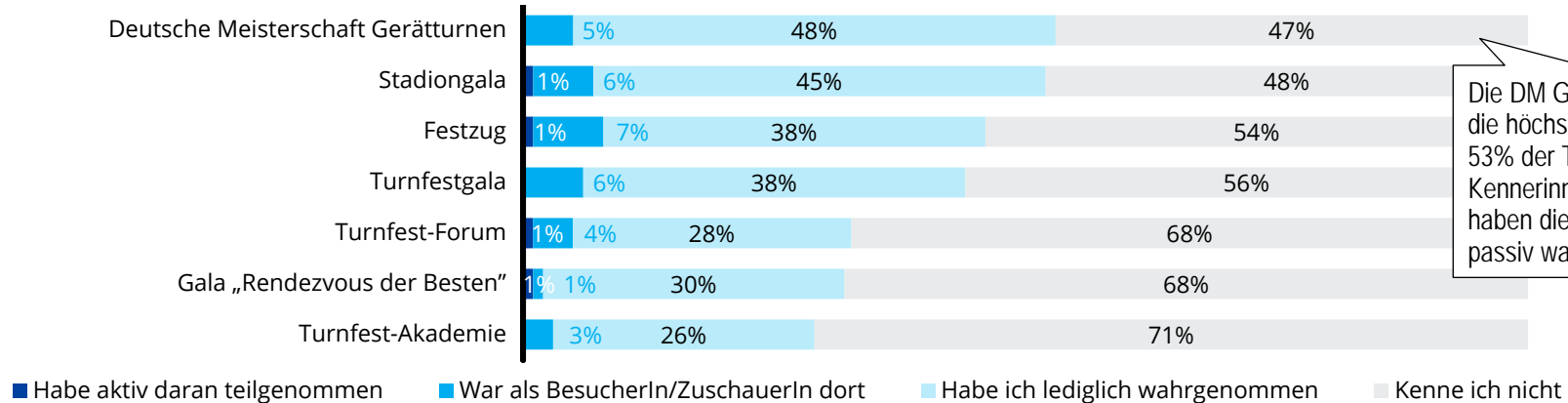
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

ANKNÜPFUNGSPUNKTE TURNFEST 2017

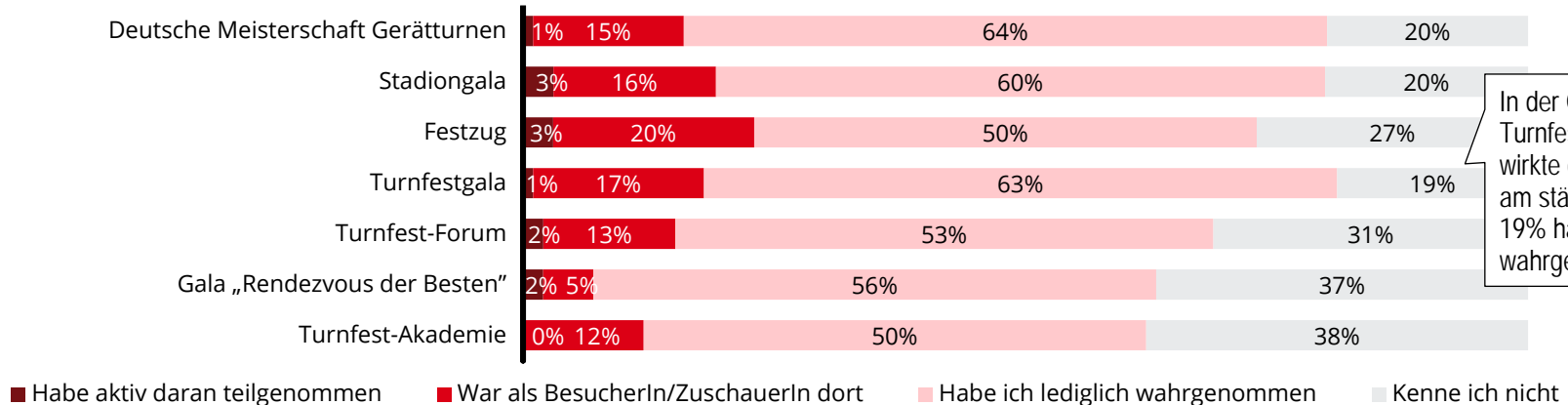


WAHRNEHMUNG VON VERANSTALTUNGEN DES TURNFESTES 2017 INNERHALB DER BEVÖLKERUNG

KENNERINNEN UND KENNER DES TURNFESTES



TURNFEST-INTERESSIERTE



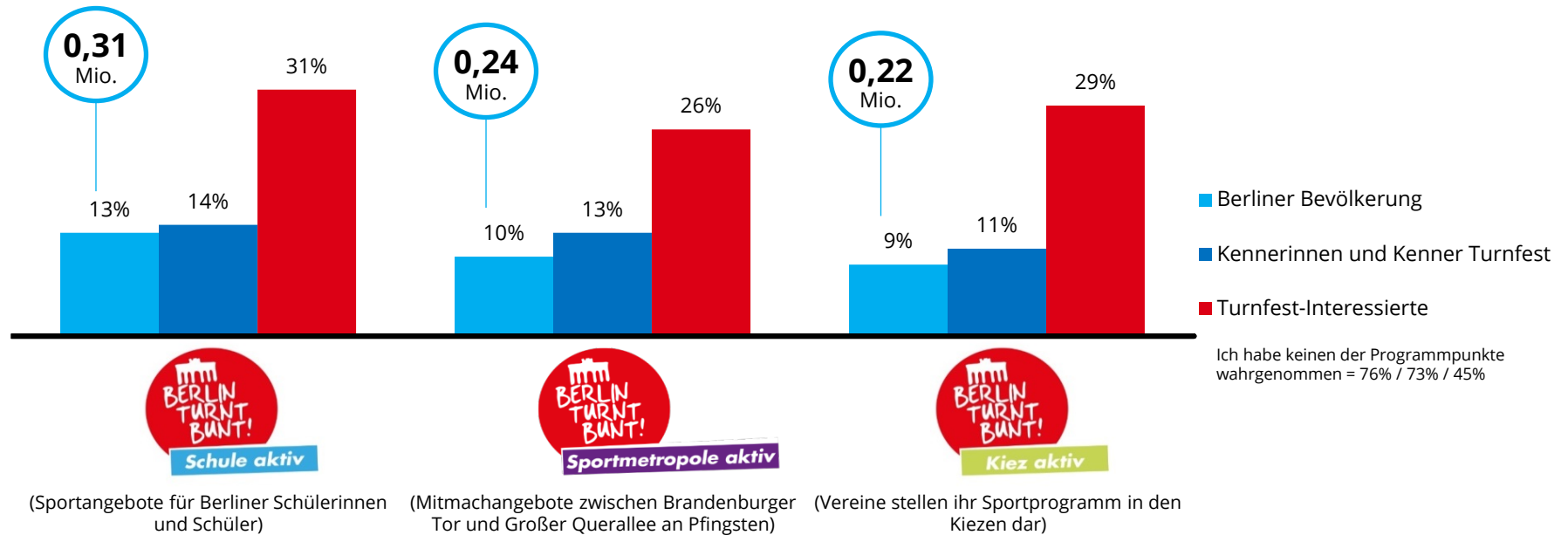
WAHRNEHMUNG DER VERANSTALTUNGEN „BERLIN TURNT BUNT!“ IN DER BEVÖLKERUNG



WAHRNEHMUNG

310.000 Berlinerinnen und Berliner haben das Angebot wahrgenommen.

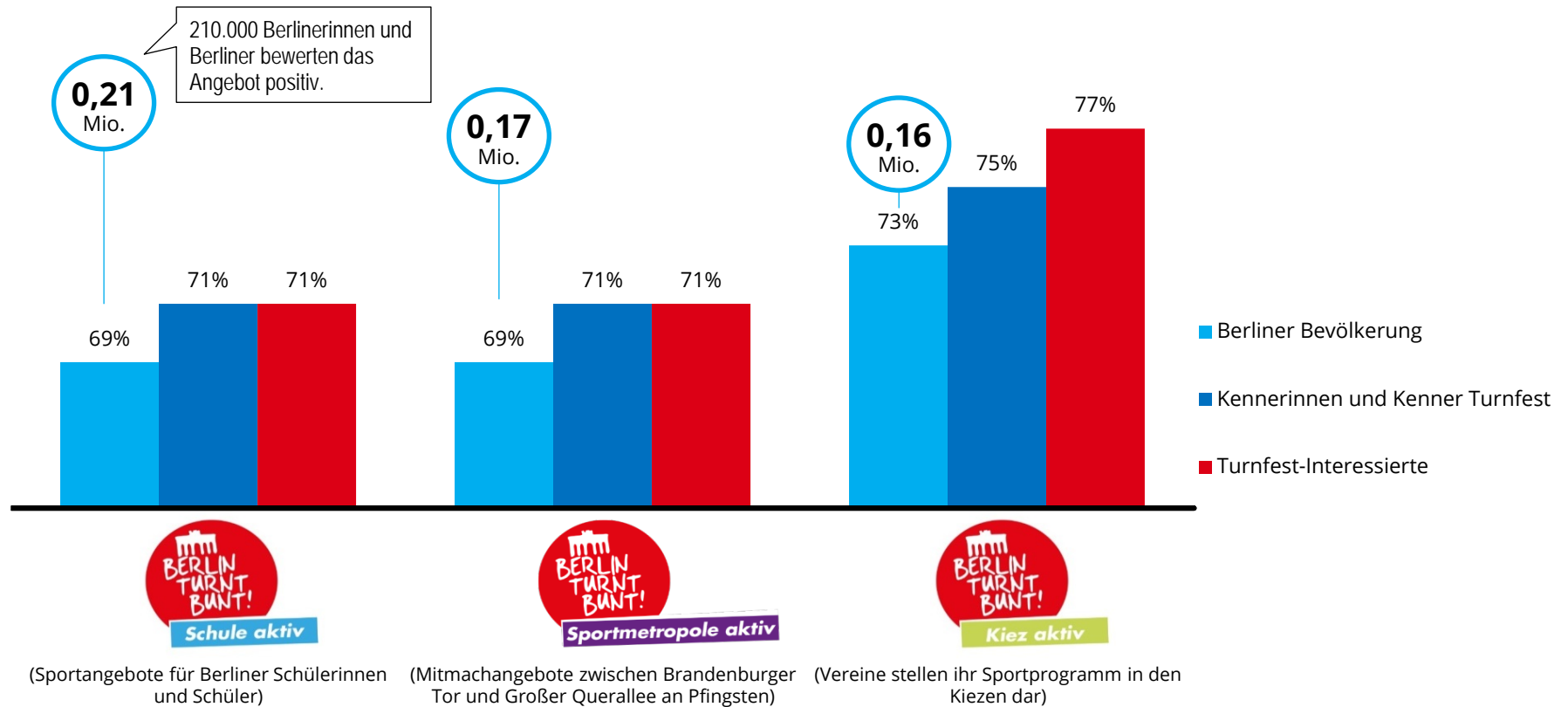
24% der Befragten haben zumindest eines der Angebote wahrgenommen, das entspricht einer Zahl von 576.000 Berlinerinnen und Berlinern.



BEWERTUNG DER VERANSTALTUNGEN „BERLIN TURNT BUNT!“ IN DER BEVÖLKERUNG



BEWERTUNG*
(„Sehr gut“ + „Gut“)
KENNERINNEN UND KENNER DER VERANSTALTUNGEN



Frage: Wie haben Ihnen diese Veranstaltungen gefallen?

Basis: 65/48/45 Kennerinnen und Kenner der Veranstaltungen

* Aufgrund der geringen Datenbasis sind nur tendenzielle Aussagen möglich.

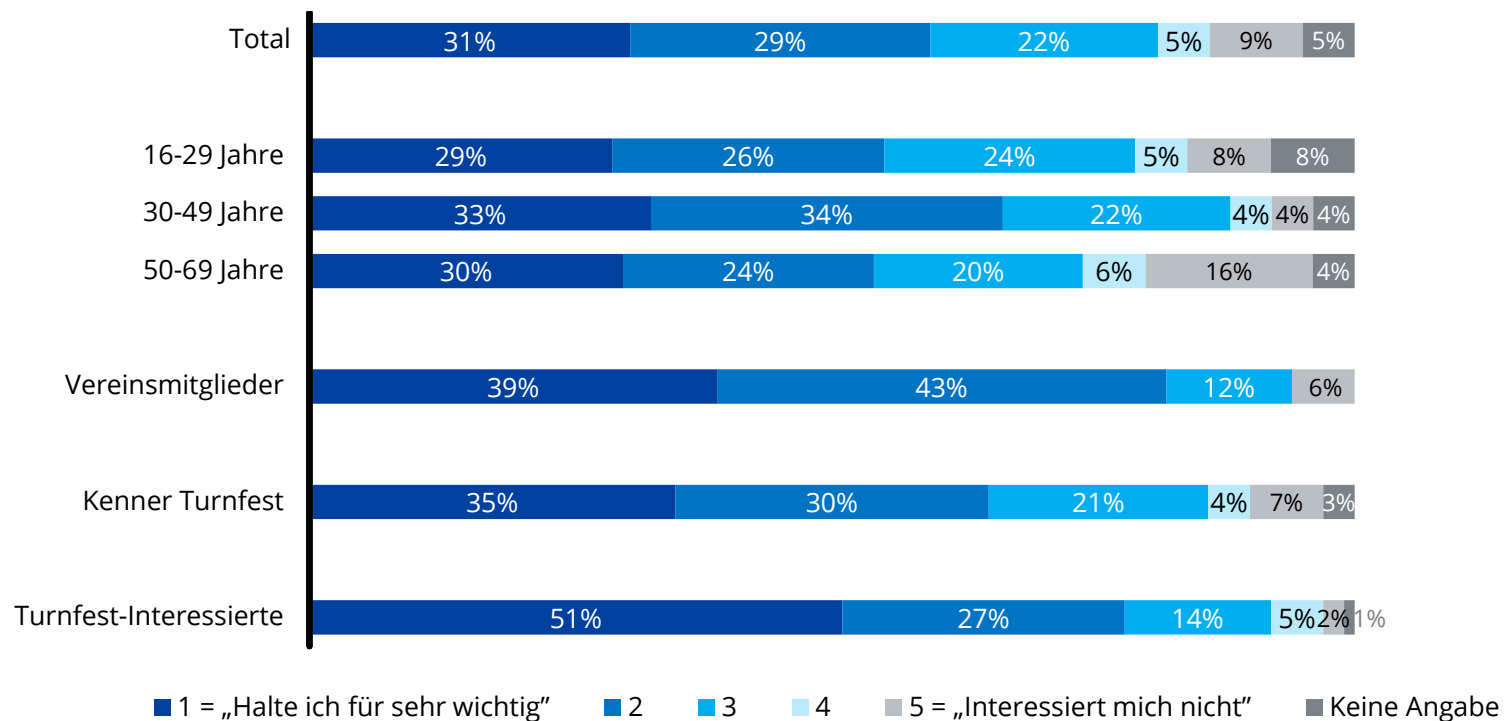
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



POTENZIALE BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT UND EHRENAMT

HALTUNG ZUM THEMA BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

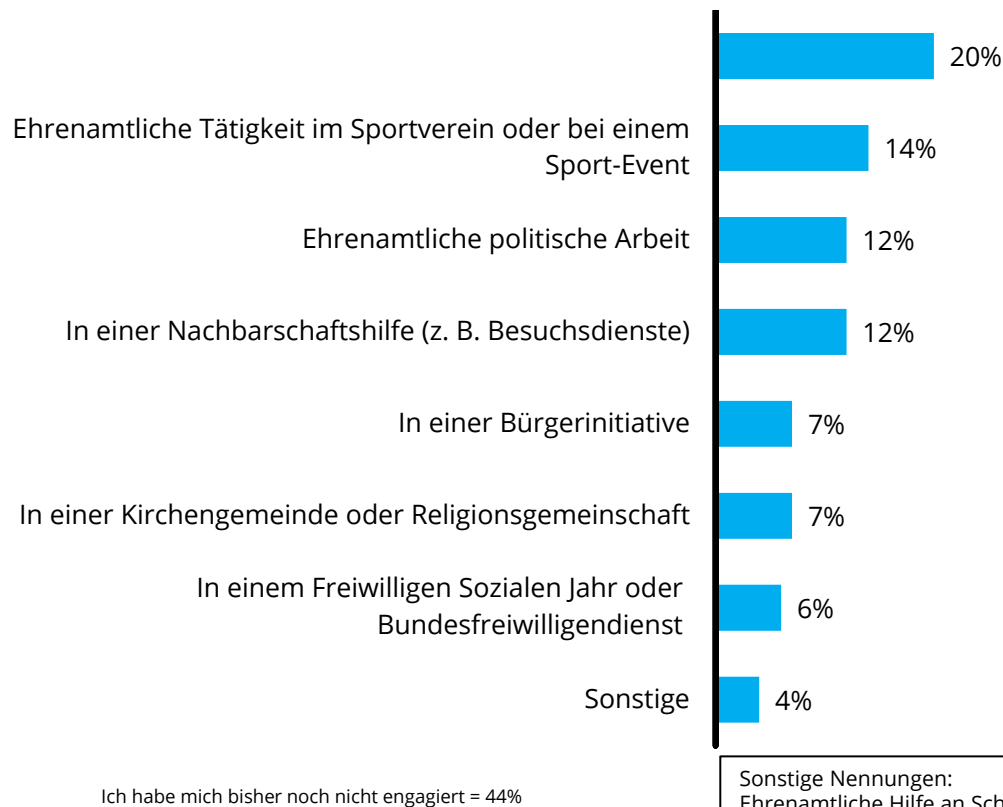
Die Wichtigkeit eines Bürgerschaftlichen Engagements erfährt innerhalb der Berliner Bevölkerung eine deutliche Zustimmung. Bei den Turnfest-Interessierten ist es für mehr als die Hälfte sogar sehr wichtig.



AKTIVES ENGAGEMENT DER BERLINER BEVÖLKERUNG IN DEN UNTERSCHIEDLICHEN BEREICHEN

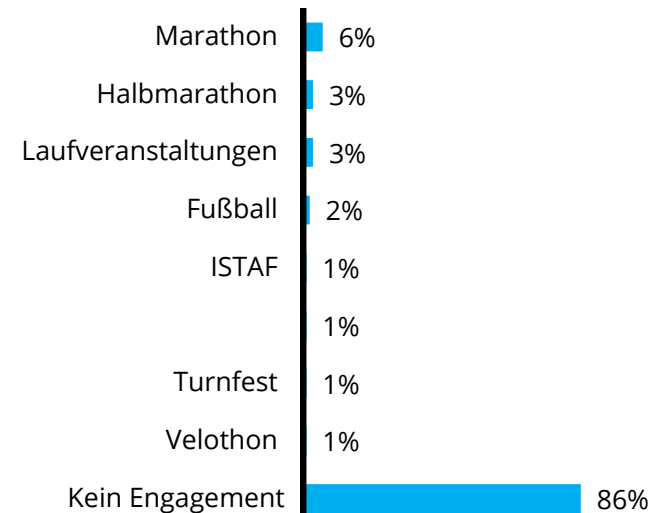
Das Thema Sport steht auf Platz 2 der Bereiche für ein Engagement. Daraus ergeben sich gute Potenziale für Vereine und Veranstalter.

Allgemein



Sonstige Nennungen:
Ehrenamtliche Hilfe an Schulen
In einem Seniorenheim, Tierschutz/Tierheim je 1%

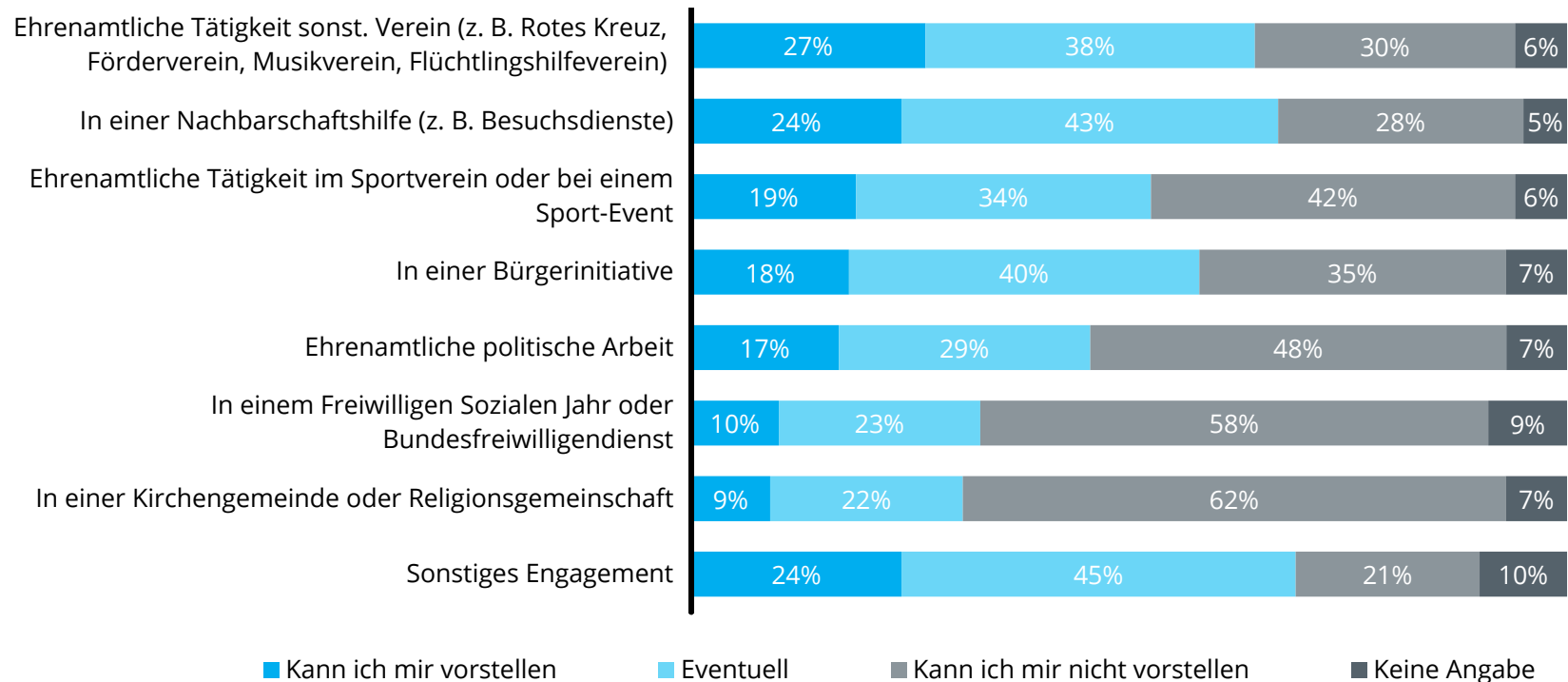
Sportveranstaltungen



14% der Befragten (=ca. 336.000 Berlinerinnen und Berliner) gaben an, bereits bei Sportveranstaltungen mitgeholfen zu haben, davon 144.000 beim Marathon.

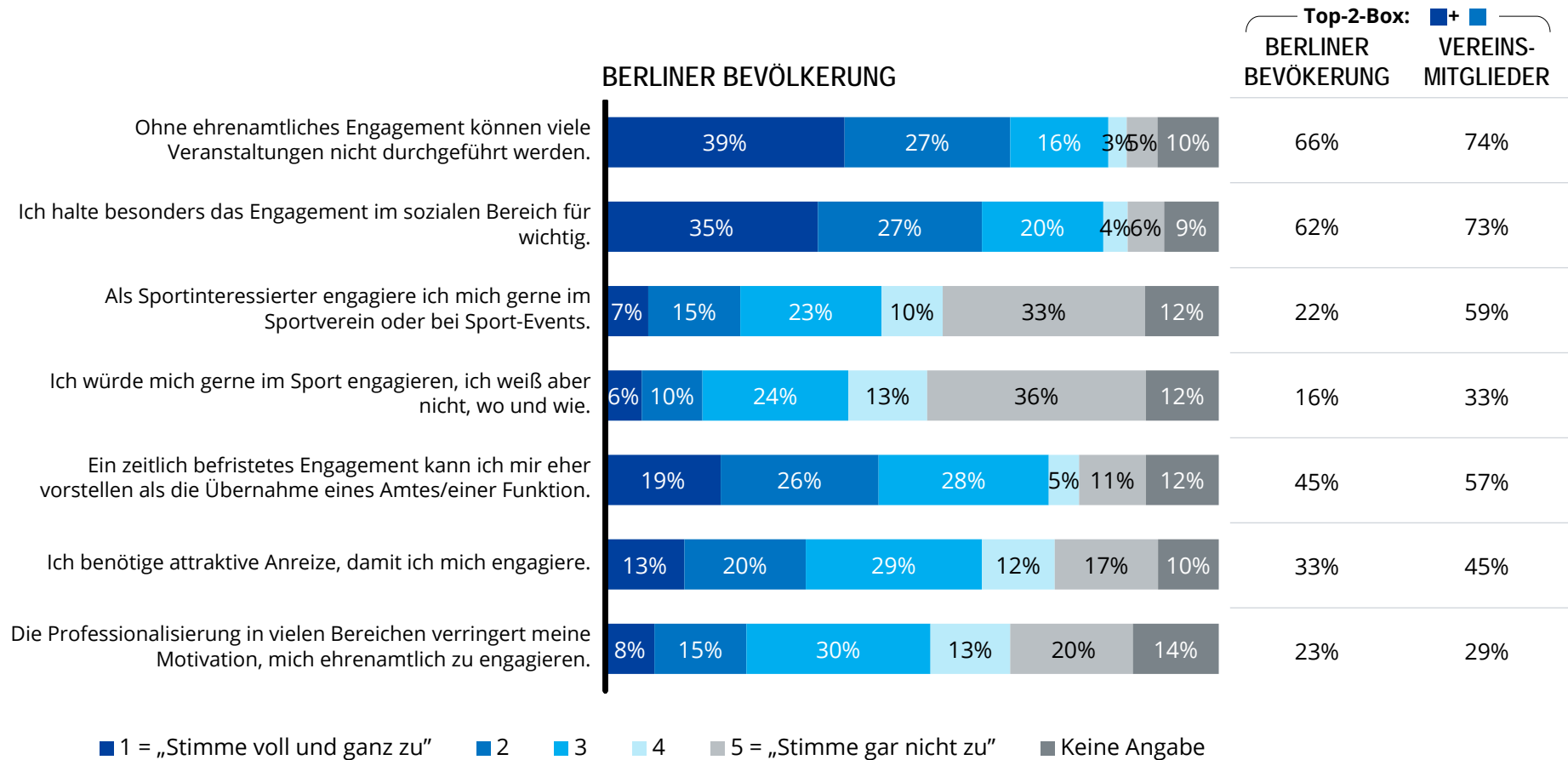
GRUNDSÄTZLICHE BEREITSCHAFT ZUM ENGAGEMENT – BEREICHE

Über 1,2 Mio. Berlinerinnen und Berliner (53%) können sich tendenziell eine ehrenamtliche Unterstützung im Sportbereich vorstellen.



EINSTELLUNGEN ZUM THEMA BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Es besteht ein hohes Verständnis für die Notwendigkeit von ehrenamtlichen Tätigkeiten. Eine zeitliche Befristung eines Engagements ist ein guter Hebel zur Motivation der Berlinerinnen und Berlinern.



Frage: Wie ist Ihre Meinung zu den nachfolgenden Aussagen über das Thema Bürgerschaftliches/Ehrenamtliches Engagement? / Top-2-Box: „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme zu“

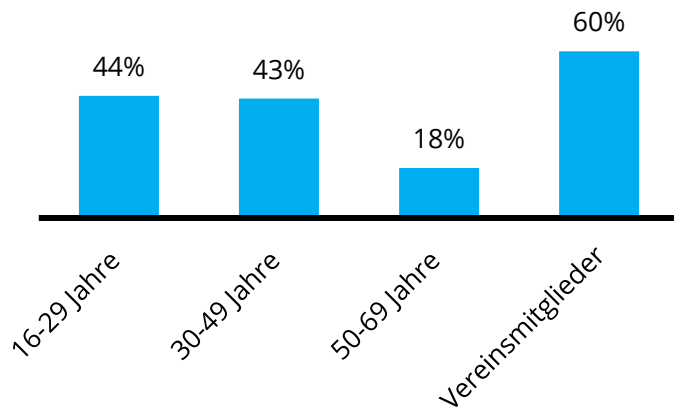
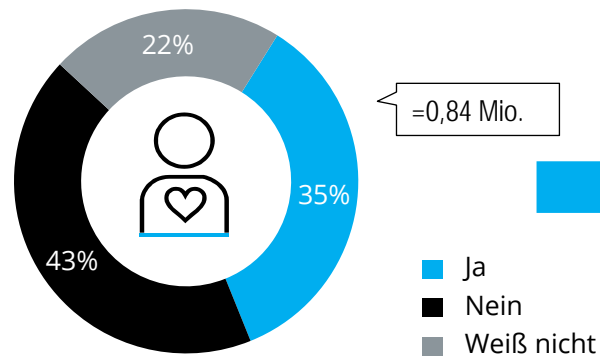
Basis: 500 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / 95 Vereinsmitglieder

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

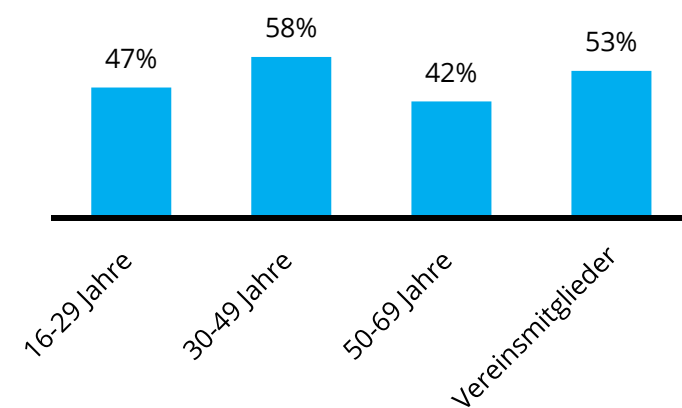
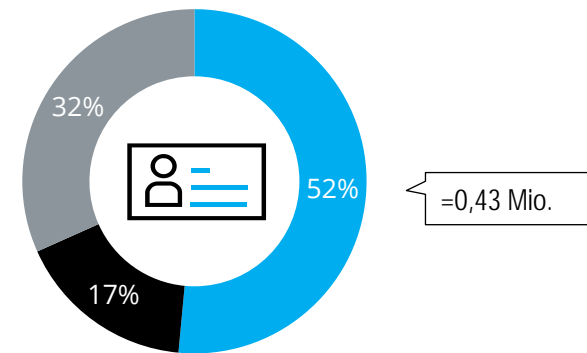
POTENZIALE VOLUNTEER-PROGRAMME FÜR SPORTVERANSTALTUNGEN IN BERLIN

Gut ein Drittel der Berlinerinnen und Berliner wäre tendenziell bereit, sich bei lokalen Events zu engagieren. Für die Volunteer-Datenbank bieten sich ebenfalls gute Potenziale.

POTENZIALE VOLUNTEER-TÄTIGKEIT SPORTVERANSTALTUNGEN



BEREITSCHAFT REGISTRIERUNG ALS VOLUNTEER
Basis: Potenzielle Volunteers



Frage: Könnten Sie sich vorstellen, bei Sportveranstaltungen in Berlin als Volunteer mitzuhelfen? / Würden Sie sich hierfür auch in einer Berliner Volunteer-Datenbank registrieren?
 Basis: 500 repräsentativ Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin, Subgruppen n=130/199/171/95 / Basis Registrierung: 174 Personen, die grundsätzlich bereit wären, als Volunteer mitzuhelfen, Subgruppen n=57/86/31/57

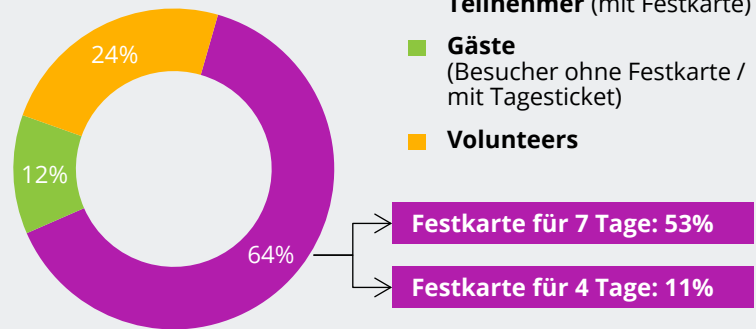
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



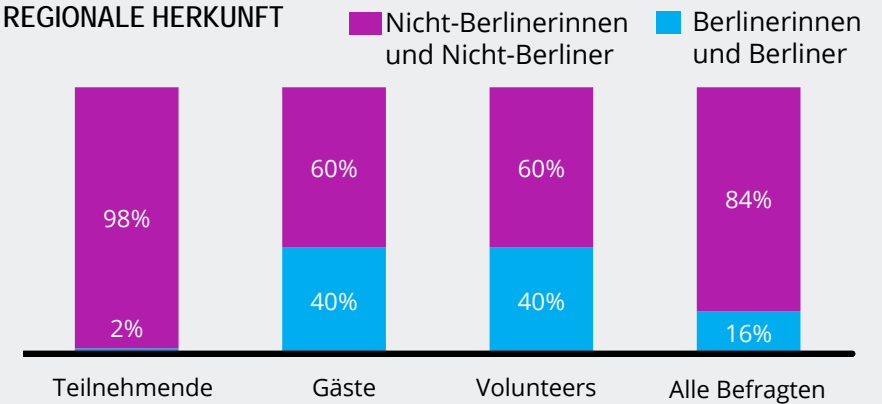
DAS INTERNATIONALE DEUTSCHE TURNFEST 2017 AUS SICHT DER TEILNEHMENDEN, GÄSTE UND VOLUNTEERS

INVOLVEMENT TURNFEST 2017

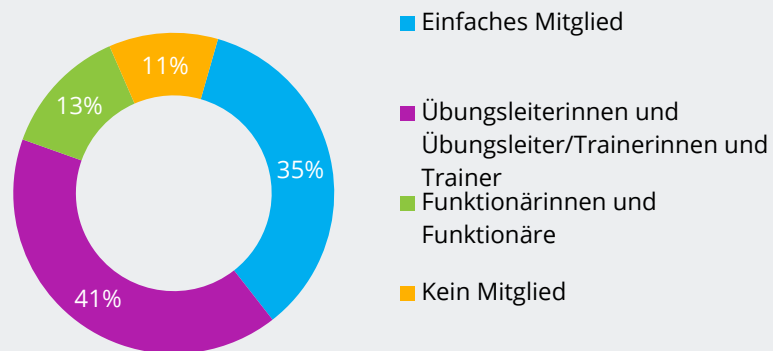
ÜBERSICHT DER GRUPPEN



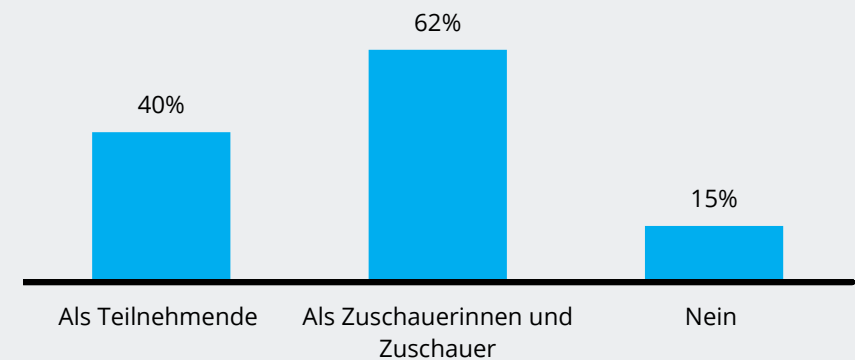
REGIONALE HERKUNFT



VEREINSMITGLIEDSCHAFT



WETTKAMPFTEILNAHME



Frage: In welcher Funktion waren Sie beim Turnfest 2017 in Berlin? Waren Sie ... / In welchem Bundesland leben Sie? / Sind Sie Mitglied in einem Sportverein? / Haben Sie als Besucher oder Teilnehmende/r Wettkämpfe im Rahmen des Turnfestes angeschaut oder an diesen teilgenommen?

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben

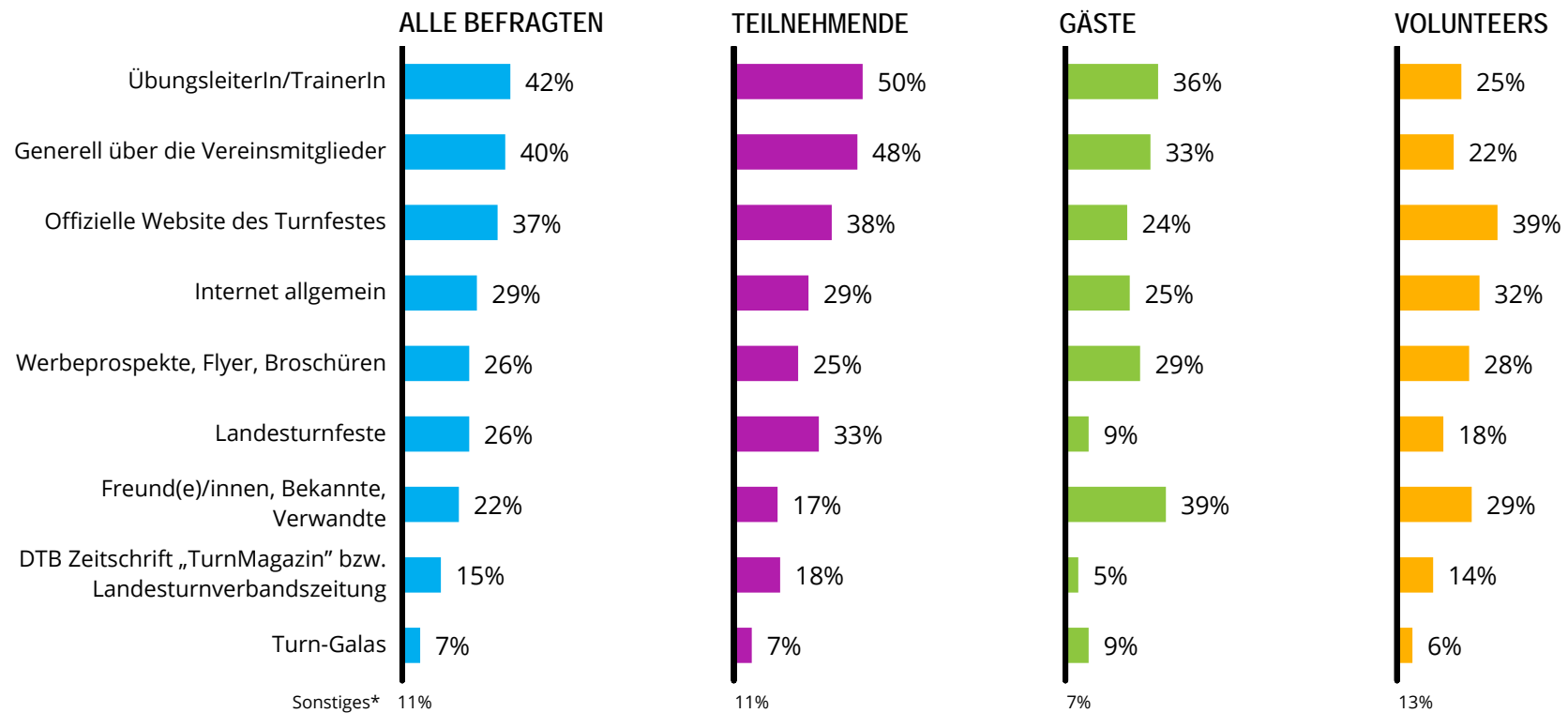
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



ANKNÜPFUNGSPUNKTE UND INFORMATIONSQUELLEN TURNFEST 2017

ERSTER ANKNÜPFUNGSPUNKT- WAHRNEHMUNGSQUELLEN TURNFEST IM VORFELD

Die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der Vereine sind die wichtigsten Kontaktpunkte. Darüber hinaus haben Online-Kanäle eine hohe Relevanz.



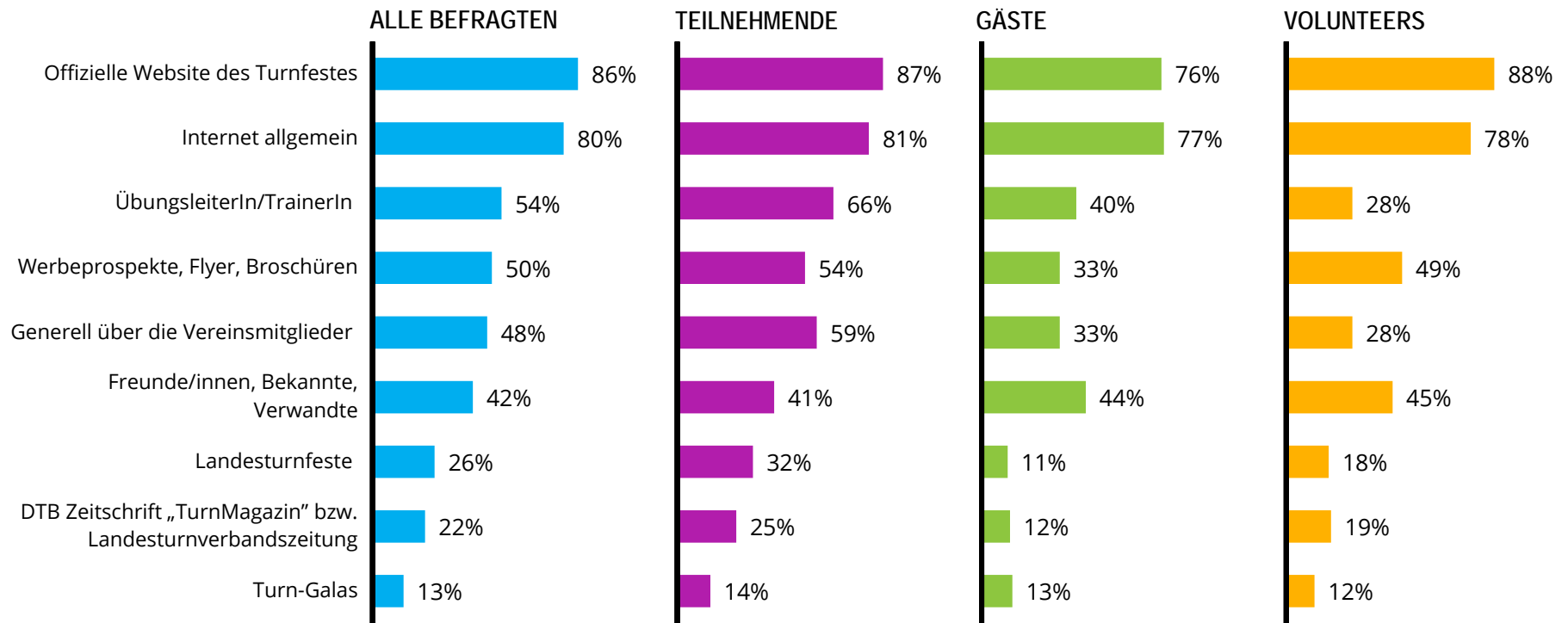
Frage: Über welche der folgenden Quellen sind Sie im Vorfeld auf das Turnfest aufmerksam geworden? / * Keine differenzierte Nachfrage

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

KOMMUNIKATION – NUTZUNG QUELLEN

Für weitergehende Informationen sind die Websites wichtige und präferierte Quellen.



Frage: Über welche der folgenden Quellen haben Sie sich im Vorfeld über das Turnfest informiert?

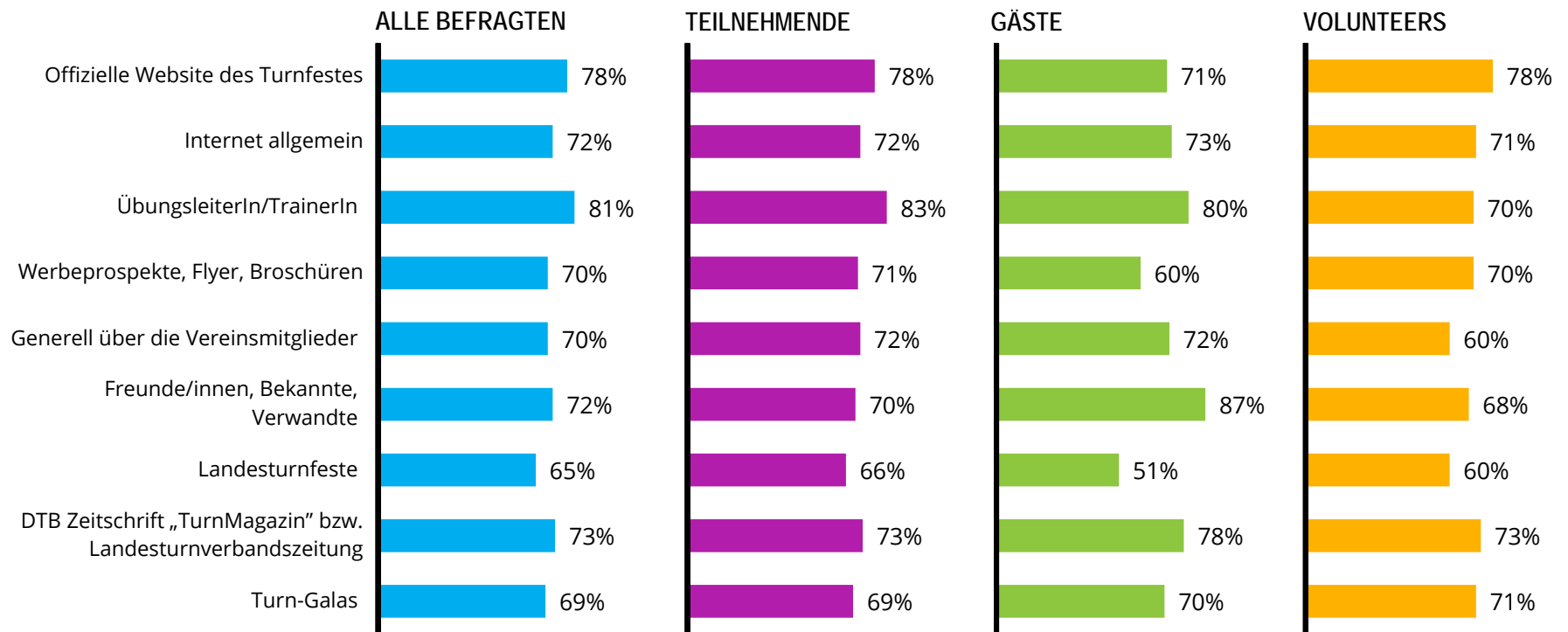
Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG WEITERER KOMMUNIKATION – ZUFRIEDENHEIT

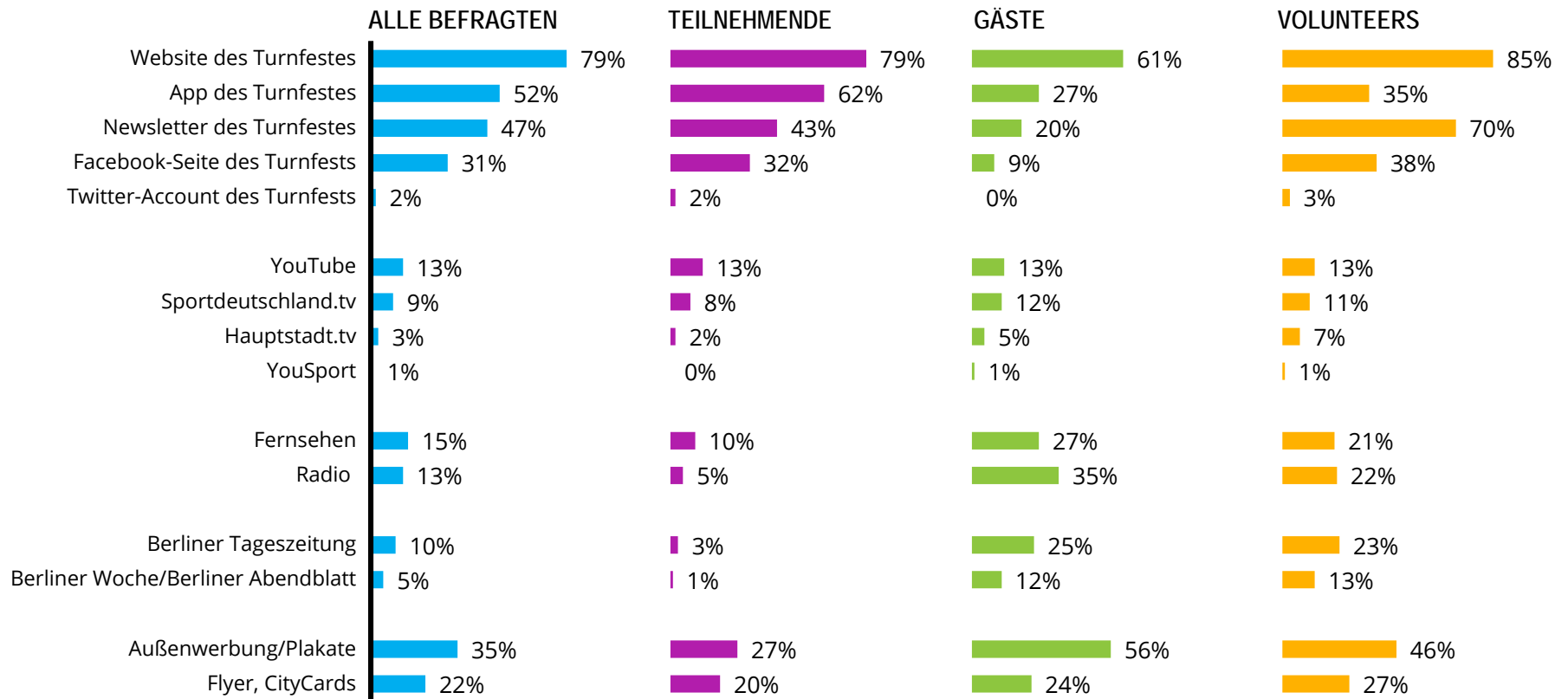
Insgesamt besteht eine hohe Zufriedenheit mit den Informationsmöglichkeiten.

**Zufriedenheit Top-2-Box:
„Sehr zufrieden“ + „Zufrieden“
unter den Nutzer der Quellen**



RELEVANZ VON SPEZIFISCHEN MEDIEN UND KANÄLEN – NUTZUNG

Die spezifischen Online-Kanäle des Turnfestes wurden am stärksten wahrgenommen. Klassische Medien haben insgesamt weniger Relevanz und könnten von den Videoplattformen in Zukunft verdrängt werden, wenn diese stärker promotet werden.



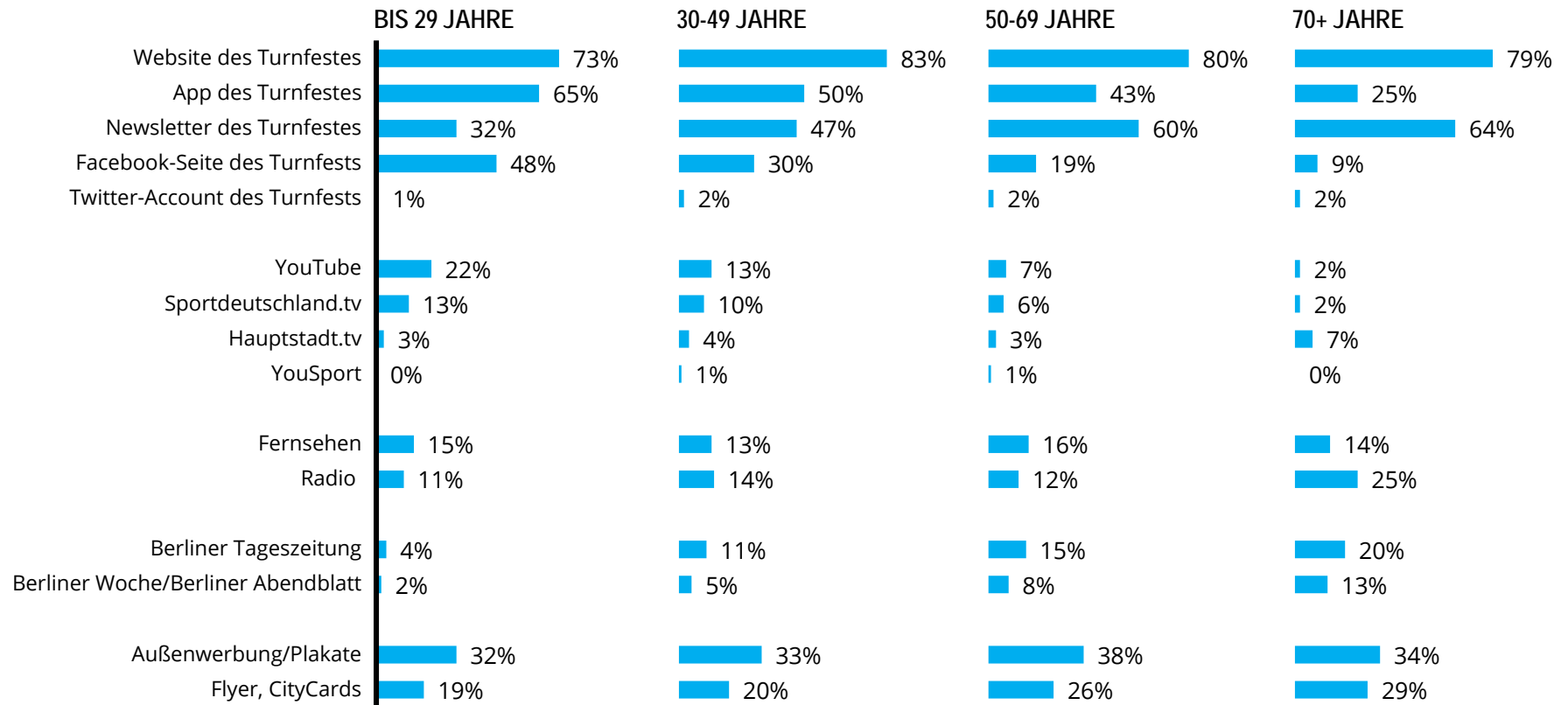
Frage: Im Vorfeld des Turnfestes wurden über verschiedene Medien und Kanäle Informationen verbreitet. Welche der folgenden Informationsmöglichkeiten sind Ihnen im Zusammenhang mit dem Turnfest aufgefallen?

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

RELEVANZ VON SPEZIFISCHEN MEDIEN UND KANÄLEN – NUTZUNG NACH ALTERSGRUPPEN

Social Media und Apps werden eher von den jüngeren Befragten genutzt, klassische Medien erreichen die Älteren noch stärker.



Frage: Im Vorfeld des Turnfestes wurden über verschiedene Medien und Kanäle Informationen verbreitet. Welche der folgenden Informationsmöglichkeiten sind Ihnen im Zusammenhang mit dem Turnfest aufgefallen?

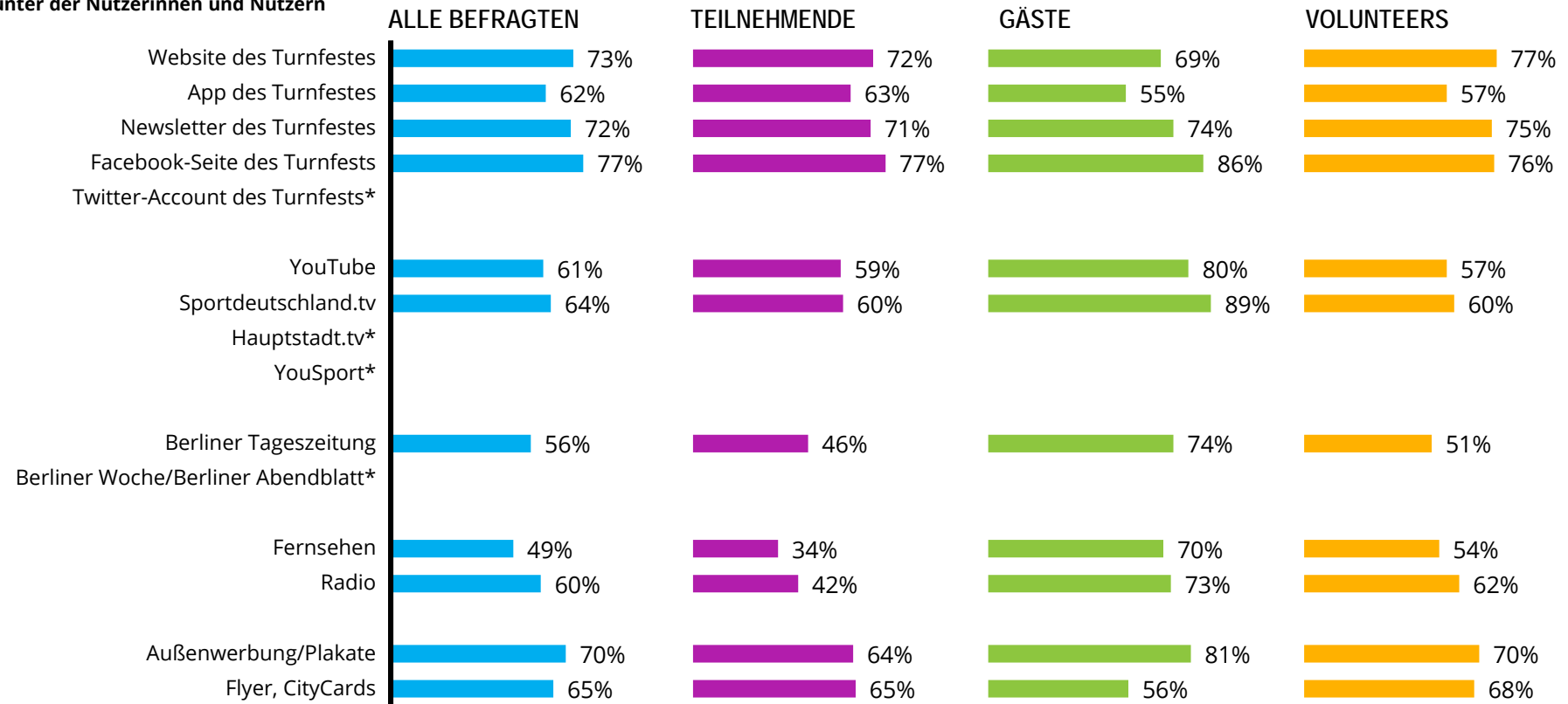
Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG VON SPEZIFISCHEN MEDIEN UND KANÄLEN – ZUFRIEDENHEIT

Die Zufriedenheit mit den Turnfest-Kanälen bestätigt die Relevanz und erfolgreiche Kommunikation über diese Quellen.

Gefallen Top-2-Box:
„Sehr gut“ + „Gut“
unter der Nutzerinnen und Nutzern



* Aufgrund geringer Fallzahlen keine Aussagen möglich

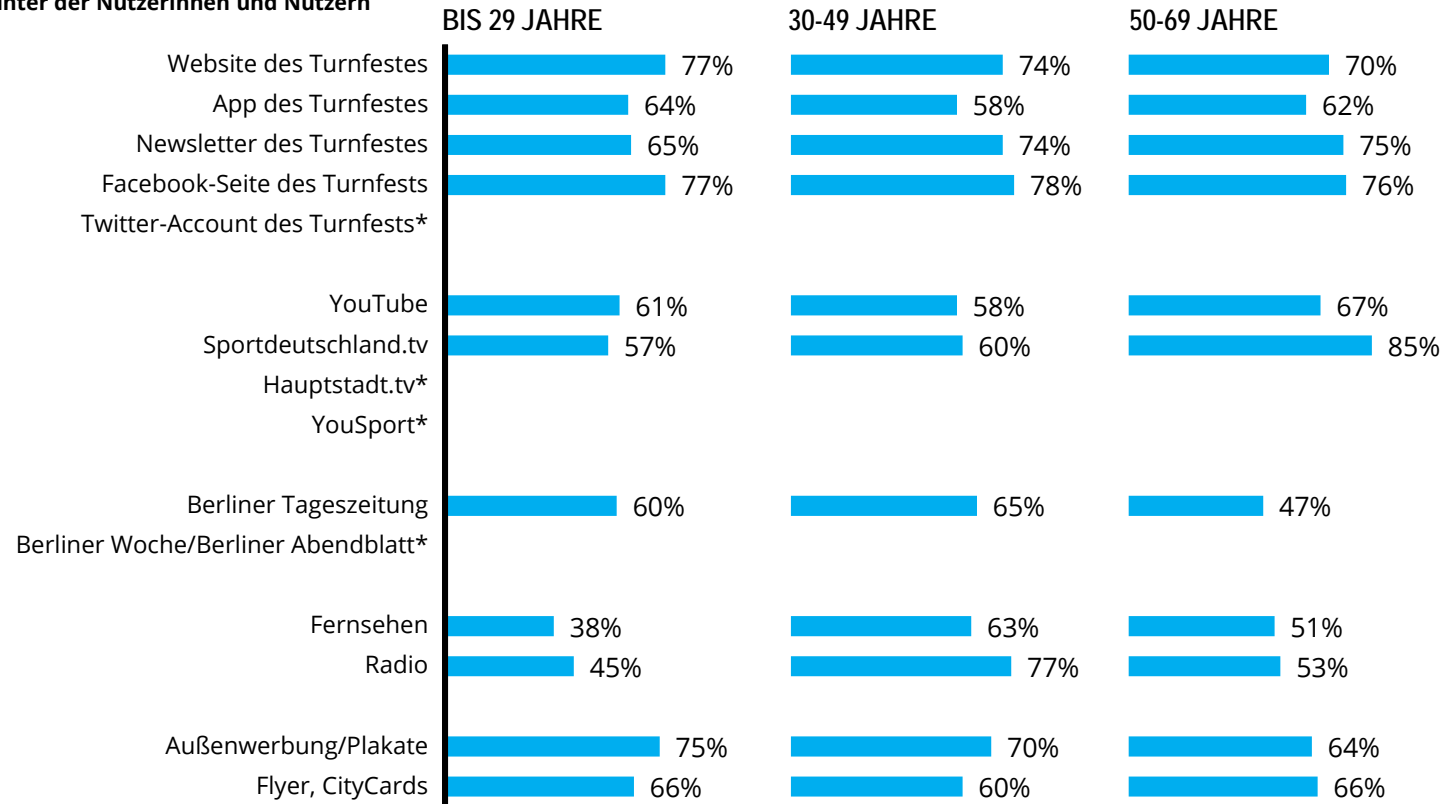
Frage: Und wie gut haben Ihnen die jeweiligen Möglichkeiten gefallen? (Skala von 1 = „Sehr gut“ bis 5 = „Überhaupt nicht gut“) / Top-2-Box: „Sehr gut“ + „Gut“

Basis Bewertung: Nutzerinnen und Nutzer der Medien und Kanäle

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG VON SPEZIFISCHEN MEDIEN UND KANÄLEN – ZUFRIEDENHEIT NACH ALTERSGRUPPEN

**Gefallen Top-2-Box:
„Sehr gut“ + „Gut“
unter der Nutzerinnen und Nutzern**



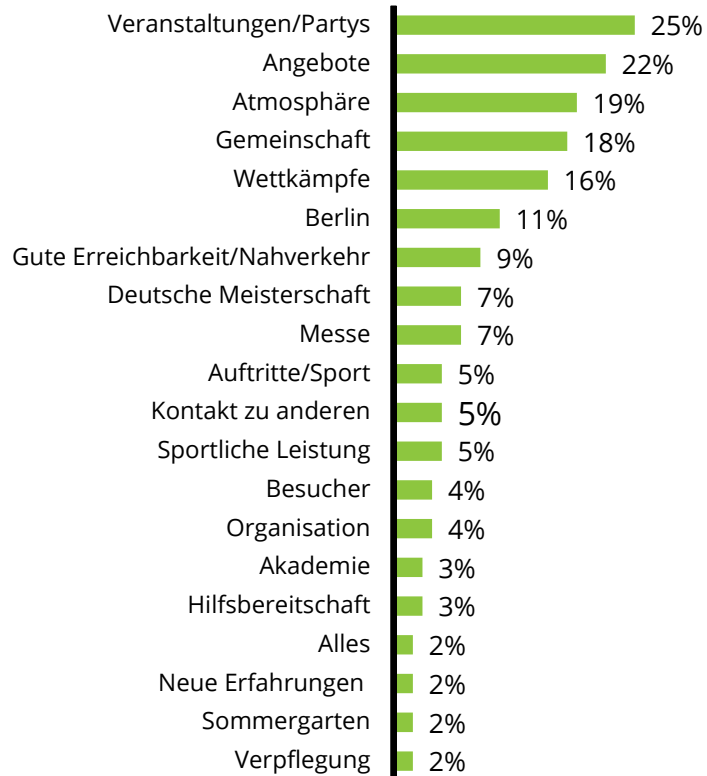
* Aufgrund geringer Fallzahlen keine Aussagen möglich



IMAGE TURNFEST

POSITIVE UND NEGATIVE ASPEKTE DES TURNFESTES

Nennungen > 1%



Sonstiges = 4%
Keine Angabe = 22%



Sonstiges = 4%
Keine Angabe = 25%

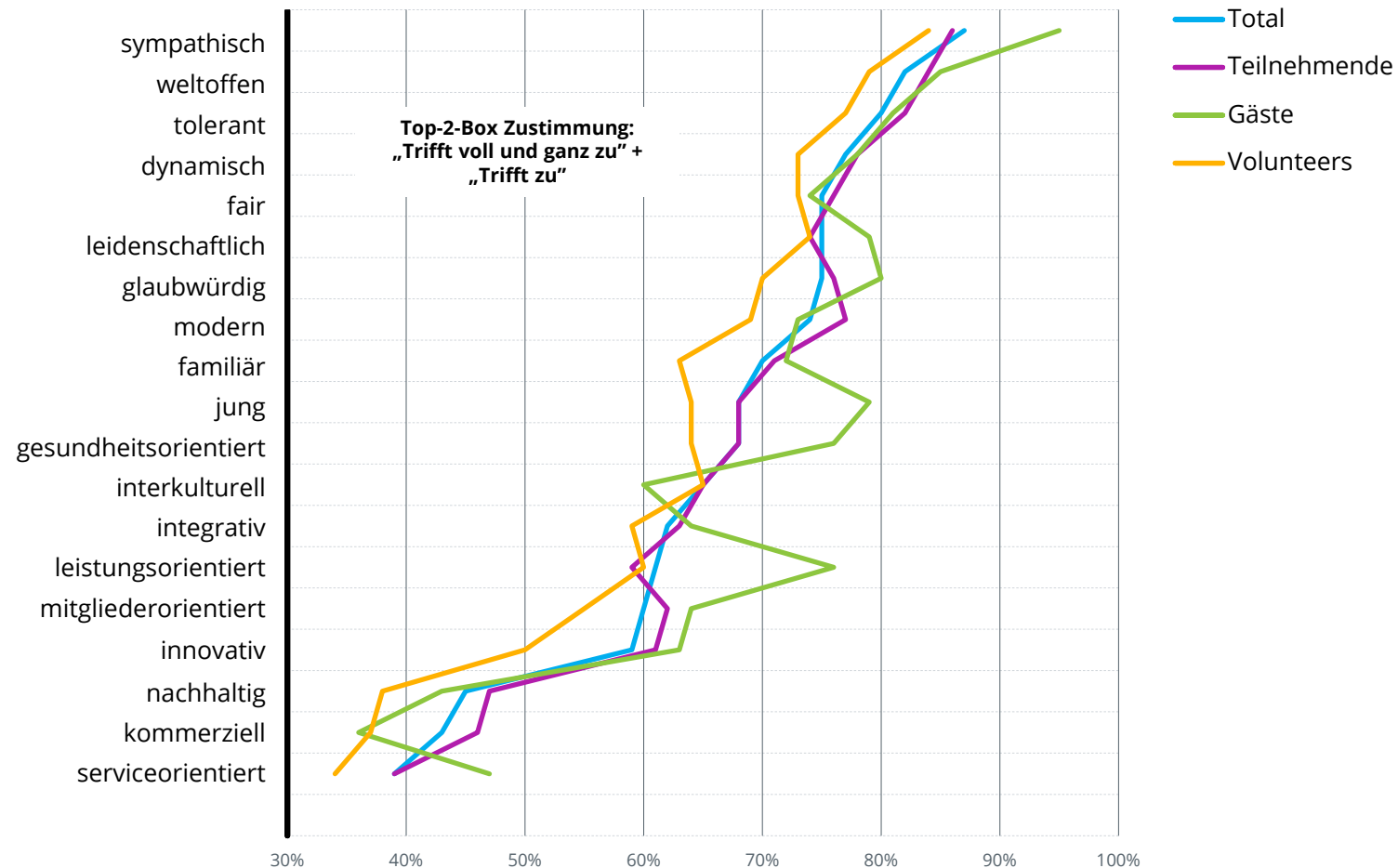
Frage: Wenn Sie noch einmal an die gesamte Zeit zurückdenken, die Sie auf dem Deutschen Turnfest 2017 in Berlin verbracht haben, was hat Ihnen am Turnfest besonders gut gefallen? Und was hat Ihnen nicht so gut gefallen?

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

IMAGE INTERNATIONALES DEUTSCHES TURNFEST – NACH GRUPPEN

Sympathie und die Attribute *weltoffen* / *tolerant* sind die stärksten Assets über alle Subgruppen hinweg. Gäste zeigen eine stärkere Neigung zu rationalen Aspekten wie *leistungs-*, *gesundheitsorientiert* und *jung*.



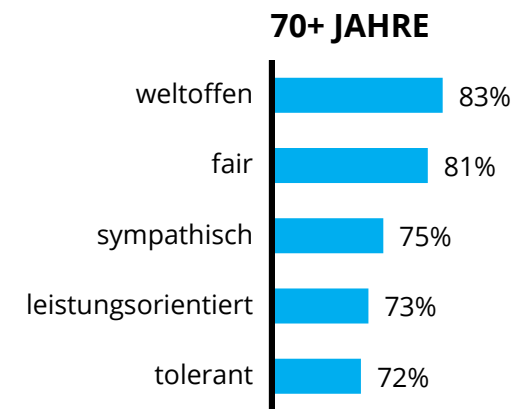
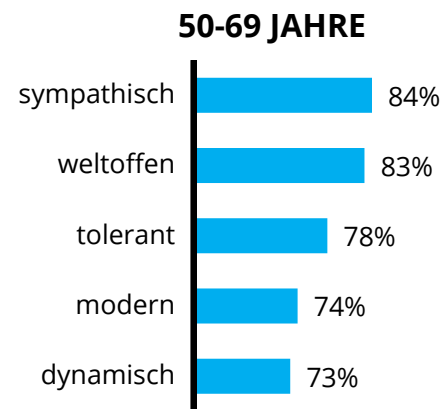
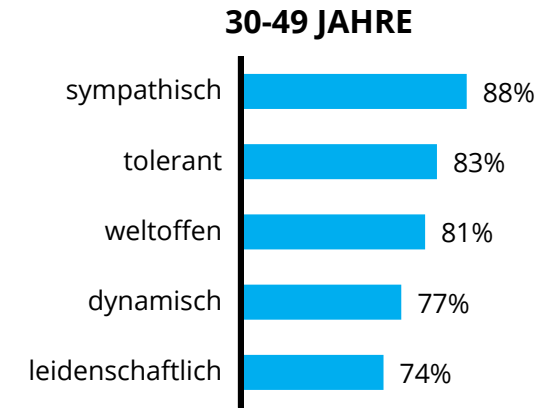
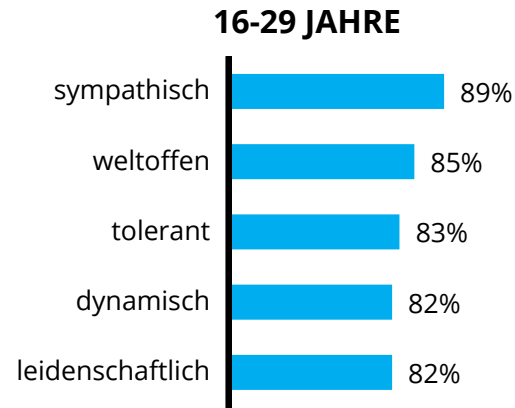
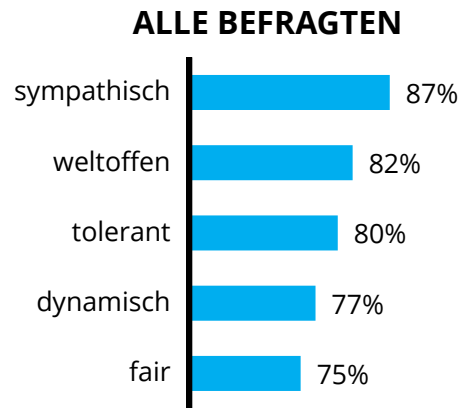
Frage: Sie sehen nun einige Eigenschaften, mit denen man das Turnfest beschreiben kann. Bitte bewerten Sie auf der Skala 1 bis 5, wie sehr diese Attribute auf das Turnfest zutreffen. / Top-2-Box: „Trifft voll und ganz zu“ + „Trifft zu“

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

IMAGE TURNFEST – TOP-5-ATTRIBUTE NACH ALTERSGRUPPEN

Top-2-Box Zustimmung:
„Trifft voll und ganz zu“ +
„Trifft zu“



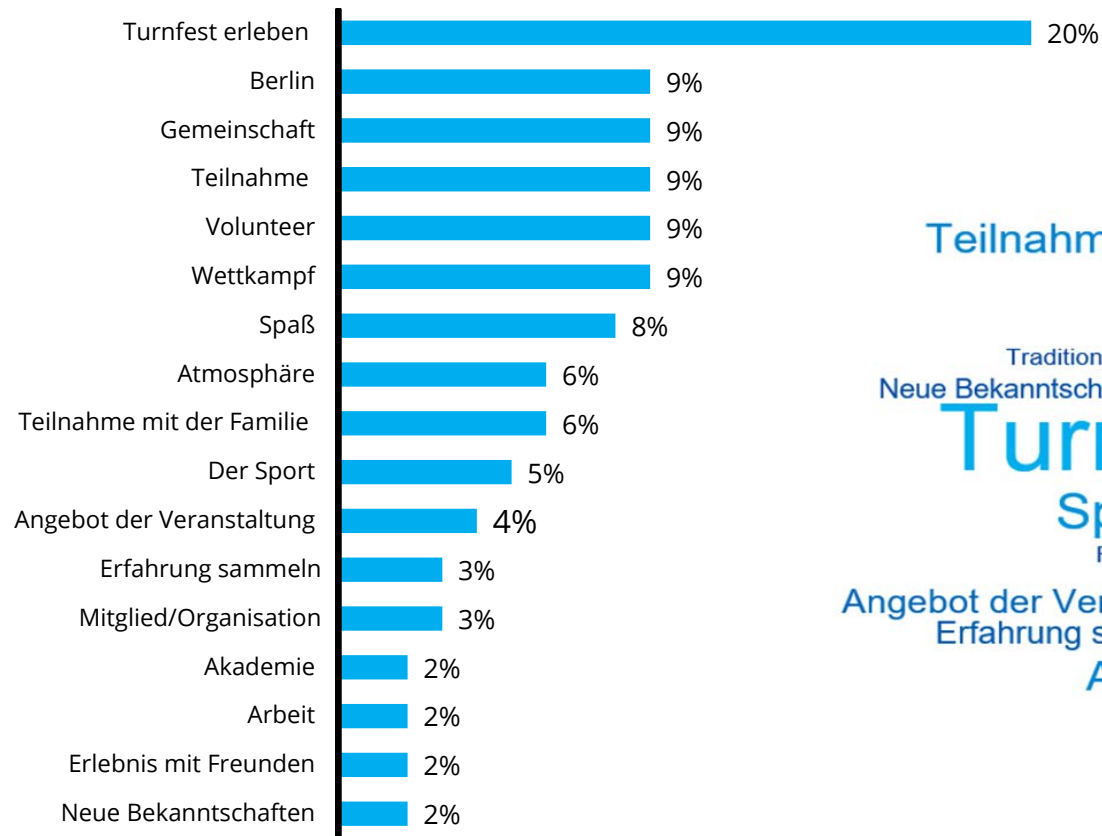
Frage: Sie sehen nun einige Eigenschaften mit denen man das Turnfest beschreiben kann. Bitte bewerten Sie auf der Skala 1 bis 5, wie sehr diese Attribute auf das Turnfest zutreffen. / Top-2-Box: „Trifft voll und ganz zu“ + „Trifft zu“

Basis: Befragte im Alter von 16 bis 69 Jahren aus Berlin / 298 Kennerinnen und Kenner des Turnfestes aus Berlin, Subgruppen n=61/122/115/142/156

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

GRÜNDE FÜR DEN BESUCH DES TURNFESTES

Spontane Nennungen > 1%



Sonstiges = 9%

Keine Angabe = 11%



Frage: Was war für Sie der wichtigste Grund zum Besuch des diesjährigen Turnfestes?

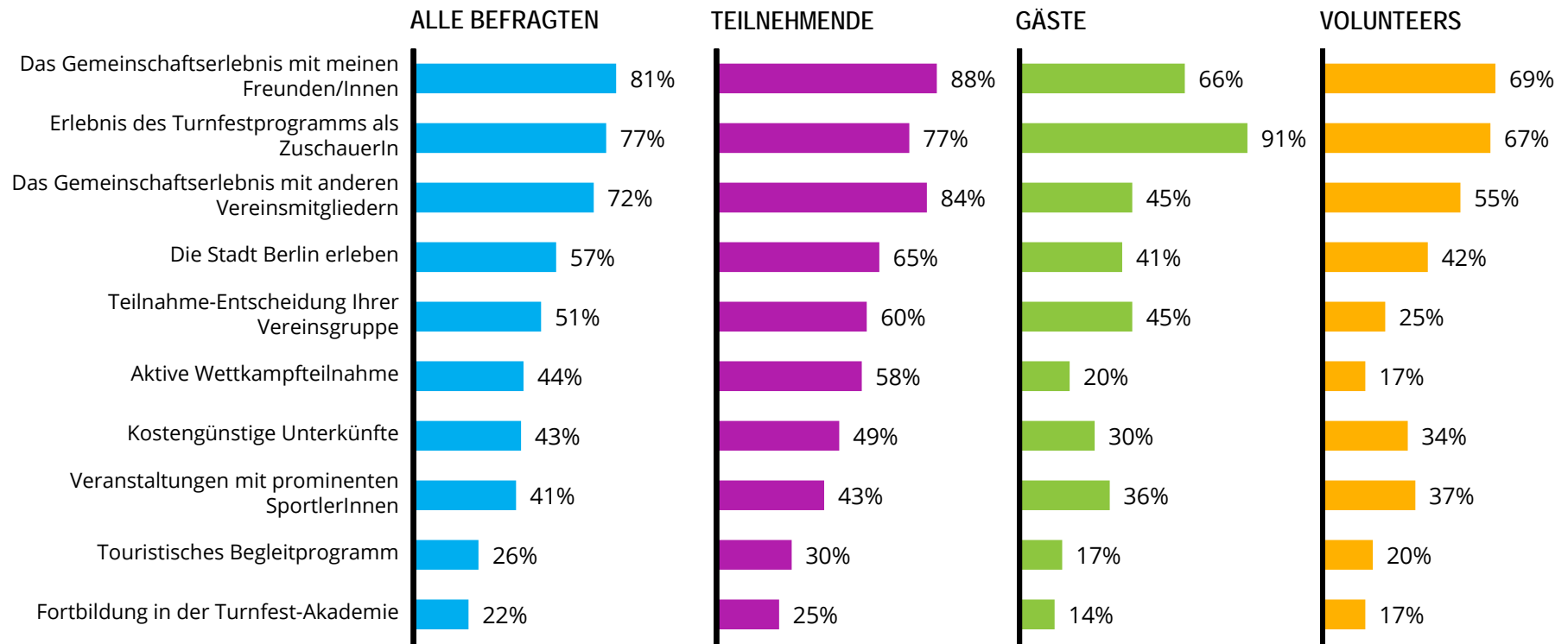
Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG VON GRÜNDEN FÜR DEN BESUCH DES TURNFESTES

Neben dem Gemeinschaftserlebnis war die Stadt Berlin ein wichtiger Faktor für alle Befragten.

Top-2-Box Wichtigkeit:
„Sehr wichtig“ + „Wichtig“

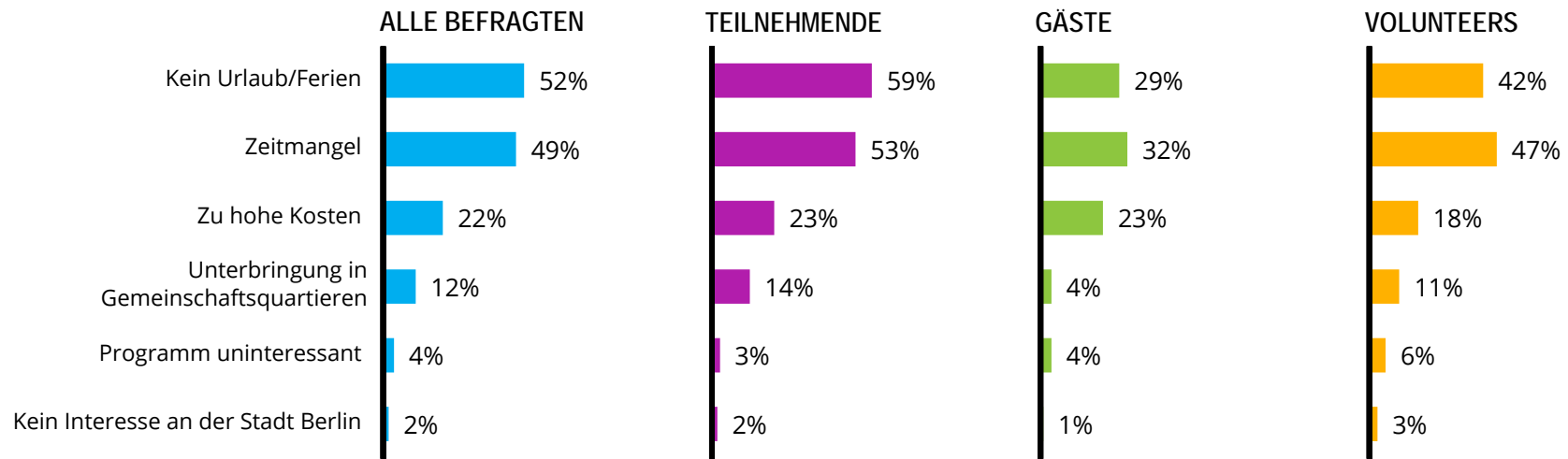


Frage: Sie sehen nun einige Gründe für den Besuch/die Teilnahme an diesem Turnfest. Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit dieser Gründe auf einer Skala von 1 = „Sehr wichtig“ bis 5 = „Überhaupt nicht wichtig“ / Top-2-Box: „Sehr wichtig“ + „Wichtig“

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

MÖGLICHE GRÜNDE ANDERER PERSONEN FÜR DIE NICHT- TEILNAHME AM TURNFEST – AUS SICHT DER TEILNEHMENDEN



Sonstige Gründe

2%: Altersgründe, Angst vor Terror/Sicherheit, kein Interesse am Turnfest, vorab zu wenig Informationen/Werbung

1%: Abitur/Klausurenphase, bereits Urlaub geplant, Entfernung, keine BetreuerIn/ ÜbungsleiterIn gefunden, Krankheit/Verletzung, schlechte Organisation

Frage: Was waren aus Ihrer Sicht Gründe, warum Ihnen bekannte Personen nicht am diesjährigen Turnfest in Berlin teilgenommen haben? Bitte nennen Sie alle relevanten Gründe.

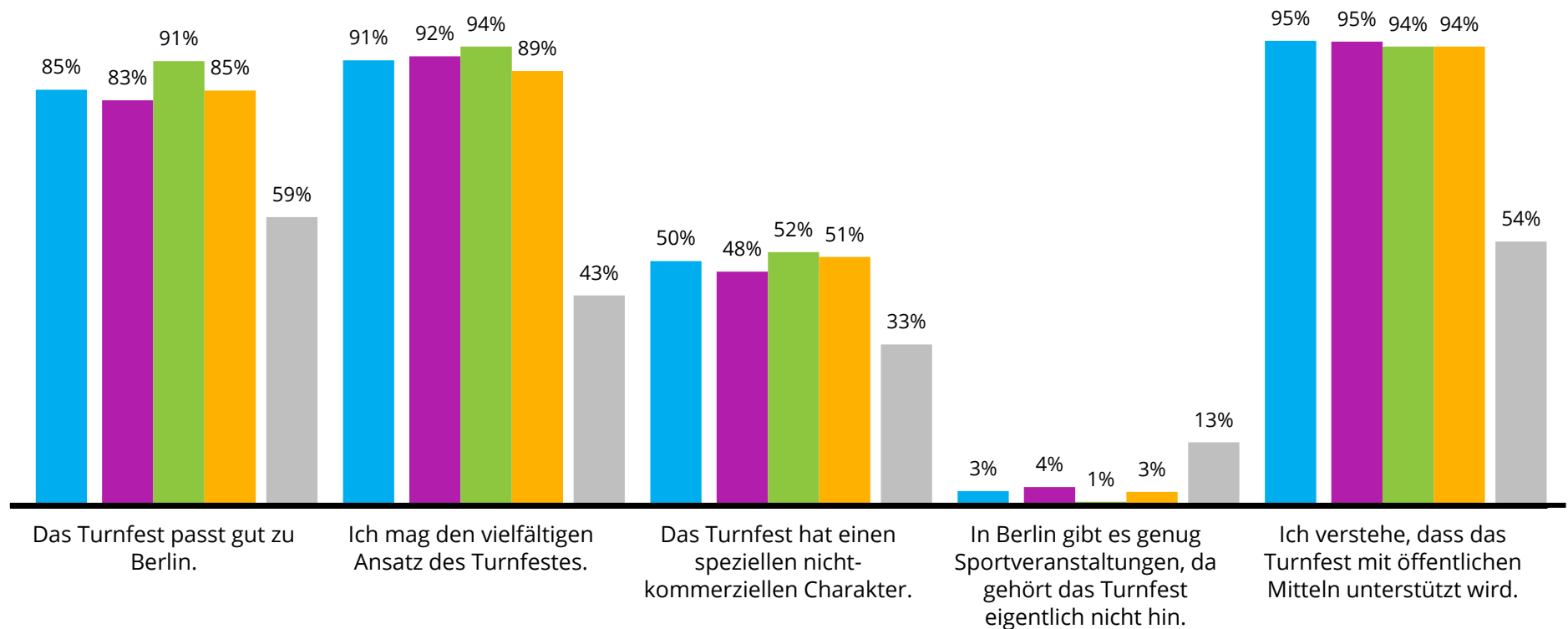
Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

EINSTELLUNGEN ZUM INTERNATIONALEN DEUTSCHEN TURNFEST – ALLGEMEINE THEMEN

Top-2-Box Zustimmung:
„Stimme voll und ganz zu“ +
„Stimme zu“

■ Alle Befragten ■ Teilnehmende ■ Gäste ■ Volunteers ■ Berliner Bevölkerung (Regionalbefragung)



Frage: Sie sehen nun einige Statements zum Turnfest. Wie sehr können Sie diesen Statements zustimmen? (Skala 1 = „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 = „Stimme überhaupt nicht zu“ / Top-2-Box „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme zu“)

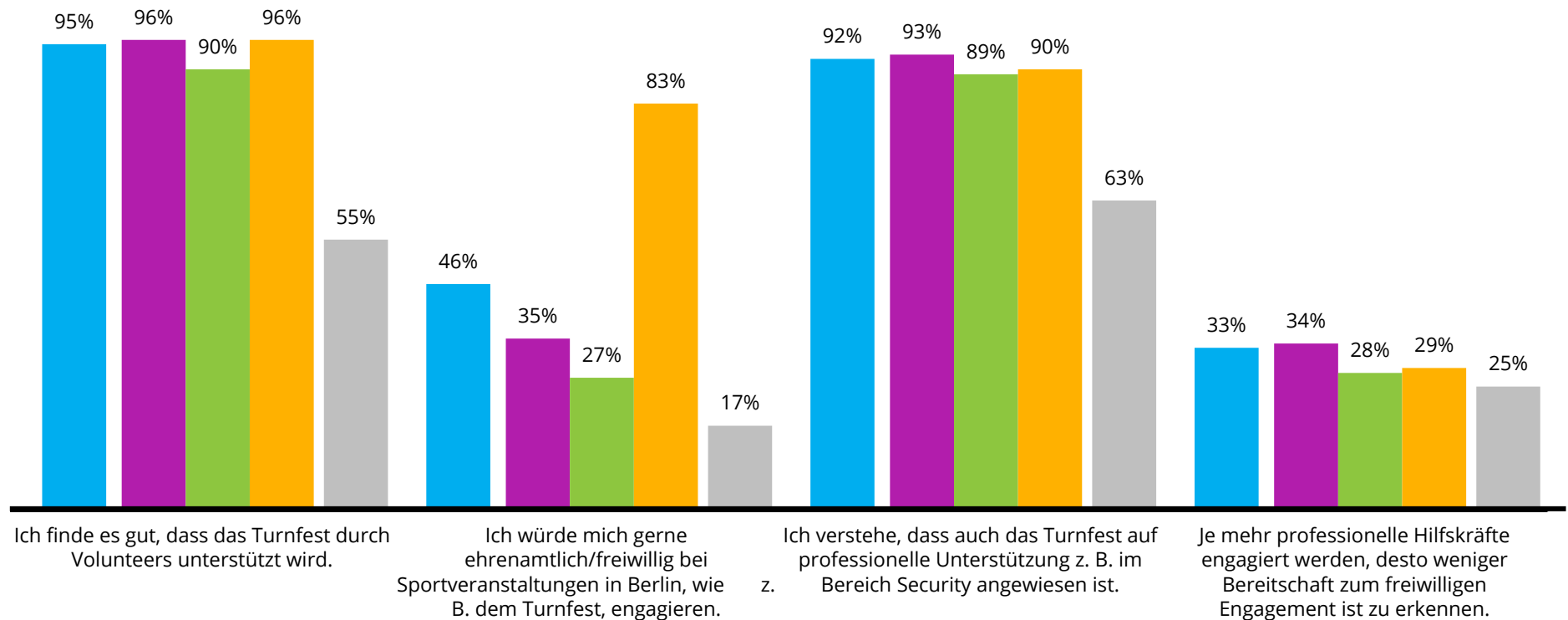
Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers / 500 Befragte 16-69 Jahre aus Berlin

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

EINSTELLUNGEN ZUM INTERNATIONALEN DEUTSCHEN TURNFEST – THEMENBEREICH VOLUNTEERPROGRAMM

Top-2-Box Zustimmung:
„Stimme voll und ganz zu“ +
„Stimme zu“

■ Alle Befragten ■ Teilnehmende ■ Gäste ■ Volunteers ■ Berliner Bevölkerung (Regionalbefragung)



Frage: Sie sehen nun einige Statements zum Turnfest. Wie sehr können Sie diesen Statements zustimmen? (Skala 1 = „Stimme voll und ganz zu“ bis 5 = „Stimme überhaupt nicht zu“ / Top-2-Box „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme zu“)

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers / 500 Befragte 16-69 Jahre aus Berlin

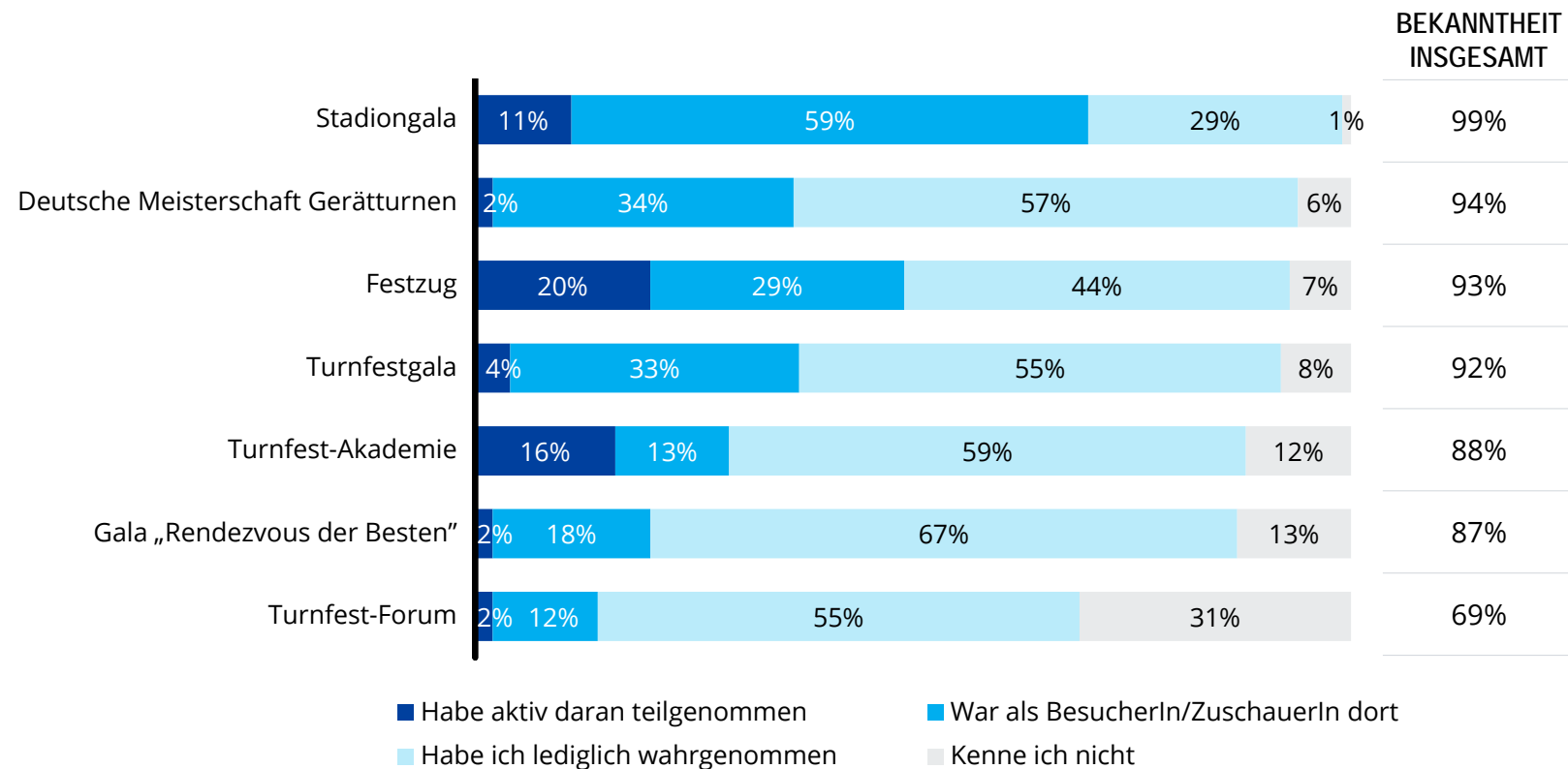
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



EINZELVERANSTALTUNGEN DES TURNFESTES 2017

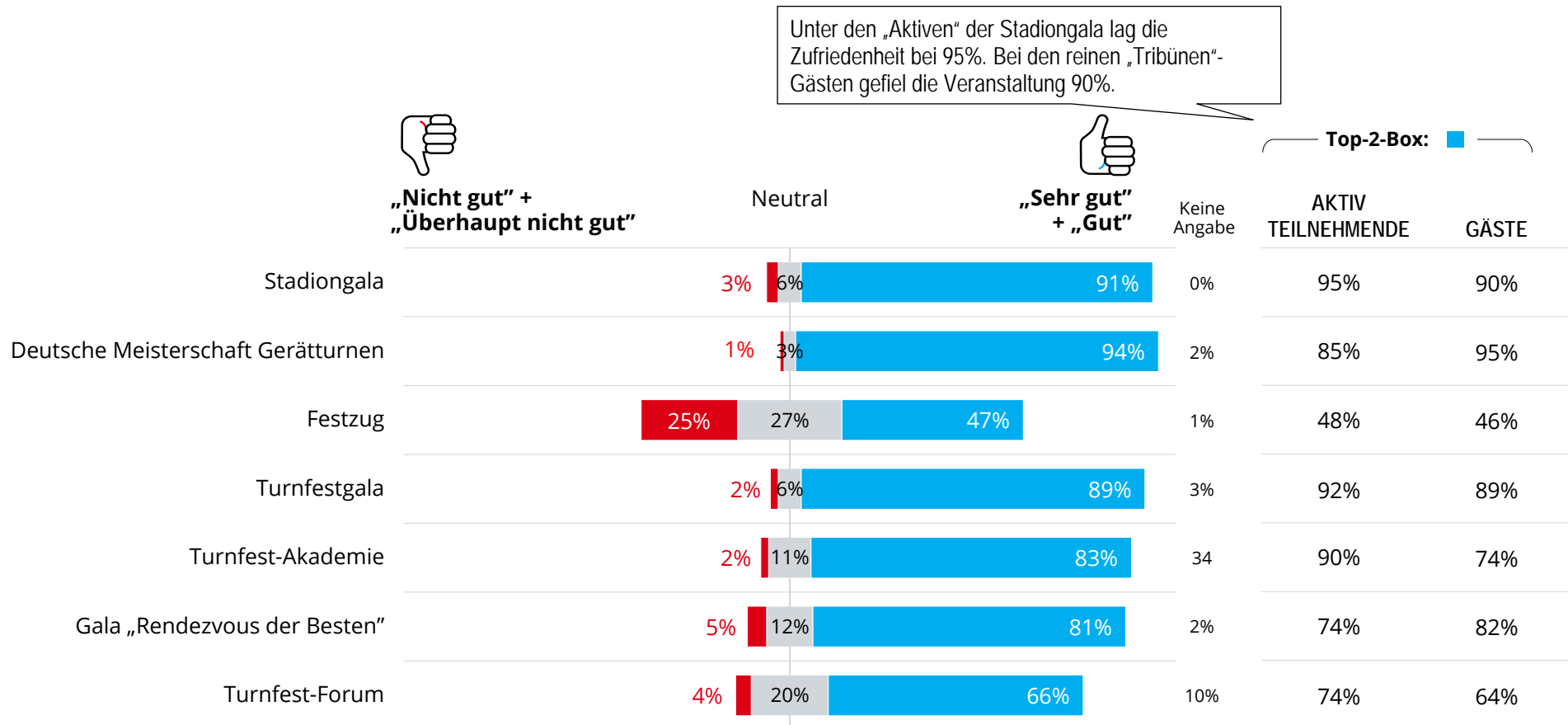
WAHRNEHMUNG VON VERANSTALTUNGEN DES TURNFESTES 2017

Die Veranstaltungen haben insgesamt ein hohes Wahrnehmungsniveau.



BEWERTUNG VON VERANSTALTUNGEN DES TURNFESTES 2017

Abgesehen vom Festzug erhalten alle Veranstaltungen Top-Bewertungen.



Frage: Wie haben Ihnen diese Veranstaltungen gefallen? (Skala 1 = „Sehr gut“ bis 5 = „Überhaupt nicht gut“) / Top-2-Box: „Sehr gut“ + „Gut“

Basis: Teilnehmende und Besucher der jeweiligen Veranstaltung

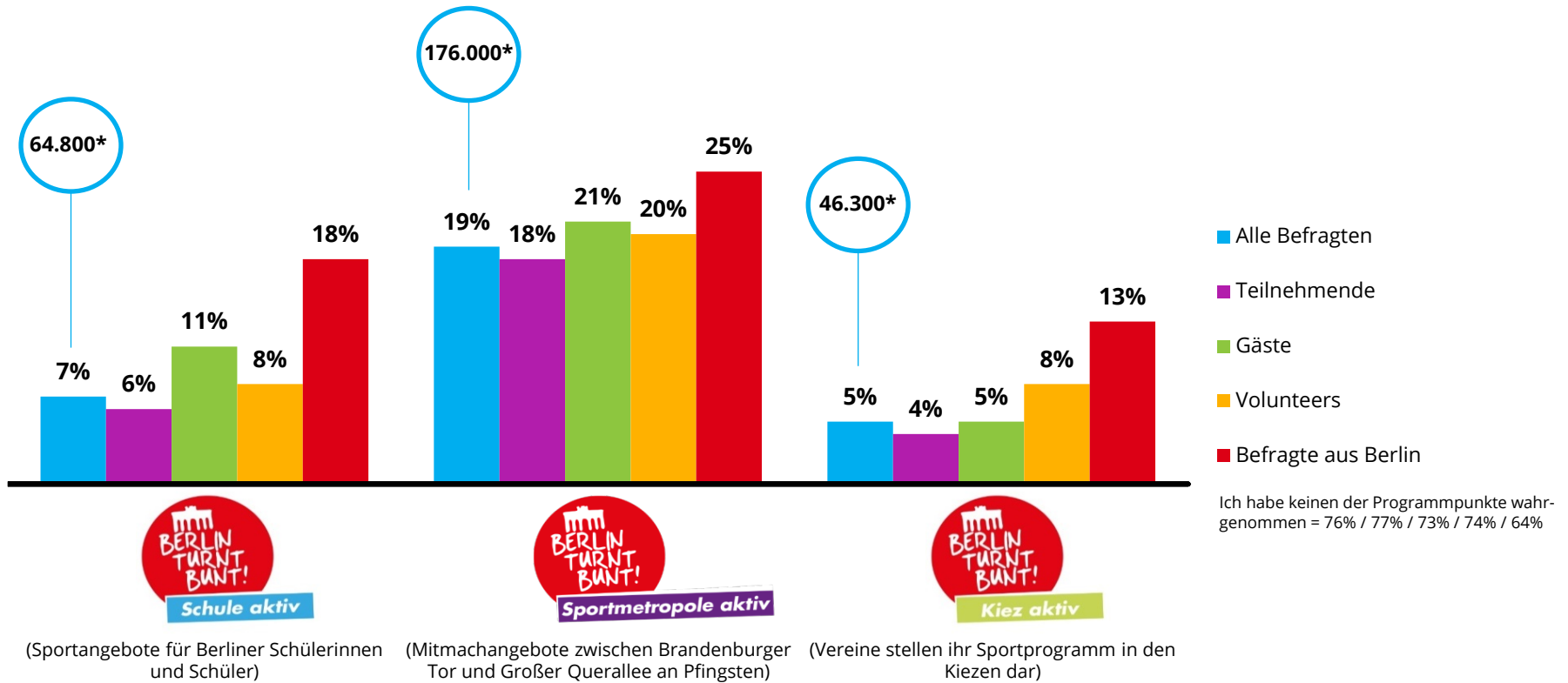
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

WAHRNEHMUNG DER VERANSTALTUNGEN „BERLIN TURNT BUNT!“



WAHRNEHMUNG

24% der Befragten haben zumindest eines der Angebote wahrgenommen, das entspricht einer Zahl von 222.000 Personen*.



Frage: Die Stadt Berlin hat im Umfeld des Turnfestes das Rahmenprogramm „Berlin turnt bunt!“ durchgeführt. Haben Sie die folgenden Programmpunkte wahrgenommen?
 Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers / 206 Berlinerinnen und Berliner unter den Teilnehmende, Gästen, etc.

* Hochrechnung auf Basis von 926.100 Personen (835.000 Zuschauer, 83.000 registrierte Teilnehmende und 8.1000 Volunteers)

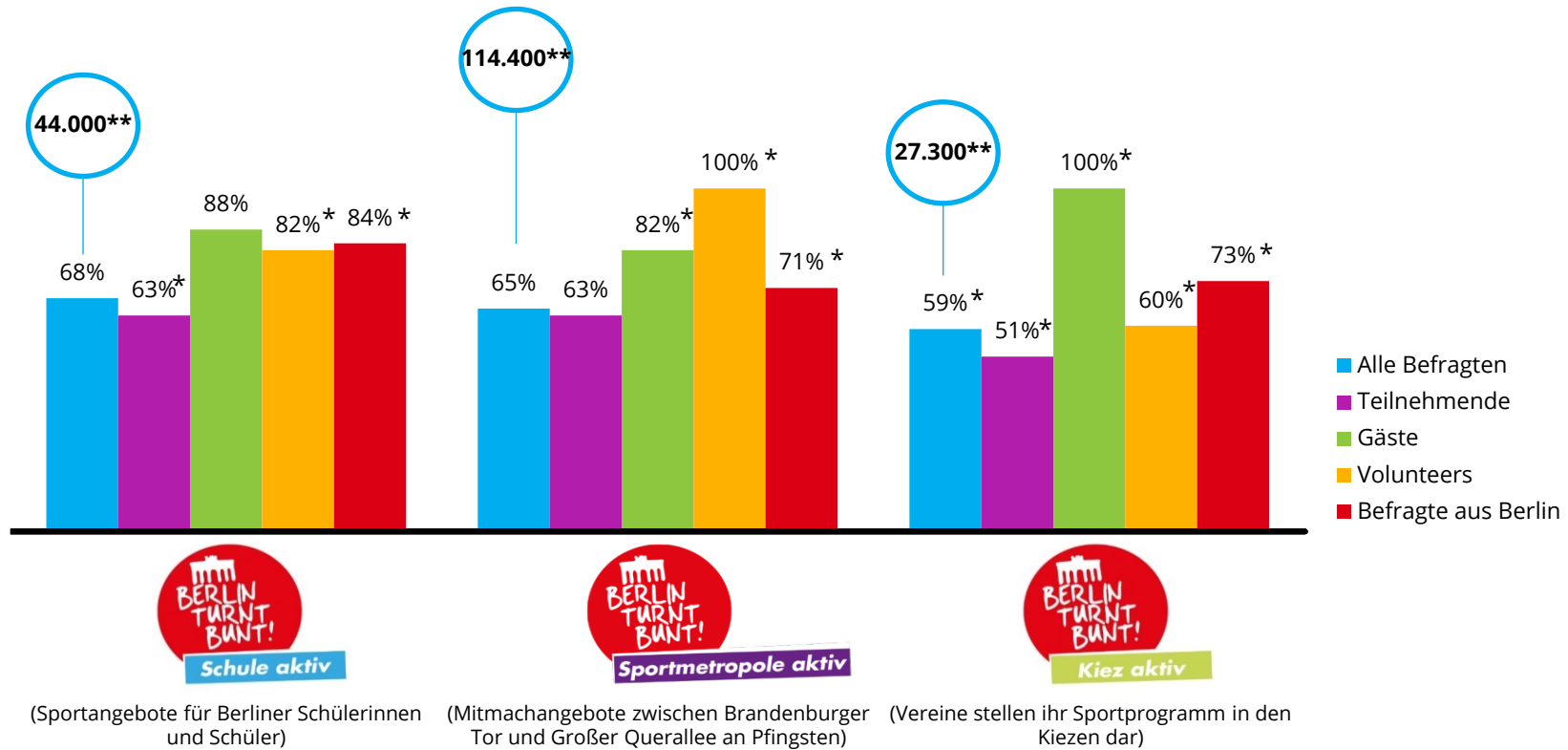
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG DER VERANSTALTUNGEN „BERLIN TURNT BUNT!“



BEWERTUNG*
(„Sehr gut“ + „Gut“)
KENNERINNEN UND KENNER DER VERANSTALTUNGEN

Auf alle Besucherinnen und Besuchern sowie Teilnehmenden hochgerechnet bewerten 114.400 Personen die Veranstaltung positiv.



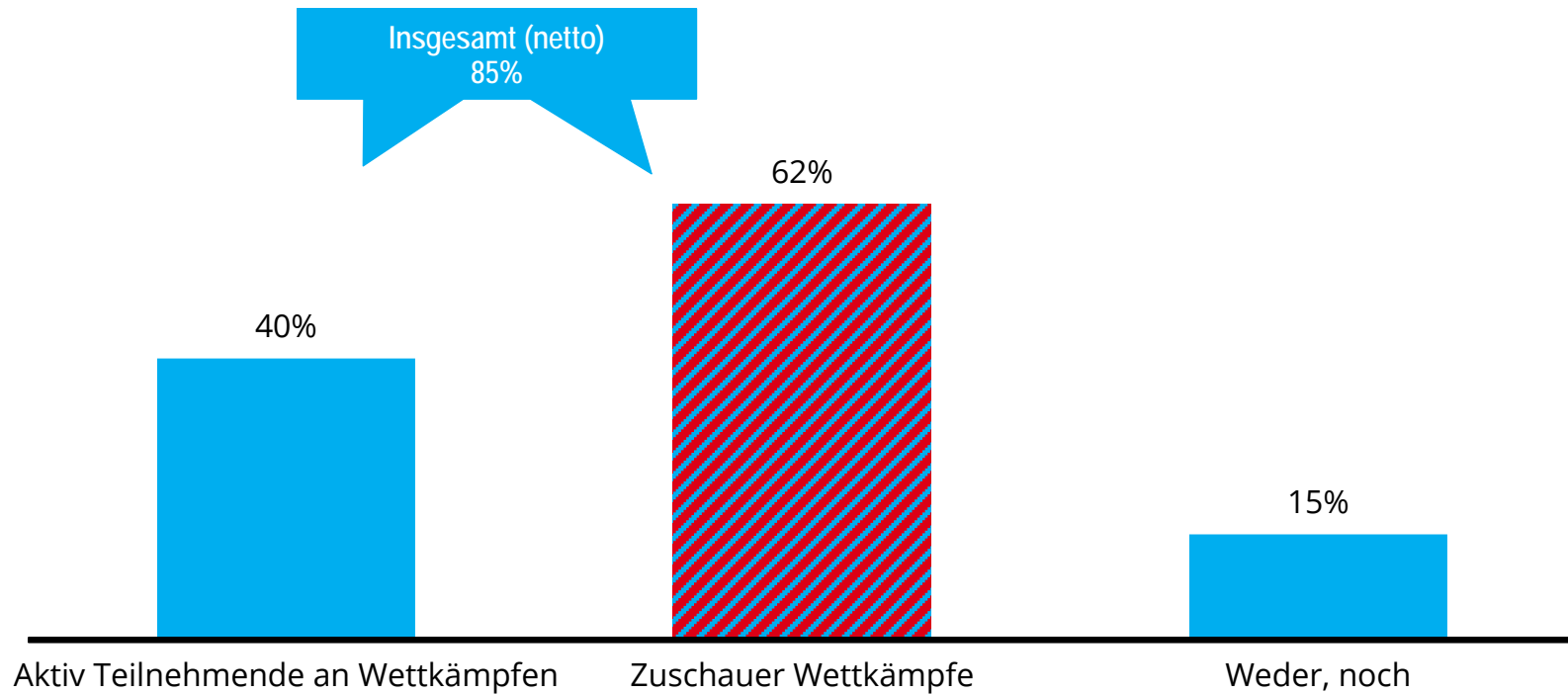
Frage: Wie haben Ihnen diese Veranstaltungen gefallen?

Basis: Kennerinnen und Kenner der Veranstaltungen / * Geringe Fallzahlen, nur tendenzielle Aussagen möglich

** Hochrechnung auf Basis von 926.100 Personen (835.000 Zuschauern, 83.000 registrierten Teilnehmende und 8.1000 Volunteers)

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

INVOLVEMENT WETTKAMPF-SPORTARTEN



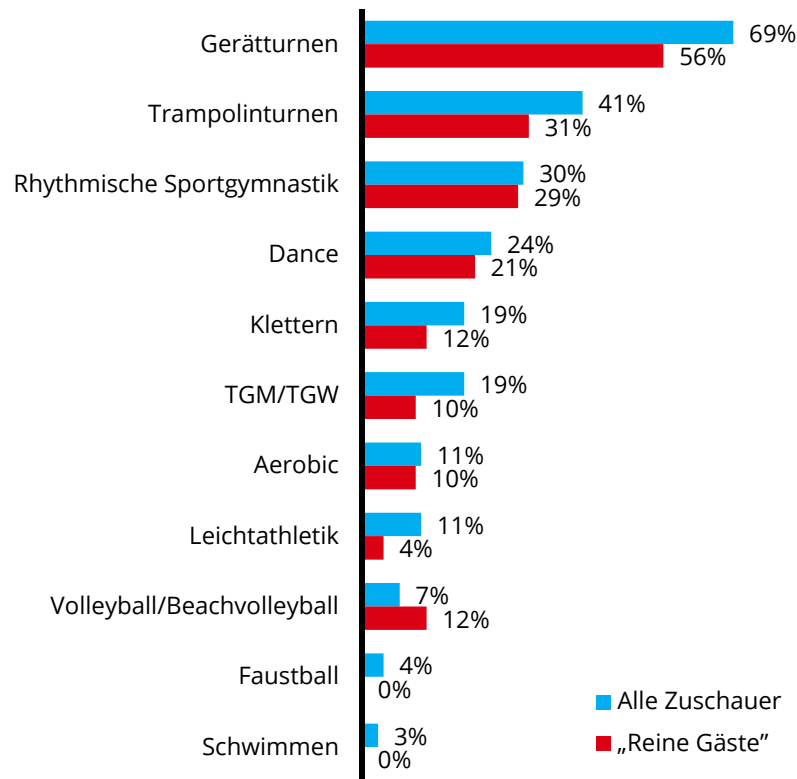
Frage: Haben Sie als BesucherIn oder TeilnehmerIn Wettkämpfe im Rahmen des Turnfestes angeschaut oder an diesen teilgenommen?

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

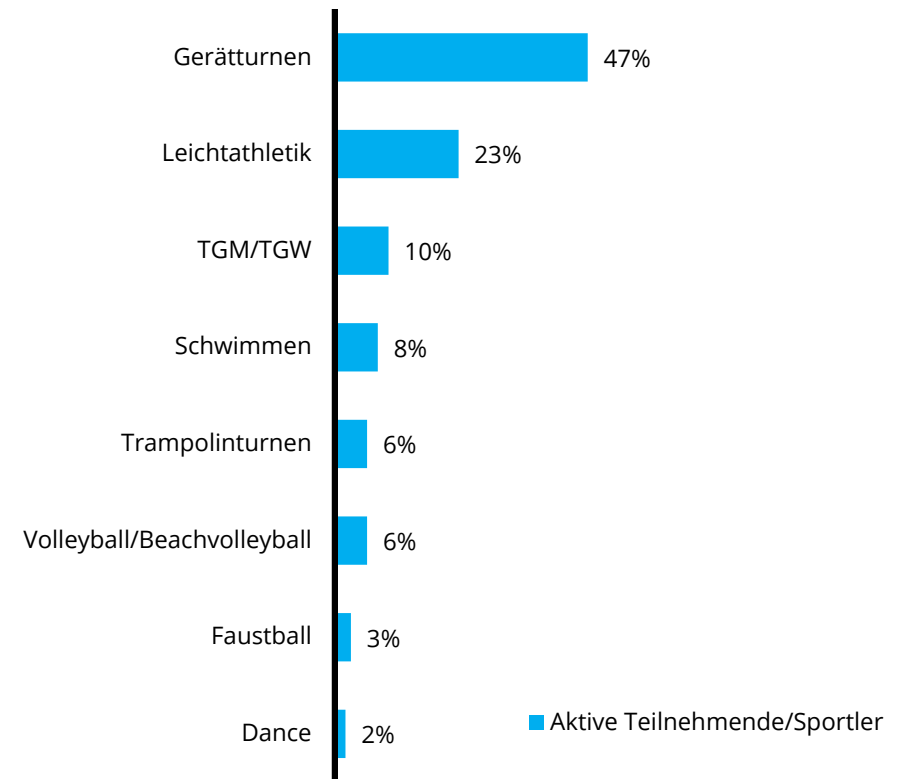
WETTKAMPF-SPORTARTEN – ZUSCHAUER UND AKTIV TEILNEHMENDE

ZUSCHAUERINNEN UND ZUSCHAUER



Sonstige Nennungen (Alle Zuschauer)
 8%: Rhönrad
 4%: Rope-Skipping, Sportakrobatik

AKTIVE WETTKÄMPFERINNEN UND WETTKÄMPFER



Sonstige Nennungen
 3%: Orientierungslauf; Rhönrad,
 Rope-Skipping

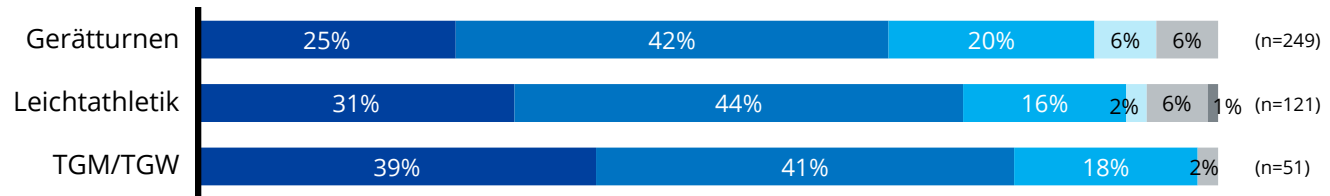
Frage: Haben Sie als ZuschauerIn oder als Teilnehmender Wettkämpfe im Rahmen des Turnfestes angeschaut oder an diesen teilgenommen? / Aus welcher Sportart waren die Wettkämpfe, bei denen Sie als ZuschauerIn waren? / In welcher Sportart haben Sie als aktive(r) SportlerIn an Wettkämpfen teilgenommen? / Gestützte Nennungen

Basis: 820 Zuschauer innen und Zuschauer bei Wettkämpfen / 292 Reine Gäste / 533 Teilnehmende bei Wettkämpfen

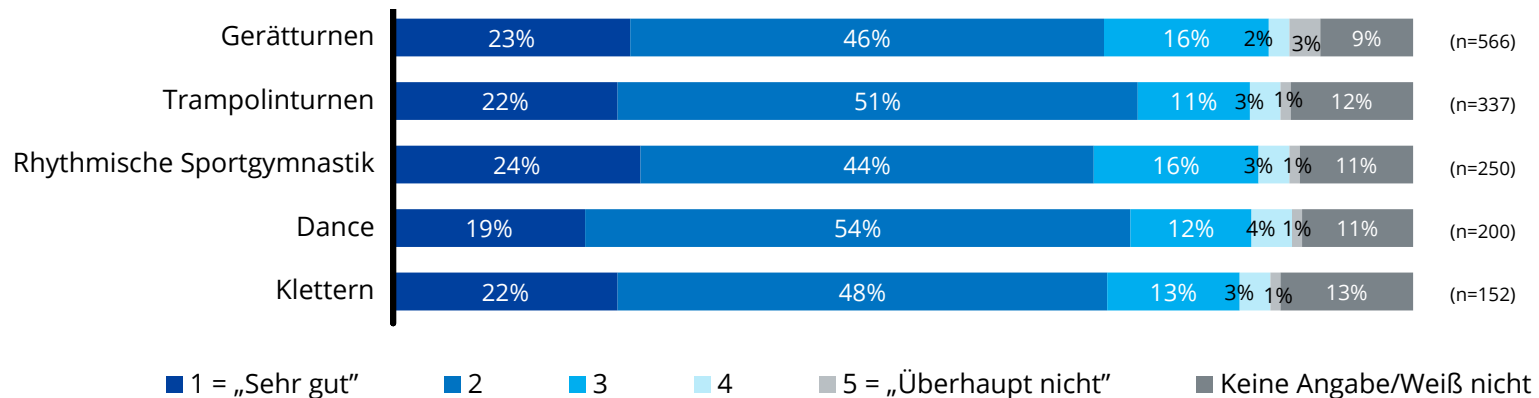
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG WETTKAMPFMODUS

AKTIVE WETTKÄMPFERINNEN UND WETTKÄMPFER



ZUSCHAUERINNEN UND ZUSCHAUER



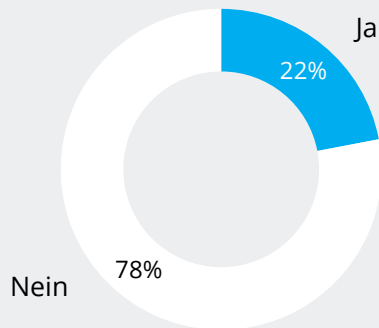
Frage: Wie hat Ihnen der Wettkampfmodus dabei gefallen? (Skala 1 = „Sehr gut“ bis 5 = „Überhaupt nicht gut“)

Basis: Aktiv Teilnehmende/Zuschauerinnen und Zuschauer der jeweiligen Wettkampfsportart

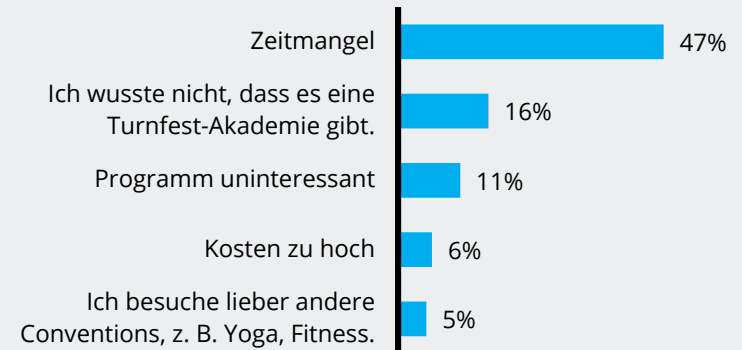
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG TURNFEST-AKADEMIE

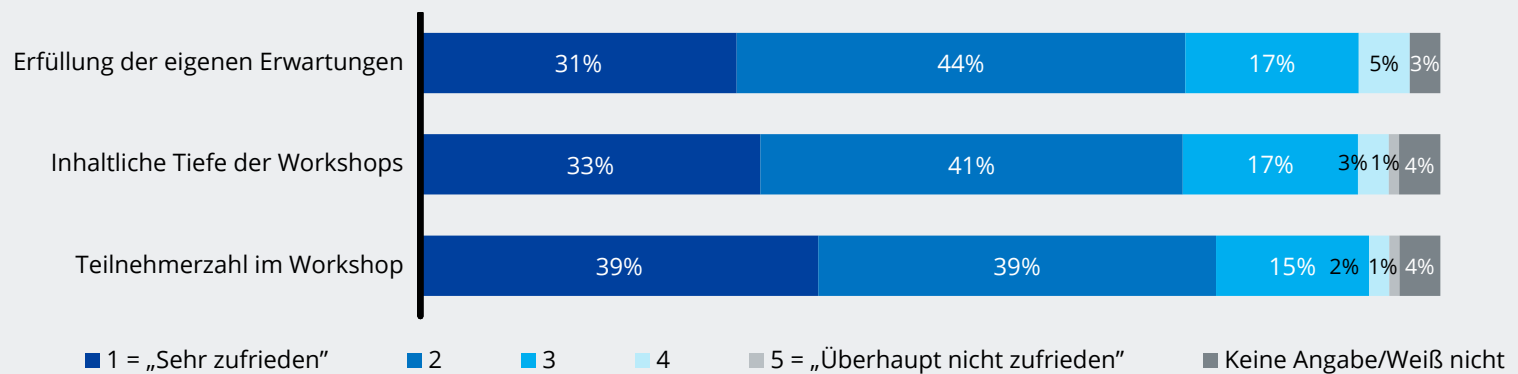
TEILNAHME



GRÜNDE GEGEN TEILNAHME AN TURNFEST-AKADEMIE 2017 (gestützt)



ZUFRIEDENHEIT



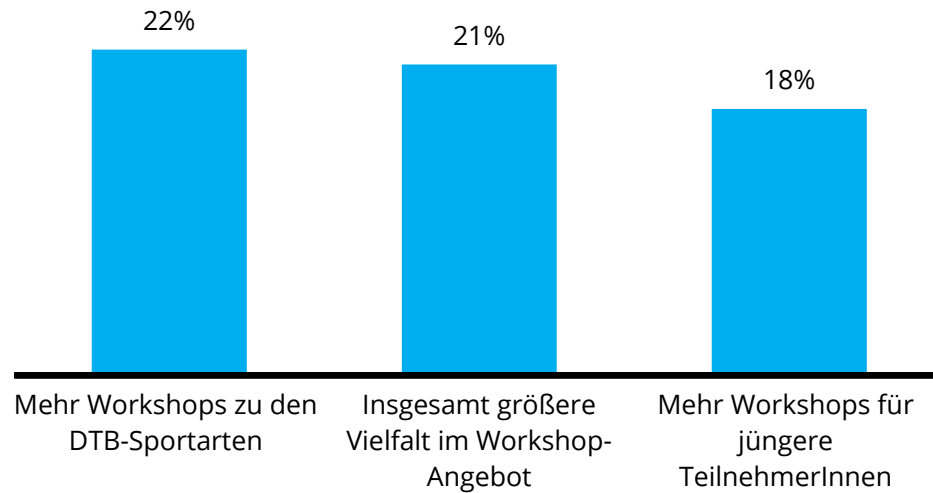
Frage: Haben Sie an der Turnfest-Akademie 2017 teilgenommen? / Können Sie Gründe nennen, warum Sie nicht an der Turnfest-Akademie teilgenommen haben? Nennen Sie bitte alle relevanten Gründe. / Wie zufrieden waren Sie mit den Workshops der Turnfest-Akademie 2017 hinsichtlich der folgenden Kriterien? (Skala 1 = „Sehr zufrieden“ bis 5 = „Überhaupt nicht zufrieden“)

Basis: 1006 Kennerinnen und Kenner der Turnfest-Akademie / 218 Teilnehmende der Turnfest-Akademie / 788 Nicht-Teilnehmende der Turnfest-Akademie

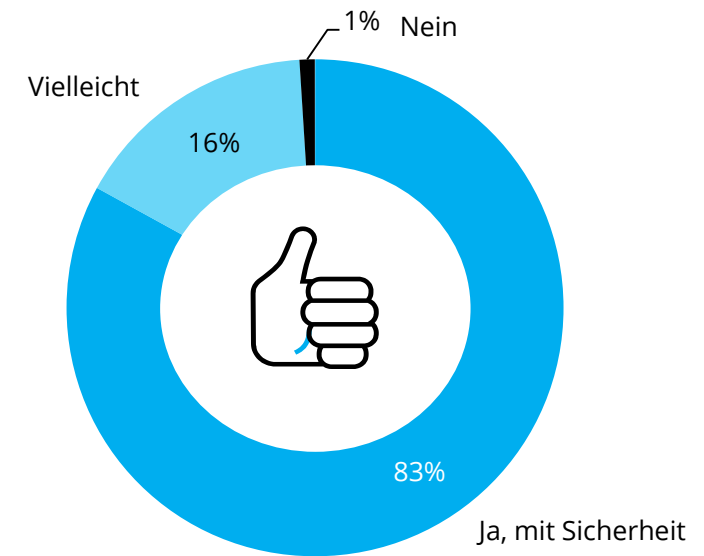
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

ANFORDERUNGEN TURNFEST-AKADEMIE

WÜNSCHE TURNFEST-AKADEMIE (gestützt)



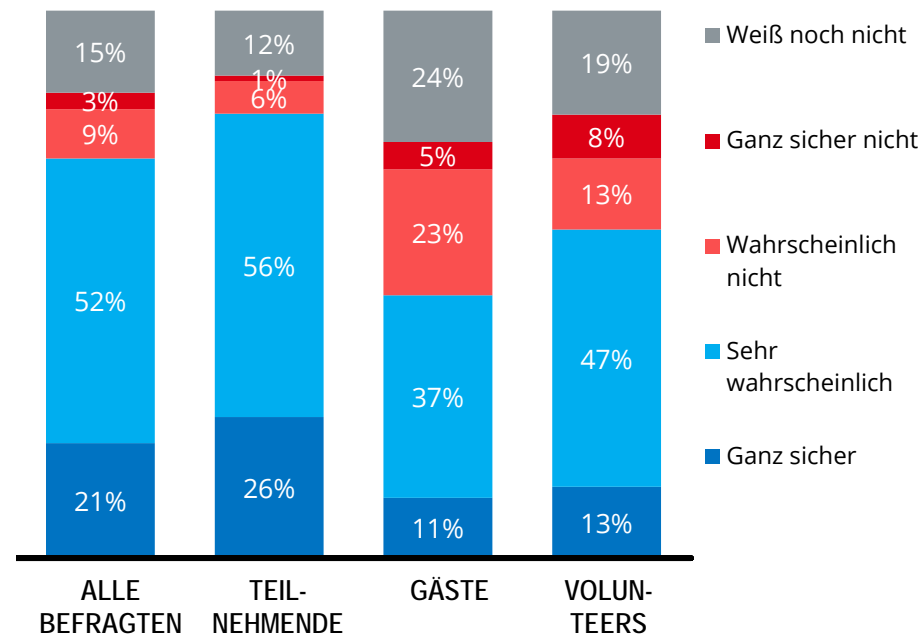
ERNEUTER BESUCH DER TURNFEST-AKADEMIE



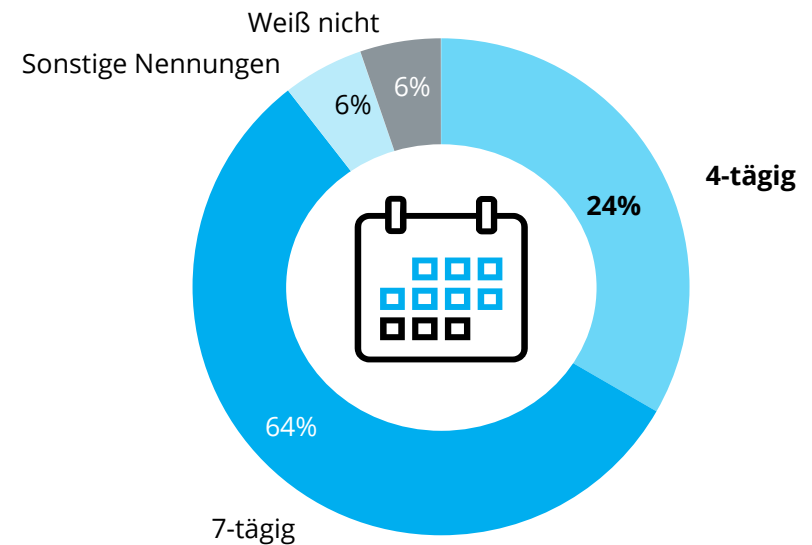
AUSBLICK INTERNATIONALES DEUTSCHES TURNFEST 2021

Das gelernte Format von 7 Tagen erhält die höchste Präferenz, gute Akzeptanz gibt es aber auch für die 4-tägige Variante.

WAHRSCHEINLICHKEIT TEILNAHME LEIPZIG 2021



PRÄFERIERTE BESUCHSDAUER DES NÄCHSTEN TURNFESTES



Sonstige Nennungen:
5- bis 6-tägig 4%
10- bis 14-tägig 1%

BEWERTUNG PREISGESTALTUNG FESTKARTE

nach Van-Westendorp-Methode



1

UNTERE PREISGRENZE

39,90 EUR

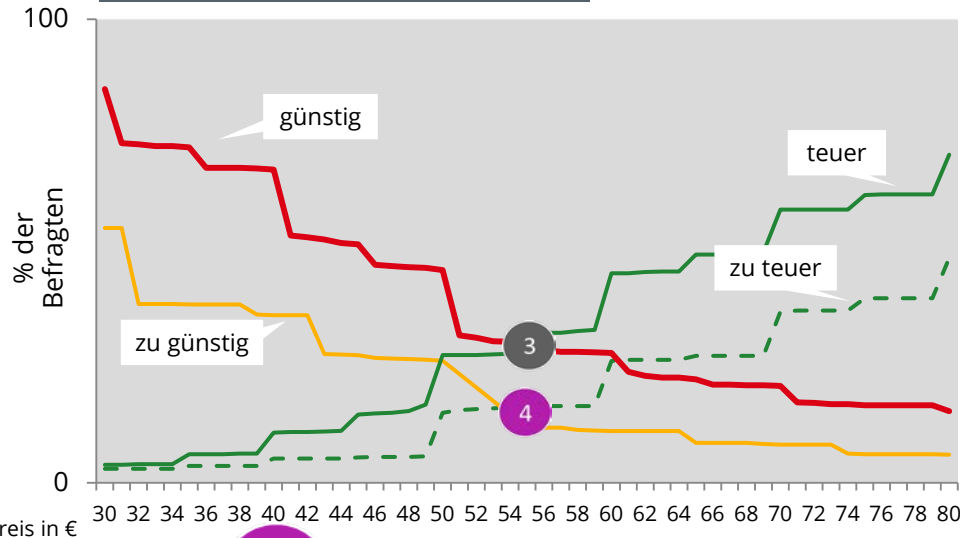
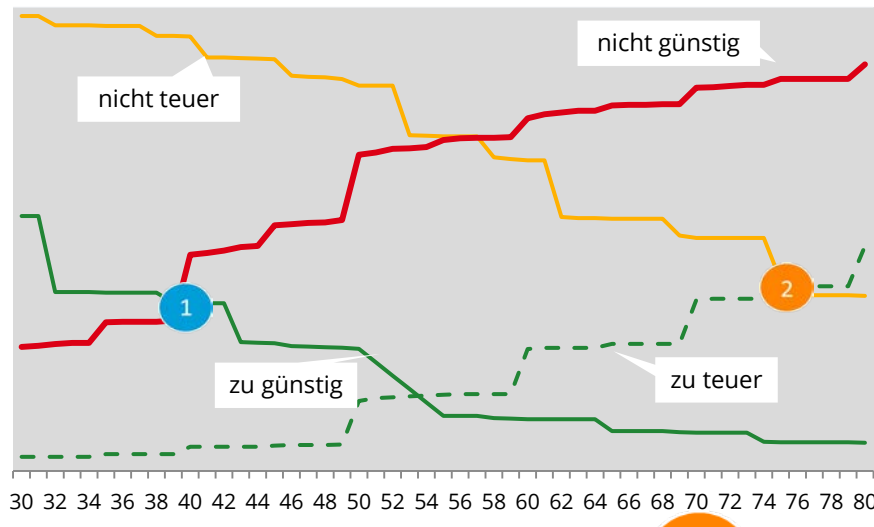
- Unterhalb erhebliche Image- und Umsatzverluste zu erwarten
- Schnittpunkt: nicht günstig/zu günstig

3

INDIFFERENZPREIS

54,50 EUR

- Ausgeglichenes Preis-Image (nicht zu billig, nicht zu teuer)
- Aus Preis-Image-Sicht optimaler Preis
- Schnittpunkt: günstig/teuer



2

OBERE PREISGRENZE

75,40 EUR

- Oberhalb Absatz- und Umsatzverluste
- Höherer Preis nur noch von wenigen Kunden akzeptiert
- Schnittpunkt : zu teuer/nicht teuer

4

PENETRATIONSPREIS

53,50 EUR

- Indifferenzpreis mit Zielsetzung: Volumen / Marktanteil
- „Fairer Preis“
- Schnittpunkt: zu günstig/zu teuer

Frage: Welchen Betrag würden Sie für die Festkarte als günstig empfinden? / Welcher Betrag wäre Ihrer Meinung nach für die Festkarte hoch, aber noch vertretbar? / Ab welchem Betrag wären Sie grundsätzlich nicht mehr bereit, die Festkarte zu kaufen? / Nennen Sie nun bitte den Betrag für die Festkarte, ab dem bei Ihnen Zweifel bezüglich der Qualität der Organisation aufkämen.

Basis: 856 Teilnehmende mit Festkarte für 7 Tage

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

BEWERTUNG PREISGESTALTUNG STADIONGALA

nach Van-Westendorp-Methode



1

UNTERE PREISGRENZE

11,70 EUR

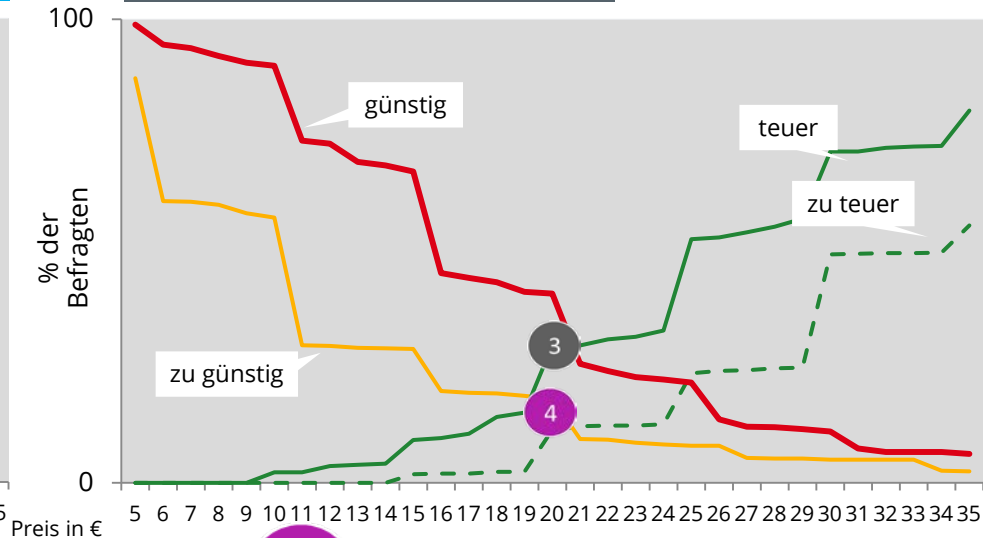
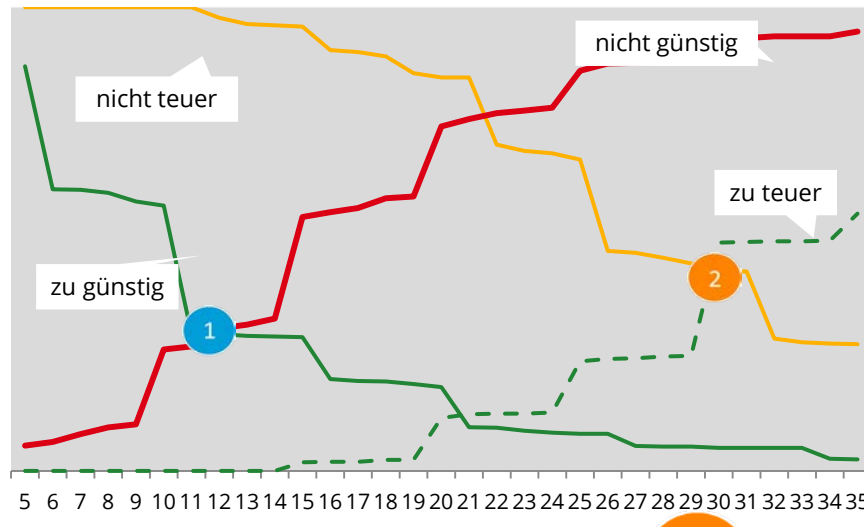
- Unterhalb erhebliche Image- und Umsatzverluste zu erwarten
- Schnittpunkt: nicht günstig/zu günstig

3

INDIFFERENZPREIS

20,70 EUR

- Ausgeglichenes Preis-Image (nicht zu billig, nicht zu teuer)
- Aus Preis-Image-Sicht optimaler Preis
- Schnittpunkt: günstig/teuer



2

OBERE PREISGRENZE

29,80 EUR

- Oberhalb Absatz- und Umsatzverluste
- Höherer Preis nur noch von wenigen Kunden akzeptiert
- Schnittpunkt : zu teuer/nicht teuer

4

PENETRATIONSPREIS

20,70 EUR

- Indifferenzpreis mit Zielsetzung: Volumen / Marktanteil
- „Fairer Preis“
- Schnittpunkt: zu günstig/zu teuer

Frage: Welchen Betrag würden Sie für die Karte als günstig empfinden? / Welcher Betrag wäre Ihrer Meinung nach für die Karte hoch, aber noch vertretbar? / Ab welchem Betrag wären Sie grundsätzlich nicht mehr bereit, die Karte zu kaufen? / Nennen Sie nun bitte den Betrag für die Karte, ab dem bei Ihnen Zweifel bezüglich der Qualität der Organisation aufkämen.

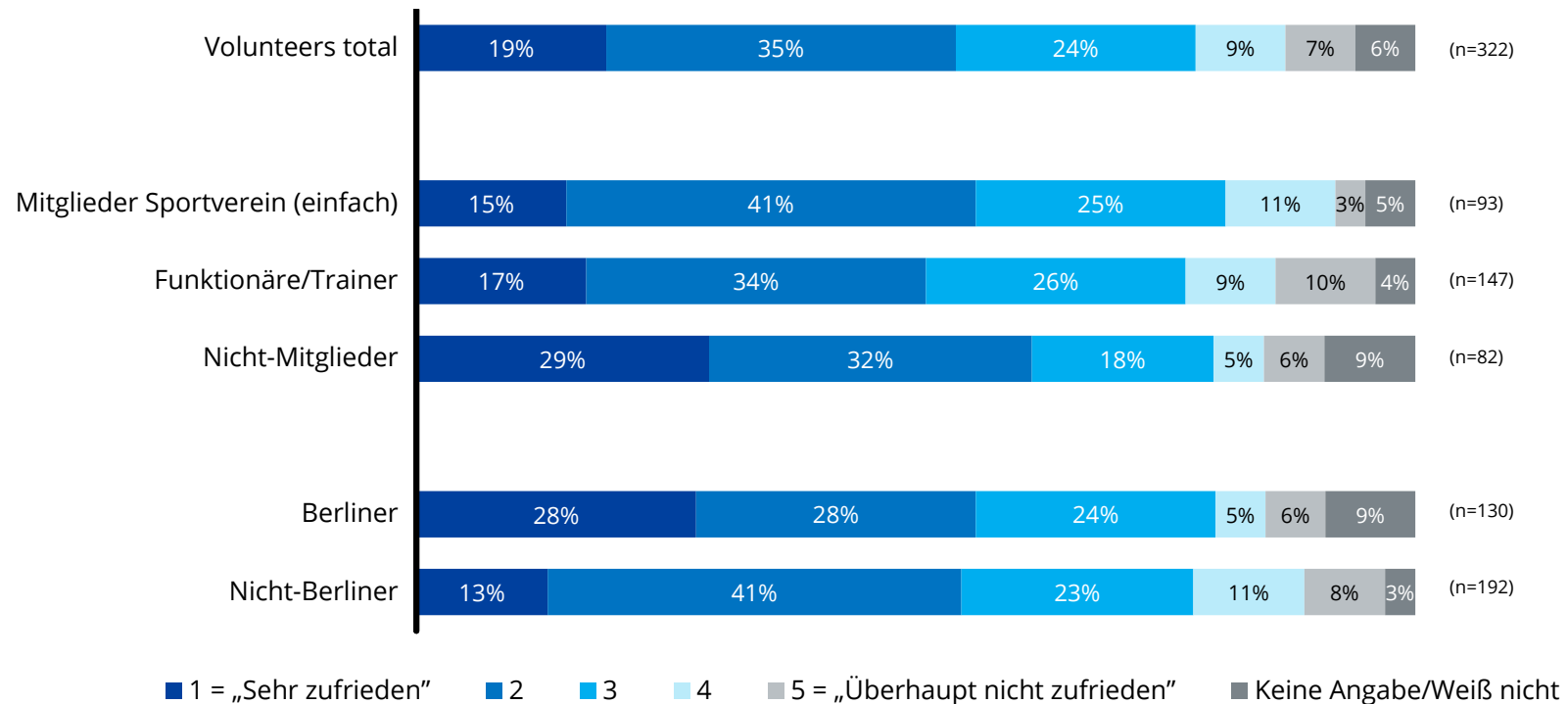
Basis: 782 Besucherinnen und Besucher der Stadiongala
 Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



VOLUNTEERS

BEWERTUNG VOLUNTEER-PROGRAMM

Mehr als die Hälfte der Volunteers ist „sehr zufrieden“ oder „zufrieden“ mit dem Programm, diese Tendenz zieht sich durch alle Gruppen.



Frage: Sie haben angegeben, dass Sie als Volunteer bei dem Turnfest tätig waren. Wie zufrieden waren Sie mit dem Volunteer-Programm des Turnfestes? (Skala 1 = „Sehr zufrieden“ bis 5 = „Überhaupt nicht zufrieden“)

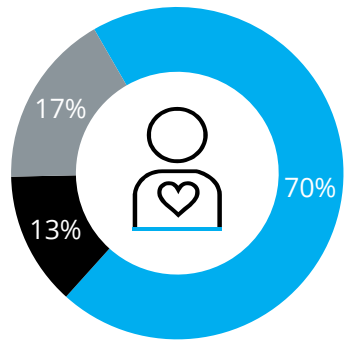
Basis: 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

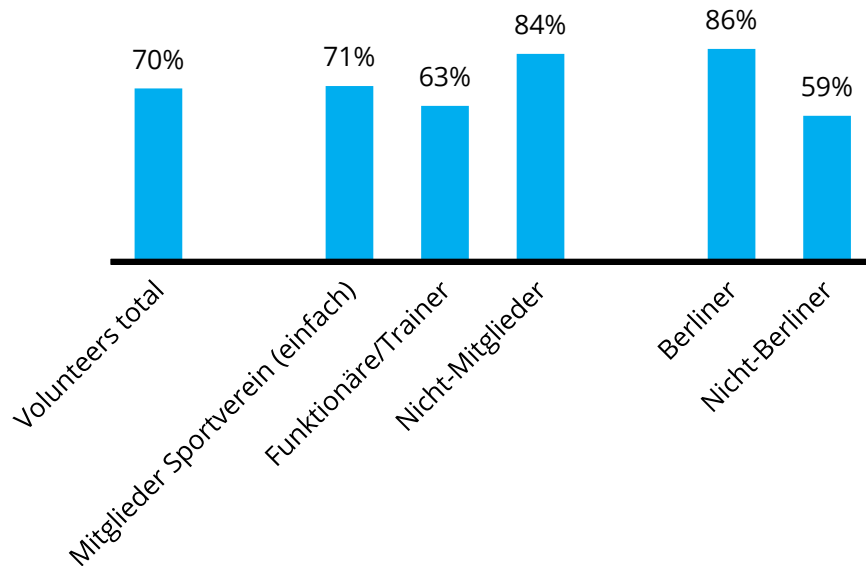
POTENZIAL WEITERER VOLUNTEER-PROGRAMME

Die hohe Bereitschaft für eine weitere Volunteer-Tätigkeit in Berlin drückt sich auch in der Registrierbereitschaft aus.

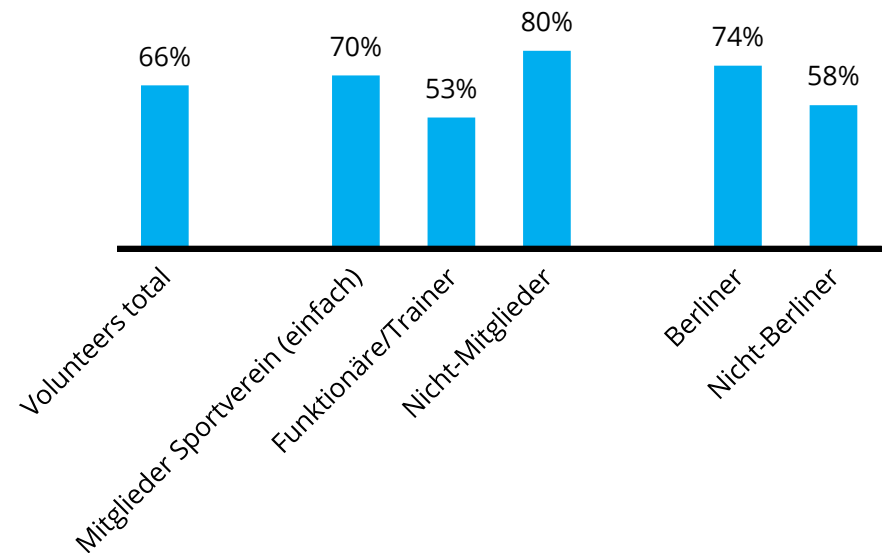
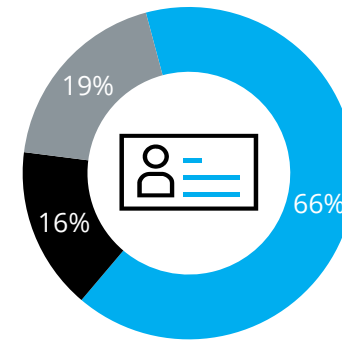
WEITERE VOLUNTEER-TÄTIGKEIT IN BERLIN



■ Ja
■ Nein
■ Weiß nicht



REGISTRIERUNG BERLINER VOLUNTEER-DATENBANK



Frage: Könnten Sie sich vorstellen, auch bei anderen Sportveranstaltungen in Berlin als Volunteer mitzuhelfen? / Würden Sie sich hierfür auch in einer Berliner Volunteer-Datenbank registrieren?

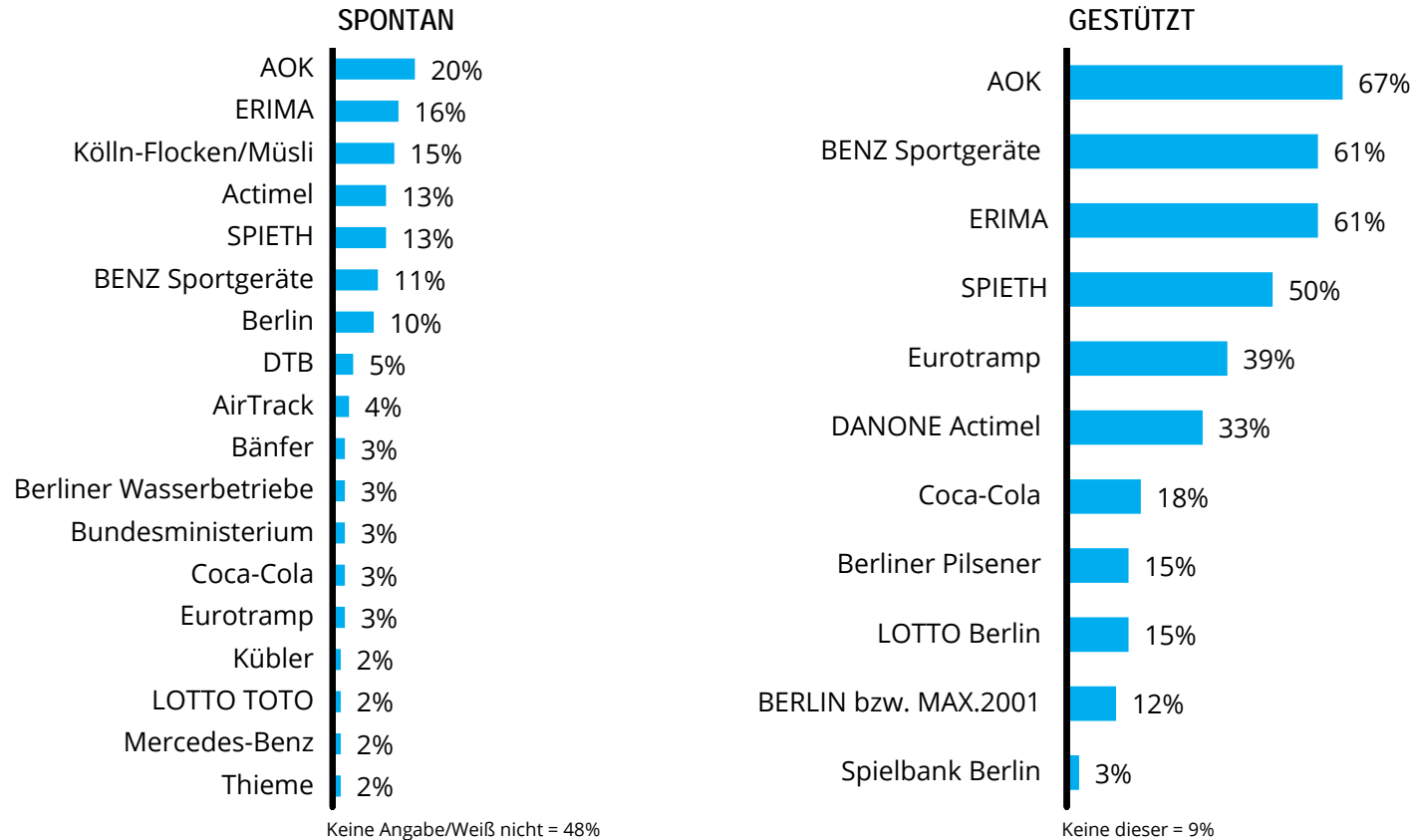
Basis: 322 Volunteers / Basis Datenbank-Registrierung: 225 Volunteers mit weiterem Interesse an Tätigkeit in Berlin

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



SPONSORING

WAHRNEHMUNG SPONSOREN UND PARTNER



Frage: Welche Sponsoren des Turnfestes sind Ihnen aufgefallen? / Welche der folgenden Sponsoren des Turnfestes haben Sie wahrgenommen? Bitte wählen Sie alle Sponsoren aus, an die Sie sich erinnern. / Meistgenannte

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben

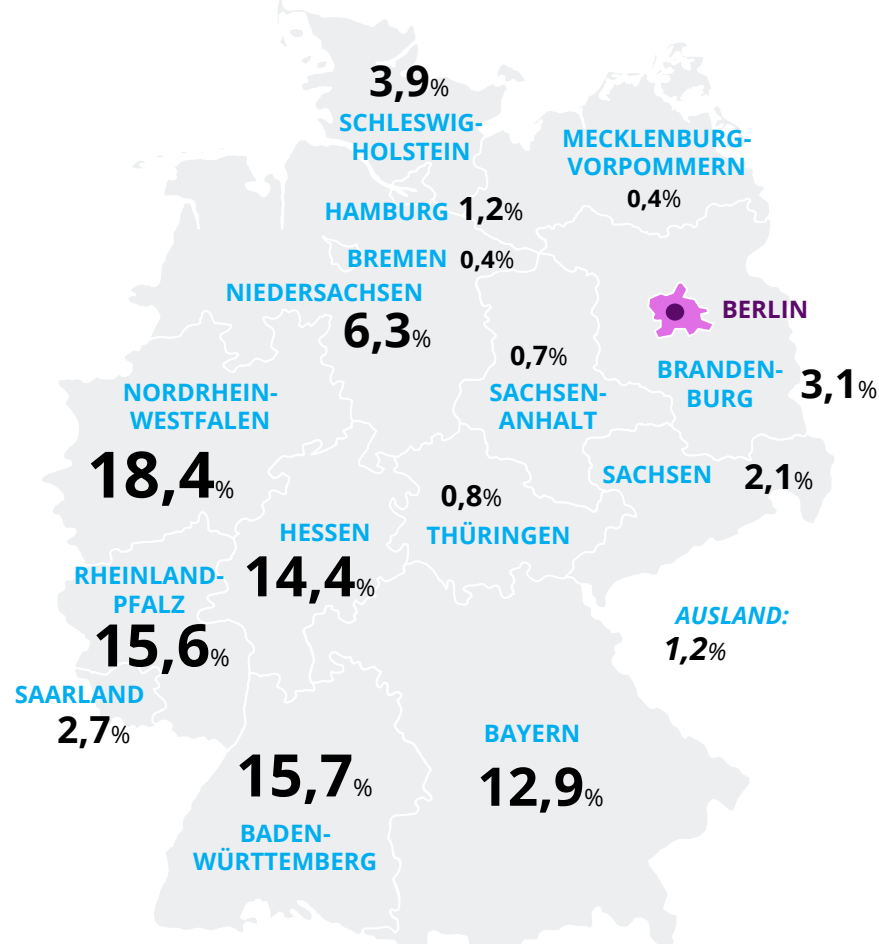
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



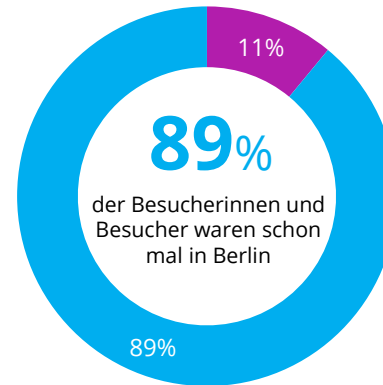
RAHMENBEDINGUNGEN DES BERLIN-BESUCHS

RAHMENDATEN DES BERLIN-BESUCHS – AUSWÄRTIGE BESUCHERINNEN UND BESUCHER

HERKUNFT DER AUSWÄRTIGEN BESUCHERINNEN UND BESUCHER

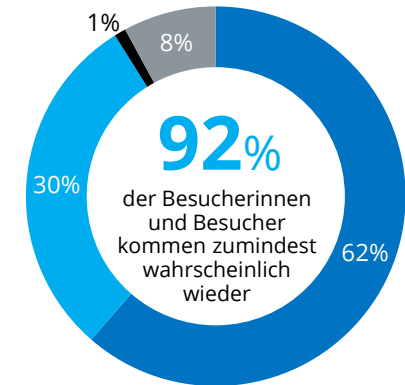


ERSTER BERLIN-BESUCH



- Bereits vorher Berlin besucht
- Erster Berlin-Besuch

ERNEUTER BESUCH GEPLANT?



- Ja, auf jeden Fall
- Ja, wahrscheinlich
- Nein
- Weiß nicht

DAUER DES BESUCHS (Ø)

... während des Turnfestes:

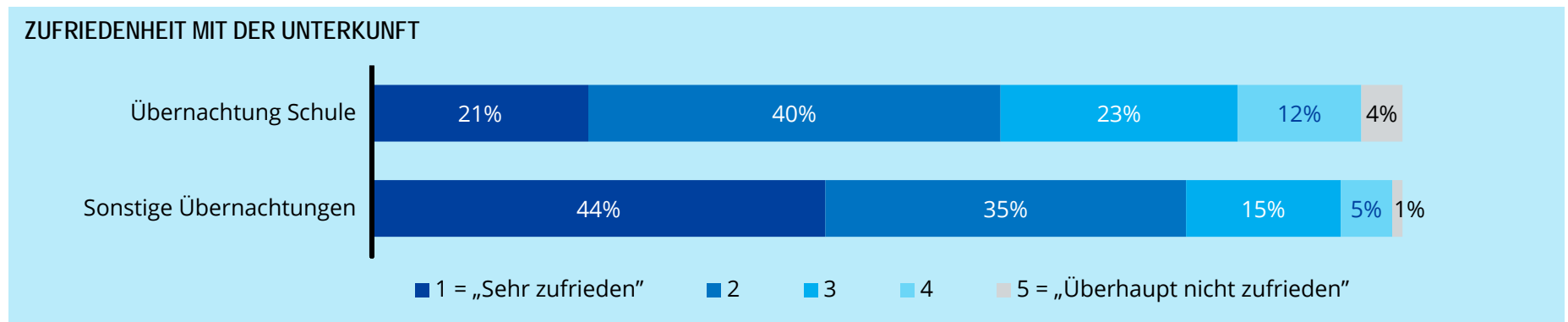
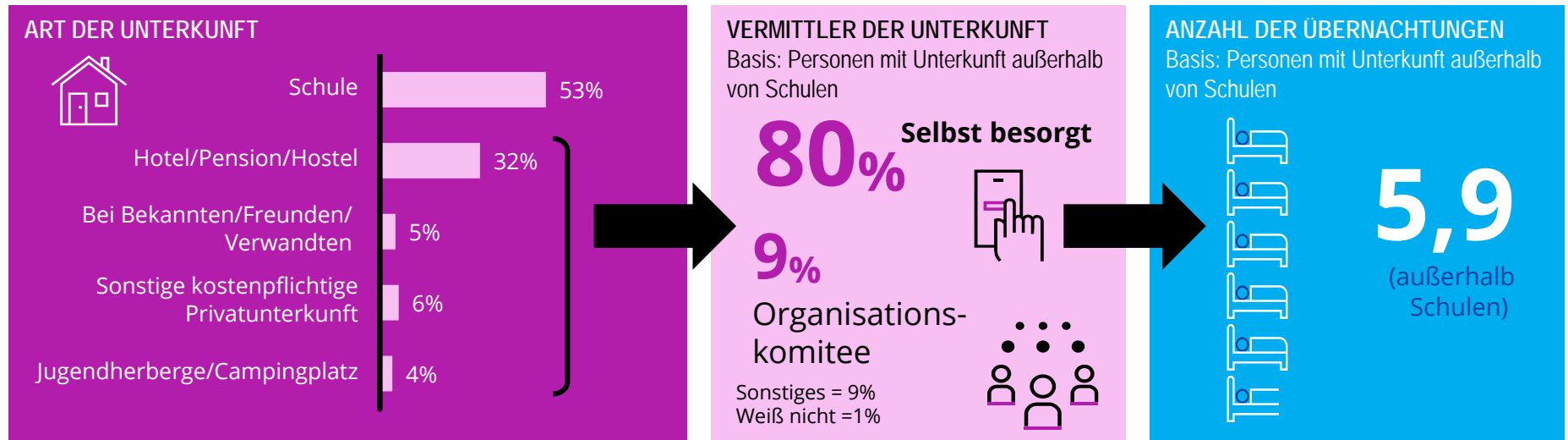


Frage: In welchem Bundesland leben Sie? / Waren Sie das erste Mal in Berlin? / Wie viele Tage waren Sie dieses Mal insgesamt in Berlin? / Beabsichtigen Sie, wieder nach Berlin zu kommen?

Basis: 1122 Nicht-Berlinerinnen und Berliner, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

UNTERKUNFT WÄHREND DES TURNFESTES



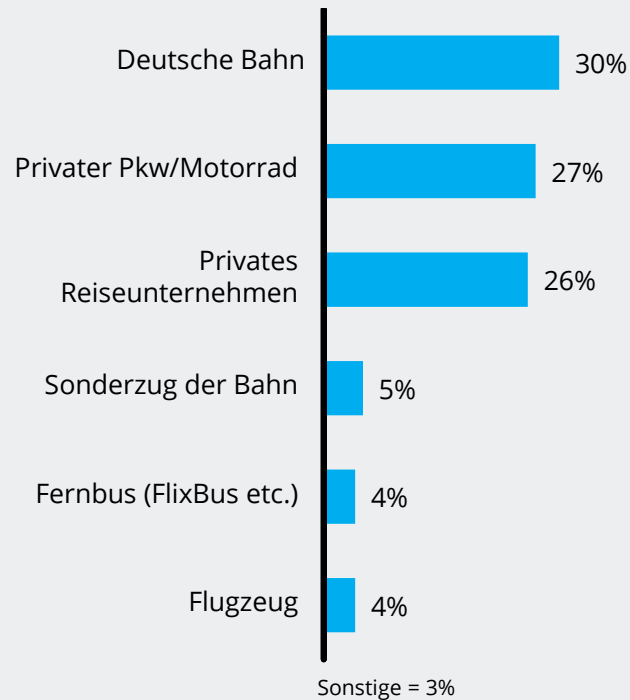
Frage: Haben Sie sich im Zusammenhang mit Ihrem Besuch / Ihrer Teilnahme am Turnfest eine Unterkunft in Berlin genommen? / Welcher Art war Ihre Unterkunft? Wie viele Nächte haben Sie in der Unterkunft übernachtet? / Durch wen wurde Ihre Unterkunft vermittelt? / Wie zufrieden waren Sie mit Ihrer Unterkunft?

Basis: 1122 Nicht-Berlinerinnen und Nicht-Berliner, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 379 Personen mit Unterkunft außerhalb der Schulen

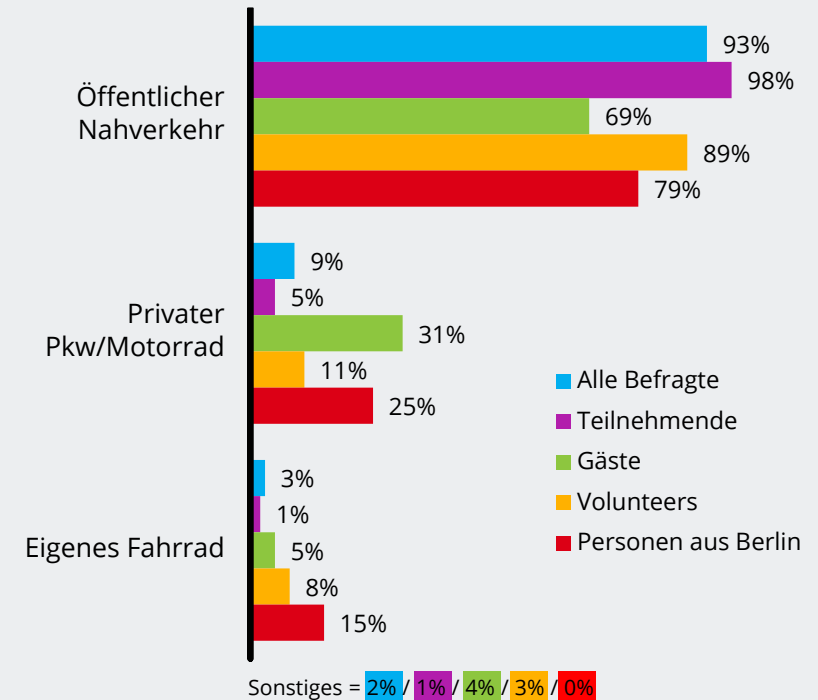
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

GENUTZTE VERKEHRSMITTEL

ANREISE ZUM TURNFEST



GENUTZTE VERKEHRSMITTEL WÄHREND DES TURNFESTES



Frage: Wie sind Sie zum Turnfest nach Berlin angereist? / Welche Verkehrsmittel haben Sie genutzt, um die Veranstaltungen des Turnfestes aufzusuchen? (Mehrfachnennungen möglich)




Basis: 1328/865/150/322 Personen, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 1122 Nicht-Berlinerinnen und Nicht-Berliner (Anreise) / 206 Berlinerinnen und Berliner

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017



SOZIODEMOGRAPHIE

ZIELGRUPPENANALYSE

	ALLE BEFRAGTEN	TEILNEHMENDE	GÄSTE	VOLUNTEERS
 ALTERSSTRUKTUR				
Bis 29 Jahre	32	37	8	30
30-49 Jahre	30	27	53	27
50-69 Jahre	34	32	37	36
70+ Jahre	4	4	1	7
Arithm. Mittel	41,5	39,8	46,3	43,8
 GESCHLECHT				
Weiblich	69	72	64	64
Männlich	31	28	36	36
 BERUFSSTRUKTUR				
Schülerin/Schüler/Auszubildende	15	19	1	11
Studierende/Studierender	10	9	5	14
Hausfrau/Hausmann	3	4	3	2
Rentner/Pensionäre	13	11	9	20
Vollzeit erwerbstätig	38	35	57	36
Teilzeit erwerbstätig	18	20	20	14
Keine Angabe	3	3	4	4

Frage: Zum Abschluss noch ein paar Fragen zu Ihrer Person.

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

ZIELGRUPPENANALYSE



MITGLIED IN EINEM SPORTVEREIN

	ALLE BEFRAGTEN	TEILNEHMENDE	GÄSTE	VOLUNTEERS
Nicht-Mitglieder	11	1	39	24
Einfache Mitglieder	35	36	43	29
Übungsleiter/innen oder Trainer/innen	41	49	11	33
Funktionär(e)/innen	13	14	7	13
Keine Angabe	1	0	1	2



BUNDESLAND

Berlin	16	2	40	40
Baden-Württemberg	13	15	7	11
Bayern	11	13	11	7
Brandenburg	3	0	11	5
Bremen	0	1	0	0
Hamburg	1	1	1	1
Hessen	12	16	4	7
Mecklenburg-Vorpommern	0	0	1	1
Niedersachsen	5	4	5	9
Nordrhein-Westfalen	16	21	11	4
Rheinland-Pfalz	13	16	5	9
Saarland	2	3	0	1
Sachsen	2	2	1	2
Sachsen-Anhalt	1	1	0	0
Schleswig-Holstein	3	4	3	1
Thüringen	1	0	0	2
Nicht in Deutschland	1	1	0	1

Frage: Zum Abschluss noch ein paar Fragen zu Ihrer Person.

Basis: 1328 Befragte, die am Turnfest 2017 teilgenommen haben / 856 Teilnehmende / 150 Gäste / 322 Volunteers

Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

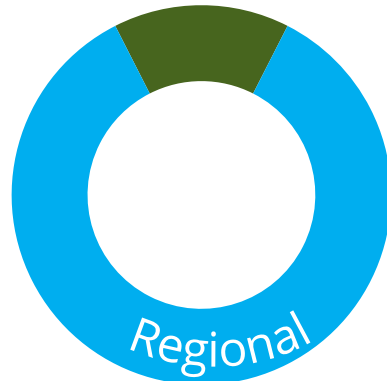


EVENT IMPACT

METHODIK

Berechnung der Wertschöpfung I (Schema)

I. BESUCHERINNEN UND BESUCHER



■ Ausgaben insgesamt
■ Regional-ökonomische Ausgaben

II. VERANSTALTER



GESAMTE REGIONALE WERTSCHÖPFUNG

× MULTIPLIKATOR: 2,38*

GESAMTE WERTSCHÖPFUNG (inkl. induzierter Wertschöpfung)

* s. Erklärung und Berechnung auf S.76-77

METHODIK

Berechnung der Wertschöpfung II

DIREKTE WERTSCHÖPFUNG

- Der kalkulierte Wert entspricht den direkten Ausgaben aller Veranstaltungsbesucherinnen und -besucher sowie der Veranstalter, die dem Turnfest zuzuordnen sind.
- Das Konsumverhalten der Veranstaltungsbesucherinnen und -besucher wird auf Basis der Marktforschung sowie gleichartiger Projekte berechnet. Die Ausgaben müssen dem Veranstaltungsbesuch zuzurechnen sein (z.B. Anreise nach Berlin oder Ausgaben in Berlin). Um sowohl die Validität der Daten als auch eine Überbewertung der persönlichen Ausgaben sicherzustellen, nutzt Nielsen Sports seine Fülle an Vergleichswerten anderer Veranstaltungen zur Konsolidierung der Daten.
- Einige Positionen sind nicht anhand der Marktforschungsergebnisse hochgerechnet worden, sondern basieren auf den durch das Turnfest bzw. die Stadt Berlin zur Verfügung gestellten Daten.
- Relevant für die Berechnung ist lediglich der in Berlin ausgegebene Anteil pro Aufwandsposition. Beispielsweise sind Reisekosten der Veranstaltungsbesucher nur inkludiert, sofern lokale Firmen involviert sind (z.B. Tanken in Berlin, Taxikosten, Hotels in Berlin – Anreise mit Lufthansa hingegen nicht).

INDUZIERTER WERTSCHÖPFUNG

- Basierend auf der direkten Wertschöpfung entstehen weitere Effekte durch die nachfolgenden Schritte in der Wertschöpfungskette. Die direkten Ausgaben verursachen Beschäftigungseffekte, die, aufgrund des Kaufkraftanstiegs, zu einem erhöhten privaten Konsum führen. Um diesen induzierten Effekt zu berechnen, wird ein ökonomischer Multiplikator verwendet.
- Dieser Multiplikator basiert auf statistischen Daten zur marginalen Konsumquote innerhalb einer Volkswirtschaft und bezieht den ökonomischen Multiplikatoreffekt ein, der durch den direkten Effekt erzeugt wurde.

BERECHNUNG INDUZIERTER WERTSCHÖPFUNG

Berechnung des Multiplikators

Auf Basis eines weithin akzeptierten ökonomischen Modells ist der Multiplikator wie folgt definiert:

$$\text{Multiplikator} = \frac{1}{1 - MKQ}$$

MKQ bezeichnet die marginale Konsumquote in Deutschland, also den Anteil jedes zusätzlichen Euro des verfügbaren Einkommens, der konsumiert wird.

Die MKQ kann anhand von wichtigen wirtschaftlichen Parametern, wie dem verfügbaren Einkommen und dem Konsumverhalten der Haushalte innerhalb einer Wirtschaft, geschätzt werden.

Durch den Bezug der entsprechenden Daten von Eurostat aus den vergangenen Jahren, kann die Konsumfunktion für Deutschland wie folgt berechnet werden:

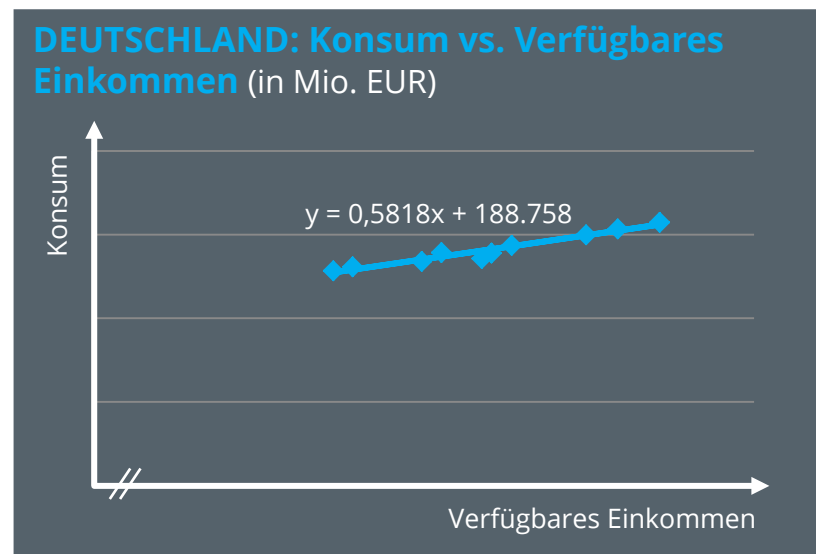
$$\text{Konsum (y)} = 0,5818 \cdot \text{Einkommen (x)} + 188.758 \text{ (EUR m)}$$

- Die MKQ wird als Ableitung der Konsumfunktion ausgedrückt:

$$MKQ = 0,5818$$

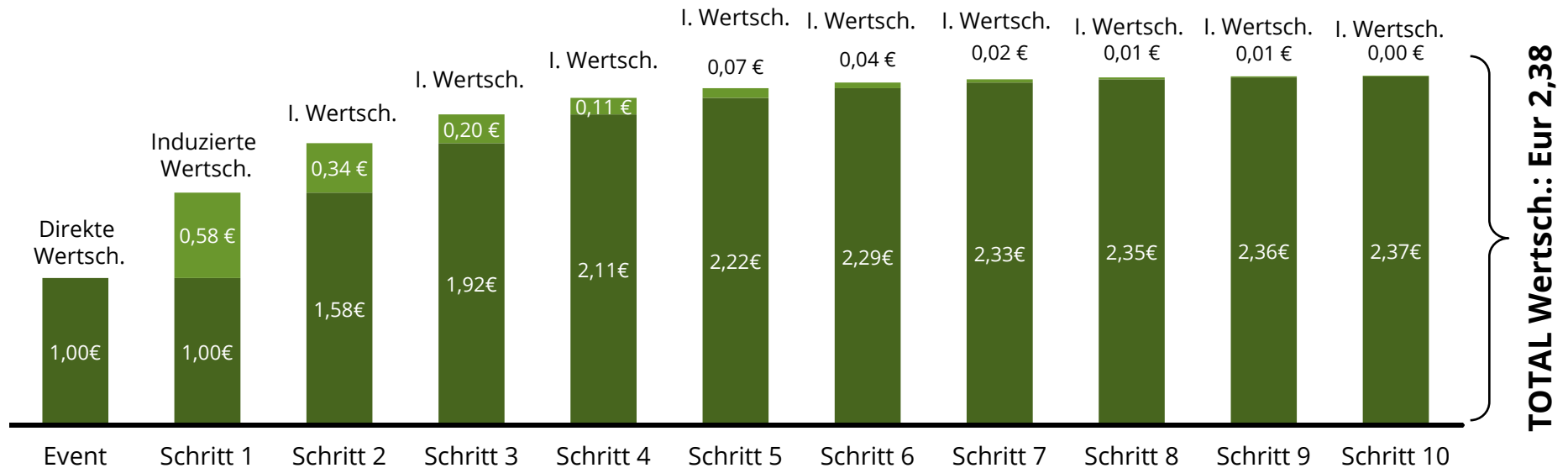
- Demnach wird in Deutschland ein geschätzter Anteil von 58 Cents jedes zusätzlich verdienten Euro für den Konsum ausgegeben. Somit wird ein zusätzlicher ökonomischer Einfluss erzeugt.
- Durch die gegebene MKQ kann der Multiplikator wie folgt berechnet werden:

$$\text{Multiplikator} = \frac{1}{1 - 0,58} = 2,38$$



EXKURS: VOLKSWIRTSCHAFTLICHER MULTIPLIKATOR

Vorgehensweise bei der Berechnung der induzierten Wertschöpfung



- Die Begriffe des ökonomischen Multiplikators und der marginalen Konsumquote können mit einem Beispiel veranschaulicht werden: Die in einem Hotel übernachtenden Veranstaltungsbesucherinnen und -besucher geben ihr Geld für die Unterkunft aus (Direkte Wertsch.). Mit diesem Geld beschäftigt das Hotel Angestellte und investiert in seinen Betrieb – die erste Ebene des induzierten Effekts (Induz. Wertsch., Schritt 1). Infolgedessen geben die Beschäftigten ihr (höheres) Einkommen ebenfalls für den privaten Konsum aus, das wiederum zu weiteren induzierten Effekten in Schritt 2 und den nachfolgenden Schritten führt. Die totale Wertschöpfung ist die Summe aller Einflüsse, die in jedem Schritt erzeugt werden.
- Wie zuvor erwähnt, werden in Deutschland 58 Cent jedes zusätzlichen Euros für den Konsum ausgegeben. Demnach erzeugt EUR 1,00 direkter (veranstaltungsbezogener) Ausgaben im ersten Schritt einen induzierten Effekt von EUR 0,58. Der induzierte Effekt induziert sich im Anschluss in einem zweiten Schritt selbst (EUR 0,58 x 0,58 = EUR 0,34). Dieser Effekt setzt sich mit sinkenden Werten unbegrenzt fort. Aufgrund des infinitesimalen Charakters dieser Reihe, kann die Endsumme durch die Formel auf der vorangegangenen Seite berechnet werden.
- Durch den direkten und induzierten Effekt ergibt sich eine Gesamtsumme von EUR 2,38. Um die gesamte Wertschöpfung des Turnfestes in Berlin zu berechnen, muss der direkte ökonomische Effekt demnach mit dem Faktor 2,38 multipliziert werden.

QUELLEN

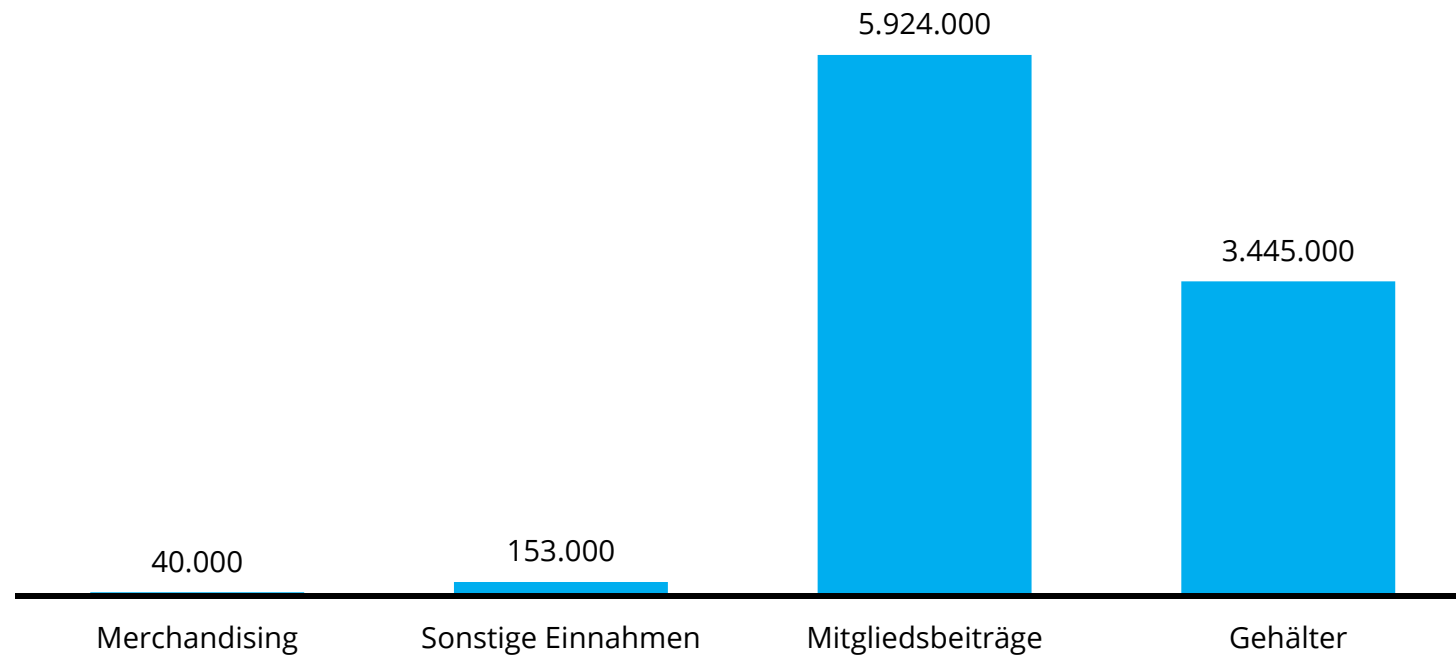




ÖKONOMISCHE ERGEBNISSE

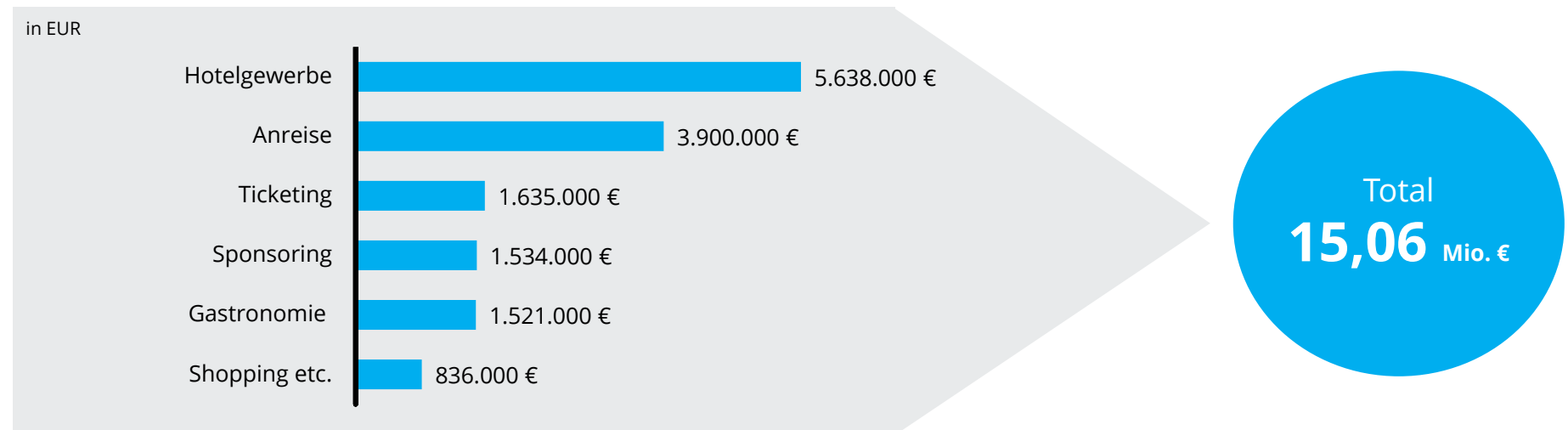
WERTSCHÖPFUNG DURCH DEN VERANSTALTER

Mitgliedsbeiträge, Merchandising und weitere Erlösquellen generieren eine Wertschöpfung von 9,6 Mio. €.



WERTSCHÖPFUNG DURCH DAS TURNFEST

Speziell die durch die Besucherinnen und Besucher erzielten regional-ökonomischen Effekte übersteigen sogar die von einigen Fußballbundesligisten – und das trotz des relativ kurzen Eventzeitraums des Turnfestes. Insbesondere ist der Effekt für die Hotellerie hervorzuheben, welche u.a. die vielen tausend Besucherinnen und Besucher sowie Teilnehmerinnen und Teilnehmer beherbergte.

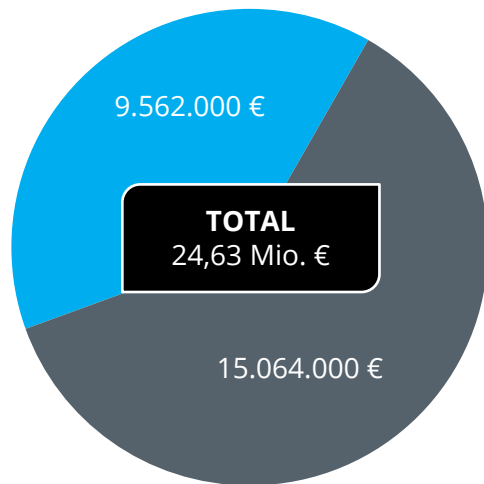


GESAMTWERTSCHÖPFUNG FÜR BERLIN

Dank der durch die direkte Wertschöpfung gestiegenen Kaufkraft in Berlin entsteht ein zusätzlicher (induzierter) Effekt für lokale Betriebe und die nachfolgenden Schritte der Wertschöpfungskette i. H. v. 58,61 Mio. €.

Direkter veranstaltungsbezogener ökonomischer Effekt in Berlin

■ Veranstalter ■ Turnfest (Besucher etc.)



Gesamtwertschöpfung für Berlin

Extrapolation auf Basis des ökonomischen Multiplikators

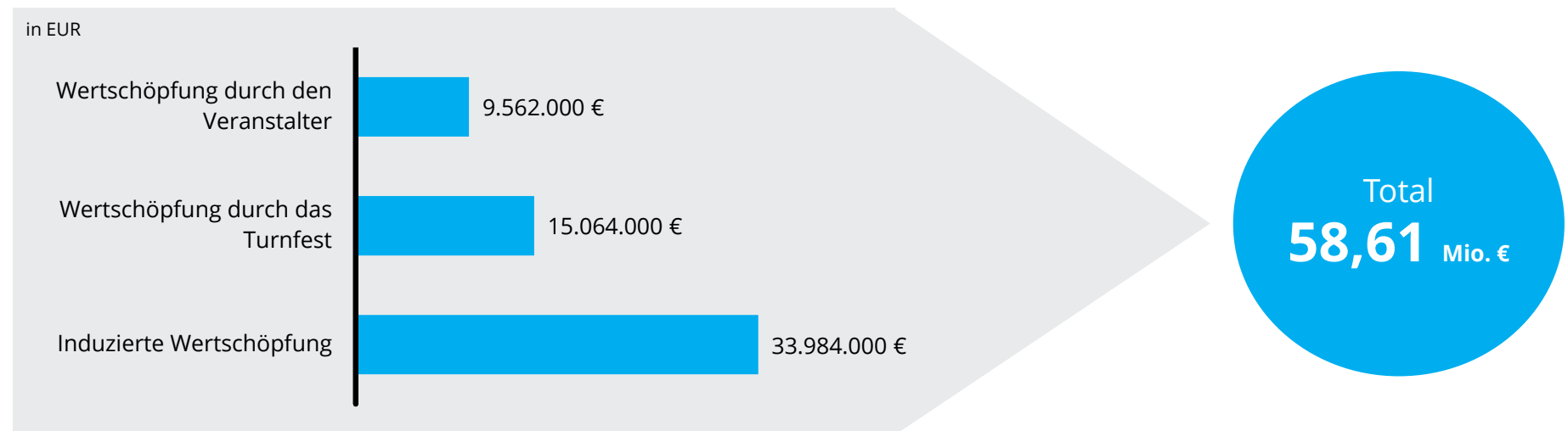
**GESAMTE DIREKTE WERTSCHÖPFUNG
EUR 24,63 Mio.**

× MULTIPLIKATOR: 2,38
**GESAMTWERTSCHÖPFUNG:
58,61 Mio. €**

inkl. induzierter Wertschöpfung i.H.v. 33,98 Mio. €

GESAMTWERTSCHÖPFUNG FÜR BERLIN

Den stärksten Effekt auf die Gesamtwertschöpfung hat die induzierte Wertschöpfung, welche sich vor allem aus Effekten der hohen Übernachtungszahlen und auch des Konsums der Besucherinnen und Besucher bzw. Teilnehmerinnen und Teilnehmer zusammensetzt.

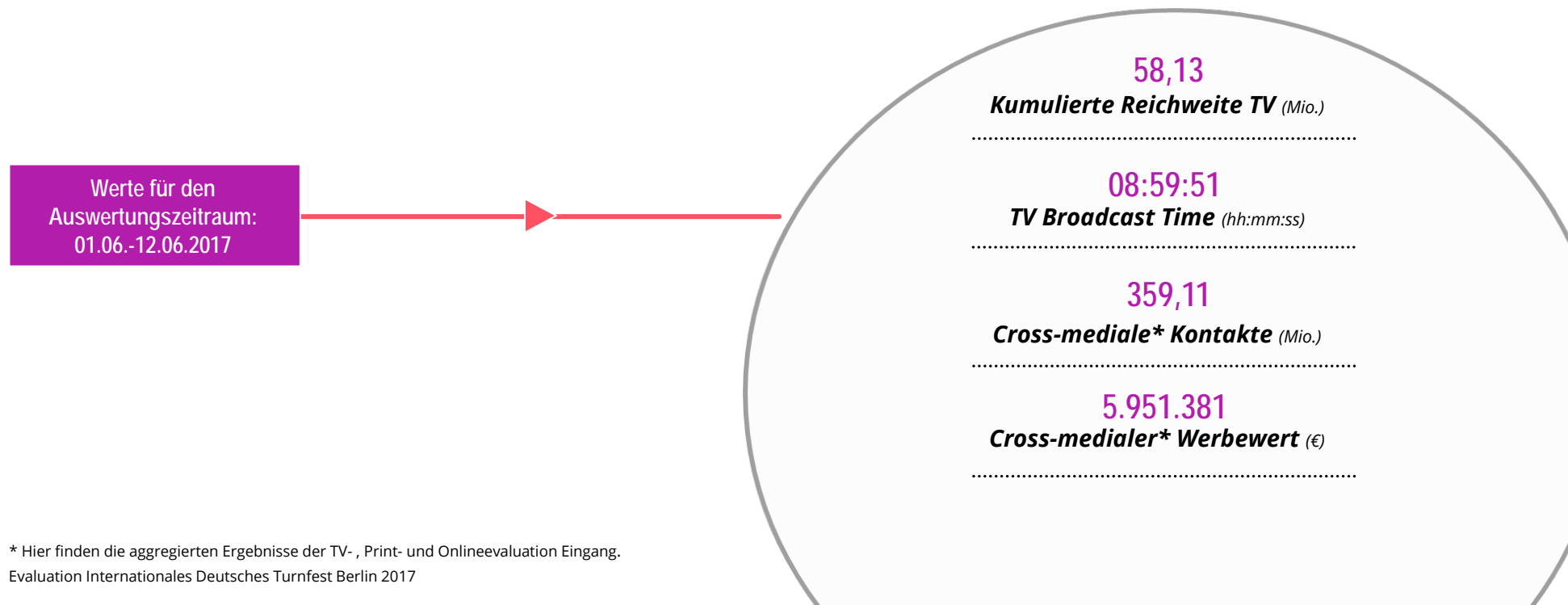




MEDIALE UND MARKETING-EFFEKTE

BEDEUTUNG DES TURNFESTES FÜR DEN STANDORT

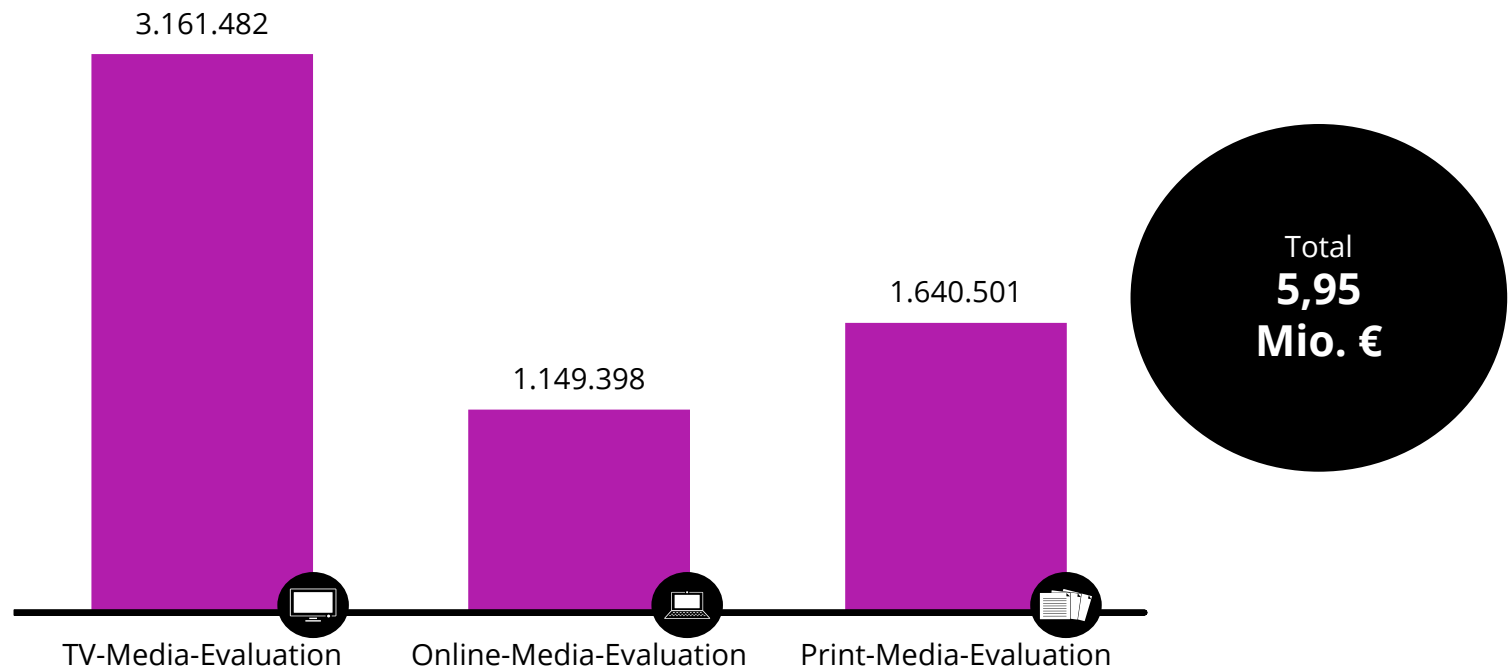
Der durch das Turnfest für die Stadt entstehende Werbewert beträgt 5,95 Mio. EUR.
Über alle untersuchten Mediengattungen verteilt erzielt das Turnfest insgesamt über 359 Mio. Kontakte für die Stadt.



* Hier finden die aggregierten Ergebnisse der TV-, Print- und Onlineevaluation Eingang.
Evaluation Internationales Deutsches Turnfest Berlin 2017

MEDIAWERT FÜR DIE STADT

Der Großteil des Werbewertes wird durch die umfangreiche TV-Berichterstattung über das Turnfest generiert. Jedoch erzielt die Berichterstattung der großen Berliner Tageszeitungen ebenfalls einen beachtlichen Mediawert, wobei die monetäre Wertigkeit der regionalen Printmedien die Online-Berichterstattung übersteigt.





METHODIK MEDIA EVALUATION

TV MEDIA EVALUATION

Media Monitoring

PROGRAMMTYPEN

Live	Live-Übertragung
Delayed	Zeitversetzte Erst-Ausstrahlung
Re-live	Wiederholung einer Live- oder Delayed-Ausstrahlung
Highlights / Sportmagazine	Sportsendungen, die v.a. zusammenfassende Spielberichte zeigen, aber auch Hintergründe oder Interviews
Magazine	Sendungen, die kaum auf Sportinhalte bauen
News	Beiträge in Nachrichtensendungen

ZEITANGABEN

Broadcast Time (BT)

Die Broadcast Time gibt die Zeit an, in der über das auszuwertende Event oder den auszuwertenden Club berichtet wurde.

Actual Playing Time (APT)

Die Actual Playing Time stellt eine Teilmenge der Broadcast Time dar. Hierzu zählen nur solche Sendungsteile, in denen Spielszenen gezeigt werden.

REICHWEITE

Die Reichweiten (umgangssprachlich auch Einschaltquoten genannt) geben an, wie viele Zuschauerinnen und Zuschauer durchschnittlich in einem bestimmten Zeitintervall eine Sendung verfolgt haben. Die ausgewiesene Reichweite entspricht somit der durchschnittlichen Sehbeteiligung während der Dauer einer Sendung.

WERBETRÄGERKONTAKTE

Durch die Errechnung der Werbeträgerkontakte wird die erzielte Vereins- bzw. Eventberichterstattung mit der Sehbeteiligung der Sendung (in Mio.), in der die Berichterstattung stattgefunden hat, in Beziehung gesetzt. Es findet eine Normierung der Berichtszeit in „30-Sekünder“ statt.

Formel:

$$\frac{\text{Broadcast Time in Sek.} \times \text{Sehbeteiligung in Mio.}}{30 \text{ Sekunden}}$$

Beispiel:

60 Sekunden Berichterstattung in einer Sendung mit 5 Mio. TV-Zuschauern:

$$(60 \text{ Sekunden} \times 5 \text{ Mio.}) / 30 \text{ Sekunden} = 10 \text{ Mio.}$$

TV MEDIA EVALUATION

Sichtbarkeitsanalyse

WERBEWERT

Bei dieser Form der Berechnung wird die erzielte Sichtbarkeit (mind. 80%) in Beziehung gesetzt zu den Werbepreisen der Sendung, innerhalb derer die Sichtbarkeit erzielt wurde. Die Werbepreise werden über adäquate TKPs und offizielle Reichweiten berechnet oder werden offiziellen Preislisten der Sender bzw. deren Vermarkter entnommen.

Formel:

$$\frac{\text{Sichtbarkeit in Sek.} \times \text{TKP in EUR} \times \text{Reichweite in Mio.}}{30 \text{ Sekunden} \times 1.000}$$

$$\frac{\text{Sichtbarkeit in Sek.} \times \text{Spotpreis 30 Sek. in EUR}}{30 \text{ Sekunden}}$$

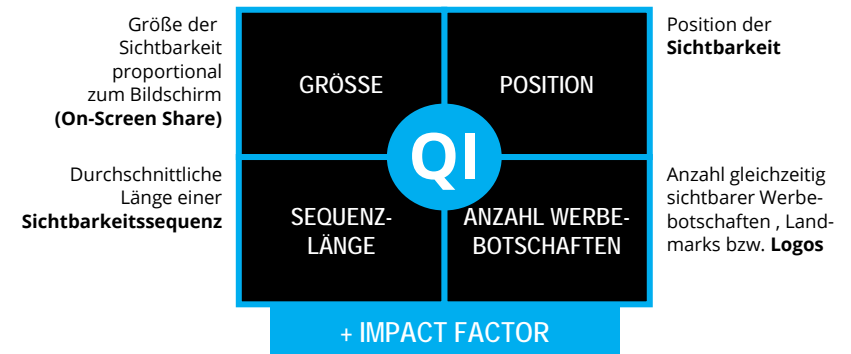
Beispiel:

120 Sekunden Sichtbarkeit der Stadt Berlin innerhalb einer Sendung, bei der die Buchung eines klassischen TV-Spots 2.000 EUR pro 30 Sekunden kosten würde:

$$(120 \text{ Sekunden} \times 2.000 \text{ EUR}) / 30 \text{ Sekunden} = 8.000 \text{ EUR}$$

QI-WERBEWERT

Zur Berechnung des QI-Werbewertes wird ein „Quality Index Score“ (QI-Score) ermittelt, welcher die Qualität der Sichtbarkeit der Stadt Berlin nach fünf Kriterien bemisst. Zweck des QI-Score ist es, die Sichtbarkeit nicht nur quantitativ zu erfassen, sondern zudem auch qualitativ zu bewerten. Der QI-Werbewert wird berechnet, indem der (ungewichtete) Werbewert auf Spotpreis/TKP-Basis („Werbewert“) multipliziert wird mit dem QI-Score.



PRINT MEDIA EVALUATION

Media Monitoring und Sichtbarkeitsanalyse

REICHWEITE

Die Reichweite einer Printpublikation wird als Leser pro Ausgabe (LpA) angegeben und ergibt sich aus der Auflage sowie der Nutzungswahrscheinlichkeit einer Publikation.

Beispiel:

Für Tageszeitungen gilt i. d. R., dass die einzelne Ausgabe von 2,4 Personen gelesen wird. Die Reichweite einer Zeitung mit einer Auflage von 100.000 beträgt somit 240.000.

WERBETRÄGERKONTAKTE

Die Werbeträgerkontakte werden auf Basis der Reichweiten der Publikation sowie der Anzahl der Artikel berechnet.

Jeder einzelne Artikel steht hierbei für einen Kontakt. Dieser wird multipliziert mit der Reichweite der Publikation, in der der Artikel gedruckt wurde. Sofern ein Artikel zu einem Event in einer Publikation enthalten ist, entspricht demnach die Reichweite gleich den Werbeträgerkontakten. Sind in einer Publikation gleich zwei Artikel enthalten, entspricht die Höhe der Werbeträgerkontakte der doppelten Reichweite.

VORGEHEN SICHTBARKEITSANALYSE

Gezählt werden alle Darstellungen, in denen die Stadt Berlin zu mindestens 80% lesbar/sichtbar ist.

PRINT MEDIA EVALUATION

Sichtbarkeitsanalyse

WERBEWERT / QI-WERBEWERT

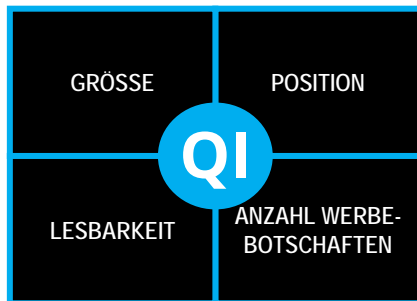
Auf Grundlage der gefundenen Clippings wird ein Anzeigenäquivalenzwert ermittelt, bei dem sich die bewertete werberelevante Fläche auf das gesamte Foto (Werbewert) bzw. auf die dargestellte Werbefläche der Stadt Berlin im Foto (QI-Werbewert) bezieht. Die Größe des gesamten Fotos (Werbewert) bzw. die Größe der Werbefläche (QI-Werbewert) wird dann anteilig mit dem Anzeigenpreis der jeweiligen Publikation (ganze Seite s/w oder 4c) in Beziehung gesetzt.

Bei textlichen Präsenzen wird der gesamte Artikeltext (Werbewert) bzw. der jeweilige Textabschnitt (QI-Werbewert) mit der Präsenz größenmäßig erfasst und zur Werbewertberechnung herangezogen.



Größe der Werbetoschaften und des Bildes proportional zum publizierten Format (des gesamten Artikels)

Eindeutigkeit / Klarheit der Werbetoschaften



Position der Werbetoschaften

Anzahl gleichzeitig sichtbarer Werbetoschaften bzw. Logos einer Marke

Die Darstellung zeigt die Einflussfaktoren, welche die Qualität der Erscheinung bewerten und die in dem Quality Indexed Score (QI-Score) münden.

ONLINE MEDIA EVALUATION

Media Monitoring und Sichtbarkeitsanalyse

WERBETRÄGERKONTAKTE

Zur Berechnung der Werbeträgerkontakte werden sämtliche Artikel zum relevanten Thema berücksichtigt. Bei der Ermittlung der Sponsoringkontakte* hat Nielsen Sports stichprobenhaft ermittelt, dass ein Artikel durchschnittlich einen Tag auf einer Rubriken-Oberseite vorhanden ist und anschließend in eine Unterrubrik verschoben wird. Dies bedeutet, dass an diesem ersten Tag der Großteil der Abrufe vorgenommen wird, weshalb Nielsen Sports mit einem Tag Präsenzzeit je Artikel die Sponsoringkontakte* kalkuliert.

Hinsichtlich der Kontaktwahrscheinlichkeit von den angeklickten Artikeln werden keine weiteren Gewichtungen vorgenommen (FASPO-Standard). Demnach ergibt sich folgende Formel zur Errechnung der tatsächlichen Werbeträgerkontakte.

Formel:

$$\frac{\text{Anzahl der Artikel} \times \text{Page visits (Monat)}}{30 \text{ (Tage)}}$$

VORGEHEN SICHTBARKEITSANALYSE

Gezählt werden alle Darstellungen, in denen die Stadt Berlin zu mindestens 80% lesbar/sichtbar ist.

ONLINE MEDIA EVALUATION

Sichtbarkeitsanalyse

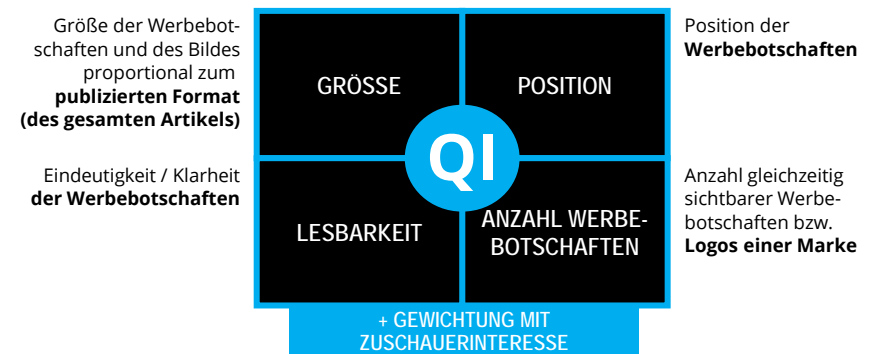
WERBEWERT

Bei dieser Art der Werbewertberechnung wird die Sichtbarkeit mit den entsprechenden TKPs für Standardwerbeformen in Beziehung gesetzt. Der entsprechende Referenzwert ist entweder das Banner, z. B. bei einfachen Erwähnungen oder das Advertorial, z. B. bei Artikeln, die sich im Gesamten auf die Stadt Berlin beziehen.

Es findet dabei eine Gewichtung der Sichtbarkeit anhand der Art des Services statt. So basiert die Gewichtung bei Sportseiten z. B. auf dem Interesse an der betreffenden Sportart in Bezug auf die sportinteressierte Bevölkerung, die das Medium Internet nutzt.

QI-WERBEWERT

Der QI-Werbewert berücksichtigt weiterführende Faktoren, welche den „klassischen“ Werbewert gewichten und wodurch der Werbewert insgesamt etwas konservativer berechnet wird. Die Präsenzen werden beim QI-Werbewert anhand von definierten Dominanzklassen gewichtet. Die Dominanzklassen bilden sich hierbei einerseits durch die Lage des Artikels auf der Website – beispielsweise, ob dieser sehr weit oben platziert ist oder erst durch längeres Scrollen sichtbar wird. Andererseits fließt die Art der Nennung in den QI-Werbewert ein. So wird eine Nennung in einer Headline stärker gewichtet als eine Textnennung im regulären Artikel.



Die Darstellung zeigt die Einflussfaktoren, welche die Qualität der Erscheinung bewerten und die in dem Quality Indexed Score (QI-Score) münden.

IHRE ANSPRECHPARTNER

ANDREAS KNUPFER

DIRECTOR BUSINESS RELATIONS
NIELSEN SPORTS

Tel.: +49 221 43073 259
andreas.knupfer@nielsen.com

TORSTEN WIESENBERG

SENIOR MANAGER MARKET RESEARCH
NIELSEN SPORTS

Tel.: +49 221 43073 856
torsten.wiesenberg@nielsen.com

MICHAEL HEINA

SENIOR CONSULTANT
NIELSEN SPORTS

Tel.: +49 221 43073 193
michael.heina@nielsen.com



Nielsen Sports Deutschland GmbH
Scheidtweilerstr. 17
50933 Köln
niensensports.com



nielsen

• • • • • • • •

Die vorliegende Studie genießt urheberrechtlichen Schutz. Alle Rechte sind der Nielsen Sports Deutschland GmbH vorbehalten. Insbesondere das Untersuchungsdesign sowie die in diesem Zusammenhang erarbeitete Interpretation und Einschätzung der Ergebnisse sind als geistiges Eigentum der Nielsen Sports Deutschland GmbH dieser vorbehalten. Bei beabsichtigter Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Weitergabe der Studie oder Teilen der Studie wird um vorherige Abstimmung mit der Nielsen Sports Deutschland GmbH gebeten. Im Übrigen gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Stand Mai 2017, abrufbar unter <http://niensensports.com/de/agb-de>

Copyright ©2017 The Nielsen Company. Confidential and proprietary.