

# RUHR GAMES 2019



**Besucherbefragung 2019** Der Regionalverband Ruhr hat im Juni 2019 während der dritten ausgetragenen Ruhr Games 915 Besucherinnen und Besucher am zentralen Austragungsort Landschaftspark Duisburg-Nord zum Ereignis befragt.

Die Verbindung von Sport und Kultur, die innovative Präsentation ausgewählter Sportarten und das abwechslungsreiche Rahmenprogramm an einem außergewöhnlichen Standort begeistern wiederholt.

Die öffentliche Wahrnehmung und der Besucherzuspruch zu dieser attraktiven Präsentation des Jugendsports haben sich erhöht und das Veranstaltungsformat darf nach der dritten erfolgreichen Durchführung als etabliert gelten.



# RUHR GAMES

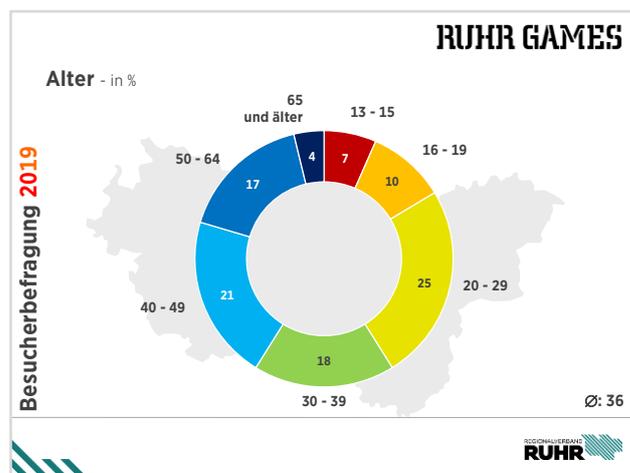


## Ruhr Games als Freizeit-Erlebnis

Die Ruhr Games sprechen vielfältige Besuchsmotive an. Am häufigsten genannt werden das allgemeine Freizeit-Erlebnis (74%) und das allgemeine Sport-Erlebnis (45%) gefolgt vom Sportshowangebot (34%).

Die Ruhr Games gewinnen als allgemeines Kultur-Erlebnis an Bedeutung. Ein Viertel der Befragten entscheidet sich auch deshalb für den Besuch (25%) – deutlich mehr als beim letzten Mal (2017: 15%).

Der überwiegende Teil des Publikums kommt als Zuschauer\*in ohne persönlichen Bezug zu den Sporttreibenden zur Veranstaltung (87%). 7% gehören zum persönlichen Umfeld der sportlich Aktiven, deren Anteil 6% ausmacht. Alle anderen waren mit der Sportveranstaltung selbst befasst (betreuerisch wie organisatorisch).



## Junges Publikum erreicht

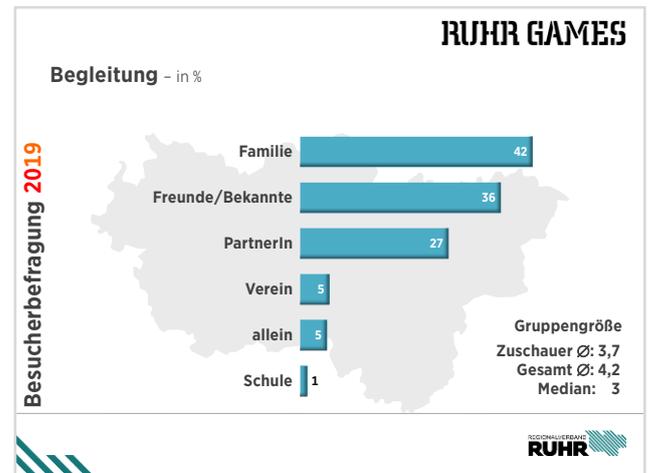
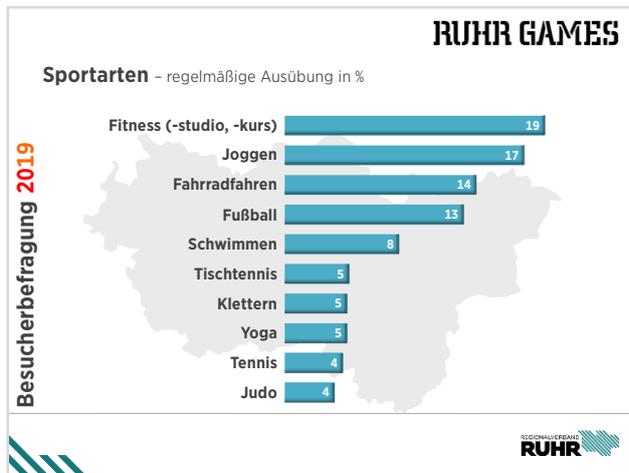
42% der Befragten sind unter 30 Jahre alt. Das Durchschnittsalter liegt bei 36 Jahren (2017: 35) und damit wiederholt deutlich unter dem ermittelten Durchschnittsalter bei Untersuchungen zu anderen (über-) regionalen Veranstaltungen.

Mehr als zwei Drittel der Befragten sind voll oder teilweise erwerbstätig (68%). Der Anteil der Schüler\*innen und Student\*innen beträgt 23%.

Einen Hochschulabschluss haben 29% der Befragten. Jede/r Zehnte besucht noch die Schule oder befindet sich in Ausbildung.

93% der Befragten sind in Deutschland geboren. Bei 83% sind beide Elternteile in Deutschland geboren.

# Besucherbefragung 2019



## Persönlicher Bezug zum Sport

73% der Befragten betreiben regelmäßig bestimmte Sportarten.

Diese sportlich Aktiven üben am häufigsten Fitness-Sport in Studios und Kursen aus (19%), laufen /joggen (17%), fahren Fahrrad (14%) oder spielen Fußball (13%).

Etwa jede/r Dritte (35%) besucht gerne Sportveranstaltungen. Bei diesen sind Fußball (51%), Eishockey (7%) und Handball (6%) die meistbesuchten Sportarten.

## Gerne besuchte Sportarten Top Ten in %

Fußball	51
Eishockey	7
Handball	6
Judo	6
Leichtathletik	5
Tischtennis	5
Skateboarding	4
Basketball	3
Tanzsport	3

RVR-Besucherbefragung Ruhr Games 6/2019

## Ruhr Games sind ein Gruppenerlebnis

Die Ruhr Games werden überwiegend mit der Familie (42%), Freunden und Bekannten (36%) oder mit Partner\*in (27%) besucht.

Vereine haben eine deutlich geringere Bedeutung (5%).

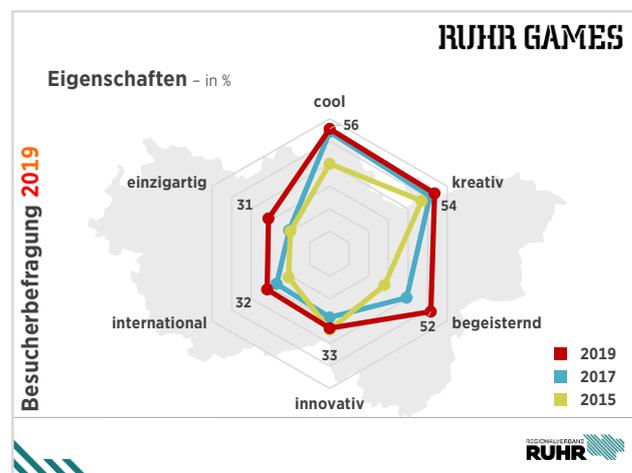
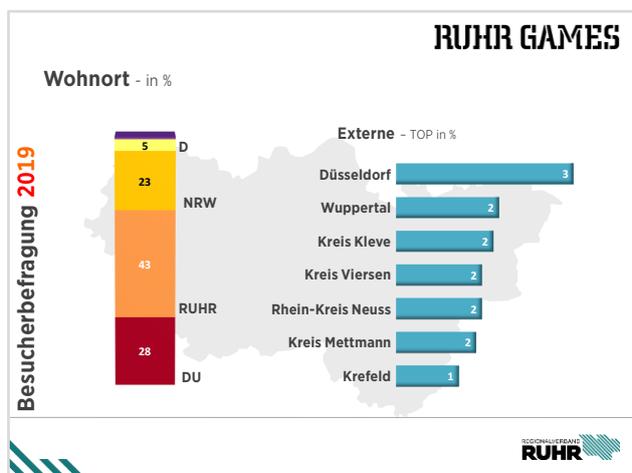
Die durchschnittliche Gruppenstärke beträgt 4,2 Personen (Median: 3).

## Ruhr Games regen zum Mehrfachbesuch an

41% der Befragten beabsichtigen einen Besuch an zwei bis vier Tagen.

Die durchschnittliche Anzahl der beabsichtigten Besuchstage beträgt 1,6, was den Werten der Jahre 2015 und 2017 entspricht.

# RUHR GAMES



## Ruhr Games strahlen über die Region hinaus

71% der Befragten kommen aus der Metropole Ruhr (Standort Duisburg 28%, restliche Metropole Ruhr 43%), 23% aus dem weiteren Nordrhein-Westfalen und 5% aus Städten, die außerhalb Nordrhein-Westfalens liegen. Der Anteil Auswärtiger liegt damit auf einem ähnlichen Niveau wie 2017.

## Ruhr Games sind cool, kreativ + begeistert

Die Befragten ordnen den Ruhr Games insbesondere die Eigenschaften „cool“ (56%), „kreativ“ (54%) und „begeistert“ (52%) zu.

Die aktuellen Ruhr Games können stärker begeistern als die vorhergehenden.

Diese Eigenschaft hat 13 Prozentpunkte mehr Zuspruch bekommen als 2017 und 24 Prozentpunkte mehr als 2015.

## Angebots- und Programmvietfalt überzeugt

Besonders gut gefällt den Befragten die vielfältige Mischung von Sportarten, Programmangeboten und weiteren Aktionen (26%). Die Atmosphäre und der Veranstaltungsort vor der Industriekulisse haben einen erheblichen Anteil an der positiven Bewertung der Ruhr Games.

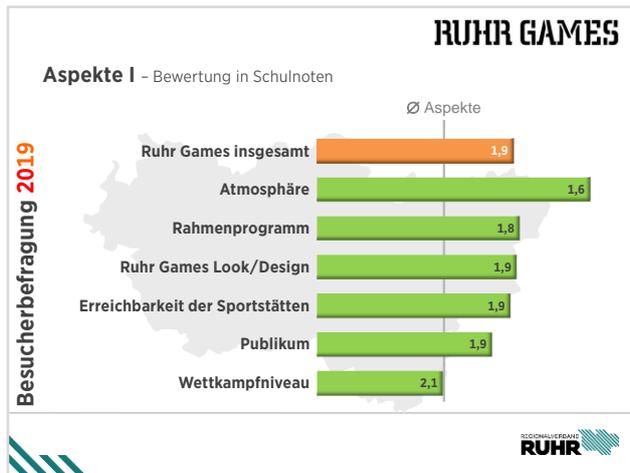
### Positive Aspekte Top offene Nennungen in %

Angebotsvietfalt/Abwechslung	26
Atmosphäre/Stimmung/Spaß	20
Veranstaltungsort an sich (LSP)	18
freier Eintritt	9
Gastronomie (Preise + Auswahl)	7
Workshops/Mitmachangebote	7
Konzerte/Rahmenprogramm	6
Organisation	5
Sportvietfalt	4
Randsportarten	3

RVR-Besucherbefragung Ruhr Games 6/2019

Kritisiert werden vor allem die empfundene Unübersichtlichkeit von Ort, Programm und Veranstaltungsplan, das Parkplatzangebot sowie Preise und Auswahl des Gastronomieangebots.

# Besucherbefragung 2019



## Ruhr Games gut bis sehr gut bewertet

Die Ruhr Games 2019 werden mit der Durchschnittsschulnote 1,9 von den Befragten insgesamt gut und leicht besser bewertet als 2017 (2,0).

Unter den verschiedenen Aspekten schneiden die Atmosphäre (1,6) und das Rahmenprogramm (1,8) besonders gut ab.

Auch der Ruhr Games Look, die Erreichbarkeit der Sportstätten und das Publikum gefallen (jeweils 1,9).

Etwas kritischer werden die öffentliche Darstellung (Homepage 2,3; Präsenz in der Öffentlichkeit 2,3) und die Internationalität (internationales Flair 2,3; europäische Begegnung 2,4) beurteilt.

Allerdings werden diese Aspekte deutlich positiver als im Jahr 2017 wahrgenommen.

## Landschaftspark begeistert

Im Vergleich zum Jahr 2017 werden die Aspekte nahezu durchgängig gleich bis positiver bewertet.

Der Landschaftspark Duisburg-Nord übertrifft als Veranstaltungsstandort mit der Spitzennote 1,4 die Bewertung der Veranstaltungsorte von 2017.

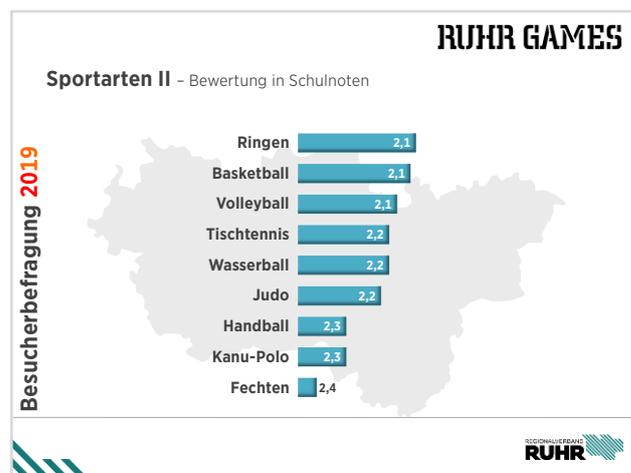
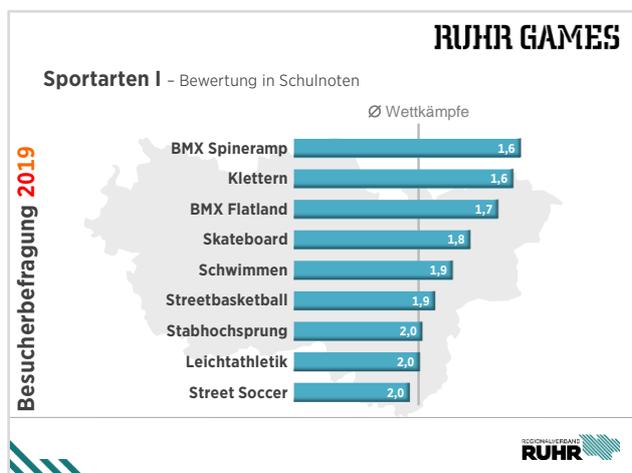
Neben traditionellen und olympischen Disziplinen (hervorzuheben der Stabhochsprungwettbewerb) sind es insbesondere die neueren Sportarten, die ein gesteigertes Zuschauerinteresse hervorrufen.

## Sportwettkämpfe (geplanter) Besuch TOP in %

Skateboard	48
Stabhochsprung	47
BMX Spinneramp	44
Klettern	37
BMX Flatland	35
Tischtennis	32
Judo	30
Fechten	20
Street Soccer	20

RVR-Besucherbefragung Ruhr Games 6/2019

# RUHR GAMES



## (Sehr) Gute Noten für die Sportwettkämpfe

Die Ruhr Games bieten eine Bühne für innovative Disziplinen wie BMX, MTB oder Skateboard sowie für oft nicht in den Medien präsente Sportarten.

Die Hälfte der sportlichen Wettkämpfe wird mit Durchschnittsschulnoten von 2,0 und besser hervorragend benotet. BMX-Spineramp (1,6), Klettern (1,6) und BMX-Flatland (1,7) führen die Rangfolge an.

Auch traditionelle Sportarten behalten ihre Attraktivität in Konkurrenz mit innovativen und neuen Sportarten: Schwimmen (1,9), Stabhochsprung (2,0), Leichtathletik (2,0) und Ringen (2,1) liegen in den Top-Ten der beliebtesten Ruhr Games Sportarten.

Im Mittel werden die Sportwettkämpfe – wie im Jahr 2017 – mit 2,0 bewertet. Am schlechtesten fällt mit 2,4 die Bewertung für Fechten aus.

## Rahmenprogramm ist Besuchermagnet

Neben den Sportwettkämpfen verfügt das Rahmenprogramm über eine eigenständige Anziehungskraft. Die Teilnahme an Konzerten (24%) und Sportshows (63%) hat eine besondere Magnetwirkung.

Auch die Konzeptbestandteile Mitmachaktionen und Workshops (17%) finden ein beachtliches Besucherinteresse.

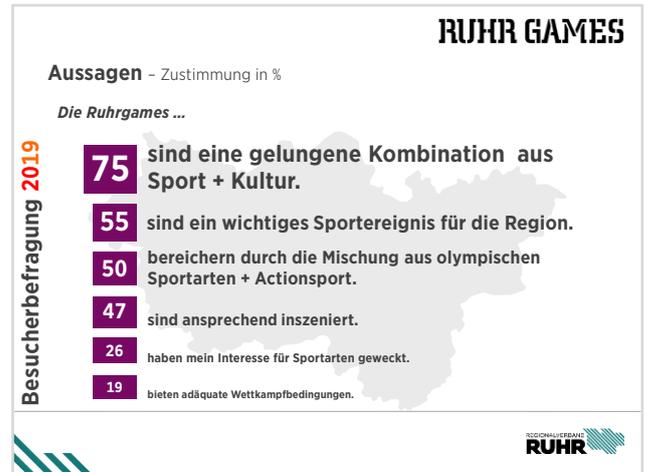
Das Rahmenprogramm wird gut bis sehr gut beurteilt. Zehn der 13 Veranstaltungspunkte erhalten Noten zwischen 1,5 und 2,0.

### Rahmenprogramm in Schulnoten

FMX-Show	1,5
MTB- Show	1,6
Konzerte	1,8
Fun Park	1,8
Stabhochsprung-Show	1,8
Street Art Corner	1,9
Workshops + Mitmachangebote	1,9
Funkin Stylez	1,9
Urban Tours	1,9
Multimediale Eröffnungsfeier	2,0
Internationale Sportlerparty	2,1
Abschlussfeier + Siegerehrung	2,1
Urban Media Night	2,3

RVR-Besucherbefragung Ruhr Games 6/2019

# Besucherbefragung 2019



## Ruhr Games Werbung wird wahrgenommen

Neben der Mundpropaganda (40%), haben Internet (34%), Werbung (24%) und Social Media (23%) wichtigen Einfluss auf die Entscheidung für den Besuch der Ruhr Games. Auch Vereine regen zum Besuch an (14%). Gegenüber 2017 erzielt vor allem das Internet größere Aufmerksamkeit (+10 Prozentpunkte).

Die wichtigsten Werbeaktivitäten der Veranstalter sind Plakate (48%), Social Media (45%), Presseberichte (31%), die Ruhr Games Homepage (29%) und das Programmheft (17%). Insbesondere Social Media erzielt gesteigerte Aufmerksamkeit (2017: 29%).

## Besuchsentscheidende Information in %

Freunde/Bekannte/Verwandte	40
Internet	34
Werbung	24
Social Media	23
Presseberichte	18
Verein	14
Stadt-/Kreissportbund/Sportjugend	3
Schule	2

RVR-Besucherbefragung Ruhr Games 6/2019

## Ruhr Games Konzept kommt an

Die Kombination aus olympischen Sportarten, Actionsportarten und Jugendkulturprogramm findet hohe Zustimmung:

76% halten die Kombination aus Sport und Kultur für besonders gelungen.

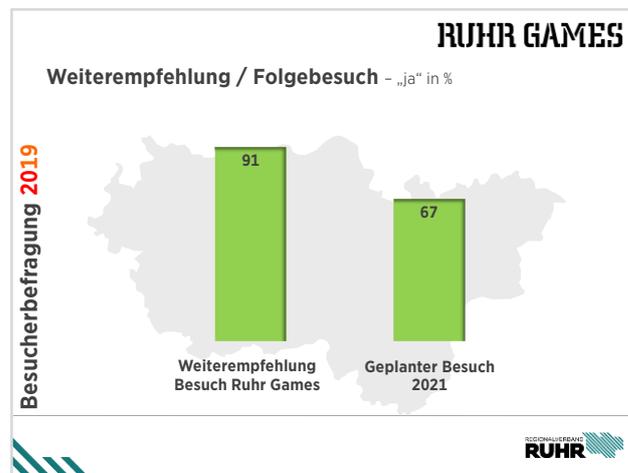
55% empfinden die Ruhr Games als bedeutsames Sportereignis für die Region.

Jeder Zweite (50%) sieht in der Mischung aus olympischen Sportarten und Actionsport eine Bereicherung.

Die ansprechende Inszenierung der Ruhr Games bestätigen 47% der Befragten.

Rund ein Viertel der Besucher\*innen wurde auf neue, bisher nicht wahrgenommene Sportarten aufmerksam (26%).

# RUHR GAMES



## Verbesserte Orientierungshilfe gewünscht

Verbesserungsvorschläge betreffen vor allem die Übersicht über die Veranstaltung: 27% der Nennungen beziehen sich auf den Wunsch nach besseren Lage- und Zeitplänen sowie bessere Beschilderungen zur Orientierung.

Auf dem zweiten Platz folgt die Anregung nach Verbesserung von Auswahl und Preisen des Gastronomieangebots (7%).

## Ruhr Games werden weiterempfohlen

91% der Ruhr Games Besucher\*innen würden die Veranstaltung weiterempfehlen.

Zwei Drittel der Befragten würden die Ruhr Games auch im Jahr 2021 gerne wieder besuchen (67%).

Beide Werte sind annähernd deckungsgleich mit denen des Jahres 2017.

## KERNAUSSAGEN

### Zielgruppe: Junges Publikum

- Wiederholt konnte eine junge Zielgruppe erreicht werden: 42% Prozent sind unter 30 Jahre alt.

### Überregionaler Einzugsbereich

- 29% der Befragten kamen von außerhalb der Metropole Ruhr.

### Ruhr Games durchgängig gut bewertet

- Die Gesamt-Bewertung der Ruhr Games erreicht mit 1,9 einen Spitzenwert.
- Die Programmvierfalt gefällt und wird gut bewertet: in der Spitze bei Sportwettkämpfen mit 1,6 und bei Veranstaltungen des Rahmenprogramms mit 1,5.
- Der Veranstaltungsort Landschaftspark Duisburg-Nord trug wesentlich zum Veranstaltungserfolg bei.

### Hohe Zustimmung zur Fortsetzung

- Neun von zehn Befragten werden die Ruhr Games weiterempfehlen.