

GEMEINSAM SCHREIBEN WIR GESCHICHTEN.

Nachhaltigkeit, Sport und Sponsoring - in Krisenzeiten verstärkt im Fokus

B2C-Befragung 2022

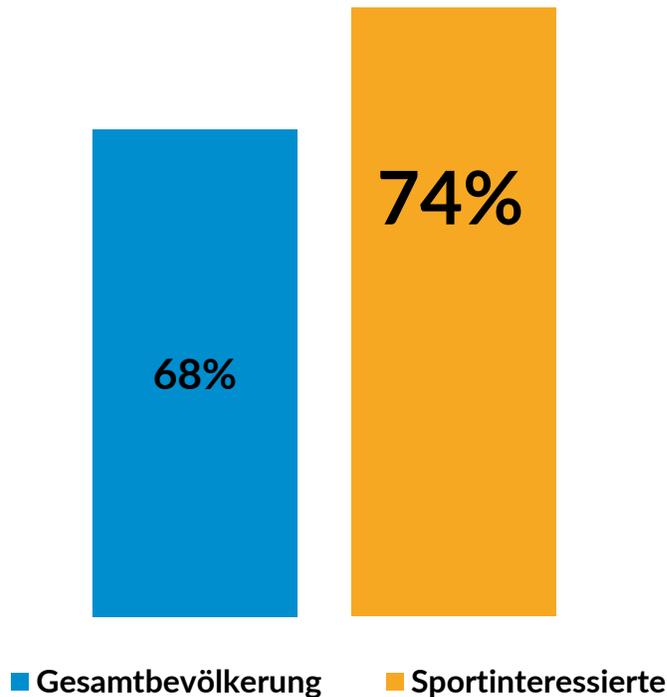
 **VSA** VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER



Sport und Nachhaltigkeit machen sich

gemeinsam stark – soziale Nachhaltigkeit von hoher Relevanz, in der jungen und werberelevanten Zielgruppe als TOP 1

Nachhaltigkeitsfokus (interessiert / sehr interessiert)



69%

Alterskategorie
(25-34 Jahre)

64%



Soziale Nachhaltigkeit
(Interessiert / sehr interessiert)



Ökologische Nachhaltigkeit
(Interessiert / sehr interessiert)

75%

Gesamtbevölkerung

77%

Soziale Nachhaltigkeit ist und bleibt die

Sport-DNA – Glaubwürdiges Engagement für den Sport und seine Sponsoren

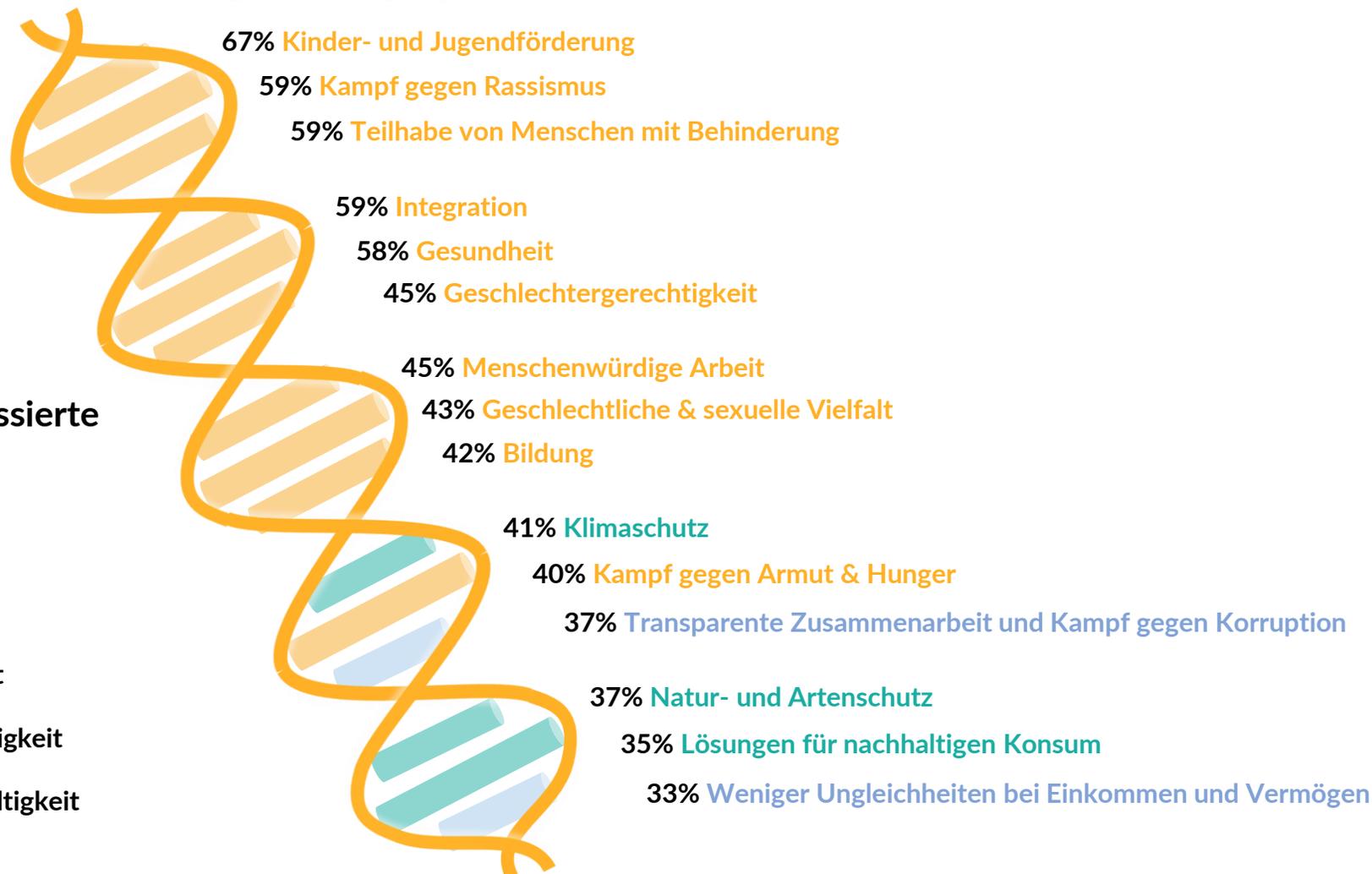
Zustimmungsrate Sportinteressierte



■ Komponenten sozialer Nachhaltigkeit

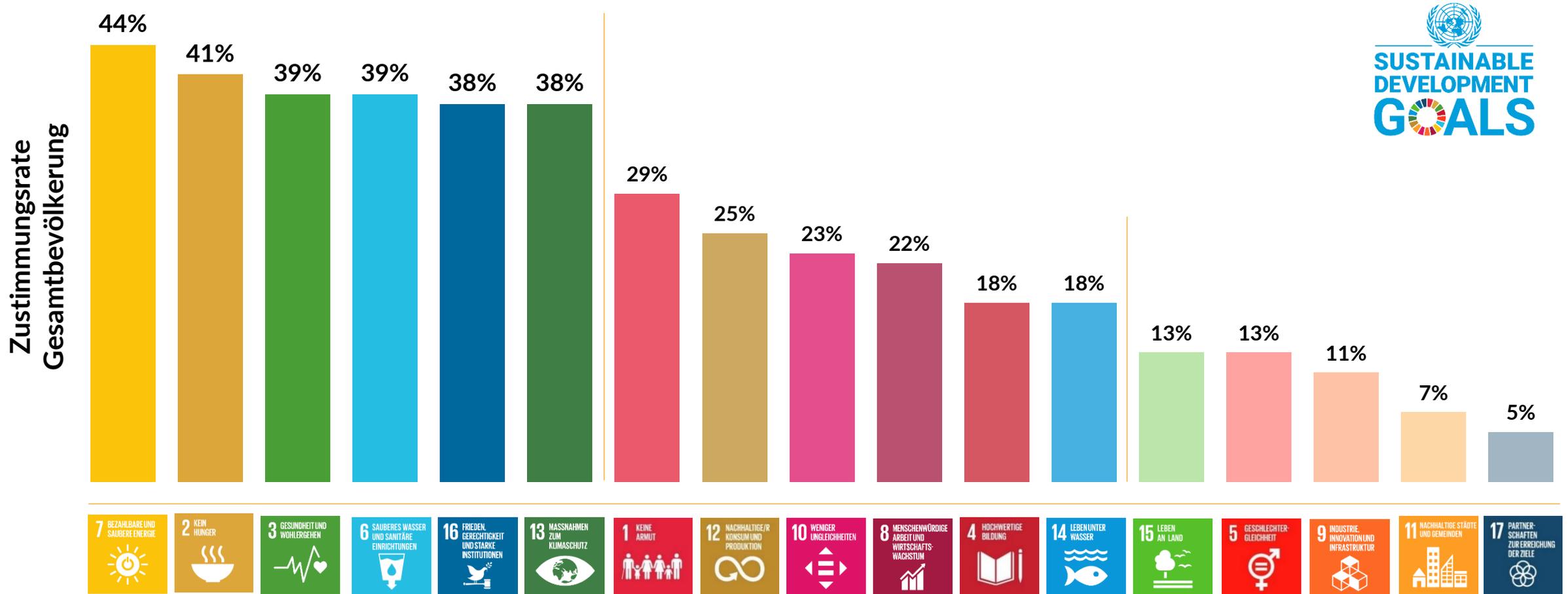
■ Komponenten ökologischer Nachhaltigkeit

■ Komponenten ökonomischer Nachhaltigkeit



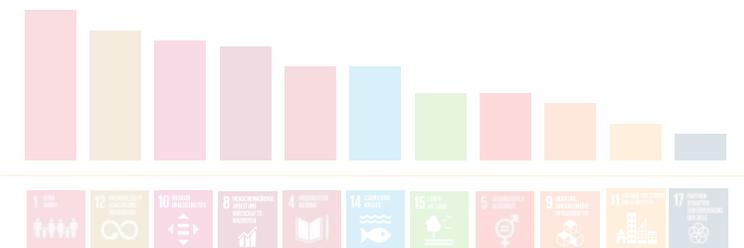
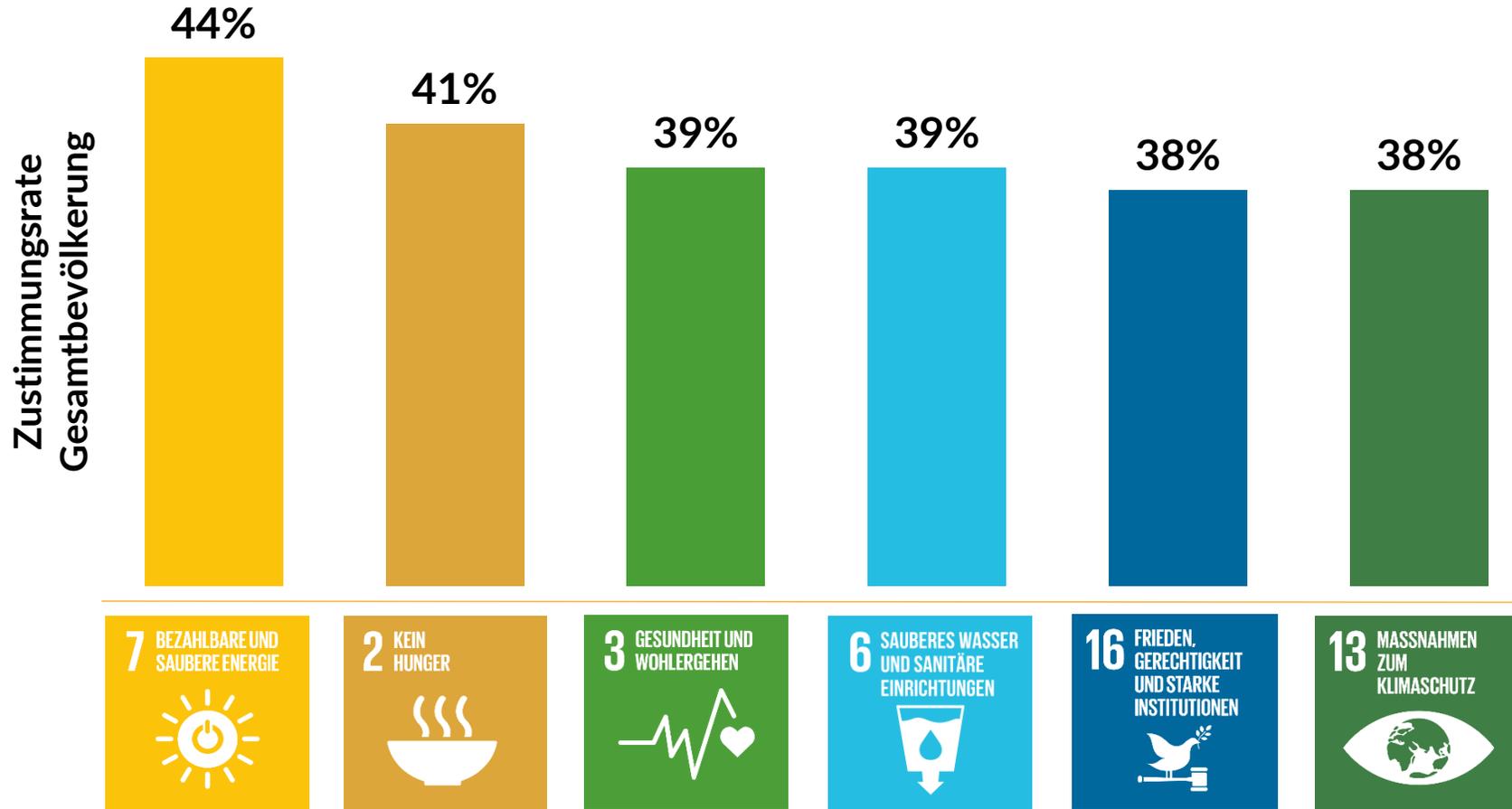
Basis Netto: Sportinteressierte (939) „Und bei welchen Themen kann sich der organisierte Sport (Vereine, Verbände, Ligen, Sportler:innen) gemeinsam mit seinen Sponsoren aus Ihrer Sicht besonders glaubwürdig engagieren?“ (Bitte wählen Sie in jeder Zeile eine Antwort aus.) (5-er Skala: Kann sich glaubwürdig engagieren bis kann sich überhaupt nicht glaubwürdig engagieren)

SDGs in der Priorisierung – aus 17 Zielen entstehen im Hinblick auf die Priorisierung aktuell drei Cluster



Basis Netto: Gesamt (2022) „Vertiefen wir noch einmal den Bereich Nachhaltigkeit. Die Vereinten Nationen (UN) haben 17 internationale Nachhaltigkeitsziele definiert. Wenn Sie für sich priorisieren müssten: Welche fünf Ziele sind für Sie persönlich am Wichtigsten?“ (Bitte wählen Sie fünf Ziele aus.)

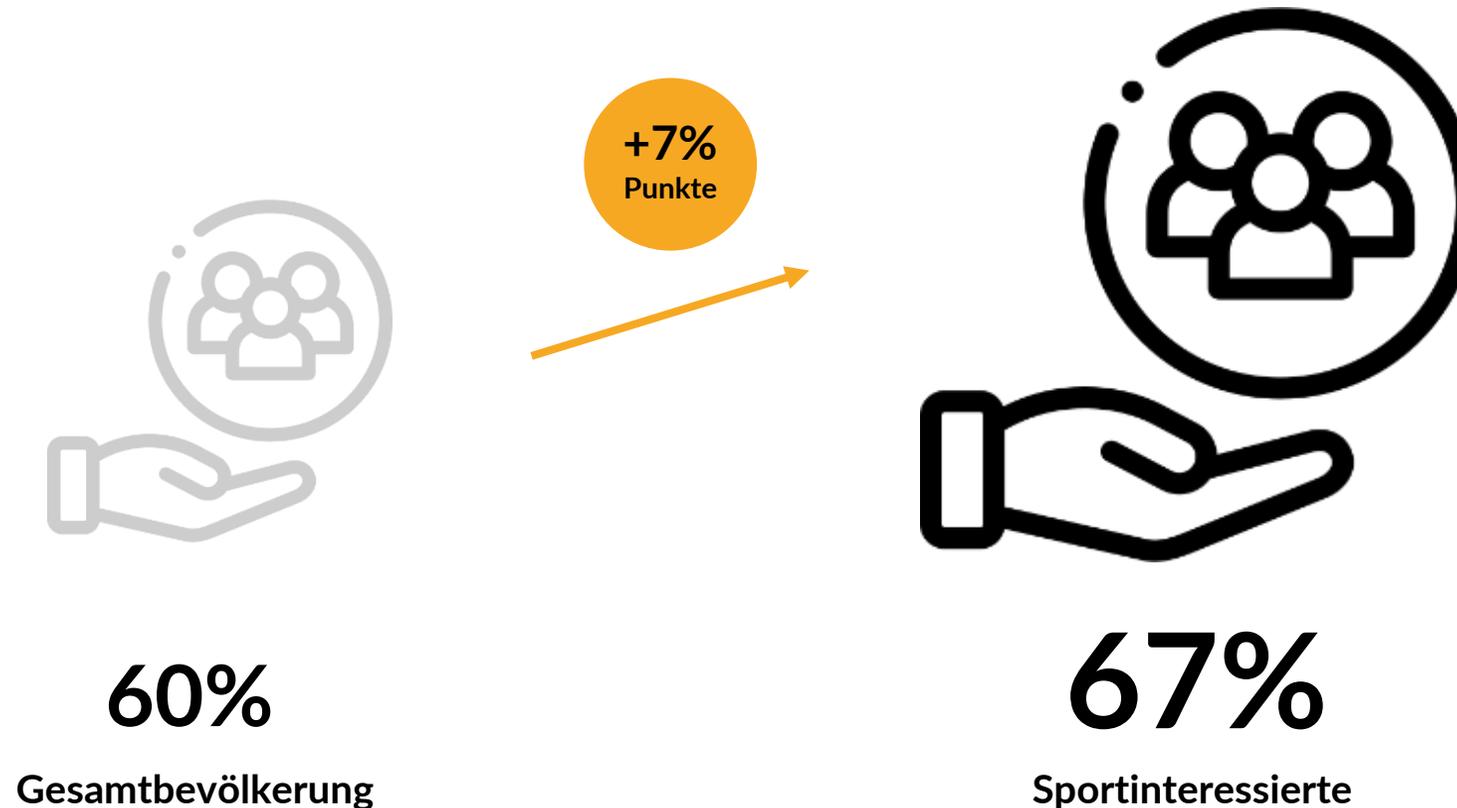
Cluster 1 – Energiekrise beeinflusst den Fokus, Gesundheit und Wohlergehen mit hoher Bedeutung und in engem Kontext zu Sport



Basis Netto: Gesamt (2022) „Vertiefen wir noch einmal den Bereich Nachhaltigkeit. Die Vereinten Nationen (UN) haben 17 internationale Nachhaltigkeitsziele definiert. Wenn Sie für sich priorisieren müssten: Welche fünf Ziele sind für Sie persönlich am Wichtigsten?“ (Bitte wählen Sie fünf Ziele aus.)

Starkes Engagement - Sportinteressierte schätzen

Ihren Beitrag zur Erreichung der SDGs als hoch ein



Basis Netto: Gesamt (2022) vs. Sportinteressierte (939) „Mit den zuvor aufgeführten Zielen beschreiben die Vereinten Nationen die gemeinsame Verantwortung von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und auch der Zivilgesellschaft. Insofern kann auch jeder einzelne Mensch einen Beitrag leisten, um diese Ziele zu erreichen. Wenn Sie einmal an Ihr Handeln im Alltag denken, wie sehr leisten Sie persönlich z.B. mit Ihrem Konsum oder gesellschaftlichen Engagement einen Beitrag zur Erreichung der Ziele?“ (10-er Skala: Einen hohen Beitrag bis geringen Beitrag)

Gesellschaftliche Verantwortung wird stärker

wahrgenommen – die abnehmende Zustimmungsrage spricht für größeres Engagement des organisierten Sports und seiner Sponsoren



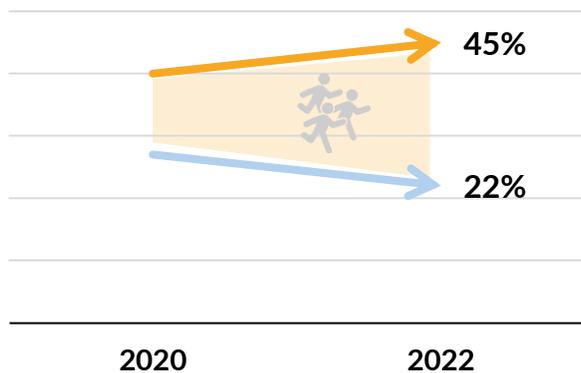
Basis Netto Gesamt (2022) „Sponsoren und Partner, die im Sport aktiv sind, müssen mehr gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und sich für Nachhaltigkeit einsetzen.“ (5-er Skala: Trifft voll und ganz zu bis trifft überhaupt nicht zu)

Sport als Mood-Booster und verbindendes Element

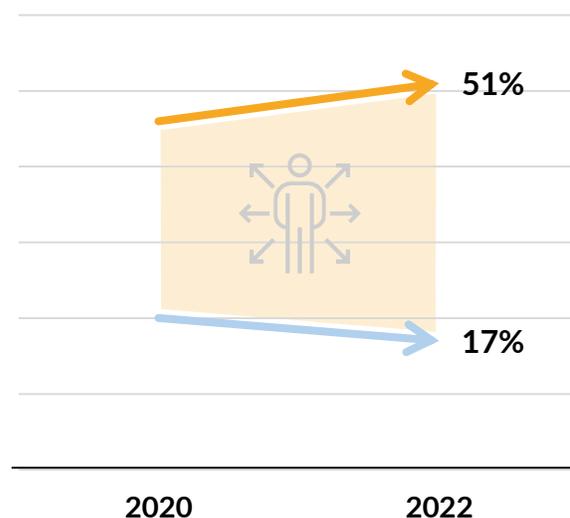
Element – Verankerung in der Gesellschaft steigt immer weiter



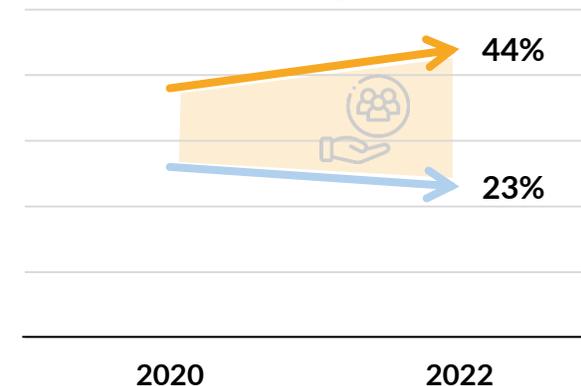
„Sport ist für mich **mehr als Wettkampf: Bewegung und Gemeinschaft** stiften Halt und Lebensfreude.“



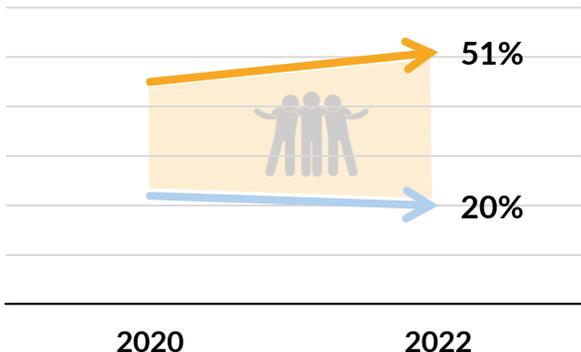
„Sport ist mehr als nur gemeinsam zu schwitzen: Menschen werden über jegliche **Grenzen hinweg** miteinander **verbunden**.“



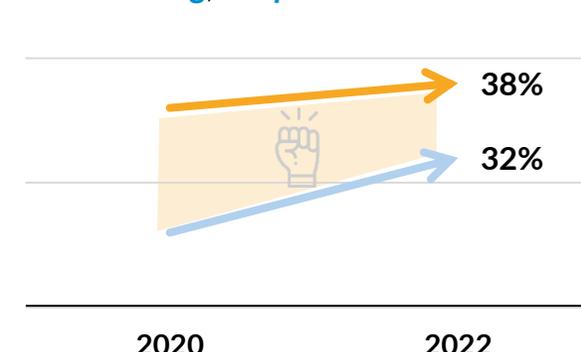
„Der organisierte Sport hat eine **Verantwortung**, zu gesellschaftlichen Themen Stellung zu nehmen.“



„Sport bedeutet für mich **Zusammenhalt und Teamgeist**.“



„Sport ist für mich **während einer Krise wichtig**, um **positiv** zu bleiben.“



Stimme voll und ganz / eher zu

Stimme überhaupt nicht / eher nicht zu

Basis Netto: Gesamt (2022) „Teilweise übernimmt der organisierte Sport (Vereine, Verbände, Ligen, Sportler:innen) gesellschaftliche Verantwortung. Nachfolgend finden Sie einige generelle Aussagen zu diesem Thema. Geben Sie bitte zu jeder Aussage an, inwieweit Sie ihr zustimmen. (Bitte wählen Sie in jeder Zeile eine Antwort aus.) (5-er Skala: Trifft voll und ganz zu bis trifft überhaupt nicht zu)

Emotionen erleben: Sport als wichtiger

Bestandteil in den Medien – besonders Livesport im Fernsehen und Stream fehlte während des Lockdowns; 1/3 hat die Gemeinschaft stark vermisst



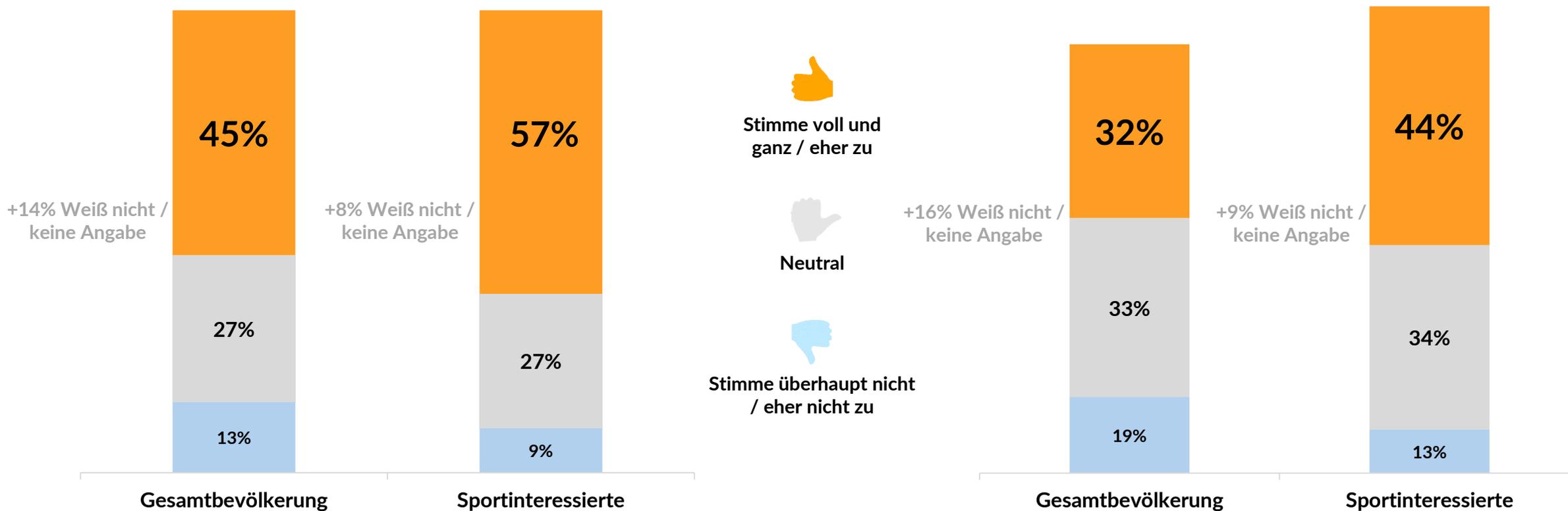
Basis Netto: Sportinteressierte (939) „Sport generell bzw. Sportveranstaltungen sind aktuell wieder nahezu ohne Einschränkungen möglich. Wie sehr haben Ihnen die folgenden Bereiche gefehlt, die während des Lockdowns nicht möglich waren?“ (Bitte wählen Sie in jeder Zeile eine Antwort aus.)

Sportsponsoring ist die Kommunikationsplattform für Unternehmen

– der Raum für werbliche Botschaften ist groß

„Sponsoren sind integraler Bestandteil und als Förderer des Sports akzeptiert.“

„Ich finde es gut, wenn Unternehmen ihr Sportsponsoring für die Kommunikation nutzen.“



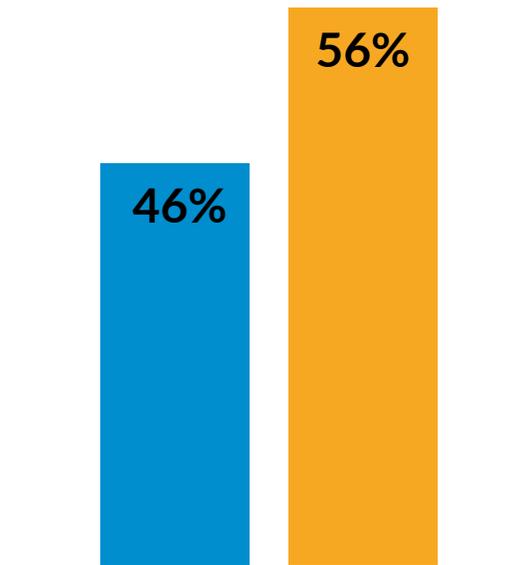
Basis Netto: Gesamt (2022) vs. Sportinteressierte (939) „Im Folgenden geht es nun um Sponsoren und Partner im Sport. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.“ (Bitte wählen Sie in jeder Zeile eine Antwort aus.) (5-er Skala: Stimme voll und ganz zu bis stimme überhaupt nicht zu)

Emotionen und Reichweite – Sport ist als

Hoffnungsträger und Unterstützer auch in Krisenzeiten gesellschaftlich anerkannt

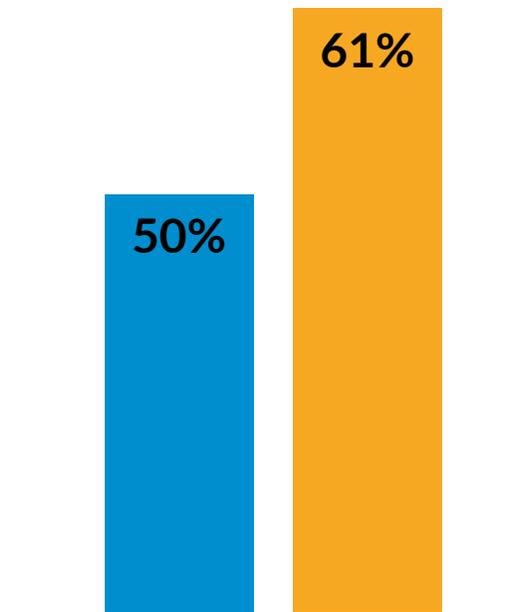
EMOTIONEN

„Der Sport kann besonders helfen, durch die **emotionalen Bindungen** zu seinen **Bezugsgruppen** Spenden oder Hilfsgüter zu initiieren bzw. solche Aktionen zu unterstützen.“



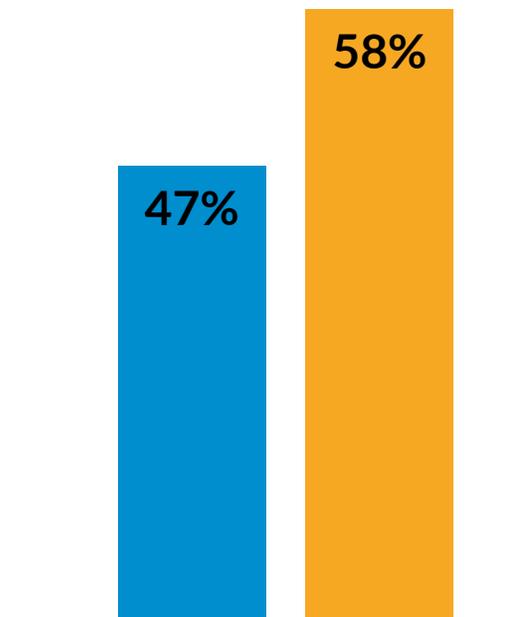
HOFFNUNG

„Der Sport gibt den **Menschen weltweit** auch in solch schwierigen Ausnahmesituationen **Hoffnung**.“



REICHWEITE

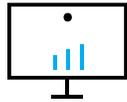
„Die **Reichweite** von Sport kann dabei helfen auf **wichtige Botschaften** in Kriegssituationen aufmerksam zu machen.“



Basis Netto: Gesamt (2022) vs. Sportinteressierte (939) „Abschließend möchten wir Ihre Meinung zu einem besonderen Thema einholen. Seit mehreren Monaten herrscht Krieg in der Ukraine. Viele Sportorganisationen und Sponsoren haben sich in diesem Zeitraum gemeinsam deutlich gegen Russland positioniert und mit Sanktionen und Aktionen gehandelt. Wie schätzen Sie allgemein den Stellenwert von Sport in solchen Krisen- bzw. Kriegssituationen ein?“ (Bitte wählen Sie in jeder Zeile eine Antwort aus.)

„Nachhaltigkeit, Sport und Sponsoring - in Krisenzeiten verstärkt im Fokus“

Institut: YouGov



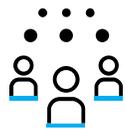
METHODE

Online-Interviews
Exklusivbefragung



ERHEBUNGSZEITRAUM

24.08. - 26.08.2022



STICHPROBE

Die Stichprobe ist hinsichtlich Alter, Geschlecht und Region repräsentativ für die bundesdeutsche Bevölkerung ab 16 Jahren

n = 2.022, davon n = 939 Sportinteressierte