



Über
Magistrat

Der Oberbürgermeister

und
Frau Stadtverordnetenvorsteherin
Christa Gabriel

an den Ausschuss für Freizeit und Sport

1. März 2018

Sitzung Ausschuss für Freizeit und Sport am 25. Januar 2018,
Vorlagen-Nr. 18-F-05-0002

**Wiesbadener Sportvereine besser in den Ball des Sports einbeziehen - Antrag der
Stadtverordnetenfraktion der FDP vom 17.01.2018**

Beschluss Nr. 0003

Der Magistrat wird gebeten zu berichten,

1. welche Maßnahmen von Seiten des Magistrats ergriffen wurden, um die heimischen Sportvereine und die Bevölkerung besser in die diesjährige Veranstaltung einzubinden.
2. wie er sich die zukünftige Einbeziehung der heimischen Sportvereine grundsätzlich vorstellt, zum Beispiel durch die Initiierung eines Dialogs zwischen der Deutschen Sporthilfe und den Vereinen.
3. wann die Beschlusspunkte aus Beschluss 0045 vom 3. November 2016 des Ausschusses für Freizeit und Sport umgesetzt werden.

1. Im Rahmen des Balles des Sports gibt es bereits seit vielen Jahren das „Schnuppertraining“ mit Spitzensportlern am Vormittag des Balltages, welches sich an die Wiesbadener Sportvereine richtet. Dabei steht jedes Jahr eine andere Sportart im Fokus. Jugendliche haben dabei die Möglichkeit, mit Spitzensportlern zu trainieren, von diesen Tipps zu erhalten und mit diesen ins Gespräch zu kommen. Seit Jahren wird dieses Angebot von den Vereinen auch rege angenommen. Dieses „Schnuppertraining“ wird auch in den kommenden Jahren stattfinden.

Darüber hinaus fand dieses Jahr erstmals ein Charity-Lauf zugunsten der WiSpo statt, an dem ca. 450 Läufer (Erwachsene und Kinder/Jugendliche) teilnahmen. Durch die Startgelder der Teilnehmer und Mithilfe von Sponsoren konnte eine Spende in

Höhe von 10.000 € an die WiSpo übergeben werden. Auch diese Veranstaltung soll im kommenden Jahr wieder stattfinden.

2. Ob weitere Möglichkeiten zur Einbindung von Wiesbadener Sportvereinen bestehen, wird zwischen dem Förderverein Deutsche Sporthilfe und der Deutschen Sporthilfe besprochen werden.

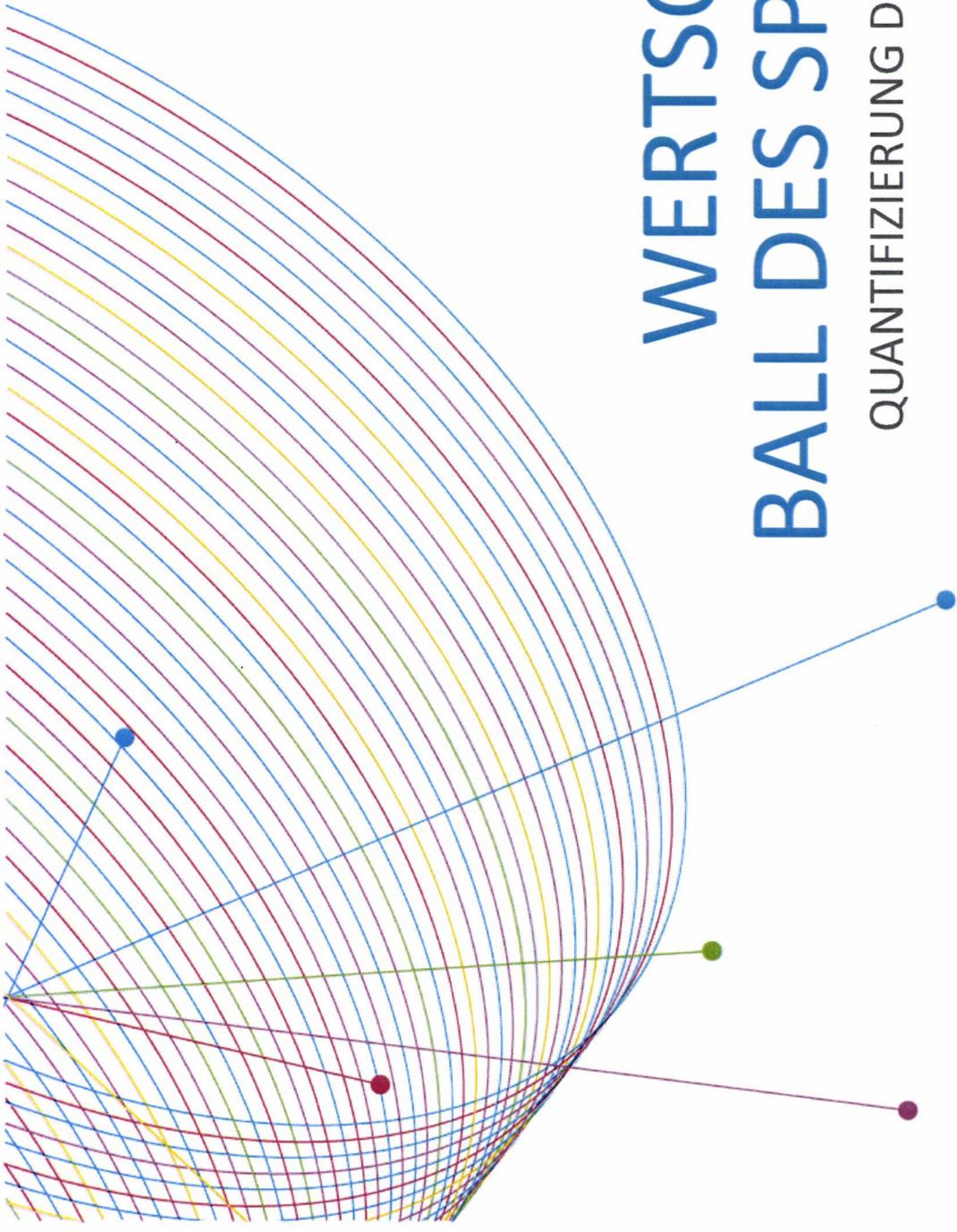
3. Eine Evaluierung zur Wertschöpfung wurde anhand des Balls des Sports 2016 durchgeführt. Im Ergebnis wurde ein medialer Werbewert des Balls des Sports für Wiesbaden in Höhe von 2 Mio. € ermittelt, d. h. um die mit dem Ball des Sports erzielte Sichtbarkeit zu erreichen, hätte die Landeshauptstadt Wiesbaden über 2 Mio. € in Werbung investieren müssen.
Die Ergebnisse der Evaluierung liegen diesem Anschreiben bei.

Mit freundlichen Grüßen



Sven Gerich





nielsen

WERTSCHÖPFUNG BALL DES SPORTS 2016

QUANTIFIZIERUNG DER MONETÄREN EFFEKTE



Expertise von Nielsen Sports
Ihre Kontaktpersonen: Dr. Jan Lehmann, Michael Heina



EINFÜHRUNG

HINTERGRUND

Der jährlich ausgerichtete „Ball des Sports“ fand in diesem Jahr schon zum 21. Mal in der Landeshauptstadt Wiesbaden statt. Zur Untermauerung der Bedeutung des Events für die Stadt Wiesbaden ist die Deutsche Sporthilfe als Ausrichter daran interessiert, sowohl den medialen als auch den ökonomischen Effekt des Events für die Stadt Wiesbaden zu quantifizieren.

HERANGEHENSWEISE

Nielsen Sports quantifiziert den ökonomischen Effekt des Ball des Sports für die Stadt Wiesbaden auf zwei Ebenen:

1. MEDIALER GEGENWERT

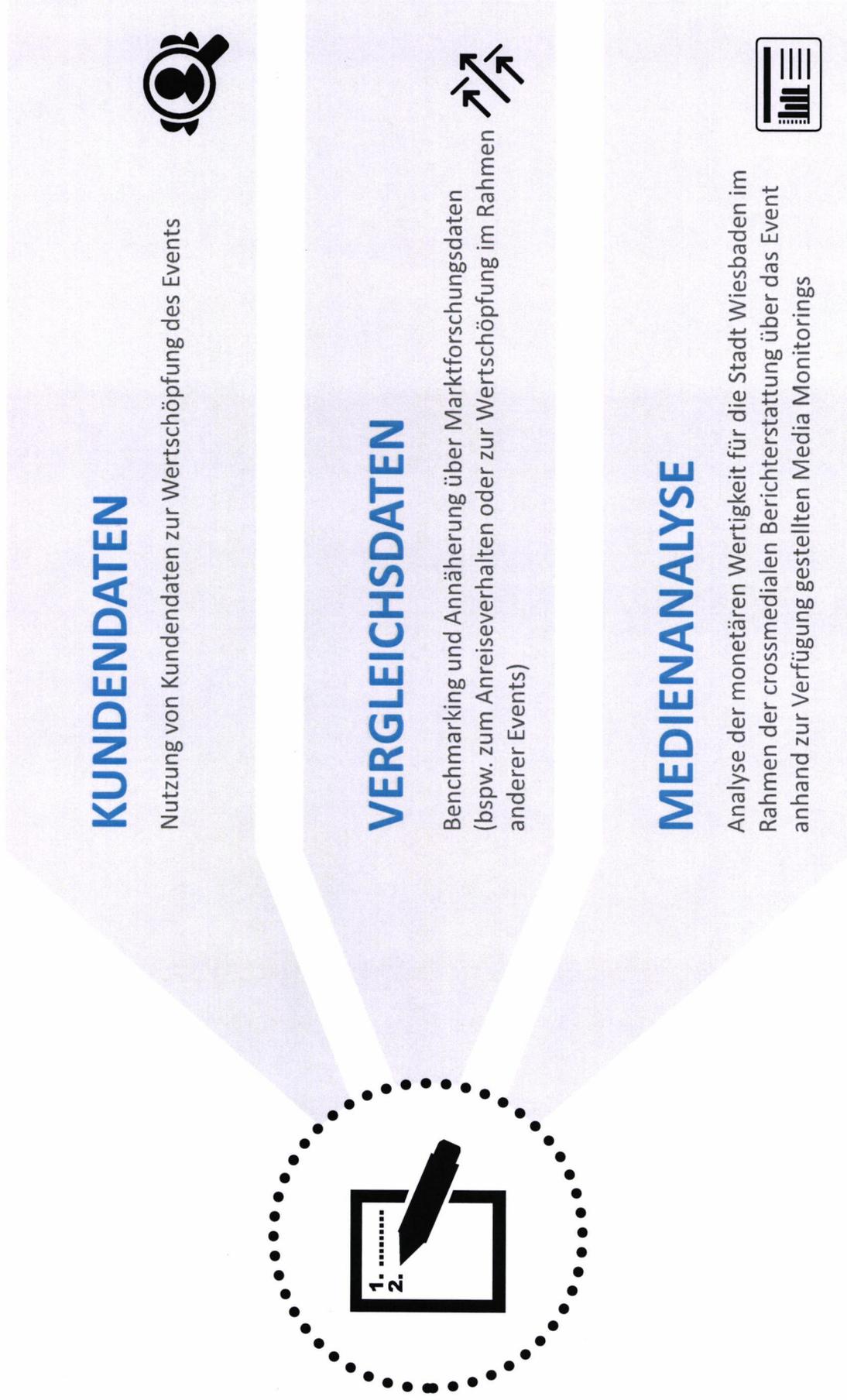
Hier wird die Frage beantwortet: „Was hätte die Stadt Wiesbaden in klassische Werbung investieren müssen, um die über den „Ball des Sports“ generierte crossmediale Sichtbarkeit zu erzielen (sogenannter Werbeäquivalenzwert)?“

2. DIREKTE, INDIREKTE UND INDUZIERTE WERTSCHÖPFUNG

Die in direktem Zusammenhang mit dem „Ball des Sports“ getätigten Ausgaben der Gäste (Übernachtungen in Hotels etc.) aber auch der Deutschen Sporthilfe (Catering etc.) werden von Nielsen Sports quantifiziert (direkte Wertschöpfung).

Speziell wird hierbei ein konkret messbarer monetärer Fußabdruck über Beschäftigungseffekte dargestellt, da bspw. Menschen aus Wiesbaden in der Hotellerie, Gastronomie oder aber der Deutschen Sporthilfe Anstellungen finden, was diese wiederum in die Lage versetzt, in der Stadt Wiesbaden einzukaufen, zu konsumieren etc. (induzierte Wertschöpfung).

VERWENDETE DATENQUELLEN

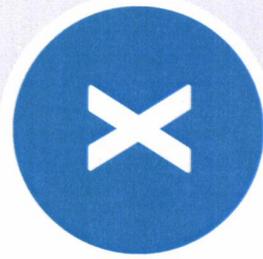


MANAGEMENT SUMMARY DER EFFEKTE DES BALL DES SPORTS FÜR WIESBADEN



EUR 280.000 für Übernachtungen:

Der größte Posten der Ausgaben der Gäste des Ball des Sports entfällt auf Übernachtungen in Wiesbadener Hotels.



EUR 1.7 Mio. direkte Wertschöpfung:

Die durch die Ausgaben der Gäste und der Deutschen Sporthilfe in Wiesbaden erzeugte direkte Wertschöpfung beläuft sich allein für die Stadt Wiesbaden auf ca. EUR 1,7 Mio.



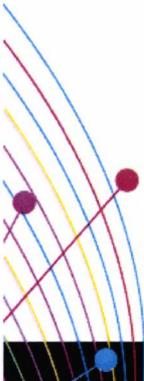
EUR 4.1 Mio. ökonomische Effekte:

Die Wertschöpfung für die Stadt Wiesbaden unter Berücksichtigung der indirekten und induzierten Wertschöpfung von EUR 2,4 Mio. liegt auf dem Niveau einer dreitägigen Veranstaltung mit bis zu 20.000 Besuchern.



EUR 2 Mio. medialer Werbewert:

Um die mit dem Ball des Sports erzielte Sichtbarkeit zu erzielen, hätte die Stadt Wiesbaden über EUR 2 Mio. in Werbung investieren müssen.



NUTZUNGSBEDINGUNGEN

Die vorliegende Studie genießt urheberrechtlichen Schutz. Alle Rechte sind der Repucom Deutschland GmbH vorbehalten. Insbesondere das Untersuchungsdesign sowie die in diesem Zusammenhang erarbeitete Interpretation und Einschätzung der Ergebnisse sind als geistiges Eigentum der Repucom Deutschland GmbH dieser vorbehalten. Bei beabsichtigter Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Weitergabe der Studie oder Teilen der Studie wird um vorherige Abstimmung mit der Repucom Deutschland GmbH gebeten. Im Übrigen gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Stand August 2014, abrufbar unter <http://repucom.net/agb>



DR. JAN LEHMANN
GESCHÄFTSFÜHRER

TEL.: +49 221 43073 119
JAN.LEHMANN@NIELSEN.COM



MICHAEL HEINA
SENIOR CONSULTANT

TEL.: +49 221 43073 193
MICHAEL.HEINA@NIELSEN.COM

nielsen
.....

AN UNCOMMON SENSE
OF THE CONSUMER™

REPUCOM DEUTSCHLAND
NIELSEN SPORTS
SCHEIDTWEILERSTR. 17
50933 KÖLN
REPUCOM.NET

