



Fragenkatalog & Handbuch

für die Befragung von Teilnehmenden bei Sportveranstaltungen in Tirol

Erstellt durch das Sports Research Lab Tirol (SRLT)
in Zusammenarbeit mit dem Projektteam der Sport Event Strategie Tirol

Kontakt: SportsResearchLabTirol@uibk.ac.at

– Stand November 2023 –

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| 1. ZIELE UND INHALTE DES FRAGENKATALOGS..... | 1 |
| 2. NUTZEN DES FRAGEKATALOGS | 1 |
| 3. INFORMATIONEN ZUR ERHEBUNG & AUSWERTUNG..... | 1 |
| 4. FRAGENKATALOG..... | 3 |
| I. Soziodemographische Daten | 3 |
| II. Sportinteresse..... | 4 |
| III. Sporttreiben | 5 |
| IV. Unterkunft & Anreise..... | 5 |
| V. Eventbeteiligung & -verhalten | 7 |
| VI. Motive für Teilnahme..... | 9 |
| VII. Konsumausgaben..... | 9 |
| VIII. Zufriedenheit & Wichtigkeit..... | 10 |
| IX. Nachhaltigkeit | 12 |
| X. Image..... | 13 |
| 5. TEXTE FÜR EINLEITUNG UND ABSCHLUSS..... | 14 |
| 6. AUSWERTUNGS-/DARSTELLUNGSOPTIONEN | 16 |
| A. Allgemeine Darstellungsoptionen..... | 16 |
| Säulendiagramme | 16 |
| Balkendiagramme..... | 17 |
| Kuchendiagramme | 18 |
| B. Darstellungsoptionen für spezifische Fragestellungen..... | 19 |
| Soziodemografische und beschreibende Angaben..... | 19 |
| Net-Promoter Score | 20 |
| Zufriedenheit und Wichtigkeit..... | 21 |
| Semantisches Differential | 22 |
| Word-Clouds..... | 22 |

1. ZIELE UND INHALTE DES FRAGENKATALOGS

Der Fragenkatalog wurde vom Sports Research Lab Tirol (SRLT) in Zusammenarbeit mit Expert:innen aus Sport, Events und Tourismus zur Analyse von Teilnehmenden an und Evaluierung von Sportveranstaltungen entwickelt. Ziel ist dabei, den Event-Veranstalter:innen ein unterstützendes Tool zu bieten, welches die eigenständige Befragung und Evaluation des Events in verschiedenen Aspekten ermöglicht.

Der Fragenkatalog lässt sich sowohl für eine Befragung der Zuschauer:innen, als auch für Teilnehmer:innen anwenden.

Mit Hilfe des Fragenkatalogs können Informationen und Feedback in folgenden Bereichen gewonnen werden:

1. Erkenntnisse über die Zuschauer:innen- und Teilnehmer:innenstruktur
 - a. Soziodemographischen Daten
 - b. Sportinteresse & persönliches Sporttreiben
 - c. Eventbeteiligung und -verhalten
2. Informationen zu den Konsumausgaben
3. Informationen über die Zufriedenheit und Wichtigkeit einzelner Teilaspekte des Events
4. Image-Bild des Events und der Region/Destination

2. NUTZEN DES FRAGEKATALOGS

Weshalb sollte ich als Veranstalter:in eine Befragung durchführen? Es gibt viele Gründe das eigene Event durch eine Befragung der Zuschauer:innen und/oder Teilnehmer:innen analysieren zu lassen:

- Gewinn vertiefender Erkenntnisse über die Teilnehmer: innen- /Zuschauer:innenstrukturen
- Verständnis der Bedürfnisse der eigenen Event-Zielgruppe
- Gezielte Partner-/Sponsorenakquise auf Grundlage von erhobenen Daten
- Zukünftige Verbesserung und Weiterentwicklung des eigenen Events auf Basis von Feedback
- Informationen und Daten als Legitimations- und Argumentationsgrundlage für die Durchführung des Events

3. INFORMATIONEN ZUR ERHEBUNG & AUSWERTUNG

VOR der Befragung

1. Entscheidung über die Inhalte der Befragung

- Zentrale Fragen: Was möchte ich mit der Befragung erreichen? Welche Ziele verfolge ich? Wozu dienen mir die Ergebnisse/der Output?
- **Relevante Bausteine und Fragen aus dem Fragenkatalog (Kap. 5) auswählen**
- Fragen und einzelne Antwortmöglichkeiten prüfen und ggf. an den eigenen Eventkontext anpassen
- Eigene Fragestellungen entwickeln, welche von zentralem Interesse sind, und in den Fragebogen aufnehmen

2. Erstellen des Online-Fragebogens

- Kostenfreie Software für die Erstellung und Erhebung des Fragebogens auswählen:
 - o SoSci: <https://www.soscisurvey.de/>
 - o LimeSurvey: <https://www.limesurvey.org/de/>

- Survey Monkey: <https://www.surveymonkey.de/>
- Fragebogen mit Einleitungs-/Willkommenstext beginnen und mit einem „Danke für die Teilnahme“-Text abschließen
- Für ein ansprechendes Fragebogen-Design, bspw. das Logo des Events in die Kopfzeile des Fragebogens integrieren
- Soziodemographische Daten sollten stets am Anfang oder am Ende (oder geteilt in zwei Blöcke am Anfang und am Ende) abfragt werden
- Ein- oder Überleitungstexte können im Sinne einer guten Benutzerführung vor thematischen Blöcken des Fragebogens hilfreich sein
- Anreize schaffen, den Fragebogen auszufüllen, z.B. durch einen Gewinn, welcher unter den Befragten verlost wird, wenn Fragebogen vollständig ausgefüllt ist

3. Entscheidung über die Art der Befragung

- a) On-Site Befragung
 - i. Besonders geeignet für: Befragung von Zuschauer:innen des Events
 - ii. Befragung vor Ort durch Personal mittels Computer, Tablets, Terminals, QR-Codes
 - iii. (+) direkter Kontakt zu Befragten im Feld, (-) Ressourcenintensiv, eingeschränkte Reichweite
- b) Online-Befragung
 - i. Besonders geeignet für: Befragung von Teilnehmer:innen (und Zuschauer:innen) des Events
 - ii. Befragung durch einen Online-Fragebogens (Aussendung des Fragebogens z.B. über vorhandene E-Mail-Verteiler)
 - iii. (+) hohe Reichweite durch Verteilung/Teilen des Fragebogen-Links, (-) erfordert entsprechende Kommunikation, z.B. beim Event durch QR-Code oder im Newsletter/E-Mail-Verteiler) und Schulung der Personen, die die Befragung durchführen
- c) Kombination von a) On-Site und b) Online-Befragung ist möglich und sinnvoll

WÄHREND der Befragung

- a) Falls On-Site/Befragung vor Ort
 - i. Befragungsorte/-zeiten nach dem Event-Programm planen
 - ii. Sicherstellung einer WLAN-Verbindung an den Befragungsorten bzw. Organisation von SIM-Karten für die Befragungsgeräte
- b) Falls Online-Befragung
 - i. Rücklauf & Laufzeit des Fragebogens prüfen
 - ii. „Reminder“ aussenden, falls Rücklauf ungenügend oder ausbaufähig

NACH der Befragung

- Datenerhebung abschließen und Daten exportieren (z.B. als Excel-Datei)
- Deskriptive Auswertungen und Darstellungen mittels Excel erstellen
- Mögliche Darstellungsformen befinden sich im Nachgang des Dokuments ([Kap. 6](#)) mit Link zu der jeweiligen Fragebatterie



Kontakt

Bei Fragen oder Anregungen bitte das Sports Research Lab (SRLT) kontaktieren:
SportsResearchLabTirol@uibk.ac.at

4. FRAGENKATALOG

I. Soziodemographische Daten

SD01_Geschlecht

Bitte geben Sie an, welchem Geschlecht Sie sich zugehörig fühlen:

- a. weiblich
- b. männlich
- c. divers

SD02_Alter

Bitte geben Sie Ihr Alter an: [Offenes Textfeld, Zahlen definiert]

SD03_Staatsbürgerschaft

Welche Staatsbürgerschaft(en) haben Sie? (Mehrfachauswahl)

- a. Österreich
- b. Deutschland
- c. Italien
- d. Schweiz
- e. Andere: [offenes Textfeld]

SD04_Wohnort (Hauptwohnsitz)

Wo befindet sich Ihr derzeitiger Hauptwohnsitz?

- a. Österreich
 - (Auflistung der Bezirke/Bundesländer)
 - ...
- b. Deutschland
- c. Italien
- d. Schweiz
- e. Frankreich
- f. Anderes Land: [offenes Textfeld]

SD05_Erwerbs-/Ausbildungssituation

Geben Sie Ihre hauptsächliche Erwerbs-/Ausbildungssituation in Bezug auf Ihre derzeitige Tätigkeit an:

- a. Schüler:in
- b. Lehrling
- c. Student:in
- d. Angestellte:r/Arbeiter:in
- e. Selbstständige:r
- f. arbeitslos oder arbeitssuchend
- g. Pensionist:in
- h. Hausfrau:männ
- i. Andere: [offenes Textfeld]

SD06_Ausbildung Detail

Bitte geben Sie ihre derzeitig höchste abgeschlossene Ausbildung an:

- a. Pflichtschule noch nicht abgeschlossen
- b. Pflichtschulabschluss
- c. Lehrabschluss
- d. Matura/Abitur
- e. Bachelor
- f. Master
- g. Diplom
- h. PhD/Doktorat
- i. Sonstiges: [offenes Textfeld]

SD07_Ausbildung einfach

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung?

- a. Pflichtschule
- b. Lehre/Berufsschule
- c. Fachschule ohne Matura (inkl. HaSch)
- d. AHS / BHS / Kolleg mit Matura
- e. Universität / Fachhochschule / Akademie

SD08_Monatsnettoeinkommen

Geben Sie Ihr derzeitiges monatliches Nettoeinkommen an:

- a. Weniger als 500 €
- b. 500 € – 999 €
- c. 1.000 € – 1.499 €
- d. 1.500 € – 1.999 €
- e. 2.000 € – 2.499 €
- f. 2.500 € – 2.999 €
- g. 3.000 € und mehr
- h. Keine Angabe

SD09_Auskommen mit dem Einkommen

Mit dem gegenwärtigen Einkommen kann ich/können wir...

- a. ...bequem leben.
- b. ...zurechtkommen.
- c. ...nur schwer zurechtkommen.
- d. ...nur sehr schwer zurechtkommen.

II. Sportinteresse

SI01_Sportinteresse allgemein

Wie stark interessieren Sie sich im Allgemeinen für Sport?

Skala [Sehr starkes Interesse – starkes Interesse – mittelmäßiges Interesse – weniger starkes Interesse – überhaupt kein Interesse]

SI02_Sportinteresse differenziert

Bitte teilen Sie mit, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen.

Skala [trifft voll und ganz zu – trifft eher zu – teils/teils – trifft eher nicht zu – trifft überhaupt nicht zu – weiß nicht]

- a. „Es ist wichtig für mich, Sportberichte, z.B. in der Zeitung, im TV, im Internet oder anderen Medien zu lesen, bzw. zu verfolgen.“
- b. „Sport ist meine liebste Freizeitaktivität.“
- c. „Es ist mir wichtig, andere für Sport zu begeistern.“

III. Sporttreiben

ST01_Sporttreiben generell

Wie oft treiben Sie Sport?

- a. 5x pro Woche oder öfter
- b. 3 – 4 x pro Woche
- c. 1 – 2 x pro Woche
- d. 1 – 3 x pro Monat
- e. Weniger als 1 x pro Monat
- f. Nie

ST02_Sporttreiben spezifisch

Wie oft machen Sie/fahren Sie Sport XY?

- a. 5x pro Woche oder öfter
- b. 3 – 4 x pro Woche
- c. 1 – 2 x pro Woche
- d. 1 – 3 x pro Monat
- e. Weniger als 1 x pro Monat
- f. Nie

ST03_Disziplin

Welche Disziplin bevorzugen Sie? (Bsp. Mountainbike)

- a. Touren
- b. Allmountain/Enduro
- c. Race/Marathon
- d. Freeride/Downhill
- e. Dirt
- f. (Street)Trial

ST04_Teilnahme Sportevent

Nehmen Sie dieses Jahr als aktive:r Teilnehmer:in bei anderen Sportveranstaltungen teil? Falls ja, führen Sie bitte jeweils Eventname + Sportart an.

- a. Ja, und zwar an: [Offenes Textfeld]
- b. Nein, ich nehme aktiv an keinen weiteren Sportveranstaltungen in diesem Jahr teil.

IV. Unterkunft & Anreise

UA01_Buchung

Wie haben Sie gebucht?

- a. Anfrage beim Vermieter (z.B. E-Mail, Telefon)
- b. Anfrage beim Tourismusverband (z.B. E-Mail, Telefon)
- c. Online – Buchungsplattform
- d. Online – Direkt bei der Unterkunft
- e. Anderweitig: [Offenes Textfeld]

UA02_Art der Unterkunft

In welcher Art von Unterkunft haben Sie primär im Rahmen dieses Aufenthaltes genächtigt, bzw. nächtigen Sie?

- a. Hotel ****4s bis ***** 5s
- b. Hotel * 1s bis *** 3s/Motel
- c. Pension
- d. Ferienwohnung
- e. Offizieller Campingplatz
- f. Auto/Wildcamping
- g. Freunde/Familie/Couchsurfing
- h. Privat gemietetes Zimmer/Wohnung/Airbnb
- i. Sonstiges: [offenes Textfeld]

UA03_Dauer des Aufenthalts

Wie lange sind Sie, bzw. waren Sie vor Ort?

Bitte geben Sie die Anzahl an Nächten an, die Sie in der **Region X** verbringen, bzw. verbracht haben.

- a. Tagesgast, ohne Übernachtung.
- b. _____ (offenes Textfeld, Anzahl, Zahlen definiert) Nächte in der Region.

UA04_Lokalisation der Unterkunft

Ihre Ferienunterkunft befindet, bzw. befand sich...

(Bitte geben Sie den genauen Ort ihrer Unterkunft an.)

- a. ...innerhalb Tirols, in: _____ (offenes Textfeld, Name des Ortes)
- b. ...außerhalb Tirols, in: _____ (offenes Textfeld, Name des Ortes)

UA05_Verkehrsmittel

Welches Verkehrsmittel haben Sie primär für die Anreise nach Tirol zum **Event XY** genutzt?

- a. Zu Fuß
- b. Fahrrad oder E-Scooter
- c. Privater PKW
- d. Mitfahrgelegenheit (in privaten Fahrzeugen)
- e. Organisierte Fahrgemeinschaft (z.B. über den Verein)
- f. Carsharing (gemietetes Fahrzeug)
- g. Öffentliches Verkehrsmittel (z.B. Bahn/Zug, Bus, Straßenbahn)
- h. Flugzeug
- i. Taxi oder Fahrdienst
- j. Sonstiges: [offenes Textfeld]

UA05_2_Anzahl Personen im PKW

Falls Sie ein privaten PKW benutzen, wie viele Personen haben das gleiche Auto genutzt um zum **Event XY** zu kommen? [offenes Textfeld, Zahlen definiert]

V. Eventbeteiligung & -verhalten

EV01_Information

Wie sind Sie auf das Event XY aufmerksam geworden?

- a. RennRad-Magazin
- b. Zeitung / Zeitschrift / Inserat
- c. Soziale Medien / Online
- d. Bekannte / Freunde
- e. Durch andere Sportveranstaltungen
- f. Messen
- g. Anderweitig: [offenes Textfeld]

EV02_Rolle

In welcher Rolle sind Sie bei Event XY dabei? (Wenn Sie während des Events mehr als eine Rolle übernehmen, wählen Sie bitte jene Rolle, mit der Sie sich am meisten identifizieren)

- a. Zuschauer:in
- b. Athlet:in
- c. Race Team / Athletenbetreuer:in
- d. Aussteller:in / Sponsor
- e. Medienvertreter:in
- f. Mitarbeiter:in / Volunteer

EV03_Segmentierung Eventtourist

Welche Aussage trifft auf Sie zu?

- a. Maßgeblich für meine Entscheidung nach Tirol zu kommen war der Event XY.
- b. Ich besuche den Event XY, weil ich sowieso gerade in Tirol bin.
- c. Ich habe meinen Tirol Aufenthalt aufgrund des Event XY um ____ (offenes Textfeld, Zahlen definiert) Tage verlängert (z.B. frühere Anreise und/oder spätere Abreise).

EV04_Erster Eventbesuch

Sind Sie zum ersten Mal beim Event XY dabei?

- a. Ja, ich nehme zum ersten Mal teil.
- b. Nein, ich habe bereits ____ Mal [offenes Textfeld, Zahlen definiert] teilgenommen.

EV05_Eventtage

Wie viele Tage besuchen Sie das Event?

- a. 5 Tage
- b. 4 Tage
- c. 3 Tage
- d. 2 Tage
- e. 1 Tag
- f. Noch unentschlossen

EV06_Begleitung Anzahl

Mit wie vielen Personen besuchen Sie dieses Event?

- a. Alleine
- b. Mit 1 Person
- c. Mit 2 Personen
- d. Mit 3 Personen
- e. Mit 4 Personen
- f. Mit 5 Personen
- g. Mit mehr als 5 Personen

EV07_Begleitung Art

Wenn nicht „alleine“: Wer begleitet Sie?

- a. Partner:in
- b. Kinder
- c. Eltern
- d. Freunde
- e. Teamkolleg:innen
- f. Arbeitskolleg:innen
- g. Geschäftspartner:innen
- h. Organisierte Gruppe
- i. Andere: [offenes Textfeld]

EV08_Teilnahme Wettkämpfe

An welcher **Strecke** haben Sie beim **Event XY** teilgenommen?

Frage und Antwortoptionen dienen der Inspiration

- a. 56km Strecke
- b. 94km Strecke
- c. 129km Strecke
- d. 214km Strecke

EV09_Teilnahme Side-Events

An welchen der folgenden Programmpunkte, bzw. Side-Events haben Sie im Zuge des **Events XY** teilgenommen?

Punkte dienen der Inspiration

- a. Ausfahrt am Samstag
- b. Rennradwoche
- c. Rad-Stammtisch
- d. Fahrerbesprechung vor Ort
- e. Fahrerbesprechung online
- f. Ich habe keines dieser Side-Events besucht.

VI. Motive für Teilnahme

Unten finden Sie verschiedene Statements hinsichtlich Ihrer Motive, an der Veranstaltung teilzunehmen. Bitte geben Sie an, wie wichtig die einzelnen Statements für Sie sind:
Skala [sehr unwichtig – unwichtig – neutral – wichtig – sehr wichtig]

MO01_Motive Teilnahme

- a. weil ich gerne Sommersport/Wintersport betreibe.
- b. weil es eine internationale Veranstaltung ist.
- c. wegen der Atmosphäre.
- d. um mich mit mir selbst zu messen, meine Leistung zu verbessern und ein bestimmtes Ziel zu erreichen.
- e. weil ich bei den Wettkämpfen meine Leistung testen kann.
- f. um mit anderen Sportler:innen in Kontakt zu kommen.
- g. gegen einige der besten Athlet:innen meines Alters antreten kann.
- h. weil die das Event XY eine große Herausforderung ist.
- i. um stolz auf mich zu sein und ein Erfolgserlebnis zu haben.
- j. um Zeit mit Freunden zu verbringen.
- k. eine Gruppenidentität mit anderen Sportler:innen zu teilen.
- l. weil die Veranstaltung gut organisiert ist.
- m. um neue Leute kennenzulernen.
- n. weil es ein "Muss" ist.
- o. um eine neue Gegend zu erkunden.
- p. um der normalen Routine und dem Stress zu entfliehen.
- q. um meine Gesundheit zu verbessern.
- r. um mich zu entspannen.
- s. weil es ein Grund ist, Tirol zu besuchen.
- t. weil ich ein persönliches Ziel verfolge, an einer bestimmten Anzahl von Wettkämpfen teilzunehmen.
- u. weil ich regelmäßig an dem Event XY teilnehme.
- v. um meine Familie und Freunde stolz auf mich zu machen.
- w. um Zeit mit der Familie zu verbringen.
- x. weil die ganze Familie an der Veranstaltung teilnehmen kann.
- y. Das Preisgeld ist reizvoll.

VII. Konsumausgaben

Wichtig: Die Fragen zu den Konsumausgaben müssen stets auf Sinnhaftigkeit im Kontext der zu untersuchenden Veranstaltung betrachtet und angepasst werden. Es kann durchaus sinnvoll sein, einzelne Posten pro Tag abzufragen oder mit einem anderen Bezug abzufragen (im Rahmen des Events vs. abseits des Events).

KA01_Konsumausgaben im Rahmen des Events – Insgesamt

Wie viel geben, bzw. gaben Sie INSGESAMT während Ihres Gesamtaufenthaltes (im Rahmen des Events XY) inkl. aller Mitreisenden aus? (Bitte benutzen Sie: „0“ = keine Ausgabe, „X“ = Ich kann diesen Betrag nicht schätzen)

- a. Startgeld / Eintrittsgeld: [Angabe in €]
- b. Merchandise-Artikel: [Angabe in €]
- c. Unterkunft pro Nacht: [Angabe in €]
- d. An- und Abreise von der Unterkunft zum Veranstaltungsort: [Angabe in €]

KA02_Konsumausgaben abseits des Events – Insgesamt

Wie viel geben, bzw. gaben Sie INSGESAMT während ihres Gesamtaufenthaltes (**abseits** des Events XY) inkl. aller Mitreisenden aus?

- a. Essen und Getränke: [Angabe in €]
- b. Medizinische Produkte & Dienstleistungen (z.B. Schmerzgel, Massage, etc.): [Angabe in €]
- c. Sportliche Aktivitäten und Dienstleistungen (z.B. Bergbahntickets, Ausleihen von Rädern, etc.): [Angabe in €]
- d. Shopping und weitere Ausgaben für sonstige Unternehmungen: [Angabe in €]

VIII. Zufriedenheit & Wichtigkeit

ZW01_Zufriedenheit / Wichtigkeit einzelner Aspekte

Wie beurteilen Sie persönlich die Zufriedenheit/Wichtigkeit folgender Aspekte des Events XY?

Skala Zufriedenheit [sehr unzufrieden – unzufrieden – neutral – zufrieden – sehr zufrieden]

Skala Wichtigkeit [sehr unwichtig – unwichtig – neutral – wichtig – sehr wichtig]

Punkte/Leistungen dienen der Inspiration

- a. Kostenloses Shuttle
- b. Öffentliche Verkehrsmittel
- c. Parkplätze
- d. Verpflegungsangebot
- e. Sportliche Leistungen
- f. Festivalgelände
- g. Musik/Unterhaltung vor Ort
- h. Expo-Area
- i. Leitsystem/Beschilderung
- j. Freundlichkeit des Personals
- k. After-Show Programm (Partys)
- l. Side Events (bspw. Side Event X, Side Event Y)
- m. Atmosphäre
- n. Preis-/Leistungs-Verhältnis Ihres Tickets
- o. Eröffnungsfeier
- p. Medizinische Versorgung
- q. Anreise zum Veranstaltungsort
- r. Personal
- s. Allg. Informationsmöglichkeiten
- t. Allg. Sicherheitsniveau
- u. Gesamtorganisation des Events
- v. Unterkunft
- w. Kinder und Familienangebote
- x. ...

[Darstellungsmöglichkeiten vorhanden \(hier klicken\)](#)

ZW02_Highlight & Flop

Nennen Sie bitte Ihr persönliches Highlight und Ihren persönlichen Flop des Events/des bisherigen Aufenthaltes?

- a. Highlight: [Offenes Textfeld]
- b. Flop: [Offenes Textfeld]

[Darstellungsmöglichkeiten vorhanden \(hier klicken\)](#)

ZW03_Gesamtzufriedenheit

Wie beurteilen Sie persönlich die Gesamtzufriedenheit mit dem Event XY?
Skala [Sehr zufrieden – unzufrieden – neutral – zufrieden – sehr zufrieden]

ZW04_Gesamtzufriedenheit Faktoren

Wie groß ist der Einfluss der folgenden Faktoren auf die Gesamtzufriedenheit mit dem Event XY?

- a. Positives Erleben der Gemeinschaft
- b. Spannung und Atmosphäre bei den Wettbewerben
- c. Eigener Erfolg bei den Wettkämpfen
- d. Wetterbedingungen

ZW05>Weiterempfehlung EVENT – Net Promoter Score

Auf einer Skala von 0 bis 10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie das Event XY an Freunde oder Kolleg:innen weiterempfehlen?

Skala [0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10]

[Darstellungsmöglichkeit vorhanden \(hier klicken!\)](#)

ZW06>Weiterempfehlung REGION – Net Promoter Score

Auf einer Skala von 0 bis 10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Region XY an Freunde oder Kolleg:innen weiterempfehlen?

Skala [0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10]

[Darstellungsmöglichkeit vorhanden \(hier klicken!\)](#)

ZW07_Besuch Region

Waren Sie unabhängig vom Event XY schon einmal in der Region XY?

- a. Ja
- b. Nein

ZW08_Zukünftige Events

In welchem Ausmaß treffen folgende Aussagen auf Sie zu?

Skala [gar nicht – etwas – einigermaßen – überwiegend – voll und ganz]

- a. Ich werde voraussichtlich beim Event XY im nächsten Jahr teilnehmen.
- b. Ich werde voraussichtlich bei anderen Veranstaltungen in der Region XY teilnehmen (bspw. Event 1, Event 2).

ZW09_Teilnahme weiterer Events

Nehmen Sie dieses Jahr an weiteren Events (ähnlich zu Event XY) teil?

- a. Ja, und zwar an: _____ [Offenes Textfeld]

- b. Nein, ich nehme an keinen weiteren Events (ähnlich zu Event XY) in diesem Jahr teil.

IX. Nachhaltigkeit

NH01_Wichtigkeit Nachhaltigkeitsaspekte

Wie wichtig ist Ihnen...?

Skala [sehr unwichtig – unwichtig – neutral – wichtig – sehr wichtig]

- a. ...die Nutzung vorhandener Infrastruktur (z.B. Wanderwege)
- b. ...ein Shuttle-/Transportsystem zur Vermeidung von Individualverkehr
- c. ...eine Mülltrennung
- d. ...die Berücksichtigung von lokalen Anbietern (z.B. Lebensmittel)
- e. ...ein Freiwilligenprogramm (Möglichkeiten für Volunteering)
- f. ...ein Nachnutzungskonzept des Events
- g. ...verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen (z.B. keine finanziellen Verluste)
- h. ...die Integration von Diskussionen/Konferenzen zu Nachhaltigkeitsthemen

NH02_Wichtigkeit umweltfreundliches Verhalten

Im Allgemeinen glaube ich, dass umweltfreundliches Verhalten bei dem Event XY...ist.

Skala [1 wertlos bis 5 wertvoll]

NH03_Zustimmung Nachhaltigkeitsaspekte

Geben Sie für die folgende Statements Ihren Grad der Zustimmung an:

Skala [stimme überhaupt nicht zu – stimme nicht zu – neutral – stimme zu – stimme voll und ganz zu]

- a. Es liegt bzw. lag in meiner Hand, ob ich mich bei dem Event XY umweltfreundlich verhalte oder nicht.
- b. Ich wurde auf das Nachhaltigkeitskonzept des Events XY aufmerksam gemacht.
- c. Die Veranstalter:innen haben ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen beworben.
- d. Die Veranstalter:innen haben darauf geachtet so wenig Einwegprodukte wie möglich bereitzustellen.
- e. Die Veranstalter:innen haben ein Shuttle- und Transportsystem im Rahmen des Events umgesetzt.
- f. Die Veranstalter:innen haben ein Konzept zur Mülltrennung im Rahmen des Events umgesetzt.
- g. Die Veranstalter:innen haben lokale Anbieter berücksichtigt (z.B. Sponsoren, Lebensmittel).
- h. Die Veranstalter:innen haben darauf geachtet, dass verantwortungsvoll mit Ressourcen (z.B. keine finanziellen Verluste) umgegangen wird.
- i. Die Veranstalter:innen haben auf einen bewussten Umgang mit der Natur hingewiesen.
- j. Ich wurde auf die Maßnahmen für ökologische Nachhaltigkeit aufmerksam gemacht.
- k. Das Event hat mein Umweltbewusstsein erhöht.
- l. Das Event hat der Natur geschadet.
- m. Durch das Event kam es zu Verkehrsbelastungen.
- n. Das Event hat die Müllverschmutzung erhöht.

NH04_Zustimmung Allgemein

Geben Sie für die folgende Statements Ihren Grad der Zustimmung an:

Skala [stimme überhaupt nicht zu –stimme nicht zu – neutral – stimme zu – stimme voll und ganz zu]

- a. Es ist wichtig, die Umwelt zu schützen.
- b. Der Zustand der Umwelt beeinflusst die Qualität meines Lebens.
- c. Es ist wichtig, Umweltverschmutzung zu vermeiden.

NH05_Zustimmung Allgemein 2

Geben Sie für die folgende Statements Ihren Grad der Zustimmung an:

Skala [stimme überhaupt nicht zu –stimme nicht zu – neutral – stimme zu – stimme voll und ganz zu]

- a. Der Sport sollte sich um den Umweltschutz genauso kümmern wie um andere Fragen (z. B. soziale Fragen).
- b. Wenn ich weiß, dass **das Event XY** umweltfreundlich ist, werde ich es gerne besuchen.

X. Image

Semantisches Differential: Entweder IM01 oder IM02 abfragen, jeweils 1x für das Event und 1x für die Destination. [Darstellungsmöglichkeit vorhanden \(hier klicken!\)](#)

IM01_Image

Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf das **Event XY/die Destination** zu?

- a. Modern – Traditionell
- b. International – Regional
- c. Natürlich – Künstlich
- d. Heiter – Düster
- e. Aufregend – Langweilig
- f. Erfreulich – Unerfreulich
- g. Entspannend – Besorgniserregend
- h. Günstig – Teuer
- i. Jung – Alt

IM02_Image

Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf das **Event XY/die Destination** zu?

- a. Zukunftsweisend – Vergangenenheitsbezogen
- b. Exklusiv – Alltäglich
- c. Aufregend – Langweilig
- d. Jung – Alt
- e. Einzigartig – Austauschbar
- f. Interessant – Uninteressant
- g. Günstig – Teuer

5. TEXTE FÜR EINLEITUNG UND ABSCHLUSS

Beispiel-Text A

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer des XY Event,

das Sports Research Lab Tirol (SRLT) untersucht im Rahmen einer Kooperation mit der XX die Zufriedenheit, das Imagebild sowie das Konsumverhalten der Teilnehmer:innen des XY Event.

Durch Ihre wertvolle Rückmeldung können wir dem Organisationsteam des XY Event Feedback und Verbesserungsvorschläge geben.

Das Ausfüllen des Fragebogens wird ca. X Minuten Ihrer Zeit in Anspruch nehmen und erfolgt absolut anonym. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben und nach ihrer Auswertung gelöscht. Der Fragebogen kann bis Datum ausgefüllt werden.

Sie haben die Möglichkeit im Anschluss an die Befragung an einem Gewinnspiel teilzunehmen.

Unter allen Teilnehmenden werden X Hotelgutscheine für X Übernachtungen für X Personen im X verlost. Hierzu bitten wir Sie, nach Ausfüllen des Fragebogens Ihre E-Mail-Adresse anzugeben.

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

Beispiel-Text B

Liebe:r Event XY Teilnehmer:in,

das Institut für Sportwissenschaft der Universität Innsbruck untersucht im Rahmen einer Kooperation mit Event XY das Konsumverhalten sowie die Zufriedenheit der Eventteilnehmer:innen. Durch deine wertvolle Rückmeldung können wir, das Organisationsteam von Event XY, Feedback und Verbesserungsvorschläge sammeln.

Die Teilnahme an dieser Studie ist vollkommen anonym. Die Daten werden nach ihrer Auswertung gelöscht.

Das Ausfüllen des Fragebogens dauert ca. XX Minuten und ist bis Datum möglich. Wenn du möchtest, kannst du am Ende der Befragung an einem Gewinnspiel teilnehmen. Hierzu bitten wir dich, deine E-Mail-Adresse am Ende der Befragung anzugeben.

Tolle Preise der Event XY Sponsoren und dem offiziellen Merchandise Sortiment warten auf dich!

Vielen Dank für deine Unterstützung!

Das Organisationsteam Event XY

Beispiel-Text C

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Fragen und Anregungen richten Sie gerne an **E-MAIL-ADRESSE**

Ihre Antworten wurden gespeichert, Sie können das Browser-Fenster nun schließen.

6. AUSWERTUNGS-/DARSTELLUNGSOPTIONEN

Im Folgenden werden Darstellungsoptionen und Grafiken sowohl für allgemeine (A) als auch spezifische Fragestellungen (B) illustriert. Diese Veranschaulichungen sollen lediglich als Orientierungshilfe und Inspiration dienen.

A. Allgemeine Darstellungsoptionen

Säulendiagramme

- Für die vereinfachte Darstellung der Verteilung von **Daten in verschiedenen Kategorien oder Gruppen** geeignet
- Vertikal orientiert

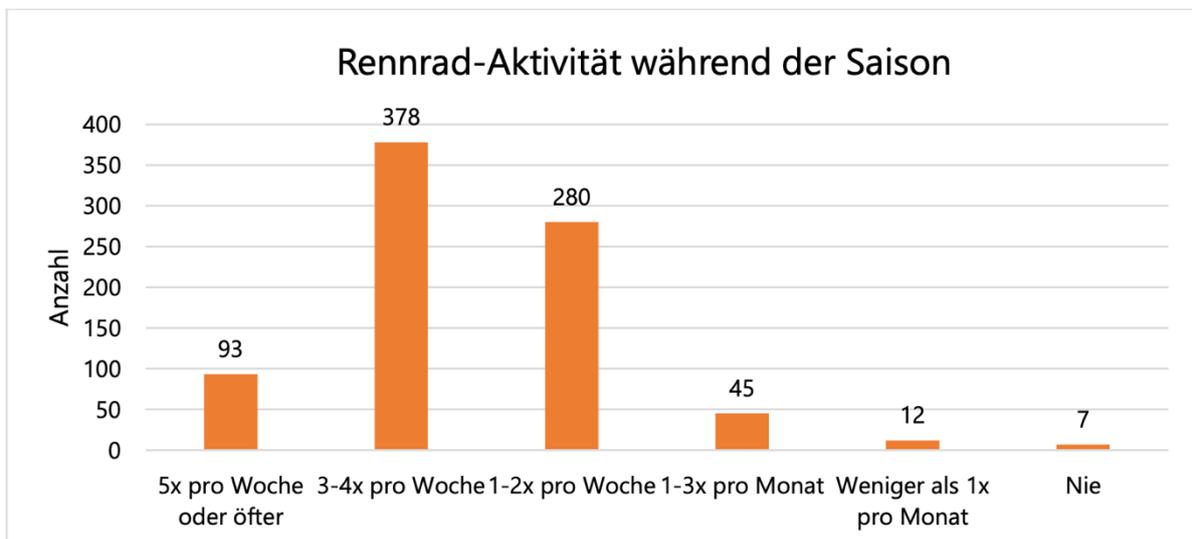


Abb. XX: Rennrad-Aktivität der Befragten (n=815)

Balkendiagramme

- Für die vereinfachte Darstellung der Verteilung von **Daten in verschiedenen Kategorien oder Gruppen** geeignet
- Horizontal orientiert
- MW bezeichnet den Mittelwert, im Schnitt betrug die Aufenthaltsdauer 3,3 Nächte

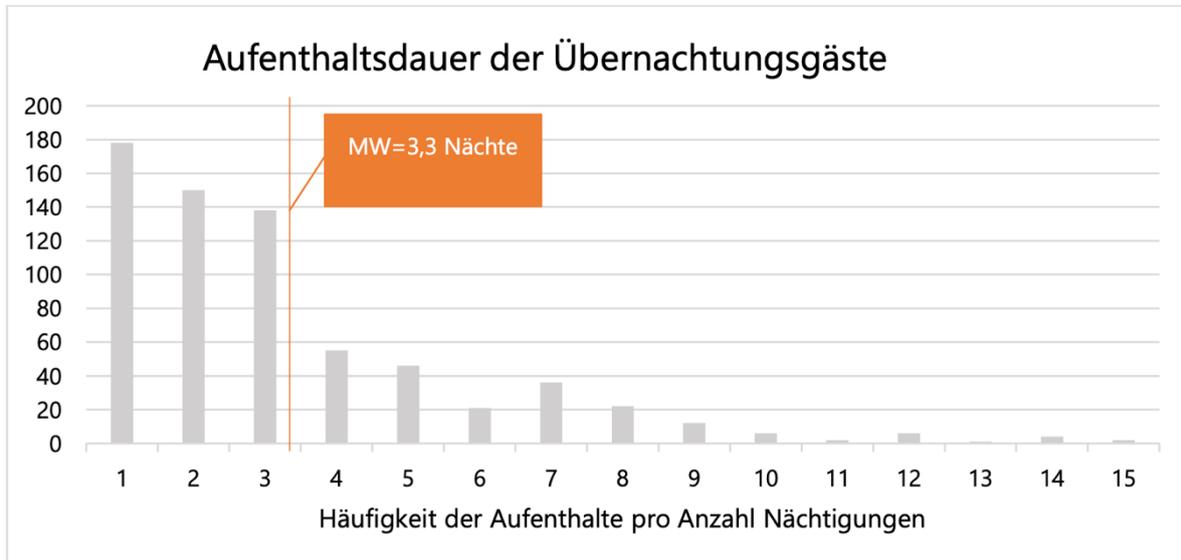


Abb. XX: Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste (n=684)

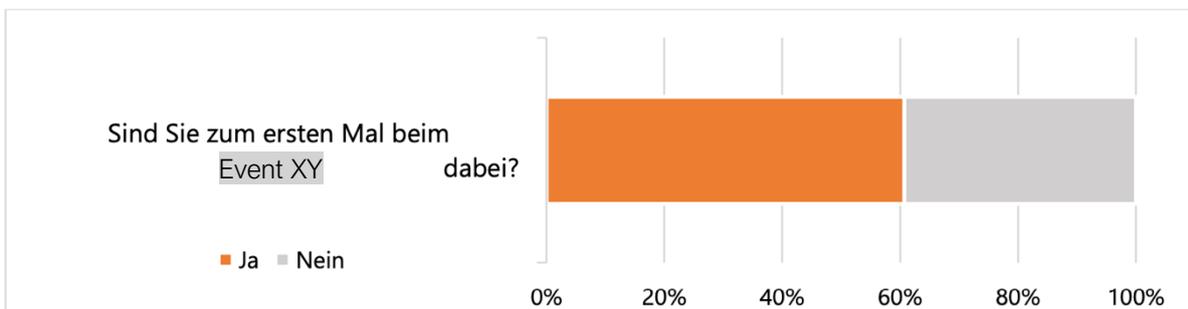


Abb. XX: Erstmalige Teilnahme am Event XY (n=815)

Kuchendiagramme

- Für die vereinfachte Darstellung der Verteilung von **Anteilen oder Prozentsätzen** geeignet

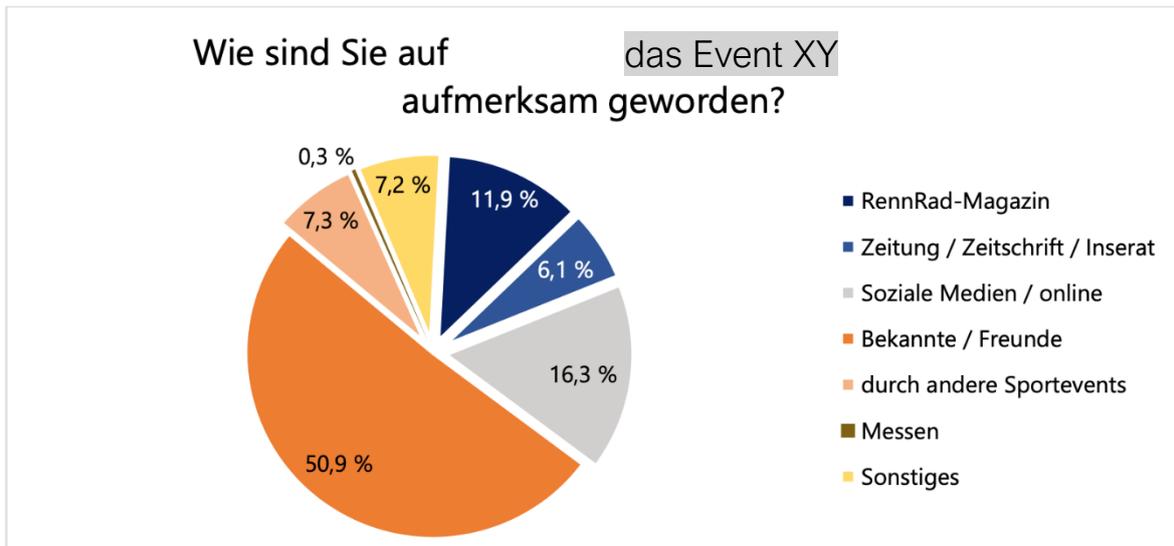


Abb. XX: Information über das **Event XY** (n=815, Mehrfachantworten möglich)

B. Darstellungsoptionen für spezifische Fragestellungen

Soziodemografische und beschreibende Angaben

- Passende Darstellung für die Präsentation von Durchschnittswerten für die Beschreibung und Typisierung von Athlet:innen und Zuschauer:innen

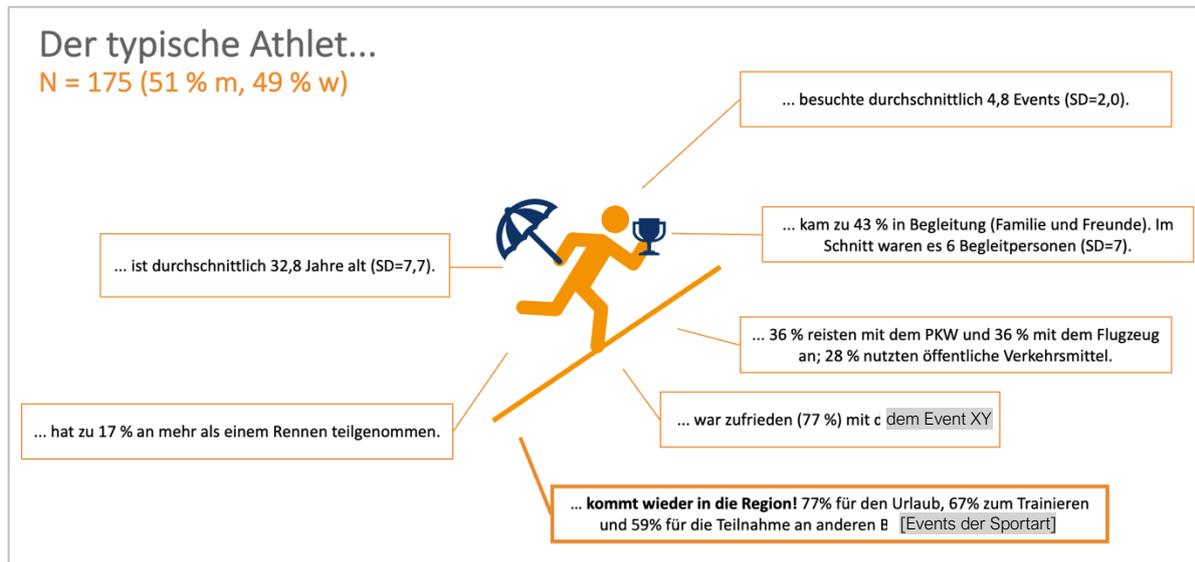


Abb. XX: Typisierung der Athlet:innen des Events XY (n=175)

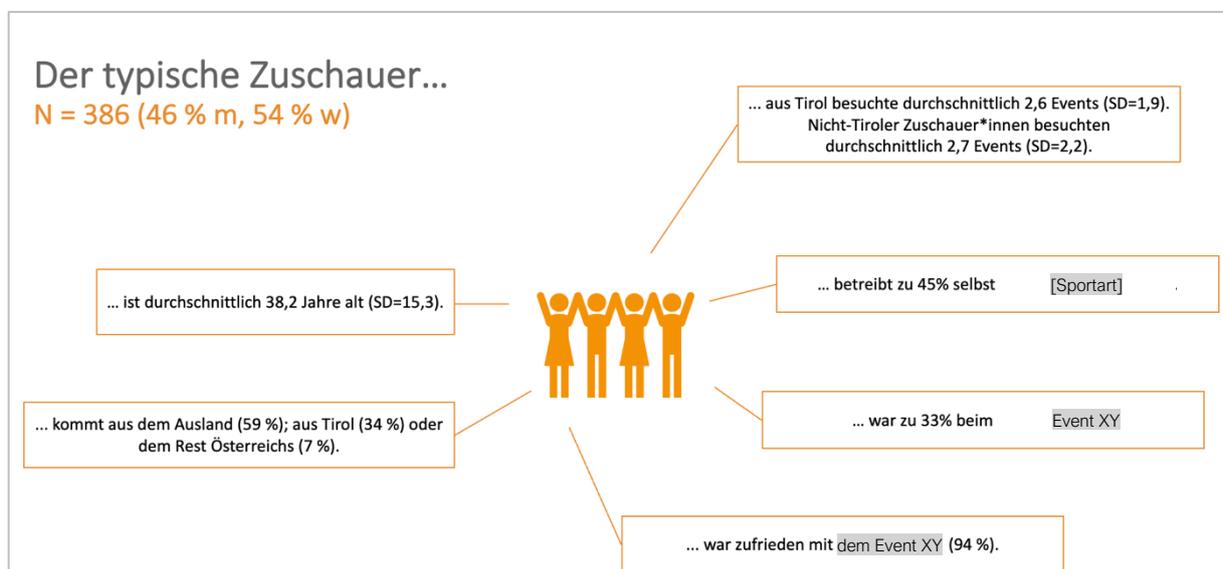


Abb. XX: Typisierung von Zuschauer:innen des Events XY (n=386)

Net-Promoter Score

- Frage nach der Weiterempfehlung des Events (Net Promoter Score) → [zur passenden Fragenrubrik](#)
- Berechnung: $NPS = \text{Anteil Promoters} - \text{Anteil Detractors} \times 100$ (im Beispiel, $NPS=84,8$)
 - Promoters (Befürworter:innen) (Bewertung von 9 oder 10)
 - Passives (Bewertung von 7 oder 8)
 - Detractors (Gegner:innen) (Bewertung von 0 bis 6)

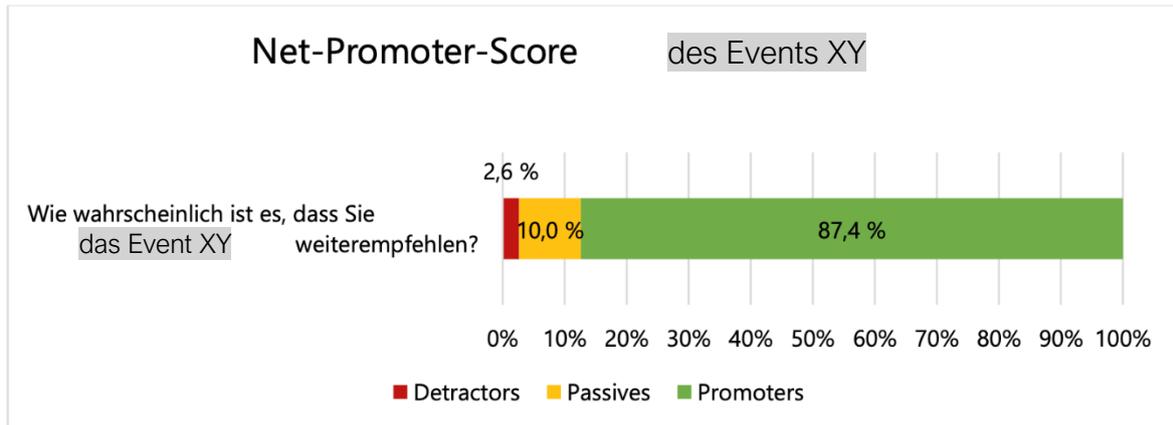


Abb. XX: Weiterempfehlungsrate der Befragten für das Event XY (n=722)

Zufriedenheit und Wichtigkeit

- z.B. für Fragen nach event-spezifischen Faktoren → [zur passenden Fragenrubrik](#)
- Gegenüberstellung von Wichtigkeit und Zufriedenheit der Faktoren (siehe zweite Abb.)
→ [zur passenden Fragenrubrik](#)

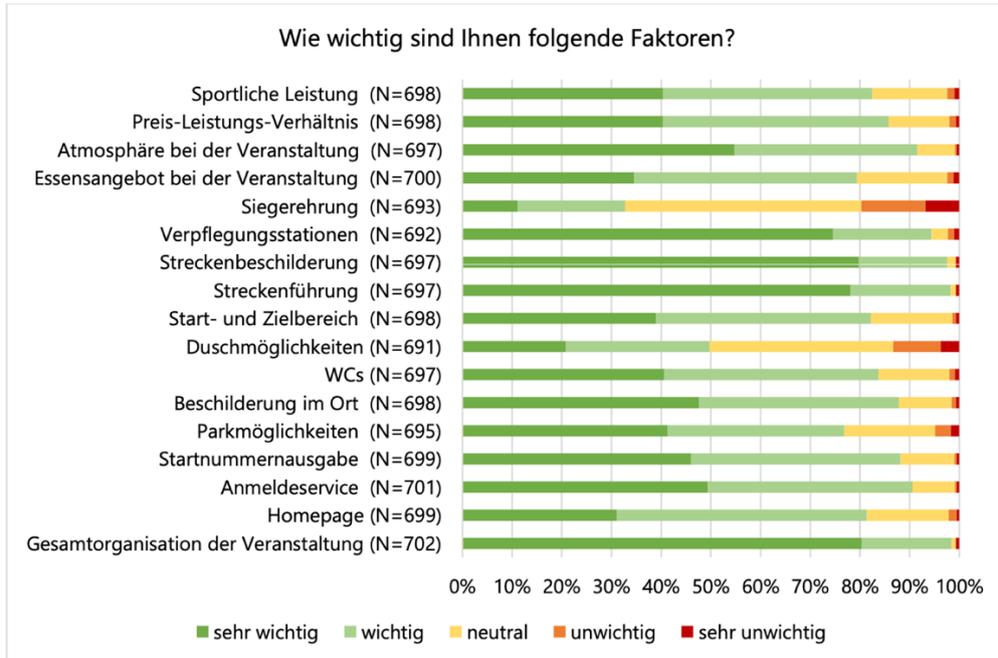


Abb. XX: Relevanz von event-spezifischen Faktoren für die Befragten

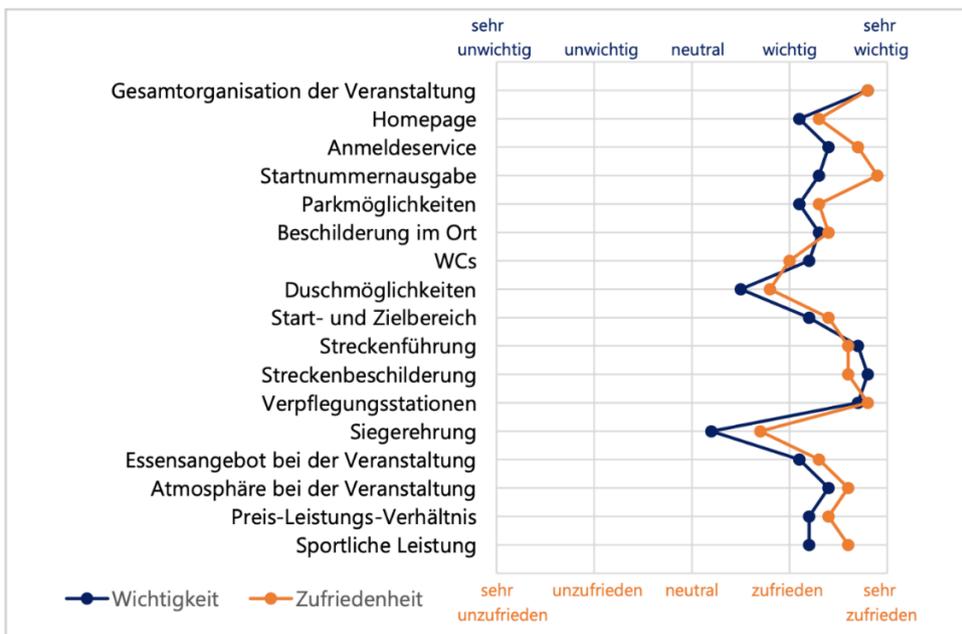


Abb. XX: Gegenüberstellung von Relevanz und Zufriedenheit der event-spezifischen Faktoren

Semantisches Differential

- z.B. für Frage Image-Fit zwischen Event und Region (→ [zur passenden Fragenrubrik](#))

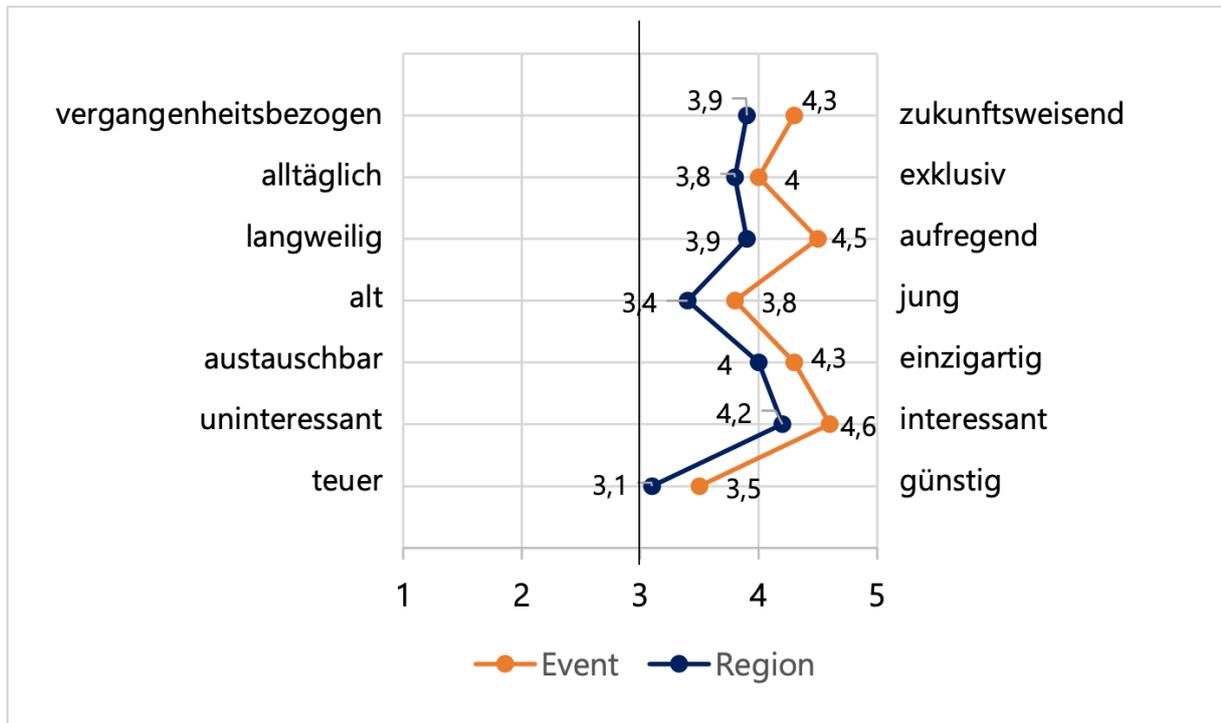


Abb. XX: Bewertung des Images: Event vs. Region (n=720)

Word-Clouds

- z.B. für offene Fragen bzgl. Highlights und Flops eines Events (→ [zur passenden Fragenrubrik](#))



Abb. XX: Highlights des Aufenthaltes der Befragten (mindestens zwei Nennungen, n=499)