

13.12.18

Lehrstuhl Tourismus untersucht Mehrwert des FC Ingolstadt für Stadt und Region

Im Auftrag des Fußball-Zweitligisten FC Ingolstadt 04 untersuchte der Lehrstuhl für Tourismus die regionalen Entwicklungs- und Kooperationsmöglichkeiten des Vereins. Ziel war es dabei, den Mehrwert des Fußballclubs für die Stadt Ingolstadt und die Planungsregion 10 aus einer wissenschaftlichen Perspektive heraus zu benennen.



(v.l.) Thorsten Brieger (Teamleiter Markenführung und CSR beim FCI), Prof. Dr. Harald Pechlaner, FCI-Geschäftsführer Franz Spitzauer und Natalie Olbrich (wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Tourismus) bei der Übergabe der Studie an die Auftraggeber. (Foto: FCI)

Mit Blick auf die langfristige Bindung von Zuschauern und die Ansprache neuer Besucher führten zunächst Studierende eine zweigeteilte Erhebung durch: So wurde einerseits in mehreren Städten der Region 10 eine Umfrage durchgeführt, um zu analysieren, welche Gründe für bzw. gegen einen Stadionbesuch sprechen, welches Image der Verein hat und welche Wünsche ggf. an die „Schanzer“ adressiert werden. Ergänzend dazu befragten die Studierenden Besucher des Audi-Sportparks unter anderem dazu welche Motive es für den Stadionbesuch gibt, wieviel sie vor Ort ausgeben und wie sie sich mit dem Begriff „Schanzer“ identifizieren.

Im Anschluss daran wurden Interviews mit lokalen Persönlichkeiten geführt wurden, die einen privaten bzw. beruflichen Bezug zum FC Ingolstadt 04 haben. Dabei dienten die Ergebnisse der quantitativen und qualitativen Untersuchungen zur Vorbereitung und als Grundlage eines Workshops mit Mitarbeitern des FCI, um neben den empirischen Ergebnissen eine Diskussion über die Rolle des Fußballclubs zu führen. Dabei galt es, langfristige und nachhaltige Potenziale sowie strategische Stakeholder und mögliche Kooperationen zu identifizieren.

"Wie unsere Erhebung zeigt, hat der FC Ingolstadt 04 zur Bekanntheitssteigerung der Stadt Ingolstadt und Planungsregion 10 in ganz Deutschland geführt. Er hat sich in den letzten Jahren zu einer Marke entwickelt, die vielfältige und leitende Rollen inne hat", erläutert Lehrstuhlinhaber Prof.

Dr. Harald Pechlaner. So sei etwa die Jugendarbeit des FCI für den Standort sehr wertvoll. Ziel für die Zukunft müsse es sein, dass sich der Verein von einem bekannten zu einem wertgeschätzten im Sinne von begehrten Fußballclub entwickle.

[<- Zurück zu: Aktuelles](#)