

ADAC Zurich 24h-Rennen vom 10. – 13. Mai 2018:

## Untersuchung ergab: 24h-Rennen erhält gute Noten

- **Forschungsgruppe der Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) befragte Zuschauer und Aktive beim ADAC Zurich 24h-Rennen**
- **Überwiegend positive Ergebnisse mit Verbesserungspotenzial in Details**
- **Zusammenarbeit auf wissenschaftlicher Basis wird 2019 fortgeführt**

Das 24h-Rennen auf dem Nürburgring bekommt bei den Besuchern Bestnoten – das ist jetzt auch wissenschaftlich untermauert. Eine mehr als zwanzigköpfige Projektgruppe aus Studierenden und Dozenten der Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) in Köln befragten beim 24h-Rennen 2018 Zuschauer, Teams und Fahrer und machte sich außerdem ein umfangreiches eigenes Bild vom Event. Dabei floss das Fachwissen der Studierenden aus den Bachelor-Studiengängen Automotive Management, Eventmanagement & Entertainment, Sportjournalismus und -marketing sowie Medienkommunikation und Journalismus ein. Fünf Veranstaltungstage lang wurde das größte Motorsportevent Deutschlands untersucht und die Ergebnisse aus weit über 300 Einzelinterviews und Beobachtungen ausgewertet. Für die Organisatoren beim ADAC Nordrhein bringt die Studie einige interessante Ansätze, die Potenziale zur Weiterentwicklung vor allem im Zuschauerservice und in der Kommunikation bieten. Fest steht allerdings auch: Insgesamt erhält die Veranstaltung von ihren Besuchern die Note „sehr gut“, und auch für die befragten Aktiven ist das 24h-Rennen auf der Nordschleife ein unbestrittenes Highlight. Um die gewonnenen Erkenntnisse weiter zu verfeinern und das Event auch künftig wissenschaftlich zu begleiten, haben sich Organisatoren und Forscher bereits auf eine Fortsetzung des Projektes geeinigt. Auch 2019 wird es damit eine wissenschaftlich fundierte Studie rund um das 24h-Rennen geben.

Die Studie der FHM zeigte: Der typische Besucher des 24h-Rennens ist zwischen 14 und 29 Jahren alt, männlich und sehr motorsportbegeistert. Rund 90 Prozent aller Besucher sind jünger als 50 – und die meisten bleiben mit ihrem Eventticket vier oder fünf Tage vor Ort. Wer einmal dabei war, der kommt meist wieder: Über zwei Drittel aller Befragten hatten bereits bis zu fünf Besuche beim 24h-Rennen erlebt, bei mehr als 20 Prozent der Teilnehmer waren es sogar mehr als fünf Besuche. „Das bestätigt ein wenig den Eindruck, den wir auch als Organisatoren haben“, erläutert 24h-Rennleiter Walter

ADAC Nordrhein Sportpresse  
Pro Motion GmbH  
Am Coloneum 4  
50829 Köln

Telefon +49 221 957434-84 Internet  
Telefax +49 221 957434-44 Mediaseite  
E-Mail media@24h-rennen.de  
akkreditierung@24h-rennen.de

www.24h-rennen.de  
www.24h-media.de



ADAC Nordrhein e.V.

Hornung. „Wir haben eine sehr treue und sehr motorsportbegeisterte Fangemeinschaft vor Ort.“ Aber nicht nur das brachte die Studie ans Licht. „Wir wissen durch die aufwendige Arbeit des jungen Forscherteams der FHM nun auch, dass wir daran arbeiten müssen, die Schwelle für neue Besucher zu senken“, erklärt der Rennleiter. „Das 24h-Rennen soll ja beides sein: der Saisonhöhepunkt für die eingeschworene Nordschleifen-Gemeinde, aber auch ein unvergessliches Erlebnis für Zuschauer, die uns zum ersten Mal besuchen und sich vielleicht noch nicht so gut auskennen. An diesem Spagat werden wir nun noch intensiver arbeiten, um das ‚Rennen des Jahres‘ für alle Beteiligten noch ein bisschen attraktiver zu machen.“

### **Studie liefert wertvolle Ansatzpunkte für die weitere Arbeit**

Gefragt nach den Faktoren, die das 24h-Rennen für die Besucher attraktiv machen, gab es einen klaren Spitzenreiter: Die Atmosphäre rund um die legendäre Nordschleife und bei den vielen Events im Rahmenprogramm wurde immer wieder genannt. Der hohe Kultfaktor des Rennens, der Motorsport an sich aber auch die Partystimmung am Ring begeistern viele. Vor allem die Programmpunkte im Rahmenprogramm, die besonders nahe am Renngeschehen sind, schneiden in der Gunst der Fans am besten ab: Drift-Shows, Adenauer Racing Day, Fahrerlager und Startaufstellung, die Rahmenevents generell – das sind echte Highlights. Verbesserungspotenzial gibt es im Programmablauf und einigen Servicepunkten, wie etwa der Auswahl an Verpflegung, der Anzahl und Sauberkeit sanitärer Einrichtungen oder von Verkehrsregelungen. „Hier haben wir einige Erkenntnisse gewonnen, die vor allem mit der Masse an Besuchern zu tun haben und die wir nun in konkrete Maßnahmen umsetzen können“, weiß Walter Hornung. Auch die befragten Teams und Fahrer gaben den 24h insgesamt eine gute Note, trugen aber auch viele Detailinformationen und -vorschläge bei, wie das sportliche und organisatorische Geschehen noch besser gestaltet werden könnte. Dazu zählen etwa die konkreten Abläufe von der An- und Abreise über technische und Dokumentenabnahme bis hin zur Siegerehrung. Da die Anzahl der in diesem Bereich durchgeführten Befragungen relativ klein war (denn natürlich haben viele Teams und Fahrer während der laufenden Veranstaltung nur sehr begrenzt Zeit) entstanden hier keine umfangreichen Statistiken, sondern Tendenzaussagen. Walter Hornung betont aber: „Auch diese sind für uns wertvoll und eine Basis für die weitere Arbeit.“

23. Oktober 2018

ADAC Nordrhein Sportpresse  
Pro Motion GmbH  
Am Coloneum 4  
50829 Köln

Telefon +49 221 957434-84 Internet  
Telefax +49 221 957434-44 Mediaseite  
E-Mail media@24h-rennen.de  
akkreditierung@24h-rennen.de

www.24h-rennen.de  
www.24h-media.de



ADAC Nordrhein e.V.