In Zusammenarbeit mit:
HYUNDAI
GOKIXX
SPORTTOTAL
Kreisliga
OUTFITTER
DKFV
FuPa.net
Spieler Plus
UNI-LIGA
FanQ
Am Puls der Fans
Die große Amateurfußball-Studie
Zum Status quo aus Perspektive der Fußballfans

Über die Studie

Etwa 6,5 Millionen Menschen sind in Deutschland Mitglied in einem Fußballverein. Die 27.000 Vereine bilden zweifelsfrei das Rückgrat des Fußballs in Deutschland und sind für die Mitglieder wichtige Institutionen des sozialen Lebens. Oft leben die Vereine vom Engagement einiger weniger Sponsoren sowie ehrenamtlicher Helfer. Die Bandbreite reicht dabei von großen Amateurclubs, die mit mehreren Herren-, Damen- und Jugendmannschaften am Spielbetrieb teilnehmen bis zum kleinen Dorfverein mit einer Mitgliederzahl nur knapp über elf.

Um zu verstehen, was die Amateurvereine und die Menschen in ihnen bewegt und welche alltäglichen Probleme zu bewältigen sind, fragte FanQ seine User und interessierte sich dabei unter anderem für Folgendes:

Wie wichtig ist es, Zeit im Amateurfußball zu verbringen? Wie intensiv ist das ehrenamtliche Engagement im Amateurfußball? In welchen Bereichen benötigen die Vereine Unterstützung?

Antworten auf diese und viele weitere Fragen gibt die aktuelle Studie von FanQ zum Thema Amateurfußball.

Die Studie wurde in Kooperation mit Hyundai und vielen namhaften Partnern aus dem Amateurfußball gestaltet und durchgeführt.

Inhalt

1. Methodik 4

2. Soziodemografische Charakterisierung der Teilnehmer 6

3. Darstellung der Ergebnisse 8

3.1 Relevante Verhaltensweise der Auskunftspersonen 9

3.2 Grundlegende Bewertung des Amateurfußballs 12

3.3 Darstellung des Amateurfußballs in den Medien 15

3.4 Vereine als Träger des Amateurfußballs 17

4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse 18

4.1 Differenzierung nach Altersgruppen 19

4.2 Differenzierung nach regionaler Herkunft 21

4.3 Differenzierung nach Geschlecht 26

4.4 Differenzierung nach Verhaltensweisen 28

5. Zusammenfassung 30

6. Kontakt 32

7. Über FanQ 34

Methodik

1. Methodik

Die folgenden Ergebnisse basieren auf einer Online-Umfrage (CAWI), die mittels der App FanQ durchgeführt wurde.

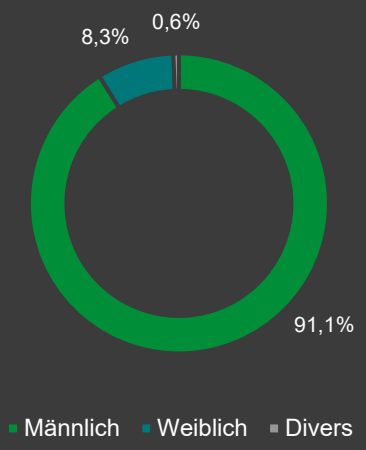
Die Befragung war für alle Nutzer zwischen dem 03.03.2020 und dem 30.03.2020 zugänglich. Sie umfasste inklusive der erhobenen soziodemographischen Angaben 31 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 5.847 Personen an der Erhebung. Davon nahmen 4.162 über die App FanQ und 1.685 über einen Web-Fragebogen teil.

Für Fragen mit einer Bewertungskomponente konnten die Nutzer maximal fünf Sterne vergeben. Hierbei stehen fünf Sterne für eine besonders hohe Zustimmung, während ein Stern besonders niedrige Zustimmung darstellt. Zusammenfassend werden Wertungen mit vier oder fünf Sternen im nachfolgenden Bericht als „Zustimmung“ und solche mit einem oder zwei Sternen als „Ablehnung“ zu einer Position interpretiert. Alle weiteren Fragen konnten mit verbal vorgegebenen Antwortmöglichkeiten beantwortet werden.

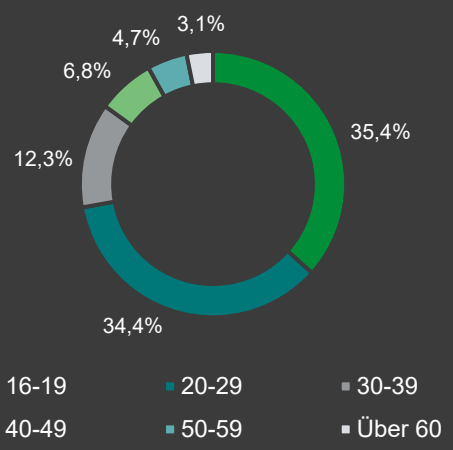
Soziodemografische Charakterisierung der Teilnehmer

2. Soziodemografische Charakterisierung der Teilnehmer

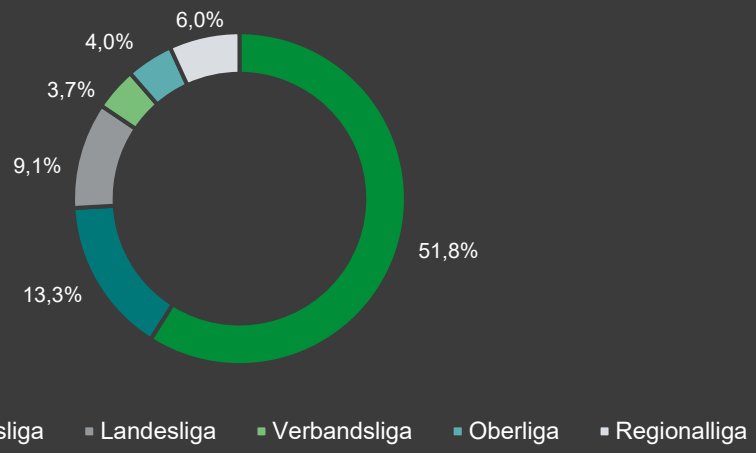
Geschlecht



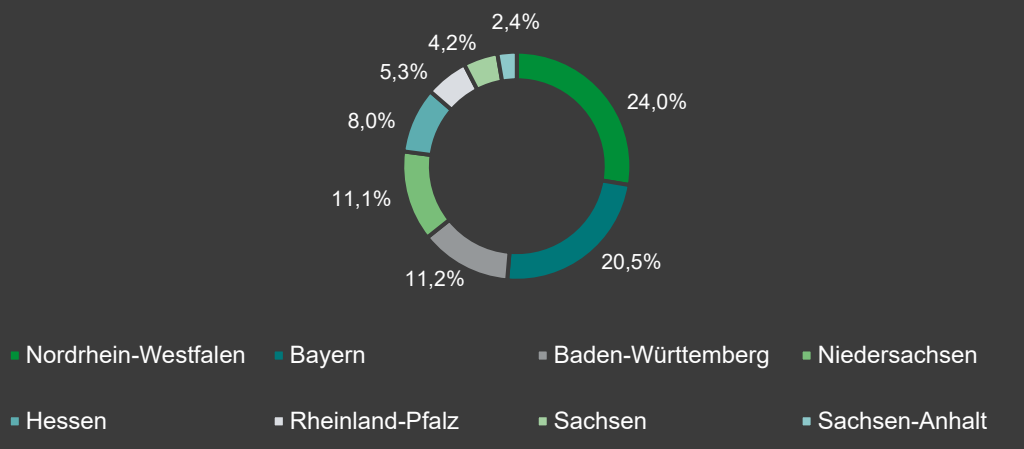
Altersgruppen



Liga des Amateur-Vereins



Top 8 Bundesländer



Darstellung der Ergebnisse

3. Darstellung der Ergebnisse

3.1. Relevante Verhaltensweise der Auskunftspersonen (1/3)

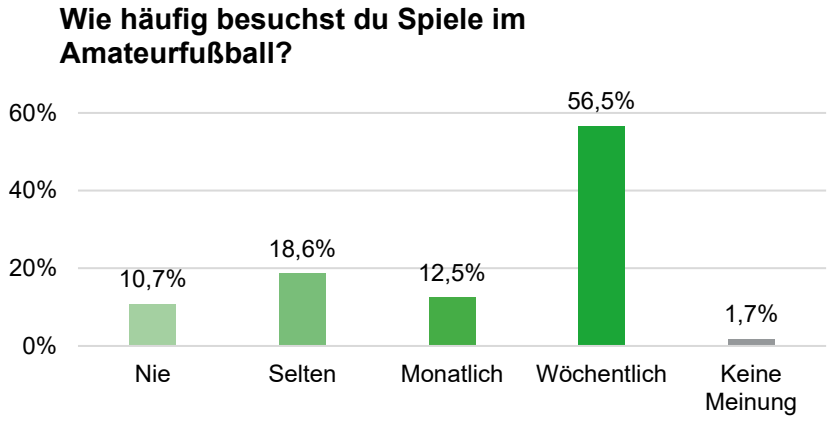


Abb. 1

Mehr als Hälfte der Befragten besucht jede Woche ein Amateurfußballspiel – diese Gruppe kennzeichnet folglich eine große Treue zum Fußball. Da allerdings auch fast ein Drittel der User angibt, selten oder nie ein Spiel zu besuchen, ist insgesamt eine gewisse Polarisierung erkennbar.

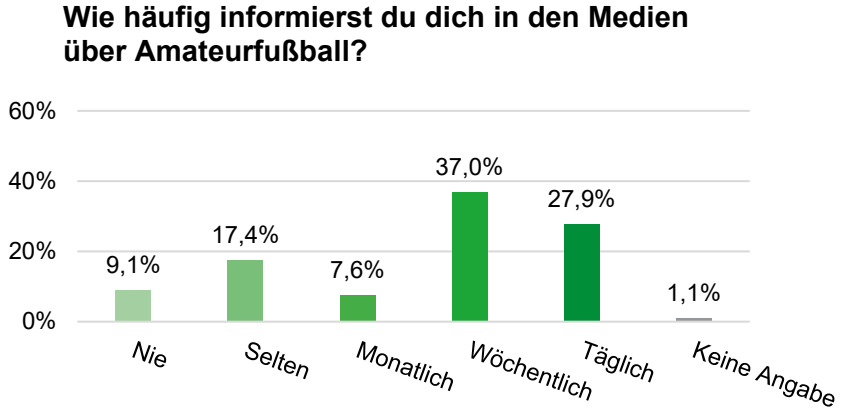


Abb. 2

Knapp zwei Drittel der User informiert sich zumindest wöchentlich in den Medien über den Amateurfußball. Dies ist ein deutlicher Hinweis auf das beachtliche Vermarktungspotenzial, das dieser Bereich aufweist.

3.1. Relevante Verhaltensweise der Auskunftspersonen (2/3)

Spielst du in einem regulären Verein Fußball?

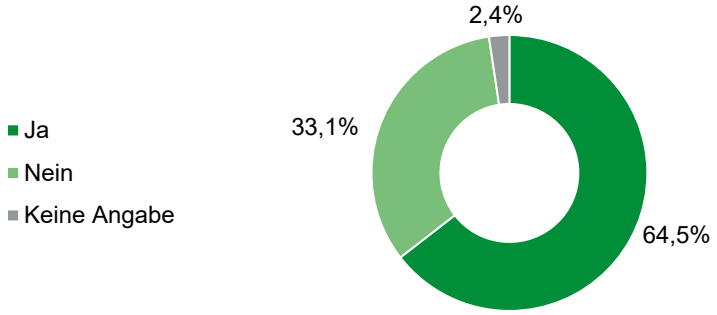
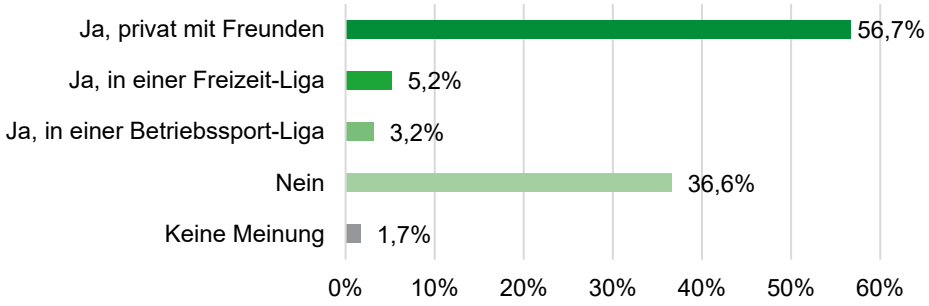


Abb. 3

Fast 2/3 der Teilnehmer spielen in einem Verein Fußball und gehen so ihrem Hobby auch regelmäßig nach.

Spielst du außerhalb eines regulären Vereins Fußball?



Mehrfachantworten möglich

Abb. 4

Wie die vierte Abbildung zeigt, treten weiter außerhalb des Vereinsfußballs 56,7% der Befragten zudem noch privat mit Freunden gegen das „runde Leder“.

3.1. Relevante Verhaltensweise der Auskunftspersonen (3/3)

Engagierst du dich ehrenamtlich im Amateurfußball?

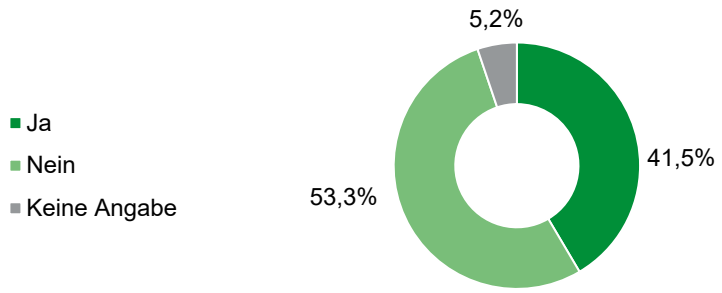
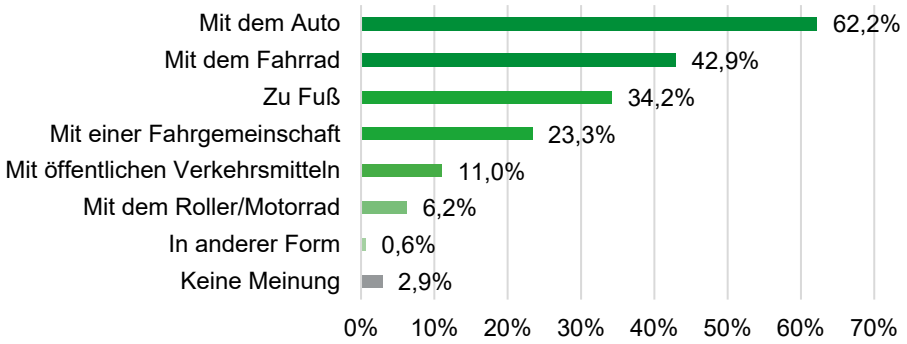


Abb. 5

Mehr als vier von zehn Usern sind aktiv ehrenamtlich im Amateurfußball tätig. Dies unterstreicht die Wichtigkeit, die der Amateurfußball für viele Beteiligte innehat.

Wie kommst du zum Fußballplatz?



Mehrfachantworten möglich

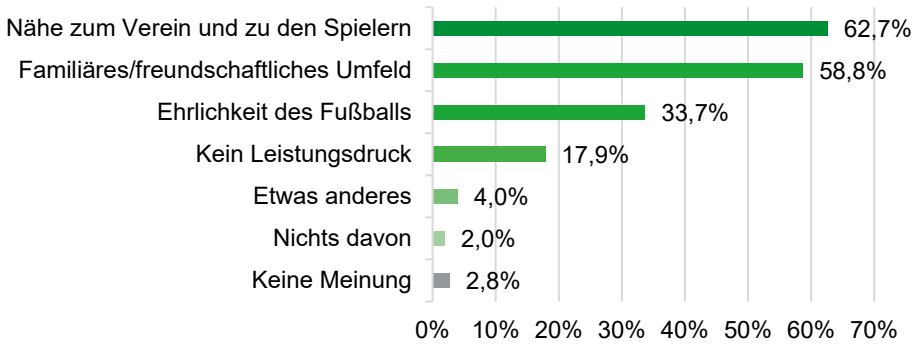
Abb. 6

Das Auto ist unter den Befragten das beliebteste Transportmittel, um zum Fußballplatz zu kommen.

Die berichteten Verhaltensweisen belegen insgesamt eindrucksvoll, dass der Amateurfußball eine zentrale Bedeutung für die Beteiligten – Spieler, Zuschauer, Interessierte und Ehrenamtler – hat.

3.2 Grundlegende Bewertung des Amateurfußballs (1/3)

Was schätzt du am Amateurfußball besonders?

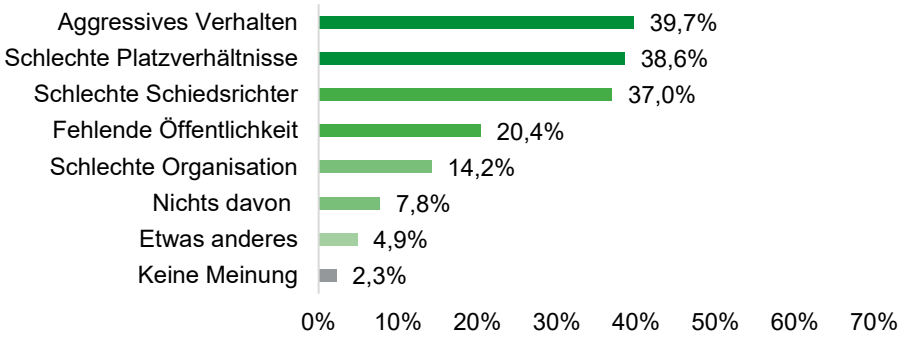


Mehrfachantworten möglich

Abb. 7

Als die wichtigsten positiven Merkmale des Amateurfußballs nennen die User die Nähe zu Verein und Spielern sowie die familiär-freundschaftlichen Beziehungen. Offenbar zieht vor allem die „unmittelbare“, vertraute Situation die Menschen Woche für Woche auf die Fußballplätze.

Was stört dich am Amateurfußball besonders?



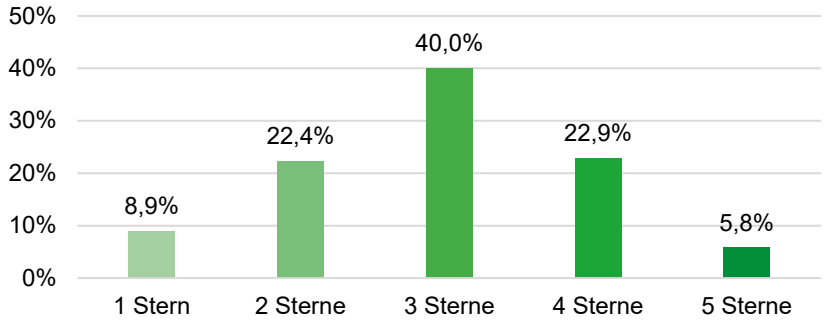
Mehrfachantworten möglich

Abb. 8

Als besonders störend werden aggressives Verhalten, schlechte Platzverhältnisse und Schiedsrichter empfunden. Auf Faktoren wie das Auftreten störender Verhaltensmuster haben viele Beteiligte durchaus Einfluss, sodass eine positive Entwicklung möglich scheint.

3.2 Grundlegende Bewertung des Amateurfußballs (2/3)

Wie zufrieden bist du mit dem gegenseitigen Respekt im Amateurfußball?

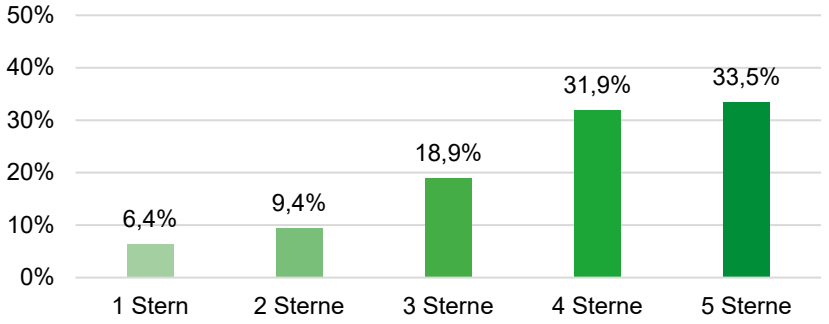


Ø= 2,94 Sterne

Abb. 9

Die Zufriedenheit mit dem gegenseitigen Respekt im Amateurfußball liegt mit einem Durchschnittswert von 2,94 Sternen klar im mittleren Bereich. Allerdings äußert auch fast ein Drittel der Auskunftspersonen Unzufriedenheit mit dem wahrgenommenen Respekt.

Wie wichtig ist es dir, Zeit im Amateurfußball zu verbringen?



Ø= 3,76 Sterne

Abb. 10

Knapp zwei Drittel der Befragten bewerten die Wichtigkeit, Zeit im Amateurfußball zu verbringen, mit mindestens vier Sternen; der Durchschnittswert beträgt 3,76 Sterne.
Weiterführende Korrelationsanalysen zeigen, dass die Wichtigkeit, Zeit im Amateurfußball zu verbringen sowie die Zufriedenheit mit dem wechselseitigen Respekt hochsignifikant positiv verbunden sind.

3.2 Grundlegende Bewertung des Amateurfußballs (3/3)

Welche der folgenden Attribute beschreiben deiner Meinung nach den Amateurfußball am besten?

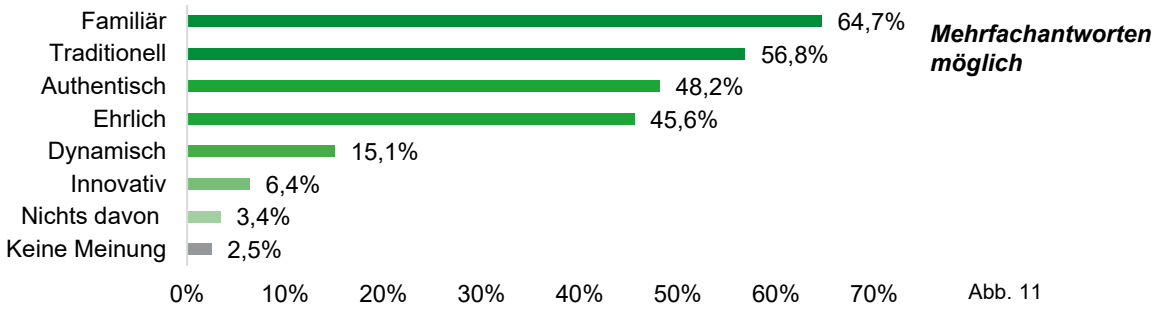
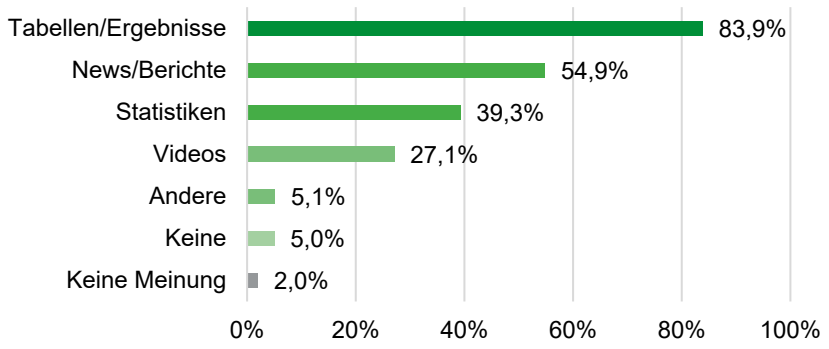


Abb. 11

Die Attribute, die den Amateurfußball am besten beschreiben, drücken in erster Linie die engeren sozialen Bindungen der Beteiligten und die „Bodenständigkeit“ des angesprochenen Milieus aus. Damit steht der Amateurfußball zweifelsfrei für Werte, die dem Profifußball in den letzten Jahren mehr und mehr abhanden-gekommen sind. Stellt dies eine Chance für den Amateurfußball dar, angesichts von Ablöseerscheinungen im Profifußball neue Bindungen aufzubauen?

3.3 Darstellung des Amateurfußballs in den Medien (1/2)

Welche Inhalte zum Amateurfußball nutzt du?

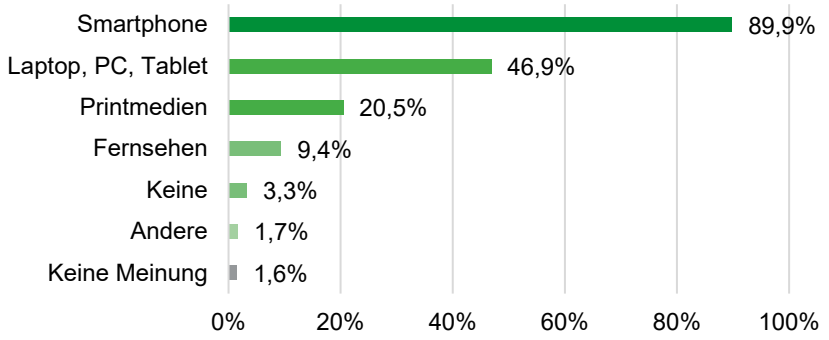


Mehrfachantworten möglich

Abb. 12

Das Tabellen/Ergebnisse am intensivsten genutzt werden, unterstützt die Annahme einer hohen Bindung und Identifikation der Befragten zum Amateurfußball, die sich diesbezüglich über Erfolge und Misserfolge ihres Vereins auf dem Laufenden halten. Videos spielen eine (noch) geringe Rolle. Das inhaltliche Interesse der Befragten ist dabei selten „eindimensional“ – so geht die regelmäßige Lektüre von Tabellen/Ergebnissen häufig mit der Nutzung von Statistiken einher.

Welche Medien nutzt du dafür?



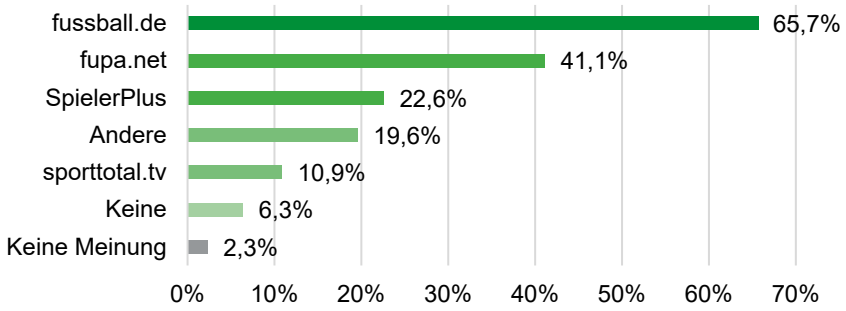
Mehrfachantworten möglich

Abb. 13

Fast neun von zehn Usern nutzen ihr Smartphone, um sich über den Stand und die Entwicklungen im Amateurfußball zu informieren. Daraus folgt, dass mediale Angebote besonders auf das Smartphone angepasst werden sollten, um eine möglichst große Reichweite zu erzielen.

3.3 Darstellung des Amateurfußballs in den Medien (2/2)

Welche der folgenden Plattformen im Amateurfußball nutzt du?

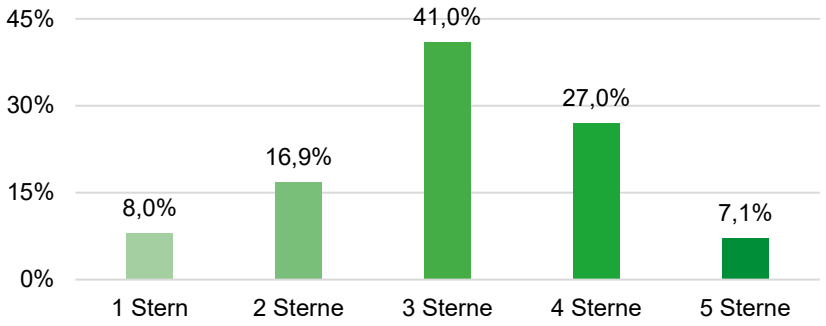


Mehrfachantworten möglich

Abb. 14

Die Nutzung von Plattformen ist signifikant mit bestimmten inhaltlichen Anforderungen der Mediennutzer verbunden. So ist „fussball.de“ die wichtigste Plattform, wenn es um Informationen zu Tabellen/Ergebnissen für die User geht.

Wie zufrieden bist du mit den medialen Angeboten im Amateurfußball?



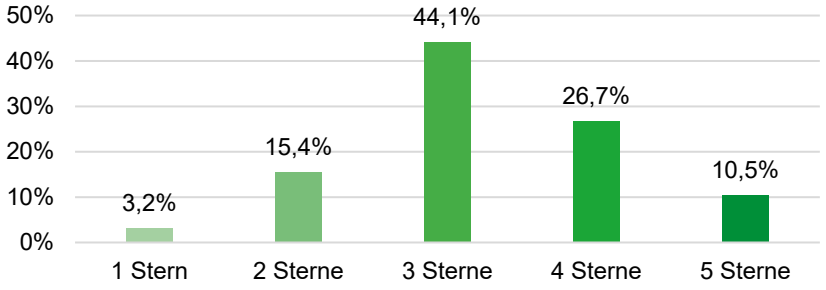
Ø= 3,08 Sterne

Abb. 15

Die Zufriedenheit mit den medialen Angeboten im Amateurfußball liegt mit durchschnittlich 3,08 Sternen – sowie drei Sternen als am häufigsten vergebene Bewertung – im mittleren Bereich.

3.4 Vereine als Träger des Amateurfußballs

Wie zufrieden bist du mit der clubbezogenen Infrastruktur (Platz, Kabine, Vereinsheim u.a.) im Amateurfußball?

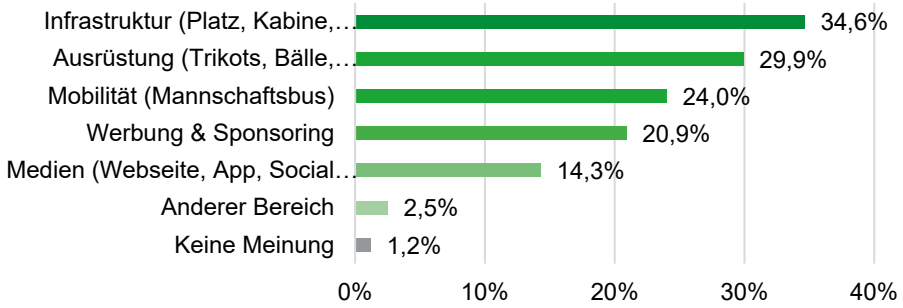


Ø= 3,26 Sterne

Abb. 16

Generell wird die clubbezogene Infrastruktur mit durchschnittlich 3,26 Sternen bewertet, was eher auf eine akzeptable Situation im deutschen Amateurfußball schließen lässt.

Wo kann Dein Verein eine Unterstützung am meisten gebrauchen?



Mehrfachantworten möglich

Abb. 17

Die Amateurvereine können laut FanQ-Usern durchaus in verschiedenen Bereichen Unterstützung gebrauchen; am häufigsten werden die Bereiche Infrastruktur, Ausrüstung und Mobilität genannt.

Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.1 Differenzierung nach Altersgruppen (1/2)

Ich besuche wöchentlich ein Amateurfußballspiel (nach Altersgruppe)

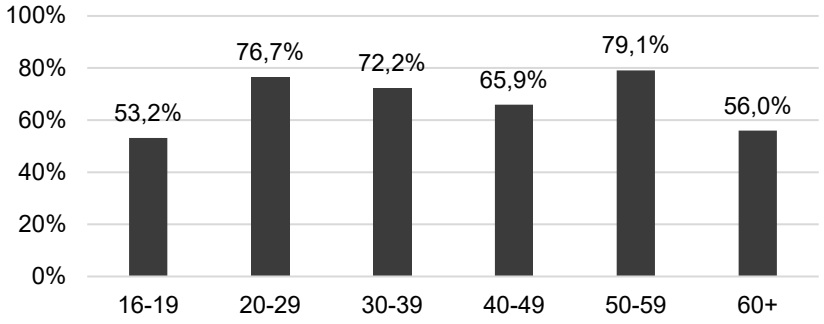


Abb. 18

Der Einfluss des Alters auf die Intensität, mit der Amateurfußballspiele besucht werden, ist hochsignifikant und stark ausgeprägt. Die Altersgruppe der 20-29 jährigen ist am stärksten am wöchentlichen Besuch von Fußballspielen im Amateurbereich beteiligt. Relativ gesehen besuchen die 50-59 jährigen mit einem Anteil von fast 80% am häufigsten wöchentlich Amateurfußballspiele.

Ich informiere mich täglich über Amateurfußball in den Medien (nach Altersgruppe)

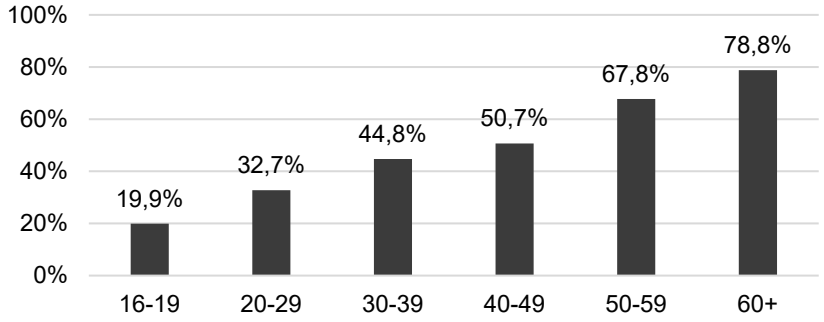


Abb. 19

Das sich die Altersgruppe 60+ am intensivsten täglich über den Amateurfußball in den Medien informiert, scheint auf den ersten Blick überraschend. Eine mögliche Erklärung ist, dass sich viele Rentner und Pensionäre täglich (z.B. über Print-medien) über das relevante Geschehen informieren, dazu gehört dann meist auch das Schicksal des ortsansässigen Amateurclubs.

4.1 Differenzierung nach Altersgruppen (2/2)

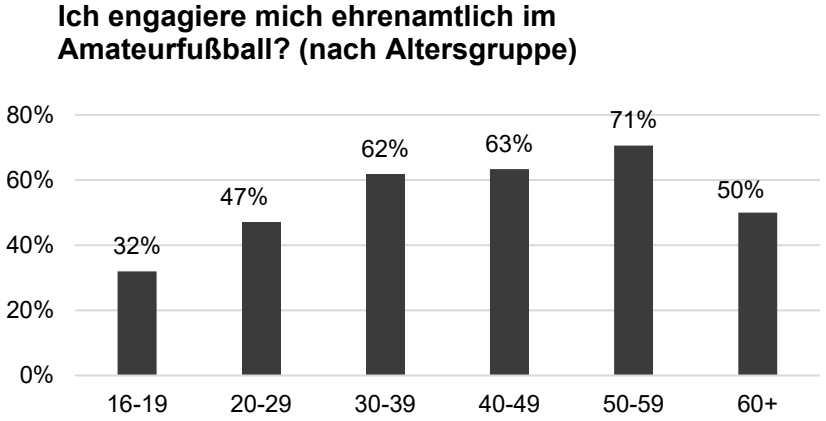


Abb. 20

Das Engagement von ehrenamtlichen Helfern nimmt mit steigendem Alter deutlich zu. Mit 71% ehrenamtlichen Unterstützern liegt die Altersgruppe der 50-59 jährigen klar auf dem ersten Platz.

4.2 Differenzierung nach regionaler Herkunft (1/5)

Was schätzt du am Amateurfußball besonders? (nach Bundesland)

Bundesland	Familiäres/ Freundschaft-liches Umfeld	Nähe zum Verein und den Spielern	Ehrlichkeit des Fußballs	Kein Leistungsdruck
Baden-Württemberg	71,4%	68,9%	32,8%	15,1%
Bayern	72,8%	77,2%	34,6%	13,5%
Berlin	64,7%	56,9%	37,3%	27,5%
Brandenburg	69,5%	62,7%	39,0%	13,6%
Bremen	56,3%	62,5%	50,0%	6,3%
Hamburg	59,4%	84,4%	53,1%	21,9%
Hessen	70,2%	67,9%	38,9%	13,1%
Meck.-Vorpommern	61,6%	70,1%	29,4%	26,3%
Niedersachsen	73,8%	64,3%	37,2%	19,9%
Nordrhein-Westfalen	67,5%	64,3%	39,6%	20,7%
Rheinland-Pfalz	75,8%	74,5%	35,8%	13,9%
Saarland	69,2%	69,2%	30,8%	11,5%
Sachsen	71,2%	69,7%	40,9%	18,2%
Sachsen-Anhalt	79,7%	73,0%	41,9%	20,3%
Schleswig-Holstein	72,6%	71,2%	41,1%	20,5%
Thüringen	68,6%	68,6%	47,1%	13,7%

Legende:
(rote Hervorhebungen kennzeichnen in spaltenweiser Lesart die drei problematischsten regionenbezogenen Ergebnisse, grüne Hervorhebungen die drei günstigsten regionenbezogenen Befunde)

Abb. 21

Betrachtet man die Verteilung der Bundesländer bezüglich der Frage, was am meisten am Amateurfußball geschätzt wird, fällt sofort auf, dass in allen Bundesländern das familiäre Umfeld sowie die Nähe zum Verein und den Spielern genannt wird. Woche für Woche ziehen damit im Wesentlichen die selben Gründe die Fans in den Ländern auf die Fußballplätze der Nation. Das Fehlen von Leistungsdruck wird ebenfalls in allen Bundesländern als weniger schätzenswert genannt.

4.2 Differenzierung nach regionaler Herkunft (2/5)

Was stört dich am Amateurfußball besonders? (nach Bundesland)

Bundesland	Aggresives Verhalten	Fehlende Öffentlichkeit	Schlechte Organisation	Schlechte Platzver-hältnisse	Schlechte Schieds-richter
Baden-Württemberg	42,6%	20,2%	12,2%	34,7%	39,2%
Bayern	38,0%	20,0%	11,8%	34,9%	39,8%
Berlin	54,9%	17,6%	21,6%	35,3%	39,2%
Brandenburg	45,8%	16,9%	8,5%	37,3%	39,0%
Bremen	56,3%	18,8%	18,8%	25,0%	50,0%
Hamburg	43,8%	28,1%	9,4%	43,8%	34,4%
Hessen	46,8%	23,0%	13,9%	38,9%	38,1%
Meck.-Vorpommern	47,7%	13,6%	22,7%	50,0%	38,6%
Niedersachsen	42,4%	20,5%	17,3%	45,5%	32,6%
Nordrhein-Westfalen	48,2%	17,9%	17,1%	37,1%	41,2%
Rheinland-Pfalz	38,8%	29,7%	17,0%	38,2%	40,6%
Saarland	34,6%	19,2%	15,4%	30,8%	42,3%
Sachsen	37,9%	32,6%	9,8%	43,2%	35,6%
Sachsen-Anhalt	36,5%	24,3%	18,9%	43,2%	35,1%
Schleswig-Holstein	43,8%	27,4%	12,3%	43,8%	31,5%
Thüringen	25,5%	35,3%	5,9%	49,0%	41,2%

Legende:
(rote Hervorhebungen kennzeichnen in spaltenweiser Lesart die drei problematischsten regionenbezogenen Ergebnisse, grüne Hervorhebungen die drei günstigsten regionenbezogenen Befunde)

Abb. 22

Aggressive Verhaltensweisen auf dem Platz werden vor allem in Berlin und Bremen als großes Problem wahrgenommen - die Menschen, die mit dem Amateurfußball in Kontakt kommen, werden hiervon am meisten gestört. In Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern werden die schlechten Platzverhältnisse als größter Störfaktor bewertet. Hieraus lassen sich jeweils Ansatzpunkte zur Stärkung des Zuspruchs für den Amateurfußball ableiten.

4.2 Differenzierung nach regionaler Herkunft (3/5)

Wie zufrieden bist du mit der clubbezogenen Infrastruktur im Amateurfußball? (nach Bundesland)

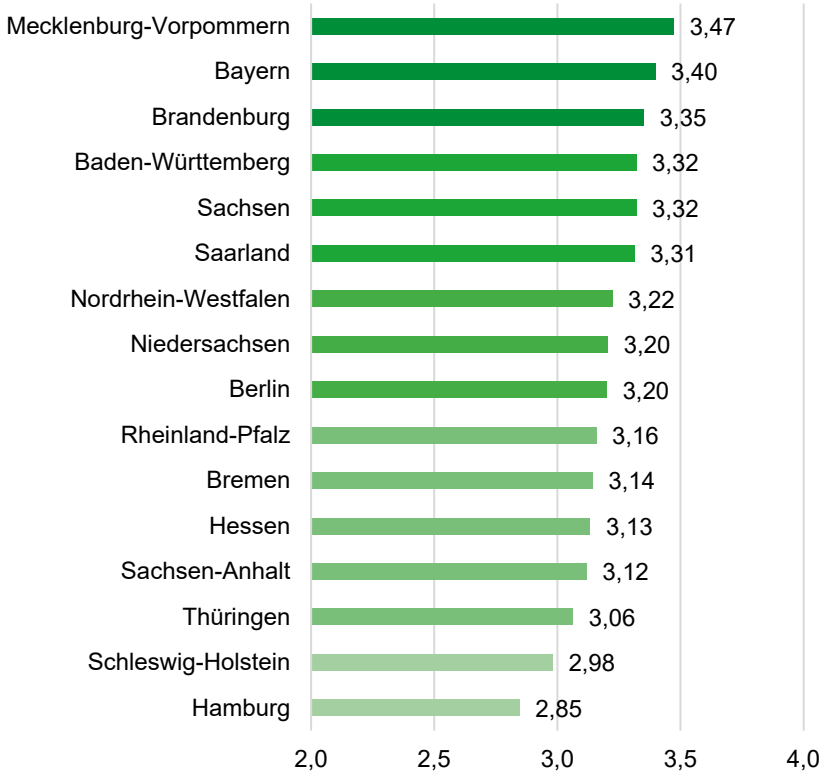


Abb. 23

Die Zufriedenheit mit der vereinseigenen Infrastruktur unterscheidet sich je nach Bundesland erheblich. Die ersten fünf Plätze belegen Bundesländer aus Süd- und Ostdeutschland, wo durchschnittlich zwischen 3,47 und 3,32 Sterne vergeben werden. Die letzten beiden Ränge nehmen Schleswig-Holstein und Hamburg ein – dort wird die Infrastruktur nur mit 2,98 und 2,85 Sternen bewertet. Die Zufriedenheit mit der Infrastruktur der Vereine ist hochsignifikant mit der Beurteilung der Platzverhältnisse verbunden. Befragte, die mit der Infrastruktur zufriedener sind, geben systematisch seltener „schlechte Platzverhältnisse“ als Störfaktor im Amateurfußball an.

4.2 Differenzierung nach regionaler Herkunft (4/5)

Wo kann Dein Verein eine Unterstützung am meisten gebrauchen? (nach Bundesland)

Bundesland	Infra-struktur	Ausrüst-ung	Mobilität	Medien	Werbung/ Sponsoring	Anderer Bereich
Baden-Württemberg	40,1%	31,5%	25,3%	15,6%	22,4%	2,6%
Bayern	43,9%	36,2%	30,7%	18,6%	34,3%	3,4%
Berlin	25,5%	23,5%	25,5%	5,9%	17,6%	2,0%
Brandenburg	30,5%	30,5%	23,7%	16,9%	27,1%	0,0%
Bremen	43,8%	25,0%	25,0%	25,0%	12,5%	6,3%
Hamburg	31,3%	18,8%	18,8%	3,1%	21,9%	3,1%
Hessen	40,5%	31,7%	24,6%	16,7%	21,4%	3,6%
Meck.-Vorpommern	45,5%	45,5%	50,0%	18,2%	31,8%	2,3%
Niedersachsen	38,6%	31,7%	25,1%	15,0%	23,3%	2,3%
Nordrhein-Westfalen	29,6%	33,6%	21,6%	13,7%	18,9%	2,7%
Rheinland-Pfalz	41,2%	32,7%	20,6%	15,2%	29,1%	1,2%
Saarland	38,5%	23,1%	30,8%	15,4%	30,8%	3,8%
Sachsen	32,6%	28,8%	27,3%	15,2%	22,0%	3,0%
Sachsen-Anhalt	50,0%	37,8%	29,7%	17,6%	33,8%	1,4%
Schleswig-Holstein	53,4%	35,6%	21,9%	15,1%	21,9%	0,0%
Thüringen	35,3%	27,5%	31,4%	15,7%	29,4%	3,9%

Legende:
(rote Hervorhebungen kennzeichnen in spaltenweiser Lesart die drei problematischsten regionenbezogenen Ergebnisse, grüne Hervorhebungen die drei günstigsten regionenbezogenen Befunde)

Abb. 24

Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt weisen beide in vier Kategorien den größten Unterstützungsbedarf auf. Dies lässt Ruckschlüsse auf die aktuelle Lage auf den Fußballplätzen und in den Vereinsheimen in diesen Bundesländern zu. Aber selbst das Bundesland Bayern meldet in drei Kategorien großen Bedarf. Generell kann man festhalten, dass die Infrastruktur im Durchschnitt aller Bundesländer den größten Aufholbedarf hat.

4.2 Differenzierung nach regionaler Herkunft (5/5)

Wie zufrieden bist du mit den medialen Angeboten im Amateurfußball? (nach Bundesland)

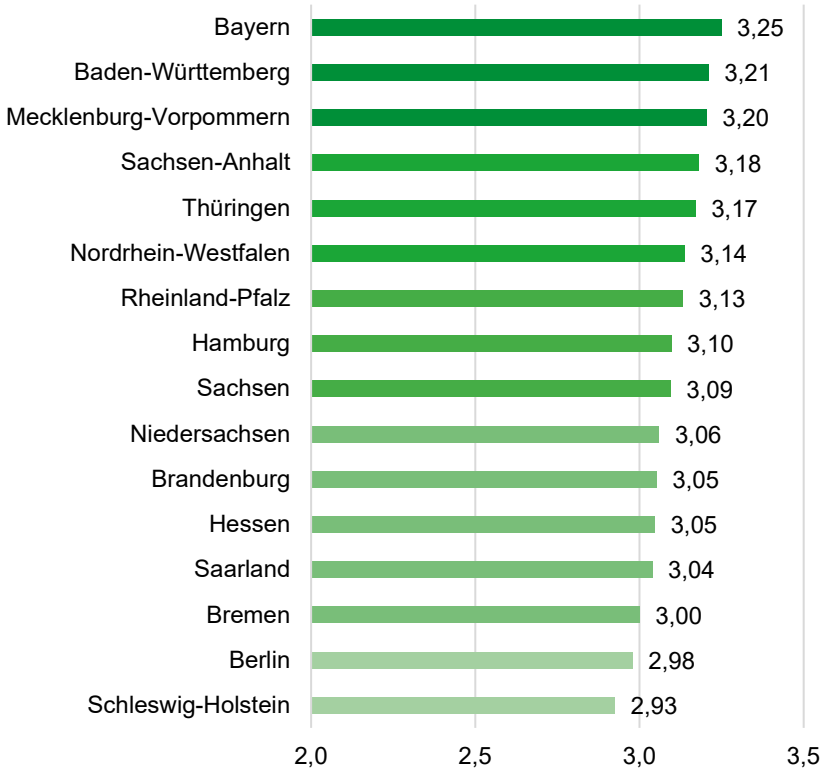


Abb. 25

Bei der Zufriedenheit mit den medialen Angeboten liegen mit Bayern, Baden-Württemberg und Mecklenburg-Vorpommern drei Bundesländer auf den vordersten Plätzen, die auch bei der clubbezogenen Infrastruktur in der Spitzengruppe zu finden sind. Insgesamt sind die Unterschiede hier jedoch nur gering, da alle Bundesländer in der Spanne zwischen 3,25 und 2,93 Sternen liegen.

4.3 Differenzierung nach Geschlecht (1/2)

Wie wichtig ist es dir, Zeit im Amateurfußball zu verbringen? (nach Geschlecht)

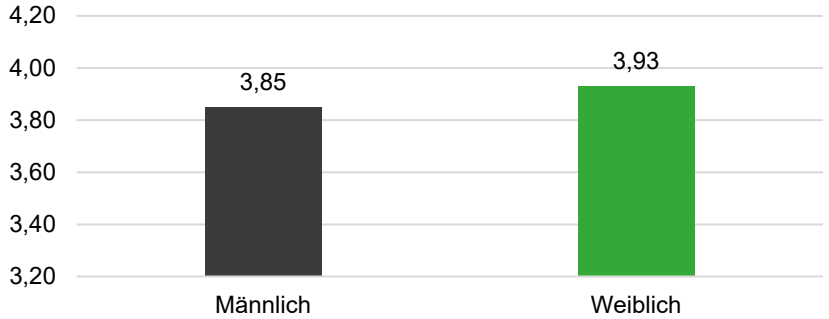


Abb. 26

Bei der Aufteilung der Auskunftspersonen nach Geschlecht erkennt man etwas überraschend, dass es den Frauen etwas wichtiger ist als den Männern, ihre Zeit im Amateurfußball zu verbringen. Allerdings ist dieser Unterschied statistisch nicht signifikant und kann daher nicht verallgemeinert werden.

Wie zufrieden bist du mit dem gegenseitigen Respekt im Amateurfußball? (nach Geschlecht)

Abb. 27

Darüber hinaus sind Frauen im Vergleich zu den männlichen Befragten zufriedener mit dem gegenseitigen Respekt im Amateurfußball. Dieser Unterschied ist hochsignifikant und kann deswegen nicht nur für unsere Stichprobe angenommen werden.

4.3 Differenzierung nach Geschlecht (2/2)

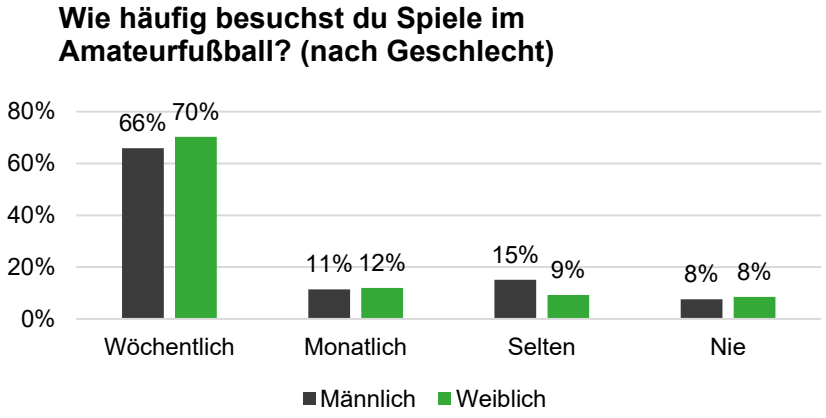


Abb. 28

Im Vergleich zwischen Frauen und Männern besuchen die Frauen etwas häufiger Amateurfußballspiele im wöchentlichen Rhythmus. Die Unterschiede in der Besuchsintensität sind allerdings statistisch nicht signifikant.

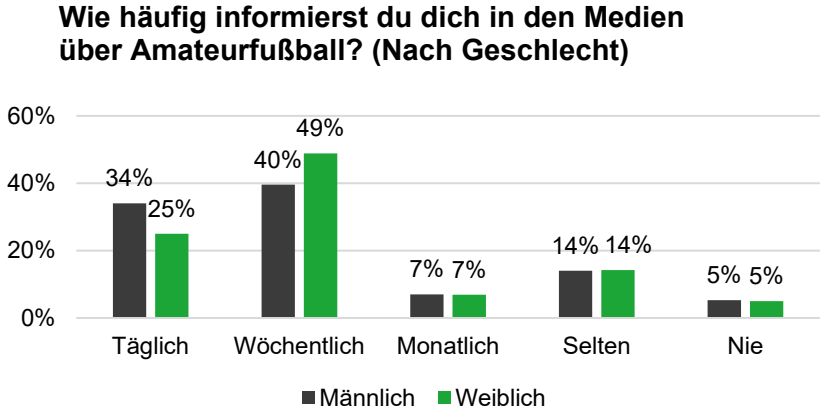


Abb. 29

Bei der Häufigkeit der Informationsgewinnung über Medien führen die Männer die tägliche Informationssuche an. Fast die Hälfte der Frauen informiert sich lieber wöchentlich über das Geschehen im Amateurfußball. Allerdings können auch diese Unterschiede nicht mit Sicherheit verallgemeinert werden.

4.4 Differenzierung nach Verhaltensweisen (1/2)

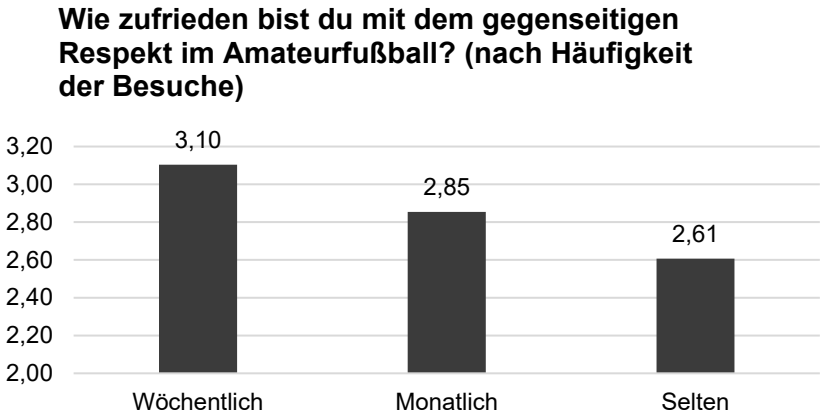
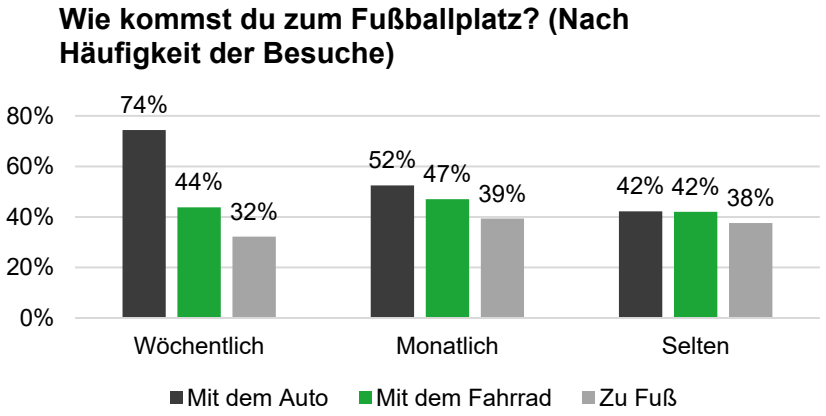


Abb. 30

Man erkennt deutlich, dass die Häufigkeit der Besuche im Amateurfußball einen deutlichen Einfluss auf die Wahrnehmung des gegenseitigen Respekts hat. Die Befragten, die die Plätze des Amateurfußballs häufiger besuchen, nehmen den Respekt deutlich höher wahr, als Befragte, die nur monatlich oder noch seltener den Amateurfußball besuchen.



Mehrfachantworten möglich

Abb. 31

Das Auto ist bei den Befragten durchweg das beliebteste Verkehrsmittel, um zum Fußballplatz zu gelangen. Dies steigert sich sogar noch, je häufiger man zum Fußballplatz anreist. Der Grund dafür ist wahrscheinlich, dass das Auto in den meisten Fällen auch die zeitsparendste Alternative ist.

4.4 Differenzierung nach Verhaltensweisen (2/2)

Wie zufrieden bist du mit den medialen Angeboten im Amateurfußball? (nach Häufigkeit der Information)

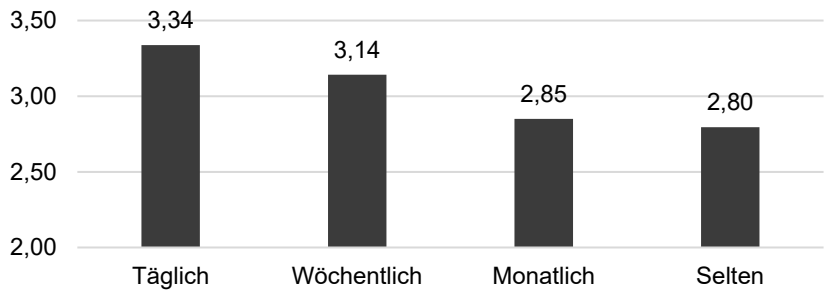
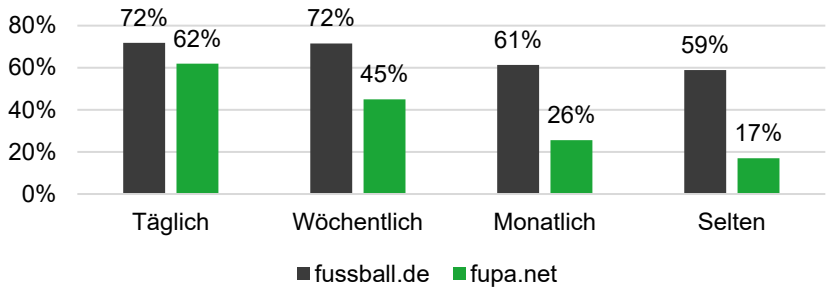


Abb. 32

Die Abbildung zeigt, dass die medialen Angebote, mit denen die Nutzer zufrieden sind, relativ häufig genutzt werden – vielleicht trägt auch die höhere Nutzungsintensität zur stärkeren Zufriedenheit bei (Zurechtfinden in den Angeboten etc.).

Welche der folgenden Plattformen im Amateurfußball nutzt du? (nach Häufigkeit der Information)



Mehrfachantworten möglich

Abb. 33

Vergleicht man die beiden Internetseiten, die im Amateurfußball am weitesten verbreitet sind, so fällt auf, dass „fussball.de“ die hohe Nutzung relativ konstant über verschiedene Häufigkeiten der Informationsbeschaffung hinweg halten kann. Bei fupa.net hingegen brechen die Nutzungsraten regelrecht ein.

Zusammenfassung

Mehr als Hälfte der Befragten besucht jede Woche ein Amateurfußballspiel.

Fast 2/3 der Teilnehmer spielen in einem Verein Fußball.

Mehr als vier von zehn Usern sind aktiv ehrenamtlich im Amateurfußball tätig.

Fast neun von zehn Usern nutzen ihr Smartphone, um sich über den Stand und die Entwicklungen im Amateurfußball zu informieren.

„fussball.de“ ist die wichtigste Plattform, wenn es um Informationen zu Tabellen/Ergebnissen für die User geht.

Als die wichtigsten positiven Merkmale des Amateurfußballs nennen die User die Nähe zu Verein und Spielern sowie die familiär-freundschaftlichen Beziehungen.

Als besonders störend werden aggressives Verhalten, schlechte Platzverhältnisse und Schiedsrichter empfunden.

Der Amateurfußball steht zweifelsfrei für Werte, die dem Profifußball in den letzten Jahren mehr und mehr abhanden-gekommen sind.

Die Altersgruppe der 20-29 jährigen ist am stärksten an den wöchentlichen Zuschauern von Fußballspielen im Amateurbereich beteiligt.

Der Anteil von ehrenamtlichen Helfern nimmt mit steigendem Alter deutlich zu.

Frauen sind im Vergleich zu den männlichen Befragten zufriedener mit dem gegenseitigen Respekt im Amateurfußball.

Kontakt

Ihre Ansprechpartner

Dr. Joachim Lammert
Geschäftsführer bei FanQ, vormals Fachgebiet Sportmanagement der Uni Leipzig

Mail: joachim.lammert@fanq-app.com
Mobil: 0163-5293000

Kilian Weber
Geschäftsführer bei FanQ, vormals Referent der Geschäftsführung bei Dynamo Dresden

Mail: kilian.weber@fanq-app.com
Mobil: 0176-84815915

Das sagen unsere Kunden:

„FanQ hat uns geholfen, wichtige Erkenntnisse zur Ausgestaltung und Wirkungsanalyse unseres Sport Marketings zu gewinnen. In einer kurzfristigen Folgebefragung konnten wir spezifische Erkenntnisse vertiefen. FanQ ist super flexibel und sehr zu empfehlen.“

Sebastian Carlin
Teamleiter Sports Marketing Hyundai Motor Deutschland GmbH

HYUNDAI

Über FanQ

FanQ - Die Voting-App für Fußballfans arbeitet wie eine Bewertungsplattform im Fußball. Mehrfach täglich greifen wir aktuelle Themen auf und befragen Fans zu ihren Meinungen. Je-der kann kostenlos voten, diskutieren und eigene Fragen zur Abstimmung stellen. FanQ visualisiert die Ergebnisse und macht Fanmeinungen transparent. Darüber hinaus integriert FanQ Social Media-Funktionen und gibt den Fans ein digitales Zuhause.

Professionellen Marktteilnehmern bietet FanQ (1) effektive Informationen zur Identifikation von Verbesserungsmöglichkeiten für fanbezogene und umsatzrelevante Entscheidungen sowie (2) intelligente Werbeformen für einen einzigartigen Zugang zu den Fans.

FanQ hat eine soziale Ausrichtung. Durch transparente Fanmeinungen fördern wir Entscheidungen im Interesse der Fans und leisten einen Beitrag zur Attraktivität des Fußballs. Neben dieser operativen Orientierung ist es uns wichtig, auch finanziell dazu beizutragen, dass der Fußball besser wird. So haben wir uns dazu verpflichtet, jedes Jahr 11% unseres Gewinns für fanbezogene und soziale Projekte zur Verfügung zu stellen. Als Teil dieser Verpflichtung ist FanQ Mitglied bei Common Goal.

Autoren:
Dr. Joachim Lammert
Prof. Dr. Axel Faix
Jonas Schneider
Lukas Kopfer
Lorena Manuse

FanQ
Am Puls der Fans

rate your club – Gesellschaft für fanbezogene Meinungsforschung im Sport mbH
Joachim Lammert und Kilian Weber
Registergericht: Köln
Registernummer: HRB 83815

Im Mediapark 5
50670 Köln

COMMON GOAL