



Rassismus im Fußball Eine Studie aus Fanperspektive



Über die Studie



Nicht nur in unserer Gesellschaft, sondern auch im Fußball ist das Thema Rassismus immer noch präsent. Obwohl der Fußballplatz ein Ort der Integration, des Miteinanders und Teamspirits ist, werden dennoch immer wieder Menschen nur aufgrund ihrer Hautfarbe oder anderer Merkmale verurteilt, beleidigt und ausgegrenzt.

In Zeiten einer ausgiebigen Social-Media-Nutzung bekommt das Thema zusätzlich noch neue Dimensionen. Der Zugang zu Spielern wird direkter, schneller aber gleichzeitig auch unpersönlicher und anonym. Deshalb ist es oft schwer, aus den Vorfällen Konsequenzen zu ziehen und gegebenenfalls auch Strafen zu verhängen.

Doch nicht nur neben, sondern auch auf dem Platz kommt es regelmäßig zu fremdenfeindlichen Szenen, zwischen Fans und Spielern aber auch unter den Spielern selbst. Das Problem ist nicht nur im Profifußball, sondern auch im Amateurfußball spürbar.

Was wird dagegen getan? Immer wieder werden von den verschiedenen Institutionen Maßnahmen zur Bekämpfung von Rassismus getroffen und verschärft durchgesetzt. Diese haben jedoch offenbar keinen nachhaltigen Effekt, sodass es immer wieder zu rassistischen Vorfällen auf und neben dem Platz kommt.

Wie beurteilen die Fans die Lage des Fußballs in Bezug auf den Rassismus? Hat sich der Fußball in dieser Hinsicht verbessert oder ist die Lage schlimmer geworden? Wie bewerten die Fans die verschiedenen Institutionen im Kampf gegen Rassismus? Was kann noch getan werden, um Spieler vor rassistischen Beleidigungen zu schützen?

Aktuelle Antworten auf diese und weitere Fragen gibt die aktuelle Studie von FanQ im Auftrag des Sport-Informations-Dienst (SID) zum Thema Rassismus im Fußball.

Inhalt

















1.	Methodik	4
2.	Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale	6
3.	Darstellung der Ergebnisse	10
4.	Differenzierung ausgewählter Ergebnisse	23
	4.1. Differenzierung nach Alter	24
	4.2. Differenzierung nach Mitgliedschaft	25
	4.3. Differenzierung nach Konsumpräferenz	28
	4.4. Differenzierung nach Bereich im Stadion	31
5.	Zusammenfassung	35
6.	Kontakt	37
7.	Über FanQ	39



1. Methodik

















Die folgenden Ergebnisse basieren auf einer Online-Umfrage (CAWI), die mittels der App FanQ durchgeführt wurde. Zudem wurde die gleiche Umfrage auch in Form einer Webumfrage veröffentlicht.

Die Befragung war für alle Nutzer zwischen dem 25.02.2021 und dem 06.04.2021 zugänglich. Sie umfasste inklusive der erhobenen soziodemografischen Angaben maximal 28 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 2014 Personen an der Erhebung.

Für Fragen mit einer Bewertungskomponente konnten die Nutzer maximal fünf Sterne vergeben. Hierbei stehen fünf Sterne für eine besonders hohe Zustimmung, während ein Stern eine außerordentlich hohe Ablehnung darstellt. Im nachfolgenden Bericht werden Wertungen mit vier oder fünf Sternen als "Zustimmung" und solche mit einem oder zwei Sternen als "Ablehnung" zu einer Position interpretiert. Zudem stellten wir Fragen, die von den Usern bejaht oder verneint sowie mit "vielleicht" beantwortet werden konnten.

Zuerst informieren wir kurz über die soziodemografischen und verhaltensbezogenen Merkmale unserer Studienteilnehmer, um dem Leser eine bessere Einordnung unserer Ergebnisse zu ermöglichen (Kap. 2). Anschließend stellen wir im Kapitel 3 die Kernergebnisse unserer Erhebung vor.

Im darauffolgenden vierten Kapitel spalten wir die Ergebnisse nach verschiedenen soziodemografischen Variablen auf und vergleichen die entstehenden Untergruppen miteinander. Wir können somit Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den Gruppen erkennen.

Ein Fazit beschließt diesen Bericht.



2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale











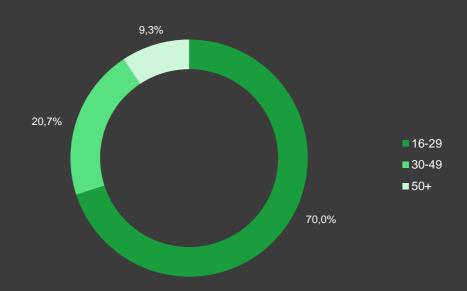




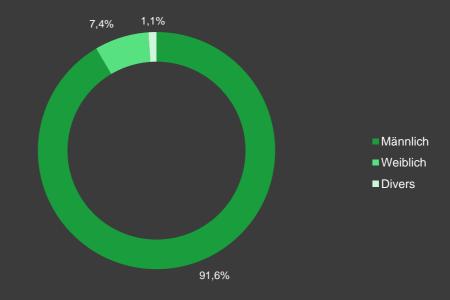




Altersgruppen



Geschlecht



2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale







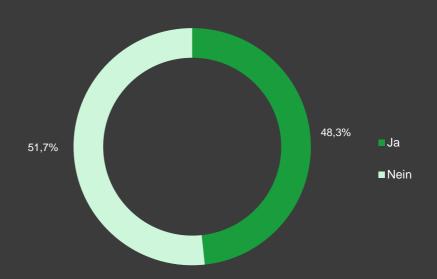




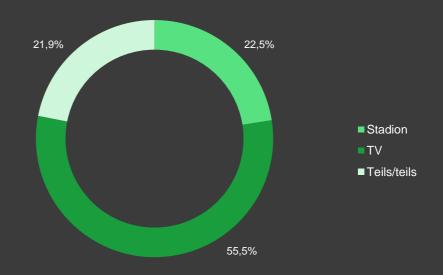




Mitgliedschaft im Club



Wo wird Fußball konsumiert?



2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale









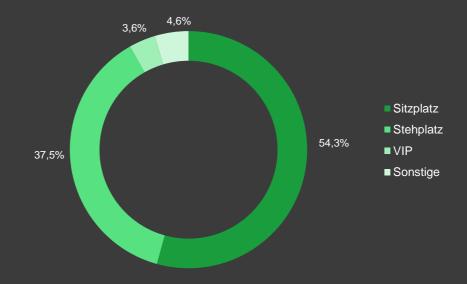








Bevorzugter Bereich im Stadion

















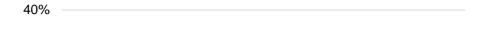


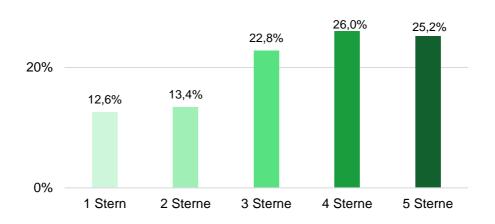


Für wie präsent hältst du das Thema Rassismus im Amateurfußball?

Abbildung 1

 $\emptyset = 3.38$

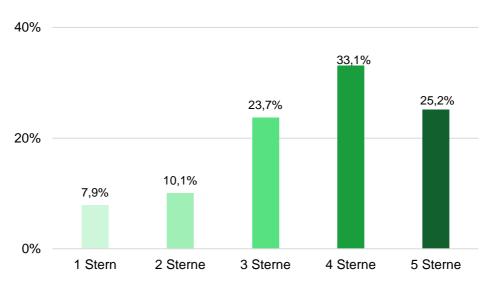




Für wie präsent hältst du das Thema Rassismus im Profifußball?

Abbildung 2

 $\emptyset = 3.58$



Das Thema Rassismus ist allgegenwärtig im Fußball, egal ob in der Kreisliga oder Bundesliga.











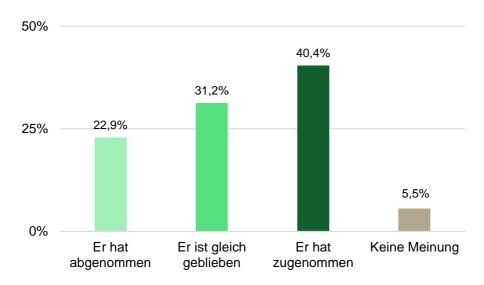






Hat der Rassismus im Fußball deiner Meinung nach in den letzten Jahren zuoder abgenommen?

Abbildung 3



Die Entwicklung geht in die falsche Richtung, denn Rassismus im Fußball hat in den letzten Jahren zugenommen.













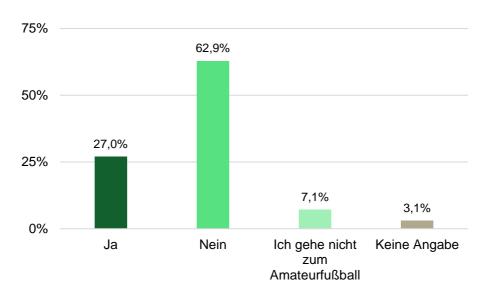






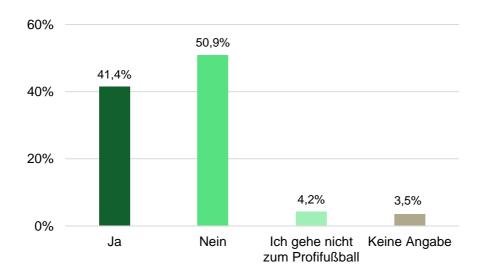
Bist du selbst schon einmal Zeuge eines rassistischen Vorfalls im Kontext Amateurfußball geworden?

Abbildung 4



Bist du selbst schon einmal Zeuge eines rassistischen Vorfalls im Kontext Profifußball geworden?

Abbildung 5



Im Profifußball wurden mehr Fans Zeuge eines rassistischen Vorfalls – können sich die Täter in den Menschenmassen anonymer und sicherer fühlen?













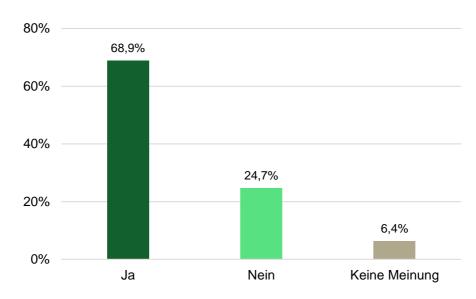






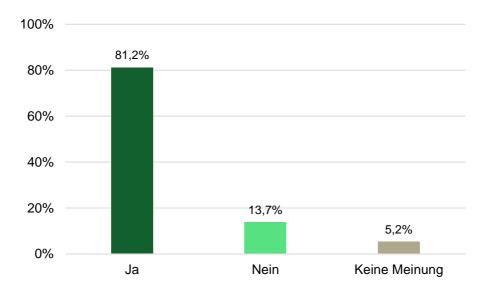
Stadiondurchsage, Spielunterbrechung & Spielabbruch: Der richtige Weg, um gegen rassistische Vorfälle vorzugehen?

Abbildung 6



Sollen die Spieler selber aktiv werden und das Spielfeld verlassen dürfen, wenn ein Vorfall für sie unerträglich ist?

Abbildung 7



Zustimmung zu allem, was hilft: Die Fans befürworten sowohl eigenverantwortliches Handeln der Spieler als auch Maßnahmen wie Spielabbrüche, um Rassismus zu bekämpfen.











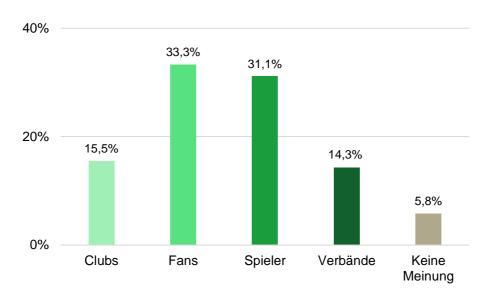






Welche Akteure im Fußball können den größten Einfluss im Kampf gegen Rassismus ausüben?

Abbildung 8



Spieler und Fans können den Rassismus in den Augen der Fans am stärksten bekämpfen ein Appell an mehr Engagement im Stadion?



















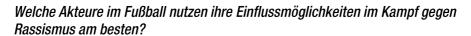
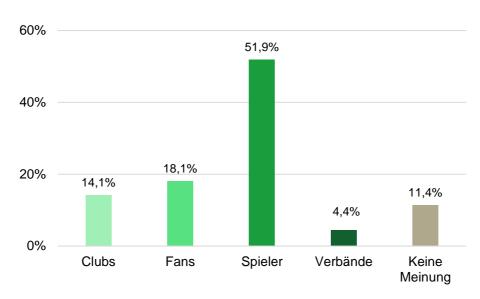
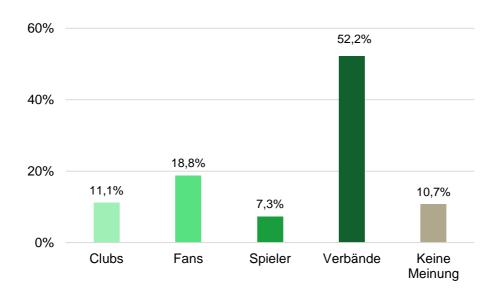


Abbildung 9



Welche Akteure im Fußball nutzen ihre Einflussmöglichkeiten im Kampf gegen Rassismus am schlechtesten?

Abbildung 10



Imagekampagnen der Verbände reichen offenbar nicht, denn aus Sicht der Fans nutzen UEFA, FIFA & Co. ihre Einflussmöglichkeiten im Anti-Rassismus-Kampf am schlechtesten.













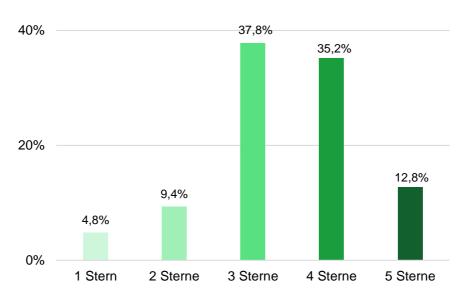




Wie bewertest du das Engagement der Bundesliga-Spieler im Kampf gegen Rassismus?

Abbildung 11

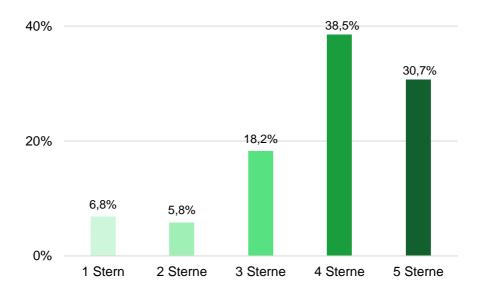
 $\emptyset = 3.42$



Wie bewertest du das Engagement der Spieler in US-Profi-Ligen (u.a. NBA, NFL) im Kampf gegen Rassismus?

Abbildung 12

 $\emptyset = 3.80$



Mit ihrem engagierten und geschlossenen Protest setzen sich u.a. NFL- und NBA-Spieler nachdrücklicher gegen Rassismus ein als Bundesligafußballer.













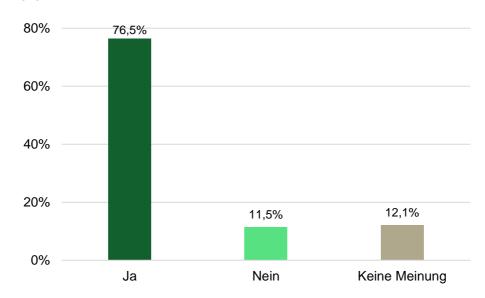






Sollten die deutschen Nationalspieler ihre Stimme stärker öffentlich im Kampf gegen Rassismus erheben?

Abbildung 13



Fans wünschen sich klare Bekenntnisse ihrer Nationalspieler, nicht nur PR-Aktionen.















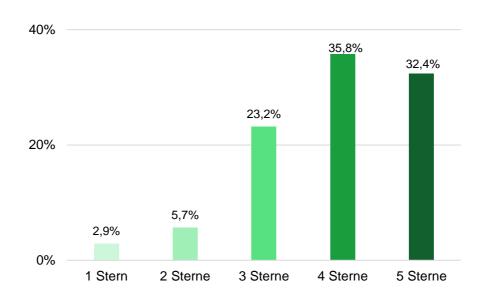




Wie bewertest du das Engagement deines Lieblingsclubs gegen Rassismus?

Abbildung 14

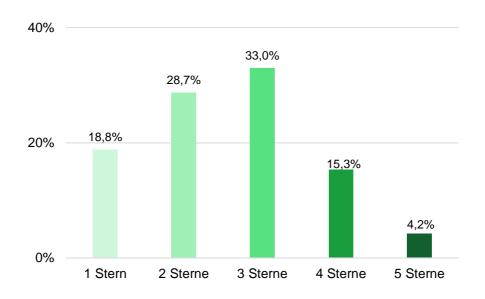
 $\emptyset = 3.89$



Wie bewertest du das Engagement des DFB gegen Rassismus?

Abbildung 15

 $\emptyset = 2.57$



Auch das Engagement des DFB bekommt trotz Kampagnen und Anti-Rassismus-Beauftragten kein gutes Zeugnis.













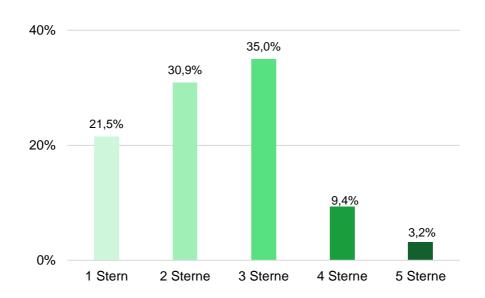






Abbildung 16

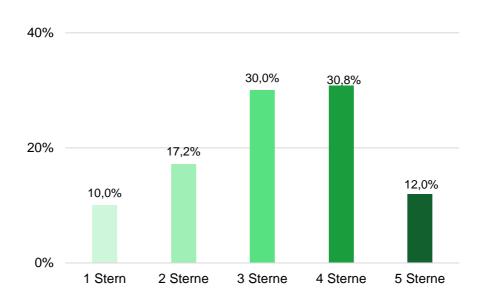
 $\emptyset = 2.42$



Wie bewertest du das Engagement der Fans gegen Rassismus?

Abbildung 17

 $\emptyset = 3.17$



Das Engagement der DFL wird ebenfalls als stark ausbaufähig eingestuft.











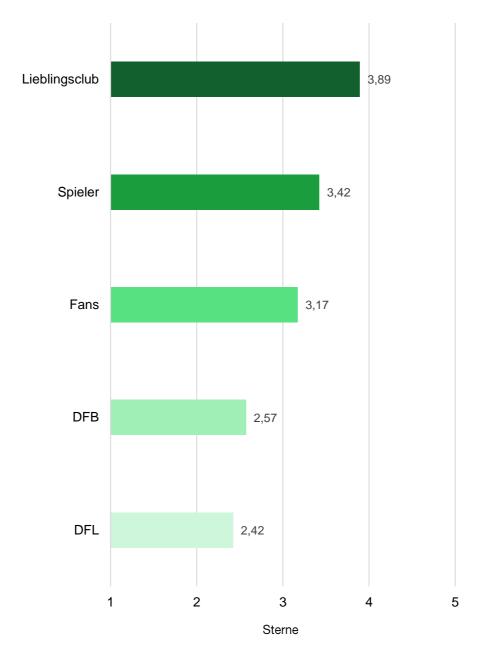






Wie bewertest du das Engagement der folgenden Akteure gegen Rassismus?

Abbildung 18



Nochmal auf den Punkt gebracht: Die Fans sehen ihren Lieblingsclub und sich selbst als engagierter an als DFB und DFL - Ausdruck sozialer Erwünschtheit oder echte Bemühung?











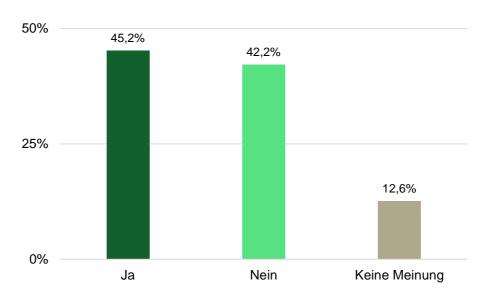






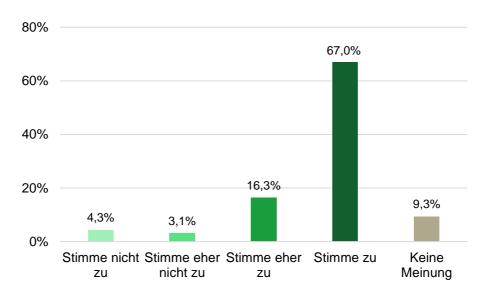
Sollten alle Clubs verpflichtet werden, einen Teil ihres Budgets für die Arbeit gegen Rassismus auszugeben?

Abbildung 19



Fußball genießt gesellschaftliche Aufmerksamkeit und sollte sich stärker im Anti-Rassismus-Kampf engagieren.

Abbildung 20



Die Fans wünschen sich stärkere Aktivität im Kampf gegen Rassismus, sehen eine finanzielle Verpflichtung dazu aber nicht unbedingt als richtiges Mittel an.

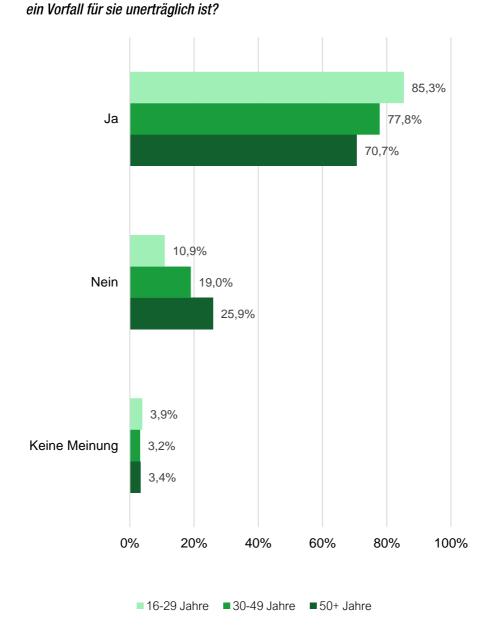


4.1. Differenzierung nach Alter

Sollen die Spieler selber aktiv werden und das Spielfeld verlassen dürfen, wenn

Abbildung 21





Die meisten Fans finden, den Spielern sollte es erlaubt sein, bei unerträglichen Vorfällen aktiv zu werden. Am klarsten dafür stimmten die Fans im Alter zwischen 16 und 29 Jahren.

4.2. Differenzierung nach Mitgliedschaft











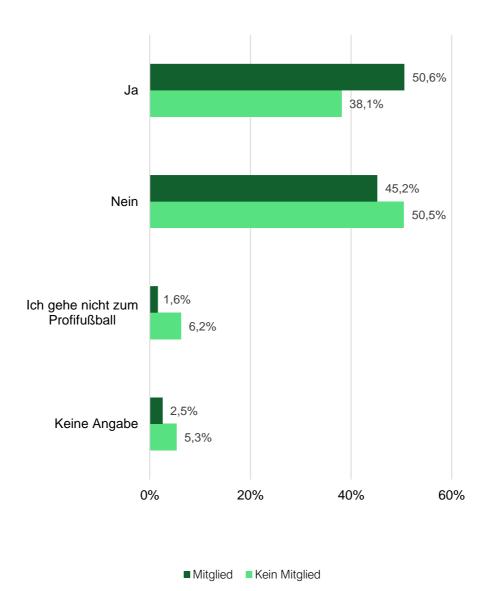






Bist du selbst schon einmal Zeuge eines rassistischen Vorfalls im Kontext Profifußball geworden?

Abbildung 22



Die Hälfte der Fans wurde noch kein Zeuge rassistischer Vorfälle im Profifußball (vgl. Abb. 22). Auffällig ist, dass Mitglieder eines Vereins derartige Vorfälle deutlich öfter erlebten, als Fans, die keine Mitglieder ihres Vereins sind.

4.2. Differenzierung nach Mitgliedschaft











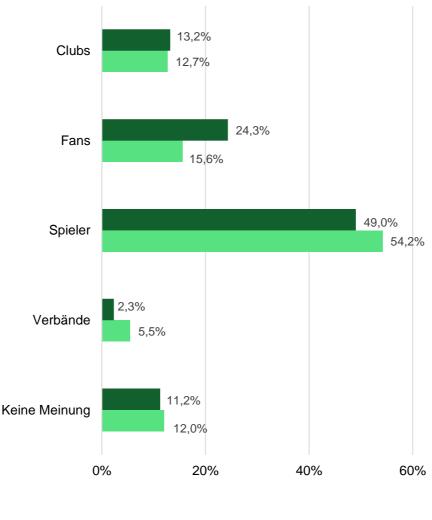






Abbildung 23

Welche Akteure im Fußball nutzen ihre Einflussmöglichkeiten im Kampf gegen



Die Spieler werden in ihrem Einsatz gegen Rassismus am besten bewertet. Die Einflüsse der Fans werden von Mitgliedern positiver bewertet als von Nicht-Mitgliedern. Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass Mitglieder involvierter im Clubgeschehen sind und eher die direkten Beiträge von Fans zum Anti-Rassismus-Kampf wahrnehmen.

■ Mitglied ■ Kein Mitglied

4.2. Differenzierung nach Mitgliedschaft









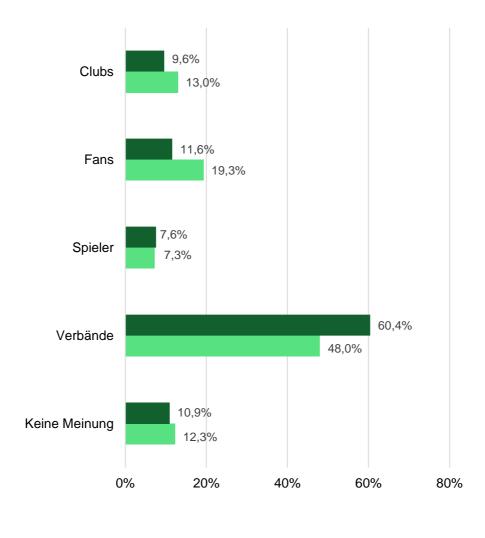






Welche Akteure im Fußball nutzen ihre Einflussmöglichkeiten im Kampf gegen Rassismus am schlechtesten?

Abbildung 24



■ Mitglied ■ Kein Mitglied

Die Verbände schneiden eindeutig am schlechtesten im Kampf gegen Rassismus ab. Noch deutlicher wird dies bei den Abstimmergebnissen der Mitglieder.

4.3. Differenzierung nach Konsumpräferenz











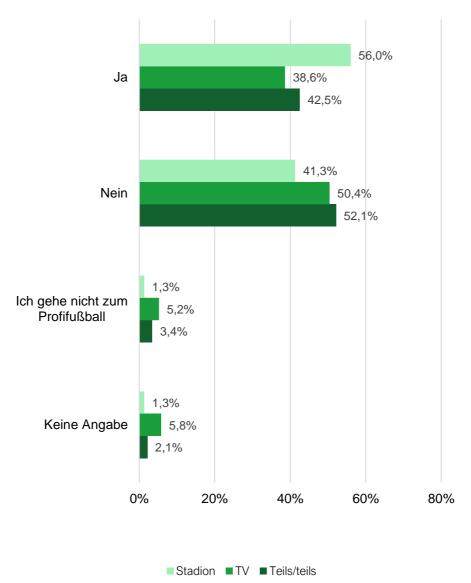






Bist du selbst schon einmal Zeuge eines rassistischen Vorfalls im Kontext Profifußball geworden?

Abbildung 25



Fans werden häufiger Zeuge eines rassistischen Vorfalls im Profifußball, wenn sie Spiele überwiegend im Stadion verfolgen. Dieses Ergebnis könnte dadurch erklärt werden, dass diese Fans im Gegensatz zu TV-Zuschauern auch fremdenfeindliche Szenen sehen können, die außerhalb der Spielzeit geschehen oder von den Kameras nicht eingefangen werden.

4.3. Differenzierung nach Konsumpräferenz















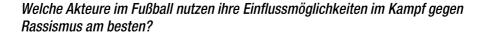
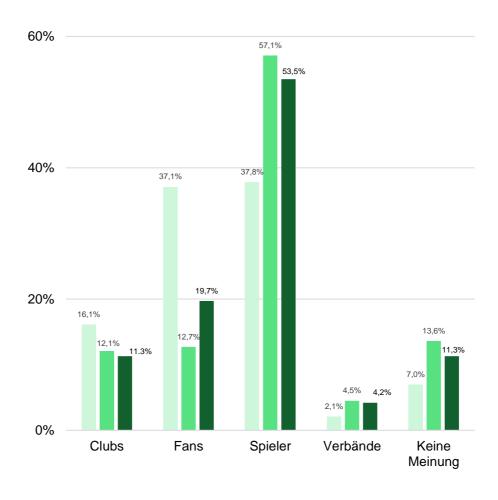


Abbildung 26



■ Stadion ■ TV ■ Teils/teils

Fans, die Fußball im Stadion verfolgen, bewerten den Einsatz der Fans gegen Rassismus deutlich besser als die anderen Gruppen. Umgekehrt bewerten die Stadiongänger das Engagement der Spieler am schlechtesten – es spricht vieles dafür, dass diese Eindrücke der Fans aus der "ungefilterten Wahrnehmung" während des Stadionbesuchs resultieren.

4.3. Differenzierung nach Konsumpräferenz









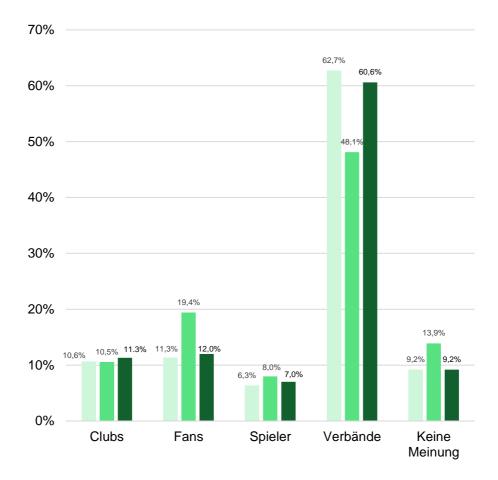






Welche Akteure im Fußball nutzen ihre Einflussmöglichkeiten im Kampf gegen Rassismus am schlechtesten?

Abbildung 27



Alle Teilgruppen stimmten im Schnitt ab, dass die Verbände ihre Einflussoptionen am schlechtesten nutzen. Auffällig ist, dass Stadiongänger das Engagement der Verbände

deutlich kritischer bewerten als TV-Zuschauer.

Rassismus im Fußball 30

■ Stadion ■ TV ■ Teils/teils

4.4. Differenzierung nach Bereich im Stadion















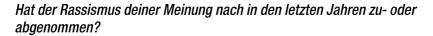
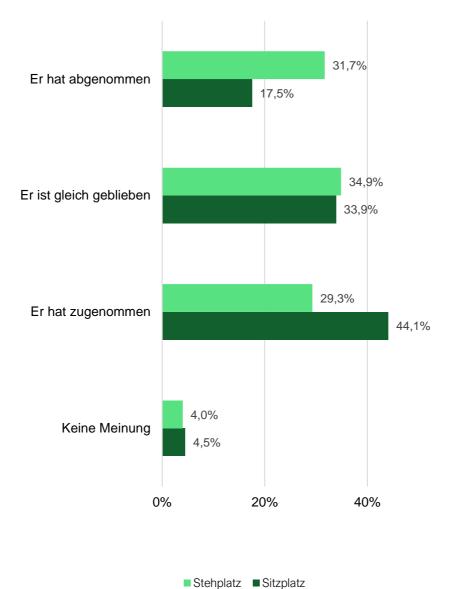


Abbildung 28



Fans, die im Stadion überwiegend Stehplätze belegen, sind deutlich eher der Ansicht, dass der Rassismus abgenommen hat. Fans auf Sitzplätzen sehen eher eine Zunahme.

4.4. Differenzierung nach Bereich im Stadion















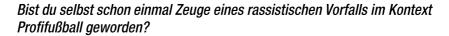
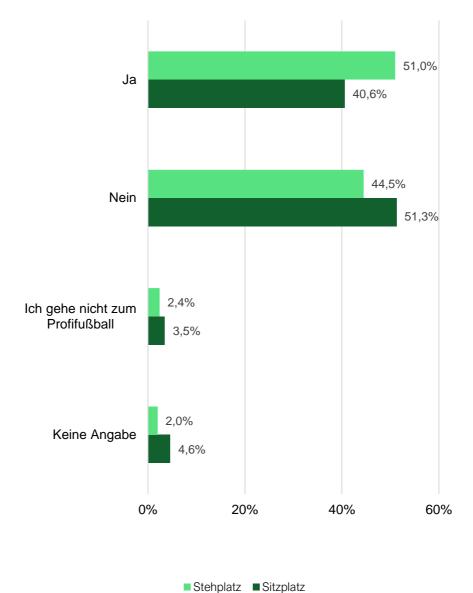


Abbildung 29

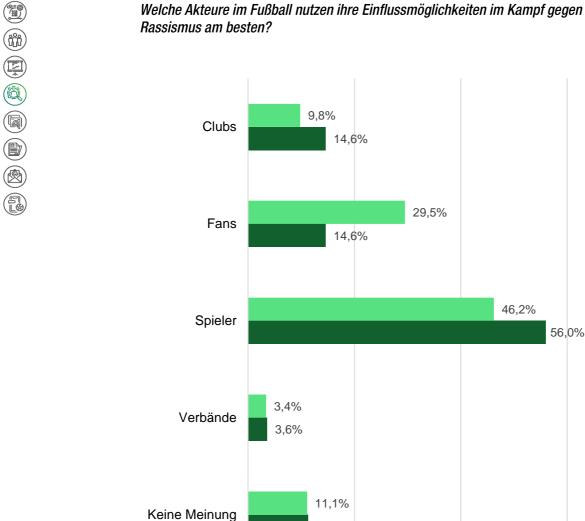


Das eben gezeigte Ergebnis (vgl. Abb. 28) ist umso bemerkenswerter, wenn man hier sieht, dass Fans auf Stehplätzen häufiger Zeuge eines rassistischen Vorfalls im Profifußball geworden sind.

4.4. Differenzierung nach Bereich im Stadion

Welche Akteure im Fußball nutzen ihre Einflussmöglichkeiten im Kampf gegen Rassismus am besten?

Abbildung 30



Die Spieler werden von beiden Gruppen im Einsatz gegen Rassismus am besten bewertet, aber Fans auf Stehplätzen schätzen die Fans erkennbar besser ein als Fans auf Sitzplätzen.

■ Stehplatz ■ Sitzplatz

20%

40%

60%

11,3%

0%













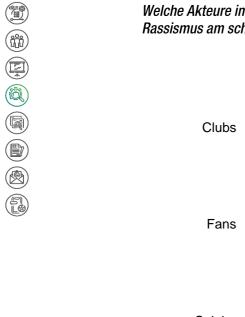


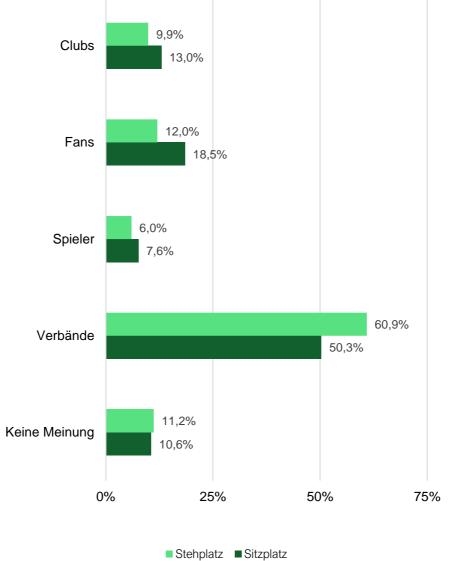


4.4. Differenzierung nach Bereich im Stadion

Welche Akteure im Fußball nutzen ihre Einflussmöglichkeiten im Kampf gegen Rassismus am schlechtesten?

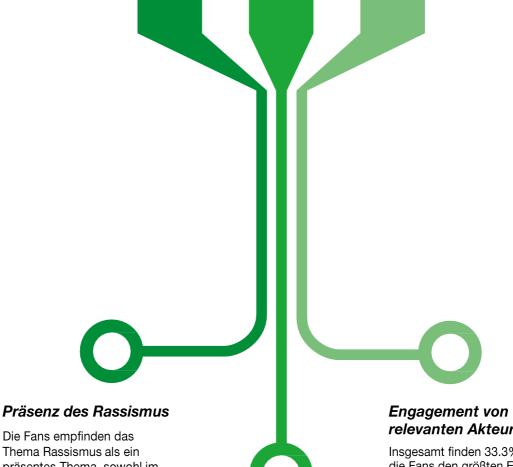
Abbildung 31





Auch hier sind sich beide Gruppen darüber einig, dass die Verbände ihre Einflussmöglichkeiten am schlechtesten nutzen. Fans auf Stehplätzen sehen die Verbände am kritischsten.





Thema Rassismus als ein präsentes Thema, sowohl im Amateur- als auch im Profifußball. Über die Hälfte der Fans schätzt die Präsenz von Rassismus im Bereich von 4 bis 5 Sternen ein. Darüber hinaus finden 40.4%, dass der Rassismus in den

letzten Jahren zugenommen hat. Recht wenige Fans sind allerdings selbst Zeuge eines rassistischen Vorfalls geworden, insbesondere im Kontext des Amateurfußballs.

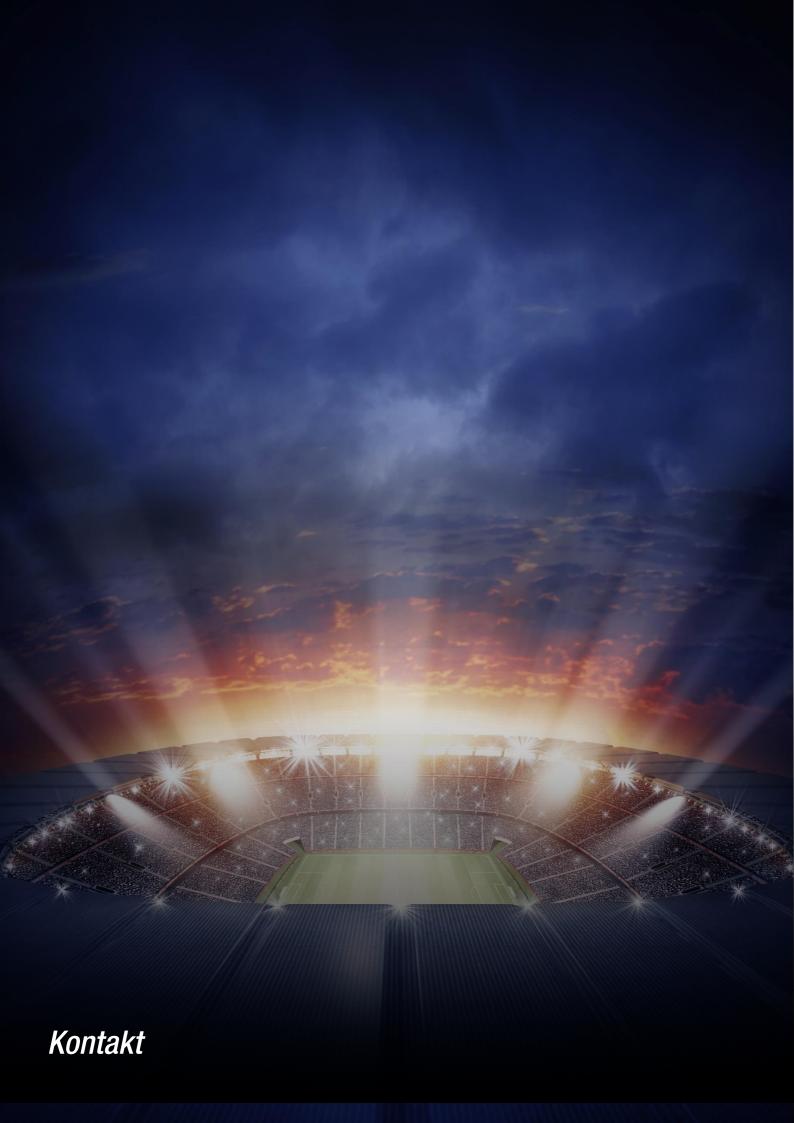
Fans, die Mitglieder ihres Lieblingsclub sind, Fußball vor allem im Stadion konsumieren und normalerweise einen Stehplatz belegen, werden im Schnitt häufiger Zeuge von rassistischen Vorfällen im Profifußball.

Maßnahmen gegen rassistische Vorfälle

Die Mehrheit der Fans bewertet Maßnahmen gegen rassistische Vorfälle positiv. 68.9% sehen zum Beispiel die Stadiondurchsage, die Spielunterbrechung und den Spielabbruch als angemessene Reaktionen. 81.2% meinen zudem, dass es den Spielern erlaubt sein sollte, das Spielfeld zu verlassen, wenn ein Vorfall für sie unerträglich wird.

relevanten Akteuren Insgesamt finden 33.3%, dass

die Fans den größten Einfluss im Kampf gegen Rassismus ausüben können. Ihrer Meinung nach, spielen auch die Spieler eine wichtige Rolle - die Hälfte der Fans glaubt, dass diese derzeit auch ihre Einflussmöglichkeiten im Anti-Rassismus-Kampf am besten nutzen. Im Gegensatz dazu sind 52.2% der Fans der Ansicht, dass die Verbände ihren Einfluss am schlechtesten nutzen. Im Durchschnitt bewerten die Fans das Engagement vom DFB (2.57) und DFL (2.42) eher niedrig.



Ihre Ansprechpartner



















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

Mail: joachim.lammert@fanq-app.com

0163-5293000 Mobil:

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 und Partner:

"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



"Mit FanQ als Partner können wir hohe Fallzahlen zur Befragung von Fans realisieren und repräsentative Ergebnisse verwirklichen. Durch das native Umfeld der Datenerhebung erreichen wir gleichzeitig eine hohe Datenqualität."

Kevin Engist

Head of Account Management Intelligent Research in Sponsoring GmbH



Über FanQ



FanQ - Die Voting-App für Fußballfans ist eine Bewertungsplattform im Fußball. Mehrfach täglich greifen wir aktuelle Themen auf und befragen Fans zu ihren Meinungen. Jeder kann kostenlos voten, diskutieren und eigene Fragen zur Abstimmung stellen. FanQ visualisiert die Ergebnisse und macht Fanmeinungen transparent. Darüber hinaus integriert FanQ relevante 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.



Iveta Noteva

Lena Müller



rate your club – Gesellschaft für fanbezogene Meinungsforschung im Sport mbH Dr. Joachim Lammert und Kilian Weber

Registergericht: Köln

Registernummer: HRB 83815

COMMON GOAL

Im Mediapark 5 50670 Köln