

Über die Studie



Die finanzielle Stabilität von Proficlubs ist nicht erst seit der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden wirtschaftlichen Turbulenzen ein großes Thema im Fußball. Gehälter und Transfersummen wurden zwar zuletzt etwas gedämpft, die Kommerzialisierungstendenz ist gleichwohl ungebrochen und unterscheidet den modernen Fußball in finanzieller Hinsicht immer mehr von dem Fußball, den es noch vor einigen Jahren gab. Um im scharfen Wettbewerb Schritt halten zu können, bewegen sich viele Clubs finanziell am absoluten Limit.

Nicht nur bei kleineren Vereinen, die nicht von Vorteilen des internationalen Geschäfts profitieren, sondern auch bei großen Top-Clubs sind die Finanzen oft eine wacklige Angelegenheit. Viele große Vereine haben Schulden angehäuft und blicken einer unsicheren Zukunft entgegen. Nicht zuletzt die Idee der Super League zeigt, dass finanzielle Aspekte stärker im Fokus stehen als der Sport selbst.

Um finanzielle Stabilität erreichen zu können, sehen sich Vereine oft gezwungen, Darlehen aufzunehmen oder Anteile an Investor*innen zu verkaufen. Clubs können aber auch durch erfolgreiche Transferpolitik und Nachwuchsarbeit monetäre Polster aufbauen, die in Krisenzeiten eine wichtige Hilfe sein können.

Wie schätzen die Fans die finanzielle Stabilität ihres Lieblingsclubs ein? Welche Maßnahmen begrüßen die Fans zur Verbesserung der finanziellen Situation ihres Vereins? Wie werden die steigenden Transfer- und Gehältersummen bewertet? Welche Auswirkungen hat die Corona-Pandemie?

Antworten auf diese und weitere Fragen gibt die aktuelle Studie von FanQ zum Thema Finanzielle Stabilität von Profi-Fußballclubs.

Inhalt

















1.	Methodik	4
2.	Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale	6
3.	Darstellung der Ergebnisse	12
4.	Differenzierung ausgewählter Ergebnisse	19
	4.1. Differenzierung nach Alter	20
	4.2. Differenzierung nach Mitgliedschaft	23
	4.3. Differenzierung nach Konsumpräferenz	25
	4.4. Differenzierung nach Lieblingsclub	26
5.	Zusammenfassung	30
6.	Kontakt	32
7.	Über FanQ	34



1. Methodik

















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

Die Befragung war für alle Nutzer*innen zwischen dem 07.04.2021 und dem 29.04.2021 zugänglich. Sie umfasste inklusive der erhobenen soziodemografischen und verhaltensbezogenen Angaben 18 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 1047 Personen an der Erhebung.

Die Studie beinhaltet Fragen mit einer Bewertungskomponente, wobei die Nutzer*innen maximal fünf Sterne vergeben konnten. Ein Stern bedeutet hier eine außerordentlich hohe Ablehnung, während fünf Sterne eine besonders hohe Zustimmung darstellen. 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. Darüber hinaus stellten wir Fragen, die von den User*innen mit "Ja" oder "Nein" beantwortet oder bei denen eine oder mehrere Optionen ausgewählt werden konnten. Zudem gab es Aussagen, auf die die Teilnehmenden mit Zustimmung oder Ablehnung reagieren konnten.

Im folgenden Bericht stellen wir zunächst die soziodemografischen und verhaltensbezogenen Merkmale der Teilnehmenden dar. Somit ermöglichen wir dem Lesenden eine bessere Einordnung der Kernergebnisse, die anschließend im dritten Kapitel vorgestellt werden. Im darauffolgenden vierten Kapitel differenzieren wir diese Ergebnisse nach ausgewählten soziodemografischen und verhaltensbezogenen Variablen. Wir vergleichen hier die entstehenden Untergruppen miteinander, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten festzustellen. Zusätzlich ordnen wir die Ergebnisse noch in erklärenden Sätzen ein. Der Bericht endet mit einer kurzen Zusammenfassung.











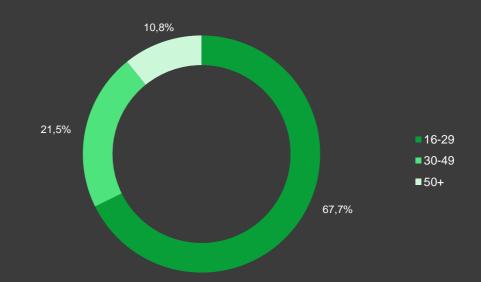




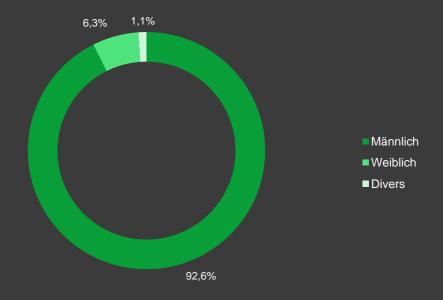




Altersgruppen



Geschlecht











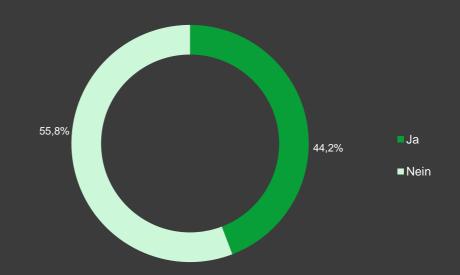




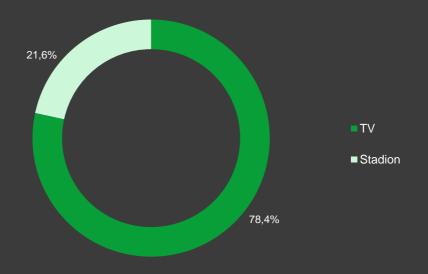




Mitgliedschaft im Club



Wo wird Fußball konsumiert?











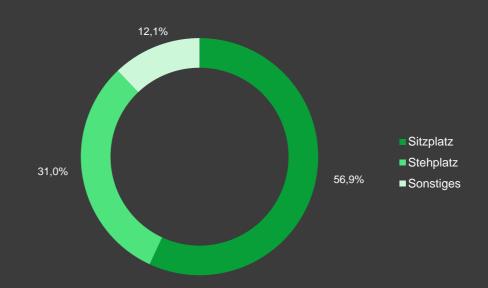




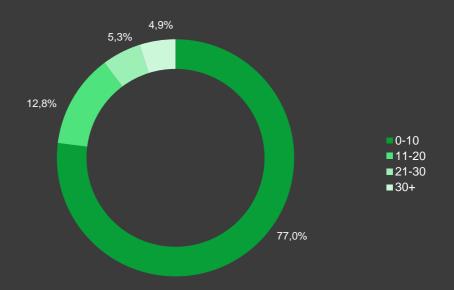




Stadionbereich



Spiele im Stadion pro Saison













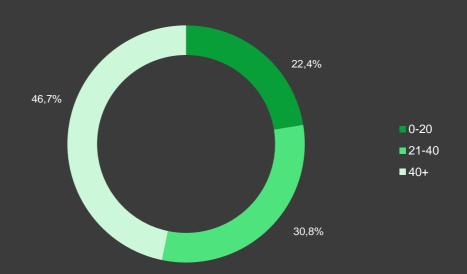




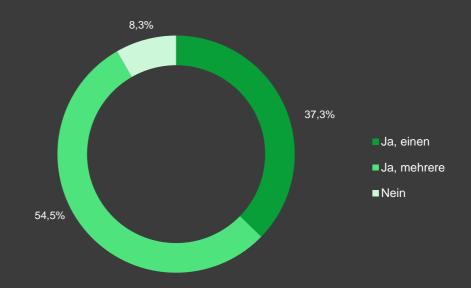




Über 90 Minuten verfolgte Spiele pro Saison



Genutzte Streaming-Dienste













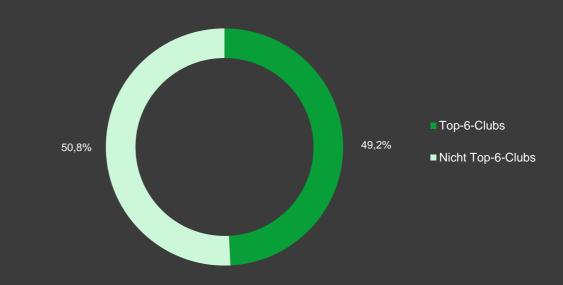








Lieblingsclub



Top-6-Clubs = Vereine, die die Bundesligasaison 19/20 auf Platz 1-6 abgeschlossen haben

Nicht Top-6-Clubs = Alle anderen deutschen Vereine



















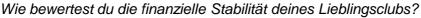
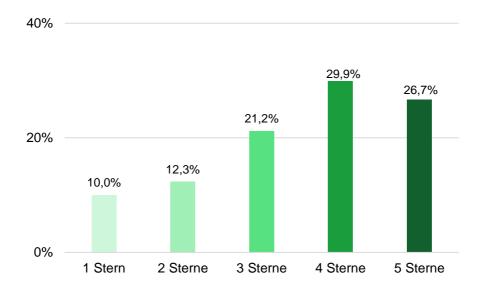


Abbildung 1

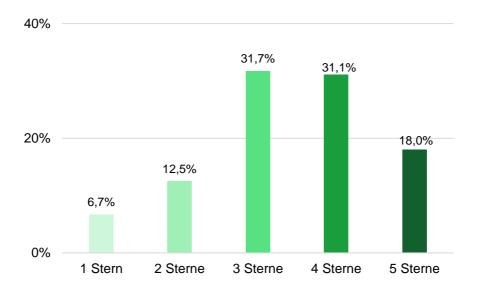
Ø = 3,51



Wie gut kannst du die finanzielle Stabilität deines Lieblingsclubs einschätzen?

Abbildung 2

 $\emptyset = 3,41$



Die Fans trauen sich eine valide Einschätzung zu und bewerten die finanzielle Stabilität ihres Lieblingsclubs überwiegend positiv – Realität oder ein Blick durch die Fanbrille?













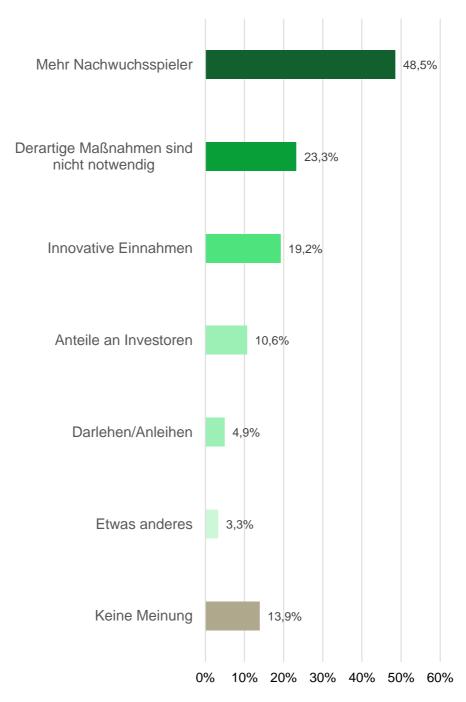






Welche Maßnahmen fändest du gut, um bei deinem Lieblingsclub mehr finanzielle Stabilität herzustellen?

Abbildung 3



Die Mehrheit befürwortet Integration von Nachwuchsspielern, anstatt Darlehen und Anleihen oder den Verkauf von Anteilen an Investor*innen – ein klarer Wunsch nach Erhalt der Identität.













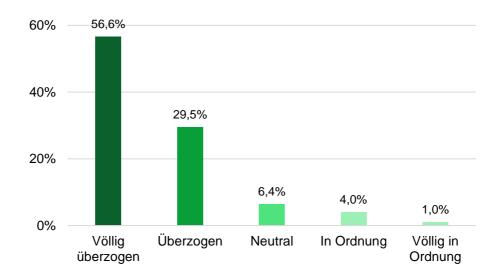






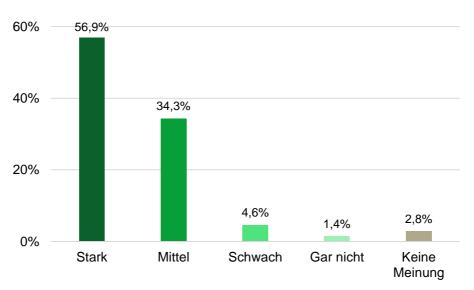
Wie bewertest du aktuell die Höhe der Gehälter und Transfersummen im Profifußball?

Abbildung 4



Wie wirkt sich die Corona-Pandemie insgesamt auf die finanzielle Stabilität der Bundesligisten aus?

Abbildung 5



Die Corona-Pandemie wird als großer Einflussfaktor auf die finanzielle Stabilität der Bundesligisten gesehen - vielleicht auch eine Chance auf sinkende Transfersummen?













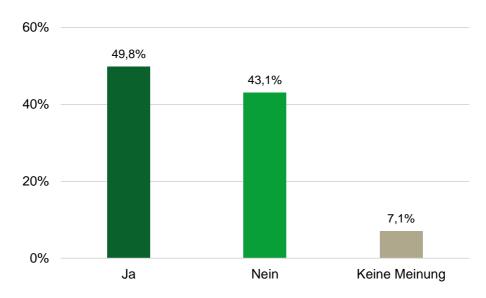






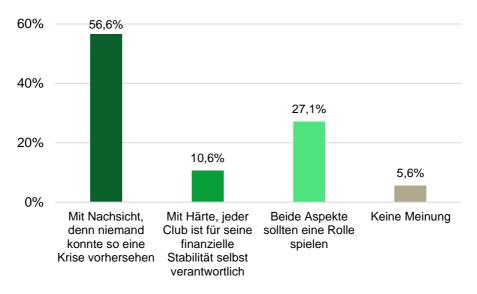
Glaubst du, dass es in der 1./2. Bundesliga corona-bedingte Insolvenzen geben wird?

Abbildung 6



Wie sollte die DFL mit möglichen corona-bedingten Insolvenzen umgehen?

Abbildung 7



Die Fans fordern im Umgang mit möglichen corona-bedingten Insolvenzen Nachsicht – sie sind sich der großen Gefahr augenscheinlich bewusst.

















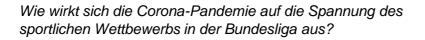
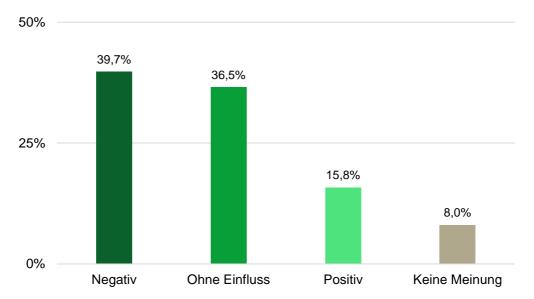
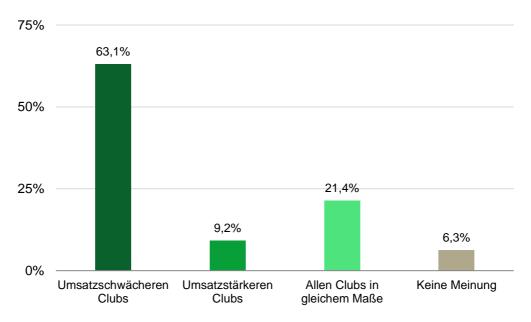


Abbildung 8



Welchen Clubs entsteht durch die Corona-Krise ein Nachteil im sportlichen Wettbewerb?

Abbildung 9



Profitieren die umsatzstärkeren Clubs am Ende sogar von der Corona-Krise? Die Fans sehen umsatzschwächere Clubs besonders benachteiligt.











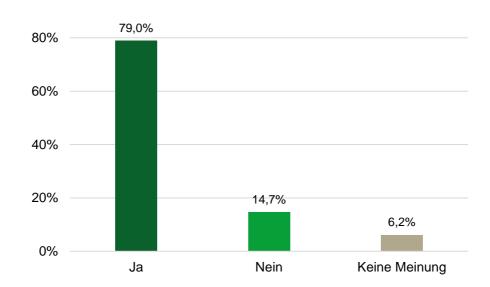






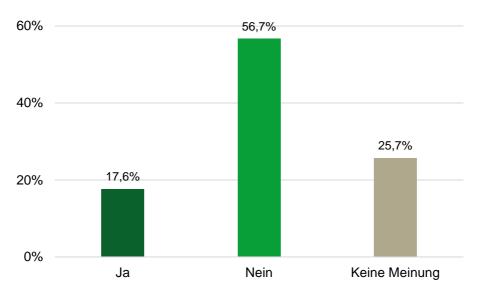
Glaubst du, dass Clubs mit Investoren in der Corona-Pandemie einen Wettbewerbsvorteil haben?

Abbildung 10



Werden die TV-Gelder nach der Neu-Regelung von Dezember 2020 gerecht verteilt?

Abbildung 11



Wettbewerbsvorteil für Clubs mit Investor*innen, Ungerechtigkeit bei der Verteilung von TV-Geldern - die finanzielle Kluft zwischen größeren und kleineren Clubs wird nicht kleiner.



4.1. Differenzierung nach Alter











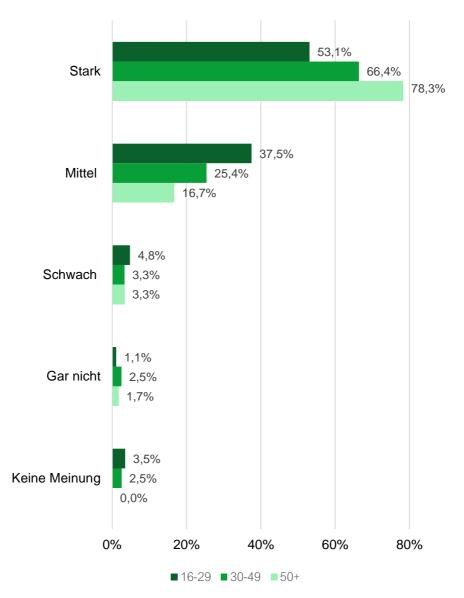






Wie wirkt sich die Corona-Pandemie insgesamt auf die finanzielle Stabilität der Bundesligisten aus?

Abbildung 12



Die Auswirkungen der Corona-Krise schätzen ältere Menschen gravierender ein als jüngere - Menschen mit mehr Lebenserfahrung können unter Umständen das volle finanzielle Ausmaß der Pandemie besser überschauen.

4.1. Differenzierung nach Alter

















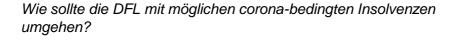
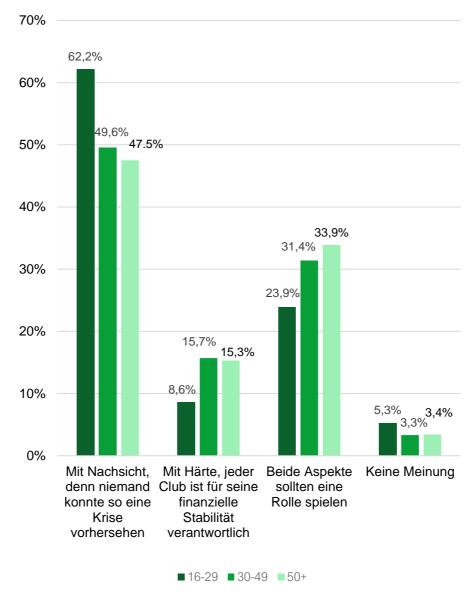


Abbildung 13



Die 16-29-Jährigen wünschen sich mehr Nachsicht bei corona-bedingten Insolvenzen als die anderen Altersgruppen, die keinen Freifahrtsschein für Misswirtschaft ausstellen wollen.

4.1. Differenzierung nach Alter











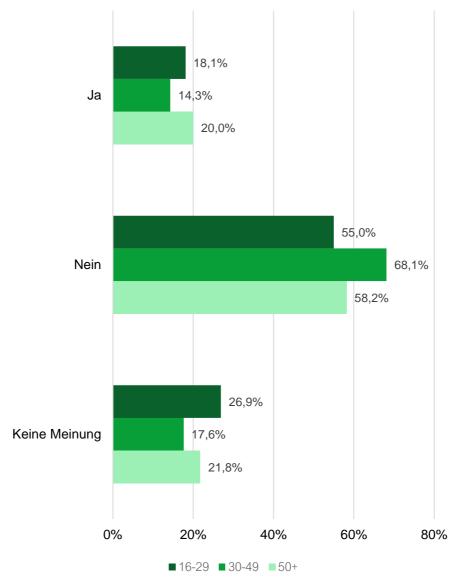






Werden die TV-Gelder nach der Neu-Regelung von Dezember 2020 gerecht verteilt?

Abbildung 14



Die Altersgruppe 30-49 steht der Neuverteilung der TV-Gelder am kritischsten gegenüber - ein Appell an die DFL, da die Zustimmung über alle Altersgruppen hinweg niedrig ist.

4.2. Differenzierung nach Mitgliedschaft





40%







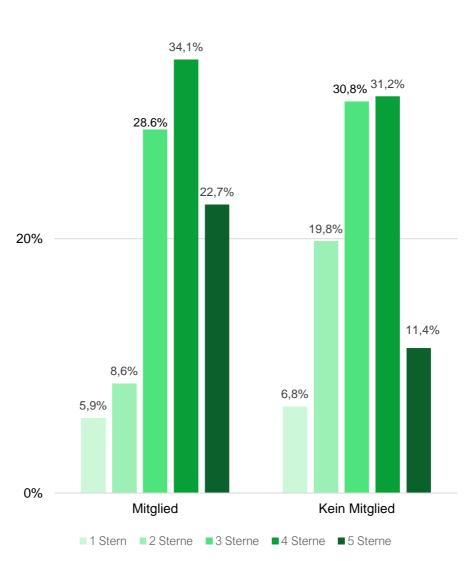




Wie gut kannst du die finanzielle Stabilität deines Lieblingsclubs einschätzen?

Abbildung 15

Ø Mitglieder = 3,59 Ø Nicht-Mitglieder = 3,21



Mitglieder können die finanzielle Stabilität ihres Vereins besser einschätzen als Nicht-Mitglieder. Mögliche Gründe könnten eine engere Beziehung zum Verein, mehr Informationen und oft auch Einbindung in die Vereinsgeschehnisse sein.

4.2. Differenzierung nach Mitgliedschaft











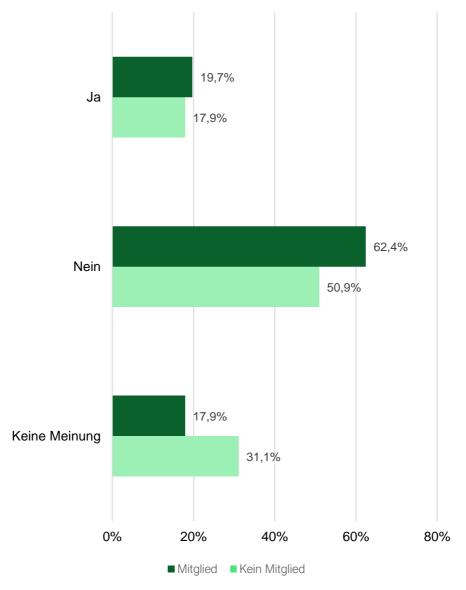






Werden die TV-Gelder nach der Neu-Regelung von Dezember 2020 gerecht verteilt?

Abbildung 16



Die Befragten sind sich zwar einig, dass die TV-Gelder ungerecht verteilt sind. Mitglieder bewerten die Ungerechtigkeit noch einmal kritischer. Ein möglicher Grund dafür ist, dass diese durch Mitgliederversammlungen und Jahresberichte besser über die Finanzen ihres Lieblingsclubs informiert sind.

4.3. Differenzierung nach Konsumpräferenz















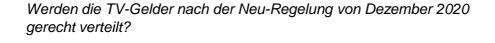
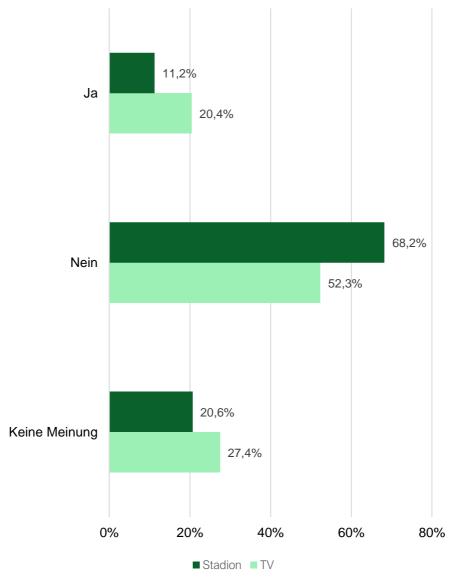


Abbildung 17



Stadiongäste stehen der Verteilung der TV-Gelder noch kritischer gegenüber, da sie selbst eher kein Teil dieser Konsumgruppierung sind.

4.4. Differenzierung nach Lieblingsclub





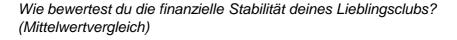




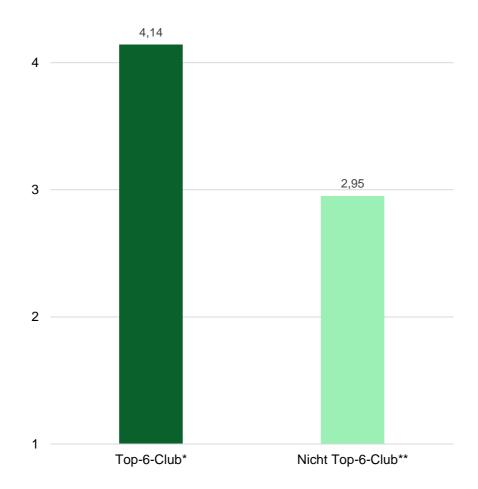












Fans der Top-6-Clubs betrachten ihren Lieblingsclub im Schnitt als finanziell stabiler im Vergleich zu Fans der anderen deutschen Clubs. Diese Einschätzung könnte dadurch erklärt werden, dass Top-Vereine durch internationale Wettbewerbe und Investor*innen über ein differenzierteres Einnahmen-Portfolio verfügen.

Abbildung 18

Bezogen auf die Bundesliga-Saison 19/20:

*Top-6-Club = Vereine, die die Bundesligasaison 19/20 auf Platz 1-6 abgeschlossen haben

**Nicht Top-6-Clubs = alle anderen deutschen Vereine

4.4. Differenzierung nach Lieblingsclub















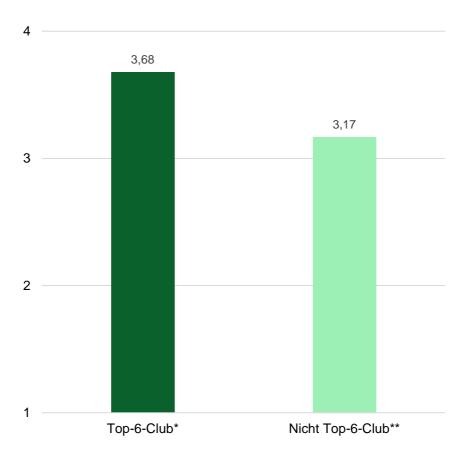
Wie gut kannst du die finanzielle Stabilität deines Lieblingsclubs einschätzen? (Mittelwertvergleich)





*Top-6-Club = Vereine, die die Bundesligasaison 19/20 auf Platz 1-6 abgeschlossen haben

**Nicht Top-6-Clubs = alle anderen deutschen Vereine



Fans der deutschen Top-6-Clubs können die finanzielle Stabilität ihres Vereins im Schnitt deutlich besser als die Fans der anderen Teams einschätzen. Summen, die durch die Teilnahme am internationalen Geschäft eingenommen werden, sind oft präsenter als die damit einhergehenden höheren Ausgaben der Clubs.

4.4. Differenzierung nach Lieblingsclub







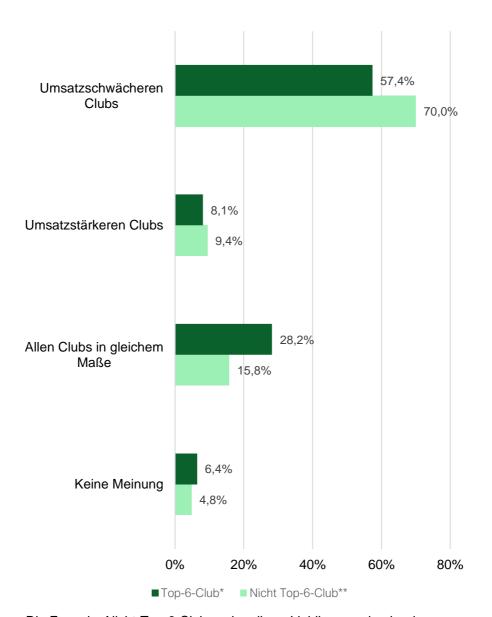








Welchen Clubs entsteht durch die Corona-Krise ein Nachteil im sportlichen Wettbewerb?



Die Fans der Nicht-Top-6-Clubs sehen ihren Lieblingsverein eher im Wettbewerbsnachteil gegenüber größeren Clubs. Stehen Geldmittel also in direkter Verbindung zur Performance in der Liga?

Abbildung 20

*Top-6-Club = Vereine, die die Bundesligasaison 19/20 auf Platz 1-6 abgeschlossen haben

**Nicht Top-6-Clubs = alle anderen deutschen Vereine

4.4. Differenzierung nach Lieblingsclub





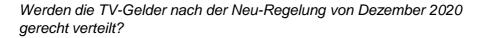


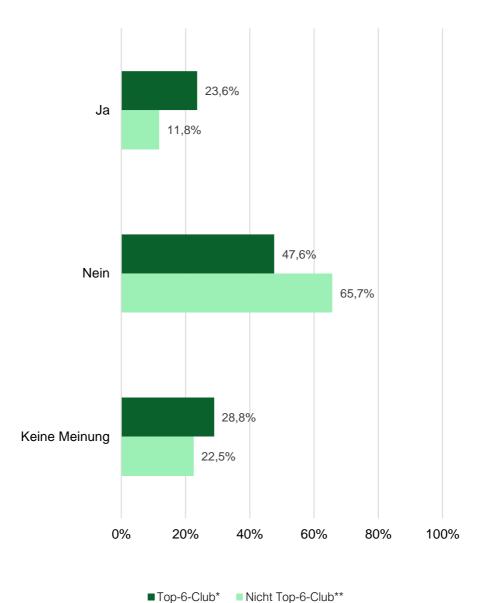












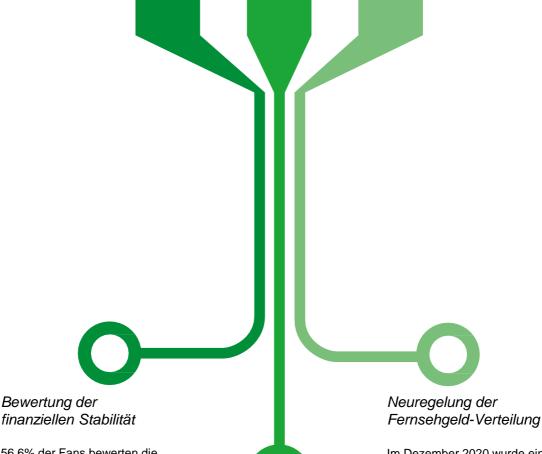
Die Top-6-Clubs profitieren eher von der Neu-Regelung der TV-Gelder. Dementsprechend bewerten ihre Fans die Verteilung auch in geringerem Maße als ungerecht als die Fans der anderen Teams.

Abbildung 21

*Top-6-Club = Vereine, die die Bundesligasaison 19/20 auf Platz 1-6 abgeschlossen haben

**Nicht Top-6-Clubs = alle anderen deutschen Vereine





56.6% der Fans bewerten die finanzielle Stabilität ihres Lieblingsclubs entweder mit vier oder fünf Sternen. Genauso viele glauben allerdings, dass die Höhe der Gehälter und Transfersummen im Profifußball völlig überzogen ist. Als sinnvolle Maßnahme für die Verbesserung der finanziellen Stabilität ihres Lieblingsvereins sieht die Mehrheit die Förderung der Nachwuchsspieler.

Mitglieder eines Vereins sowie Fans der deutschen Top-6-Clubs können die finanzielle Stabilität ihres Lieblingsvereins besser einschätzen.

Auswirkungen der Corona-Pandemie

Über die Hälfte der Fans empfindet, dass sich die Corona-Pandemie auf die finanzielle Stabilität der Bundesligisten stark auswirkt. 49.8% glauben, dass sie auch Insolvenzen in der 1. oder 2. Bundesliga auslösen könnte. Die Mehrheit findet, dass die DFL im Fall einer solchen Entwicklung Nachsicht walten lassen sollte. Der sportliche Wettbewerb leidet unter der Corona-Krise - vor allem wird noch weniger Spannung erwartet. 63.1% sehen die umsatzschwächeren Clubs dabei als besonders benachteiligt. 79% glauben, dass von Investor*innen finanzierte Clubs einen Wettbewerbsvorteil haben.

Im Dezember 2020 wurde eine neue Regelung über die Verteilung von Fernsehgeldern unter den deutschen Clubs verabschiedet. 56.7% der Fans sind aber der Meinung, dass die TV-Gelder immer noch ungerecht verteilt werden.

Fans, die zwischen 30 und 49 Jahren sind, Spiele vor allem im Stadion verfolgen, Mitglieder eines Vereins sind oder deren Lieblingsverein keiner der Top-6-Clubs ist, bewerten die Verteilung der TV-Gelder überwiegend als ungerecht.



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 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 Marktteilnehmenden 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.



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

