



ARENA

ma ma ro ro
DIE A FÜR DEINE MANNSCHAFT



Stadionbesuch während der Corona-Pandemie



Eine Studie aus Perspektive der Fans

Über die Studie











Die Corona-Pandemie hat bereits viele Todesopfer gefordert sowie die Gesundheit von Millionen Menschen nachhaltig geschädigt. Neben den gesundheitlichen Folgen hat die Pandemie durch das monatelange Herunterfahren des öffentlichen Lebens auch weitreichende Konsequenzen für Wirtschaft und Gesellschaft. Auch die Bundesliga war in Form von Stadionschließungen davon betroffen. Gleichzeitig wurden durch die daraus resultierende Distanz der Fans zu ihren Clubs vermehrt die Auswirkungen einer überzogenen Kommerzialisierung deutlich und entsprechend diskutiert. Experten vermuten, dass die Zusammenarbeit und Interaktion von Vereinen, Verbänden und Fans, beschädigt worden sein könnte. Es besteht die Sorge, dass die Basis der Profiligen in Gefahr ist und die Folgen der Krise für die deutsche Fanszene gravierend ausfallen könnten.

Besonders die ungewöhnlich geringe Auslastung der Stadien in der Saison 2021/22 ist ein Indiz für eine solche Entwicklung. Die Problematik betrifft auch unmittelbar die Clubs der Fußball-Bundesliga, weshalb FanQ eine umfassende Studie zum Thema Stadionbesuch während der Corona-Pandemie durchgeführt hat. Ziel war es unter anderem Gründe für die geringe Auslastung zu identifizieren sowie die Einstellung der Fans gegenüber den Coronaschutzmaßnahmen zu erheben.

Die Ergebnisse liefern Anhaltspunkte zu diversen Themenbereichen. Welche Akzeptanz erfahren die Schutzmaßnahmen bei den Fans? Welche Regelungen stören die Fans am meisten? Hat während der Pandemie eine grundsätzliche Interessensverschiebung weg vom Fußball stattgefunden? Welche anderen Gründe für die geringe Auslastung könnte es geben und wie wird sich die Situation zukünftig entwickeln?

Antworten auf diese und weitere Fragen gibt die aktuelle Studie von FanQ zum Thema Stadionbesuch während der Corona-Pandemie.

Inhalt

	1. Methodik	4
	2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale	7
	3. Darstellung der Ergebnisse	13
	3.1 Interessenentwicklung der Fans	14
	3.2 Gründe für nicht ausverkaufte Stadien	16
	3.3 Einlassregelungen und Sicherheitsgefühl der Fans	17
	3.4 Aussicht auf die weitere Entwicklung	20
	4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse	23
	4.1 Stadionbesuch in dieser Saison	24
	4.2 Interessensentwicklung in verschiedenen Altersgruppen	26
	4.3 Bereitschaft zum Stadionbesuch bei Anwendung der 2G- und 3G-Regel	28
	4.4 Auswirkungen der Kommerzialisierung	30
	5. Weiterführende Analyse	31
	5.1 Clusteranalyse der Gründe gegen Stadionbesuche	32
	6. Zusammenfassung	33
	7. Kontakt	35
	8. Über FanQ	37

ZUGANG NUR MIT
DIGITALEM
IMPFNACHWEIS.



ZUGANG NUR MIT
KONTROLL-
BÄNDCHEN.



Ausgang der
Stadionordnung für die wohnort WESERSTADION
Verpflichtung, AMI (Ausweis auf Grundlage
der Stadionsordnung)

1. Methodik

Die Ergebnisse dieser Studie basieren auf einer Online-Befragung (CAWI), die mittels der App FanQ durchgeführt wurde. Die gleiche Erhebung wurde zudem parallel in Form einer Web-Befragung realisiert. Die Befragung war für alle Nutzer*innen zwischen dem 18.10.2021 und dem 24.10.2021 zugänglich. Sie umfasste (inklusive soziodemografischer und verhaltensbezogener Angaben der Teilnehmer*innen) 20 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 4190 Personen an der Erhebung, die zu einer repräsentativen Stichprobe der Fußballfans in Deutschland führt.

Die Studie beinhaltet einerseits Fragen, die von den Teilnehmenden mit „Ja“, „Nein“ oder „Keine Meinung“ beantwortet werden können. Bei manchen Fragen soll die Einschätzung eines Sachverhaltes durch die Auswahl von genau einer der vorgegebenen Kategorien vorgenommen werden. Darüber hinaus gibt es Fragen, bei denen mehrere Kategorien ausgewählt werden konnten. In diesem Fall ergibt sich eine Priorisierung der verschiedenen Aspekte.

Die Erstellung des Fragebogens erfolgte auf Basis aktueller Entwicklungen im Profifußball. Zunächst wurden Annahmen über mögliche Verbindungen zwischen der Corona-Pandemie und dem Stadionbesuchsverhalten unter Berücksichtigung von Medienberichten und Fachliteratur getroffen. Aus diesen Annahmen wurden anschließend passende Fragen abgeleitet. Dabei wurde auch externe Expertise von Prof. Dr. Harald Lange vom Institut für Sportwissenschaft der Universität Würzburg sowie von Claus Horstmann und Marvin Blech von Horstmann Strategie & Management Consulting in die Konzeption der Befragung aufgenommen.



1. Methodik

Im folgenden Bericht informieren wir zunächst über die soziodemografischen und verhaltensbezogenen Merkmale der Teilnehmenden. Somit ermöglichen wir dem Lesenden eine bessere Einordnung der Kernergebnisse, die anschließend (im dritten Kapitel) unter Rückgriff auf intuitiv verständliche statistische Ansätze und Verfahren vorgestellt werden.

Im darauffolgenden vierten Kapitel differenzieren wir diese Ergebnisse nach ausgewählten soziodemografischen und verhaltensbezogenen Splitvariablen. Wir vergleichen hier die entstehenden Untergruppen miteinander, um aus gefundenen Unterschieden und Gemeinsamkeiten differenzierte Schlüsse ableiten zu können. Von den Ergebnissen unserer im Hintergrund durchgeführten höherrangigen statistischen Auswertungen gehen wir im fünften Kapitel kurz auf eine Clusterung der Teilnehmenden anhand der dominierenden Gründe für den Verzicht auf Besuche im Stadion ein. Der Bericht endet mit einer kompakten Zusammenfassung.



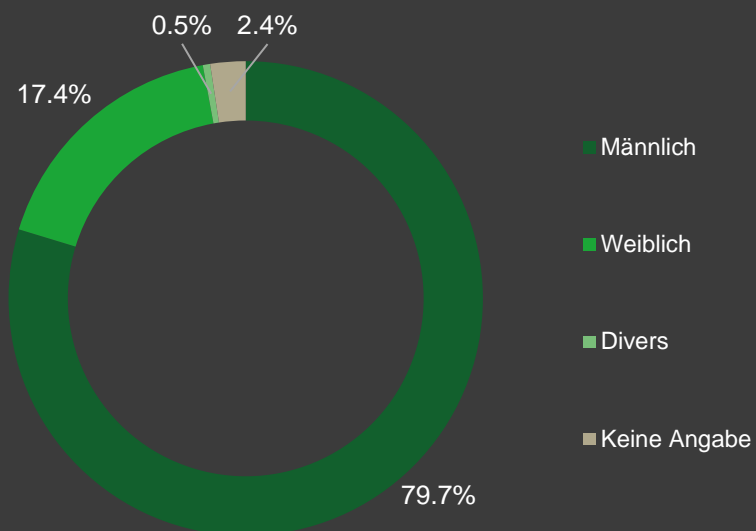


*Soziodemografische und
verhaltensbezogene Merkmale*

2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



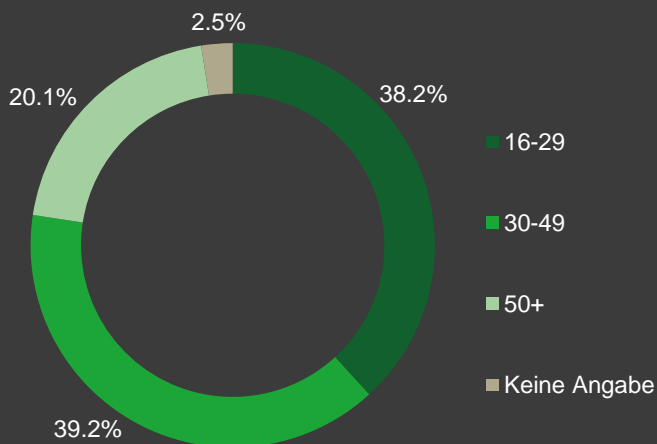
Geschlechterverteilung



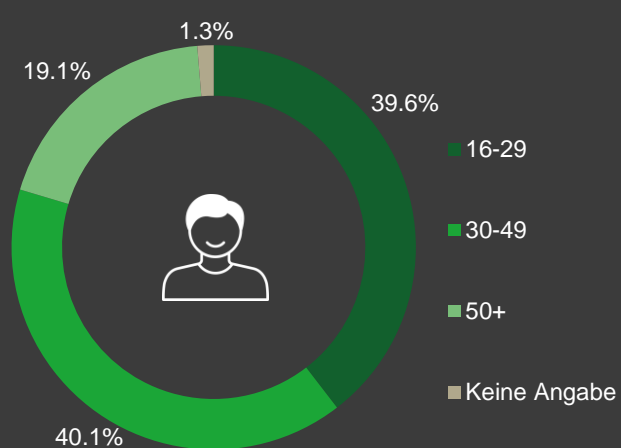
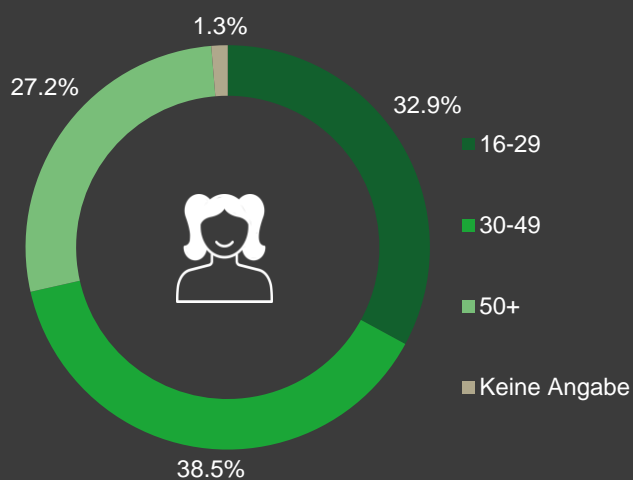
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Verteilung nach Altersgruppen



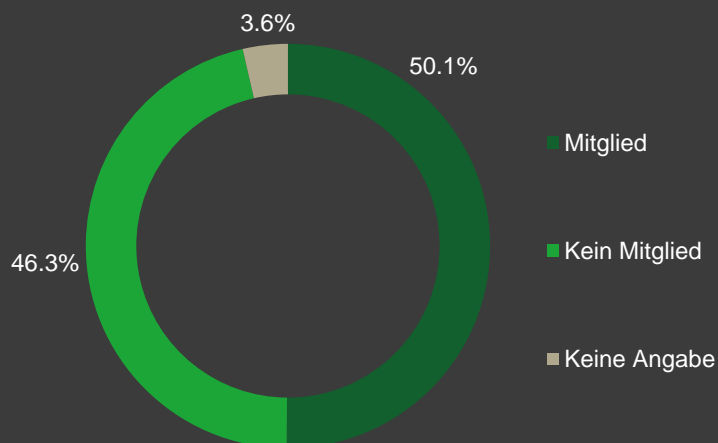
Verteilung nach Altersgruppen



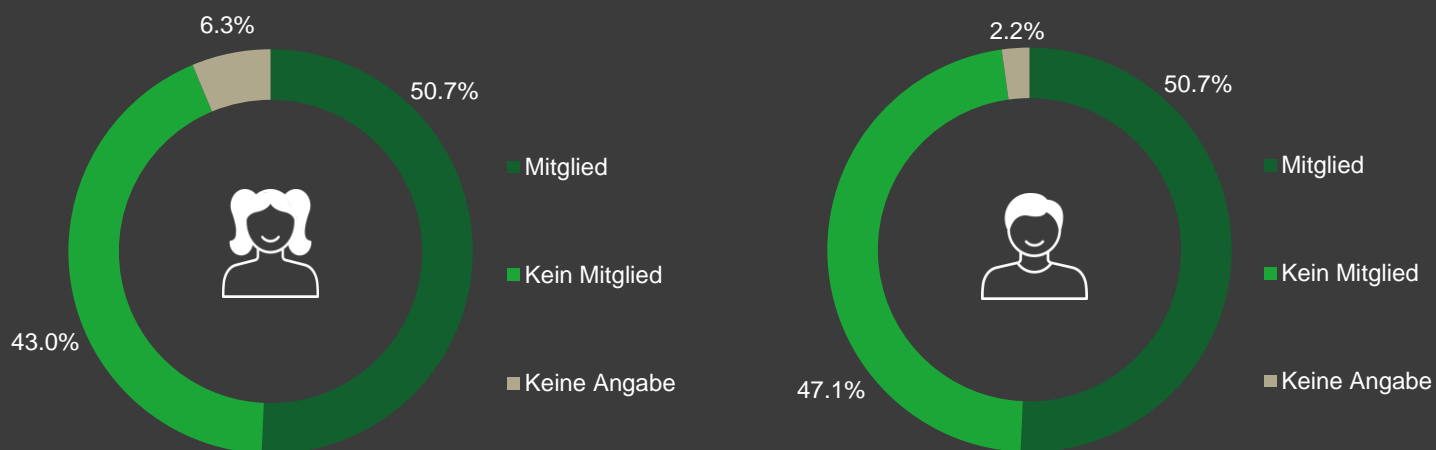
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Verteilung nach Mitgliedschaft im Lieblingsclub



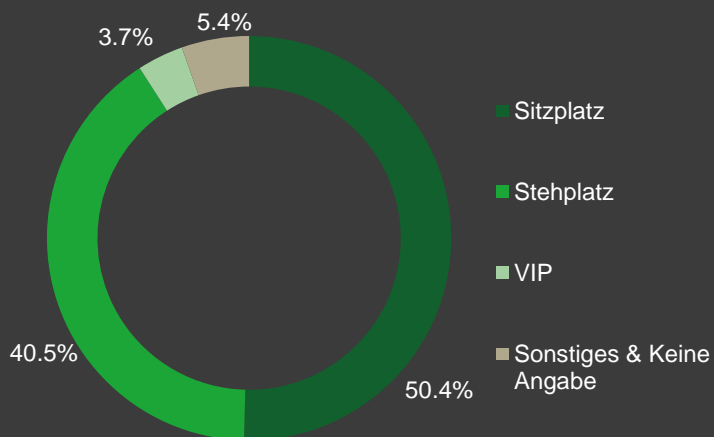
Verteilung nach Mitgliedschaft im Club



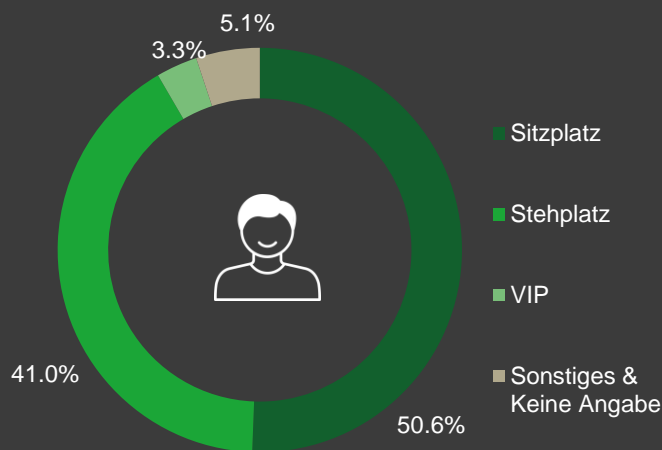
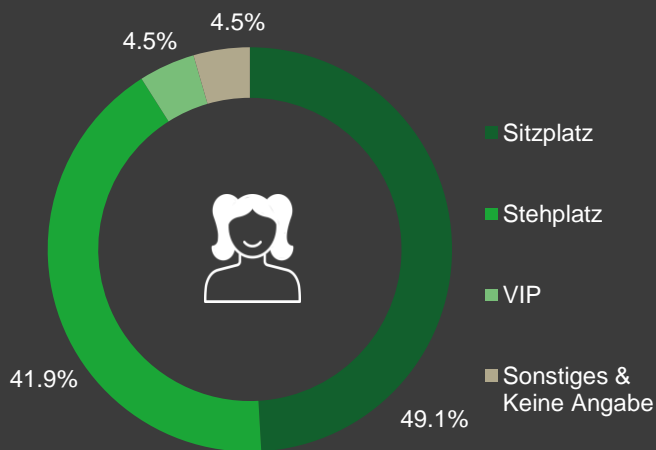
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Verteilung nach bevorzugtem Stadionbereich



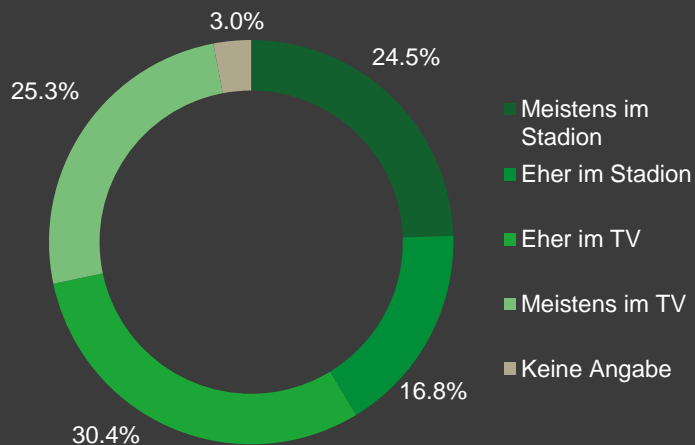
Verteilung nach bevorzugtem Stadionbereich



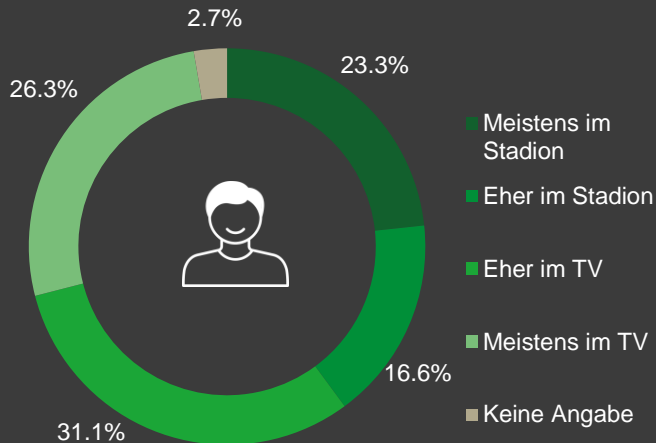
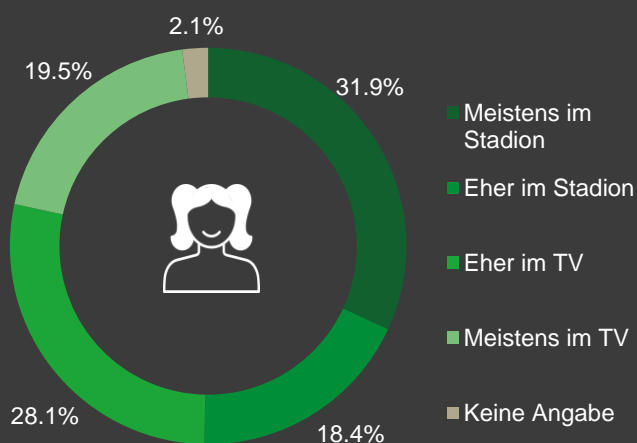
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale

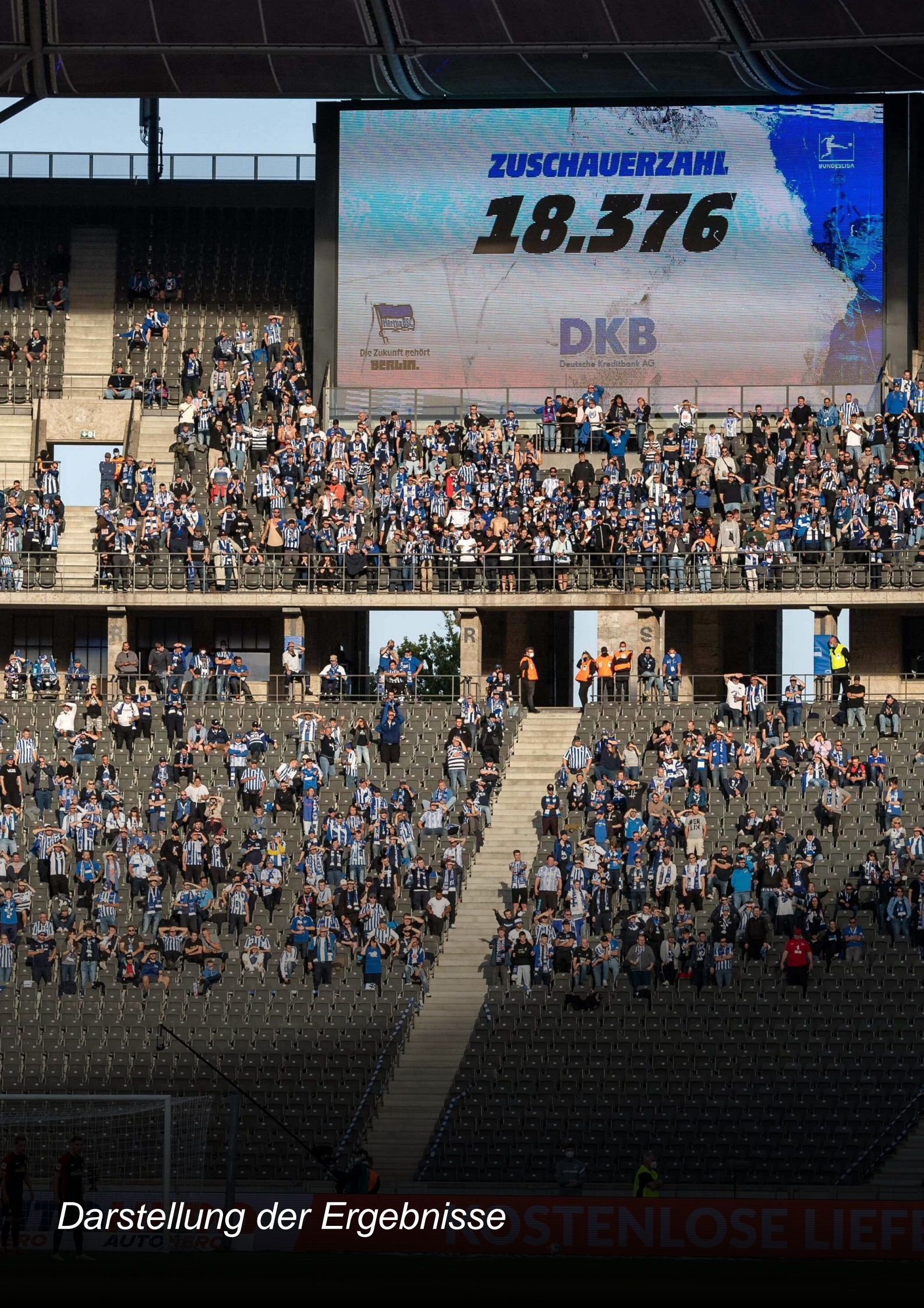


Verteilung nach bevorzugter Art Fußball zu konsumieren



Verteilung nach bevorzugter Art Fußball zu konsumieren





ZUSCHAUERZAHL

18.376



Die Zukunft gehört
BERLIN.

DKB
Deutsche Kreditbank AG

Darstellung der Ergebnisse

KOSTENLOSE LIEFERUNG

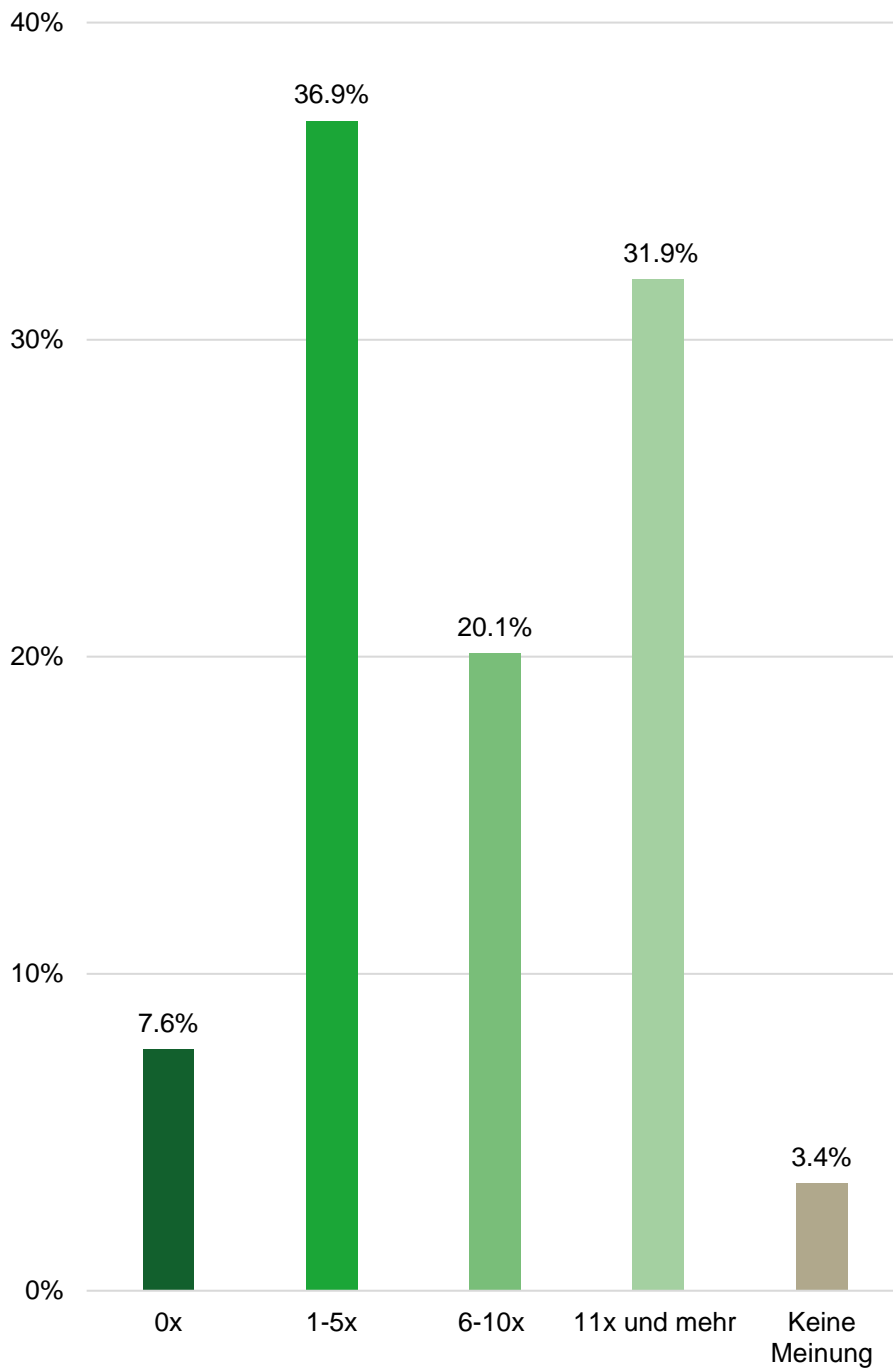
3. Darstellung der Ergebnisse

3.1. Interessenentwicklung der Fans



Wie oft warst du vor Corona durchschnittlich pro Saison bei einem Heimspiel im Stadion?

Abbildung 1



Die meisten Teilnehmenden sind regelmäßige Stadionbesucher und haben dementsprechend eine begründete Meinung zum aktuellen Thema.

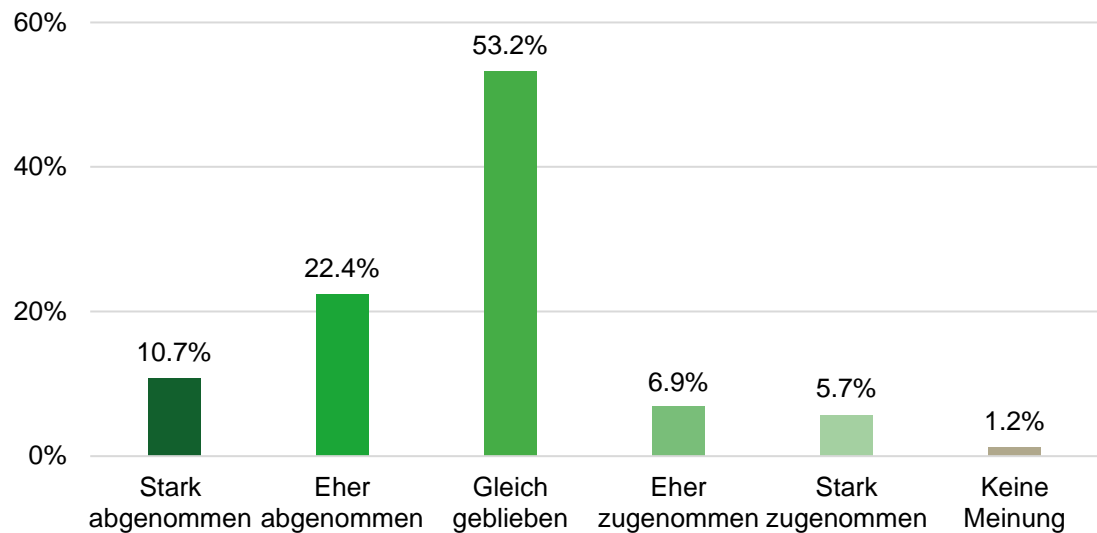
3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Interessenentwicklung der Fans



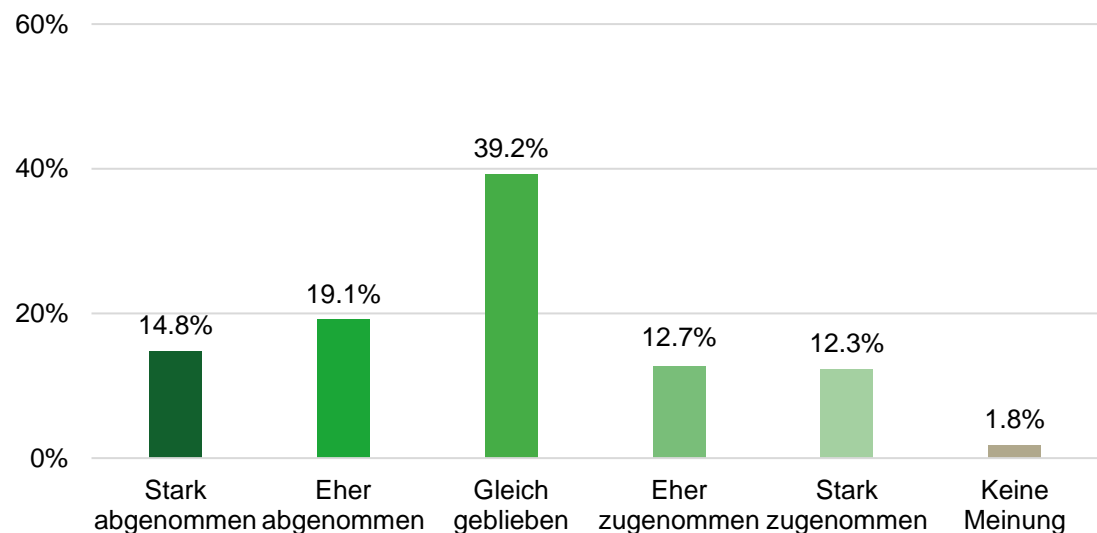
Wie hat sich dein Interesse am Fußball seit Beginn der Corona-Pandemie entwickelt?

Abbildung 2



Wie hat sich dein Interesse an einem Stadionbesuch seit Beginn der Corona-Pandemie entwickelt?

Abbildung 3



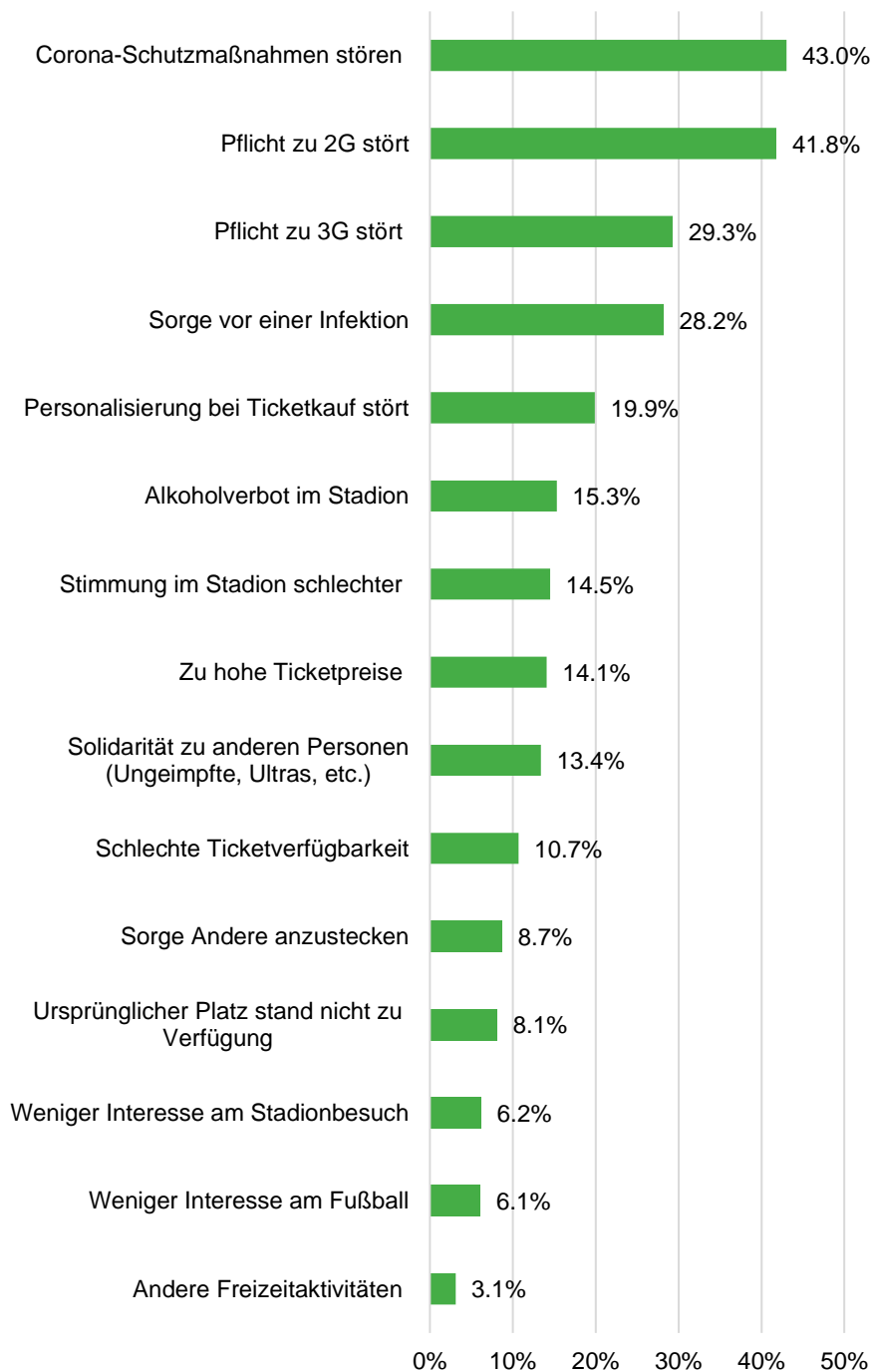
Obwohl das Interesse am Fußball und an Stadionbesuchen bei einer Mehrheit der Fans stabil geblieben ist, scheint es insgesamt eine leichte Abwärtstendenz zu geben – bietet dies längerfristig einen Grund zur Sorge?

3. Darstellung der Ergebnisse

3.2. Gründe für nicht ausverkaufte Stadien

Viele Stadien sind aktuell trotz verringerter Kapazität nicht ausverkauft. Welche Gründe siehst du persönlich dafür?

Abbildung 4



Die meistgenannten Gründe für nicht vollständig gefüllte Stadien sind direkt mit Corona verbunden, während grundsätzliches Desinteresse nur selten genannt wurde – ein gutes Zeichen für die Zukunft?



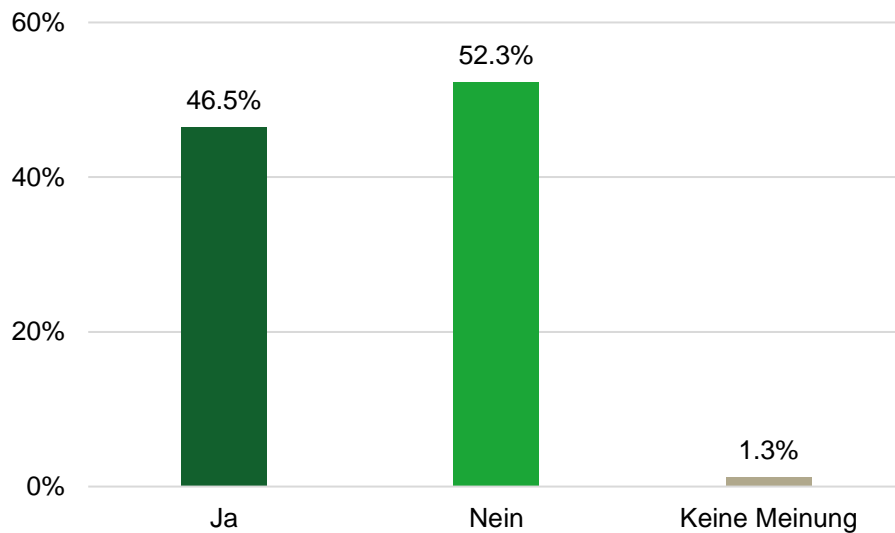
3. Darstellung der Ergebnisse

3.3. Einlassregelungen und Sicherheitsgefühl der Fans



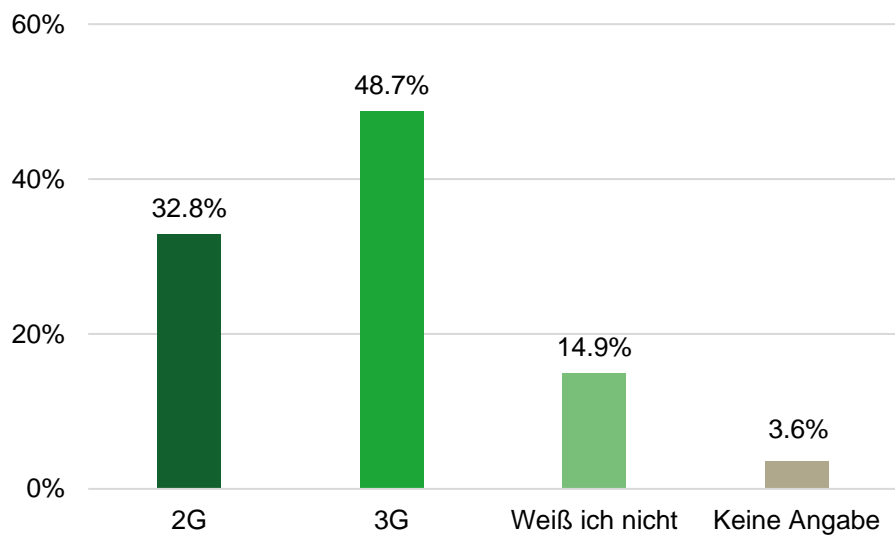
Hast du selber in dieser Saison schon ein Spiel deines Lieblingsclubs live im Stadion besucht?

Abbildung 5



Welche Einlassregelung wird von deinem Lieblingsclub praktiziert?

Abbildung 6



Nur knapp die Hälfte der befragten Fans hat bereits ein Spiel unter Coronabedingungen besucht – könnten die Einlassregelungen der Hauptgrund sein?

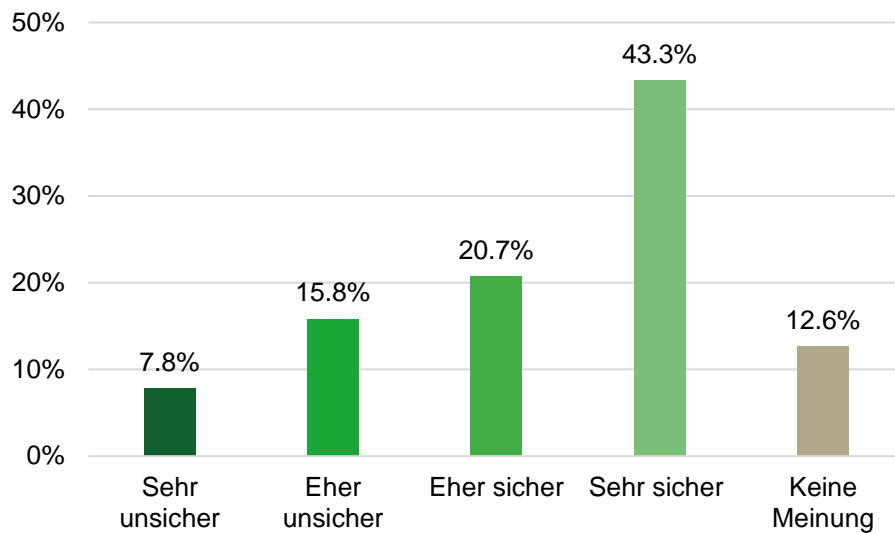
3. Darstellung der Ergebnisse

3.3 Einlassregelungen und Sicherheitsgefühl der Fans



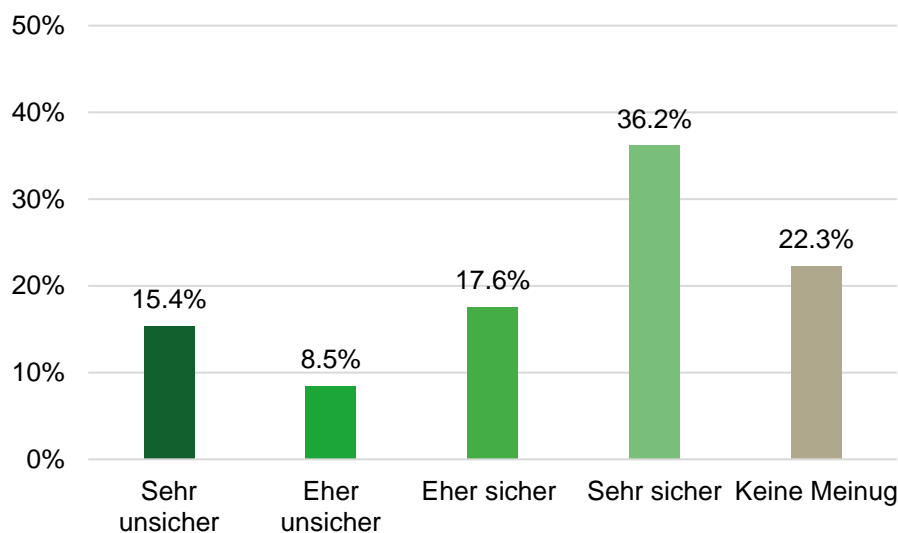
Wie sicher fühlst du dich im Stadion, wenn die 3G-Regel angewandt wird?

Abbildung 7



Wie sicher fühlst du dich im Stadion, wenn die 2G-Regel angewandt wird?

Abbildung 8



Die Mehrheit der befragten Fans fühlt sich unter den gegebenen Umständen im Stadion zumindest relativ sicher. Hierbei ist eine leichte Präferenz für die 3G-Regel erkennbar.

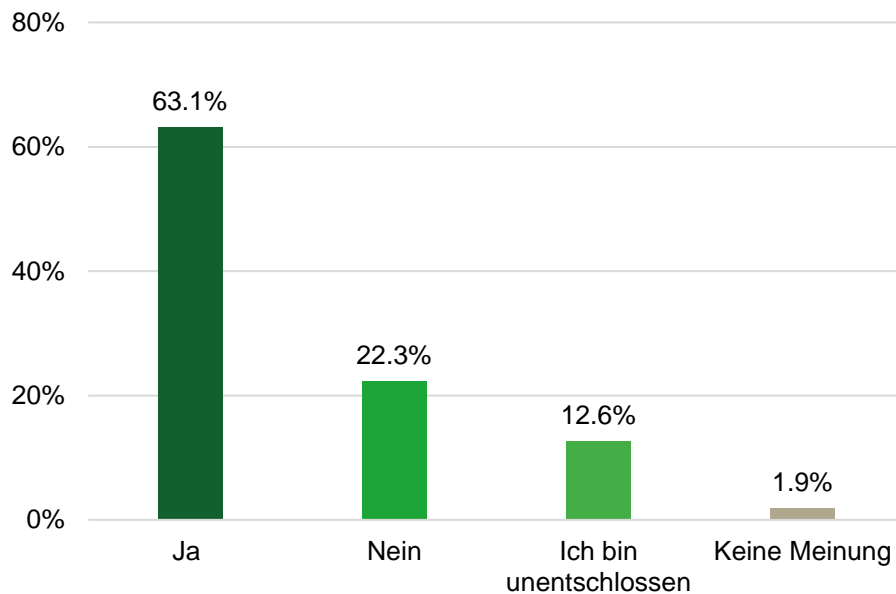
3. Darstellung der Ergebnisse

3.3 Einlassregelungen und Sicherheitsgefühl der Fans



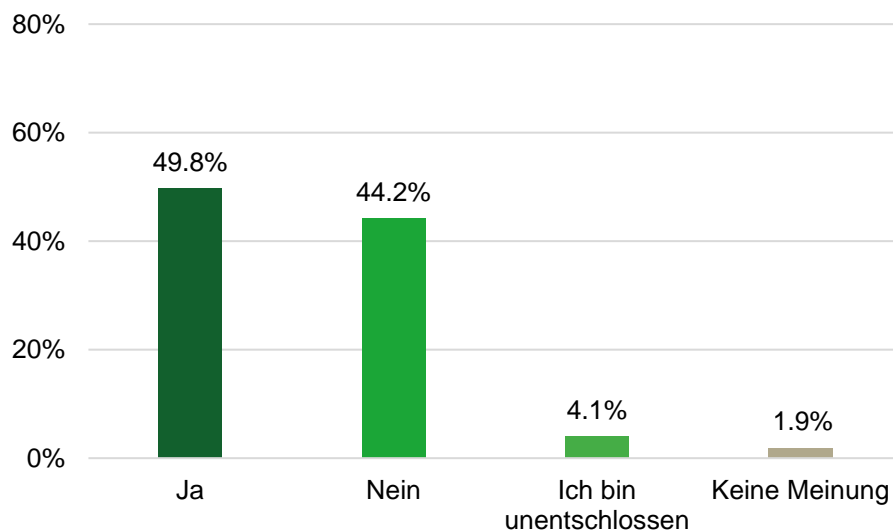
Kannst du dir vorstellen, bei Anwendung der 3G-Regel ins Stadion zu gehen?

Abbildung 9



Kannst du dir vorstellen, bei Anwendung der 2G-Regel ins Stadion zu gehen?

Abbildung 10



Die Präferenz für die 3G-Regel wird bei der konkreten Frage nach den Umständen eines Stadionbesuchs deutlicher – welche Gründe sind hierbei für die Fans ausschlaggebend?

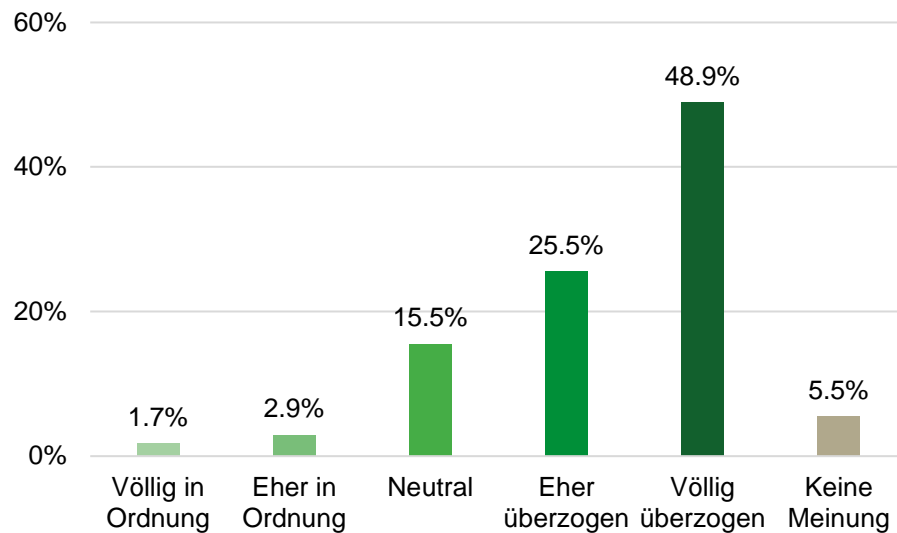
3. Darstellung der Ergebnisse

3.4 Aussicht auf die weitere Entwicklung



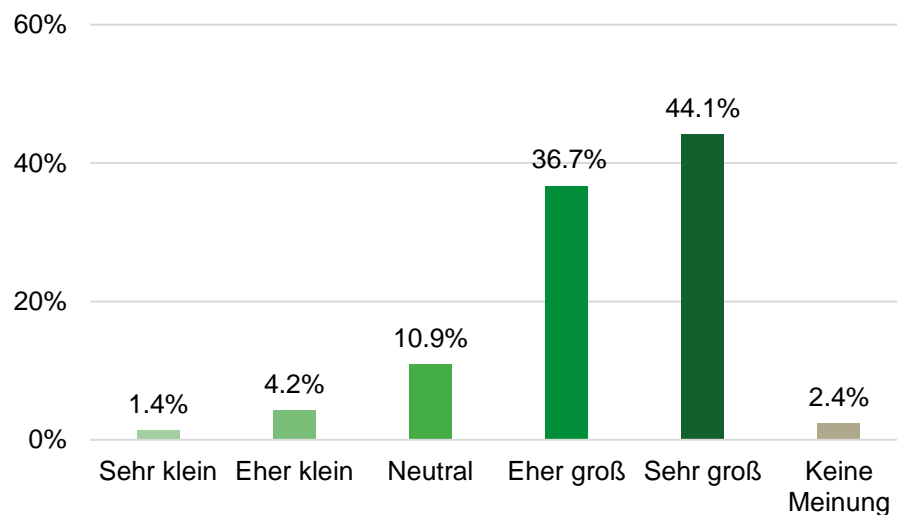
Wie bewertest du aktuell die Kommerzialisierung im Fußball?

Abbildung 11



Wie bewertest du aktuell die Auswirkungen von Corona auf den Fußball (in Stadion, Gastronomie u.a.)?

Abbildung 12



Nur ein sehr kleiner Anteil der befragten Fans findet die aktuelle Kommerzialisierung des Sports in Ordnung – ein überfälliger Weckruf?

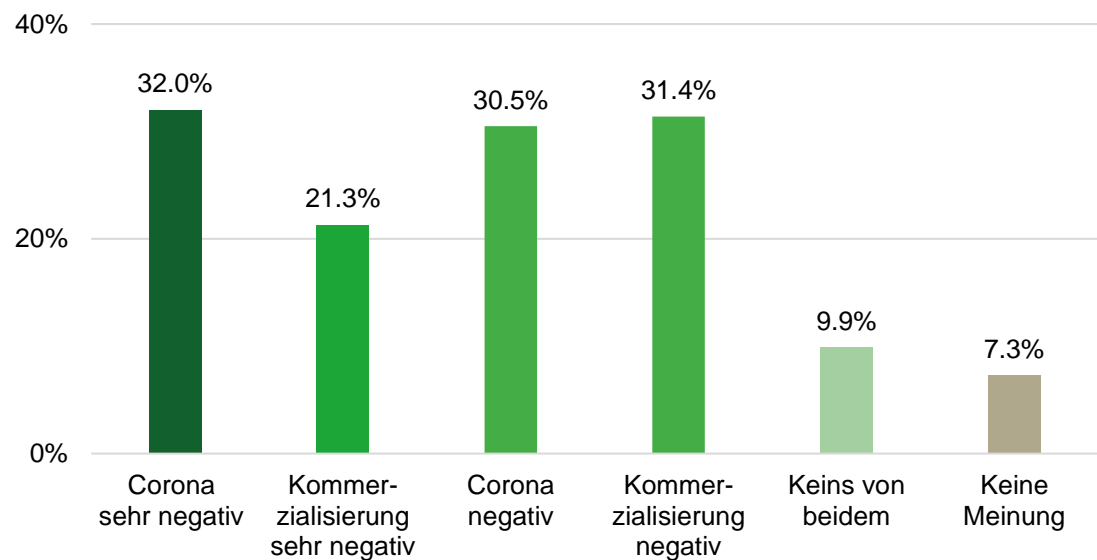
3. Darstellung der Ergebnisse

3.4 Aussicht auf die weitere Entwicklung



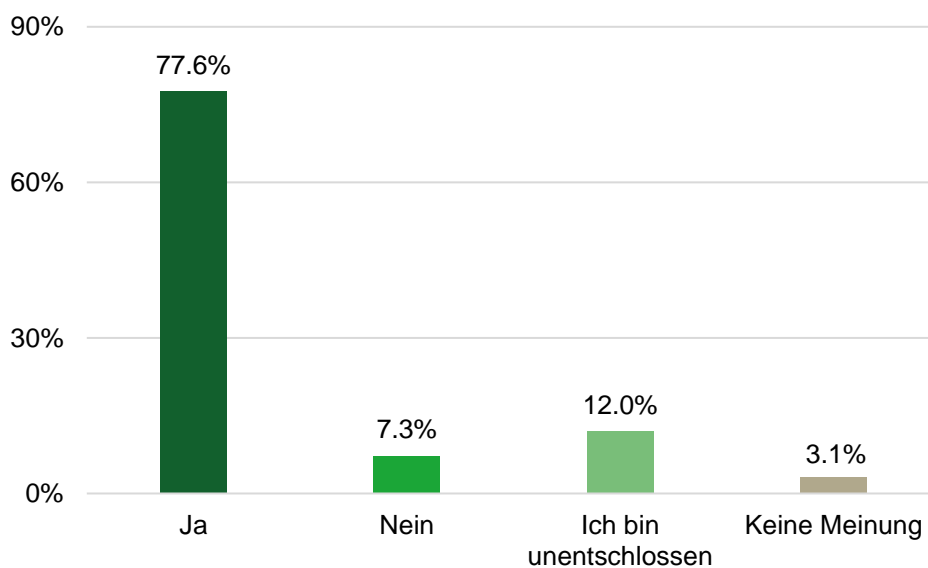
Welche Ursachen wirken sich negativ auf dein Interesse am Fußball aus – Corona und/oder die Kommerzialisierung?

Abbildung 13



Kannst du dir vorstellen, wieder ins Stadion zu gehen, wenn höhere Kapazitäten zugelassen sind?

Abbildung 14



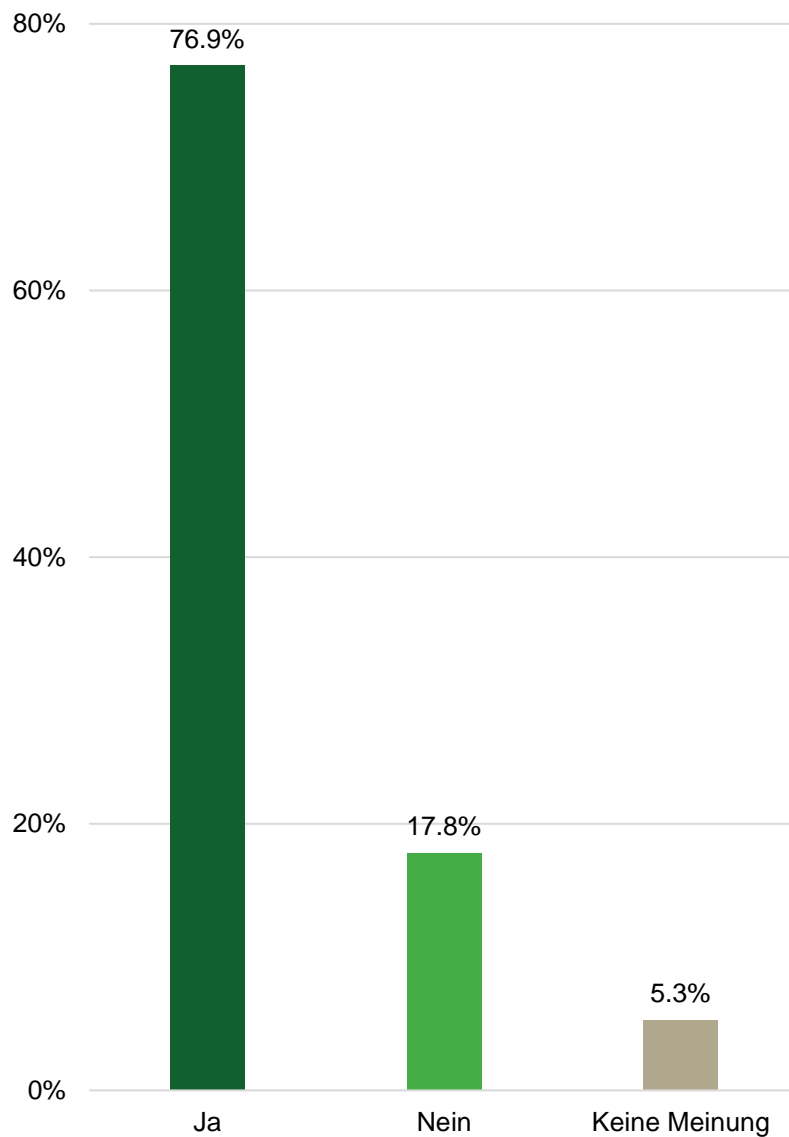
Die Folgen der Corona-Pandemie und die Kommerzialisierung beeinträchtigen eine positive Entwicklung des Interesses am Fußball. Bezüglich Corona scheint die Perspektive für die weitere Entwicklung aber günstiger zu sein.

3. Darstellung der Ergebnisse

3.4 Aussicht auf die weitere Entwicklung

Glaubst du, dass die Stadien der Bundesliga langfristig wieder ausgelastet sein werden?

Abbildung 15



Eine deutliche Mehrheit der Fans glaubt, dass die schwache Auslastung der Stadien vorübergehend ist – werden sie trotz überzogener Kommerzialisierung damit Recht behalten?





Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

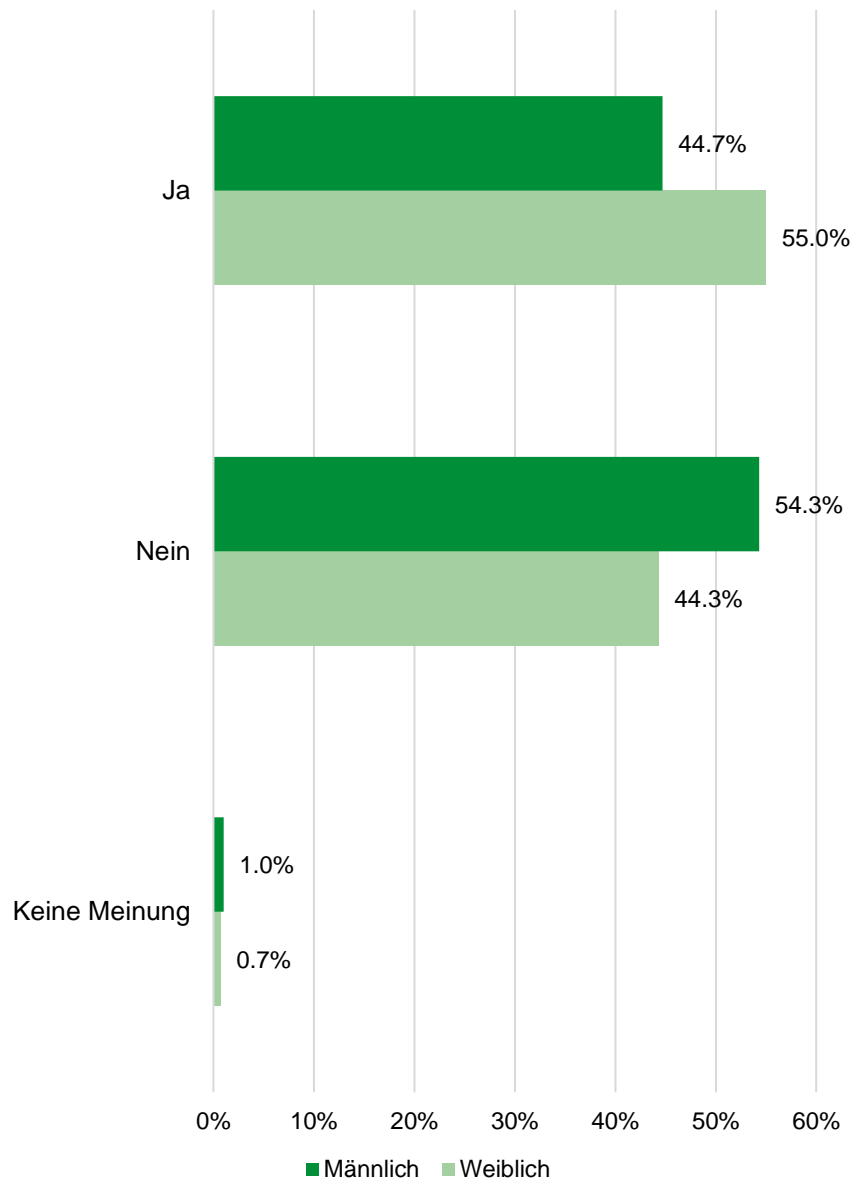
4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.1 Stadionbesuch in dieser Saison



Differenzierung nach Geschlecht

Abbildung 16



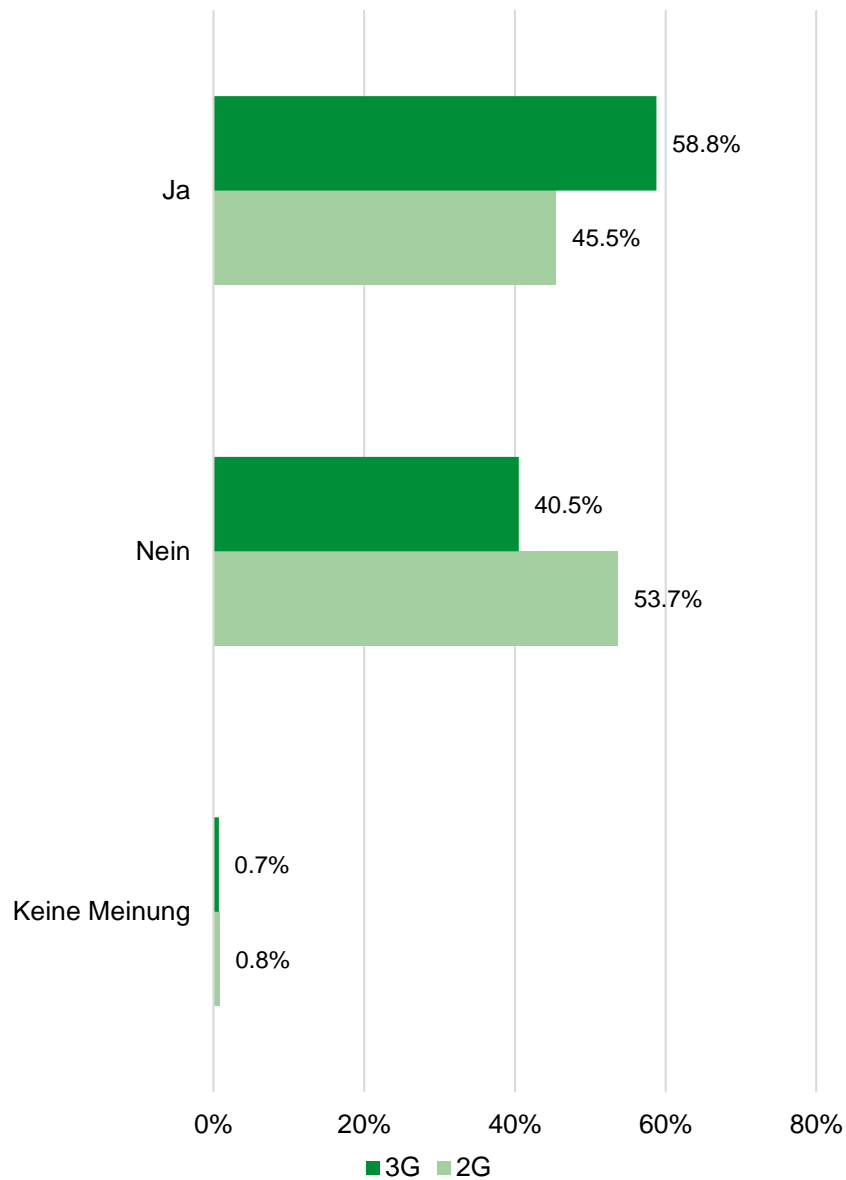
Prozentual haben mehr Frauen als Männer diese Saison schon ein Spiel ihres Lieblingsclubs live im Stadion gesehen, obwohl sich das grundsätzliche Interesse in beiden Gruppen verringert hat.

4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.1 Stadionbesuch in dieser Saison

Differenzierung nach den Einlassregeln der Lieblingsclubs

Abbildung 17



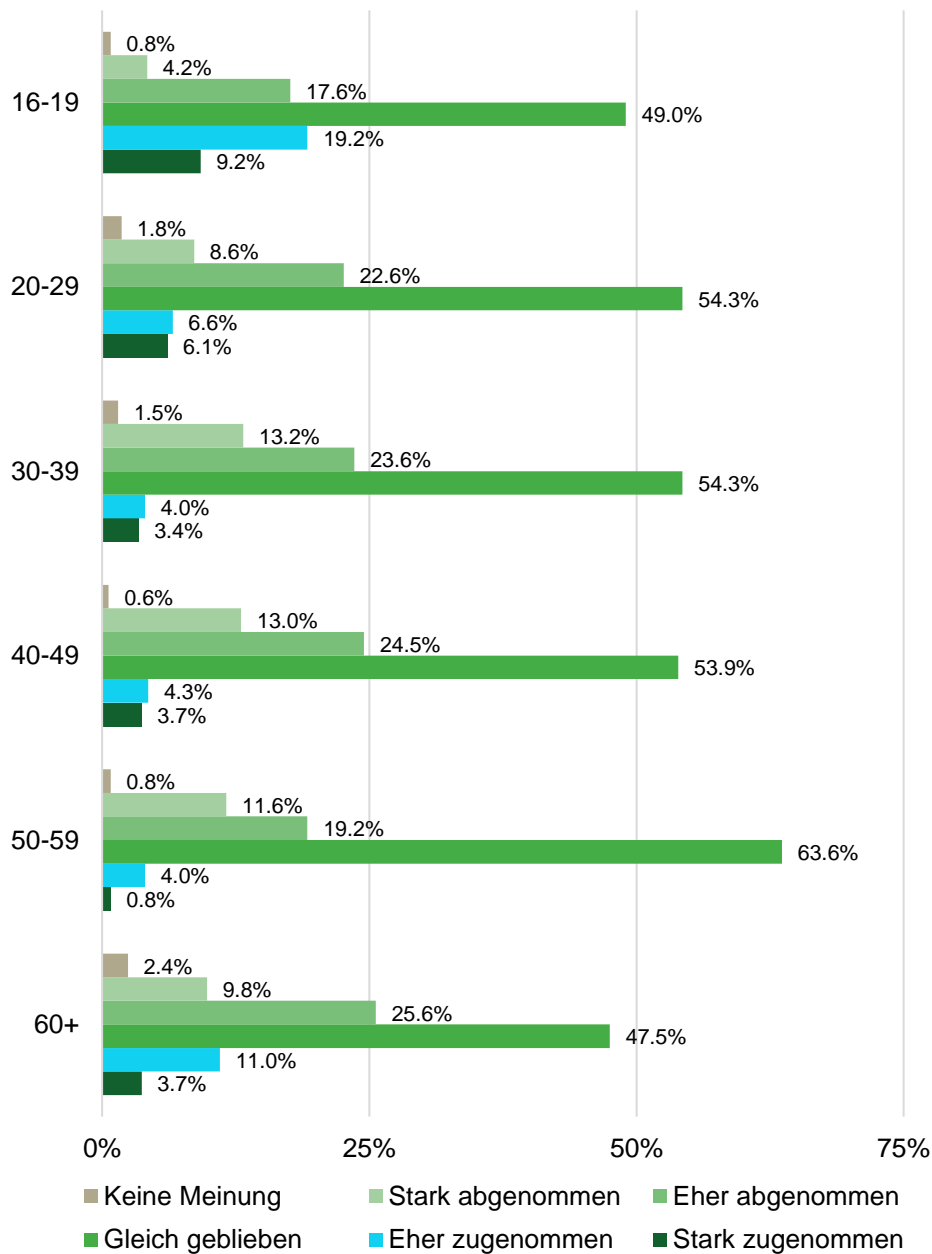
Bei 3G-Stadien gaben mehr Fans an schon ein Spiel gesehen zu haben -
möglicherweise führt eine weniger restriktive Einlassregelung tatsächlich zu
mehr Besuchern.

4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.2 Interessensentwicklung in verschiedenen Altersgruppen

Wie hat sich das Interesse am Fußball seit Beginn der Corona-Pandemie entwickelt? - Differenzierung nach Alter

Abbildung 18



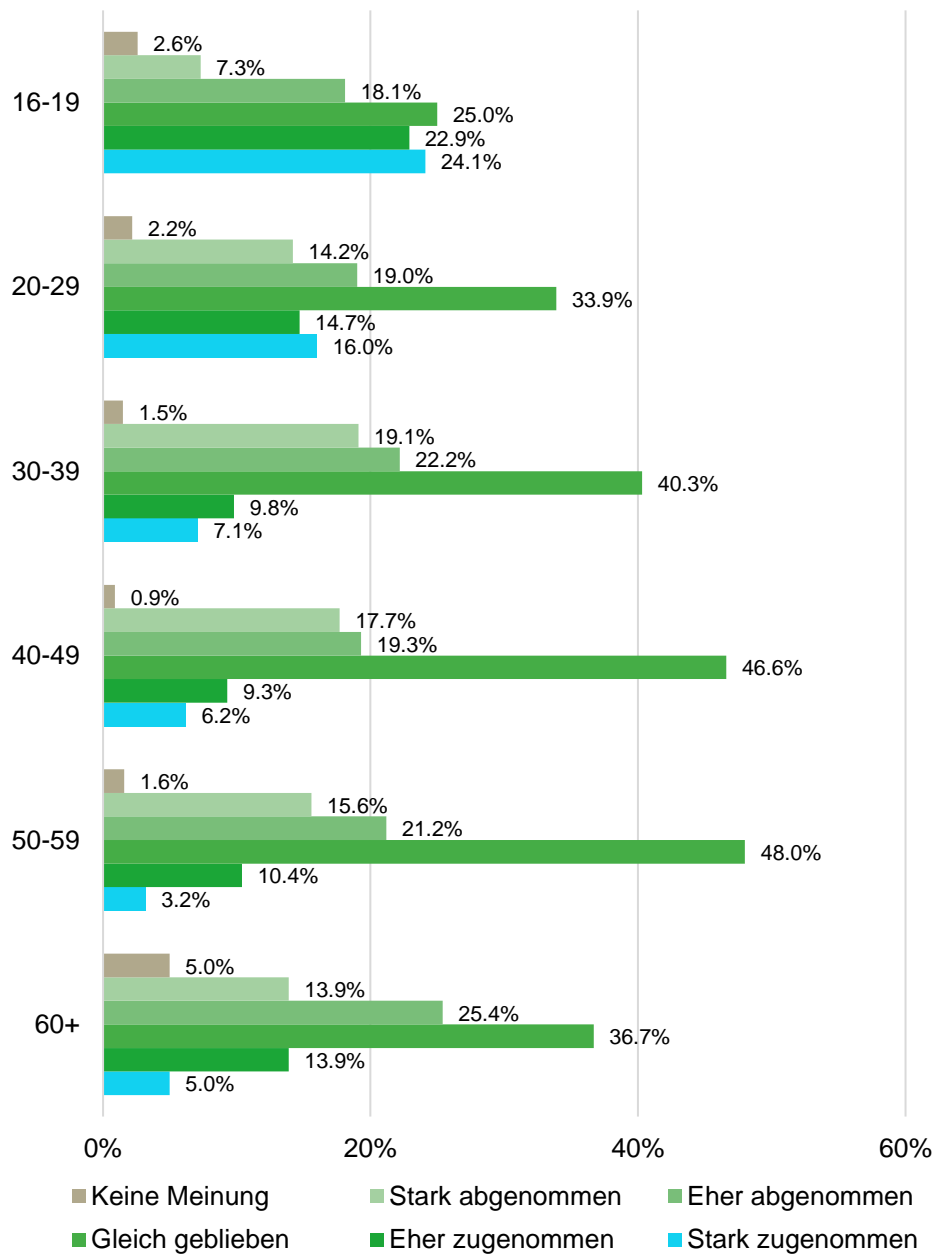
In allen Altersgruppen ist das Interesse am Fußball bei der Mehrheit gleich geblieben – man könnte allerdings vermuten, dass bei den Jüngsten eine leichte Interessensteigerung vorliegt, während das Interesse bei Älteren im Mittel etwas gesunken zu sein scheint.

4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.2 Interessensentwicklung in verschiedenen Altersgruppen

Wie hat sich das Interesse an einem Stadionbesuch seit Beginn der Corona-Pandemie entwickelt? - Differenzierung nach Alter

Abbildung 19



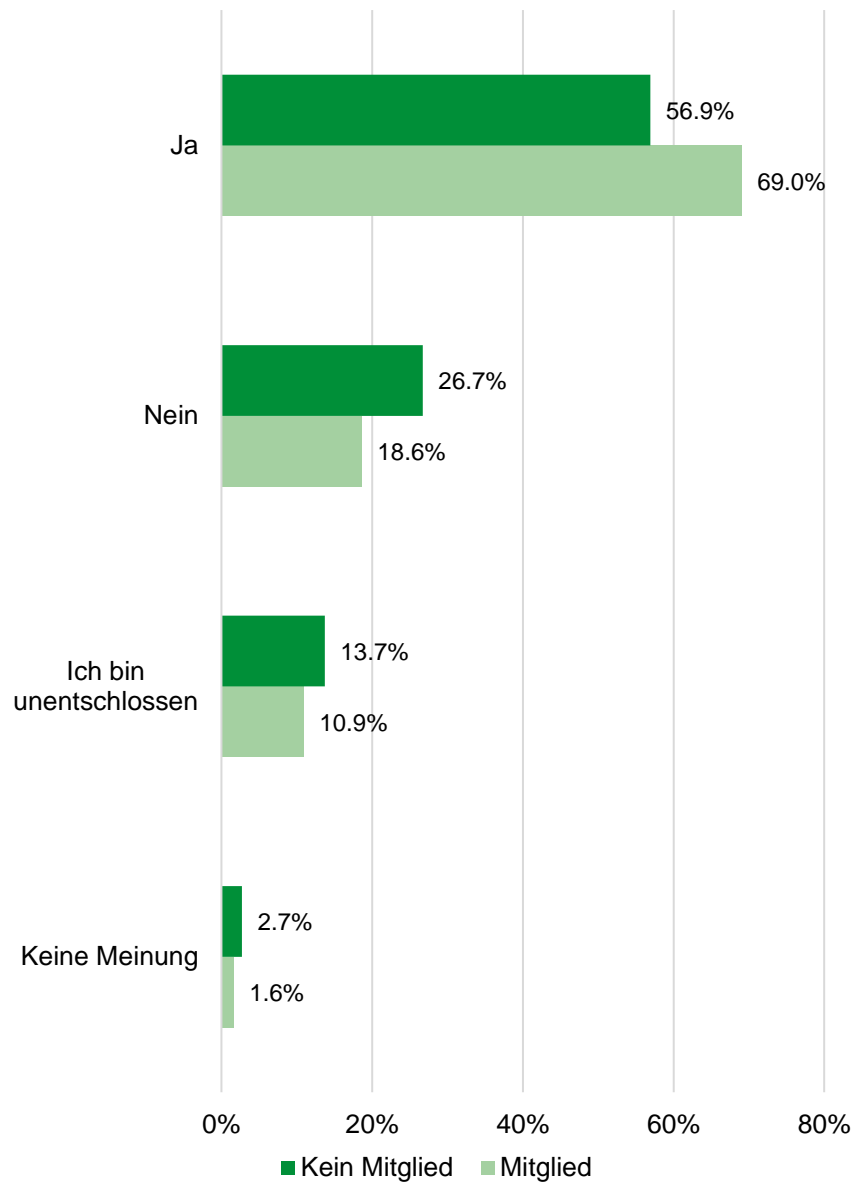
Auch in Puncto Stadionbesuch ist in allen Altersgruppen bei der Mehrheit das Interesse gleich geblieben - bei jüngeren Altersgruppen ist klar zu erkennen, dass sich das Interesse positiver entwickelt hat als bei den Älteren.

4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.3 Bereitschaft zum Stadionbesuch bei Anwendung der 2G- und 3G-Regel

Kannst du dir vorstellen bei Anwendung der **3G-Regel** ins Stadion zu gehen? - Differenzierung nach Mitgliedschaft im Lieblingsclub

Abbildung 20



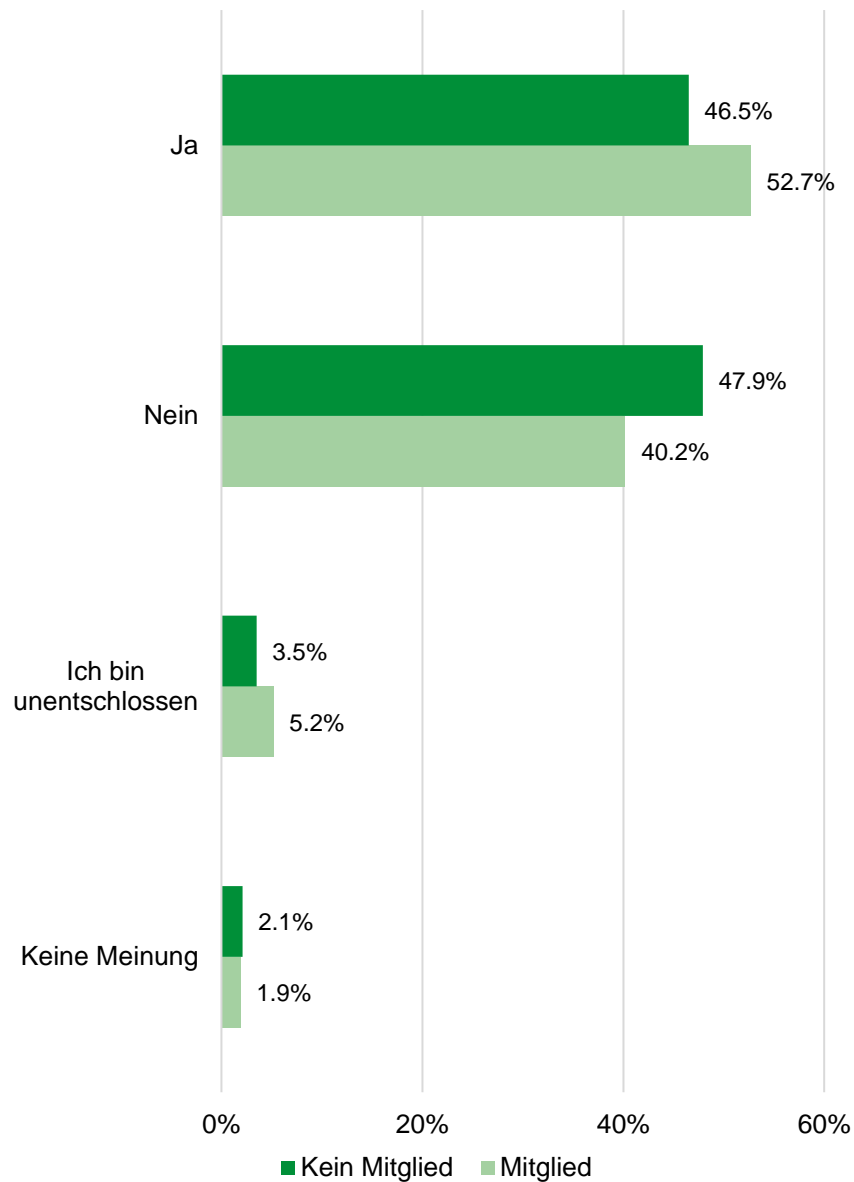
Vereinsmitglieder können sich grundsätzlich besser vorstellen, bei Anwendung der 3G-Regel ins Stadion zu gehen als Fans, die nicht ihrem Lieblingsclub angehören.

4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.3 Bereitschaft zum Stadionbesuch bei Anwendung der 2G- und 3G-Regel

Kannst du dir vorstellen bei Anwendung der **2G-Regel** ins Stadion zu gehen? - Differenzierung nach Mitgliedschaft im Lieblingsclub

Abbildung 21



Auch bei Anwendung der 2G-Regel können sich Vereinsmitglieder eher vorstellen ins Stadion zu gehen, wobei die Zustimmung insgesamt niedriger und der Unterschied zwischen den Gruppen kleiner ist als bei 3G.

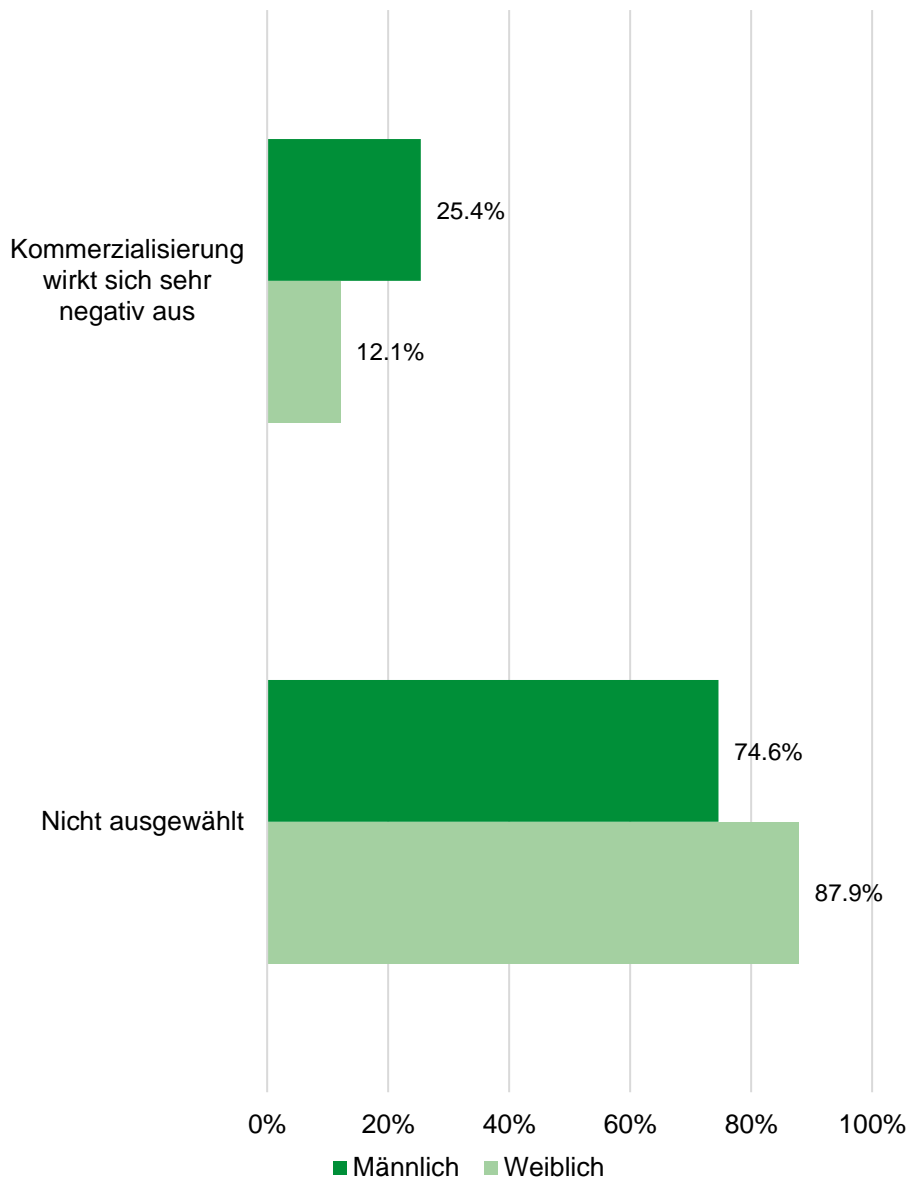
4. Differenzierung ausgewählter Ergebnisse

4.4 Auswirkungen der Kommerzialisierung



Differenzierung nach Geschlecht

Abbildung 22



Bei mehr als einem Viertel der befragten Männer hat die zunehmende Kommerzialisierung des Fußballs sehr negative Auswirkungen auf das Interesse am Fußball – damit liegt der Wert doppelt so hoch wie bei den Frauen.

Tragen Sie bitte stets Ihre FFP-2



Weiterführende Analyse

5. Weiterführende Analyse

5.1 Clusteranalyse der Gründe gegen Stadionbesuche



Drei homogene Gruppen von Fans mit unterschiedlichen Hauptmotiven für den Verzicht auf Stadionbesuche:

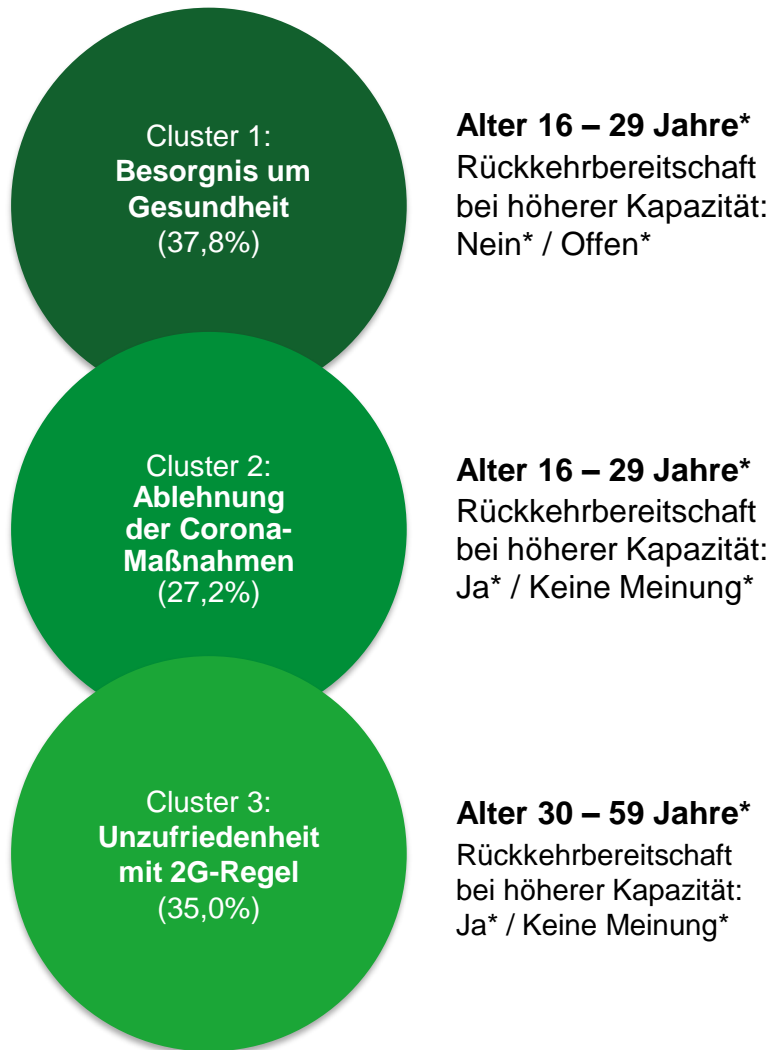


Abbildung 23

Fancluster nach Gründen für Verzicht auf Stadionbesuche

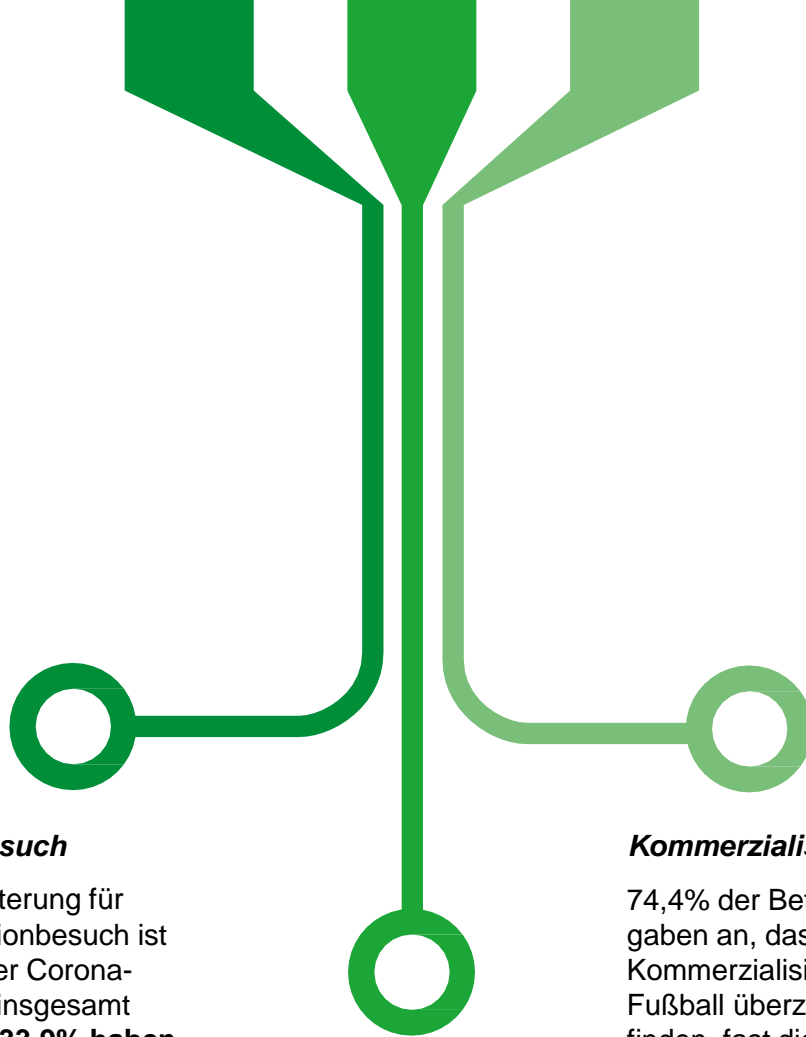
Legende

* = überproportionale Merkmalsausprägung

Unterschiedliche Gründe für den Verzicht auf Stadionbesuche legen differenzierte Maßnahmen zur Überwindung und zur Steigerung der Stadionauslastung im Rahmen geltender Vorgaben nahe. Diese Maßnahmen sollten auch die weiteren Merkmale der Cluster berücksichtigen.



Zusammenfassung



Stadionbesuch

Die Begeisterung für einen Stadionbesuch ist während der Corona-Pandemie insgesamt gesunken. **33,9% haben weniger Interesse ins Stadion zu gehen als zuvor.** Das könnte an den strengen Regularien liegen, die aktuell in den Stadien gelten. **Über 40% fühlen sich von den Coronamaßnahmen, insbesondere der 2G Regel, gestört.** Knapp 30% haben ein Problem mit der 3G Regel und ähnlich viele befürchten, sich im Stadion anzustecken. Demgegenüber stehen 25%, deren Interesse zugenommen hat. Dazu passt, dass ein kompletter Interessenverlust nur von ca. 6% der Befragten als Grund für leere Stadien gesehen wurde und Dreiviertel optimistisch sind, dass die Kapazitäten bald wieder ausgenutzt werden.

Interesse am Fußball

Wie schon beim Stadionbesuch zeigt sich, dass das **allgemeine Interesse am Fußball unter den deutschen Fans während der Corona-Pandemie erkennbar gesunken ist.** Insgesamt 33,1% gaben an, ihr Interesse habe sich verringert. Demgegenüber stehen nur 12,6%, deren Interesse gestiegen ist. 62,5% der Befragten gaben die Corona Pandemie sogar explizit als Grund für ihr gesunkenes Interesse an. Die negative Entwicklung des Interesses scheint in diesem Fall eindeutiger zu sein als beim Thema Stadionbesuch.

Kommerzialisierung

74,4% der Befragten gaben an, dass sie die Kommerzialisierung im Fußball überzogen finden, fast die Hälfte sogar völlig überzogen. **52,7% sehen in der Kommerzialisierung einen unmittelbaren Grund für ihr gesunkenes Interesse am Fußball.** Überraschenderweise scheinen Männer ein größeres Problem damit zu haben als Frauen. Nur 4,6% der Fans sind der Auffassung, dass die Kommerzialisierung in ihrer aktuellen Form in Ordnung ist. Es wird dementsprechend deutlich, dass die Gründe für das sinkende Interesse nicht allein in der Corona-Pandemie begründet liegen. Langfristig müssen sich auch kommerzielle Aspekte im deutschen Fußball ändern, um nicht den Unmut der Fans zu erregen.



Kontakt

Ihre Ansprechpartner



Dr. Joachim Lammert

Geschäftsführer bei FanQ, vormals Fachgebiet Sportmanagement der Uni Leipzig

Mail: joachim.lammert@fanq-app.com

Kilian Weber

Geschäftsführer bei FanQ, vormals Referent der Geschäftsführung bei Dynamo Dresden

Mail: kilian.weber@fanq-app.com

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.

AUF WIEDERSEHEN
**VIELEN DANK FÜR
EURE UNTERSTÜTZUNG UND
EINEN GUTEN HEIMWEG!**

KONSUM

FanQ & SID
Am Puls der Fans

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

Im Mediapark 5
50670 Köln

Autoren:
Dr. Joachim Lammert
Prof. Dr. Axel Faix
Lukas Kopfer
Prof. Dr. Harald Lange
Delia Martin
Lucas Wloch
Lena Müller

Vielen Dank an unsere Hochschul- und Netzwerkpartner!

**Fachhochschule
Dortmund**
University of Applied Sciences and Arts

