

www.pwc.de

Fußballfan-Befragung

2016



pwc

Impressum

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form.

Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Kontakt:

Stefanie Nürnberger
PwC Communications
Friedrich-Ebert-Anlage 37
60327 Frankfurt
Telefon: +49 69 9585-5539
Telefax: +49 69 9585-9865539
E-Mail: stefanie.nuernberger@de.pwc.com

Agenda

- 1 Hintergrund und Untersuchungsansatz
- 2 Management Summary
- 3 Ergebnisse

Hintergrund und Untersuchungsansatz

1

Hintergrund und Untersuchungsansatz

Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Online-Studie zum Thema „**Fußballfans**“ dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers AG WPG durchgeführt wurde.

Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: Online-Panel-Befragung
- Zielgruppe: Inhaber von Dauerkarten für Erste-Bundesliga-Vereine der Saison 2016/17 ab 18 Jahren
- Erhebungszeitraum: Juli 2016
- Stichprobengröße: N = 1.000, bundesweit

Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Auftretende Abweichungen in den Endsummen sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

Management Summary

2

Management Summary

Befragung unter Fußballfans

6,5 Millionen Mitglieder zählen die insgesamt mehr als 27.000 deutschen Fußballvereine – Fußball ist damit der Lieblingssport Nr. 1 der Deutschen. Die Erstliga-Clubs verkauften in der abgelaufenen Saison rund 460.000 Dauerkarten – eine wichtige Einnahmequelle für die Vereine. **Durchschnittlich rund 327 Euro zahlen Fans für eine Erstliga-Dauerkarte pro Saison**, bei den in Norddeutschland ansässigen Vereinen sind es sogar über 380 Euro. Auch für Fan-Artikel greifen die norddeutschen Dauerkarteninhaber tiefer in die Tasche und geben mehr als 100 Euro pro Saison aus. Bei den Süddeutschen sind es hingegen nur rund 78 Euro (S. 16). **30 Prozent der Fans kaufen ihre Fan-Artikel dabei bereits mobil per App (S. 24).**

Generell nutzt mehr als jeder zweite Dauerkartenbesitzer die offizielle App seines Vereins (S. 20). Hier sind erwartungsgemäß die unter 30-Jährigen deutlich aktiver (S. 21). Ein Blick auf die Vereinsgröße zeigt: Die mitgliederstärksten Vereine erreichen auf dem mobilen Weg in der Vergleichsgruppe einen deutlich höheren Fan-Anteil (S. 23).

Um sich über ihren Verein zu informieren, nutzen die meisten die Internetseite: **Mehr als sechs von zehn Befragten halten sich so auf dem Laufenden (S. 18).** Vereinszeitschriften lesen hingegen nur gut ein Drittel (S. 18). Bei den unter 30-Jährigen sind es sogar nur noch ein Viertel (S. 19). Für den Austausch mit anderen Fans sind von der Vereinsseite unabhängige soziale Netzwerke besonders beliebt: 62 Prozent nutzen solche Plattformen. **In den Foren auf den Vereinsseiten tauschen sich 58 Prozent der Fans aus (S. 26).**

Management Summary

Befragung unter Fußballfans

Ein weiterer Schritt in die digitale Welt, den viele Vereine bereits vollzogen haben, ist die Umstellung auf bargeldloses Bezahlen in den Stadien. Sechs von zehn Befragten befürworten dies. **Allerdings stört es mehr als die Hälfte, dass es hier kein einheitliches System für alle Stadien gibt (S. 28).**

Über das Bezahlen könnten die Vereine gleichzeitig auch die Fanbindung fördern: **Neun von zehn Befragten würden ein Punktesammelsystem für vereinsbezogene Einkäufe nach dem Vorbild von Payback nutzen**, um so z.B. Vergünstigungen für Tickets oder Fanartikel zu erhalten (S. 31).

Auch die Einnahmen der Vereine gewinnen im Zuge der aktuellen Diskussion um die immens gestiegenen Transfersummen in der Bundesliga an Bedeutung: **Eine knappe Mehrheit der Befragten ist damit einverstanden, dass Vereine neue Einnahmequellen z.B. aus der Vermarktung von Meisterfeiern generieren (S. 32).**

Ein Aspekt, der den Vereinen mehr Einnahmen bescheren soll, stößt bei den Befragten allerdings auf Ablehnung: **Sieben von zehn Dauerkarteninhabern stehen der Einführung von Montagsspielen ab der Saison 2017/18 skeptisch bis ablehnend gegenüber.** Mehr als vier von zehn Skeptikern sind überdies noch nicht sicher, ob sie im Zuge dieser Änderung wieder eine Dauerkarte erwerben werden (S. 34). Die langjährigen Dauerkartenkäufer sehen das im Vergleich zum Durchschnitt etwas entspannter (S. 36).

Management Summary

Befragung unter Fußballfans

Eine der wichtigsten Fragen für die Vereine in Sachen Fanbindung: Wie zufrieden sind die Fans mit den Aspekten abseits des Geschehens auf dem Rasen? Im Durchschnitt herrscht unter den Dauerkarteninhabern eine relativ hohe Zufriedenheit: **Eine große Mehrheit fühlt sich vom Verein wertgeschätzt, sicher bei Heimspielen und ist mit dem öffentlichen Auftritt zufrieden (S. 37).** Je länger die Fans bereits eine Dauerkarte besitzen, desto größer ist die allgemeine Zufriedenheit mit den Rahmenbedingungen im Vergleich zum Mittelwert (S. 38).

Kritik gibt es hingegen von mehr als der Hälfte der Befragten für die Stadionverpflegung: **Jeder Zweite wünscht sich mehr regionale Anbieter oder eine größere Vielfalt des Angebots (S. 39).** Dafür wären 70 Prozent auch bereit, mehr zu bezahlen (S. 40).

Auch beim Thema Fankonzepte gibt es noch Potenzial: **So würde sich über die Hälfte einen schnelleren Einlass für Dauerkarteninhaber ins Stadion wünschen (S. 41).** Weitere Wünsche der Fans sind kostenloses W-LAN im Stadion (51 Prozent), eine Platzreservierung für Dauerkarteninhaber (47 Prozent) oder auch besondere Aktionen für Kinder, wie ein Meet&Greet oder Stadioneinlauf mit den Profis (45 Prozent) (S.41).

Management Summary

Befragung unter Fußballfans

Die aktuelle sicherheitspolitische Lage findet ebenfalls ihren Eingang in die Fußballwelt. **Drei Viertel der Befragten plädieren angesichts der jüngsten Terroranschläge für eine weitere Erhöhung der Sicherheit.** Mehr als ein Drittel wäre auch bereit, für mehr Sicherheit mehr zu bezahlen (S. 42). Und nahezu alle Fans (94 Prozent) zeigen Verständnis für verstärkte Sicherheitskontrollen beim Einlass ins Stadion (S. 43).

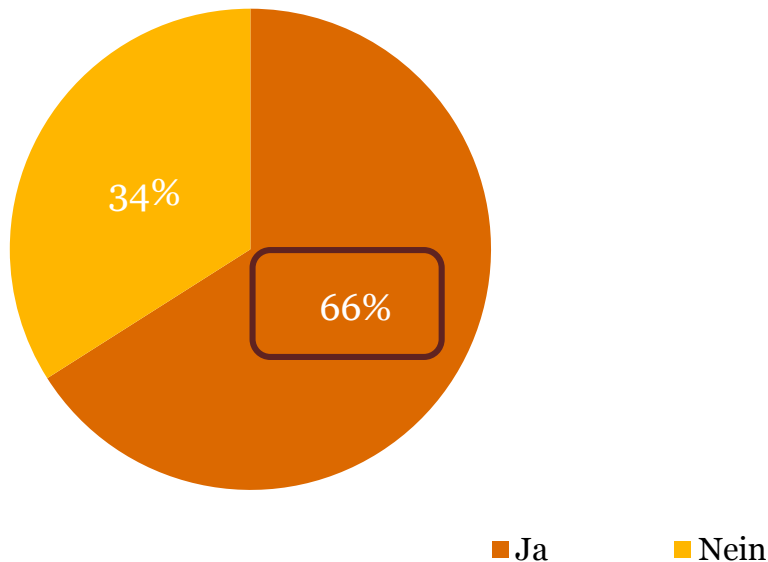
Ergebnisse

3

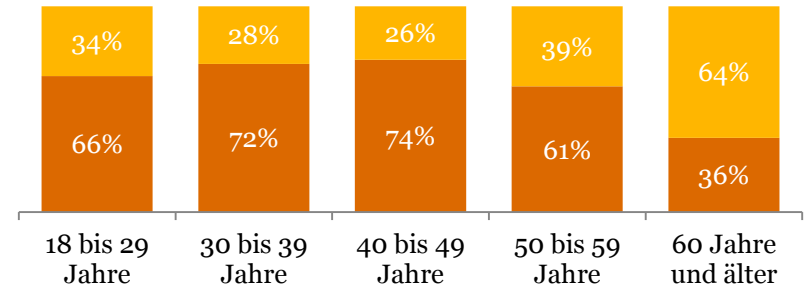
Mitgliedschaft im Fußballverein

Zwei Drittel der Dauerkarteninhaber sind gleichzeitig Vereinsmitglied ihres Fußballklubs

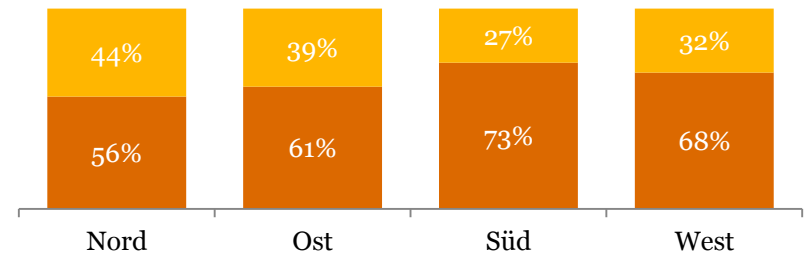
Vereinsmitgliedschaft



Alter nach Vereinsmitgliedschaft



Region nach Vereinsmitgliedschaft

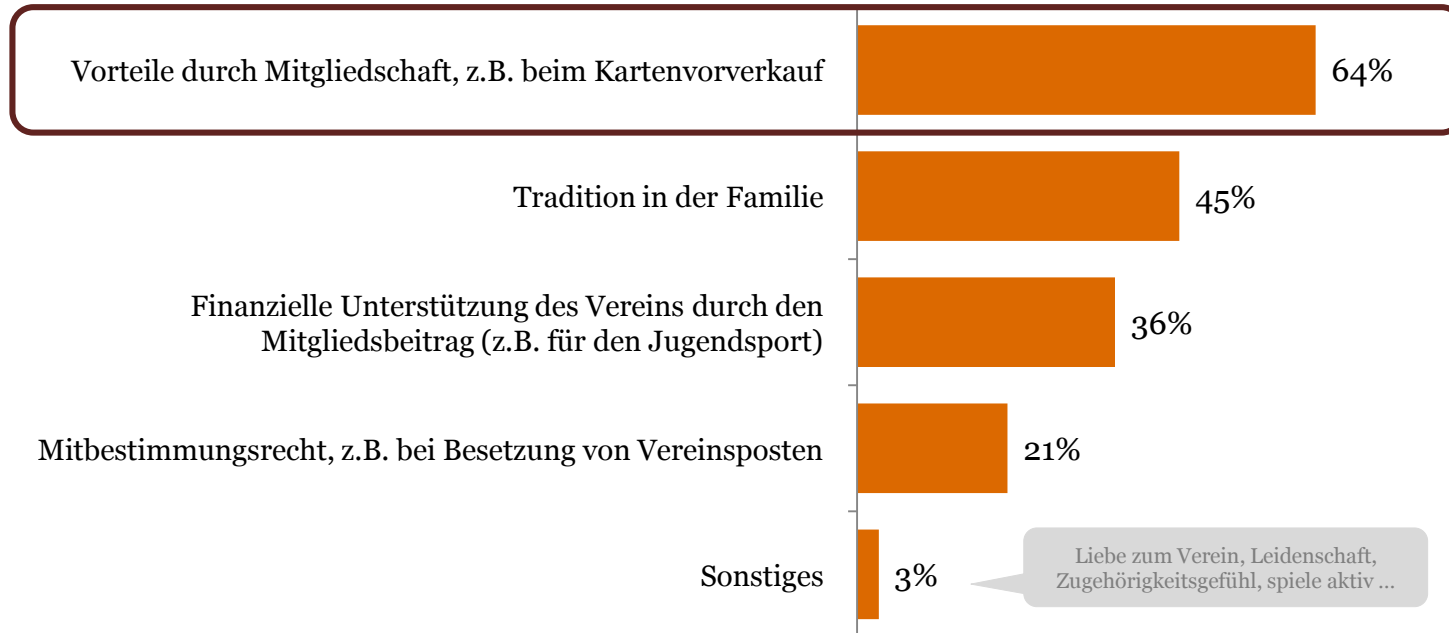


Frage 1: Sind Sie Mitglied des Vereins, für dessen Spiele Sie eine Dauerkarte besitzen?
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Pro Vereinsmitgliedschaft

Für die Mehrheit der Vereinsmitglieder sind die Mitgliedervergünstigungen ausschlaggebend für den Beitritt.

Gründe für Vereinsmitgliedschaft

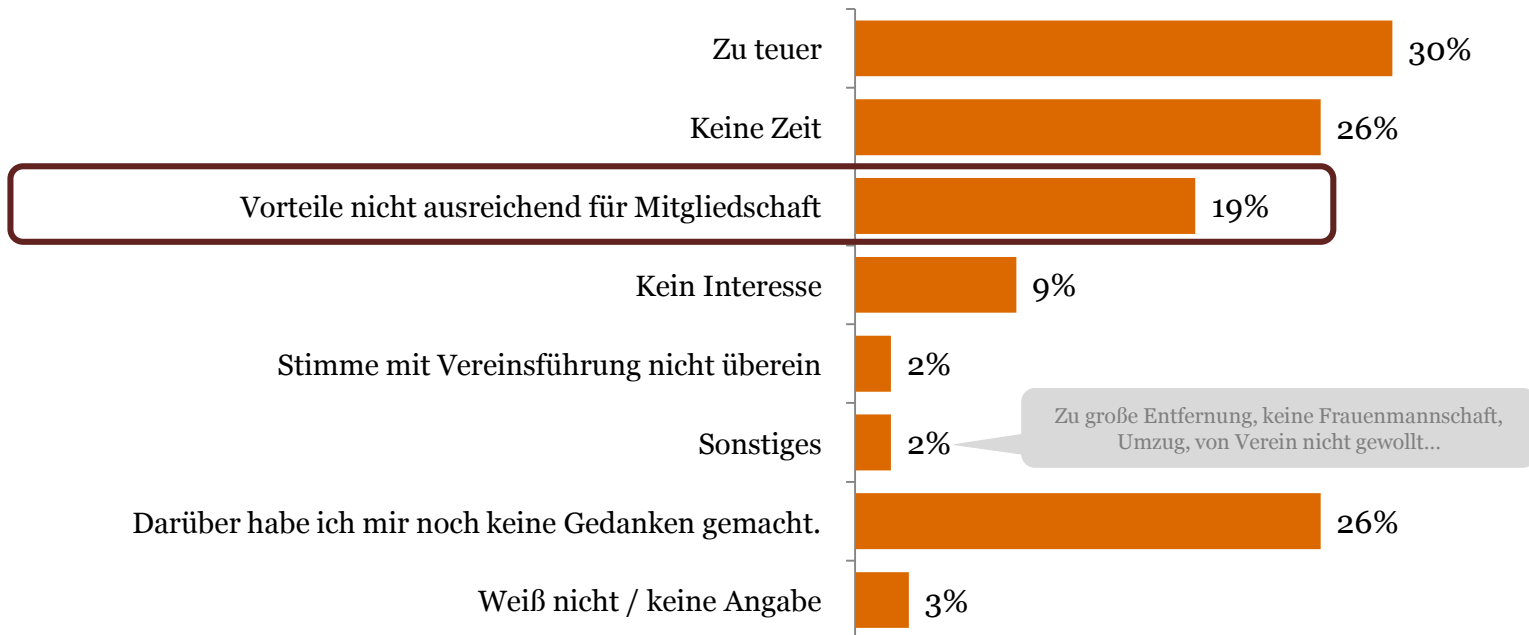


Frage 2a: Aus welchen Gründen sind Sie Vereinsmitglied?
Basis: Alle Vereinsmitglieder, N = 661 (Mehrfachnennung)

Contra Vereinsmitgliedschaft

Knapp ein Fünftel der Dauerkarteninhaber hält die Vorteile einer Vereinsmitgliedschaft für nicht ausreichend.

Gründe gegen Vereinsmitgliedschaft

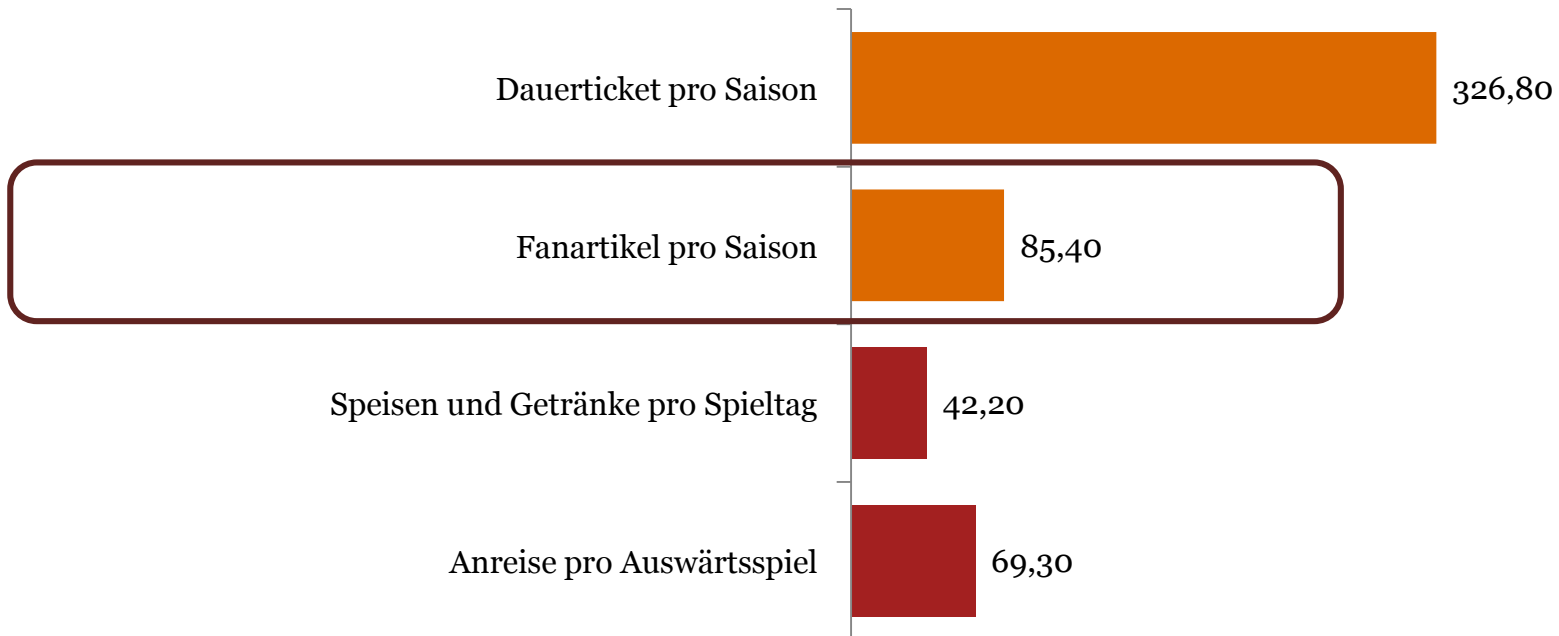


Frage 2b: Aus welchen Gründen sind Sie Vereinsmitglied?
Basis: Alle Nicht-Vereinsmitglieder, N = 339 (Mehrfachnennung)

Ausgaben pro Saison und Spieltag

Besitzer von Erstliga-Vereins-Dauerkarten geben im Durchschnitt 85,40 Euro pro Saison für Fanartikel aus.

Ausgaben der Dauerkarteninhaber in Euro



Frage 17: Wie viel Geld geben Sie im Durchschnitt für die folgenden Bereiche aus?
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Offene Nennung)

Ausgaben pro Saison und Spieltag

Die Fans der norddeutschen Erstliga-Klubs geben für Dauerticket, Fanartikel und Verpflegung das meiste Geld aus.

Ausgaben der Dauerkarteneinhaber in Euro

	Total	Region*				Vereinsmitglied	
		Nord	Ost	Süd	West	Ja	Nein
Basis	1000	151	158	247	444	661	339
Dauerticket pro Saison	326,80	383,10	283,00	325,50	323,90	340,40	300,10
Fanartikel pro Saison	85,40	106,10	71,70	78,10	87,30	98,20	60,50
Speisen und Getränke pro Spieltag	42,20	69,60	36,00	41,20	35,60	47,20	32,30
Anreise pro Auswärtsspiel	69,30	69,20	72,80	81,20	61,50	78,10	52,10

* Nord: SH, HH, HB, NI / Ost: MV, BB, BE, SN, ST, TH / Süd: BY, BW / West: NW, HE, RP, SL

Frage 17: Wie viel Geld geben Sie im Durchschnitt für die folgenden Bereiche aus?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Offene Nennung)

Ausgaben pro Saison und Spieltag

Weibliche Fußball-Fans investieren überdurchschnittlich viel in Speisen und Getränke im Stadion und in die Anreise.

Ausgaben der Dauerkarteneinhaber in Euro

	Total	Geschlecht		Vereinsmitglieder		
		Männer	Frauen	Unter 30.000	30.000 bis unter 100.000	100.000 und mehr
Basis	1000	606	394	201	368	431
Dauerticket pro Saison	326,80	362,40	271,90	289,00	303,60	364,10
Fanartikel pro Saison	85,40	86,30	83,90	62,60	76,00	104,00
Speisen und Getränke pro Spieltag	42,20	39,70	45,90	33,40	38,40	49,50
Anreise pro Auswärtsspiel	69,30	65,30	75,40	53,80	61,10	83,50

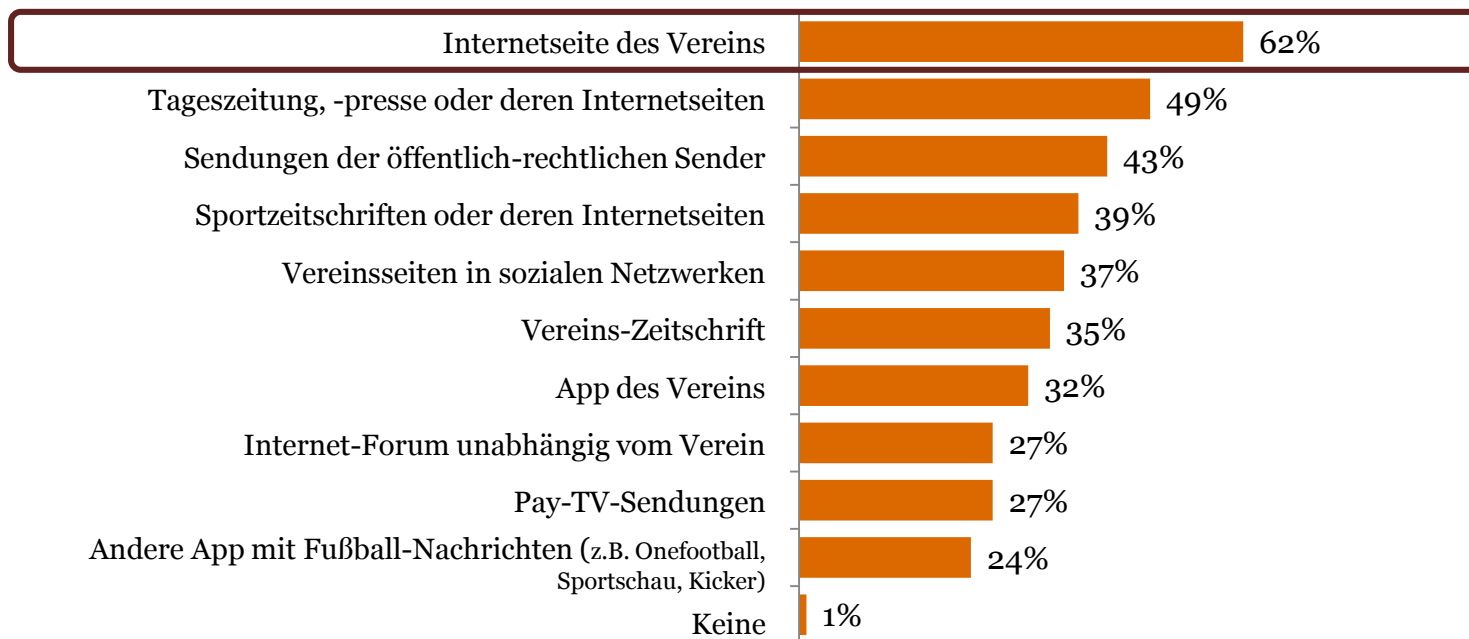
Frage 17: Wie viel Geld geben Sie im Durchschnitt für die folgenden Bereiche aus?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Offene Nennung)

Nachrichten zum Verein

Die Internetseite der Vereine ist die wichtigste Informationsquelle für die Fußball-Fans.

Informationskanäle zum Verein



Frage 7: Welche Kanäle nutzen Sie, um über Ihren Verein auf dem Laufenden zu bleiben?
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Nachrichten zum Verein

Tagespresse und öffentlich-rechtliche Sender nutzen Fans über 40 Jahre deutlich häufiger als die Jüngeren.

Informationskanäle zum Verein

	Total	Alter				
		18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Basis	1000	313	258	186	160	83
Internetseite des Vereins	62%	53%	59%	68%	72%	71%
Tageszeitung, -presse oder deren Internetseiten	49%	38%	40%	56%	64%	71%
Sendungen der öffentlich-rechtlichen Sender	43%	34%	36%	52%	53%	54%
Sportzeitschriften oder deren Internetseiten	39%	35%	38%	42%	44%	46%
Vereinsseiten in sozialen Netzwerken	37%	39%	40%	37%	34%	20%
Vereins-Zeitschrift	35%	25%	32%	41%	47%	41%
App des Vereins	32%	31%	29%	37%	31%	28%
Internet-Forum unabhängig vom Verein	27%	29%	29%	27%	24%	16%
Pay-TV-Sendungen	27%	28%	27%	25%	26%	31%
Andere App mit Fußball-Nachrichten (z.B. Onefootball, Sportschau, Kicker)	24%	34%	21%	17%	20%	23%
Keine	1%	1%	1%	2%	1%	0%

Frage 7: Welche Kanäle nutzen Sie, um über Ihren Verein auf dem Laufenden zu bleiben?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Nachrichten zum Verein

Neu hinzugekommene Dauerkartenbesitzer nutzen das Informationsangebot insgesamt etwas weniger.

Informationskanäle zum Verein

	Total	Dauerkarteninhaber			
		Seit der letzten Saison	Seit 2 bis 4 Jahren	Seit 5 bis 9 Jahren	Seit 10 und mehr Jahren
Basis	1000	510	171	150	169
Internetseite des Vereins	62%	53%	71%	68%	75%
Tageszeitung, -presse oder deren Internetseiten	49%	38%	51%	61%	68%
Sendungen der öffentlich-rechtlichen Sender	43%	36%	45%	47%	56%
Sportzeitschriften oder deren Internetseiten	39%	32%	45%	46%	51%
Vereinsseiten in sozialen Netzwerken	37%	30%	44%	43%	42%
Vereins-Zeitschrift	35%	27%	34%	43%	50%
App des Vereins	32%	25%	35%	39%	41%
Internet-Forum unabhängig vom Verein	27%	24%	24%	33%	35%
Pay-TV-Sendungen	27%	23%	27%	33%	35%
Andere App mit Fußball-Nachrichten (z.B. Onefootball, Sportschau, Kicker)	24%	22%	27%	27%	25%
Keine	1%	2%	1%	0%	1%

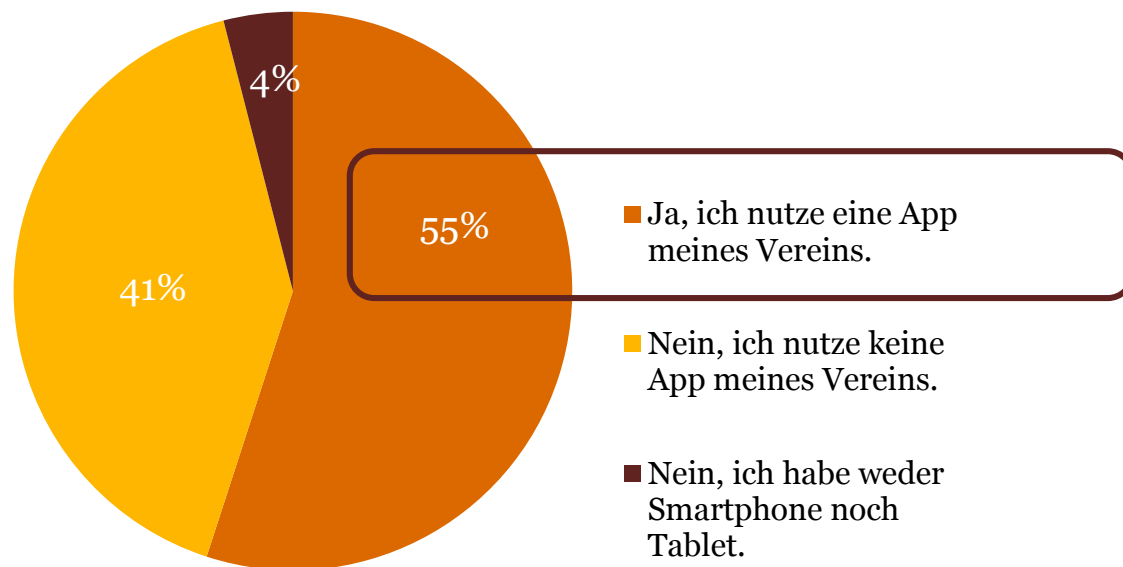
Frage 7: Welche Kanäle nutzen Sie, um über Ihren Verein auf dem Laufenden zu bleiben?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Nutzung der Vereins-App

Mehr als die Hälfte der Dauerkartenbesitzer nutzen die App ihres Lieblings-Vereins.

App des Vereins



Frage 8: Nutzen Sie eine App Ihres Vereins für Smartphone oder Tablet?
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Nutzung der Vereins-App

Die Vereins-App wird erwartungsgemäß besonders häufig von den jüngeren Fans unter 30 Jahre genutzt.

App des Vereins

	Alter					
	Total	18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter
Basis	1000	313	258	186	160	83
Ja, ich nutze eine App meines Vereins.	55%	62%	55%	53%	50%	43%
Nein, ich nutze keine App meines Vereins.	41%	37%	45%	43%	41%	45%
Nein, ich habe weder Smartphone noch Tablet.	4%	2%	1%	4%	9%	12%

Frage 8: Nutzen Sie eine App Ihres Vereins für Smartphone oder Tablet?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Nutzung der Vereins-App

Die großen Vereine generieren mit ihren Apps eine deutlich höhere Reichweite unter ihren Fans.

App des Vereins

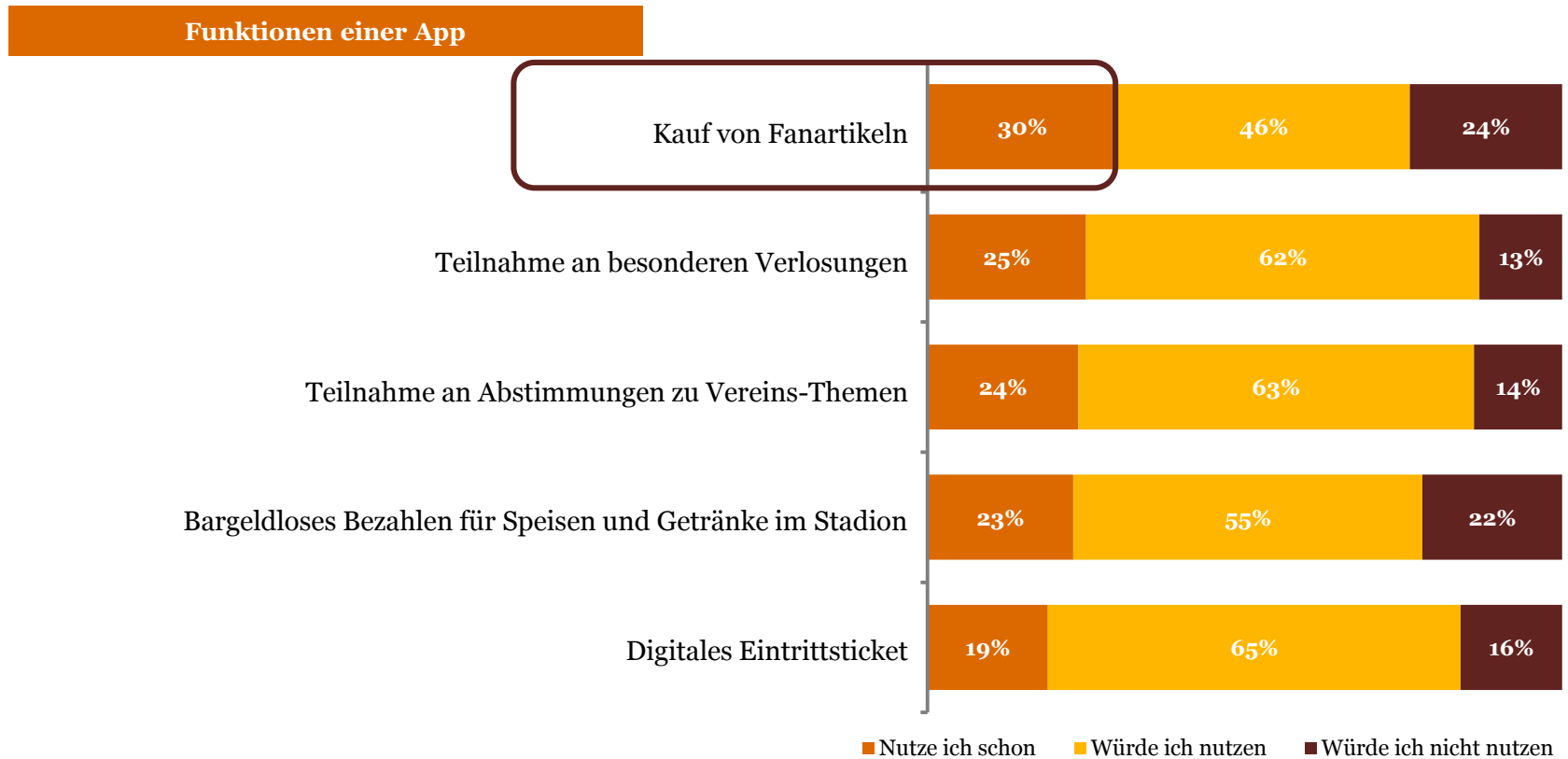
	Total	Vereinsgröße			Vereinsmitglied	
		Unter 30.000	30.000 bis unter 100.000	100.000 und mehr	Ja	Nein
Basis	1000	201	368	431	661	339
Ja, ich nutze eine App meines Vereins.	55%	46%	51%	62%	65%	36%
Nein, ich nutze keine App meines Vereins.	41%	51%	44%	34%	33%	58%
Nein, ich habe weder Smartphone noch Tablet.	4%	3%	5%	3%	3%	6%

Frage 8: Nutzen Sie eine App Ihres Vereins für Smartphone oder Tablet?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Funktionen einer Vereins-App

Knapp ein Drittel der Dauerkartenbesitzern kauft Fanartikel bereits mobil per App.



Frage 9: Wenn eine Vereins-App die folgenden Funktionen bieten würde, würden Sie die Funktionen nutzen?
Basis: Alle Befragten, die ein Smartphone oder Tablet besitzen, N = 961 (Skalierte Abfrage, sortiert nach 'Nutze ich schon')

Funktionen einer Vereins-App

Die Dauerkartenbesitzer großer Vereine nutzen häufiger die Teilnahme an besonderen Verlosungen über die Vereins-App.

Funktionen einer App

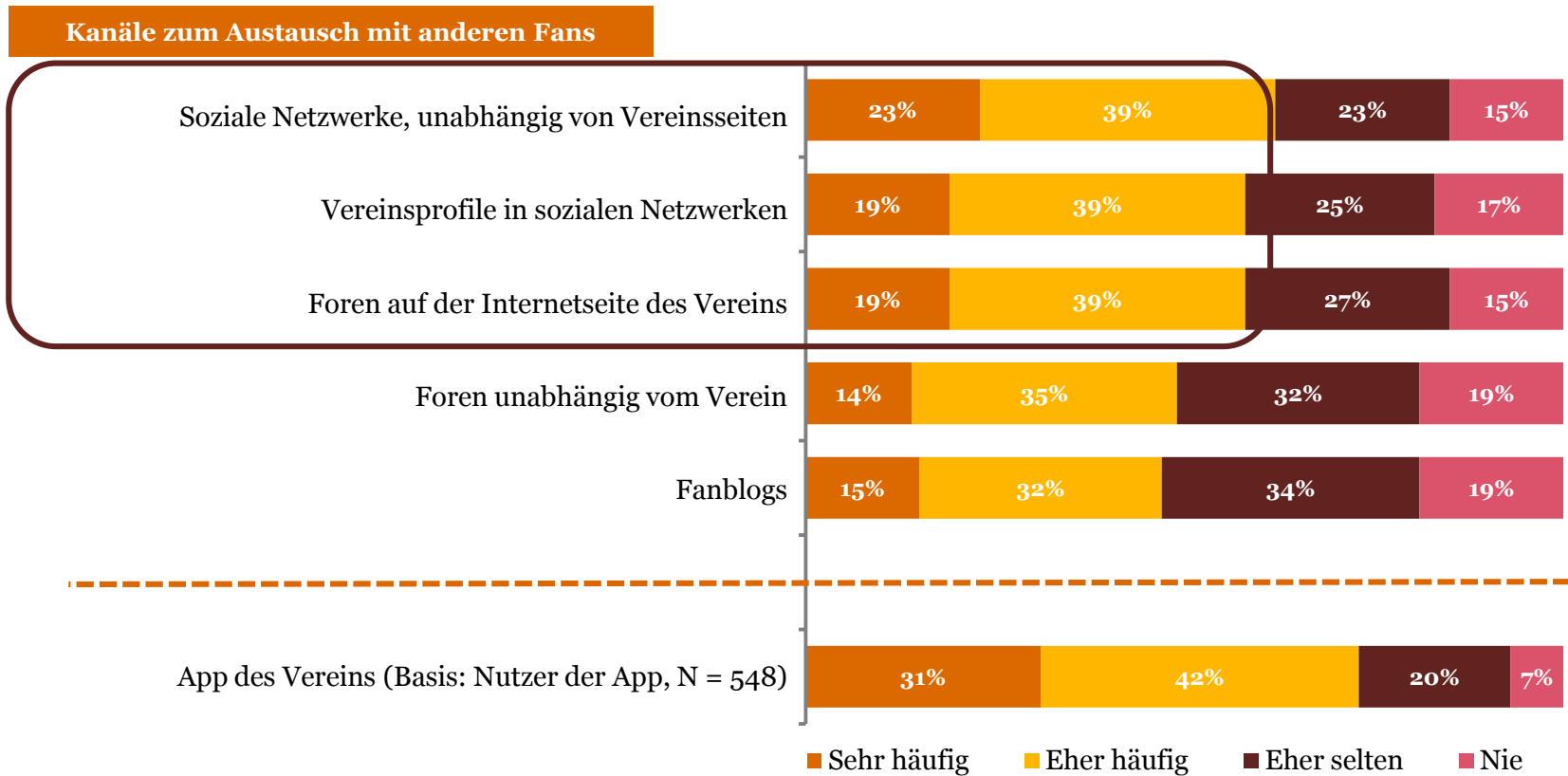
Top: Nutze ich bereits	Total	Vereinsgröße			Vereinsmitglied	
		Unter 30.000	30.000 bis unter 100.000	100.000 und mehr	Ja	Nein
Basis	961	195	350	416	642	319
Kauf von Fanartikeln	30%	26%	27%	33%	35%	19%
Teilnahme an besonderen Verlosungen	25%	20%	21%	31%	30%	15%
Teilnahme an Abstimmungen zu Vereins-Themen	24%	18%	21%	28%	28%	15%
Bargeldloses Bezahlen für Speisen und Getränke im Stadion	23%	19%	19%	28%	27%	14%
Digitales Eintrittsticket	19%	14%	17%	22%	23%	11%

Frage 9: Wenn eine Vereins-App die folgenden Funktionen bieten würde, würden Sie die Funktionen nutzen?

Basis: Alle Befragten, die ein Smartphone oder Tablet besitzen, N = 961 (Skalierte Abfrage)

Austausch mit anderen Fans

Die Top-3 Kanäle zum Austausch mit anderen Fans: Soziale Netzwerke, Vereinsprofile in sozialen Netzwerken und Foren der Vereinsseite.



Frage 10: Inwiefern nutzen Sie die folgenden Kanäle, um sich mit anderen Fans zu vereinsbezogenen Themen auszutauschen?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage, sortiert nach 'Sehr häufig' und 'Eher häufig')

Austausch mit anderen Fans

Vereinsmitglieder und Fans großer Vereine tauschen sich auf allen Kanälen besonders häufig aus.

Kanäle zum Austausch mit anderen Fans

Top-2: „Sehr häufig“ + „Eher häufig“	Total	Vereinsgröße			Vereinsmitglied	
		Unter 30.000	30.000 bis unter 100.000	100.000 und mehr	Ja	Nein
Basis	1000	201	368	431	661	339
Soziale Netzwerke, unabhängig von Vereinsseiten	62%	56%	58%	68%	68%	51%
Vereinsprofile in sozialen Netzwerken	58%	54%	54%	63%	66%	42%
Foren auf der Internetseite des Vereins	58%	54%	54%	63%	66%	42%
Foren unabhängig vom Verein	49%	47%	43%	54%	56%	35%
Fanblogs	47%	49%	42%	50%	53%	35%

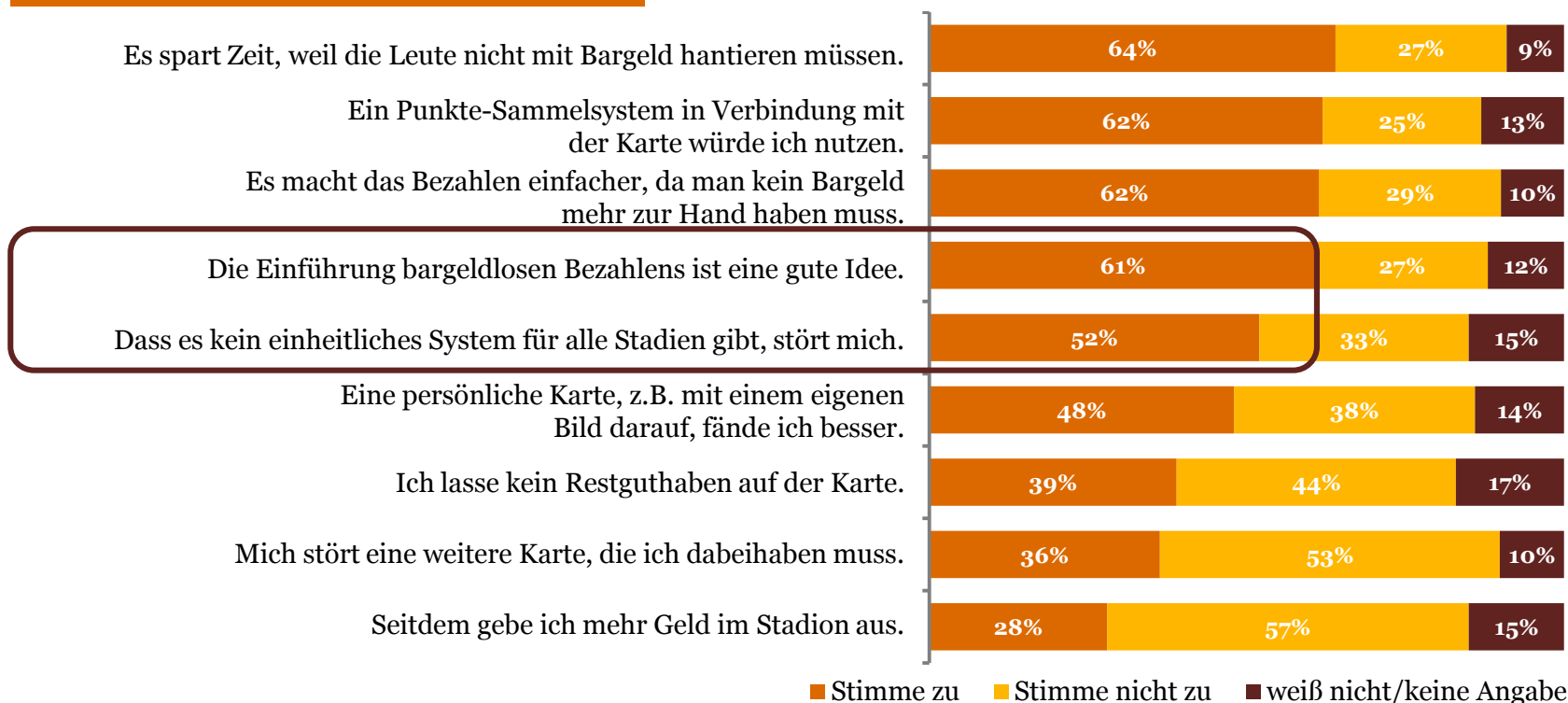
Frage 10: Inwiefern nutzen Sie die folgenden Kanäle, um sich mit anderen Fans zu vereinsbezogenen Themen auszutauschen?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage)

Bargeldloses Bezahlen im Stadion

Knapp zwei Drittel befürworten bargeldloses Bezahlen im Stadion. Gut die Hälfte stört, dass es kein einheitliches System für alle Stadien gibt.

Karten-Bezahlsystem im Stadion



Frage 12: Denken Sie für die nächste Frage bitte an das Bezahlen im Stadion. Die meisten Vereine haben in den Arenen mittlerweile auf ein Bezahlsystem per aufladbarer Karte gewechselt. Inwiefern stimmen Sie diesen Aussagen bezogen auf so ein Bezahlsystem zu?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage, sortiert nach 'Stimme zu')

Bargeldloses Bezahlen im Stadion

Die langjährigen Dauerkarteninhaber können sich eher für ein Punktesammelsystem begeistern.

Karten-Bezahlsystem im Stadion

Top: „Stimme zu“	Total	Dauerkarteninhaber			
		Seit der letzten Saison	Seit 2 bis 4 Jahren	Seit 5 bis 9 Jahren	Seit 10 und mehr Jahren
Basis	1000	510	171	150	169
Es spart Zeit, weil die Leute nicht mit Bargeld hantieren müssen.	64%	56%	71%	75%	70%
Ein Punkte-Sammelsystem in Verbindung mit der Karte würde ich nutzen.	62%	56%	65%	71%	69%
Es macht das Bezahlen einfacher, da man kein Bargeld mehr zur Hand haben muss.	62%	54%	73%	69%	67%
Die Einführung bargeldlosen Bezahls ist eine gute Idee.	61%	54%	67%	72%	67%
Dass es kein einheitliches System für alle Stadien gibt, stört mich.	52%	48%	57%	53%	62%
Eine persönliche Karte, z.B. mit einem eigenen Bild darauf, fände ich besser.	48%	43%	54%	58%	49%
Ich lasse kein Restguthaben auf der Karte.	39%	36%	39%	46%	42%
Mich stört eine weitere Karte, die ich dabei haben muss.	36%	37%	35%	36%	37%
Seitdem gebe ich mehr Geld im Stadion aus.	28%	32%	28%	27%	20%

Frage 12: Denken Sie für die nächste Frage bitte an das Bezahlen im Stadion. Die meisten Vereine haben in den Arenen mittlerweile auf ein Bezahlsystem per aufladbarer Karte gewechselt. Inwiefern stimmen Sie diesen Aussagen bezogen auf so ein Bezahlsystem zu?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage)

Bargeldloses Bezahlen im Stadion

Die Dauerkartenbesitzer der höchsten Einkommensklasse befürworten bargeldloses Bezahlen am häufigsten.

Karten-Bezahlsystem im Stadion

Top: „Stimme zu“	Total	Haushaltsnettoeinkommen*				
		Unter 1.000 Euro	1.000 bis unter 2.000 Euro	2.000 bis unter 3.000 Euro	3.000 bis unter 4.000 Euro	4.000 Euro und mehr
Basis	1000	45	149	289	256	153
Es spart Zeit, weil die Leute nicht mit Bargeld hantieren müssen.	64%	56%	51%	64%	71%	74%
Ein Punkte-Sammelsystem in Verbindung mit der Karte würde ich nutzen.	62%	64%	58%	59%	64%	70%
Es macht das Bezahlen einfacher, da man kein Bargeld mehr zur Hand haben muss.	62%	47%	55%	60%	66%	73%
Die Einführung bargeldlosen Bezahlens ist eine gute Idee.	61%	53%	57%	61%	65%	70%
Dass es kein einheitliches System für alle Stadien gibt, stört mich.	52%	42%	48%	49%	55%	63%
Eine persönliche Karte, z.B. mit einem eigenen Bild darauf, fände ich besser.	48%	38%	48%	47%	49%	59%
Ich lasse kein Restguthaben auf der Karte.	39%	38%	38%	40%	40%	46%
Mich stört eine weitere Karte, die ich dabei haben muss.	36%	31%	36%	37%	34%	41%
Seitdem gebe ich mehr Geld im Stadion aus.	28%	27%	25%	31%	29%	32%

* Ohne „Keine Angabe“

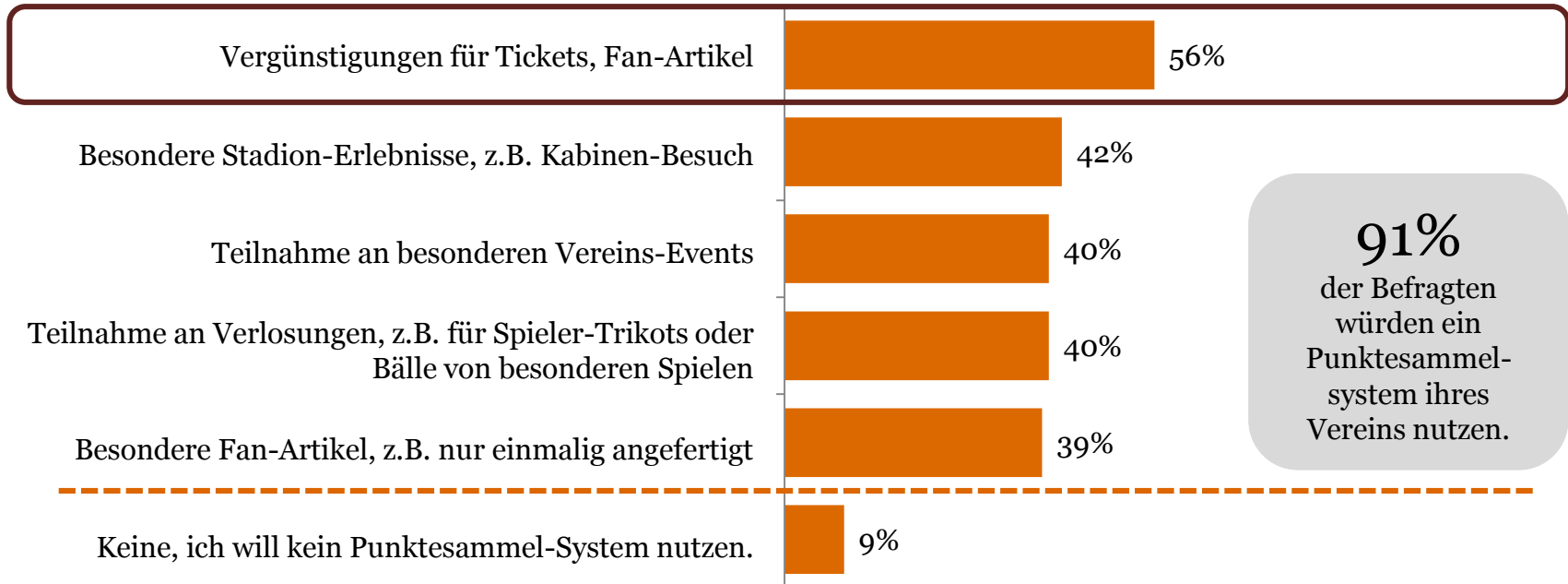
Frage 12: Denken Sie für die nächste Frage bitte an das Bezahlen im Stadion. Die meisten Vereine haben in den Arenen mittlerweile auf ein Bezahlsystem per aufladbarer Karte gewechselt. Inwiefern stimmen Sie diesen Aussagen bezogen auf so ein Bezahlsystem zu?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage)

Punkte auf dem Rasen, Punkte für die Fans

Vergünstigungen für Tickets oder Fan-Artikel wären die beliebtesten Prämien bei einem Vereins-Punktesammelsystem.

Bevorzugte Prämien bei einem Punktesystem

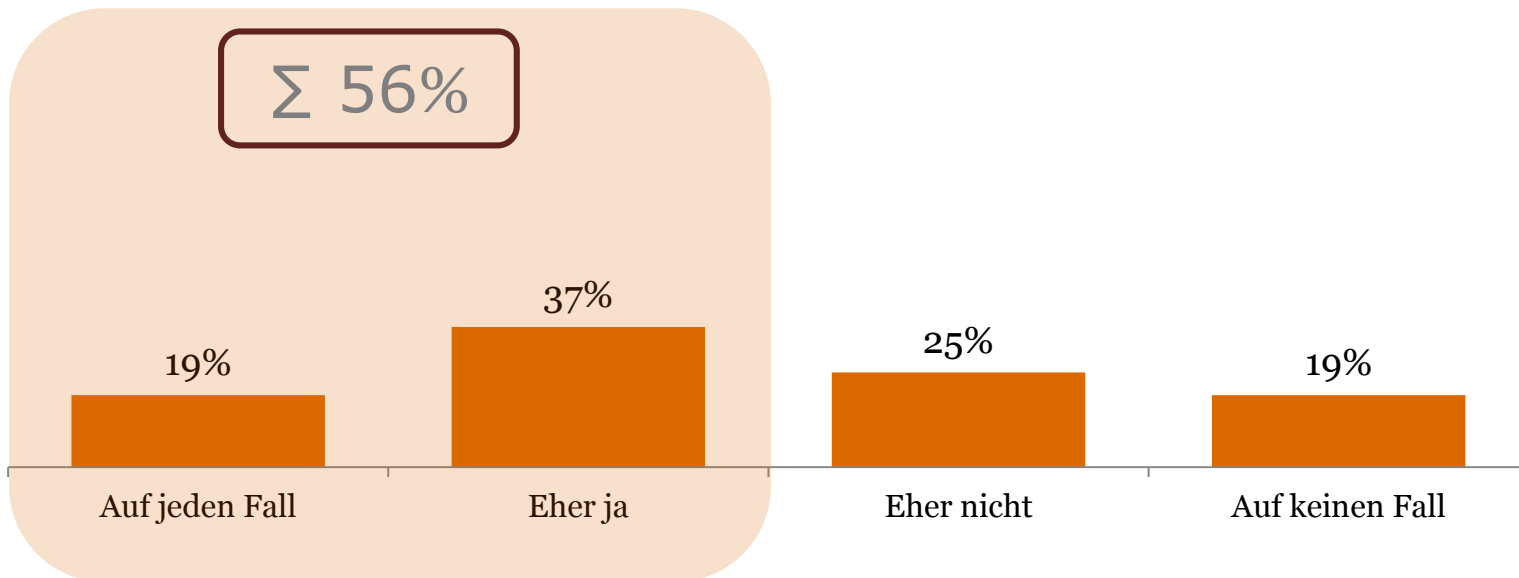


Frage 16: Stellen Sie sich vor, Ihr Verein würde ein Bonus-Programm, ähnlich wie Payback, anbieten, bei dem Sie Punkte für sämtliche Käufe sammeln können, die Ihren Verein betreffen, also für Tickets, Fanartikel, Speisen und Getränke im Stadion etc. Welche Prämien fänden Sie bei einem solchen System attraktiv?
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Neue Einnahmequellen für Vereine

Eine knappe Mehrheit der Fans ist dafür, dass die Vereine neue Einnahmequellen abseits des Hauptgeschäftes nutzen.

Einnahmequellen stärker nutzen



Frage 13: Um bei den Einnahmen mit Vereinen europäischer Ligen, wie der englischen Premier League, mithalten zu können, gibt es für die Fußball-Vereine verschiedene Einnahmequellen. Der FC Bayern München hat u.a. für die Übertragung der diesjährigen Meisterfeier aus München erstmalig Gebühren vom Bayerischen Rundfunk gefordert. Sollten Fußball-Vereine Ihrer Meinung nach solche Einnahmequellen verstärkt nutzen?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Neue Einnahmequellen für Vereine

Jüngere Dauerkarteninhaber unter 40 Jahre und Vereinsmitglieder sind für neue Einnahmequellen ihres Vereins besonders aufgeschlossen.

Einnahmequellen stärker nutzen

	Total	Alter					Vereinsmitglied	
		18 bis 29 Jahre	30 bis 39 Jahre	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre	60 Jahre und älter	Ja	Nein
Basis	1000	313	258	186	160	83	661	339
Auf jeden Fall	19%	19%	23%	20%	13%	19%	22%	13%
Eher ja	37%	47%	39%	32%	24%	30%	39%	34%
Eher nicht	25%	21%	21%	26%	37%	23%	21%	31%
Auf keinen Fall	19%	13%	18%	23%	26%	28%	18%	22%
Top-2	56%	66%	62%	52%	37%	49%	61%	47%

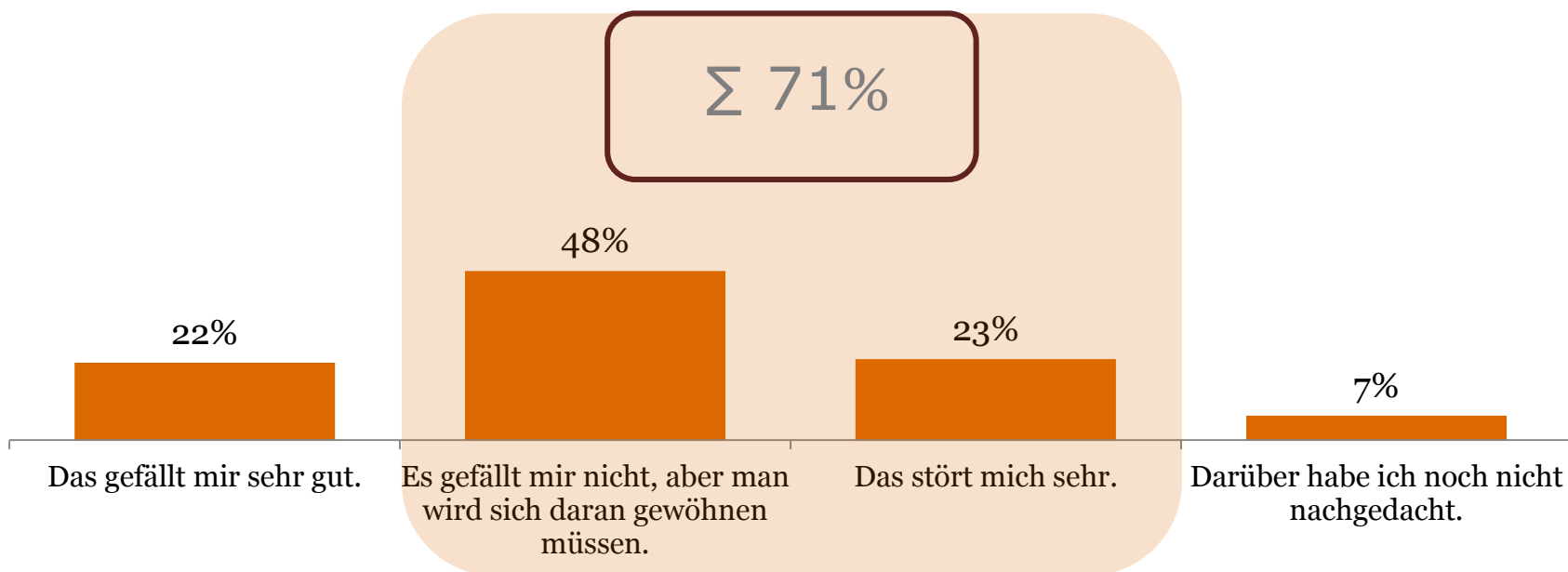
Frage 13: Um bei den Einnahmen mit Vereinen europäischer Ligen, wie der englischen Premier League, mithalten zu können, gibt es für die Fußball-Vereine verschiedene Einnahmequellen. Der FC Bayern München hat u.a. für die Übertragung der diesjährigen Meisterfeier aus München erstmalig Gebühren vom Bayerischen Rundfunk gefordert. Sollten Fußball-Vereine Ihrer Meinung nach solche Einnahmequellen verstärkt nutzen?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Streitthema Montagsspiele

Sieben von zehn Dauerkarteninhabern stehen der Einführung der Montagsspiele skeptisch gegenüber.

Geplante Montagsspiele



Frage 4: Was halten Sie von den für die Saison 2017/18 beschlossenen Montagsspielen für Spiele der ersten Bundesliga, mit denen die Einnahmen der Vereine durch mehr Lizenzgebühren erhöht werden sollen?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Streitthema Montagsspiele

Mehr als vier von zehn Fans, die Montagsspiele kritisch sehen, wissen noch nicht, ob sie sich dann erneut für eine Dauerkarte entscheiden.

Einfluss auf Dauerkarte



Frage 5: Beeinflusst das Ihre Entscheidung für eine Dauerkarte?

Basis: Alle Befragten, die Montagsspiele nicht begrüßen oder noch nicht darüber nachgedacht haben, N = 778 (Einfachnennung)

Streitthema Montagsspiele

Vereinsmitglieder und langjährige Dauerkartenkäufer sind eher bereit, auch bei Montagsspielen eine Dauerkarte zu kaufen.

Einfluss auf Dauerkarte

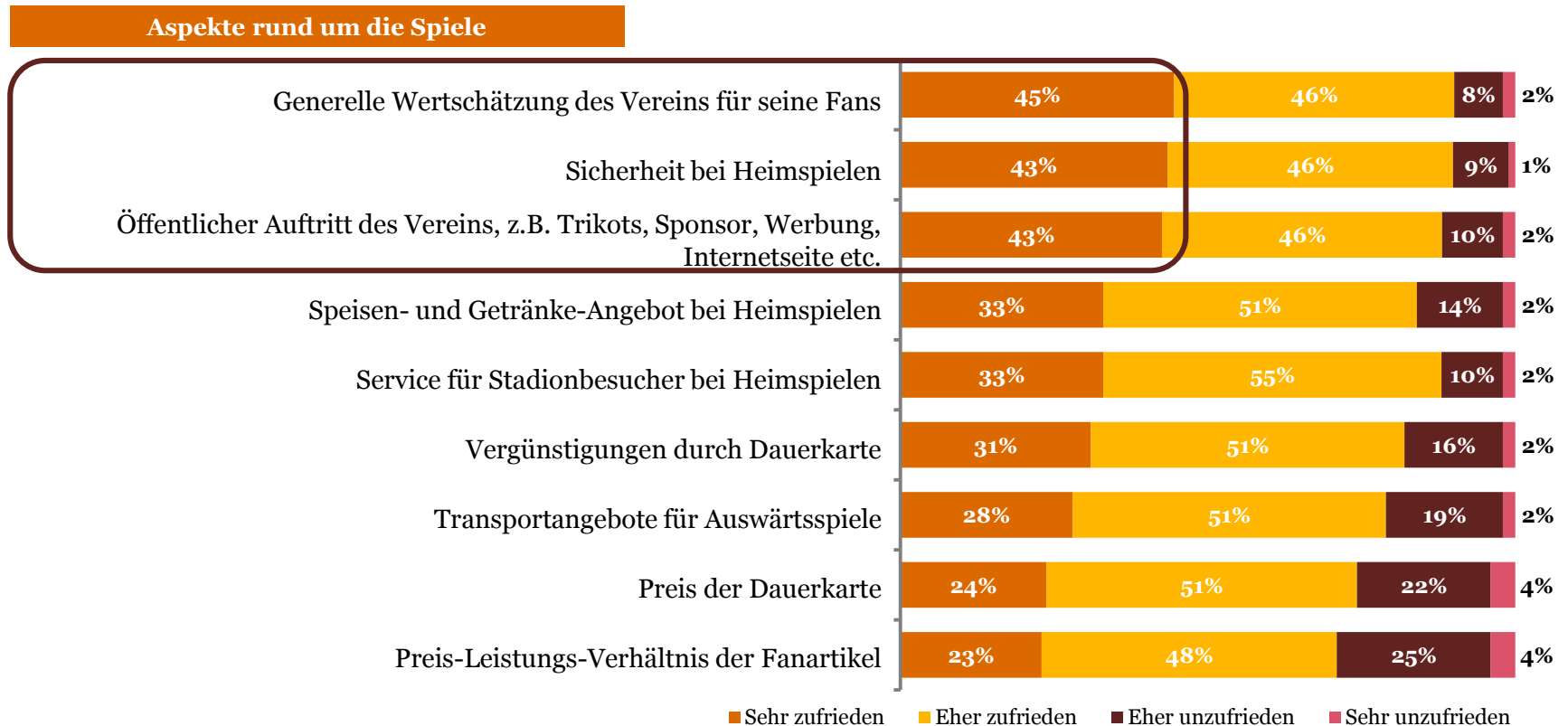
	Total	Dauerkarteninhaber				Vereinsmitglied	
		Seit der letzten Saison	Seit 2 bis 4 Jahren	Seit 5 bis 9 Jahren	Seit 10 und mehr Jahren	Ja	Nein
Basis	778	370	144	122	142	487	291
Nein, ich werde sie trotzdem kaufen.	49%	37%	56%	62%	64%	57%	37%
Das kann ich jetzt noch nicht einschätzen.	44%	54%	40%	34%	30%	39%	52%
Auf jeden Fall, ich werde sie mir deshalb nicht mehr kaufen.	7%	9%	4%	4%	6%	5%	11%

Frage 5: Beeinflusst das Ihre Entscheidung für eine Dauerkarte?

Basis: Alle Befragten, die Montagsspiele nicht begrüßen oder noch nicht darüber nachgedacht haben, N = 778 (Einfachnennung)

Aspekte abseits des Spiels

Die Top-3 der Zufriedenheitsliste: Wertschätzung des Vereins für die Fans, die Sicherheit bei Heimspielen und der öffentliche Auftritt.



Frage 3: Bitte beantworten Sie die folgende Frage unabhängig davon, ob Sie mit der abgelaufenen Saison Ihres Vereins aus sportlicher Sicht glücklich sind oder nicht. Wie zufrieden sind Sie mit den Aspekten rund um die Spiele Ihres Vereins?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage, sortiert nach 'Sehr zufrieden')

Aspekte abseits des Spiels

Langjährige Dauerkartenbesitzer sind mit den Aspekten abseits des Spiels häufig zufriedener als der Durchschnitt.

Aspekte rund um die Spiele

Top-2: „Sehr zufrieden“ + „Eher zufrieden“	Total	Dauerkarteninhaber			
		Seit der letzten Saison	Seit 2 bis 4 Jahren	Seit 5 bis 9 Jahren	Seit 10 und mehr Jahren
Basis	1000	510	171	150	169
Generelle Wertschätzung des Vereins für seine Fans	91%	89%	92%	96%	91%
Sicherheit bei Heimspielen	90%	85%	91%	96%	96%
Öffentlicher Auftritt des Vereins, z.B. Trikots, Sponsor, Werbung, Internetseite etc.	89%	87%	86%	93%	92%
Service für Stadionbesucher bei Heimspielen	88%	84%	89%	93%	92%
Speisen- und Getränke-Angebot bei Heimspielen	84%	82%	89%	89%	80%
Vergünstigungen durch Dauerkarte	82%	78%	89%	87%	83%
Transportangebote für Auswärtsspiele	79%	76%	81%	83%	80%
Preis der Dauerkarte	74%	72%	78%	79%	73%
Preis-Leistungs-Verhältnis der Fanartikel	71%	69%	74%	72%	70%

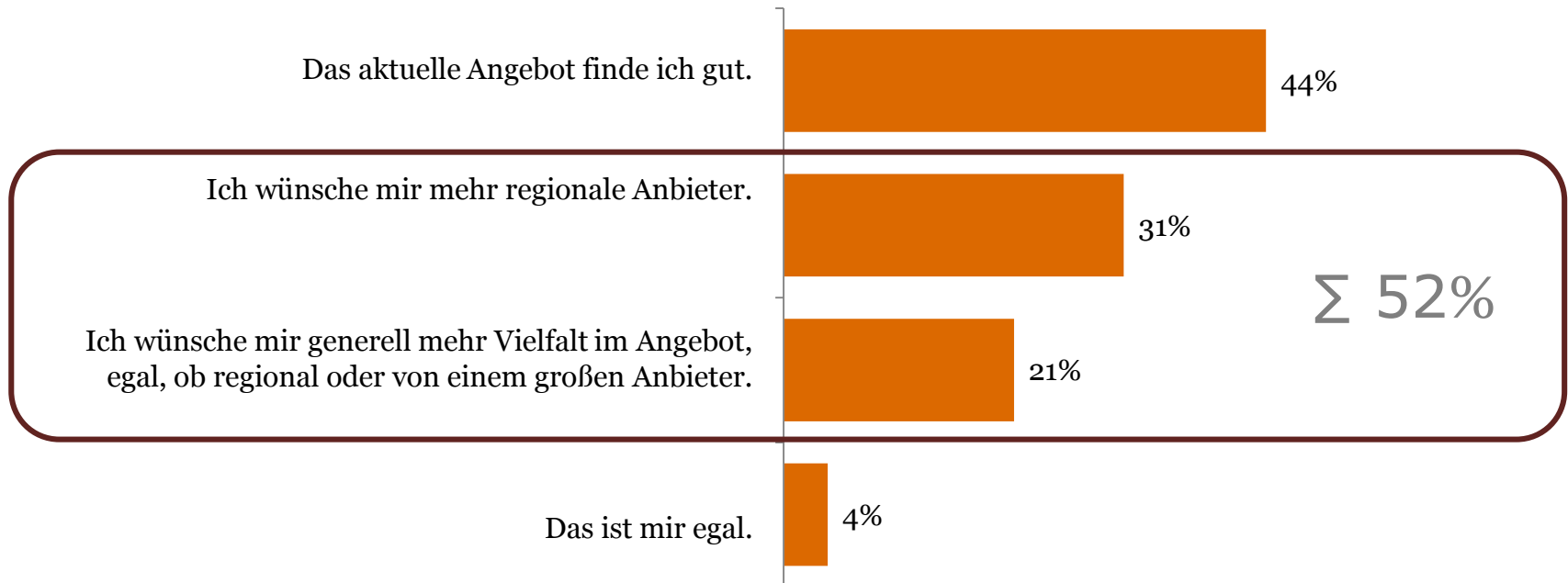
Frage 3: Bitte beantworten Sie die folgende Frage unabhängig davon, ob Sie mit der abgelaufenen Saison Ihres Vereins aus sportlicher Sicht glücklich sind oder nicht. Wie zufrieden sind Sie mit den Aspekten rund um die Spiele Ihres Vereins?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage)

Essen und trinken im Stadion

Mehr als die Hälfte der Dauerkartenbesitzer wünscht sich mehr Vielfalt oder regionale Anbieter bei der Verpflegung im Stadion.

Speisen- und Getränkeangebot im Stadion

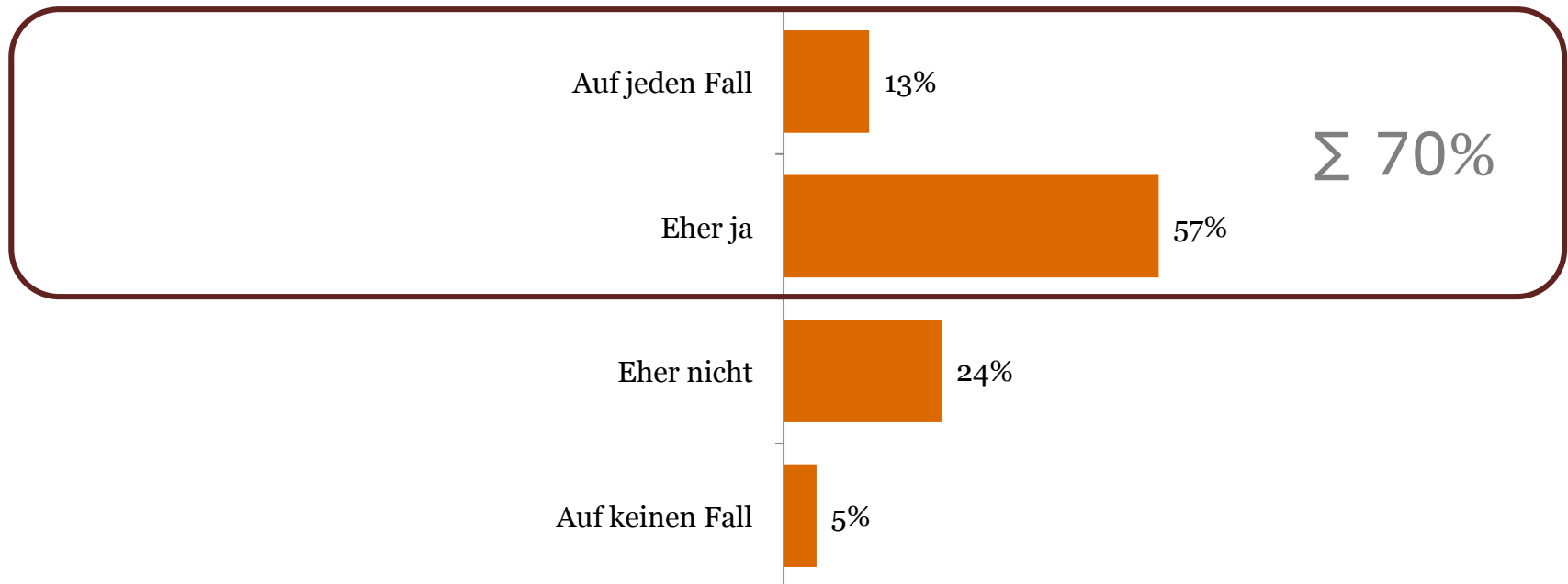


Frage 14: Welches Speisen- und Getränke-Angebot würden Sie sich im Stadion wünschen?
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Essen und trinken im Stadion

Sieben von zehn Befürwortern einer größeren Regionalität oder Vielfalt im Stadionangebot würden dafür höhere Preise akzeptieren.

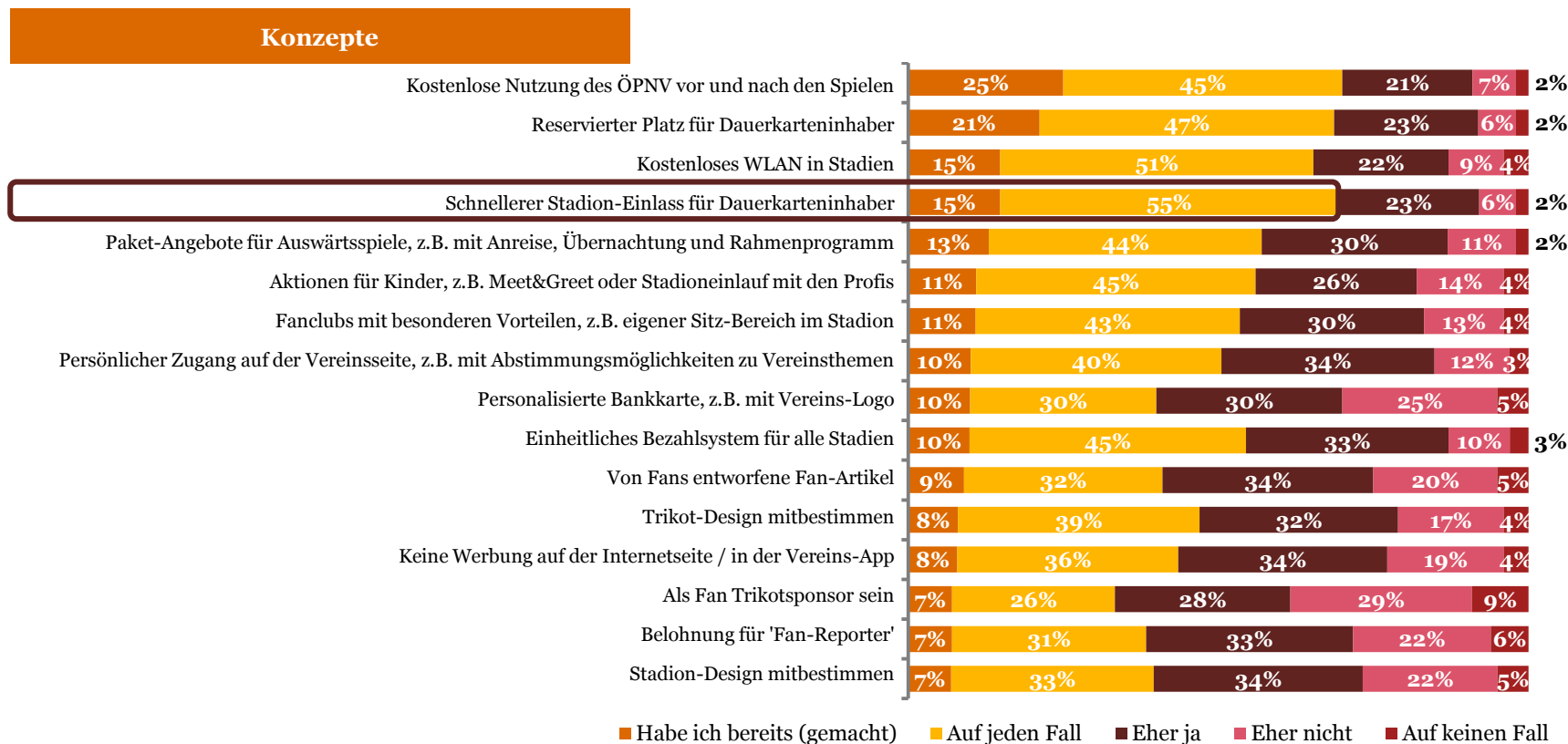
Höhere Preise bei mehr Regionalität oder Vielfalt bezahlen



Frage 15: Würden Sie bei einer Umstellung des Angebots mit Fokus auf kleine und regionale Anbieter oder mehr Vielfalt auch höhere Preise akzeptieren?
Basis: Alle Befragten, die sich mehr Regionalität oder Vielfalt wünschen, N = 520 (Einfachnennung)

Konzepte rund um die Spiele

Über die Hälfte der Fans wünscht sich einen schnelleren Stadion-Einlass für Dauerkarteninhaber.



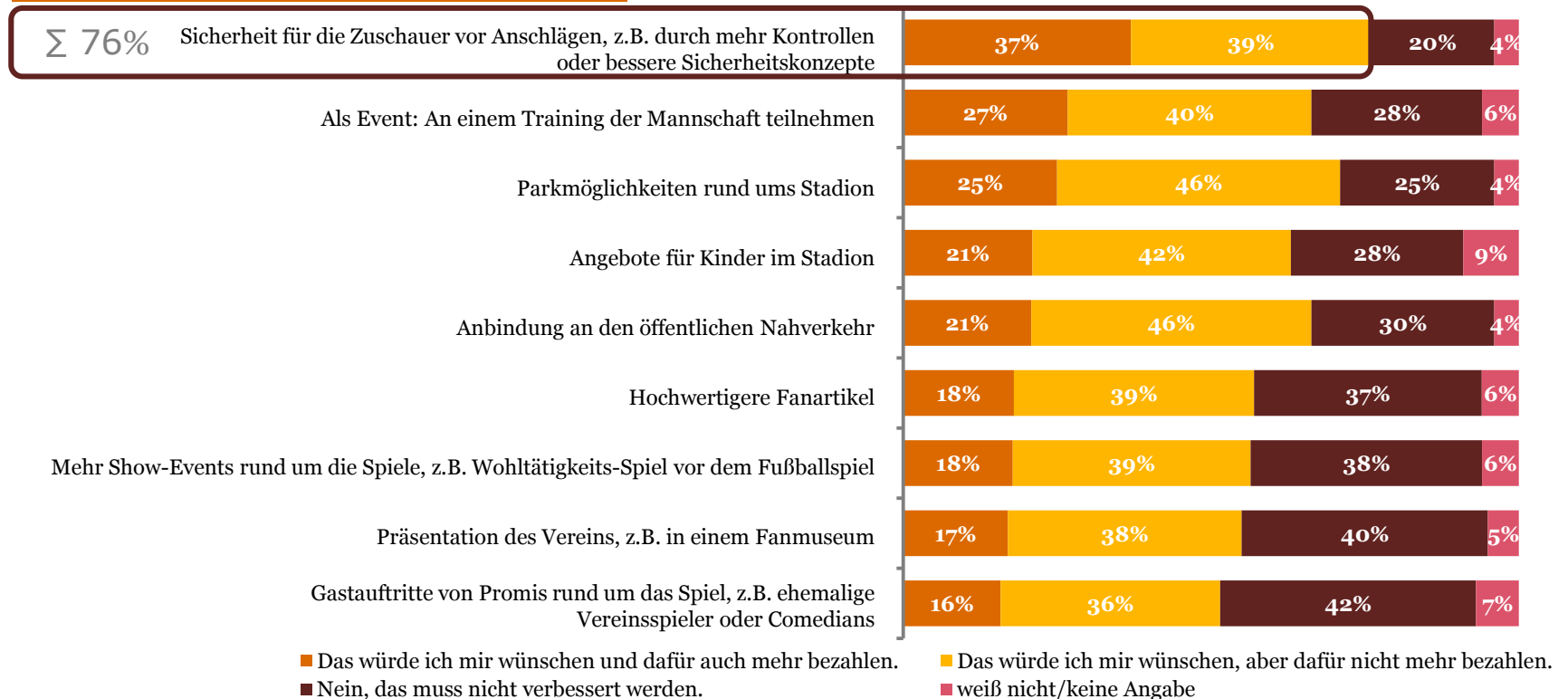
Frage 11: Wenn Sie sich die folgenden Konzepte anschauen, die Vereine Ihren Fans bieten können: Würden Sie diese nutzen?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage, sortiert nach 'Habe ich bereits gemacht')

Verbesserungen seitens der Vereine

Die aktuelle Sicherheitsdebatte bewegt auch die Fußballfans: Drei Viertel wünschen sich mehr Sicherheit vor Anschlägen im Stadion.

Verbesserungen beim Angebot



Frage 18: Zum Abschluss möchten wir wissen: Was wünschen Sie sich zukünftig für Ihre Stadionbesuche? Gibt es Bereiche, in denen Ihr Verein das bisherige Angebot verbessern kann? Und wären Sie auch bereit, dafür mehr zu bezahlen?

Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Skalierte Abfrage, sortiert nach 'Das würde ich mir wünschen und dafür auch mehr bezahlen.')

Fußballfan-Befragung

PwC

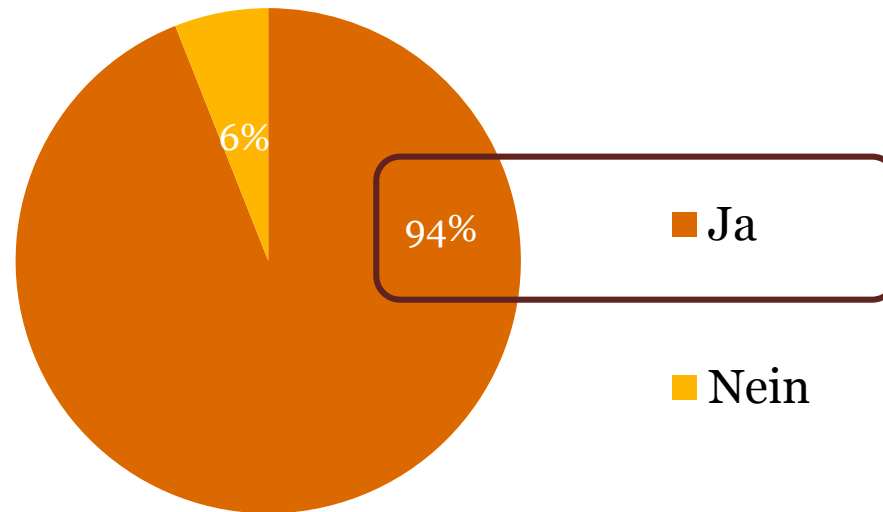
August 2016

42

Mehr Kontrollen im Stadion nach Anschlägen

Nahezu alle Dauerkartenbesitzer sind im Nachgang der Pariser Anschläge mit verstärkten Kontrollen im Stadion einverstanden.

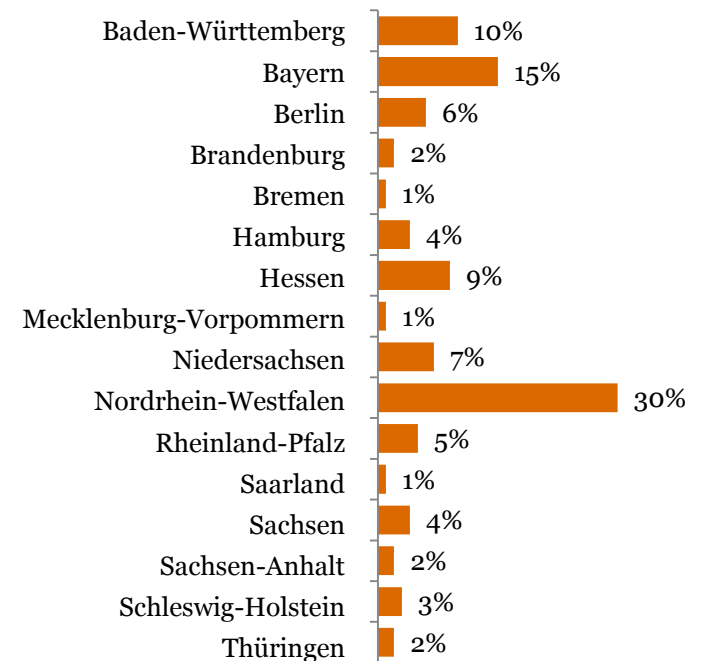
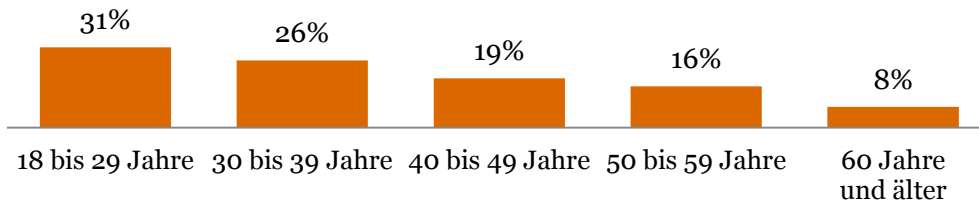
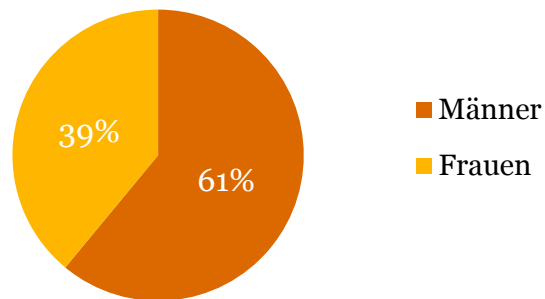
Verständnis für verstärkte Sicherheitskontrollen



Frage 6: Haben Sie im Zuge der aktuellen Ereignisse, wie dem Terroranschlag vor dem Pariser Stadion im November, Verständnis für verstärkte Sicherheitskontrollen?
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Statistik

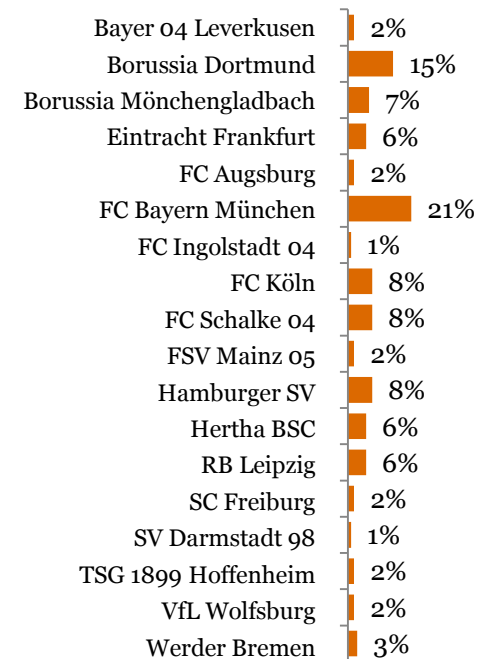
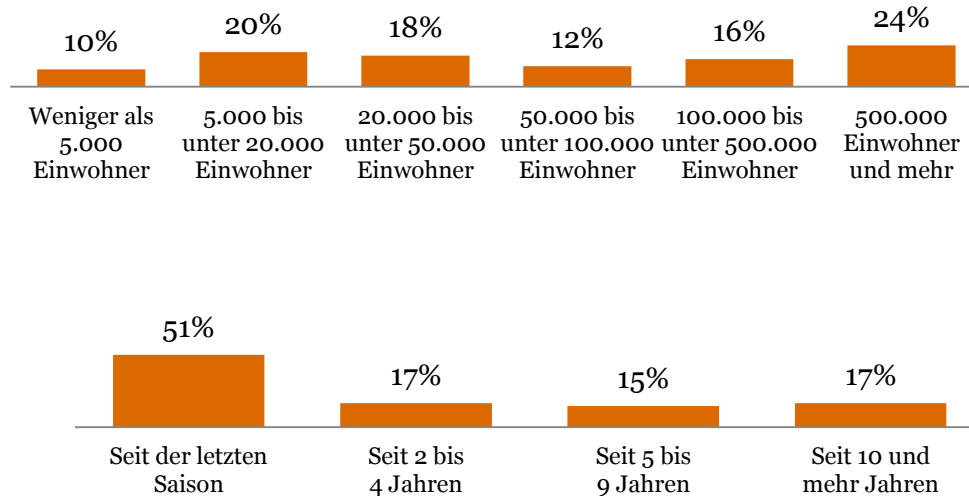
Geschlecht / Alter / Bundesland



Statistik: Geschlecht / Alter / Bundesland (Hauptwohnsitz)
 Basis: Alle Befragten, N = 1.000

Statistik

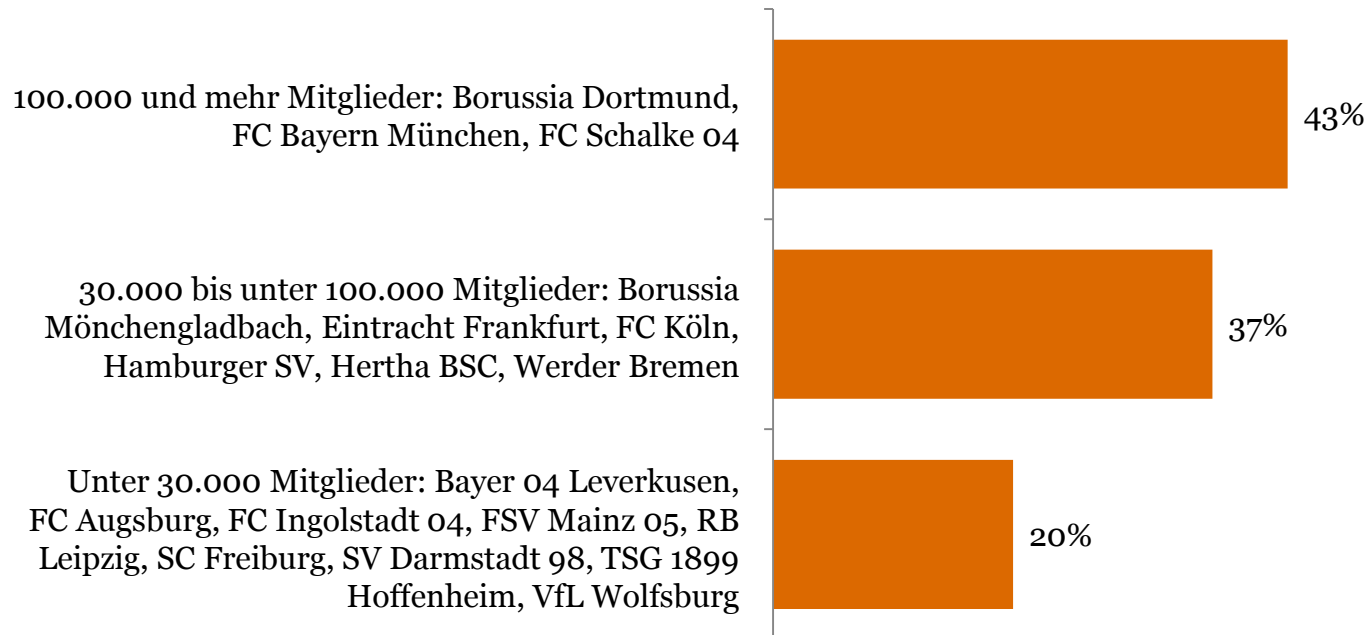
Einwohner / Dauerkarte / Verein



Statistik: Einwohner / Dauerkarte / Verein
 Basis: Alle Befragten, N = 1.000

Statistik

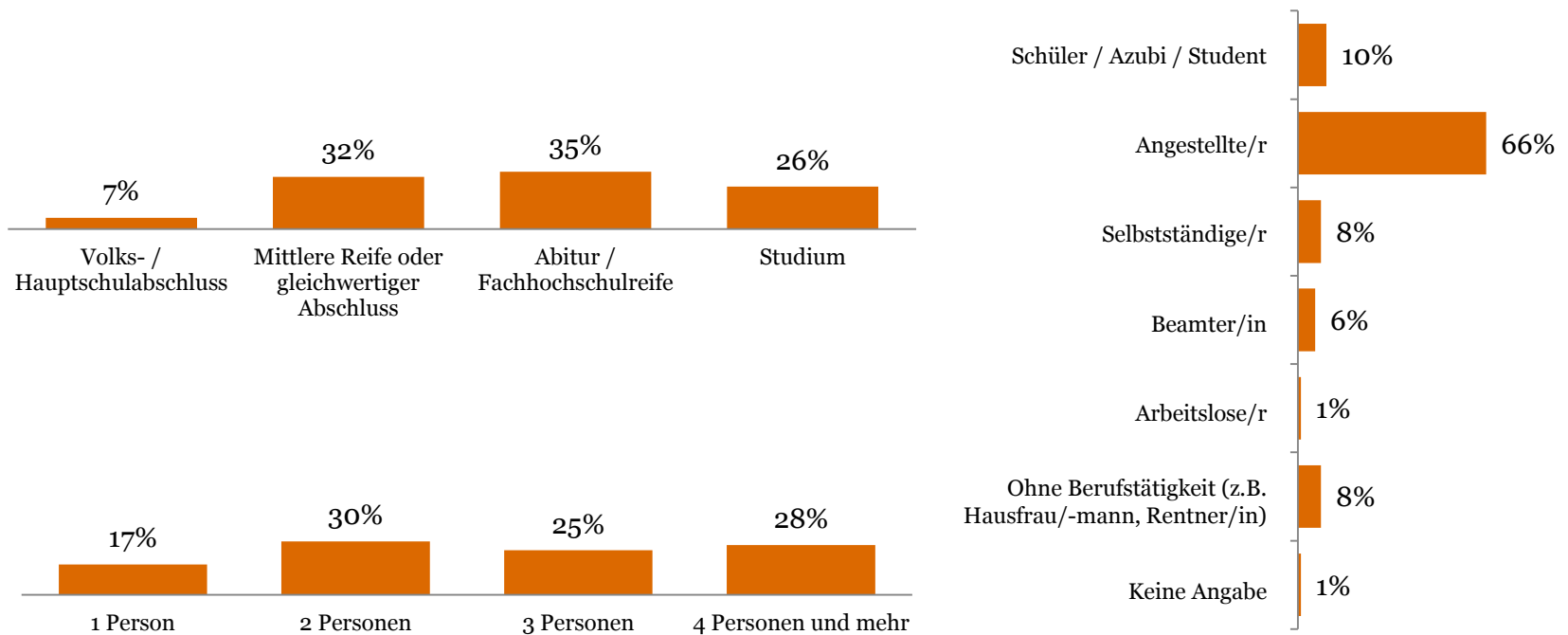
Vereine nach Mitgliedern



Statistik: Vereine nach Mitgliederzahl (Quelle: Wikipedia)
Basis: Alle Befragten, N = 1.000

Statistik

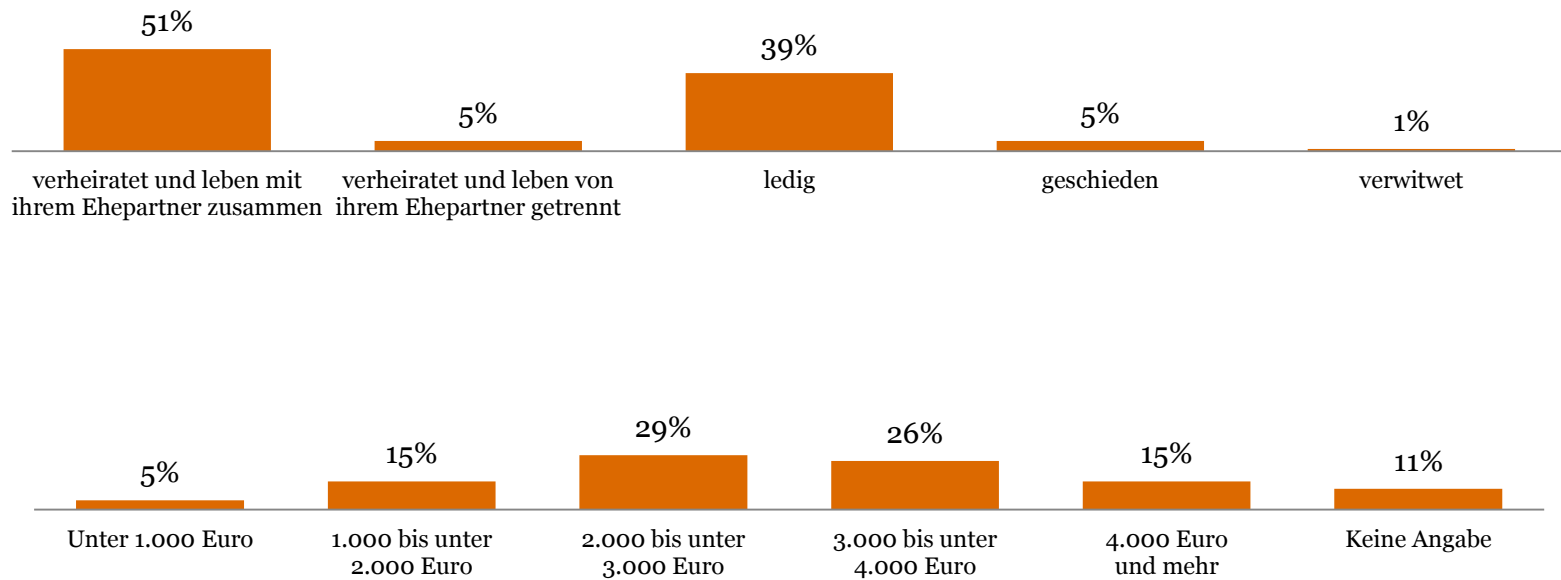
Bildung / Haushaltsgröße / Berufsgruppe



Statistik: Bildung / Haushaltsgröße / Berufsgruppe
Basis: Alle Befragten, N = 1.000

Statistik

Familienstand / Haushaltsnettoeinkommen



Statistik: Familienstand / Haushaltsnettoeinkommen
Basis: Alle Befragten, N = 1.000