



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 18.02.2022 und dem 28.02.2022 zugänglich. Sie umfasste (inklusive soziodemografischer und verhaltensbezogener Angaben der Teilnehmer*innen) 16 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 2.233 Personen an der Erhebung, die zu einer repräsentativen Stichprobe der Fußballfans in Deutschland führt.

Die Studie beinhaltet einerseits 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 zusammenfassend als „Zustimmung“ und solche mit einem oder zwei Sternen als „Ablehnung“ zu einer Position interpretiert. Darüber hinaus stellten wir Fragen, die von den Teilnehmenden mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet oder bei denen unterschiedliche Anzahlen von Optionen ausgewählt werden konnten.

Im folgenden Bericht stellen wir zunächst die soziodemografischen und verhaltensbezogenen Merkmale der Teilnehmer*innen dar. Somit ermöglichen wir den Leser*innen eine bessere Einordnung der Kernergebnisse, die anschließend im dritten Kapitel vorgestellt werden.

Für die Mitwirkung an der Studie danken wir Prof. Dr. Axel Faix von der Fachhochschule Dortmund und Prof. Dr. Harald Lange vom Institut für Sportwissenschaft und Institut für Fankultur an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg.

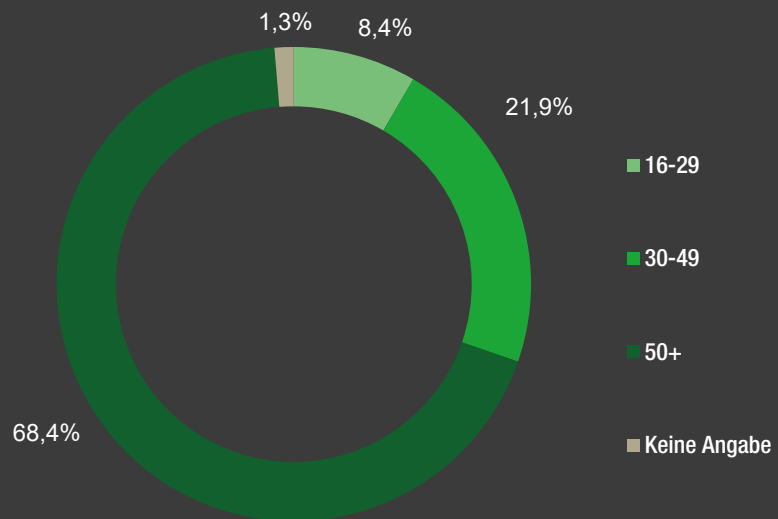
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Geschlechterverteilung



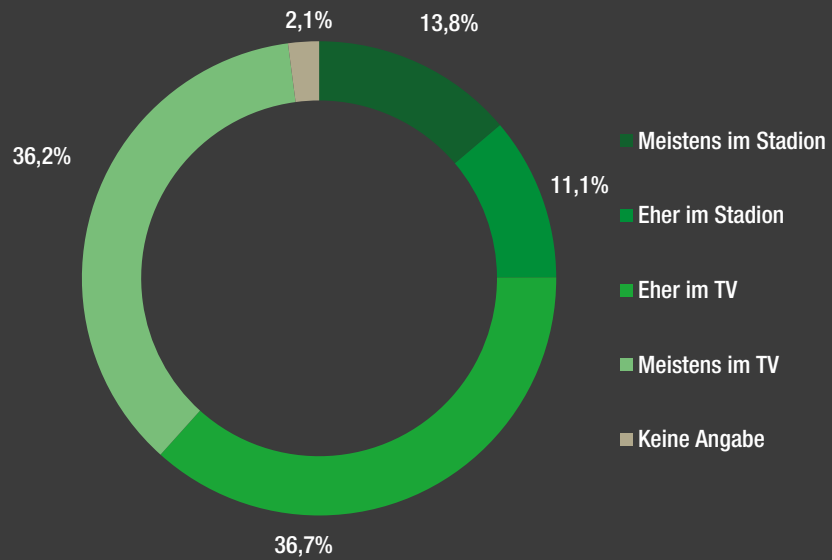
Altersgruppen



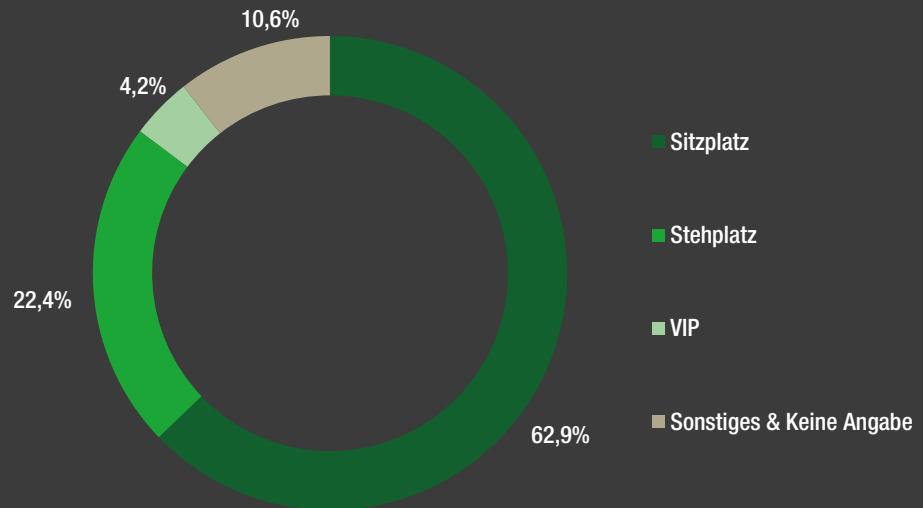
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Bevorzugte Art Fußballspiele zu schauen



Bevorzugter Stadionbereich



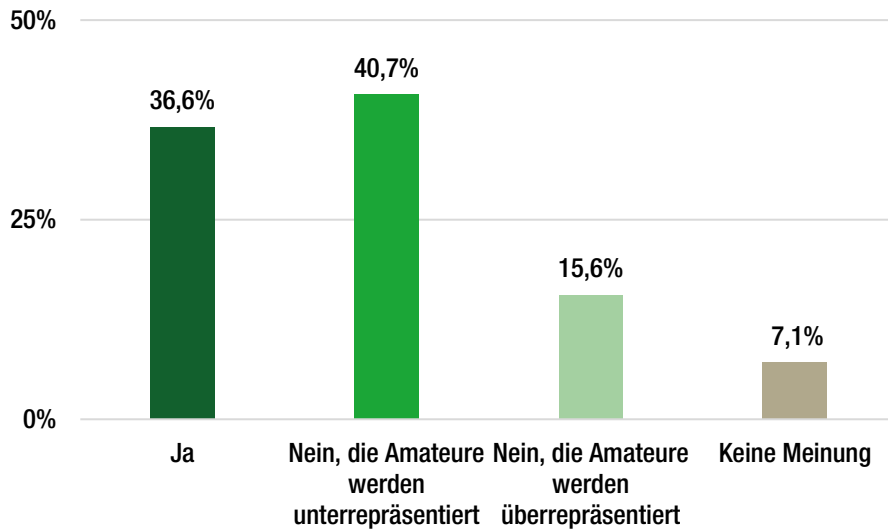
3. Darstellung der Ergebnisse

DFB-Präsidentschaftswahl



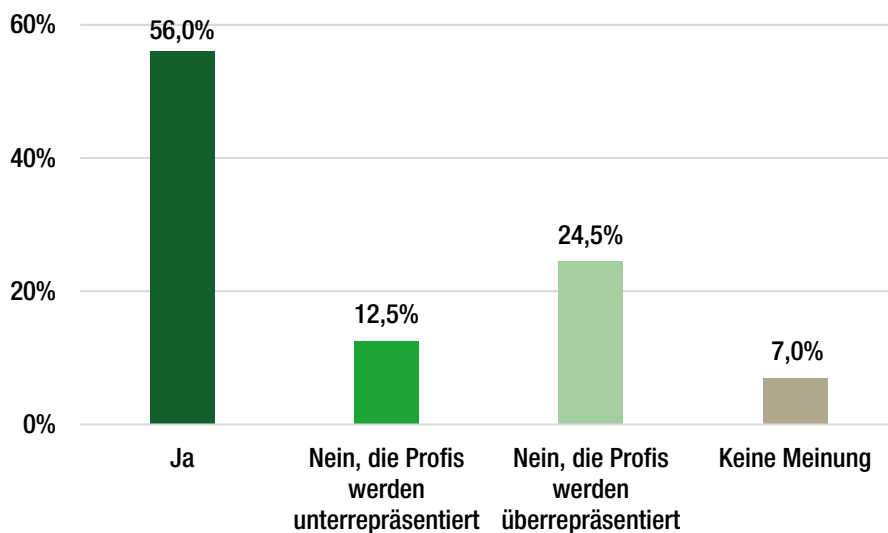
Ca. 2/3 der Stimmen kommen von Delegierten der DFB-Landesverbände - wird der Amateurbereich angemessen repräsentiert?

Abbildung 1



Ca. 1/3 der Stimmen kommen von Delegierten der DFL - wird der Profibereich hier angemessen repräsentiert?

Abbildung 2



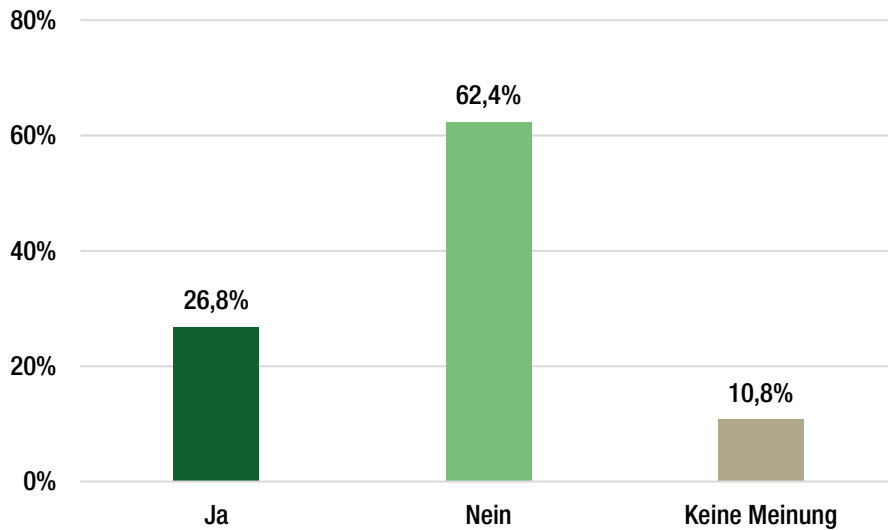
3. Darstellung der Ergebnisse

DFB-Präsidentschaftswahl



Hast du den Eindruck, dass die Delegierten der Landesverbände die Vielfalt der Fußballfans angemessen repräsentieren?

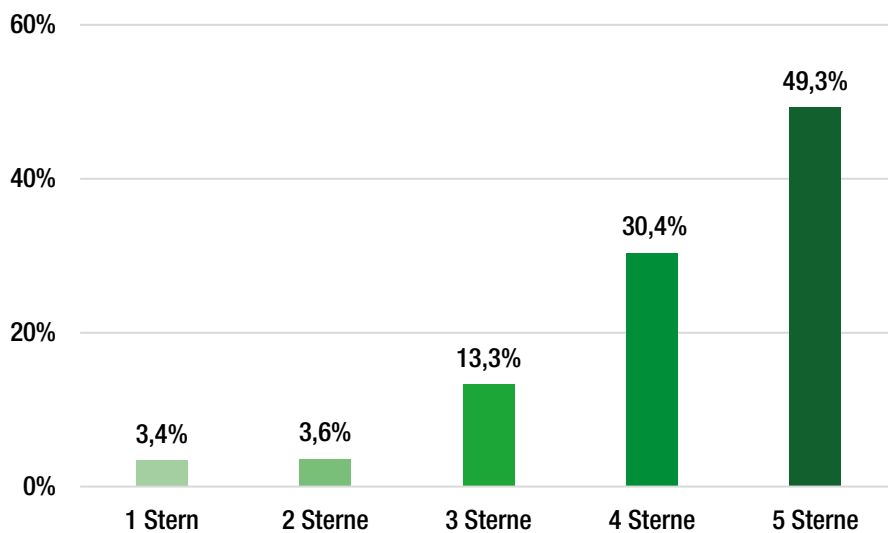
Abbildung 3



Wie wichtig wäre es dir, dass die Delegierten der Landesverbände die Vielfalt der Fußballfans angemessen repräsentieren?

Abbildung 4

$\bar{x} = 4,19$



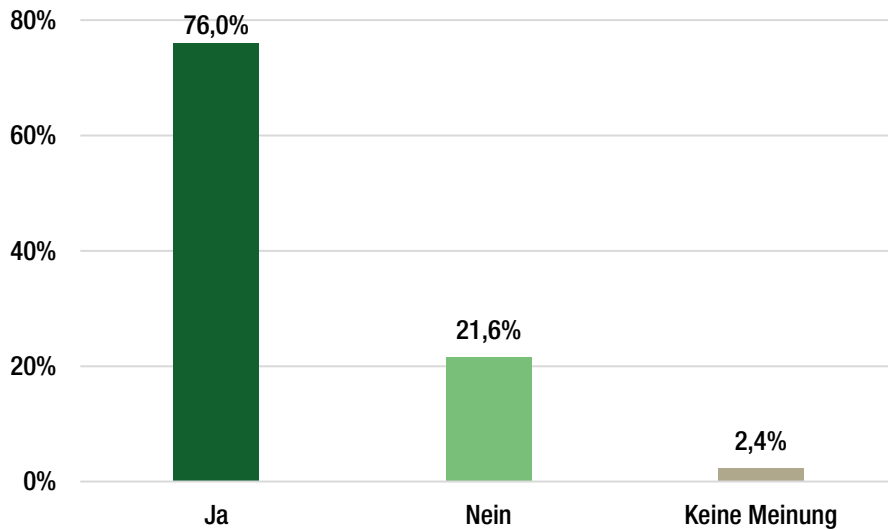
3. Darstellung der Ergebnisse

DFB-Präsidentschaftswahl



Kannst du dir eine Frau als DFB-Präsidentin vorstellen?

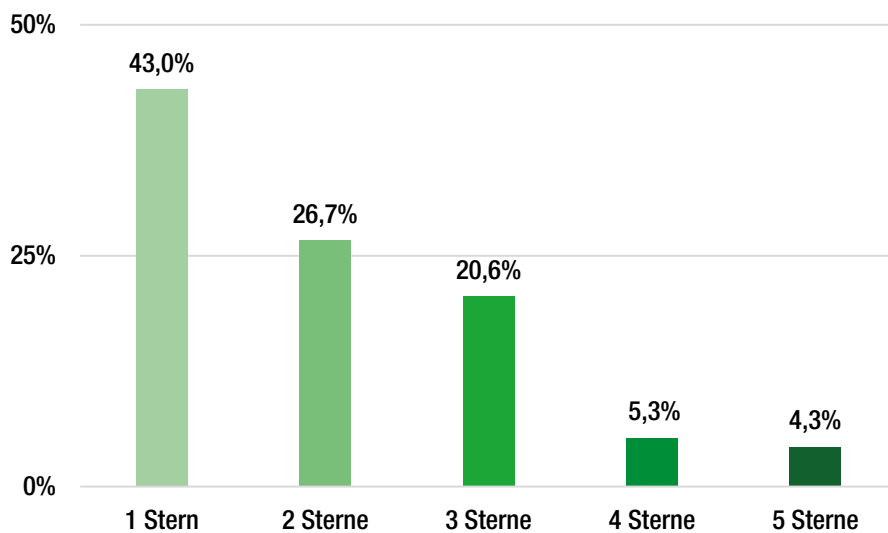
Abbildung 5



Wie gut fühlst du dich als Fan von Seiten des DFB über die anstehende Präsidentschaftswahl informiert?

Abbildung 6

$\bar{x} = 2,01$



3. Darstellung der Ergebnisse

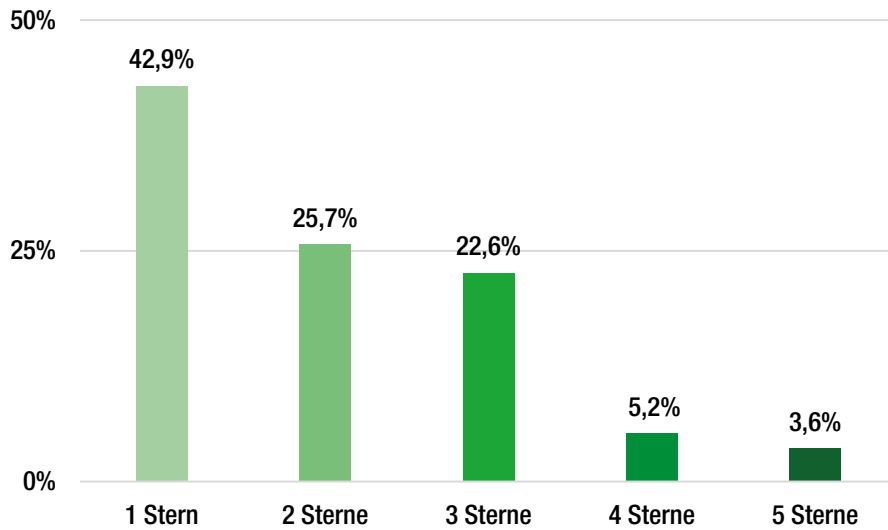
DFB-Präsidentschaftswahl



Wie gut fühlst du dich als Fan bei der Wahl des DFB-Präsidenten repräsentiert?

Abbildung 7

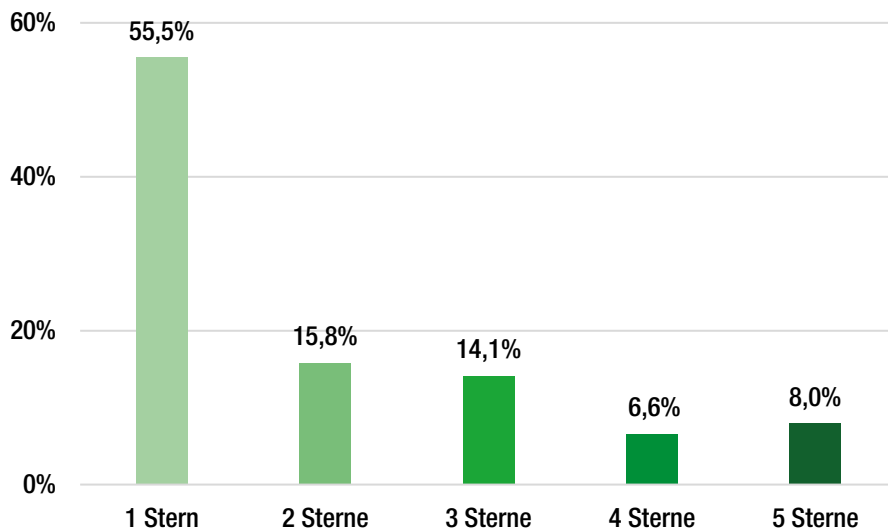
$\bar{x} = 2,01$



Es gibt keine direkte Beteiligung der Fans durch eigene Stimmen bei der Wahl – wie bewertest du das?

Abbildung 8

$\bar{x} = 1,96$



3. Darstellung der Ergebnisse

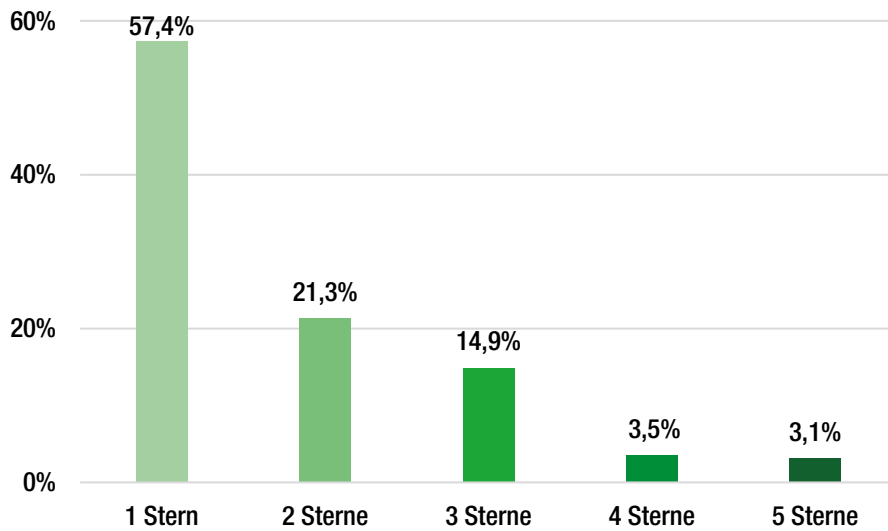
DFB-Präsidentschaftswahl



Wie zufrieden bist du mit der Arbeit der DFB-Spitze in den letzten 12 Monaten?

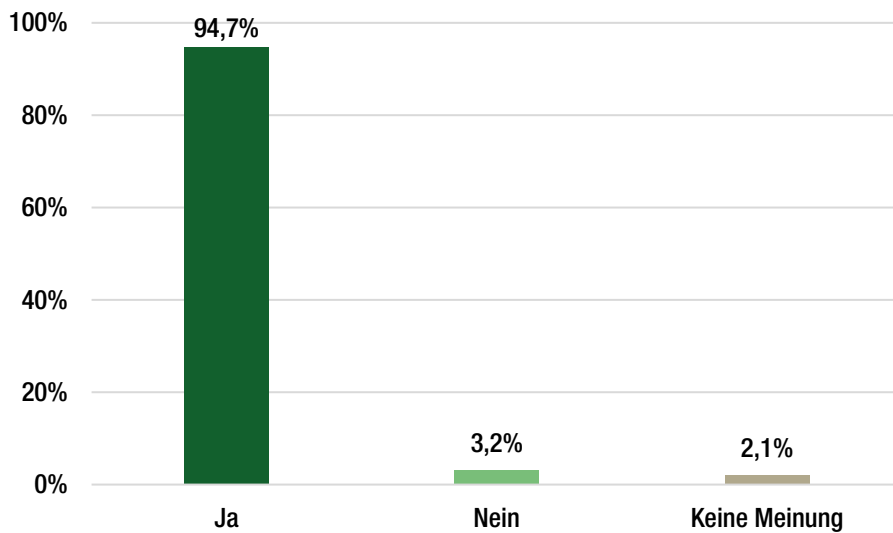
Abbildung 9

$\bar{x} = 1,74$



Hältst du eine Reform des DFB für erforderlich?

Abbildung 10



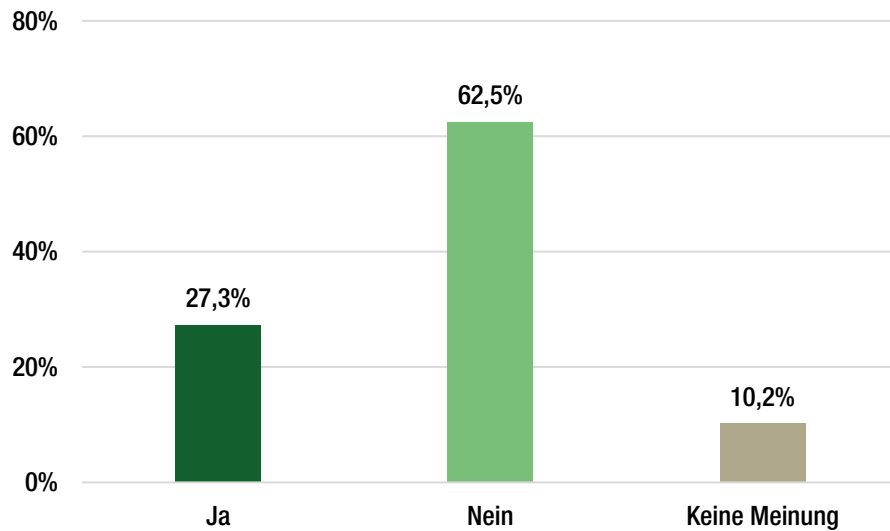
3. Darstellung der Ergebnisse

DFB-Präsidentschaftswahl



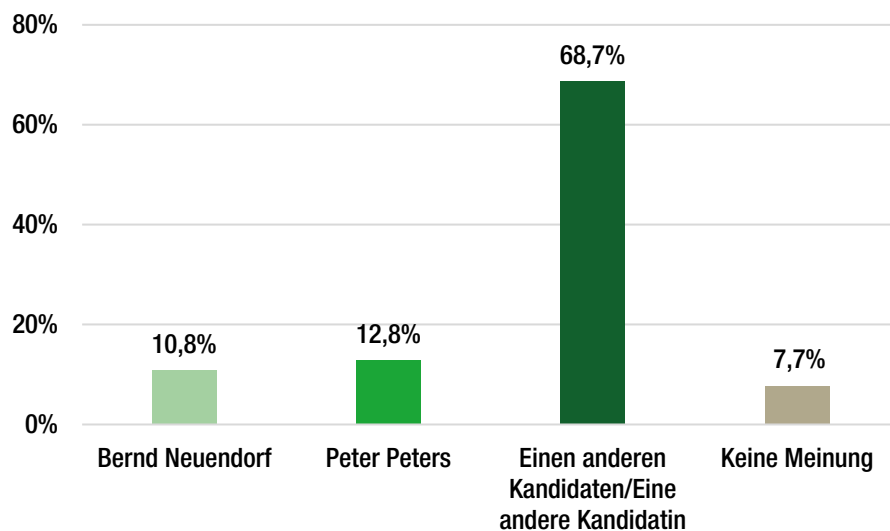
Glaubst du, dass der aktuelle Wahlprozess eine Reform einleiten kann?

Abbildung 11



Welchen Kandidaten würdest du lieber als zukünftigen DFB-Präsidenten sehen?

Abbildung 12





Kontakt

Ihre Ansprechpartner



Dr. Joachim Lammert
Geschäftsführer bei FanQ, vormals Fach-
gebiet Sportmanagement der Uni Leipzig

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



Kilian Weber
Geschäftsführer bei FanQ, vormals Refer-
rent 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-Plattform für Fußballfans ist wie eine Bewertungsplattform im Fußball. Mehrfach täglich greifen wir aktuelle Themen auf und befragen Fans via Web & App zu ihren Meinungen. Jeder kann kostenlos voten, diskutieren und eigene Fragen zur Abstimmung stellen. FanQ visualisiert die Ergebnisse und macht Fanmeinungen transparent.

Professionellen Marktteilnehmern bietet FanQ (1) Presentings/Sponsorings von Fanmeinungen mit attraktiver medialer Reichweite, (2) fanbezogene Markt- und Meinungsforschung, (3) Lizenzierung von Content, (4) digitale Tools für Fan-Interaktion und (5) innovative Werbeformen.

FanQ ist verbunden über eine Content- und Vertriebspartnerschaft mit SID-Marketing, der Tochtergesellschaft des Sport-Informations-Dienst (SID), als führender Sport-Nachrichtenagentur in Europa mit einer Reichweite von über 30 Mio. Sportinteressierten täglich über Print, Online und Video.

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

UNIVERSITÄT WÜRZBURG

FanQ & SID
Am Puls der Fans

FanQ GmbH
Dr. Joachim Lammert und Kilian Weber
Registergericht: Köln
Registernummer: HRB 83815

Im Mediapark 5
50670 Köln

Autoren:
Dr. Joachim Lammert
Prof. Dr. Axel Faix
Prof. Dr. Harald Lange
Lukas Kopfer
Lena Müller

Vielen Dank an unsere Hochschul- und Netzwerkpartner!

