



UEFA
EURO2024
GERMANY



Erwartungen an die Fußball- Europameisterschaft 2024



Eine Studie aus Perspektive der Fans

Über die Studie












An das „Sommermärchen“ von 2006 mögen sich noch viele Fans gerne zurückerinnern, auch wenn es schon fast 17 her Jahre ist. Denn es war ein einzigartiges Großereignis in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Unter strahlend blauem Himmel war Deutschland getränkt in ein Fahnenmeer aus Schwarz-Rot-Gold und begrüßte vier Wochen Fußballfans aus aller Welt unter dem Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“. Die Messlatte für das nächste Fußballturnier im eigenen Land, die Europameisterschaft 2024, liegt dementsprechend hoch.

Die Vorzeichen dafür stehen allerdings (noch) nicht günstig. Nach den enttäuschenden Ergebnissen bei den letzten drei Großveranstaltungen im Fußball (WM 2018, EM 2020 und WM 2022) steht die deutsche Nationalmannschaft und ihre Leitung unter Erfolgsdruck. Und „neben dem Platz“ sind viele Störgeräusche zu vernehmen, die die Neuordnung der Struktur und der Prozesse im Kontext der Nationalelf betreffen.

Angesichts dieser Situation stellt sich die Frage nach den Erwartungen und Ansprüchen, die Fans in Deutschland im Frühjahr 2023, also etwa 1¼ Jahre vor der Europameisterschaft, an das Turnier und seine Begleitumstände richten: Wie groß ist die Vorfreude auf die Euro 2024 in Deutschland? Wie gut wird die Stimmung unter den Fans in Deutschland während der Euro 2024 sein? Wie steht es um die tatsächliche Zufriedenheit mit dem sportlichen Abschneiden des DFB-Teams in den letzten Jahren? Und: Sollten die Nationalspieler die weltweite Beachtung der EURO 2024 nutzen und gegen Rassismus und Diskriminierung zu Felde ziehen?

Antworten auf diese und weitere Fragen liefert die vorliegende FanQ-Studie zu den Erwartungen von Fans an die Fußball-Europameisterschaft 2024.

Inhalt

	1. Methodik	4
	2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale	7
	3. Darstellung der Hauptergebnisse	11
	3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans	12
	3.2 Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis	21
	4. Differenzierung der Ergebnisse	27
	5. Zusammenfassung	30
	6. Kontakt	32
	7. Über FanQ	34



Methodik

1. Methodik



Die Ergebnisse dieser Studie basieren auf einer Online-Befragung (CAWI), die über die FanQ-App und in der FanQ-Web-Community durchgeführt wurde. Die Befragung war für alle Nutzer*innen zwischen dem 21.03. und 24.03.2023 zugänglich. Sie umfasste (inklusive soziodemografischer und verhaltens-bezogener Angaben der Teilnehmer*innen) 23 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 2.035 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“ oder „Nein“ oder unter Rückgriff auf verbal umschriebene Antwortoptionen (z.B. „stimme voll zu“, „stimme eher zu“ usw.) zu beantworten waren. Andererseits beinhaltet die Studie Fragen mit einer unmittelbaren Bewertungskomponente, bei der 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.

Der Prozess der Entwicklung der Fragen erfolgte im Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Axel Faix (Fachhochschule Dortmund, Fachbereich Wirtschaft) und Prof. Dr. Harald Lange (Institut für Sportwissenschaft der Universität Würzburg), die beide im Wissenschaftlichen Beirat von FanQ mitwirken.

1. Methodik



Im vorliegenden Ergebnisbericht informieren wir zunächst über die soziodemografischen und verhaltensbezogenen Merkmale der Teilnehmenden an der Untersuchung (zweites Kapitel). Somit ermöglichen wir dem Lesenden eine bessere Einordnung der Kernergebnisse, die anschließend (im dritten Kapitel) unter Rückgriff auf intuitiv verständliche statistische Ansätze deskriptiver Art vorgestellt werden.

In dem darauffolgenden vierten Kapitel stellen wir die Ergebnisse ausgewählter Fragen der Studie unter Berücksichtigung verschiedener soziodemografischer und verhaltensbezogener Merkmale dar, die ein differenzierteres Bild der Kernergebnisse liefern (in dem z.B. Unterschiede in den Bewertungen weiblicher, männlicher und diverser Fans deutlich werden).

Der Bericht endet mit einer kompakten Zusammenfassung der Ergebnisse, die „auf einen Blick“ erfasst werden können.

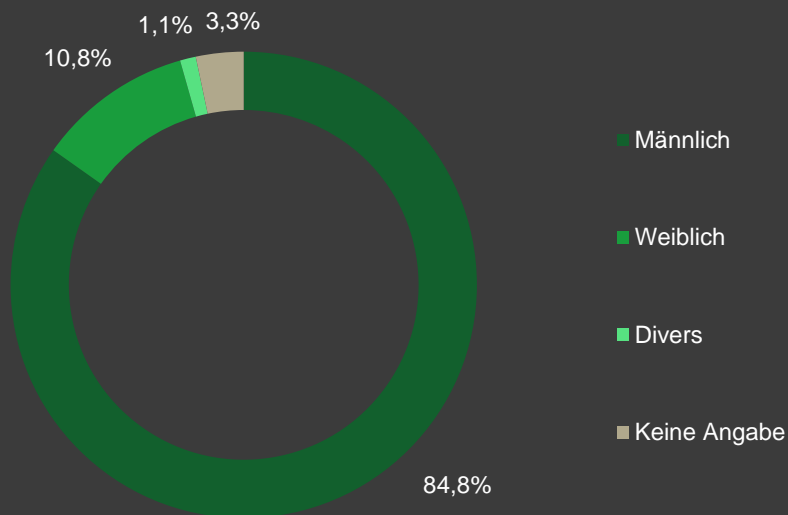


*Soziodemografische und
verhaltensbezogene Merkmale*

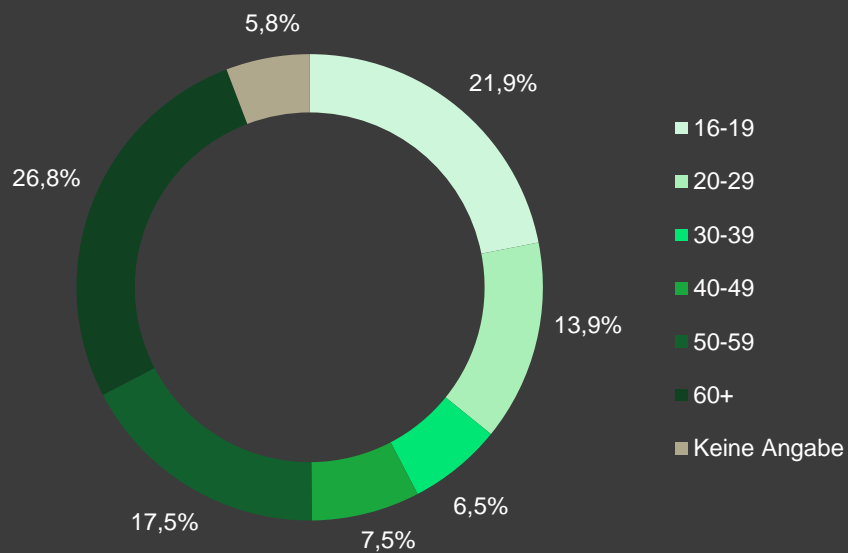
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Geschlecht



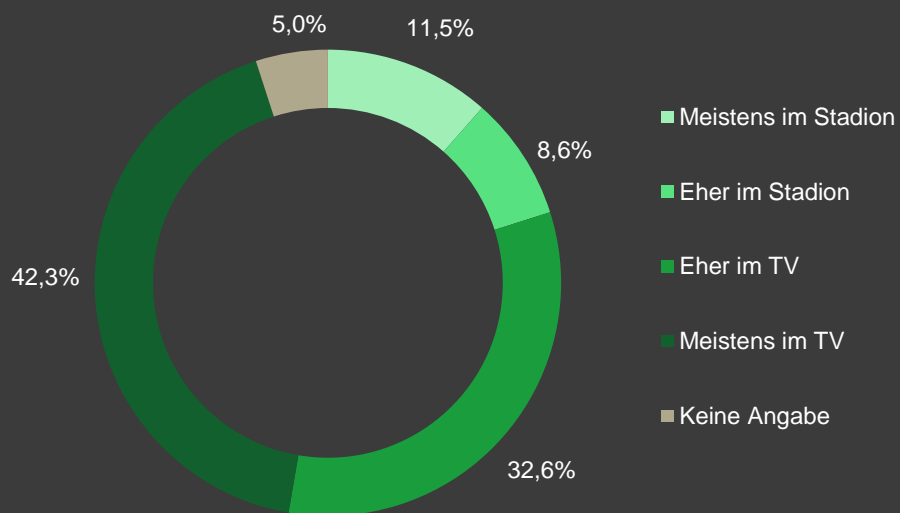
Alter



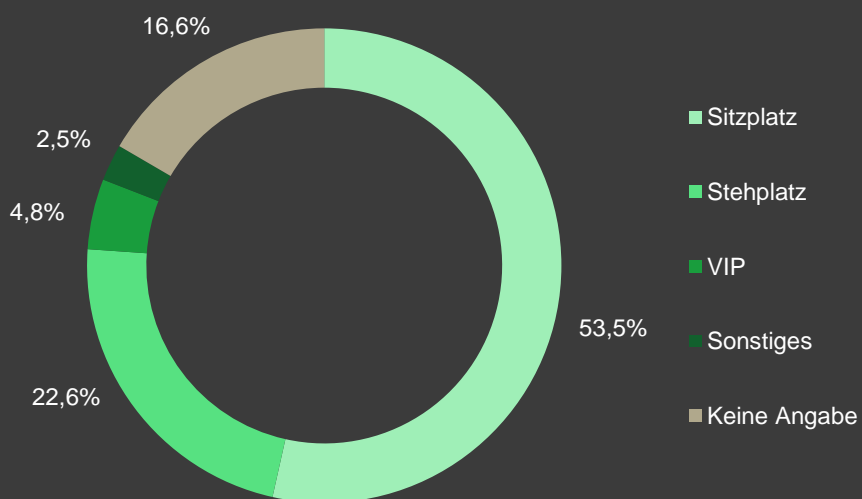
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Bevorzugte Art, Fußballspiele zu schauen



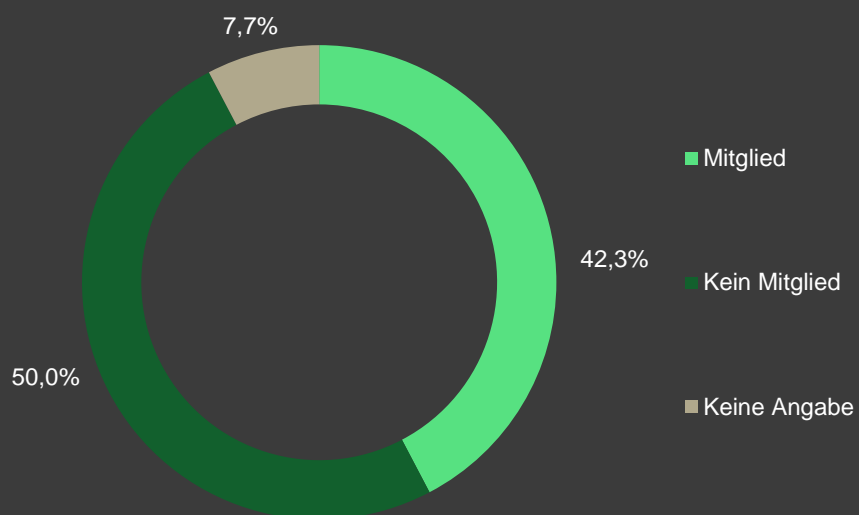
Bevorzugter Stadionbereich



2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Mitgliedschaft beim Lieblingsclub





Darstellung der Ergebnisse

3. Darstellung der Ergebnisse

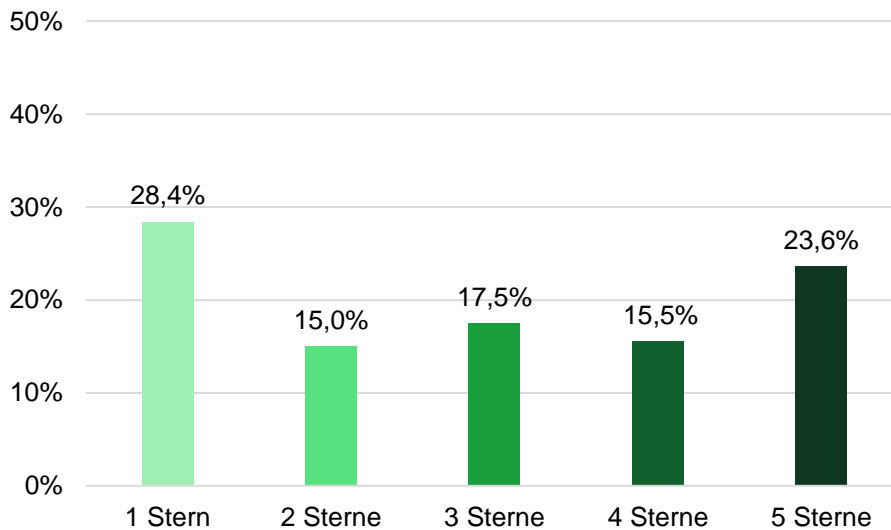
3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans



Wie groß ist deine Vorfreude auf die Euro 2024 in Deutschland?

Abbildung 1

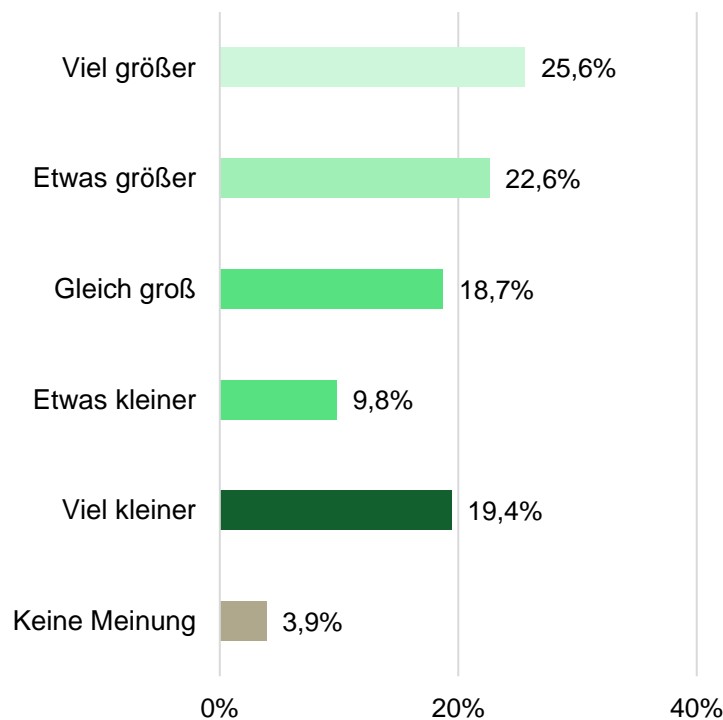
Ø = 2,91



Wie groß ist deine Vorfreude auf die EURO 2024 in Deutschland im Vergleich zur WM 2022?

Abbildung 2

Ø = 3,72



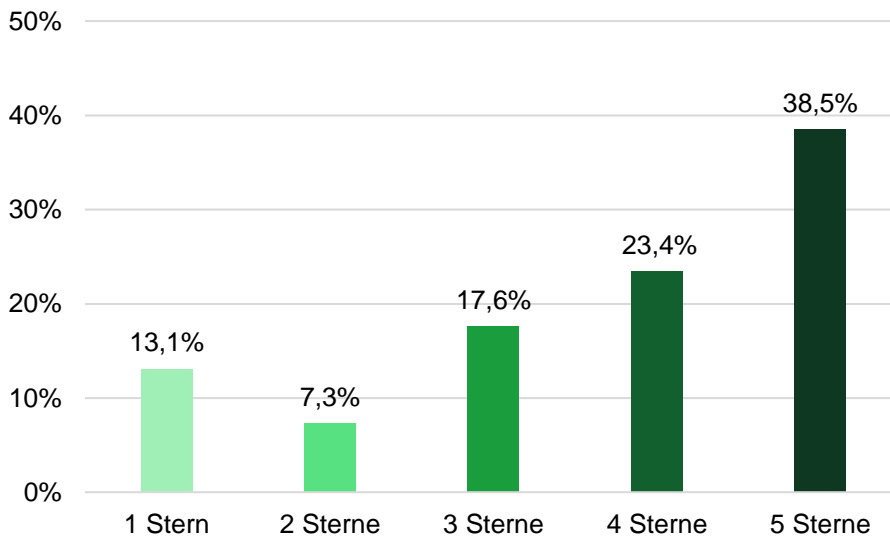
3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans

Wie sehr stimmst du der Aussage zu? „Ohne gut besuchte Fanmeilen und ein attraktives Rahmenprogramm kann es keine „richtige“ EM geben.“

Abbildung 3

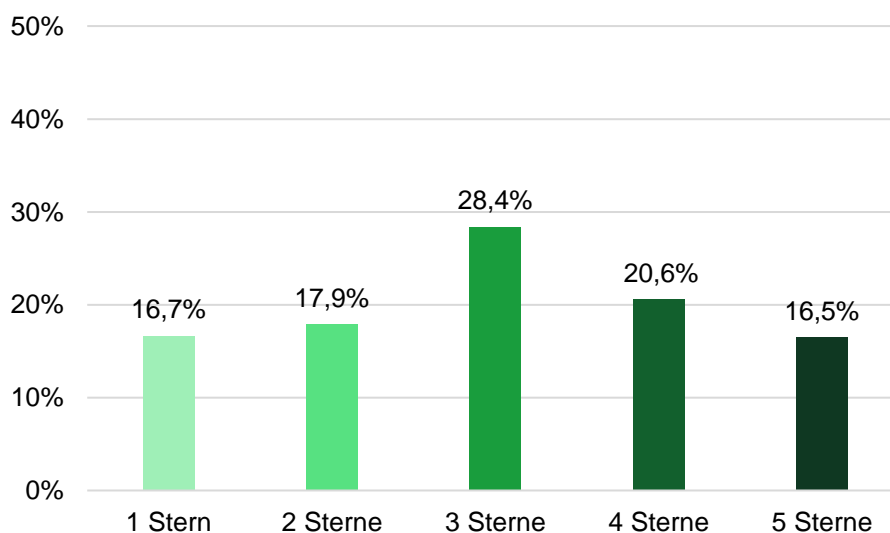
Ø = 3,67



Wie gut wird deiner Meinung nach die Stimmung unter den Fans in Deutschland während der Euro 2024 sein?

Abbildung 4

Ø = 3,02



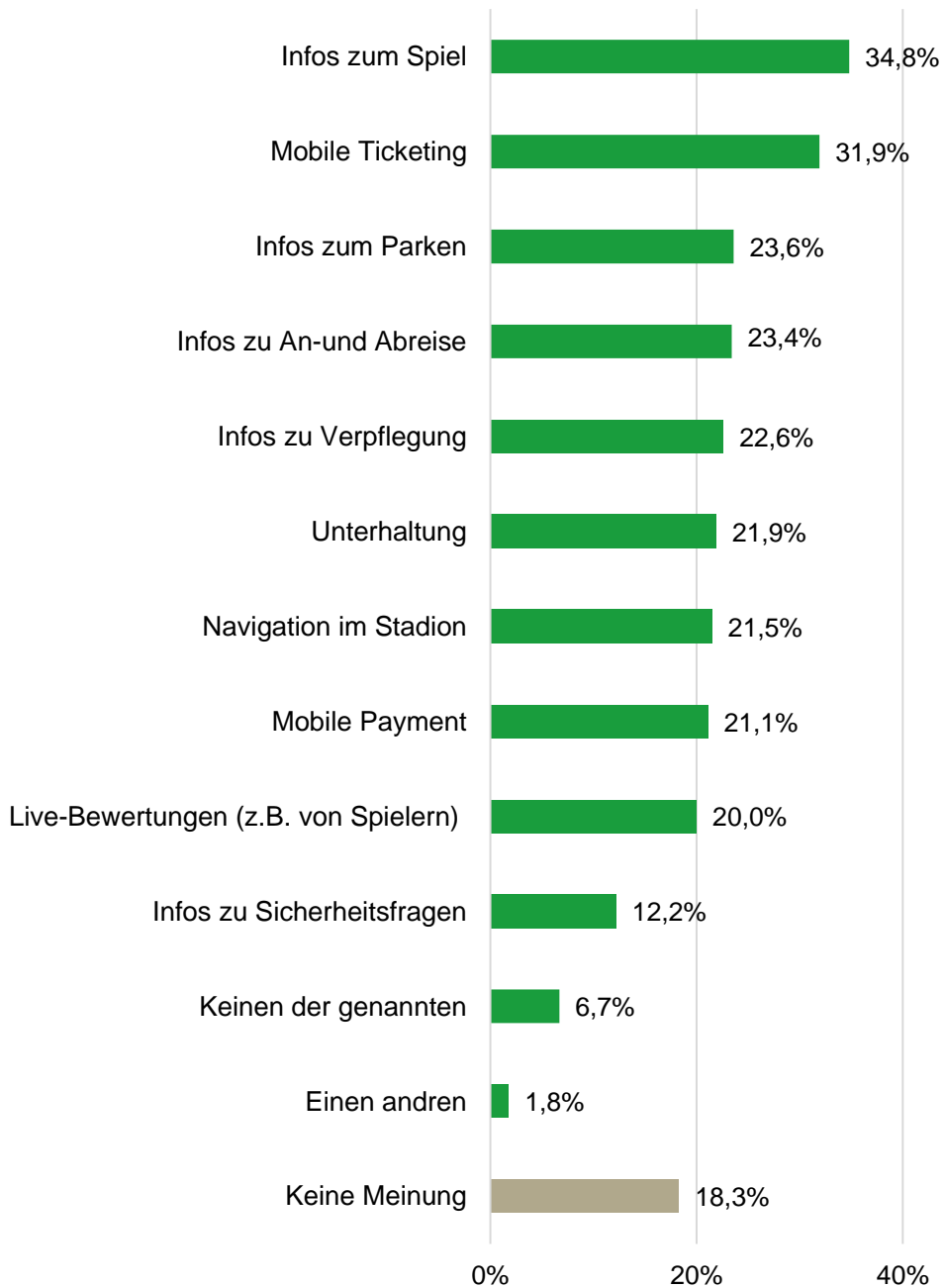
3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans



Welche digitalen Services wünschst Du dir während der EURO 2024 bei Stadionbesuchen?

Abbildung 5



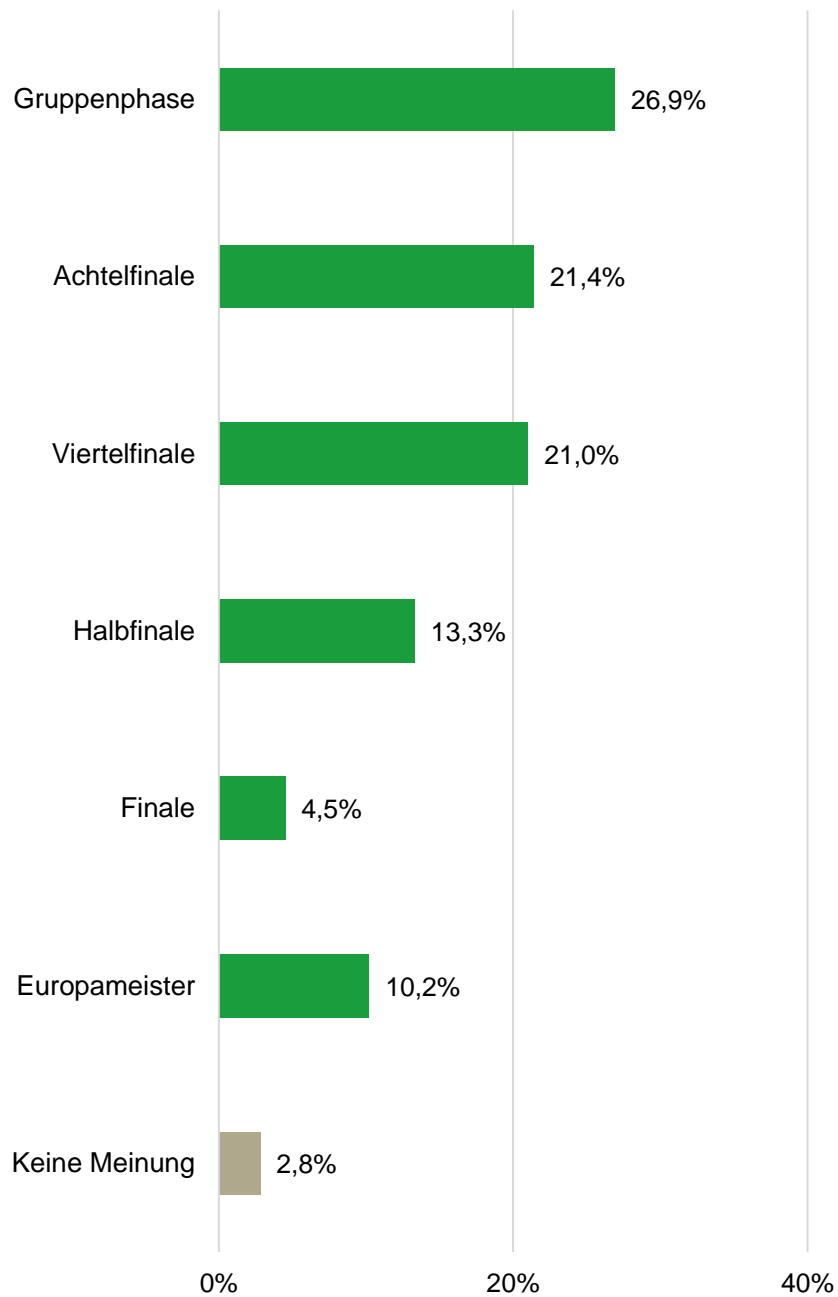
3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans



Wie weit kommt das DFB-Team bei der Euro 2024?

Abbildung 6



3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans

Das sagen die Fans:



Wie weit kommt das DFB-Team bei der EURO 2024?

Nach 26,9 % der befragten Fußballfans scheidet das DFB-Team in der Gruppenphase aus.

3. Darstellung der Ergebnisse

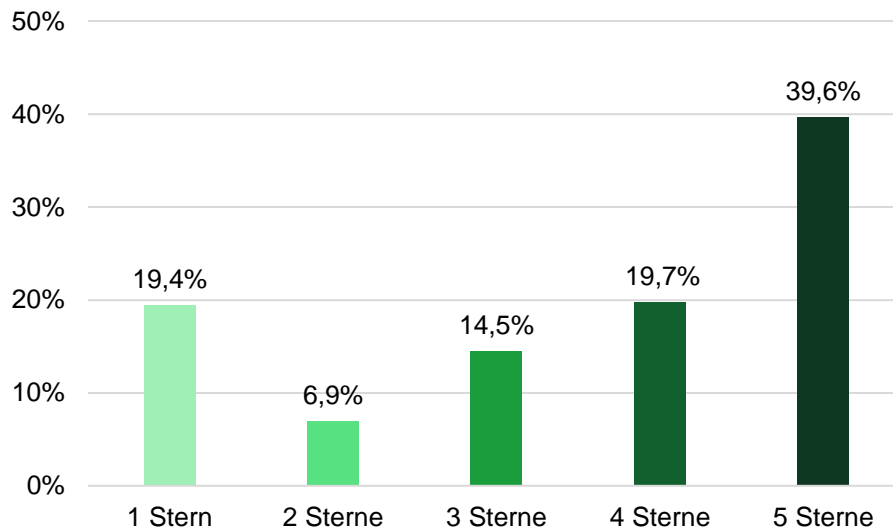
3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans



Für mich persönlich ist wichtig, dass die DFB-Elf erfolgreich spielt. Wie stark trifft das auf dich zu?

Abbildung 7

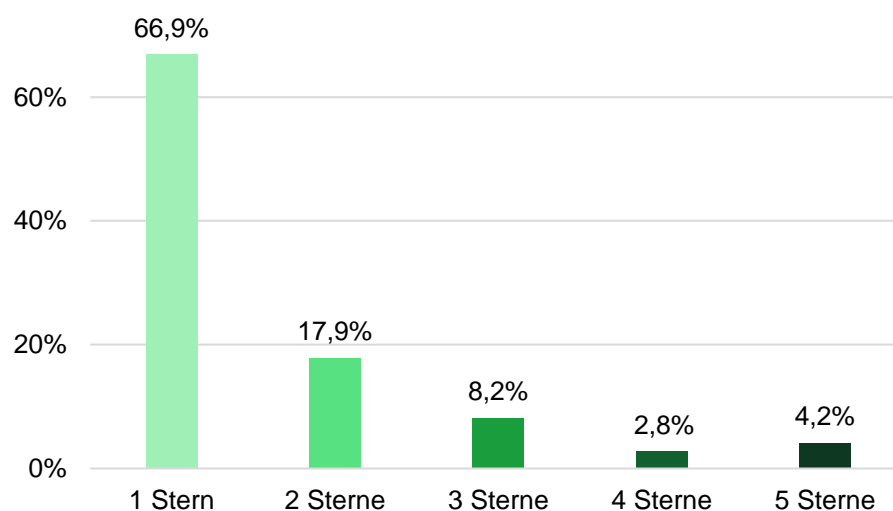
Ø = 3,53



Wie zufrieden bist du mit dem sportlichen Abschneiden der deutschen Nationalmannschaft in den letzten Jahren?

Abbildung 8

Ø = 1,60



3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans

Das sagen die Fans:

The
is a
WINNER

dream
Live
EVER 2024

**Wie zufrieden bist du mit dem sportlichen
Abschneiden der deutschen
Nationalmannschaft in den letzten Jahren?**



Ø 1,60

3. Darstellung der Ergebnisse

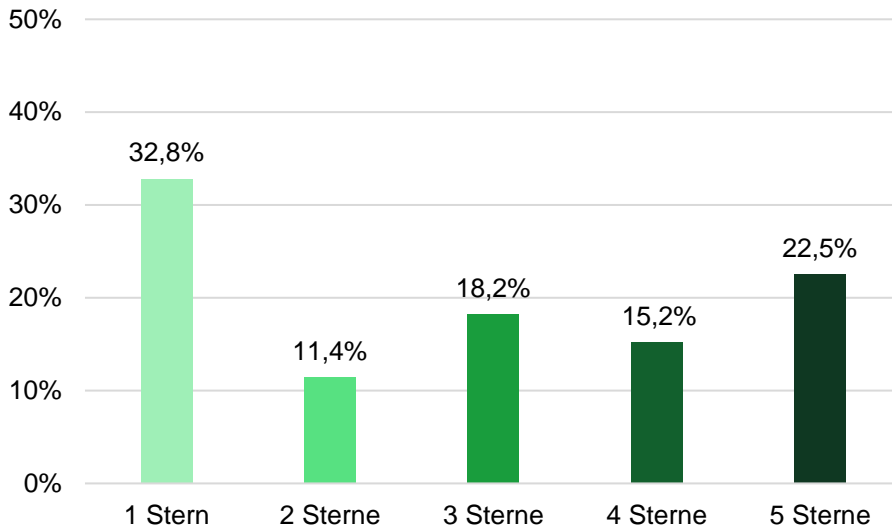
3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans



Wie sehr stimmst du der Aussage zu? „Wenn die Nationalmannschaft verliert, lasse ich trotzdem jeden wissen, dass ich Fan bin.“

Abbildung 9

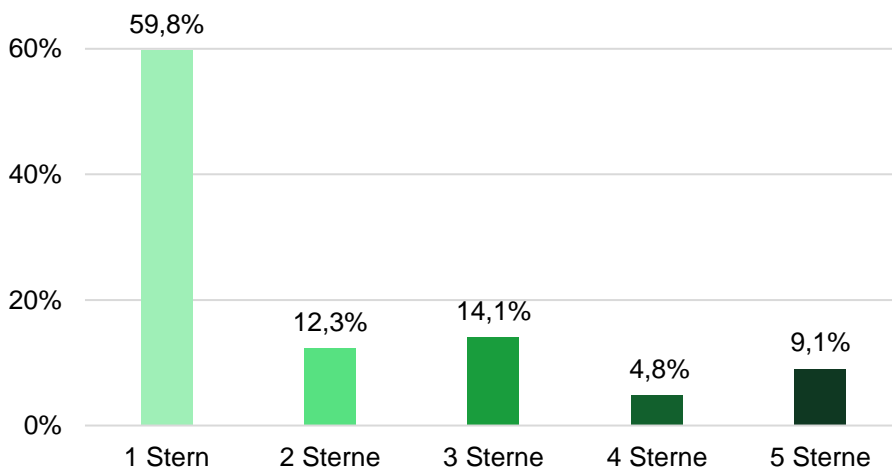
Ø = 2,83



Wie sehr stimmst du der Aussage zu? „Nach den schlechten Leistungen bei den letzten Turnieren soll niemand mehr wissen, dass ich Nationalmannschaftsfan bin.“

Abbildung 10

Ø = 1,91

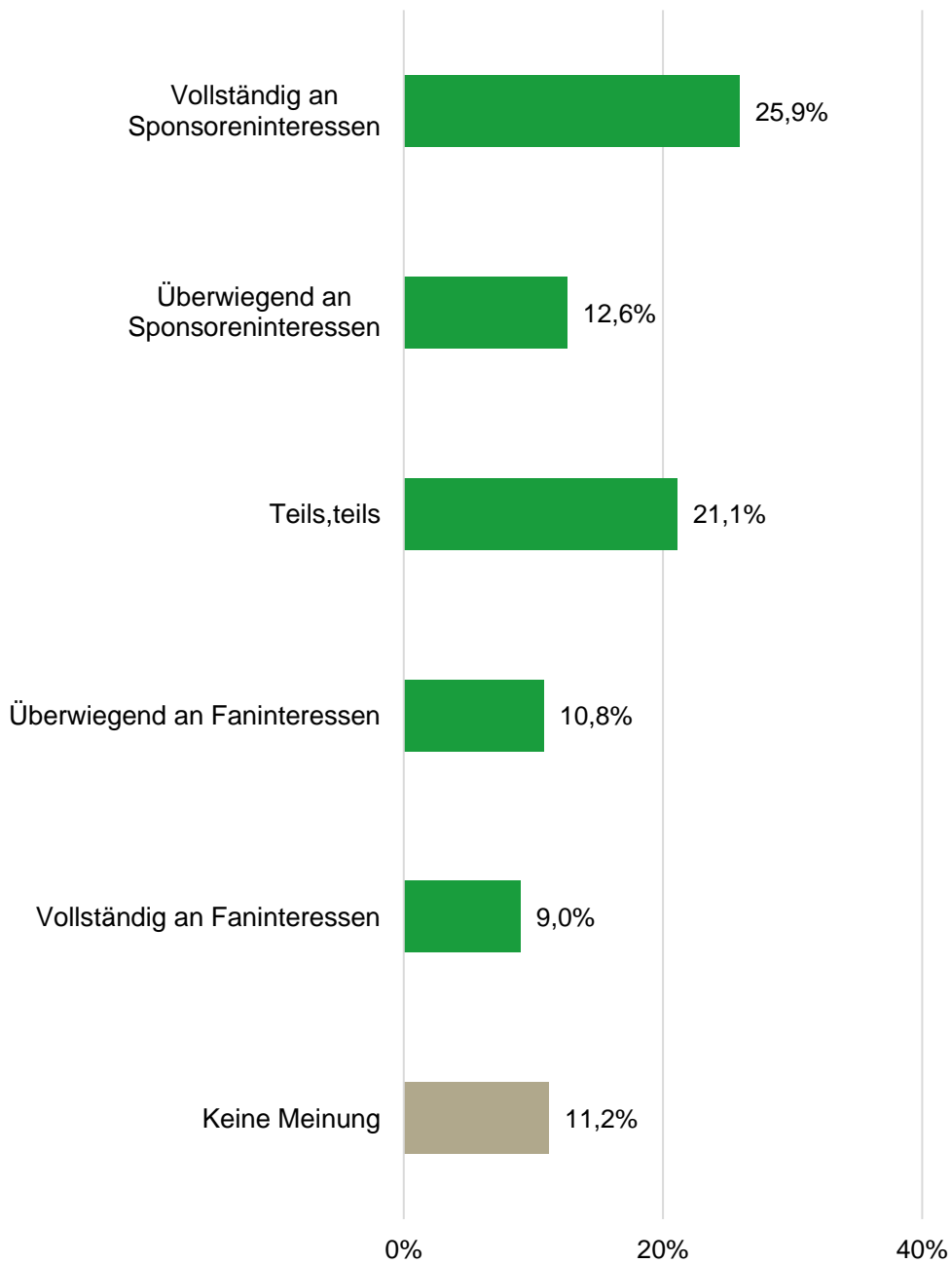


3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Euro 2024 aus Sicht der Fans

Erwartest du, dass die EURO 2024 an den Interessen der Fans oder an den Interessen der Sponsoren ausgerichtet wird?

Abbildung 11



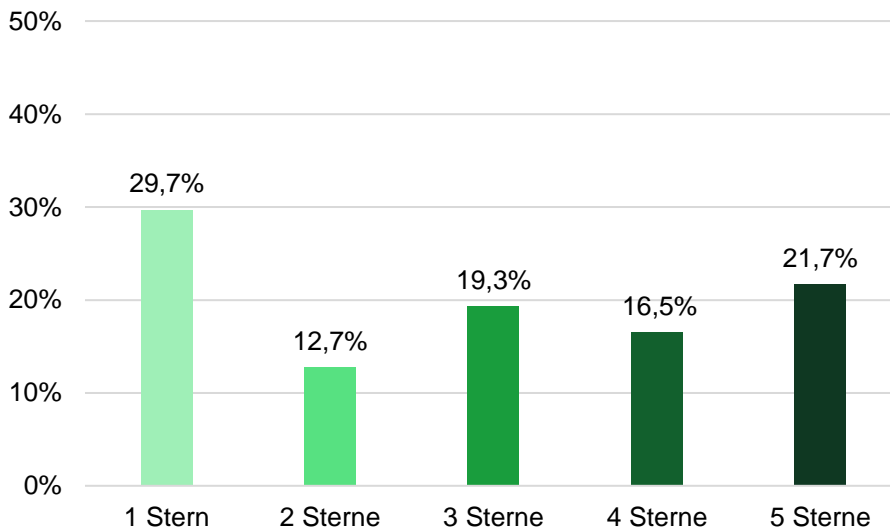
3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis

Wie sehr stimmst du der Aussage zu? „Die EURO 2024 soll neue Standards bei den Themen Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Gemeinwohl setzen.“

Abbildung 12

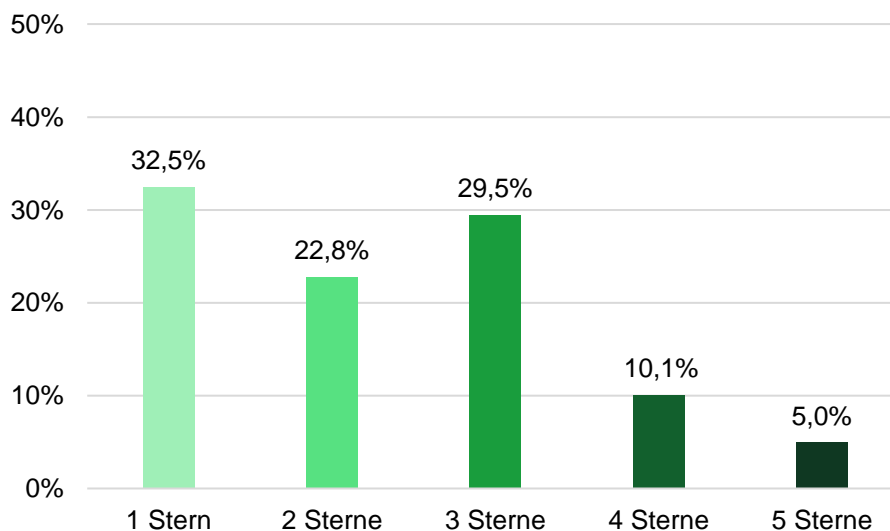
Ø = 2,88



Neue Standards bei den Themen Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Gemeinwohl – glaubst du, dass dies gelingen wird?

Abbildung 13

Ø = 2,32



3. Darstellung der Ergebnisse

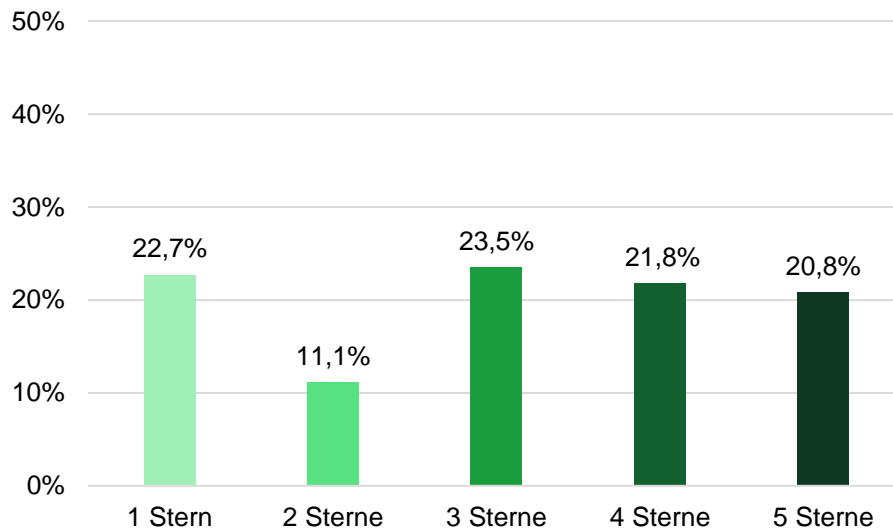
3.2 Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis



Sollte ein Großevent wie eine EM einen Beitrag zu internationalem Dialog und Verständigung leisten?

Abbildung 14

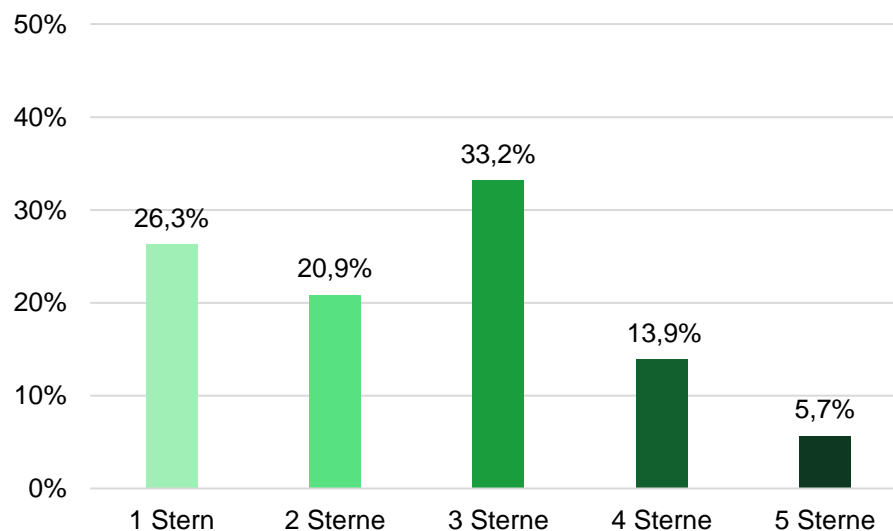
Ø = 3,07



Wie groß wird der Beitrag zu internationalem Dialog und Verständigung durch die EURO 2024 deiner Meinung nach?

Abbildung 15

Ø = 2,52

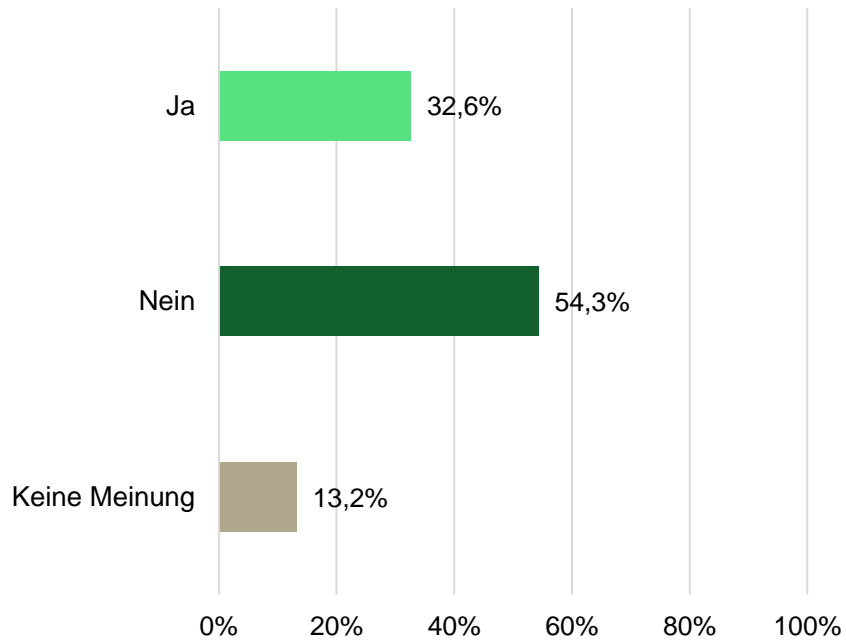


3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis

Sollten die Nationalspieler im Rahmen der EM ihre Stimme öffentlich im Kampf gegen Rassismus und Diskriminierung erheben?

Abbildung 16



3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis

Das sagen die Fans:



Sollten die Nationalspieler im Rahmen der EM ihre Stimme öffentlich im Kampf gegen Rassismus und Diskriminierung erheben?

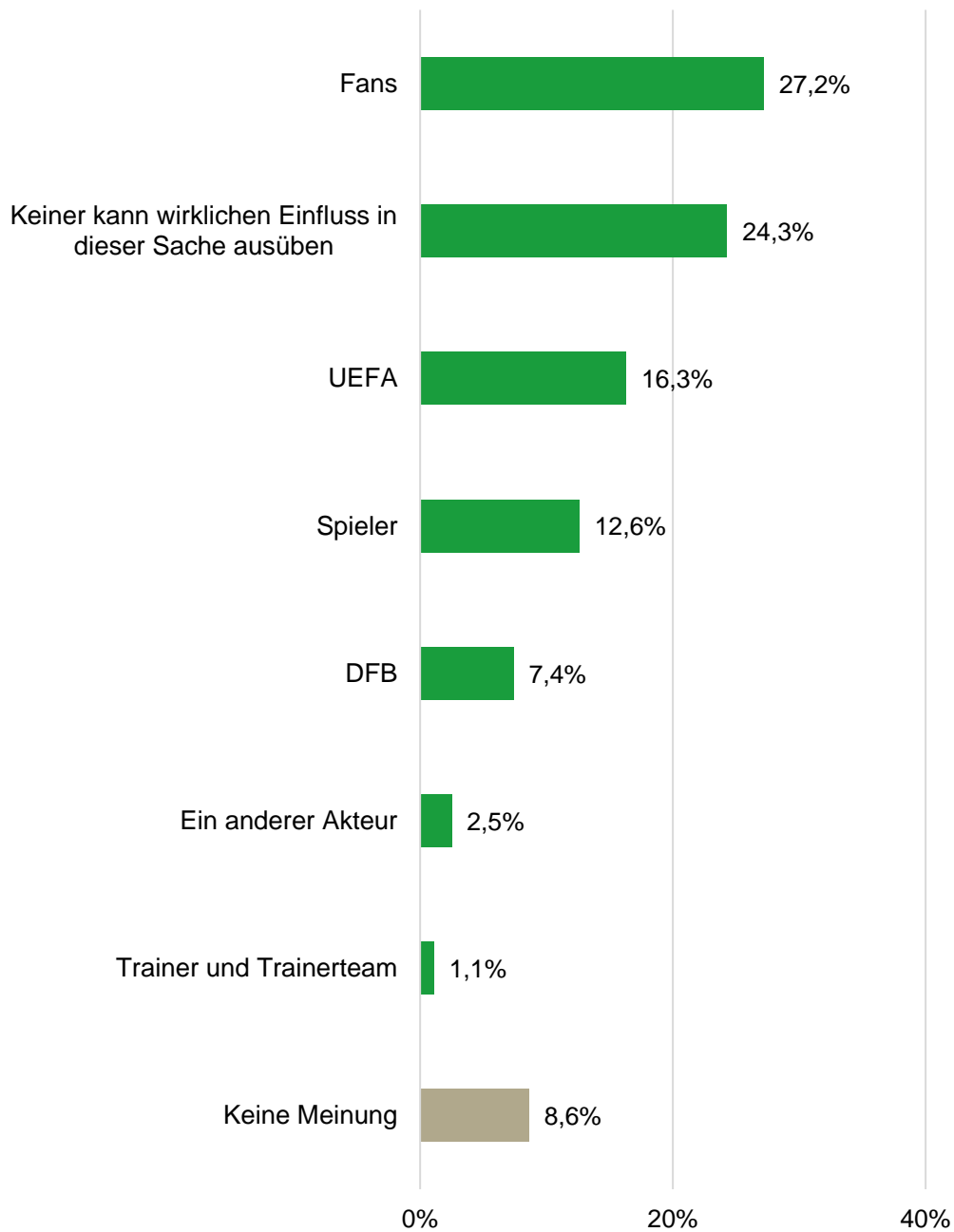
Nein 54,3%

3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis

Welche Akteure mit Bezug zur EURO 2024 können den größten Einfluss im Kampf gegen Rassismus und Diskriminierung ausüben?

Abbildung 17



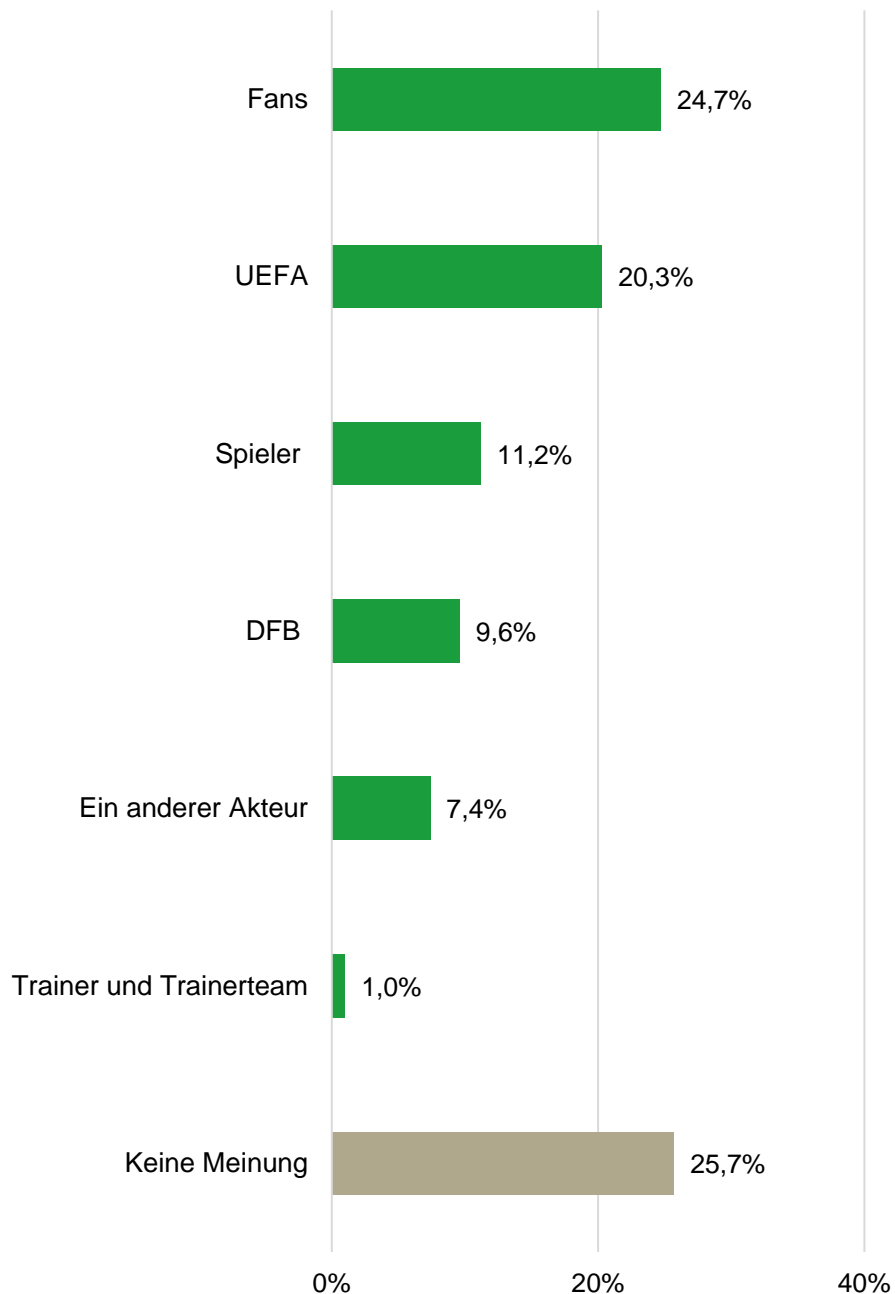
3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis



Von welchen Akteuren mit Bezug zur EM erwartest du den größten Beitrag im Kampf gegen Rassismus und Diskriminierung?

Abbildung 18





Differenzierung der Ergebnisse

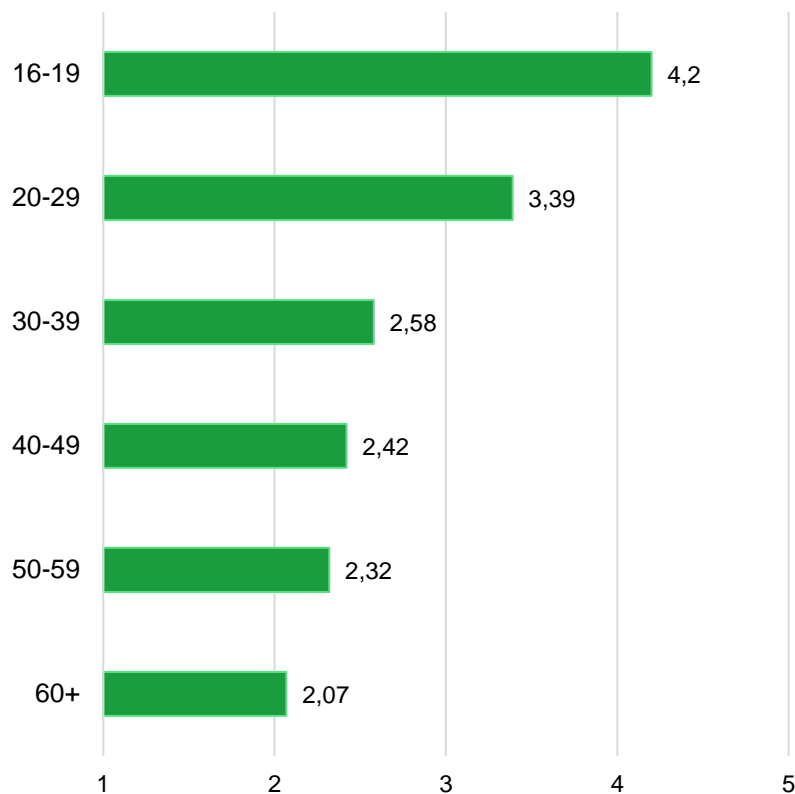
4. Differenzierung der Ergebnisse

In weiteren Analysen werden die Gesamtergebnisse unter Berücksichtigung verschiedener soziodemographischer und verhaltensbezogener Splitvariablen (z.B. Alter, Geschlecht, bevorzugte Form beim Betrachten von Profispielen – TV oder Stadion) differenziert. Auf den folgenden Seiten werden ausgewählte Ergebnisse dargestellt.



Wie groß ist deine Vorfreude auf die EURO 2024 in Deutschland?
Analyse unter Berücksichtigung des Alters

Abbildung 19



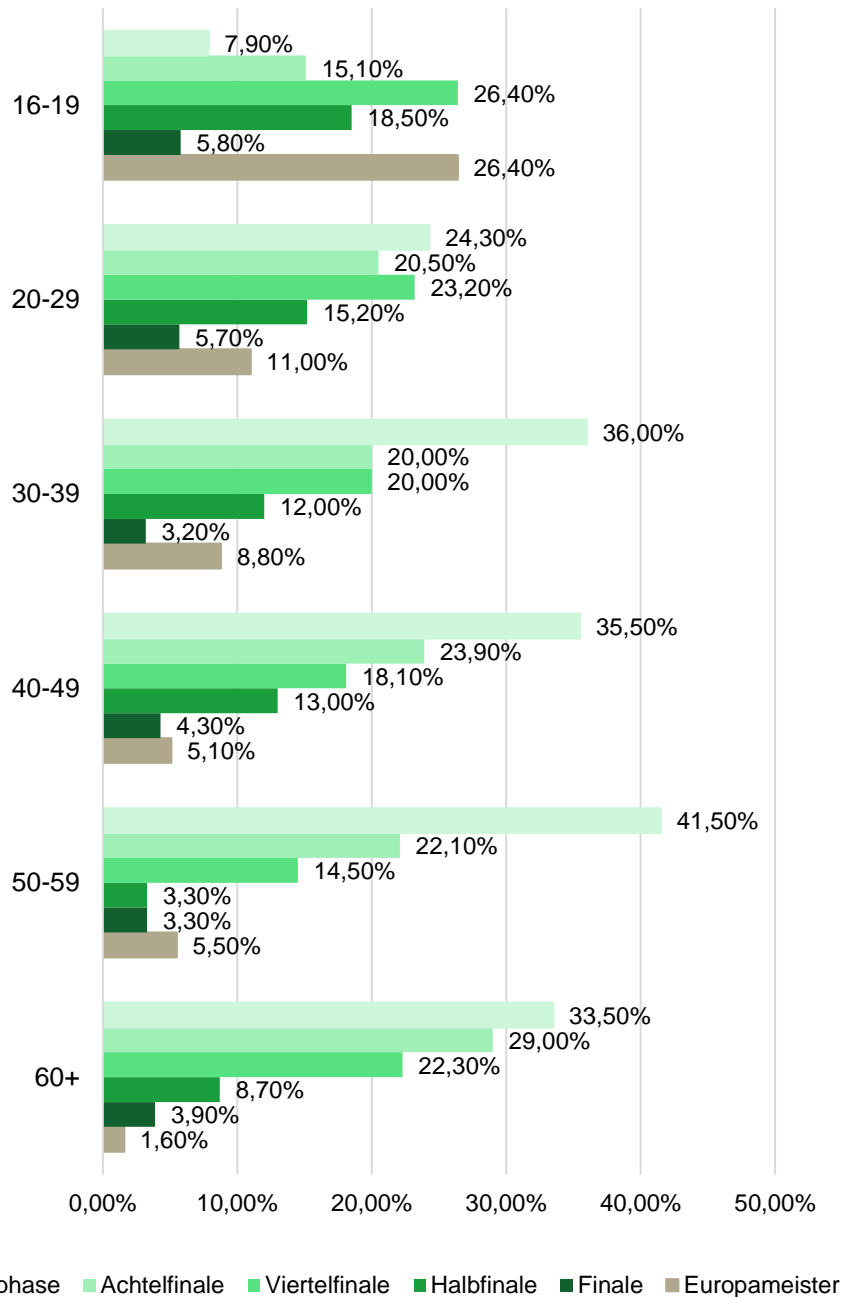
Hinweis: Die an den Säulen gezeigten Werte sind die errechneten Mittelwerte innerhalb der jeweiligen Altersgruppe.

4. Differenzierung der Ergebnisse



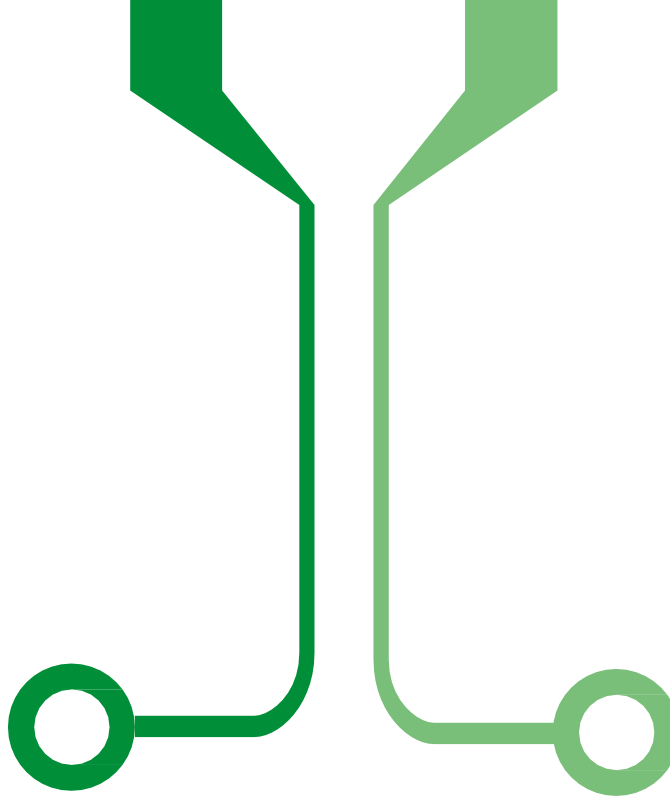
Wie weit kommt das DFB-Team bei der EURO 2024?
Analyse unter Berücksichtigung des Alters

Abbildung 20





Zusammenfassung



Euro 2024 aus Sicht der Fans

Mit Blick auf die anstehende Europameisterschaft im eigenen Land unterscheiden sich die Auskunftspersonen in ihrer Vorfreude auf das Turnier. Über 28% der befragten Personen vergeben nur einen Stern, ein knappes Viertel wählt aber auch die Höchststufe. Wenig überraschend ist, dass die Vorfreude auf die Heim-EM größer ist als im Vergleich zur WM in Katar.

Uneinigkeit herrscht auch bei der Frage, wie gut die Stimmung unter den Fans in Deutschland sein wird. Wichtige Faktoren für eine gute Stimmung sind in den Augen der Mehrheit der Befragten gut besuchte Fanmeilen und ein attraktives Rahmenprogramm.

Dass die Stimmung unter den Fans grundsätzlich verhalten ist, wird deutlich bei den leistungsbezogenen Fragen des DFB-Teams. Die häufigste Antwort auf die Frage, wie weit das DFB-Team kommt, ist mit 26,9% die Gruppenphase, danach folgt mit 21,4% das Achtelfinale und mit 21,0% das Viertelfinale. Verwundern mögen diese weitgehend pessimistischen Prognosen nicht, denn 67% der befragten Fußballfans vergeben nur einen Stern als Antwort auf die Frage, wie zufrieden sie mit dem sportlichen Abschneiden des DFB-Teams in den letzten Jahren sind.

Euro 2024 als gesellschaftlich-politisches Ereignis

Bei der Frage, ob die Euro 2024 einen Beitrag zum internationalen Dialog und Verständigung liefern soll bzw. wird, zeigt sich eine Differenz zwischen der Norm aus Fansicht und von ihnen vorhergesagter Realität. Bei der Frage, ob die EM einen Beitrag liefern sollte, liegt der Mittelwert bei 3,07 (Skala von eins bis fünf). Die Erwartung bezüglich der realisierten Effekte ist im Mittel mit 2,52 aber deutlich niedriger.

Vielfach diskutiert wurde bei der letzten WM ebenfalls die Haltung der Nationalspieler zum autokratischen Regime in Katar und zur Rolle von FIFA und DFB. Auf die Frage, ob die Nationalspieler im Rahmen der EM ihre Stimme öffentlich gegen Rassismus und Diskriminierung erheben sollten, antworten 54,3% der Befragten mit „Nein“, 32,6% mit „Ja“, während 13,2% sich enthalten.

Den größten Einfluss im Kampf gegen Rassismus und Diskriminierung haben nach Meinung der Fußballfans nicht die Spieler (nur 12,6% sehen das so), sondern die Fans selber (27,3%). 24,3% der Befragten stellen hingegen fest, dass kein Akteur einen wirklichen Einfluss in dieser Sache ausüben kann.

Den größten tatsächlichen Beitrag im Kampf gegen Rassismus und Diskriminierung erwarten die befragten Fußballfans analog zur beschriebenen Reihenfolge von den Akteuren.



Kontakt

Ihre Ansprechpartner



Dr. Joachim Lammert

Geschäftsführer bei FanQ, vormals Fachgebiet Sportmanagement der Uni Leipzig

Mail: joachim.lammert@fanq.com

Kilian Weber

Geschäftsführer bei FanQ, vormals Referent der Geschäftsführung bei Dynamo Dresden

Mail: kilian.weber@fanq.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-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.



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

Im Mediapark 5
50670 Köln

Vielen Dank an unsere Hochschul- und Netzwerkpartner!

Autor*innen:
Dr. Joachim Lammert
Prof. Dr. Axel Faix
Prof. Dr. Harald Lange
Wilke de Boer
Niko Lafrentz

**Fachhochschule
Dortmund**

University of Applied Sciences and Arts

