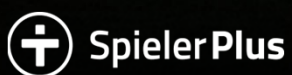




Amateurfußball in der Krise?



Eine Studie aus Perspektive der
Amateurfußballer:innen in Deutschland

Über die Studie












In den letzten drei Jahren hatte auch der Amateurfußball keine einfache Zeit. Durch die Corona-Krise mussten die Vereine sportartenübergreifend große Herausforderungen bewältigen. Außerdem haben viele Amateurvereine zum Teil noch heute mit einem Mitgliederrückgang zu kämpfen. Des Weiteren sehen sie sich mit der aktuellen Energiekrise konfrontiert.

Deswegen hat FanQ zusammen mit der Teamorganisationsapp SpielerPlus von SPM Sportplatz Media eine Umfrage für alle Amateursportler:innen aus allen Sportbereichen auf die Beine gestellt. Gemeinsam mit den Sportler:innen haben wir die größten Probleme herausarbeiten und Lösungsansätze identifizieren können.

Wie hat sich die Bedeutung des Amateurfußballs in den letzten zwei Jahren verändert? Wie hat sich die Anzahl der Mitglieder:innen in den letzten 2 Jahren entwickelt? Was sind die größten Herausforderungen für die Amateurvereine in Deutschland und von welchen Akteuren benötigen die Vereine besonders Unterstützung?

Antworten auf diese und weitere Fragen liefert die vorliegende FanQ-Studie zum Amateurfußball in Deutschland. Der Prozess der Entwicklung der Fragen erfolgte in 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 Berat von FanQ mitwirken.

Inhalt

	1. Methodik	4
	2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale	7
	3. Darstellung der Hauptergebnisse	11
	3.1 Bedeutung Amateurfußball	12
	3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball	17
	4. Differenzierung der Ergebnisse	24
	5. Zusammenfassung	28
	6. Kontakt	30
	7. Über FanQ	32



Methodik

1. Methodik



Die Ergebnisse dieser Studie basieren auf einer Online-Befragung (CAWI), die über die FanQ-App, die FanQ-Web-Community und über die Teamorganisations-App SpielerPlus durchgeführt wurde. Die Befragung war für alle Nutzer*innen zwischen dem 03.04.2023 und 28.04.2023 zugänglich. Sie umfasste (inklusive soziodemografischer und verhaltensbezogener Angaben der Teilnehmer*innen) 22 Fragen. Insgesamt beteiligten sich 6.790 Personen an der Erhebung, die zu einer repräsentativen Stichprobe der Fußballfans in Deutschland geführt hat.

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 in 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 nach Altersgruppen der Fans deutlich werden).

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

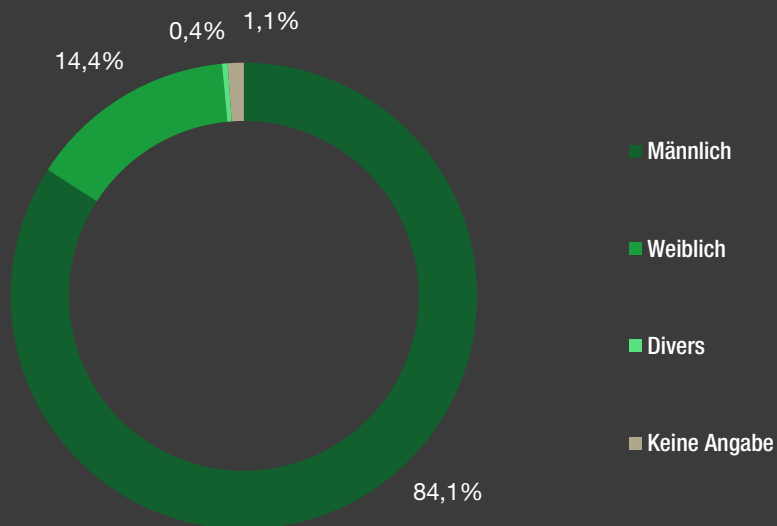


***Soziodemografische und verhaltensbezogene
Merkmale***

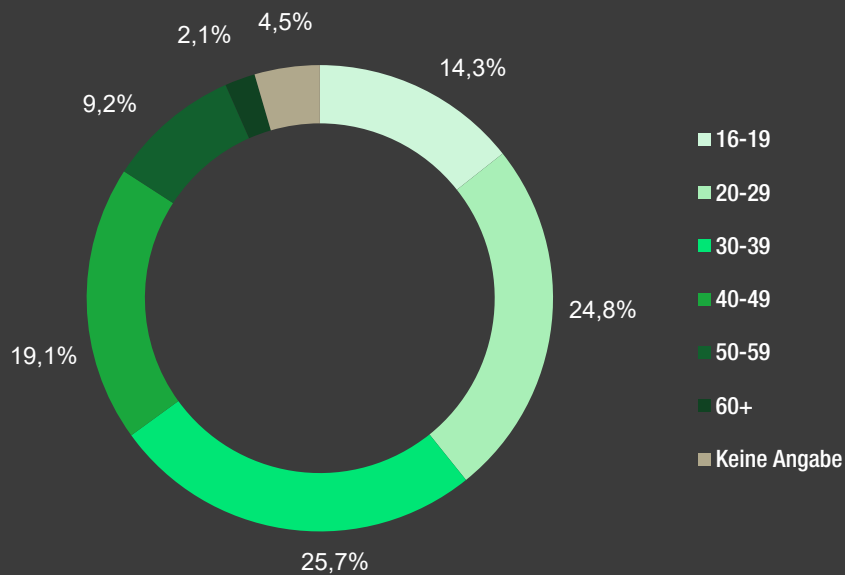
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Geschlecht



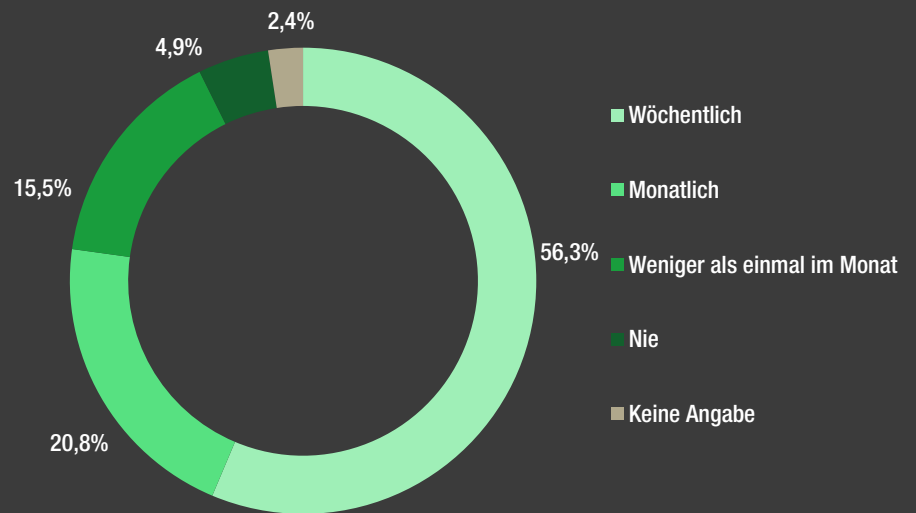
Alter



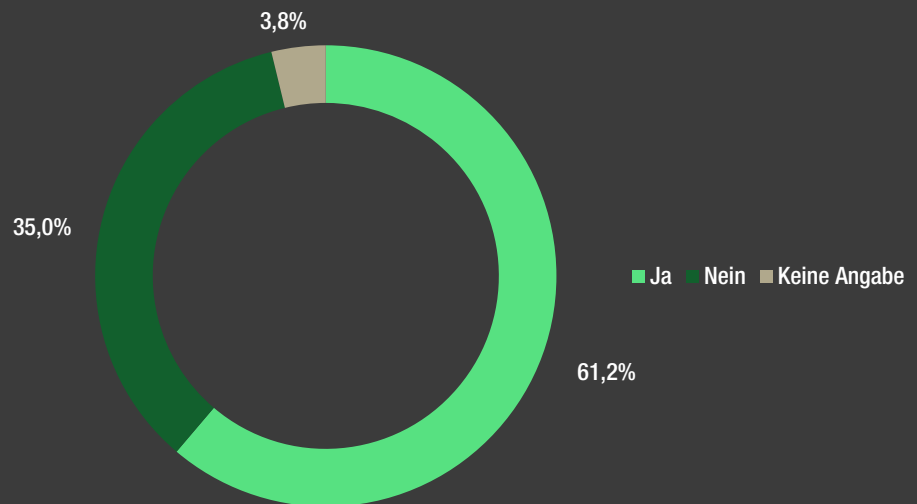
2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Wie häufig besuchst du als Zuschauer:in Spiele oder Wettkämpfe im Amateursport?



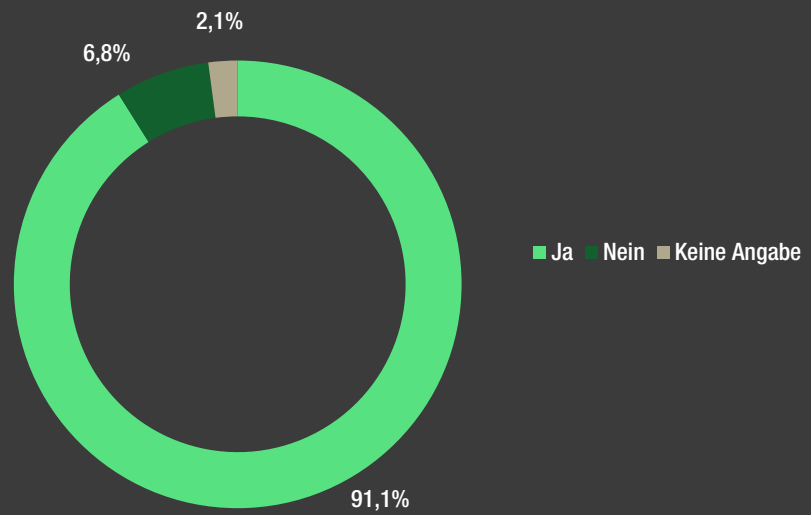
Ehrenamtlichkeit im Verein



2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



Sport im Verein





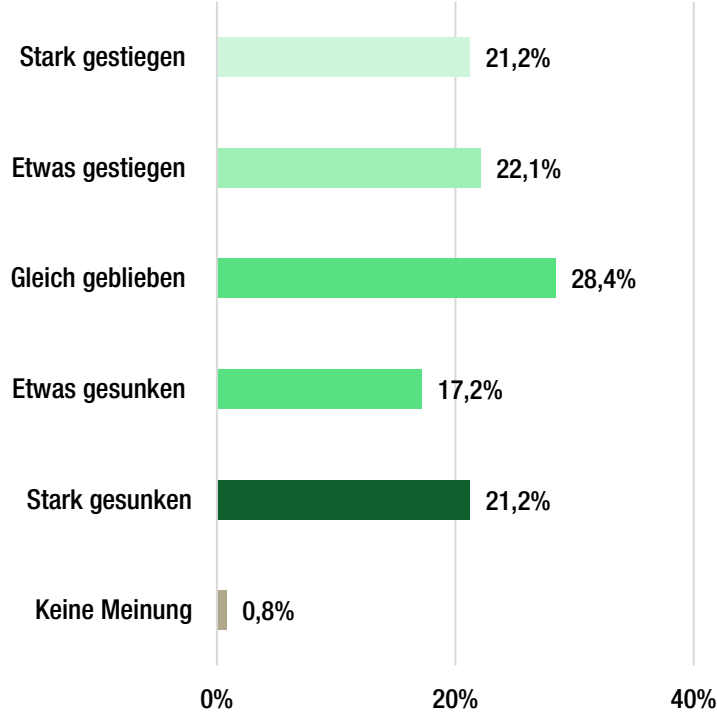
Darstellung der Ergebnisse

3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Bedeutung Amateurfußball

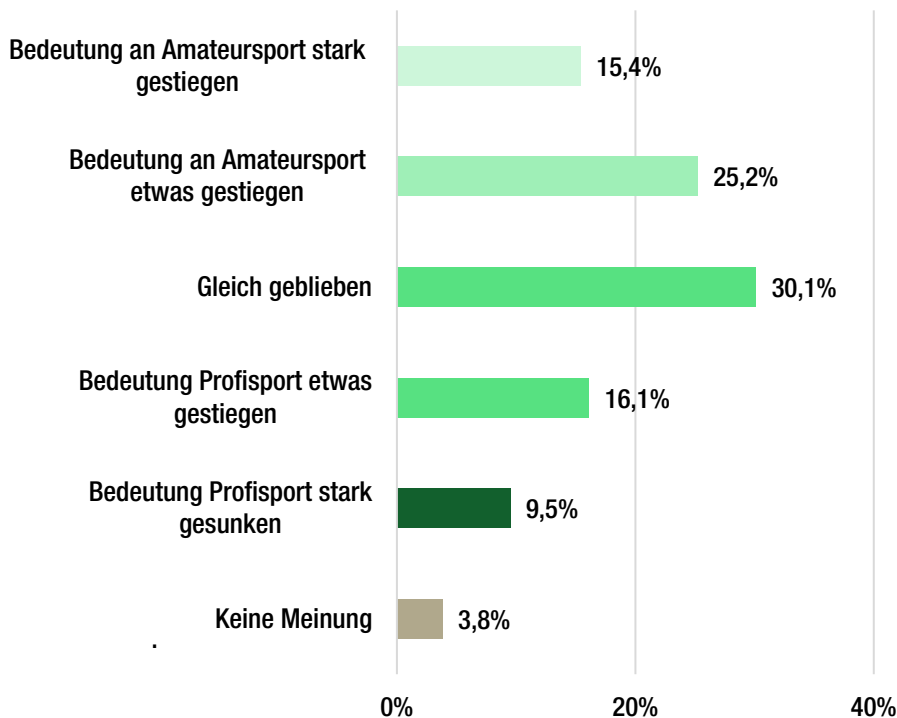
Wie hat sich die Bedeutung des Amateursports für Dich in den letzten zwei Jahren verändert?

Abbildung 1



Wie hat sich die Bedeutung des Amateursports für dich im Vergleich zum Profisport in den letzten zwei Jahren verändert?

Abbildung 2

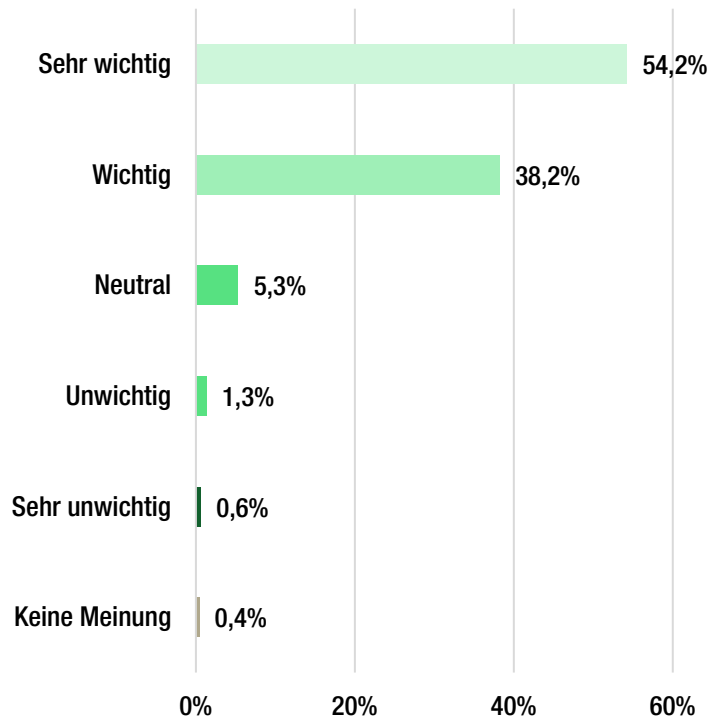


3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Bedeutung Amateurfußball

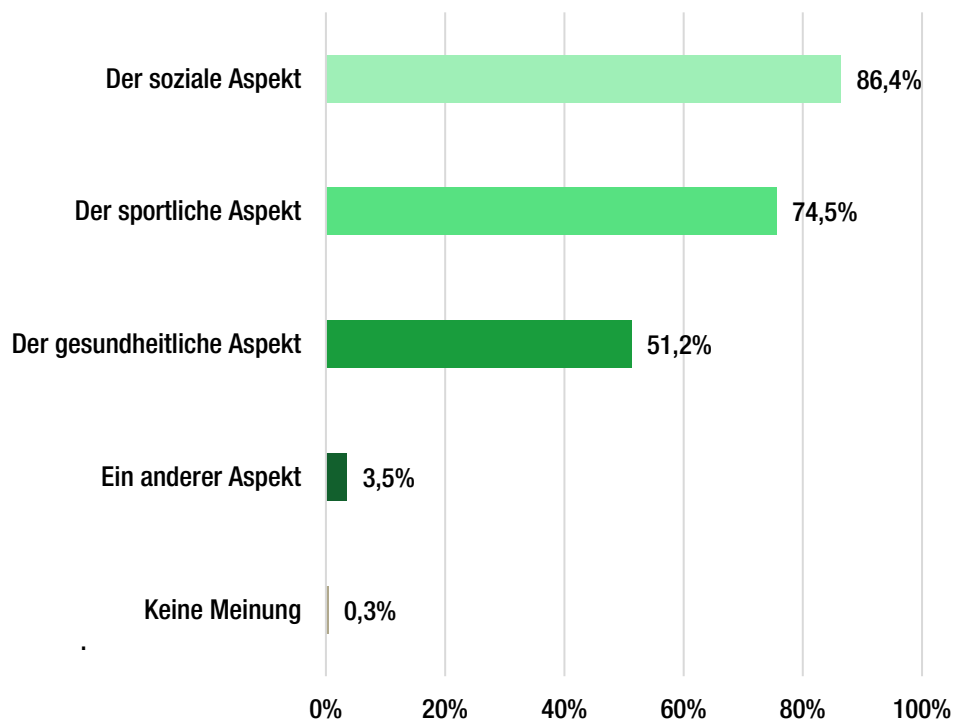
Wie wichtig ist der Amateurfußball für Dich insgesamt?

Abbildung 3



Was sind für Dich wichtige Aspekte des Amateursports?

Abbildung 4



3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Bedeutung Amateurfußball

Das sagen die Fans:

Wie wichtig ist für dich Amateurfußball?

Sehr wichtig 54,2%

Wichtig 38,2%

3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Bedeutung Amateurfußball

Das sagen die Fans:

Was sind für dich wichtige Aspekte des Amateurfußballs?

Der soziale Aspekt 86,4%

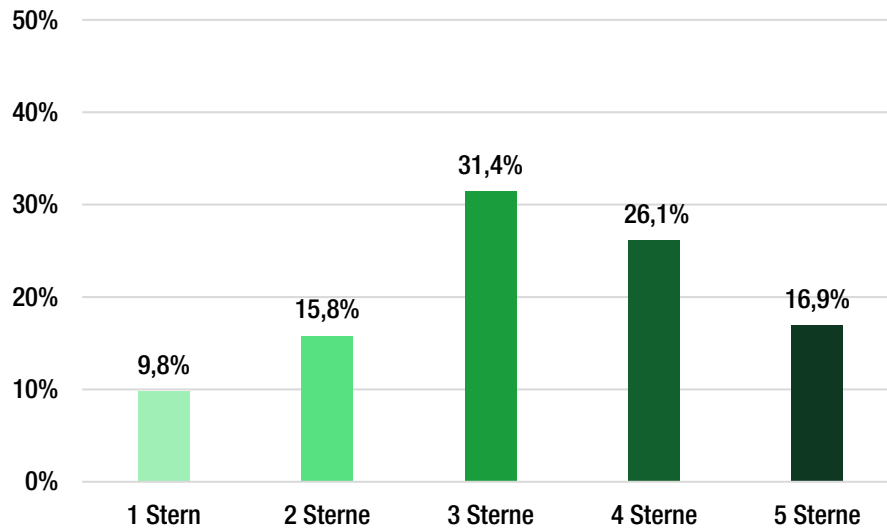
3. Darstellung der Ergebnisse

3.1 Bedeutung Amateurfußball

Wie zufrieden bist du mit den digitalen Angeboten Deines Amateurvereins?

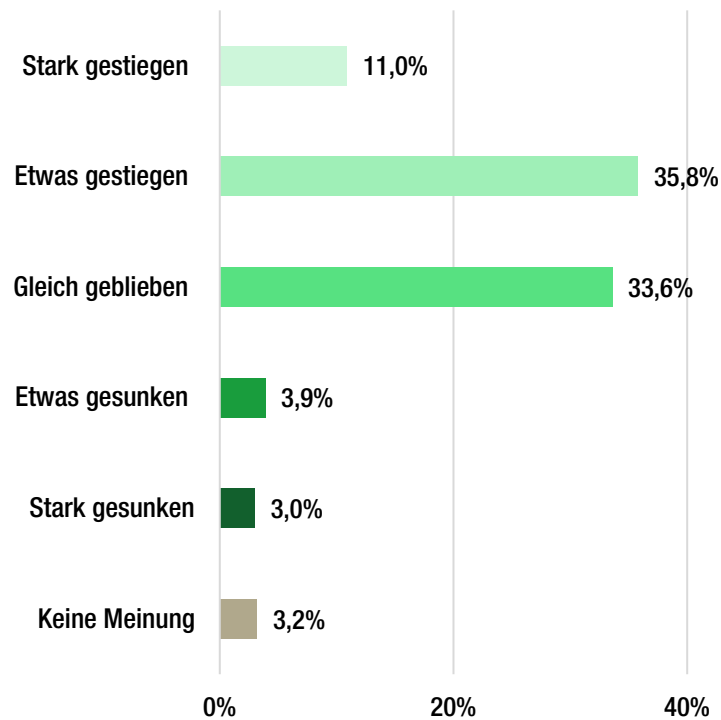
Abbildung 5

$\bar{x} = 3,24$



Wie hat sich die Zahl der digitalen Angebote Deines Vereins in den letzten 2 Jahren entwickelt?

Abbildung 6

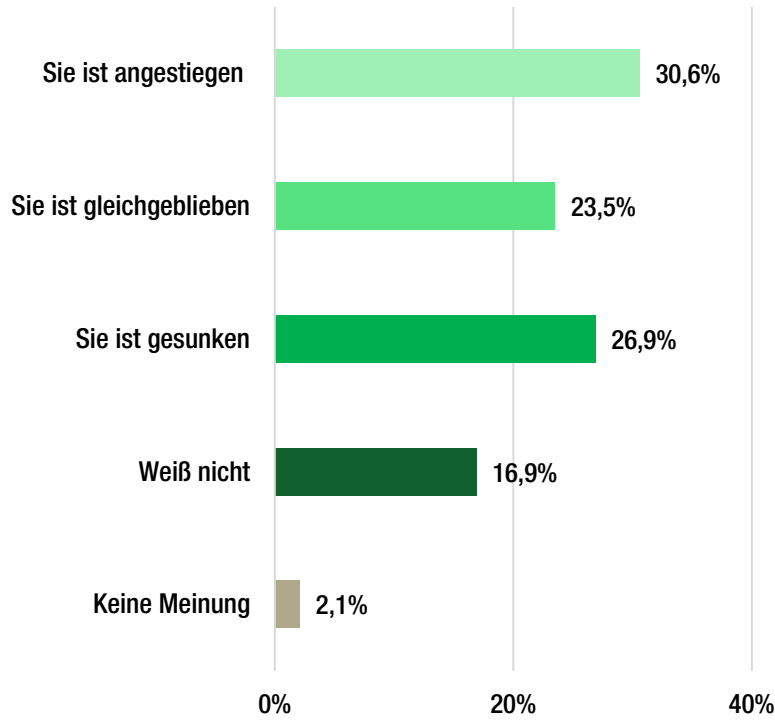


3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball

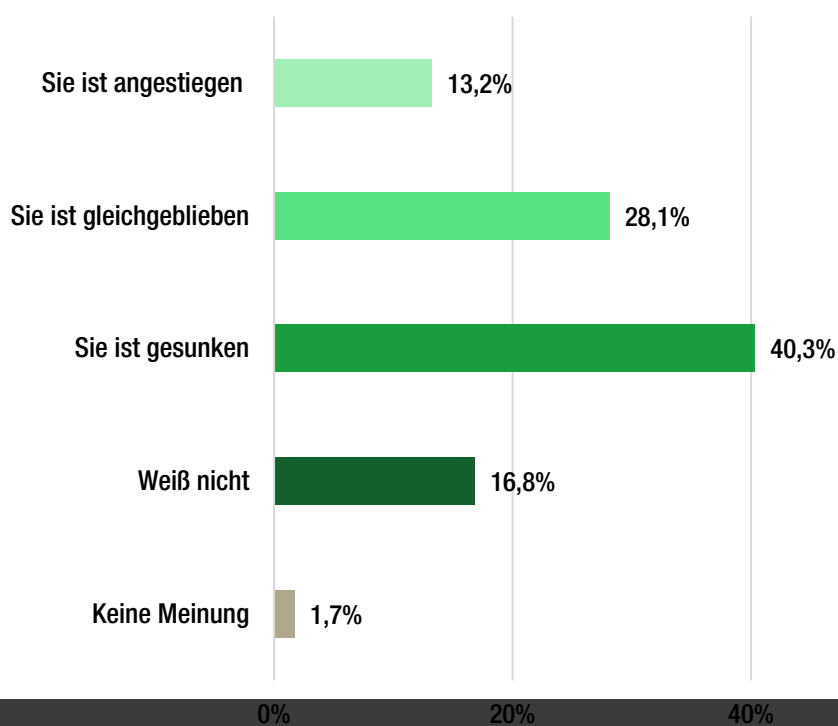
Wie hat sich die Anzahl der Mitglieder:innen in Deinem Verein in den letzten 2 Jahren entwickelt?

Abbildung 7



Wie hat sich die Anzahl der ehrenamtlich Engagierten in Deinem Verein in den letzten 2 Jahren entwickelt?

Abbildung 8



3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball



Wie stark treffen die derzeit hohen Energiepreise deinen Verein?

Abbildung 9

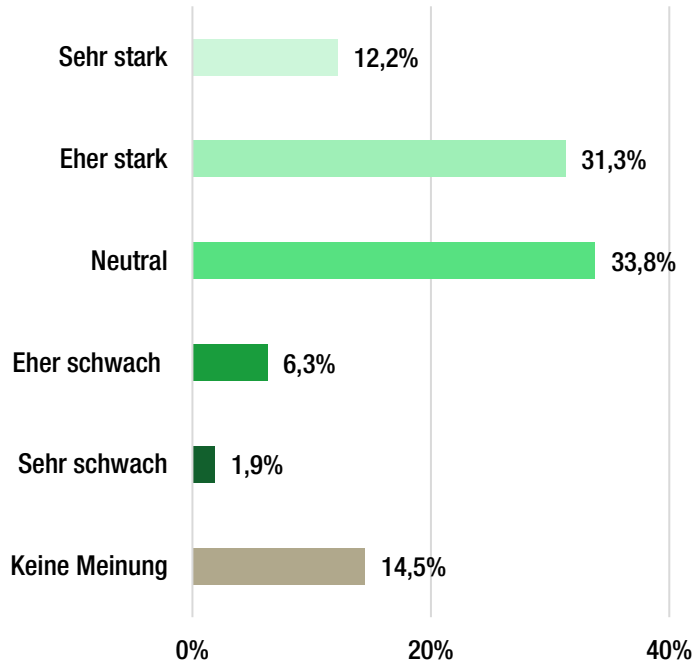
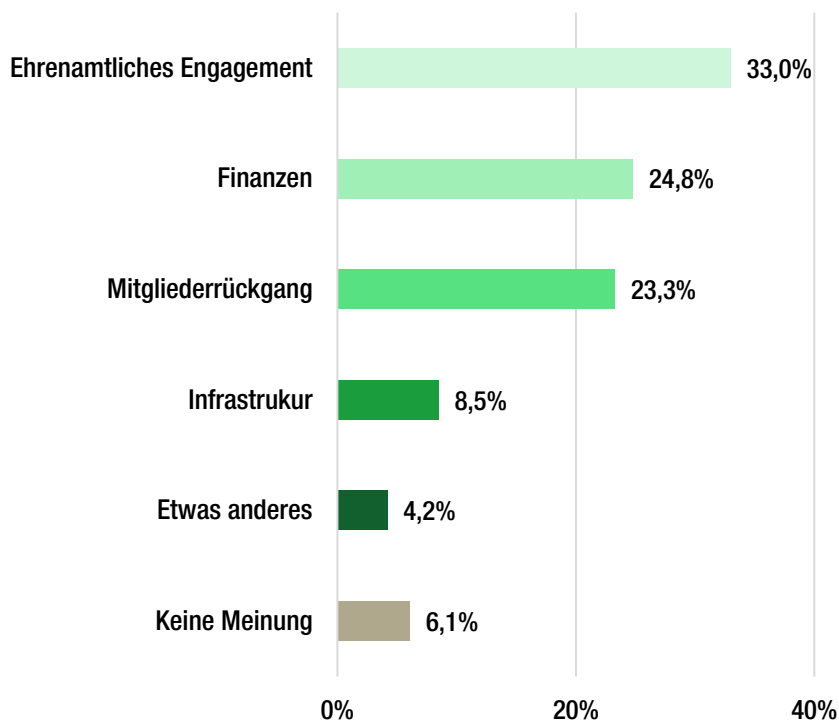


Abbildung 10

Was ist in dieser Saison die größte Herausforderung für die Amateurvereine in Deutschland?



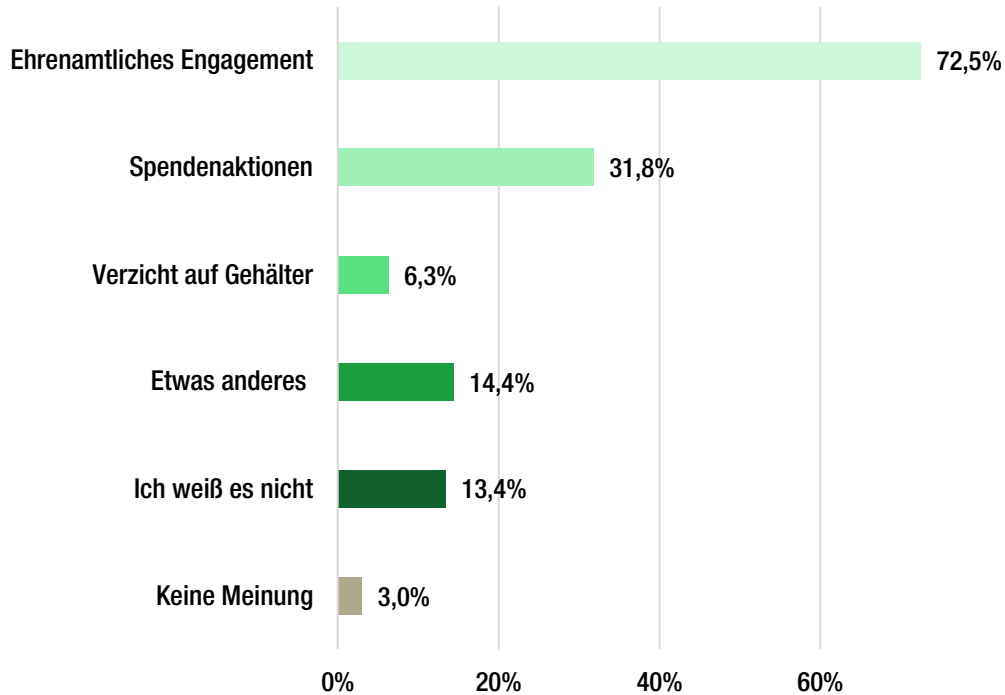
3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball



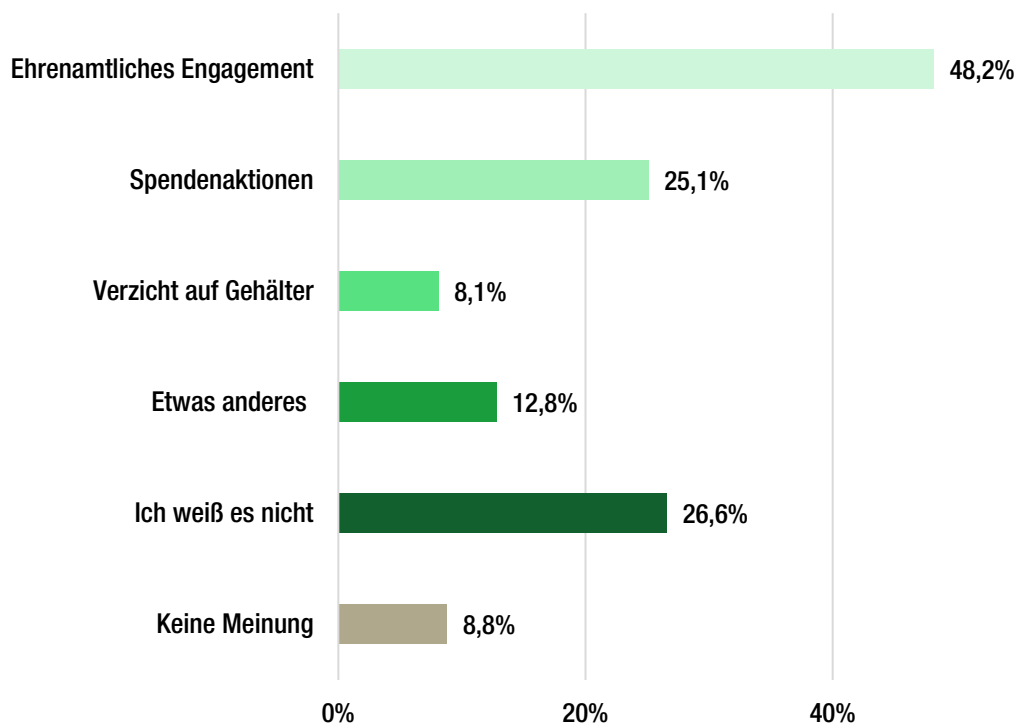
In welchen Bereichen benötigt dein Verein in der aktuellen Situation Unterstützung durch Mitglieder:innen und Mitarbeiter:innen?

Abbildung 11



In welchen Bereichen hat dein Verein in der aktuellen Situation Unterstützung durch Mitglieder:innen und Mitarbeiter:innen erhalten?

Abbildung 12



3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball

Das sagen die Fans:

In welchen Bereichen benötigt dein Verein in der aktuellen Situation Unterstützung durch Mitglieder:innen und Mitarbeiter:innen?



EHRENAMT IST UNBEZAHLBAR
DANKE FÜR EUREN EINSATZ!

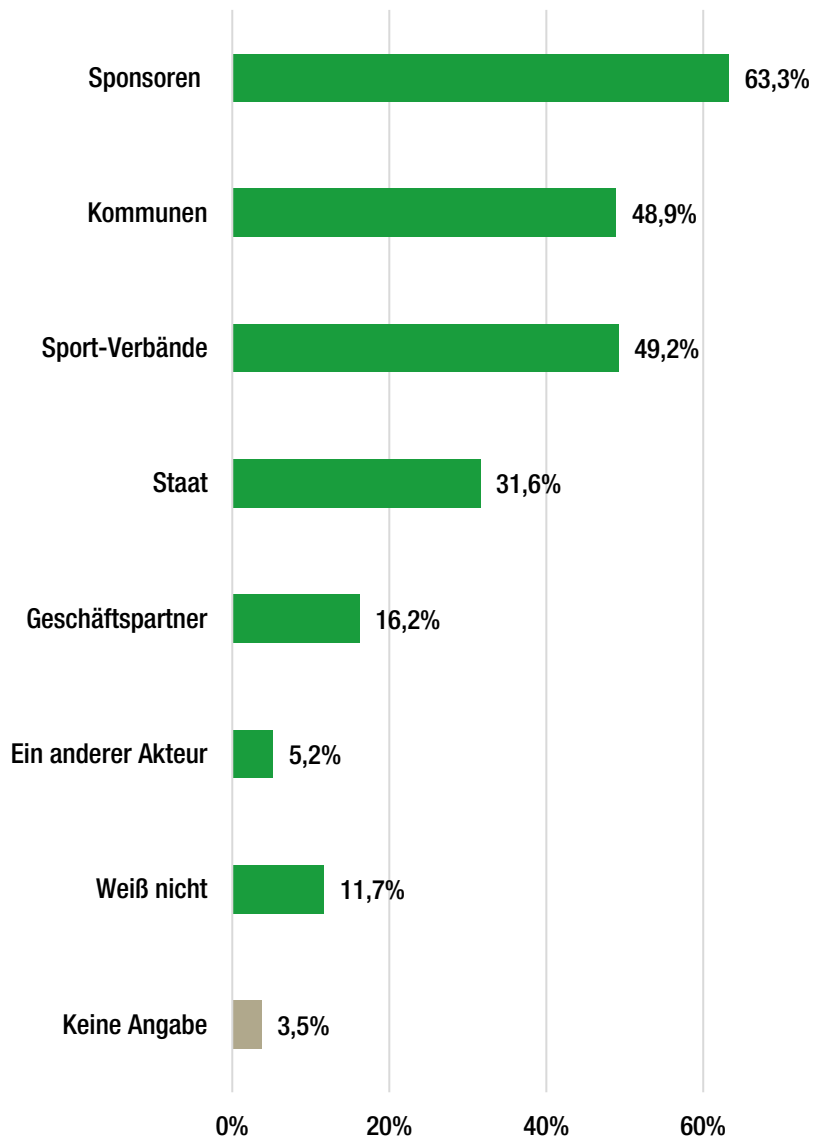
Ehrenamtliches Engagement
72,5%

3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball

Von welchen anderen Akteuren benötigt dein Verein in der aktuellen Situation Unterstützung?

Abbildung 13

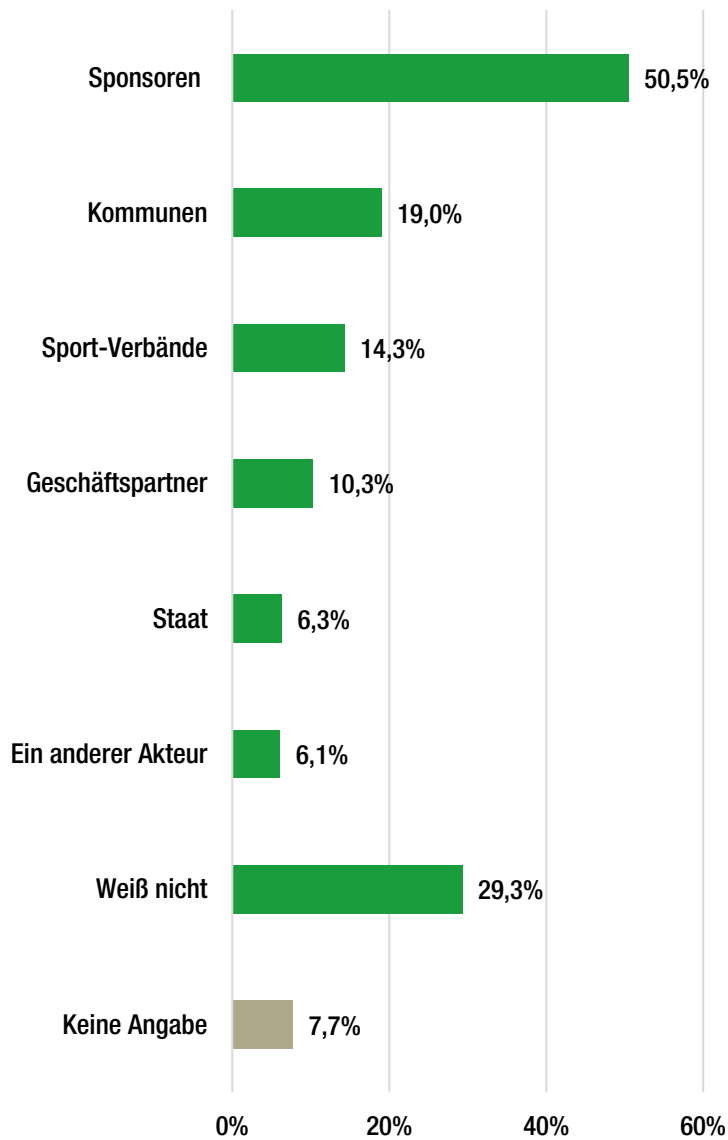


3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball

Von welchen anderen Akteuren hat dein Verein in der aktuellen Situation Unterstützung erhalten?

Abbildung 14

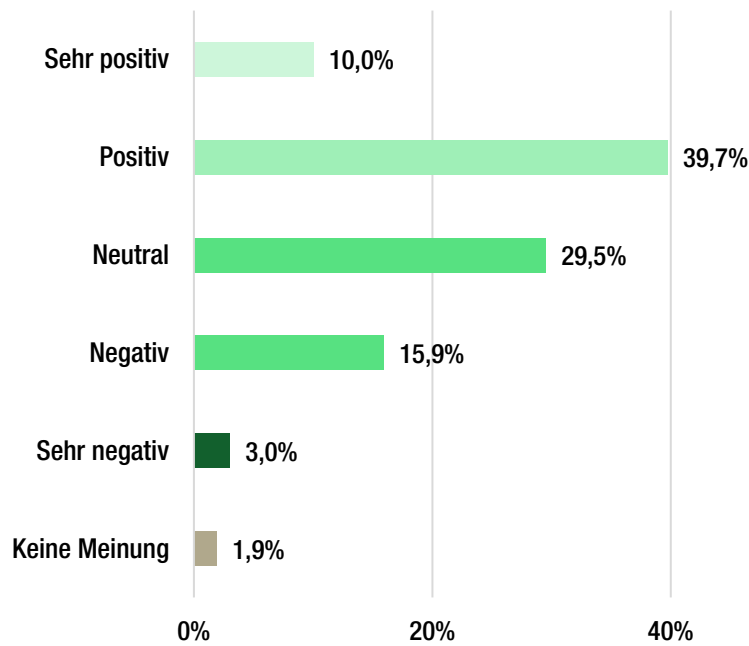


3. Darstellung der Ergebnisse

3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball

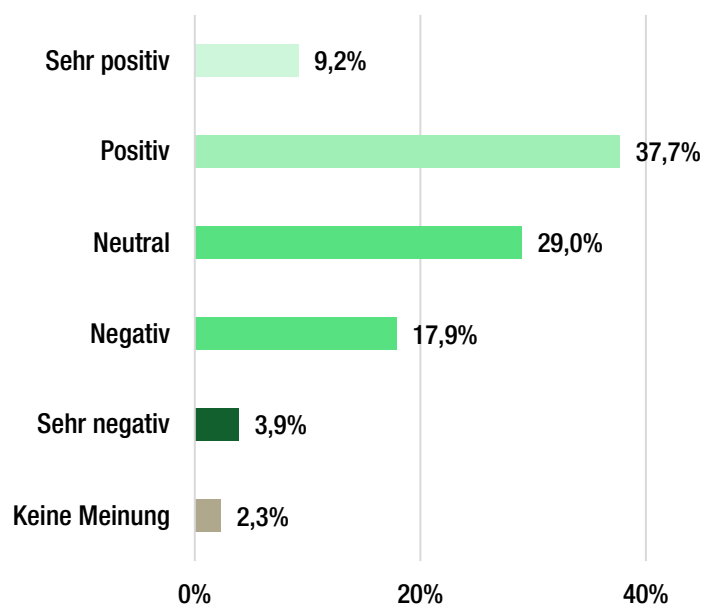
Wie beurteilst Du die gegenwärtige Lage Deines Amateurvereins insgesamt (Vereinsleben, Angebote, finanzielle Situation, Mitglieder:innen etc.)?

Abbildung 15



Wie sind Deine Erwartungen für Deinen Amateurverein insgesamt mit Blick auf die nächsten 12 Monate (Vereinsleben, Angebote, finanzielle Situation, Mitglieder:innen etc.)?

Abbildung 16





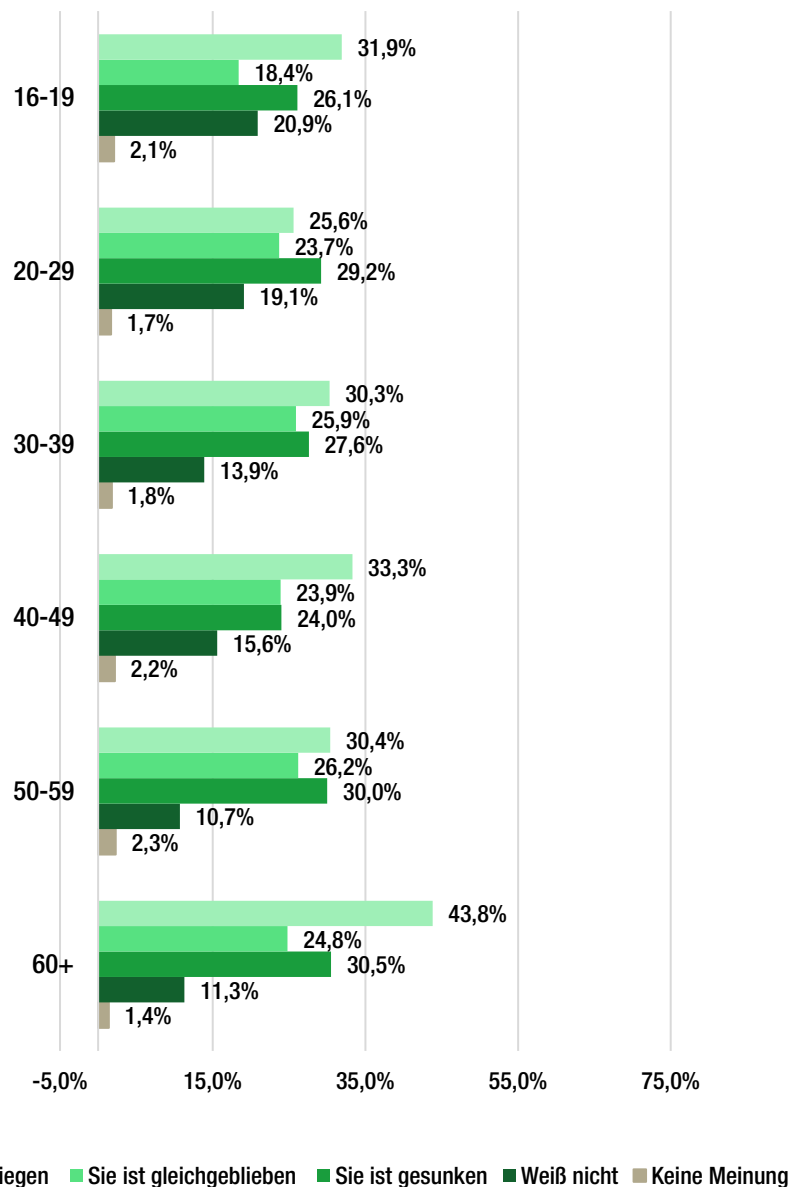
Differenzierung der Ergebnisse

4. Differenzierung der Ergebnisse

In weiteren Analysen werden die Gesamtergebnisse unter Berücksichtigung verschiedener soziodemographischer und verhaltensbezogener Splitvariablen (z.B. Alter, Geschlecht, Sportart, Vereinszugehörigkeit, Ehrenamtlichkeit und Zuschauer:in bei Amateurspielen) differenziert. Auf den folgenden Seiten werden ausgewählte Ergebnisse dargestellt.

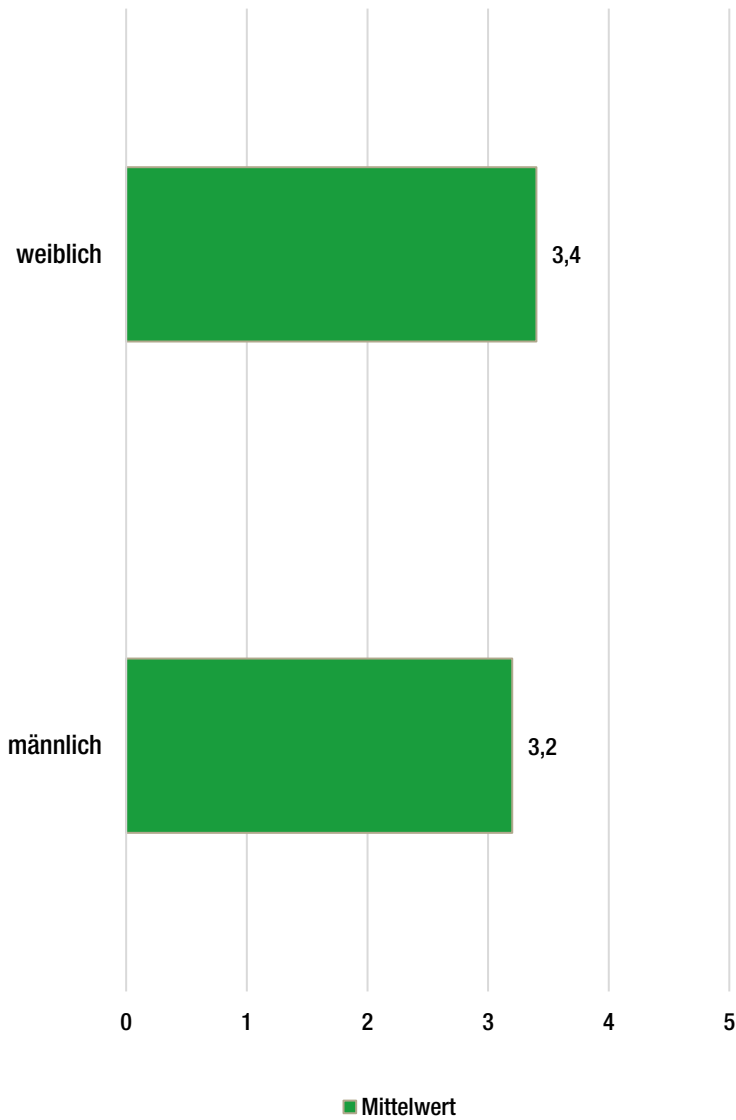
Wie hat sich die Anzahl der Mitglieder:innen in Deinem Verein in den letzten 2 Jahren entwickelt?

Abbildung 17



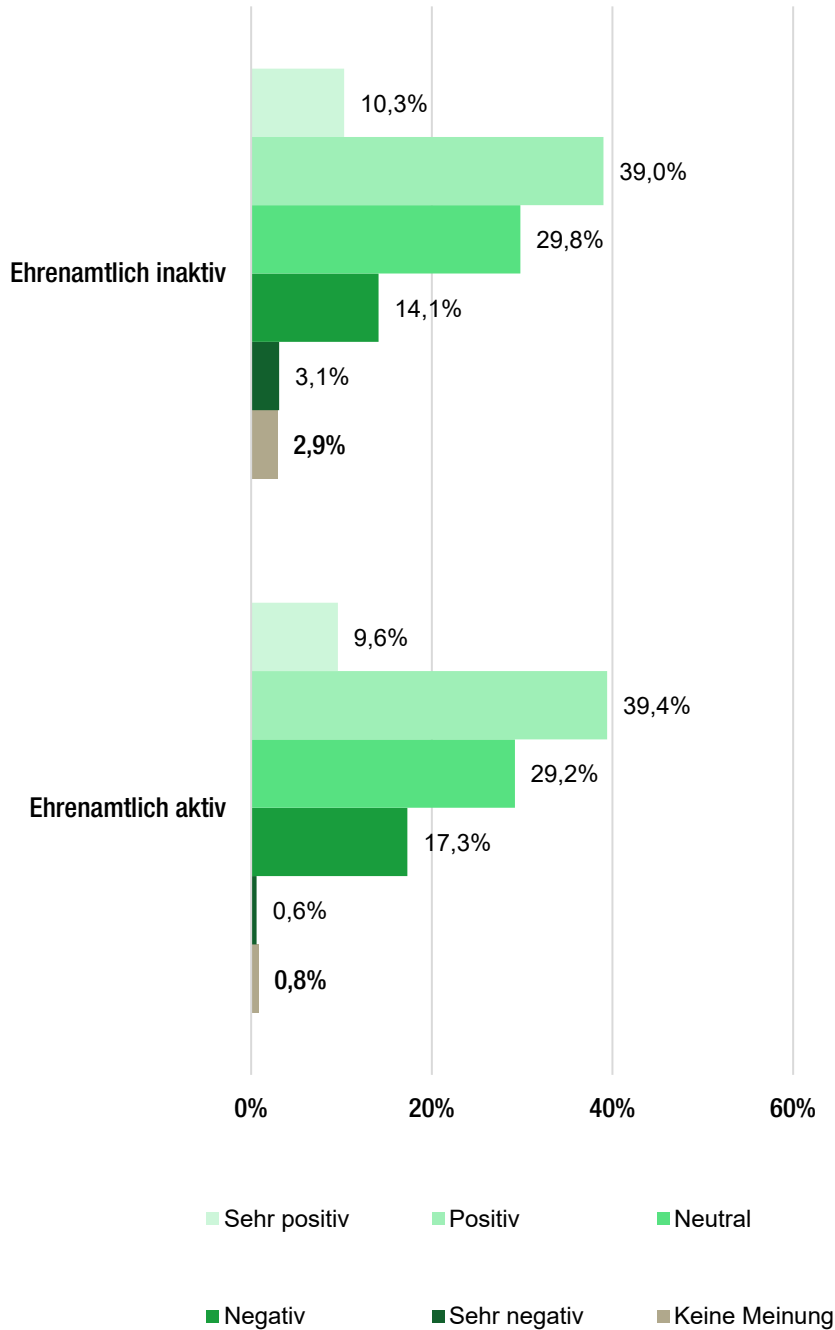
4. Differenzierung der Ergebnisse

Wie zufrieden bist du mit den digitalen Angeboten Deines Amateurveins? *Abbildung 18*



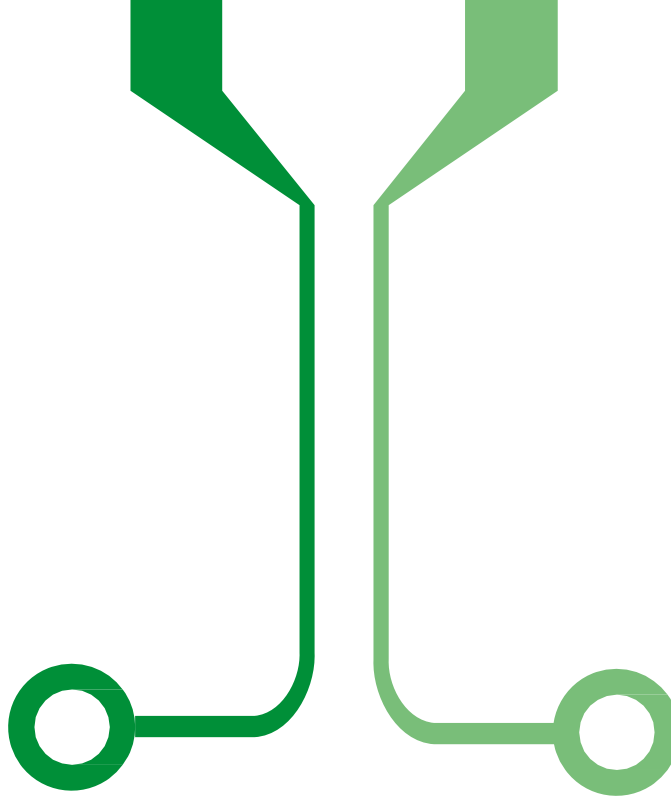
4. Differenzierung der Ergebnisse

Wie beurteilst Du die gegenwärtige Lage Deines Amateurvereins insgesamt (Vereinsleben, Angebote, finanzielle Situation, Mitglieder:innen etc.)? **Abbildung 19**





Zusammenfassung



Bedeutung des Amateurfußballs

Der Amateursport hat in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert und gerade der Fußball nimmt in diesem Kontext mit aktuell 7,3 Mio. DFB-Mitgliedern eine besondere Rolle ein. Dies unterstreicht die Frage nach der Wichtigkeit des Amateursports, wo 55,2% der Befragten für „sehr wichtig“ abstimmen und 38,2% für „wichtig“.

Der soziale Aspekt (86,4%), der sportliche Aspekt (75,6%) und der gesundheitliche Aspekt (51,2%) wurden dabei als wichtigste Beweggründe identifiziert, warum Amateurfußball betrieben wird.

Bei der Frage, wie sich die Bedeutung des Amateurfußballs in den letzten 2 Jahren verändert hat, zeigen die Ergebnisse, dass dieser für die meisten nach wie vor eine gleichbleibende Bedeutung hat (28,4%). Für 22,1 % der Fans ist die Wichtigkeit des Amateurfußballs sogar „etwas gestiegen“ und für 21,2 % „stark gestiegen“.

Auffälligkeiten hinsichtlich der Bedeutung des Amateurfußballs gibt es zudem bei der Differenzierung des Alters. Dort wird ersichtlich dass die Wichtigkeit des Amateurfußballs vor allem bei der jüngeren Altersgruppe (16-19 Jahre) zugenommen hat.

Bezüglich der Mitgliederzahlen in den Amateurfußballvereinen stellen die Befragten in den letzten 2 Jahren eher einen Zuwachs (30,6 %) als eine Abnahme fest (26,9 %), 23,5 % berichten von gleichbleibenden Zahlen.

Aktuelle Herausforderungen im Amateurfußball

Gerade durch die letzten Jahre steht der Amateurfußball vor großen Herausforderungen. Alleine 40,3% der Befragten geben an, dass die Anzahl der ehrenamtlich Engagierten in ihrem Verein in den letzten 2 Jahren gesunken sei. Dabei werden diese unbedingt benötigt, um die Vereine aufrecht erhalten zu können. 72,5% der Fans sind davon überzeugt, dass ehrenamtliches Engagement gerade jetzt in ihrem Verein gebraucht werde.

Zu kämpfen haben Vereine auch mit den ansteigenden Energiepreisen. 31,3 % vertreten die Meinung, dass diese ihren Verein eher stark treffen würden, 12,3 % sprechen in diesem Zusammenhang sogar von einer sehr starken Belastung.

Nach Ansicht der Befragten benötigen die Vereine deshalb Unterstützung von anderen Akteuren. In erster Linie werden in diesem Kontext Sponsoren (63,3 %), Sport-Verbände (49,2 %), die Kommunen (48,9 %), der Staat (31,6 %) sowie Geschäftspartner (16,2 %) genannt.

Insgesamt fällt die Erwartungshaltung der Fans für ihren Amateurfußballverein in Sachen Vereinsleben, Angebote, finanzielle Situation und Mitglieder: innen mit Blick auf die nächsten 12 Monate positiv (37,7 %) oder sogar sehr positiv aus (9,2 %).



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.



&



SpielerPlus

&



Autor*innen:

Dr. Joachim Lammert
Prof. Dr. Axel Faix
Prof. Dr. Harald Lange
Wilke de Boer

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!

**Fachhochschule
Dortmund**

University of Applied Sciences and Arts

