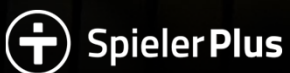




## ***Amateurvolleyball in der Krise?***



Eine Studie aus Perspektive der  
Amateurvolleyballer:innen in Deutschland

## ***Über die Studie***












In den letzten drei Jahren hatte auch der Amateurvolleyball keine einfache Zeit. Durch die Corona-Krise mussten die Vereine sportartenübergreifend große Herausforderungen bewältigen. Außerdem haben viele Amateurvevereine 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 Amateurvolleyballer: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 Amateurvolleyballs 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 Amateurvevereine in Deutschland und von welchen Akteuren benötigen die Vereine besonders Unterstützung?

Antworten auf diese und weitere Fragen liefert die vorliegende FanQ-Studie zum Amateurvolleyball 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 Amateurvolleyball	12
	3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball	16
	4. Differenzierung der Ergebnisse	23
	5. Zusammenfassung	27
	6. Kontakt	29
	7. Über FanQ	31



*Methodik*

# 1. Methodik



Die Ergebnisse dieser Studie basieren auf einer Online-Befragung (CAWI), die über 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 1.016 Personen an der Erhebung, die zu einer repräsentativen Stichprobe der Amateurvolleyballer:innen 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 in den Bewertungen der Fans nach Altersgruppen deutlich werden).

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

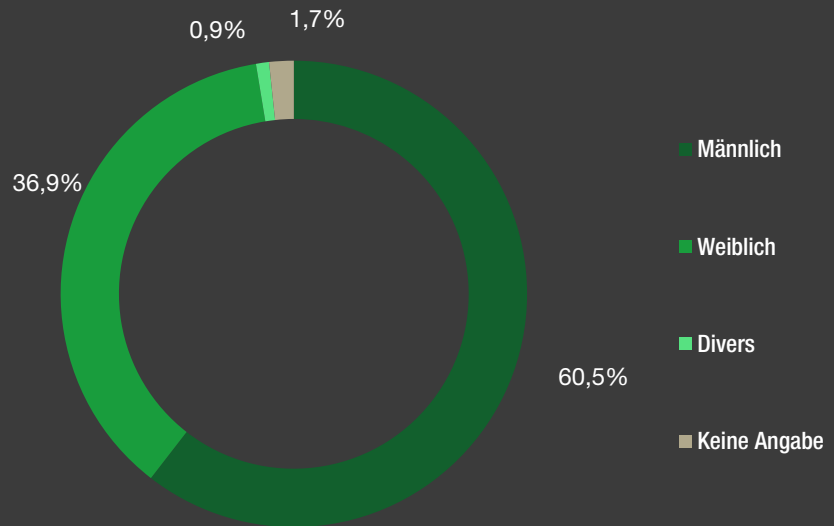


***Soziodemografische und verhaltensbezogene  
Merkmale***

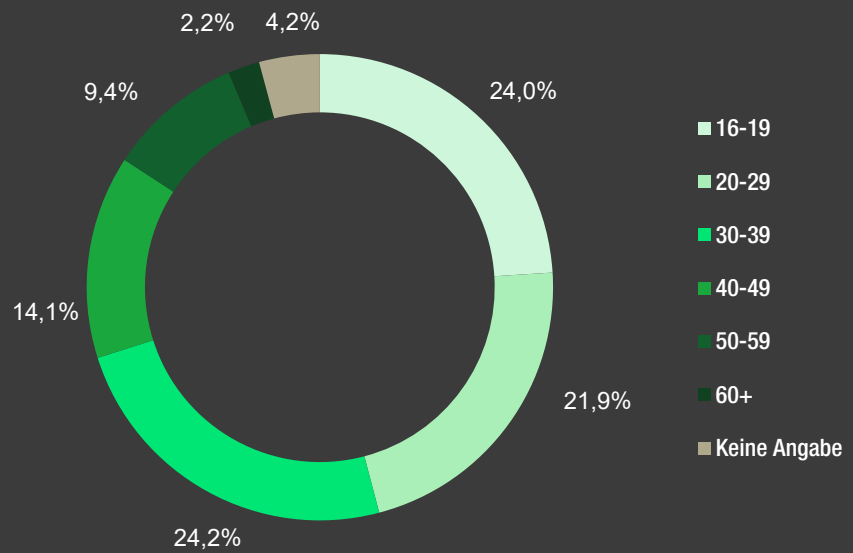
## 2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



*Geschlecht*



*Alter*

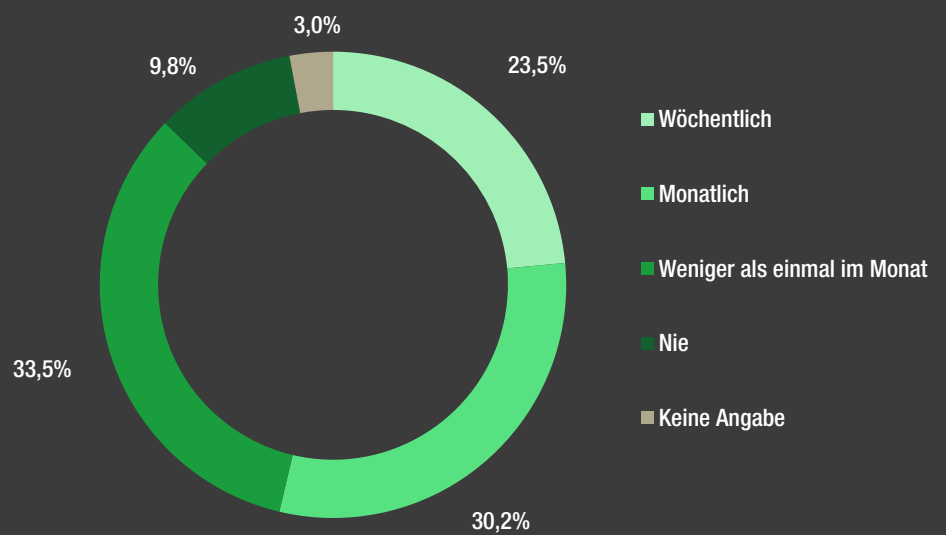




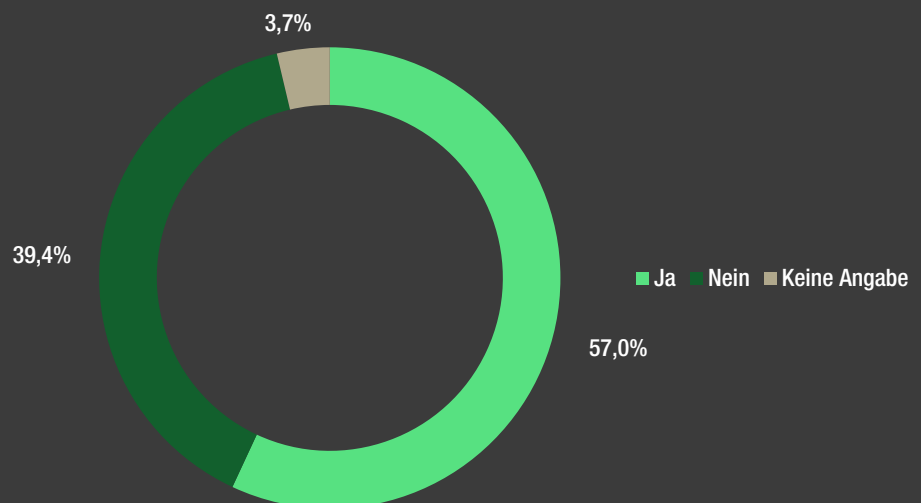
## 2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



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



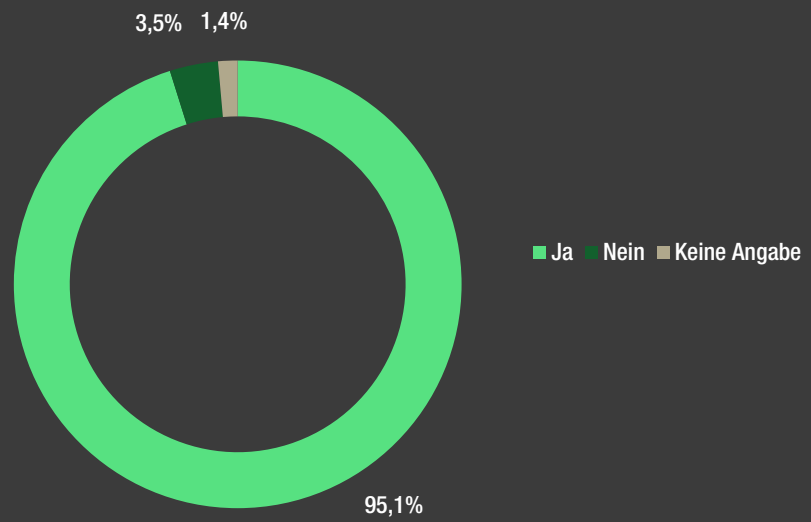
Ehrenamtlichkeit im Verein



## 2. Soziodemografische und verhaltensbezogene Merkmale



### Sport im Verein





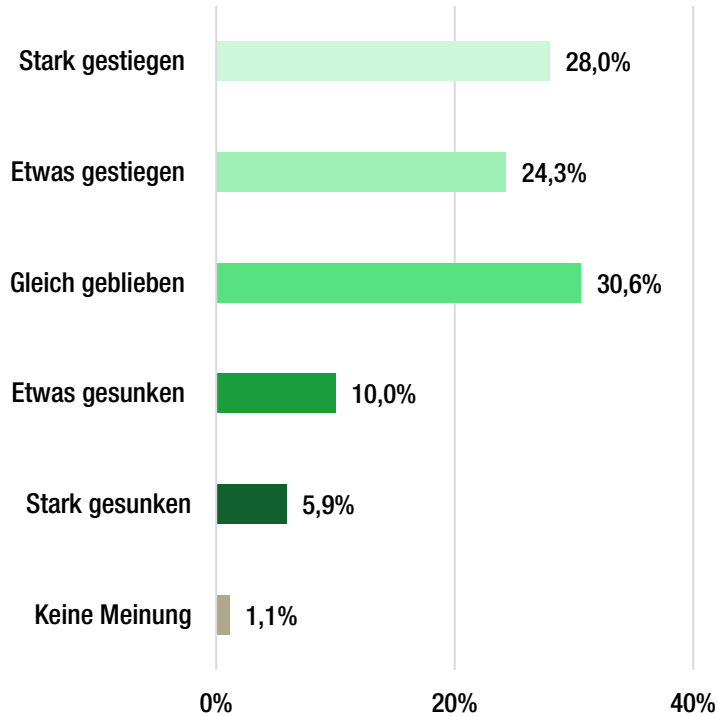
*Darstellung der Ergebnisse*

### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.1 Bedeutung Amateurvolleyball

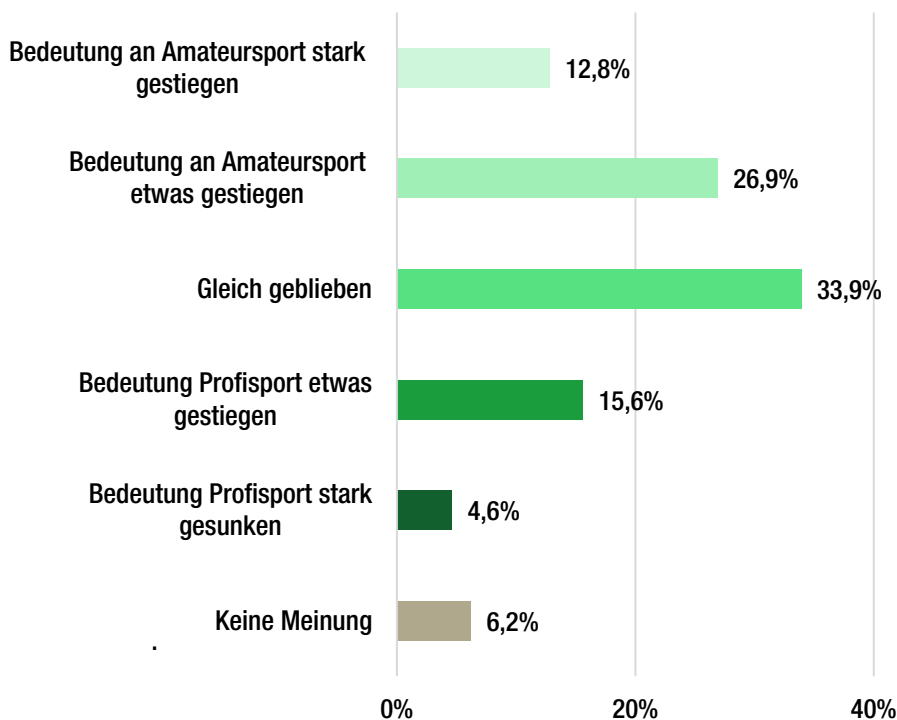
Wie hat sich die Bedeutung des Amateurvolleyballs für Dich in den letzten zwei Jahren verändert?

Abbildung 1



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

Abbildung 2

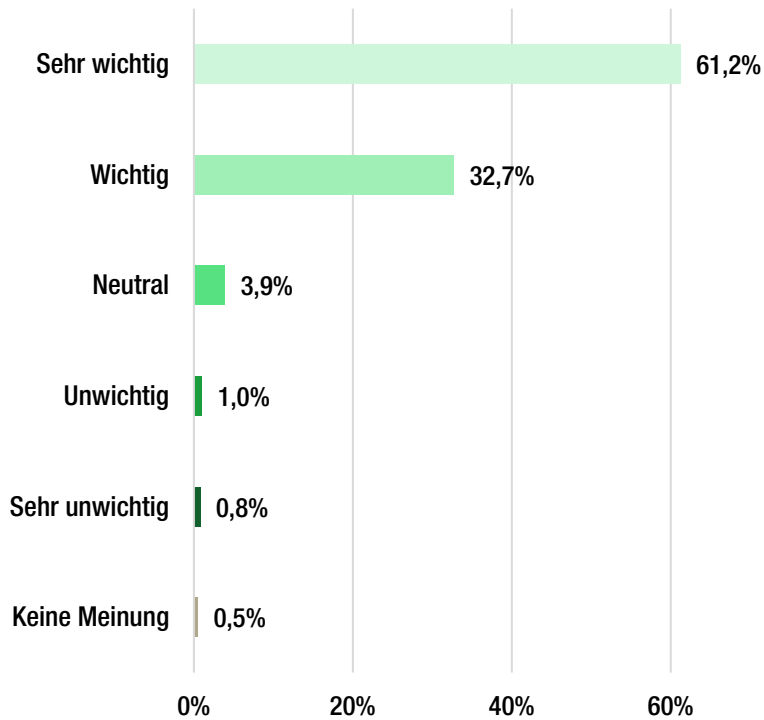


### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.1 Bedeutung Amateurvolleyball

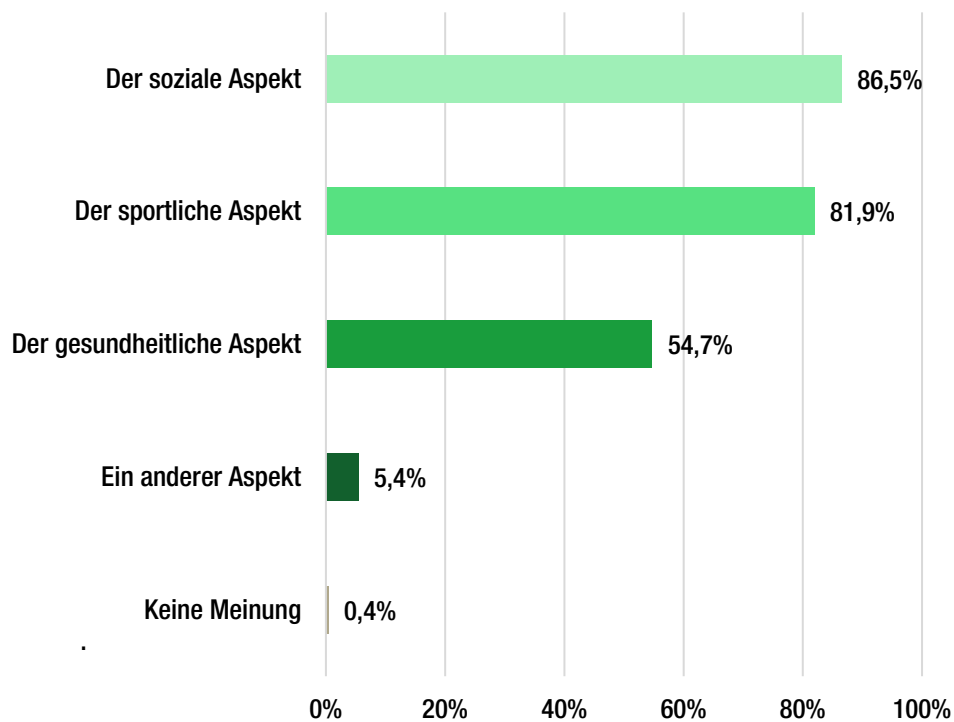
Wie wichtig ist der Amateurvolleyball für Dich insgesamt?

Abbildung 3



Was sind für Dich wichtige Aspekte des Amateurvolleyballs?

Abbildung 4



### **3. Darstellung der Ergebnisse**

#### **3.1 Bedeutung Amateurvolleyball**

**Das sagen die Fans:**

**Wie wichtig ist der Amateurvolleyball für Dich insgesamt?**

**Sehr wichtig 61,2%**

**Wichtig 32,7%**

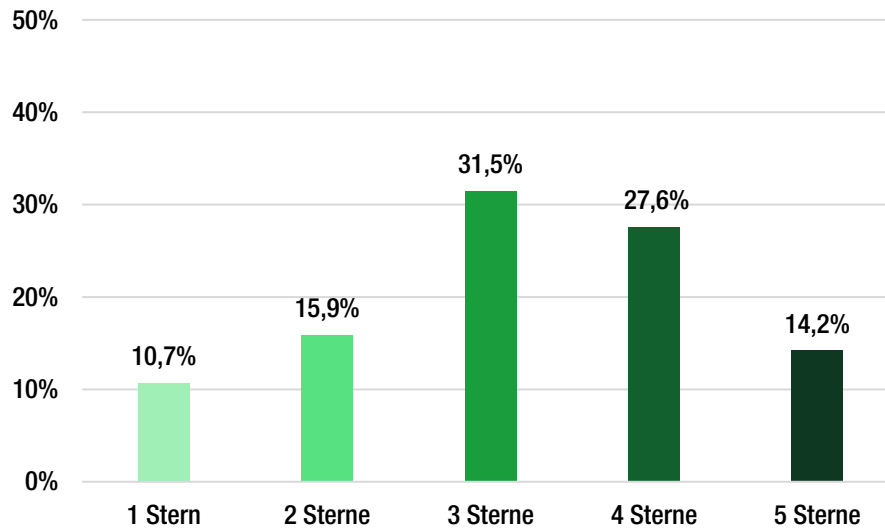
### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.1 Bedeutung Amateurvolleyball

Wie zufrieden bist du mit den digitalen Angeboten Deines Amateurveins?

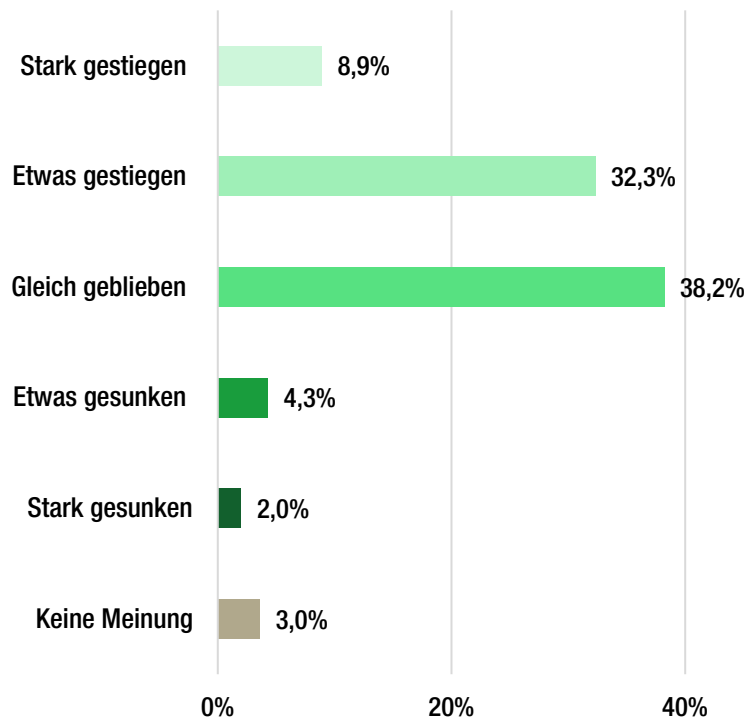
Abbildung 5

$\bar{x} = 3,27$



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

Abbildung 6

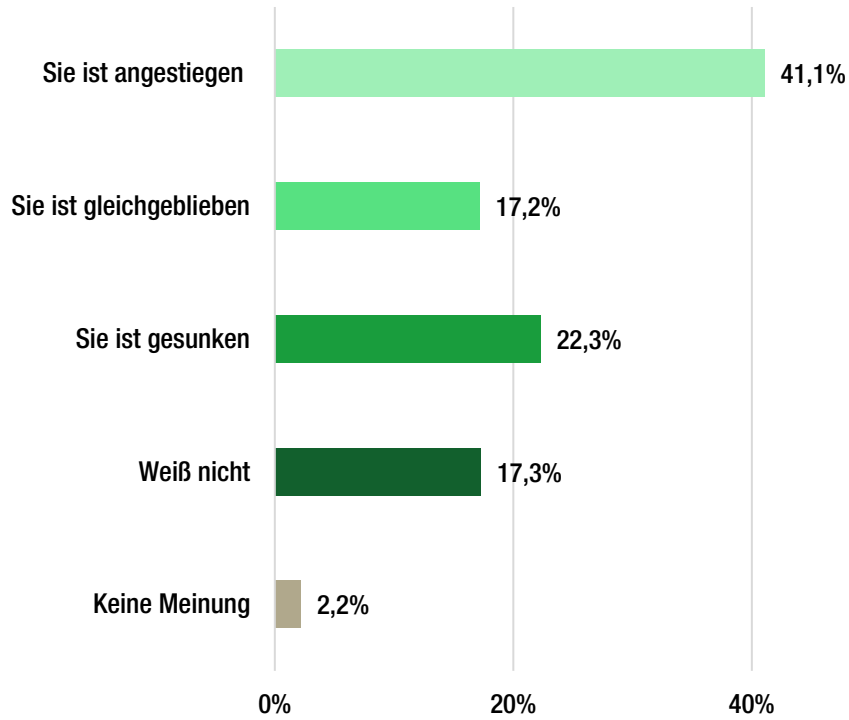


### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball

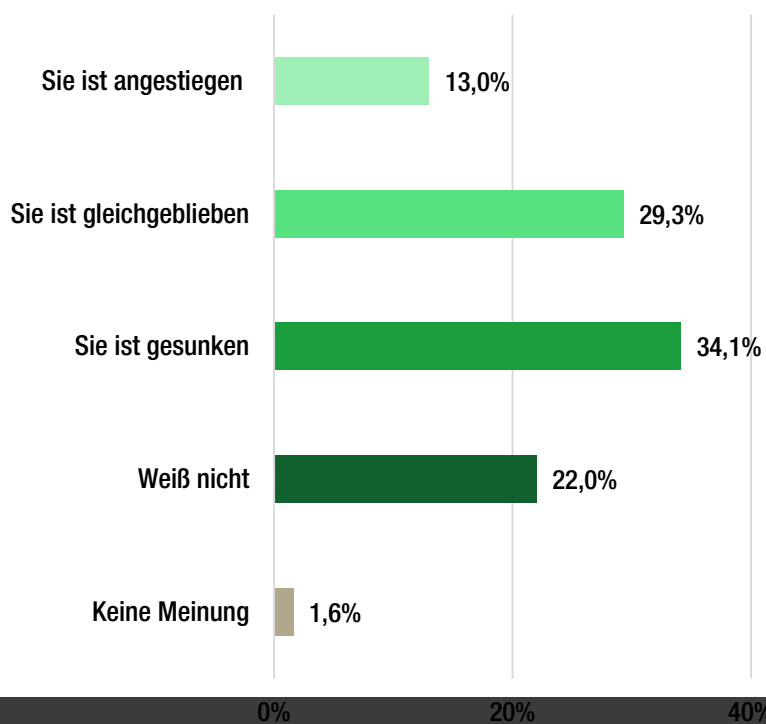
Wie hat sich die Anzahl der Mitglieder:innen in Deinem Verein in den letzten 2 Jahren entwickelt?

Abbildung 7



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

Abbildung 8





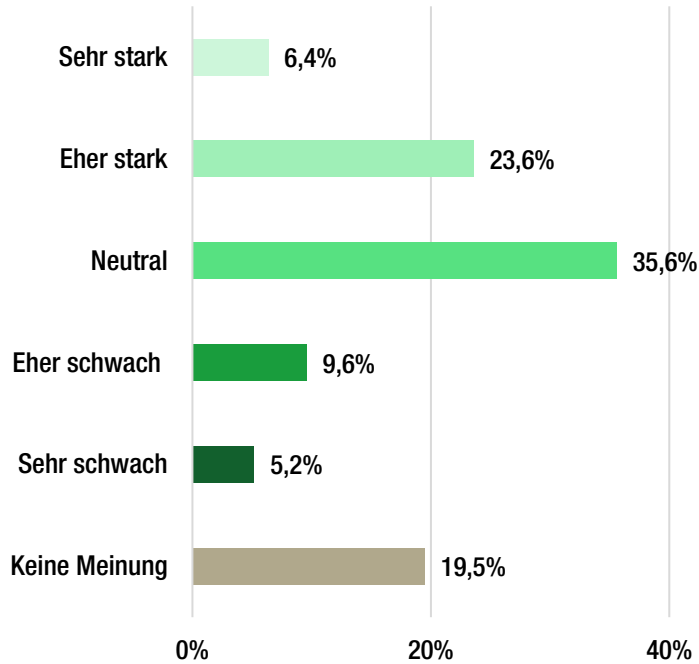
### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball



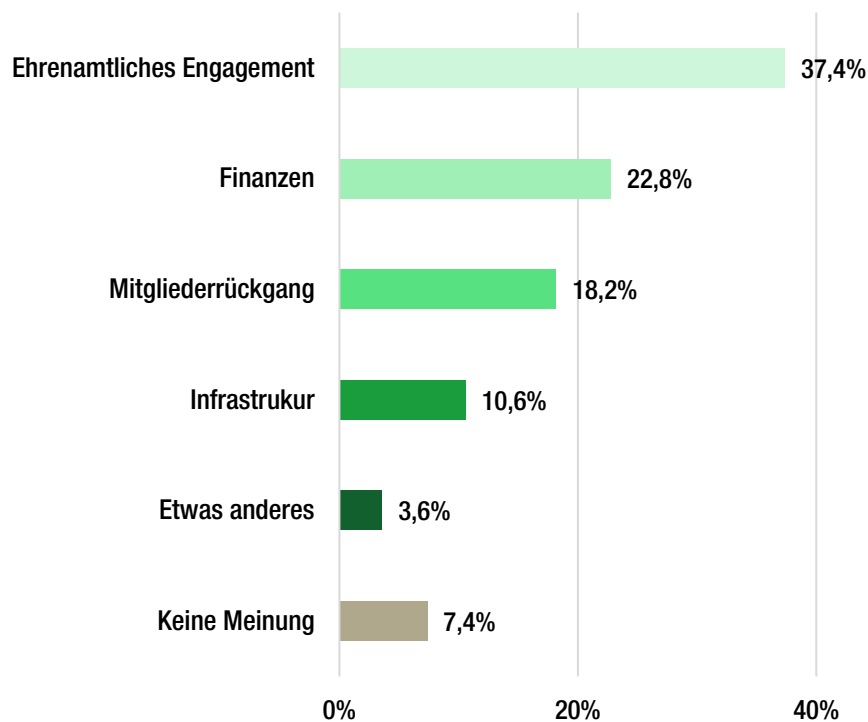
Wie stark treffen die derzeit hohen Energiepreise deinen Verein?

Abbildung 9



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

Abbildung 10



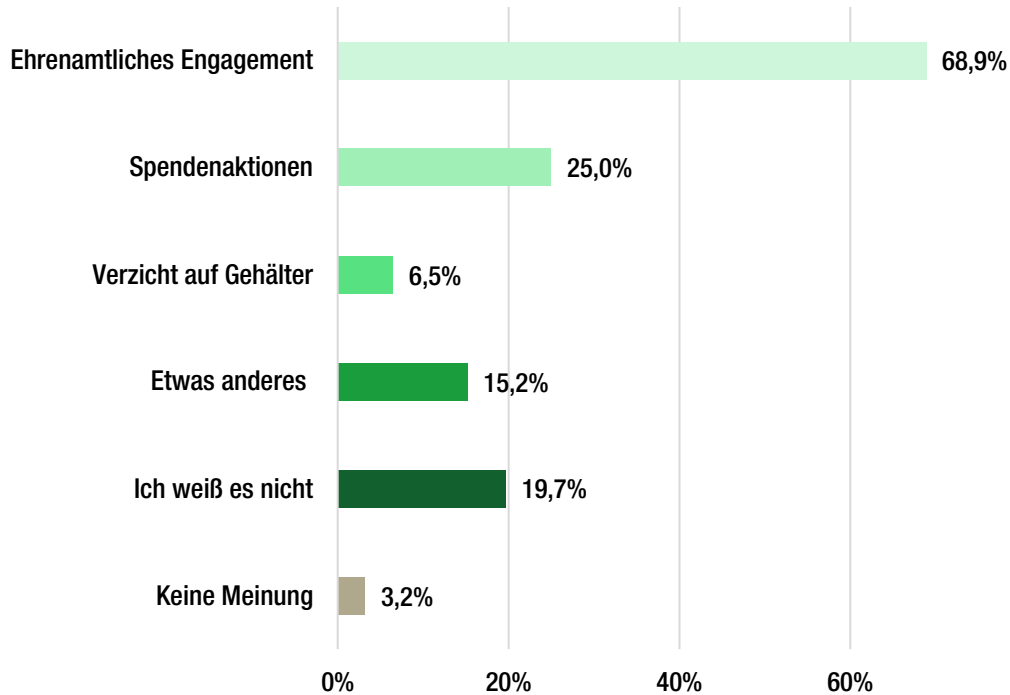
### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball



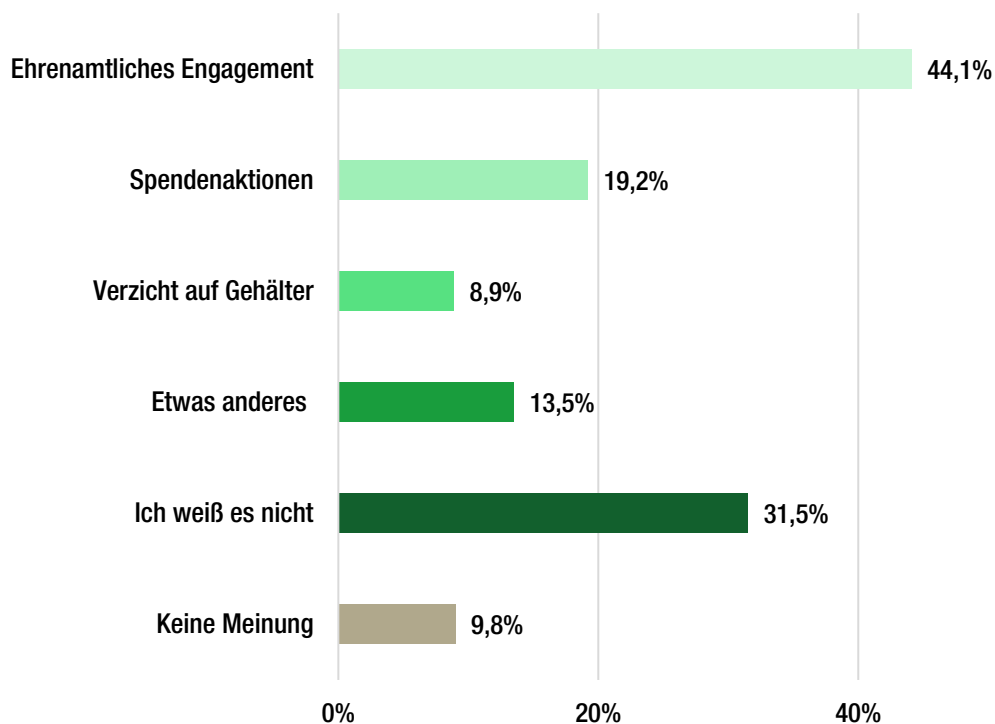
*In welchen Bereichen benötigt dein Verein in der aktuellen Situation Unterstützung durch Mitglieder:innen und Mitarbeiter:innen?*

Abbildung 11



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

Abbildung 12

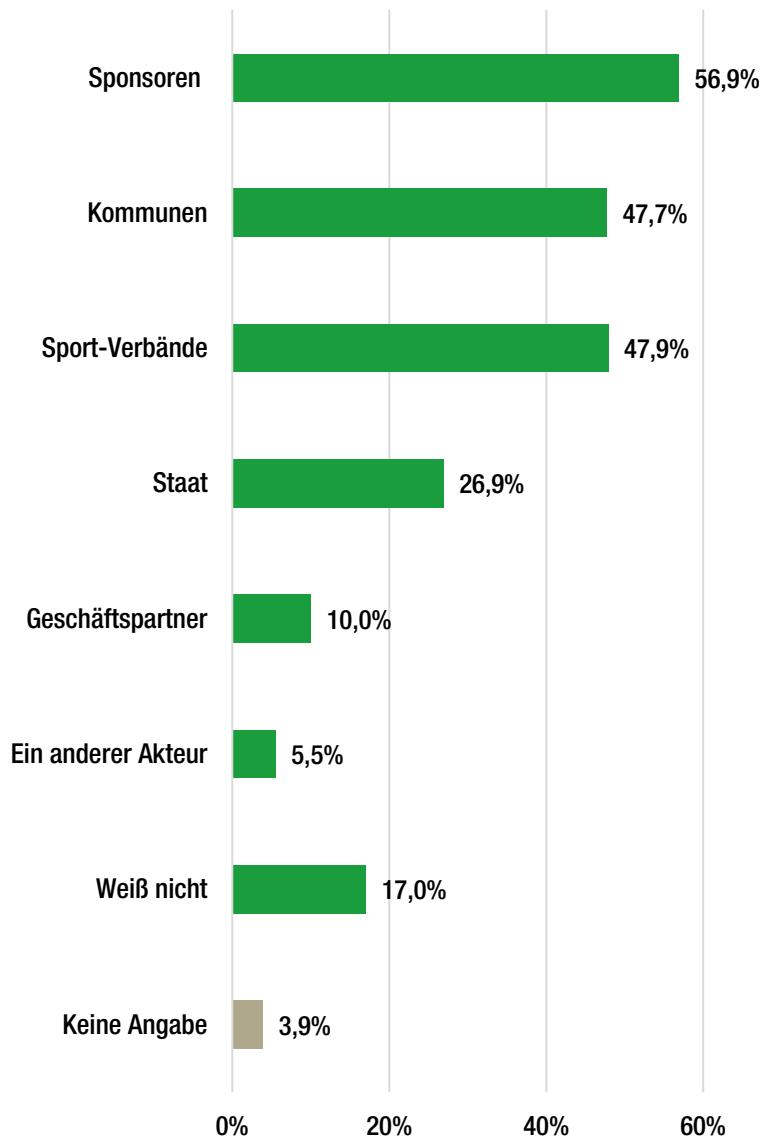


### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball

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

Abbildung 13



### **3. Darstellung der Ergebnisse**

#### **3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball**

**Das sagen die Fans:**

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

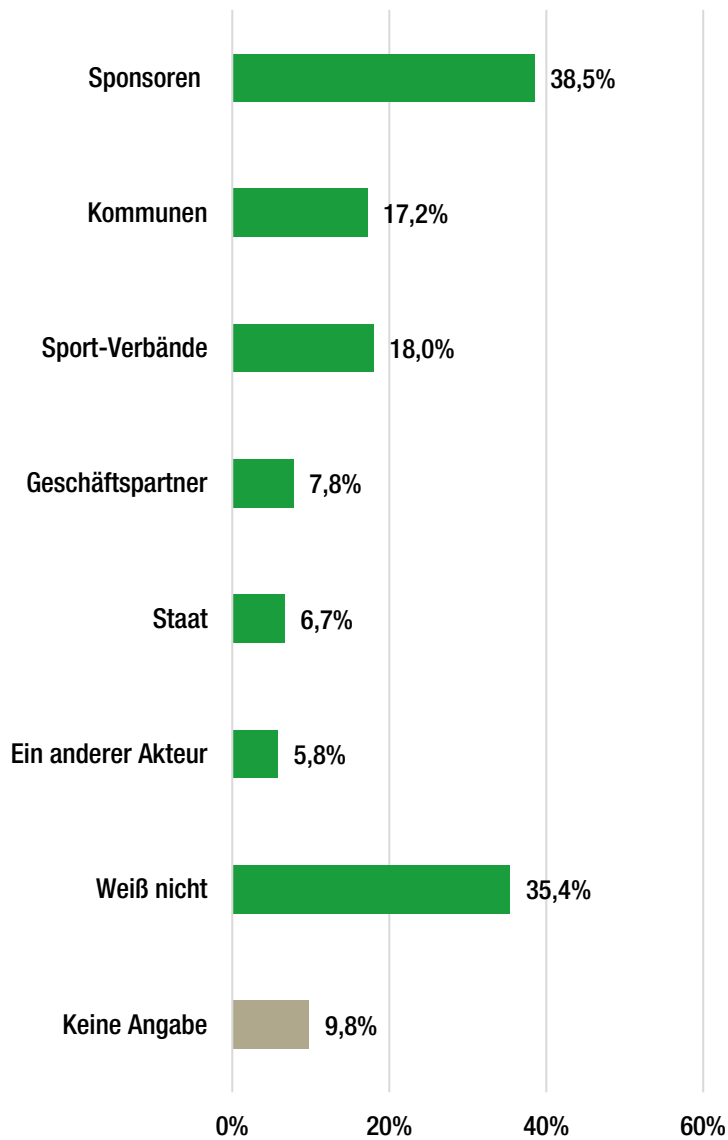
**Sponsoren 56,9%**

### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball

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

Abbildung 14

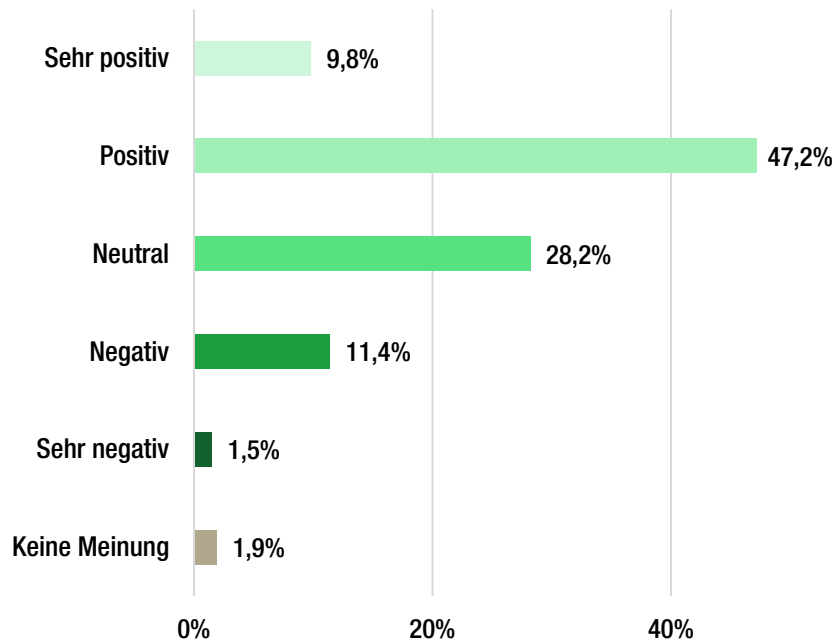


### 3. Darstellung der Ergebnisse

#### 3.2 Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball

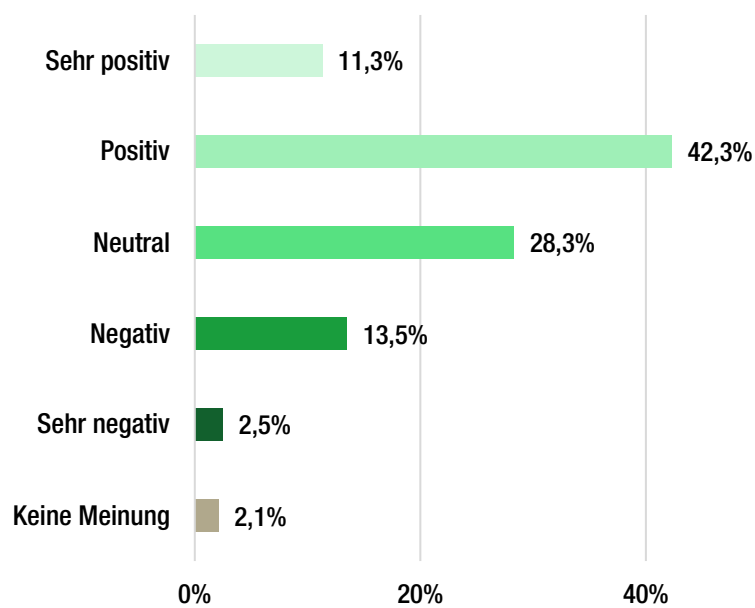
Wie beurteilst Du die gegenwärtige Lage Deines Amateurveins insgesamt (Vereinsleben, Angebote, finanzielle Situation, Mitglieder:innen etc.)?

Abbildung 15



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

Abbildung 16





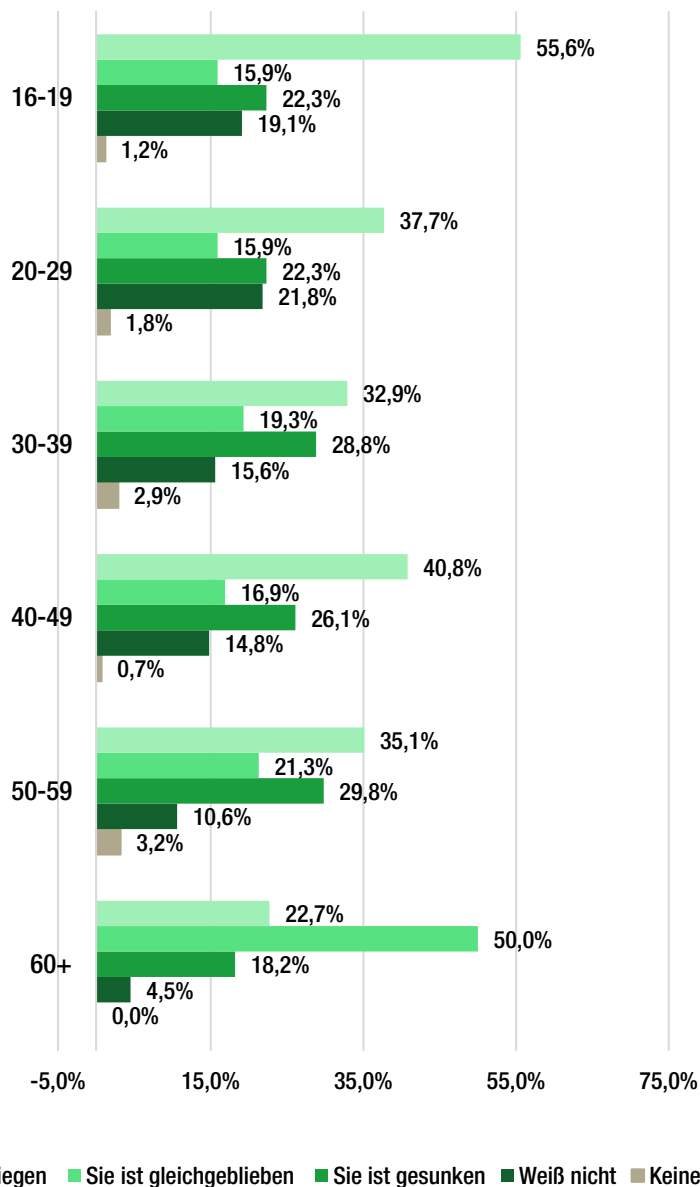
*Differenzierung der Ergebnisse*

## 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?**

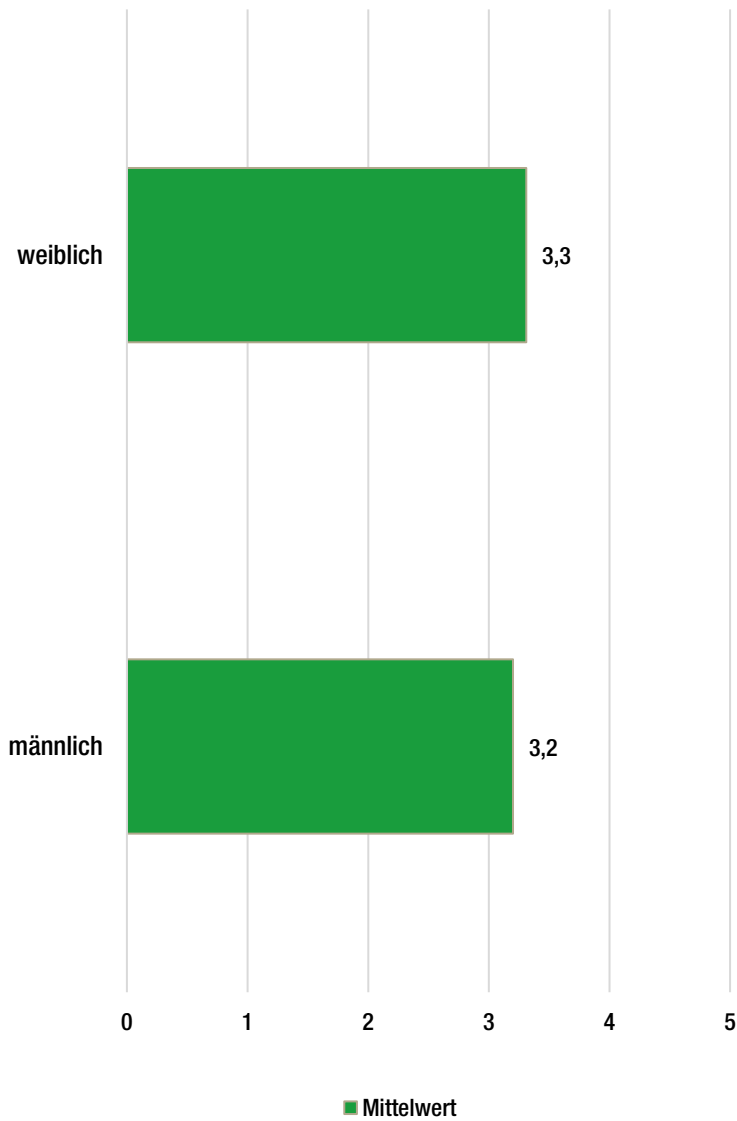
Abbildung 17





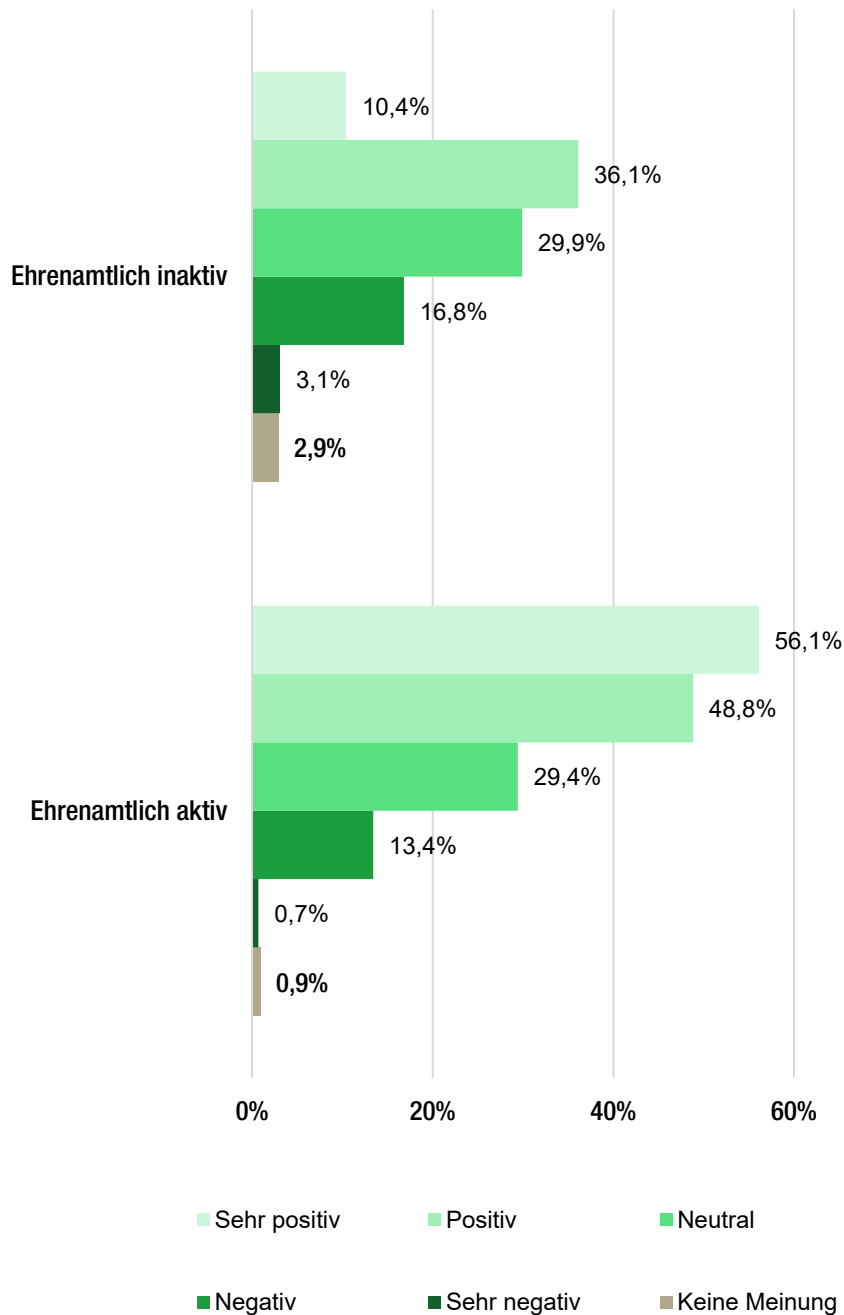
## 4. Differenzierung der Ergebnisse

Wie zufrieden bist du mit den digitalen Angeboten Deines Amateurvereins? **Abbildung 19**



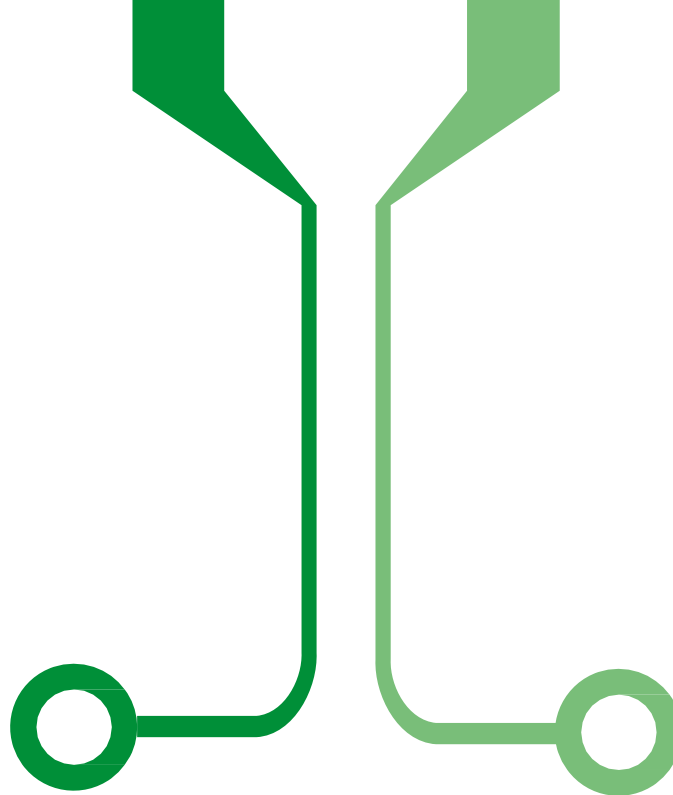
## 4. Differenzierung der Ergebnisse

Wie beurteilst Du die gegenwärtige Lage Deines Amateurvereins insgesamt (Vereinsleben, Angebote, finanzielle Situation, Mitglieder:innen etc.)? **Abbildung 18**





*Zusammenfassung*



### ***Bedeutung des Amateurvolleyballs***

Der Amateursport hat in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert und auch der Volleyball nimmt in diesem Kontext mit aktuell fast 400.000 DVV-Mitgliedern eine bedeutende Rolle ein. Dies unterstreicht die Frage nach der Wichtigkeit des Amateurvolleyballs, wo 61,2% der Befragten für „sehr wichtig“ abstimmen und 32,7 % für „wichtig“.

Der soziale Aspekt (86,5%), der sportliche Aspekt (81,9%) und der gesundheitliche Aspekt (54,7%) werden dabei als wichtigste Beweggründe identifiziert..

Bei der Frage, wie sich die Bedeutung des Amateurvolleyballs in den letzten 2 Jahren verändert hat, zeigen die Ergebnisse, dass dieser für viele nach wie vor eine gleichbleibende Bedeutung hat (30,6%).

Für 24,3 % der Fans ist die Wichtigkeit des Amateurvolleyballs „etwas gestiegen“ und für 28,0 % sogar „stark gestiegen“.

Auffälligkeiten hinsichtlich der Bedeutung des Amateurvolleyballs gibt es zudem bei der Differenzierung des Alters.

Dort wird ersichtlich, dass die Wichtigkeit des Amateurvolleyballs vor allem bei der jüngeren Altersgruppe (16-19 Jahre) zugenommen hat.

Bezüglich der Mitgliederzahlen in den Amateurvolleyballvereinen stellen die Befragten in den letzten 2 Jahren viel eher einen Zuwachs (41,1 %) als eine Abnahme fest (22,3%), 17,2 % berichten von gleichbleibenden Zahlen.

### ***Aktuelle Herausforderungen im Amateurvolleyball***

Gerade durch die letzten Jahre steht der Amateurvolleyball vor großen Herausforderungen. Alleine 34,1 % 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. 68,9 % der Fans sind davon überzeugt, dass ehrenamtliches Engagement gerade jetzt in ihrem Verein gebraucht werde.

Zu kämpfen haben Vereine auch mit den ansteigenden Energiepreisen. 23,6 % vertreten die Meinung, dass diese ihren Verein eher stark treffen würden, 6,4 % 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 (56,9 %), Sport-Verbände (47,9 %), die Kommunen (47,7 %), der Staat (26,9 %) sowie Geschäftspartner (10,0 %) genannt.

Insgesamt fällt die Erwartungshaltung der Fans für ihren Amateurverein in Sachen Vereinsleben, Angebote, finanzielle Situation und Mitglieder: innen mit Blick auf die nächsten 12 Monate positiv (42,3 %) oder sogar sehr positiv aus (11,3 %).



LI  
ces



**GENERALI**  
Solutions d'assurances

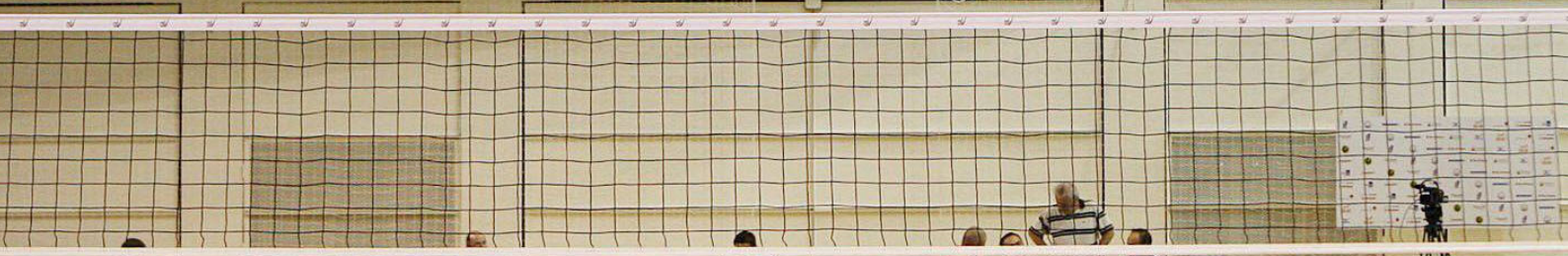
**STADE  
CHARLETY**



**MAIRIE DE PARIS**



**GENERALI**  
Solutions d'assurances



Avec le concours de GPMA

**PARIS**



 **GENERALI**  
Solutions d'assurances

Avec le concours de GPMA

 **île de France**

 **GENE**  
Solutions d'

## Ihre Ansprechpartner



**Dr. Joachim Lammert**

*Geschäftsführer bei FanQ, vormals Fachgebiet Sportmanagement der Uni Leipzig*

*Mail: [joachim.lammert@fanq.com](mailto:joachim.lammert@fanq.com)*

**Kilian Weber**

*Geschäftsführer bei FanQ, vormals Referent der Geschäftsführung bei Dynamo Dresden*

*Mail: [kilian.weber@fanq.com](mailto: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.



SpiererPlus



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

