



# Eine Untersuchung zu Clubmitgliedschaften der Bundesligavereine

In Zusammenarbeit mit  
Ralf Leister & FussballWirtschaft  
Zusammenarbeit vom 3. Juli bis 20. Juli 2019





## Über die Studie

Insgesamt sind über eine Millionen Fans Mitglied bei einem Bundesliga-Verein in Deutschland. Den größten Anteil daran hat der FC Bayern mit 290.000 Mitgliedern. Doch wieso entschließen sich viele Fans dazu Mitglieder zu werden und manche nicht? Was unterscheidet die Mitglieder von anderen Fußballbegeisterten? FanQ hat über 1000 Personen zu diesen Themen befragt und so die Gründe und Meinungen der Fans zu den Mitgliedschaften bei ihren Lieblingsvereinen analysiert.





## Studienformate von FanQ

### Einwurf:

Im Fußball zeichnet sich der Einwurf dadurch aus, dass der Ball aus dem Seitenaus ins Spiel gebracht wird. Es bedarf keines Anpfeiffs durch den Schiedsrichter und ermöglicht den Mannschaften das Spiel schnell zu machen. Getreu nach diesem Vorbild möchten wir mit unserem Studiendesign „Einwurf“ schnell auf die aktuellen Geschehnisse im Fußball reagieren und eure Meinung dazu einholen. Es handelt sich dabei um eine kurze Studie, die euch eine starke Stimme zu aktuellen Themen gibt!



### Anstoß:

Wie beim Fußball bringt der „Anstoß“ den Ball ins Rollen. Mit diesem Studiendesign wollen wir die Schnittstelle zwischen euch, den Fans auf der einen und den Vereinen und Verbänden auf der anderen Seite, bilden. Monatlich werden wir euch zu einem aktuellen, in der Redaktion sorgfältig geplanten Thema befragen, um so einen möglichst großen Einfluss auf Vereine und Verbände zu erwirken. Denn wir sind das Sprachrohr der Fans!



### Big Point:

Der „Big Point“ ist eine umfassende Studie zu von uns ausgewählten Themen rund um den Fußball. Sie komplettiert die anderen Formate „Einwurf“ und „Anstoß“ und ermöglicht uns ein umfassendes Meinungsbild von euch Fans nach außen zu transportieren. Durch tieferegehende Datenanalysen stellen wir Zusammenhänge und Unterschiede zwischen den verschiedenen Meinungen heraus, um so das Produkt Fußball nachhaltig zum Positiven zu beeinflussen. Für einen Fußball, bei dem die Meinung der Fans nicht ignoriert, sondern berücksichtigt wird!





# Inhalt

|  |    |
|--|----|
| Methodik   | 5  |
| 1. Darstellung der Ergebnisse                          | 6  |
| 1.1 Transparenz der Beiträge und Service               | 6  |
| 1.2. Ticketvorkaufsrecht und Stimmrecht                | 7  |
| 1.3. Clubverbundenheit und Vorteile der Mitgliedschaft | 8  |
| 1.4. Gründe für und gegen die Mitgliedschaft           | 9  |
| 1.5. Interesse an einer Clubmitgliedschaft             | 10 |
| 1.6. Mitgliedsbeiträge                                 | 11 |
| 1.7 Unterschiede der Mitglieder und Nicht-Mitglieder   | 13 |
| 2. Soziodemografische Einordnung                       | 15 |
| 3.1. Geschlecht und Alter                              | 15 |
| 3.2. Stadionbesuche & Bereiche im Stadion              | 15 |
| 3.3. Auswärtsspiele und Anzahl Spiele insgesamt        | 16 |
| 3.4. Ort der Profi-Spiele                              | 16 |
| 3. Zusammenfassung                                     | 17 |
| 4. Kontakt   | 18 |





## Methodik

Im Zeitraum vom 03.07.2019 bis zum 20.07.2019 hat das Unternehmen FanQ eine Umfrage zum Thema Clubmitgliedschaften durchgeführt. Insgesamt haben 1034 Fans teilgenommen. Das Design der Studie beinhaltet zwei unterschiedliche Formen der Fragestellung. Zum einen ein Multiple-Choice-Format und zum anderen ein Bewertungsschema nach Sternen. Bei dem Bewertungsschema nach Sternen kann durch die Vergabe von maximal fünf Sternen über die Ausprägung bestimmter Sachverhalte abgestimmt werden. Hierbei steht ein Stern für eine besonders negative und fünf Sterne für eine besonders positive Bewertung.



# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.1. Transparenz der Beiträge und Service



### Wie wichtig ist dir Transparenz bei der Verwendung der Beiträge?

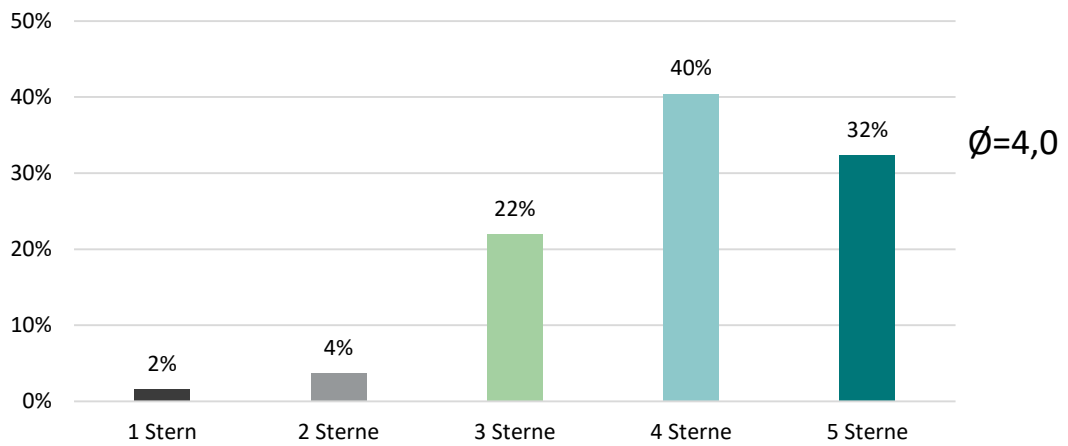


Abb. 1: Transparenz der Beiträge

### Wie wichtig ist dir ein guter Service zur Bearbeitung von Mitgliederbelangen?

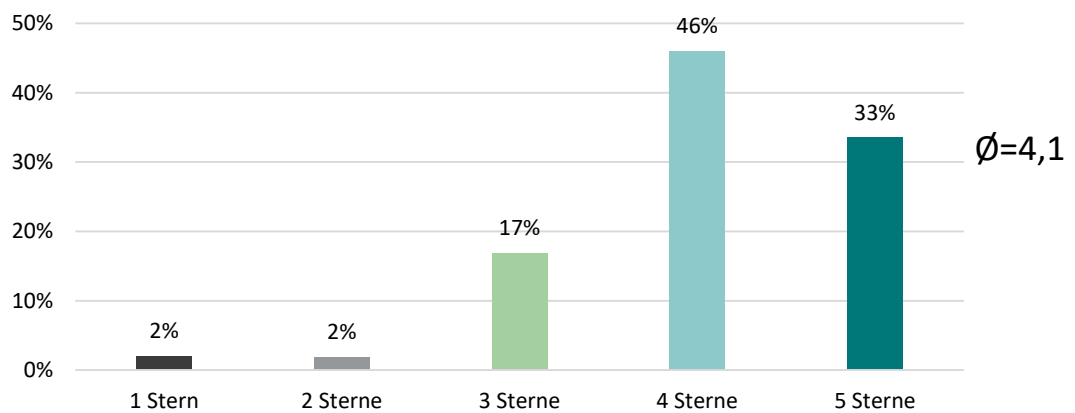


Abb. 2: Service bei Mitgliederbelangen



Den Fans legen sowohl auf eine offene Kommunikation der Verwendung von Mitgliederbeiträgen Wert, als auch auf einen angemessenen Service bei Anliegen der Mitglieder.



# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.2. Ticketvorkaufsrecht und Stimmrecht



### Wie wichtig ist dir die Möglichkeit, durch eine Mitgliedschaft einfacher Tickets zu bekommen?

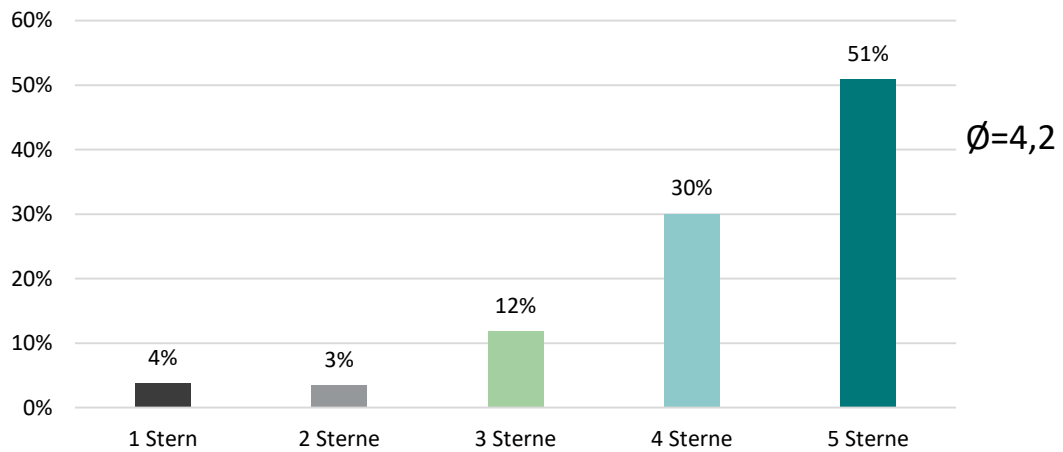


Abb. 3: Ticketvorkaufsrecht

### Wie wichtig ist dir die Möglichkeit, durch eine Mitgliedschaft ein Stimmrecht im Verein zu bekommen?

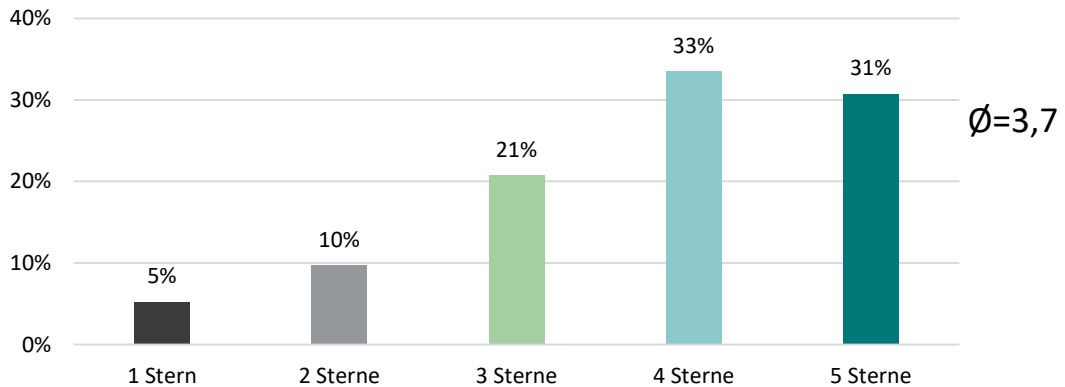


Abb. 4: Stimmrecht



Eine der höchsten Bewertungen erhielt das Vorkaufsrecht auf Tickets für Mitglieder, im Gegensatz dazu ist den Fans das Stimmrecht unter den genannten Kategorien am unwichtigsten. Dennoch legen die Fans mit einer Bewertung von durchschnittlich 3,7 von fünf Sternen Wert auf das Stimmrecht.



# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.3. Clubverbundenheit und Vorteile der Mitgliedschaft



### Wie wichtig ist dir die Möglichkeit, durch eine Mitgliedschaft deine Clubverbundenheit auszudrücken?

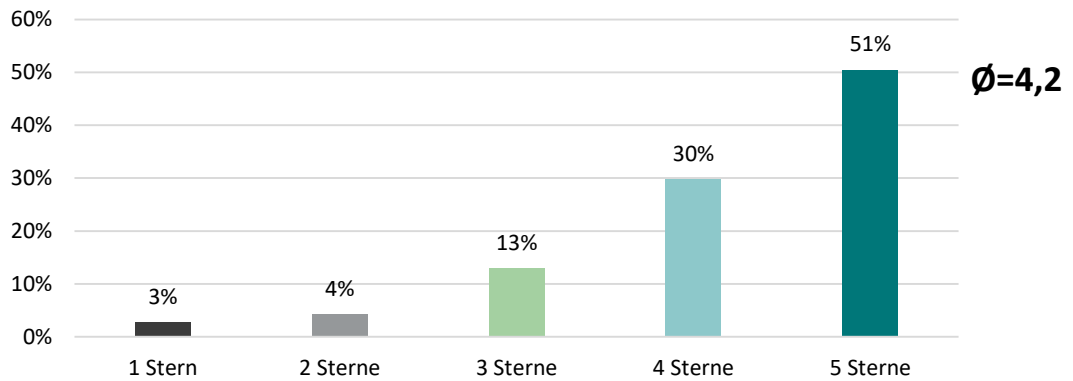


Abb. 5: Clubverbundenheit

### Welcher Vorteil einer Mitgliedschaft ist oder wäre dir am wichtigsten?

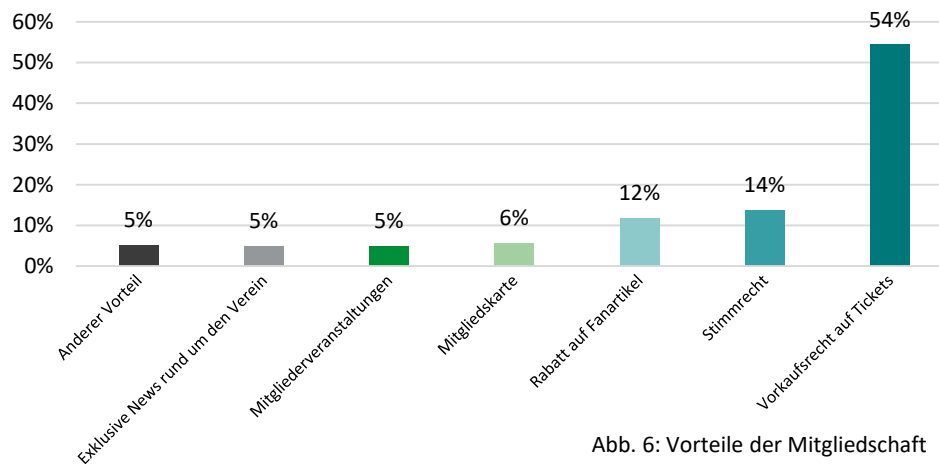


Abb. 6: Vorteile der Mitgliedschaft



Zusammen mit dem Vorkaufsrecht auf Tickets erhielt der Ausdruck von Vereinsverbundenheit die höchste Bewertung der Fans, sodass diese Faktoren mit 4,2 von fünf Sternen als wichtigste Aspekte der Clubmitgliedschaft angesehen werden. Ergänzend dazu wird das Vorkaufsrecht auch von 54% der Befragten als bedeutendster Faktor einer Mitgliedschaft genannt.





# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.4. Gründe für und gegen die Mitgliedschaft



### Was war der Hauptgrund dafür, dass du Mitglied geworden bist ?

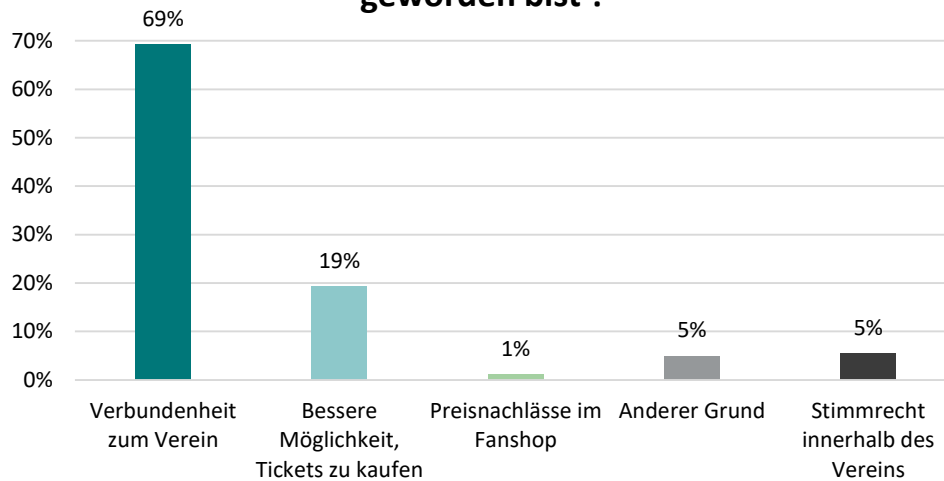


Abb. 7: Hauptgrund der Mitgliedschaft

### Was ist der Hauptgrund dafür, dass du kein Mitglied bist?

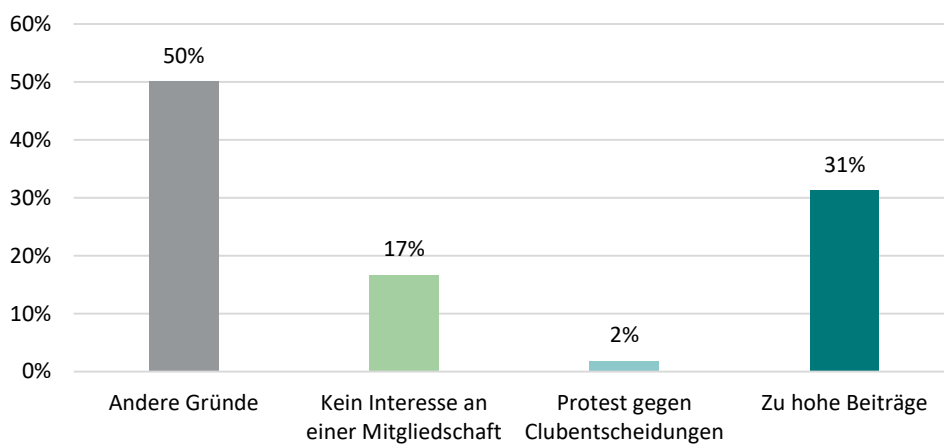


Abb. 8: Hauptgrund gegen die Mitgliedschaft



Mit einer deutlichen Mehrheit von fast 70% stellt der Ausdruck von Verbundenheit zum Verein den wichtigsten Faktor des Beitritts einer Clubmitgliedschaft dar. Fast 20% sehen das Vorkaufsrecht auf Tickets als den Hauptgrund an.

Gründe gegen eine Mitgliedschaft stellen mit 31% zu hohe Beiträge und für 17% fehlendes Interesse dar. Die Hälfte der Befragten gibt allerdings an, dass andere Gründe der Auslöser dafür sind, dass sie noch kein Mitglied in ihrem Verein sind.



# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.5. Interesse an einer Clubmitgliedschaft

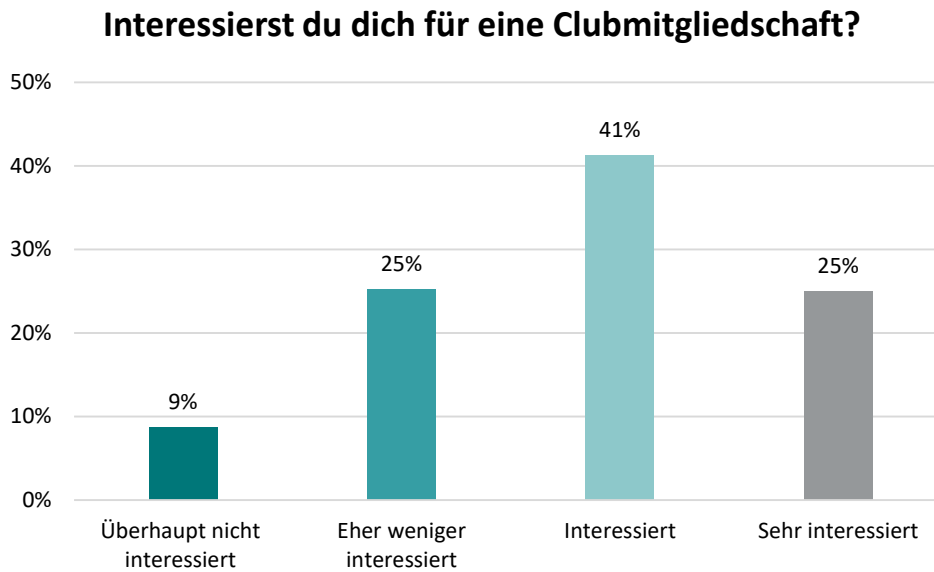


Abb. 9: Interesse an Mitgliedschaft

### Anteil der Fans, die sich für eine Mitgliedschaft interessieren

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Eintracht Frankfurt | 86% |
| Borussia Dortmund   | 76% |
| Bayern München      | 75% |
| FC Schalke 04       | 75% |
| VfB Stuttgart       | 70% |
| Werder Bremen       | 68% |
| RB Leipzig          | 63% |
| VfL Wolfsburg       | 60% |
| 1. FC Köln          | 57% |
| FC Augsburg         | 56% |

Abb. 10: Interesse an Mitgliedschaft nach Verein



Mit 66% gibt eine deutliche Mehrheit an, interessiert oder sehr interessiert an einer Clubmitgliedschaft zu sein. Im Gegensatz dazu sind 34% der Fans weniger bis gar nicht an einer Mitgliedschaft bei ihrem Lieblingsclub interessiert.

Die Eintracht Frankfurt besitzt mit 86% den höchsten Anteil an Fans, die sich für eine Clubmitgliedschaft interessieren. Mit über 70% schneiden aber auch Borussia Dortmund, Bayern München, FC Schalke 04 und VfB Stuttgart gut ab. Schlusslichter sind der 1. FC Köln und FC Augsburg, die nur 57% bzw. 56% der Fans für eine Mitgliedschaft begeistern.



# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.6. Mitgliedsbeiträge



### Wie hoch ist der jährliche Beitrag für die Mitgliedschaft bei deinem Club?

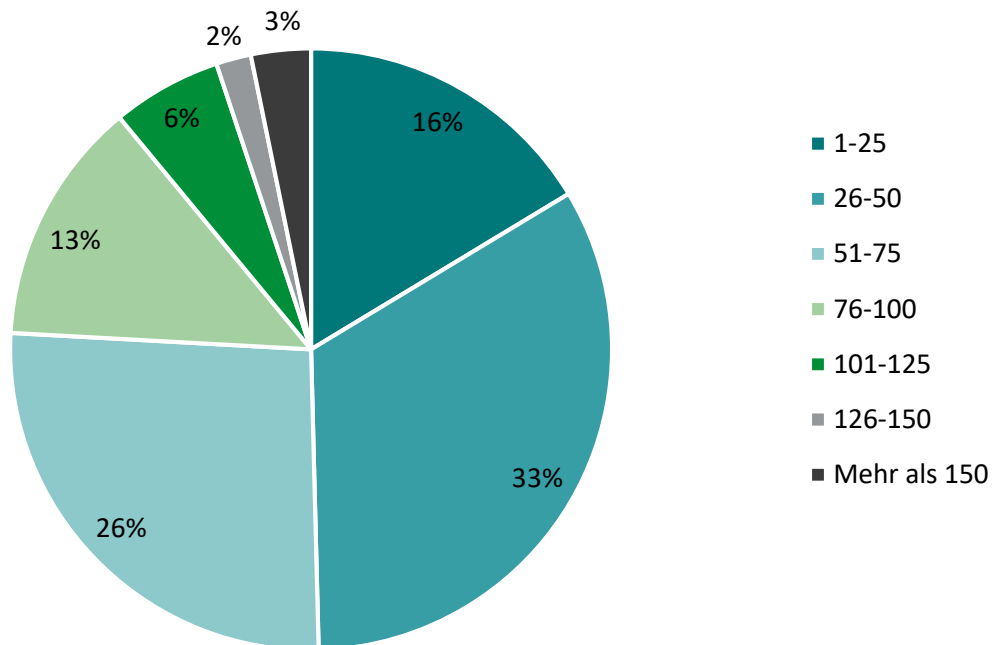


Abb. 11: Aktuelle Beiträge

Über die Hälfte der Fans zahlt für ihre Mitgliedschaft zwischen 26 und 75 Euro. Bei elf Prozent kostet der Beitrag über 100 Euro, drei Prozent zahlen sogar über 150 Euro.



# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.6. Mitgliedsbeiträge



### Welche Beitragshöhe pro Jahr findest du für eine Clubmitgliedschaft angemessen?

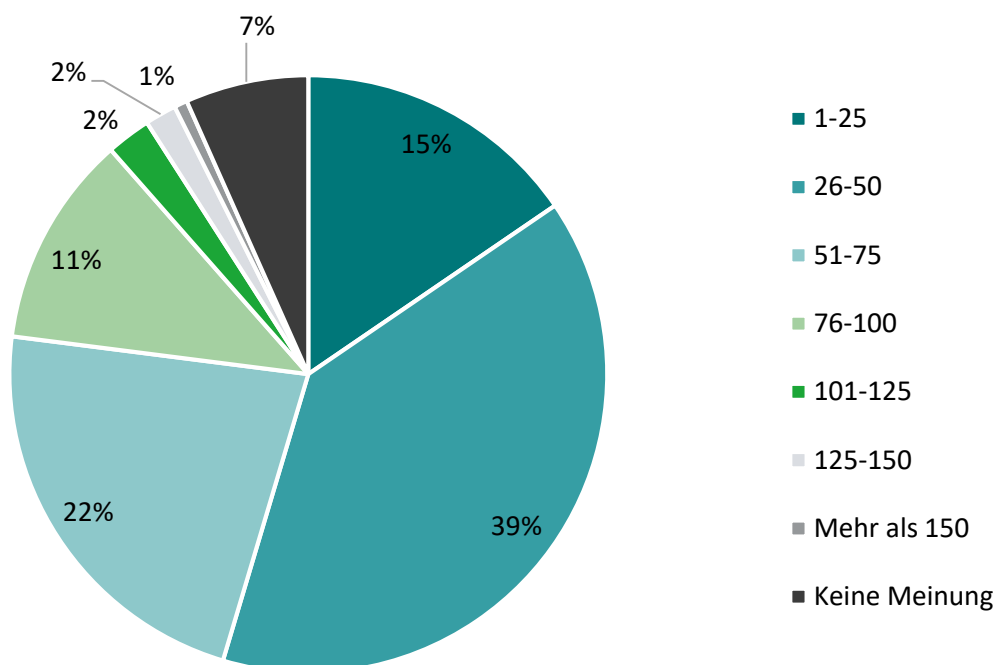


Abb. 12: Angemessene Beiträge

Mit fast 40% der Stimmen gab der Großteil der Befragten an, dass ein angemessener Mitgliederbeitrag zwischen 26 und 50 Euro liegen sollte. Allgemein ähneln sich die gezahlten Beiträge und die als angemessen empfundenen Preise. Während jedoch die Beiträge über 50 Euro weniger häufig als angemessen angesehen werden, bewerten 7% Beiträge über 150 Euro als gerechtfertigt.



# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.7. Unterschiede der Mitglieder und Nicht-Mitglieder



### Wie viele Spiele verfolgst du im Stadion pro Saison?

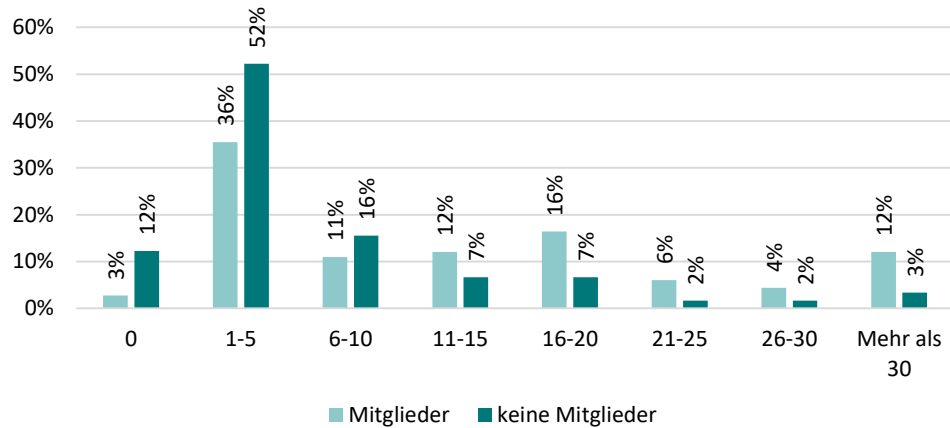


Abb. 13: Anzahl Spiele im Stadion und Mitgliedschaft

### Wie viele Auswärtsspiele verfolgst du im Stadion pro Saison?

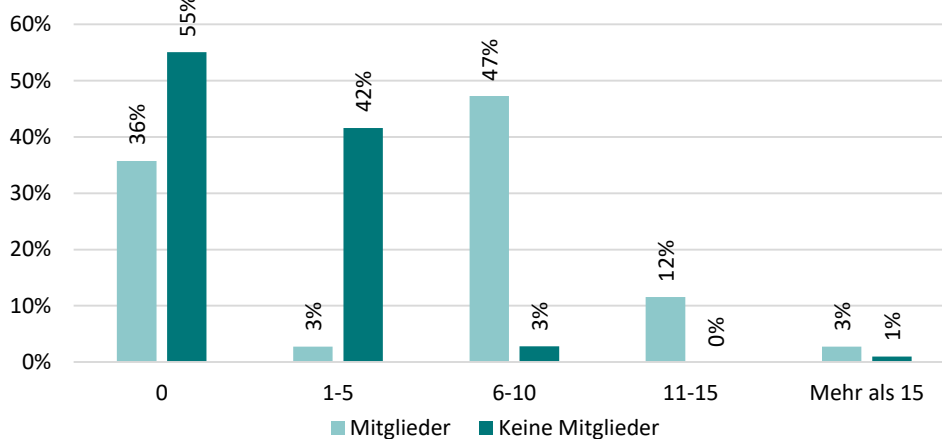


Abb. 14: Anzahl Auswärtsspiele und Mitgliedschaft



Zwischen Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern lassen sich Unterschiede in der Anzahl der Stadionbesuche feststellen. So verfolgen 64% der Fans ohne Mitgliedschaft keine bis 5 Spiele, während dieser Anteil bei den Fans mit Mitgliedschaft bei nur 39% liegt. 12% dieser sehen sogar mehr als 30 Spiele pro Saison an. Ähnlich verhält es sich bei den Auswärtsspielen. Mitglieder sehen hier zu 62% mindestens 6 Spiele, während der Anteil der Nicht-Mitglieder hier bei nur 15% liegt.





# 1. Darstellung der Ergebnisse

## 1.7. Unterschiede der Mitglieder und Nicht-Mitglieder

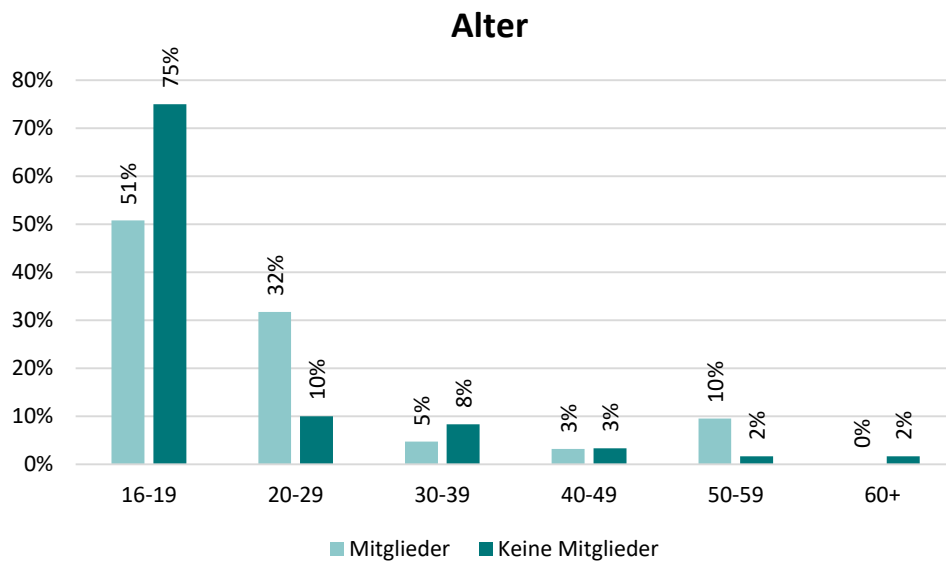


Abb. 15: Alter und Mitgliedschaft

### Wie wichtig ist dir die Möglichkeit, durch eine Mitgliedschaft deine Clubverbundenheit auszudrücken?

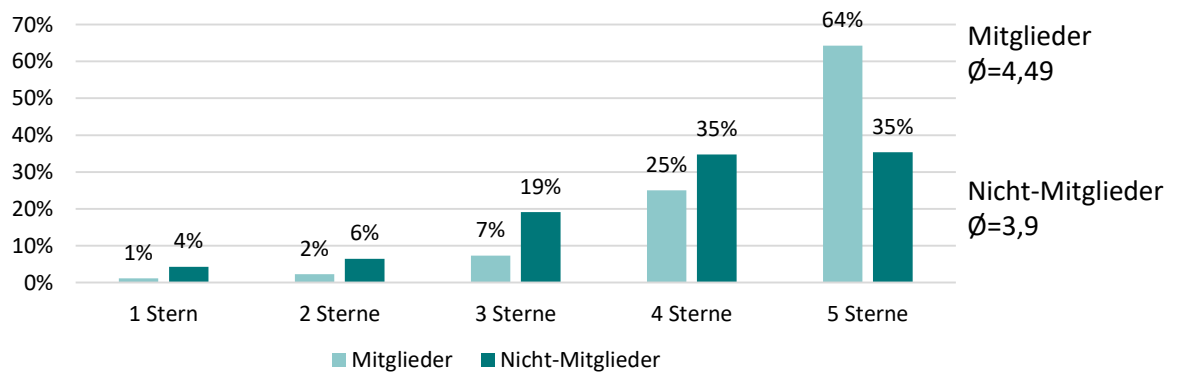


Abb. 14: Clubverbundenheit und Mitgliedschaft



Das Alter der Mitglieder ist etwas höher als das der Nicht-Mitglieder. So geben 75% der Nicht-Mitglieder an zwischen 16 und 19 Jahren alt zu sein, während nur 51% der Mitglieder in diesem Alter sind. Auch das Zeigen der Vereinsverbundenheit durch die Mitgliedschaft unterscheidet sich bei den genannten Gruppen. So bewerteten die Mitglieder dies signifikant höher mit 4,49 von fünf Sternen, während Nicht-Mitglieder durchschnittlich 3,9 Sterne vergaben.





## 2. Soziodemografische Einordnung (1/2)

Insgesamt haben an der Umfrage 1034 Personen teilgenommen, wovon 91% männlich sowie drei Prozent weiblich sind. Darüber hinaus bezeichneten sich drei Prozent als divers. Das Alter der Mehrheit der Befragten liegt zwischen 16 und 29 Jahren, während die Altersgruppen über 30 Jahren weniger stark vertreten sind.

Unter den befragten Fans sind 50% Mitglieder in ihrem Club. Bei der Anzahl der Spiele, die im Stadion angesehen werden, wird mit 67% am häufigsten angegeben, dass keine bis zehn Spiele pro Saison verfolgt werden. Die zweitgrößte Gruppe mit einem Anteil von 18% wird durch die Fans dargestellt, die 11-20 Spiele pro Saison im Stadion verfolgen. Bei näherer Betrachtung der Bereiche im Stadion fällt zudem auf, dass mehr als die Hälfte der Fans Sitzplätze bevorzugen. Stehplätze werden von 32% der Befragten am häufigsten ausgewählt. Mit einem Anteil von jeweils drei Prozent werden die Spiele jedoch in den seltensten Fällen aus dem VIP-Bereich oder sonstigen Bereichen angesehen.





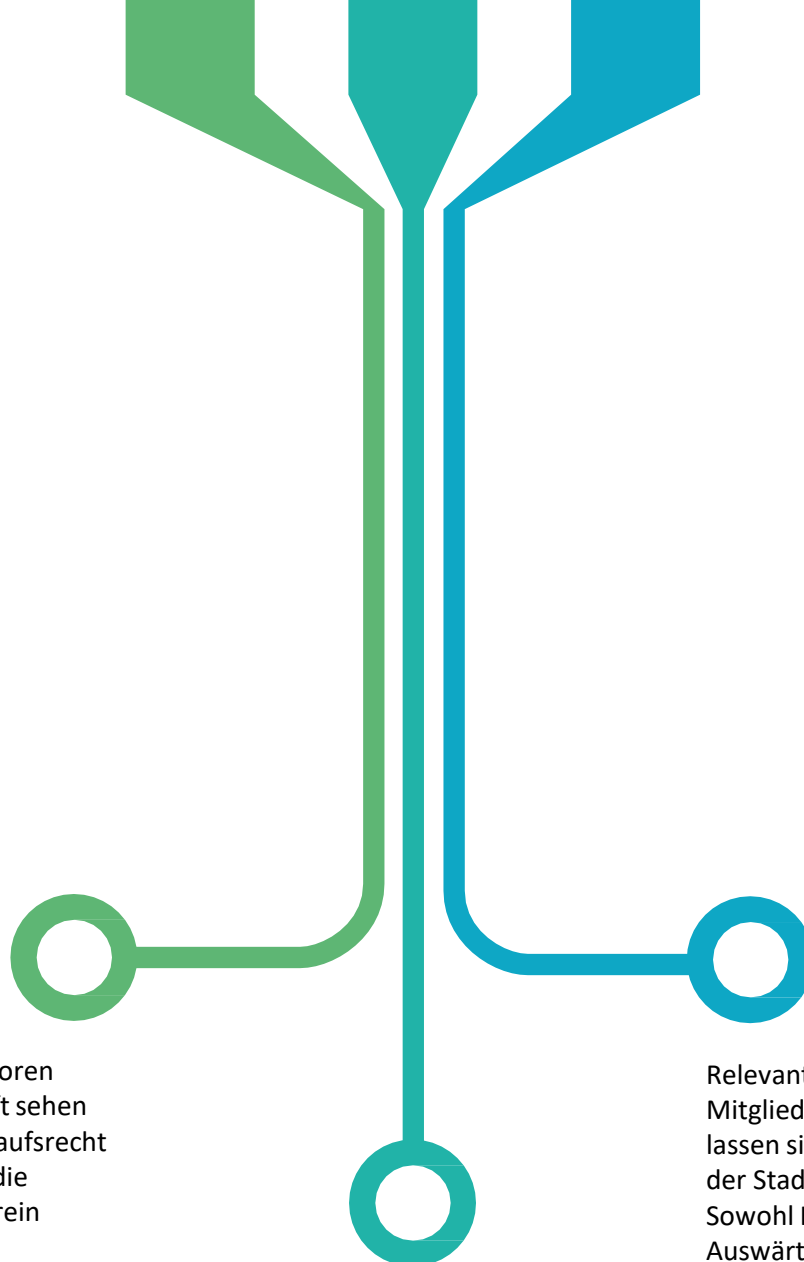
## 2. Soziodemografische Einordnung (2/2)

Die Anzahl der Spiele, die auf sämtlichen Kanälen (TV, Radio, Stadion) verfolgt werden, ist bei den Teilnehmern sehr hoch. Am häufigsten wird hierbei angegeben, dass mehr als 50 Spiele pro Saison verfolgt werden. Im Vergleich dazu sind die übrigen fünf Kategorien zwischen null und 50 Spielen mit neun Prozent bis 16% pro Kategorie deutlich geringer vertreten. Die Hälfte der Befragten gibt zudem an, keine Auswärtsspiele im Stadion anzusehen. 40% verfolgen pro Saison ein bis fünf Auswärtsspiele im Stadion an.

Die meisten Nutzer (57%) sehen die Spiele häufiger im TV als im Stadion. Der Anteil der Fans, die es bevorzugen im Stadion statt vor dem Bildschirm mitzufiebern liegt im Vergleich dazu nur bei 20%. 23% der Befragten gibt hierbei keine Präferenz an.







Als die wichtigsten Faktoren einer Clubmitgliedschaft sehen die Fans das Ticketvorkaufsrecht sowie die Möglichkeit, die Verbundenheit zum Verein auszudrücken.

Mit durchschnittlich 66% gibt die Mehrheit der Befragten an, dass sie sich für eine Clubmitgliedschaft interessieren. Dieser Anteil schwankt aber in Abhängigkeit von dem jeweiligen Verein.

Relevante Unterschiede zwischen Mitgliedern und Nicht-Mitgliedern lassen sich besonders in der Anzahl der Stadionbesuche feststellen. Sowohl Heim- als auch Auswärtsspiele werden von Vereinsmitgliedern häufiger im Stadion verfolgt.



# 4. Kontakt

## **Ansprechpartner:**

Geschäftsführer: Joachim Lammert  
E-Mail: joachim.lammert@fanq-app.com  
Adresse: Im Mediapark 5, 50670 Köln

Market Research Manager: Justus Schröer  
E-Mail: justus-schroeer@fanq-app.com  
Adresse: Im Mediapark 5, 50670 Köln

## **Autoren:**

Dr. Joachim Lammert  
Dr. Axel Faix  
Justus Schröer  
Angelina Eßer



rate your club – Gesellschaft für fanbezogene Meinungsforschung im Sport mbH  
Joachim Lammert und Kilian Weber  
Registergericht: Köln  
Registernummer: HRB 83815

Im Mediapark 5  
50670 Köln