

10.01.2024

FanQ-Umfrage: Kritische Sicht auf Investoren-Pläne der DFL ist verbreitet über Fan-Typen hinweg

Anhänger befürchten Zunahme der Kommerzialisierung, Verlust der Seele des Fußballs und sinkende Mitsprache für Clubmitglieder

Auf der Mitgliederversammlung der Deutschen Fußball Liga (DFL) im vergangenen Dezember haben die Vertreter der 36 Erst- und Zweitligavereine im zweiten Anlauf nun doch für den Einstieg eines Investors gestimmt. Für eine prozentuale Beteiligung an den TV-Erlösen soll ein potenzieller Finanzinvestor zwischen 800 Millionen und einer Milliarde Euro zahlen. Bei den Fans stößt dieses Vorhaben auf teils heftigen Gegenwind.

Köln. Mit 24 Ja-Stimmen erhielt der Antrag auf der DFL-Mitgliederversammlung bezüglich eines Investoreneinstiegs gerade so die notwendige Zwei-Drittel-Mehrheit. Die Geschäftsführung des Ligaverbands kann somit konkrete Verhandlungen mit einem Investor aufnehmen. Der Kontrakt soll eine maximale Laufzeit von 20 Jahren haben und bis zum Start der Spielzeit 2024/25 unterzeichnet sein. Die Anhänger der meisten betroffenen Clubs reagierten am Spieltag nach der Bekanntgabe des DFL-Plans mit sichtbaren Protestaktionen. Neben einem zwölfminütigen Stimmungsboykott und eindeutigen Spruchbannern fanden auch zahlreiche Tennisbälle und Schokotaler den Weg von den Rängen auf den Rasen. Angesichts dieser Reaktionen hat FanQ im Auftrag des SID über 2.000 Fußballfans zu ihrer Haltung bezüglich des bevorstehenden Investoren-Deals befragt.

Vor dem Hintergrund der zahlreichen Proteste war zu erwarten, dass die meisten Fußballbegeisterten hierzulande, die die Profi-Spiele überwiegend im Stadion verfolgen, die Entscheidung für den Einstieg eines strategischen Finanzpartners bei der DFL negativ bewerten. So stimmen 77,2 % dieser Anhänger, in einer entsprechenden Umfrage mit nur einem (71,9 %) oder zwei (5,3 %) von fünf möglichen Sternen. Demgegenüber votieren lediglich 15,9 % dieser Gruppe mit vier (4,7 %) oder vollen fünf Sternen (11,2 %).

Überraschend ist allerdings, dass auch bei den Fans, die sich Profi-Spiele überwiegend im TV- und Streaming anschauen, eine Ablehnung gegenüber den DFL-Investoren erkennbar ist. Hier vergeben 59,8 % der Teilnehmer in derselben Fragestellung lediglich einen (52,0 %) oder zwei Sterne (7,8 %). Der Anteil derjenigen, die mit vier (7,9 %) oder vollen fünf Sternen stimmen (20,5 %), liegt hingegen bei nur 28,4 %.

Und auch ein genauere Blick auf die Stadionzuschauer ist interessant. Während die Ablehnung von DFL-Investoren unter Stehplatz-Zuschauern erwartungsgemäß weit verbreitet ist (83,2%), kann man diese Haltung interessanterweise auch bei Sitzplatz-Zuschauern mehrheitlich beobachten. So vergeben 60,7% der Teilnehmer mit

Sitzplatz-Karte nur einen (53,2%) oder zwei (7,5%) Sterne und sind entsprechend ebenso mit der Entscheidung der DFL unzufrieden, während nur 27,1% der Fans hier vier (8,1%) oder fünf (19,0%) Sterne vergeben. Die kritische Sicht auf die Investoren-Pläne der DFL ist also verbreitet über unterschiedliche Fan-Typen hinweg.

Über drei Viertel der Fans (76,8 %) halten es dabei für angemessen, dass die Anhänger gegen den geplanten Investoren-Deal der DFL protestieren. Die Protestaktionen am 15. Spieltag gegenüber der Entscheidung des Ligaverbands finden dementsprechend auch 72,8 % gut (17,4 %) oder sogar sehr gut (55,7 %). Demgegenüber beurteilen nur 16,5 % der Anhänger die Reaktion der Fans kritisch (8,6 %) bzw. sehr kritisch (7,9 %).

Gleichwohl vertreten 75,2 % der Fußballbegeisterten die Ansicht, dass diese Protesthaltung keine Auswirkungen auf die Entscheidungen der DFL haben werde. Lediglich 5,0 % der Befragten glauben daran, dass die Bosse der Deutschen Fußball Liga den Entschluss aufgrund der negativen Reaktionen noch einmal überdenken.

Als größte potenzielle Risiken im Zusammenhang mit der Beteiligung eines Investors gemäß dem gegenwärtigen Vorhaben identifizieren die Anhänger die stärkere Kommerzialisierung (71,5 %) sowie den Verlust der Seele des Fußballs (61,2 %). Rund die Hälfte der Fans befürchten zudem ein sinkendes Mitspracherecht für Clubmitglieder (54,4 %), eine geringere Fanorientierung (51,7 %) und den Verlust sportlicher Integrität (46,4 %).

Die mit den Plänen verbundenen Chancen werden vergleichsweise gering eingeschätzt. So sehen 52,7 % der Fußballbegeisterten überhaupt keine Vorteile. Immerhin 38,4 % führen in diesem Kontext die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Clubs an. Gerade einmal etwas mehr als jeder zehnte Fan sieht hingegen in der stärkeren Unabhängigkeit gegenüber Sponsoren und Werbepartnern (11,1 %) einen Vorteil. Noch weniger halten eine Stärkung der Managementkompetenz (5,6 %) sowie der sportlichen Führungsqualität (4,7 %) für einen möglichen Pluspunkt.

Auch alternativen Wegen, um die Finanzkraft des Ligaverbands zu erhöhen stehen die Anhänger eher skeptisch gegenüber. So sprechen sich 60,3 % der Umfrageteilnehmer auch gegen eine Vergabe von Liga-Namensrechten aus, während 23,6 % der Befragten diese Idee einem Investoreneinstieg vorziehen würden. Darüber hinaus sehen 56,7 % der Anhänger in einer Kreditaufnahme ebenfalls keine bessere Alternative. Demgegenüber würden 25,8 % der Fußballbegeisterten einen derartigen Vorschlag in Betracht ziehen.

Sollten die künftigen strategischen Finanzpartner der Deutschen Fußball Liga bei wirtschaftlichen Themen ein Mitspracherecht bekommen, so würden sich allerdings 69,5 % der Anhänger wünschen, dass in diesem Fall auch nationalen Fan-Organisationen ein entsprechendes Recht eingeräumt wird.



Das ist FanQ

FanQ ist die "Stimme der Fans". Es ist die einzige Fußball-Plattform, bei der die Meinung der Fans im Mittelpunkt steht. Erfahrene FanQ-Redakteure stellen täglich aktualisierte Umfragen online. Fans können zu ihren Lieblingsclubs und allen relevanten Themen des Fußballs ihre Stimme abgeben. FanQ ist interaktiv. Fans können Meinungen austauschen, sozial interagieren und eigene Fragen stellen. Daraus entsteht ein repräsentatives Stimmungsbild zu relevanten Themen im Fußball. Außerdem erstellt FanQ Langzeitstudien, um komplexe Themen zu erforschen. Die FanQ-App ist kostenlos in allen relevanten Stores. Außerdem kann man sich für die FanQ-Web-Community registrieren. FanQ hat seinen Sitz in Köln.

Kontakt

FanQ Im Mediapark 5

50670 Köln

info@fanq-app.com

0163-5293000

Kilian Weber/Joachim Lammert

Geschäftsführer