

## ***Pressemeldung***

### **Fußballfans always on: Viel Informationsbedarf auch zwischen den Spieltagen**

Goldmedia Fußballfan-Monitor 2015/2016: Studie zum Informations- und Kommunikationsverhalten deutscher Fußballfans veröffentlicht

*Berlin, München, 28. Januar 2016.* Der Bedarf an Informationen rund um das Thema Fußball ist groß: Deutsche Fußballfans verbringen im Schnitt rund 100 Minuten pro Woche damit, sich über ihren Lieblingssport zu informieren. Am häufigsten suchen sie zwischen den einzelnen Spieltagen nach aktuellen Nachrichten. Der Fußballfan informiert sich am liebsten zu Hause. Zugenommen hat aber auch der Wunsch, sich direkt im Fußballstadion vor Ort zu informieren. Zu den wichtigen News-Quellen gehören inzwischen auch die Kanäle der Fußballclubs. Für die Kommunikation der Fans sind die Club-Accounts heute schon wichtiger als Twitter und Instagram.

Dies sind Ergebnisse aus dem aktuellen Fußballfan-Monitor 2015/2016 der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia (<http://www.goldmedia.com>). Die Studie erfasst das Informations- und Kommunikationsverhalten deutscher Fußballfans. Sie basiert auf einer umfangreichen Befragung von Fußballinteressierten in Deutschland ab 14 Jahre.

Goldmedia berät seit 1998 nationale und internationale Kunden zu allen Fragen der digitalen Transformation und bietet mit Management Consulting, Research, Personal- und Politikberatung ein breites Leistungsspektrum.

#### **77 Mio. Stunden pro Woche in Deutschland für Fußballinfos aufgewendet**

Die rund 46 Mio. Fußballinteressierten in Deutschland verbringen zusammen rund 77 Mio. Stunden pro Woche damit, sich über Fußball zu informieren. Über alle Altersklassen hinweg gibt es rund 6 Prozent Intensivnutzer, die mehr als 4 Stunden wöchentlich für Fußballinformationen aufbringen, bei den 18- bis 49-Jährigen sind es 8 Prozent.

Am häufigsten werden Informationen zwischen den einzelnen Spieltagen konsumiert. 88 Prozent informieren sich am häufigsten zu Hause, knapp ein Drittel aber auch unterwegs. Immerhin schon 10 Prozent wollen sich auch live im Stadion informieren.

#### **Informationen rund um das Spiel sind für Fans am allerwichtigsten**

82 Prozent der Befragten wollen Kontextinformationen zum Spiel, d.h. zur Tabelle, zu Terminen, zum Liveticker oder zur Mannschaftsaufstellung. Die Tabelle ist dabei für die Fans am allerwichtigsten. Für 55 Prozent der Befragten

sind Club-bezogene Informationen relevant, so z.B. zu Transfers, allgemeine News zum Verein und dessen Spielern.

### **Regionalmedien, Freunde und Vereine sind wichtige Informationsquellen**

Fast jeder zweite Fan (48%) gab an, sich vor allem über regionale Zeitungen zu informieren. 45 Prozent nutzen die überregionale Presse, TV und Radio, 39 Prozent die speziellen Sportmedien. Für 38 Prozent ist der Freundeskreis eine wichtige Quelle.

Immerhin ein Drittel der Fans informiert sich heute über die Medien der Fußballclubs. 90 Prozent aller Fans gaben zudem an, damit auch zufrieden zu sein. Nur reine Sportmedien schneiden in der Zufriedenheit der Fans beim Thema Informationsquelle leicht besser ab (93%).

### **Free TV bleibt wichtigster Informationskanal – Pay-TV und Online informieren am besten**

Frei empfangbares Fernsehen ist für 81 Prozent der Befragten der wichtigste Informationskanal für Fußball. Top 2 belegen hier die Onlinemedien (50%). Es folgen im Ranking Radio, Facebook, Pay-TV und Mobile/App. Am zufriedensten sind die Fußballfans mit den Informationen der Pay-TV-Sender und Online-Sport-Kanäle.

Die Reichweiten der sozialen Medien sind zwar hoch, erreichen unter den Fußballfans aber nicht die Relevanz der klassischen Medienkanäle: Informationen und Inhalte aus Social Media werden oft als weniger ausreichend bewertet.

### **Für Fankommunikation sind Club-Accounts relevanter als Twitter und Instagram**

Die Kommunikation der Fans untereinander läuft am häufigsten über WhatsApp: 39 Prozent nutzen den Messenger-Dienst, um über Fußball zu diskutieren. 32 Prozent gehen über Facebook. Noch vor Twitter, Instagram oder den Accounts der klassischen Medien liegen im Fantalk-Ranking bereits die Foren und Accounts der Clubs und Vereine.

Den stärksten Impuls für Diskussionen der Fans zum Thema Fußball gibt jeweils das letzte Spiel, das sagten 58 Prozent der Befragten.

### **Zitate Sportmanager und Studienautoren**

#### **Zitat Rudi Völler, Sportdirektor Bayer 04 Leverkusen**

*„Auch wir als Bayer 04 Leverkusen stellen fest, dass sich unsere Fans heute viel stärker über die eigenen Vereinskkanäle informieren und hier immer aktuellen und interessanten Content erwarten.“*

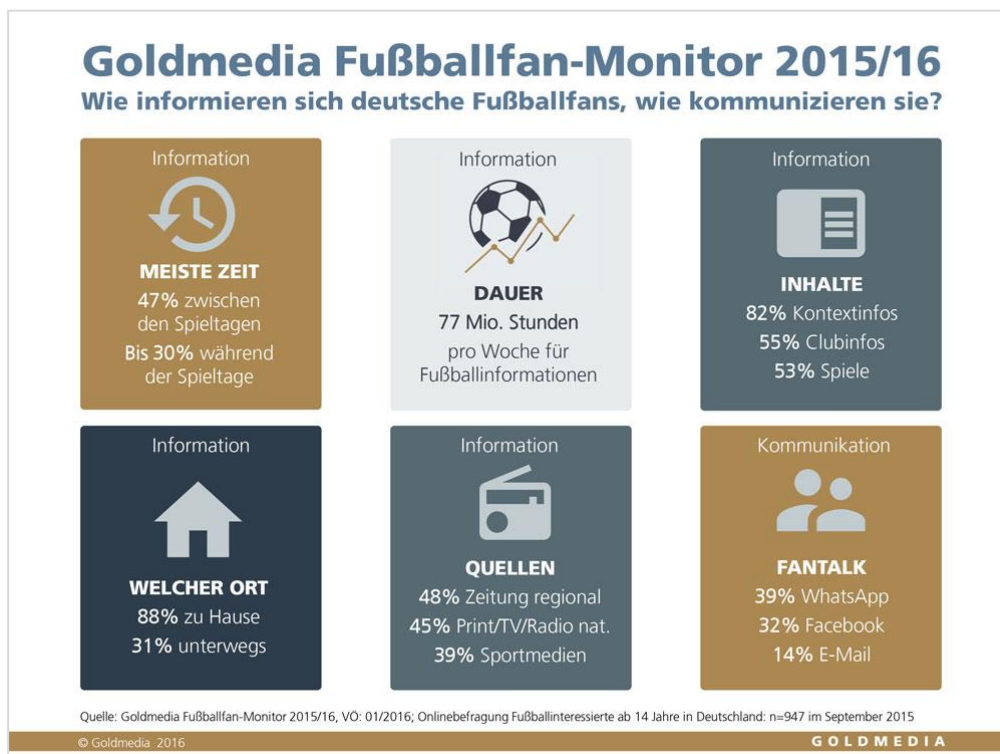
### Zitat Wolfgang Holzhäuser, Associate Partner Goldmedia

„Die Studienergebnisse zeigen deutlich, wie sich das Verhalten der Fußballfans durch neue, digitale Kanäle bereits verändert hat und dass die Nutzung von mobilen Geräten auch in den Stadien zunimmt. Die Fußballfans bleiben vor allem auch abseits der Spieltage sehr interessiert und verwenden ihre Zeit auf eine Vielzahl unterschiedlicher Quellen und Kanäle.“

### Zitat Dr. Marcus Hochhaus, Geschäftsführer Goldmedia

„Für die Monetarisierung der Reichweiten ist das Wissen über die Fans von zentraler Bedeutung. Wir erkennen z.B. signifikante Unterschiede in der Nachfrage nach Informationen in Abhängigkeit vom Grad des Interesses und der Bindung an einen Verein. Zu diesem Wissen können auch eigene Fan-Data-Strategien beitragen, um die Datengewinnung und Fananalyse nicht mehr nur Google und Facebook zu überlassen.“

### Infografik



**Studieninformationen**

Der Fußballfan-Monitor 2015/16 dokumentiert das Informations- und Kommunikationsverhalten der Fußballfans in Deutschland. Er basiert auf einer Onlinebefragung von Fußballinteressierten ab 14 Jahre in Deutschland (September 2015). Teile der Studie wurden Ende 2015 vorab veröffentlicht.

Goldmedia stellt die Studie Interessenten kostenlos zur Verfügung: [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

**Goldmedia-Newsletter: Sie möchten informiert werden über Goldmedia-News?**

<http://www.goldmedia.com/aktuelles/newsletter.html>

**Pressekontakt**

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de), [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

**Goldmedia**

Goldmedia ist eine Beratungs- und Forschungsgruppe mit dem Fokus auf Medien, Sport, Entertainment und Telekommunikation. Die Unternehmensgruppe unterstützt seit 1998 nationale und internationale Kunden bei allen Fragen der digitalen Transformation. Dazu bietet Goldmedia ein breites Leistungsspektrum in den Bereichen Consulting, Research, Personal- und Politikberatung. Standorte sind Berlin und München. Weitere Informationen: <http://www.Goldmedia.com>