

Wie viel Wettbewerb braucht der Fußball? – Eine Untersuchung zur Bedeutung der Wettbewerbsintensität aus Sicht der Zuschauer

Jun.-Prof. Dr. Tim Pawlowski

pawlowski@dshs-koeln.de

0221-4982-6098

Köln, 29. März 2012



Vorwort

Die Idee zum Forschungsvorhaben wurde vorab mit Prof. Oliver Budzinski, Prof. Stefan Késenne und Christian Müller diskutiert. Die Detailplanung des Forschungsvorhabens wurde unmittelbar nach Antragsgewährung in enger Abstimmung mit den Verantwortlichen der UEFA durchgeführt. Diesbzgl. fand ein intensiver Austausch mit Thomas Junod und Neil Beecroft (UEFA) statt. Zudem wurden die Jury-Mitglieder (Prof. Mikkel Draebye und Prof. Paul Downward) sowie die interne UEFA-Expertin zum Thema Competitive Balance (Dr. Stephanie Leach) kontaktiert. In die weitere Gestaltung des Forschungsprojektes sind die Anregungen und Hinweise der oben genannten Personen eingeflossen.

Der Fragebogen (deutsch, englisch, niederländisch, dänisch) wurde in enger Abstimmung mit den Kooperationspartnern aus Dänemark (Prof. Oliver Budzinski) und den Niederlanden (Gerco van Dalfsen) entwickelt.

Die Datenerhebung wurde von meinem Mitarbeiter Christopher Dick (sowie in Dänemark durch Prof. Oliver Budzinski und Katalin Monostori und in den Niederlanden durch Gerco van Dalfsen) koordiniert und wissenschaftlich begleitet.

Für die große Unterstützung durch die oben genannten Personen, den bei der Umfrage beteiligten Vereinen, den Interviewern und Interviewten sowie die finanzielle Unterstützung durch die UEFA im Rahmen des *Research Grant Programme* möchte ich mich auf diesem Weg herzlich bedanken.

"Any remaining errors and omissions are mine alone."

Inhaltsverzeichnis

1	Kurzfassung	5
1.1	Problemstellung	5
1.2	Datenerhebungsmethodik	5
1.3	Beschreibung der Stichprobe	7
1.4	Zentrale Ergebnisse	7
1.5	Kernaussagen und Ausblick	11
2	Einleitung	12
2.1	Problemstellung und Zielsetzung der Studie	12
2.2	Relevanz des Forschungsvorhabens	14
2.3	Struktur des Abschlussberichts	14
3	Forschungsstand	15
3.1	Klassische Studien aus der Ökonomie	16
3.2	Klassische Studien aus dem Marketing	19
3.3	Forschungsdesiderata	21
4	Primärdatenerhebung	23
4.1	Fragebogen	23
4.1.1	Fragenkomplexe	24
4.1.2	Pre-Test	25
4.2	Stichprobe	26
4.2.1	Auswahl der Länder	26
4.2.2	Auswahl der Städte	26
4.2.3	Auswahl der Zugangspunkte	30
4.3	Durchführung der Befragung	31
5	Analysen und Ergebnisse	33
5.1	Datenbereinigung und -ergänzung	33
5.2	Beschreibung der Stichprobe	35
5.2.1	Charakteristika der Stichprobe	35
5.2.2	Repräsentativität der Stichprobe	40
5.2.3	Bezug der Befragten in der Stichprobe zum Fußball	42

5.3	Wettbewerbsintensität in den Ligen	44
5.3.1	Objektive Wettbewerbsintensität	44
5.3.2	Subjektive Wettbewerbsintensität	48
5.4	Einflussfaktoren auf die Wettbewerbsintensität	60
5.4.1	Objektive Einflussfaktoren	60
5.4.2	Subjektive Einflussfaktoren	61
5.5	Subjektive Bedeutung der Wettbewerbsintensität	63
5.5.1	Spannung als ein Motiv der Nachfrage	63
5.5.2	Spannung als Bedingung für Konsum und Interesse	66
5.5.3	Relevante Dimensionen der Spannung	75
5.5.4	Zahlungsbereitschaft für Spannung	78
6	Abschließende Betrachtung und Ausblick	80
6.1	Diskussionen und Implikationen der zentralen Ergebnisse	80
6.2	Zukünftige Forschungsrichtungen	83
7	Literatur	85
8	Anhang	89
8.1	Übersicht zu den klassischen Studien aus der Ökonomie	89
8.2	Protokollierte Änderungshinweise nach Durchführung des Pre-Tests	96
8.3	Die Verteilung der Fans in der Stichprobe nach Ihren Lieblingsvereinen im Land	97
8.4	Mittelwerte und Chi ² -Tests zur Frage 2.1 "Motive Stadionbesuch"	98
8.5	Mittelwerte und Chi ² -Tests zur Frage 2.2 "Motive Fußball im TV"	99
8.6	Mittelwerte und Chi ² -Tests zur Frage 3.1 "Subjektive Spannung"	100
8.7	Mittelwerte und Chi ² -Tests zur Frage 3.2 "Bedeutung der Spannung"	101
8.8	Mittelwerte und Chi ² -Tests zur Frage 3.3 "Entwicklung der Spannung"	102
8.9	Mittelwerte und Chi ² -Tests zu den Fragen 4.2 und 4.3 "Zahlungsbereitschaft"	103
8.10	Mittelwerte und Chi ² -Tests zur Frage 5.1 "Einflussfaktoren auf die Spannung"	104
8.11	Deutscher Fragebogen	105
8.12	Englischer Fragebogen	111
8.13	Dänischer Fragebogen	117
8.14	Niederländischer Fragebogen	123

1 Kurzfassung

Im Rahmen dieser Kurzfassung wird zunächst die Problemstellung (1.1.) und die Datenerhebungsmethodik (1.2) skizziert. Es folgt eine kurze Beschreibung der Stichprobe (1.3), eine Darstellung der zentralen Ergebnisse (1.4) sowie der Kernaussagen mit einem Ausblick auf zukünftige Forschungsrichtungen (1.5).

1.1 Problemstellung

Bereits 1956 weist Rottenberg darauf hin, dass die Wettbewerber in Sportligen von annähernd gleicher Größe (Stärke) sein sollten, um dem sportlichen Wettkampf die größtmögliche Attraktivität zu verleihen und das Interesse der Zuschauer sicherzustellen (Unsicherheitshypothese, *Uncertainty of Outcome Hypothesis: UOH*). Bisherige empirische Befunde zur Relevanz der Unsicherheitshypothese im Profifußball sind allerdings nicht eindeutig. So konstatierte Leach (2006, 117) "There is a lack of certainty about outcome uncertainty".

Die teils kontroversen empirischen Befunde müssen jedoch nicht zwangsläufig ein Zeichen dafür sein, dass die UOH im Profifußball keine oder nur eine geringe Relevanz hat. Es wäre vielmehr denkbar, dass ein (aus Zuschauersicht) problematisches Ausmaß an Unausgeglichenheit des Wettbewerbs (zum jetzigen Zeitpunkt) noch nicht erreicht wurde. Dieser Zusammenhang kann mit Hilfe von klassisch ökonomischen Analysen, bei denen Competitive Balance (CB)-Maße mit den aggregierten Zuschauerzahlen oder TV-Einschaltquoten der vergangenen Spielzeiten korreliert werden, nicht aufgedeckt werden. Hierfür wäre die Erfassung von bedingten Konsumabsichten und somit eine potentialbezogene Analyse zur wahrgenommenen Bedeutung (perceived relevance) der Wettbewerbsintensität durch die Nachfrager notwendig.

Anhaltspunkte zur Gestaltung derartiger Analysen können aus der marketingbezogenen Literatur gewonnen werden. Ziel dieses Forschungsvorhabens ist es daher, erstmals die Vorteile und Stärken der ökonomischen Ansätze mit jenen bisheriger marketingbezogener Ansätze zu kombinieren und damit einen neuen und innovativen Zugang zur empirischen Überprüfung der Unsicherheitshypothese im Profifußball zu liefern.

1.2 Datenerhebungsmethodik

Zur Erfassung der wahrgenommenen Bedeutung der Wettbewerbsintensität durch die Nachfrager wurde eine Primärdatenerhebung durchgeführt.

Die Grundgesamtheit der Untersuchung bilden alle Fußballinteressierten in Europa, die das "Produkt" Profifußball konsumieren (Fußball im Stadion und/oder im TV sehen). Einer Studie von SPORTFIVE (2009) zufolge haben rund 71% aller Einwohner der von ihnen untersuchten fünf Länder (England, Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien) ein generelles Interesse am Fußball. Ob dies auch für die übrigen Länder Europas (die auch mit ihren nationalen Dachverbänden in der UEFA vertreten sind) gilt, ist unklar. Dennoch kann die Grundgesamtheit auf mehrere hundert Millionen Fußball-Interessierte geschätzt werden. Zur Beantwortung der Forschungsfragen musste entsprechend eine geeignete Stichprobe aus dieser (*a priori* nicht exakt definierbaren) Grundgesamtheit gezogen werden:

(1) Auswahl der Länder: Da für die UEFA nicht nur die (häufig im Fokus der Forschung stehenden) Top-Ligen von Interesse sind, konzentriert sich das Vorhaben auf drei europäische Länder mit unterschiedlich spielstarken Ligen (Deutschland, Niederlande, Dänemark).

(2) Auswahl der Städte: Bei der Auswahl der Städte wurden insgesamt drei Aspekte/Kriterien zugrunde gelegt: Unterschiedliche Leistungen der Teams in den vergangenen drei Jahren, Erreichbarkeit von den nationalen Erhebungszentren (Köln, Groningen, Esbjerg), bestehende Kontakte zu den Vereinen. Insgesamt wurden 14 Spiele (6 in Deutschland, 4 in den Niederlanden, 4 in Dänemark) ausgewählt:

1. D: 11.09.2011 Köln: 1. FC Köln - 1. FC Nürnberg
2. D: 17.09.2011 Hamburg: HSV - Borussia Mönchengladbach
3. D: 17.09.2011 Leverkusen: Bayer - 1. FC Köln
4. D: 01.10.2011 Dortmund: BVB - Augsburg
5. D: 16.10.2011 Köln: 1. FC Köln - Hannover 96
6. D: 23.10.2011 Leverkusen: Bayer - FC Schalke 04
7. NL: 22.10.2011 Utrecht: FC Utrecht - SC Heerenveen
8. NL: 20.11.2011 Groningen: FC Groningen - VVV-Venlo
9. NL: 27.11.2011 Enschede: Twente - Vitesse Arnheim
10. NL: 03.12.2011 Groningen: FC Groningen - NEC Nijmegen
11. DK: 06.11.2011 Kopenhagen: FC Kopenhagen - Lyngby BK
12. DK: 07.11.2011 Sønderjysk: Sønderjysk E - Aarhus
13. DK: 20.11.2011 Midtjylland: FC Midtjylland - Aalborg
14. DK: 27.11.2011 Sønderjysk: Sønderjysk E - Lyngby BK

(3) Auswahl der Zugangspunkte: Zur Aufdeckung möglicher heterogener Zuschauerpräferenzen wurden sowohl Stadionzuschauer als auch TV-Zuschauer (von Live-Übertragungen in Restaurants und Bars) befragt. Parallel zur Hauptbefragung wurde von den Interviewern eine Art Visitenkarte an solche Personen verteilt, die zwar grundsätzliches Interesse an der Beantwortung der Fragen gezeigt, aber aufgrund von bspw. Zeitknappheit eine direkte schriftliche Befragung abgelehnt haben. Auf der Visitenkarte war ein Link und ein Zugangscode für eine Online-Befragung mit identischen Fragen abgedruckt.

1.3 Beschreibung der Stichprobe

Nach der Datenbereinigung verblieben insgesamt $n=1.689$ Fälle für die weitere Analyse in der Datenbank. Mit $n=1.203$ entfällt davon der überwiegende Anteil auf Deutschland. Die restlichen Fälle verteilen sich in Etwa gleichmäßig auf Dänemark ($n=267$) und die Niederlande ($n=219$).

Wie die Merkmalsverteilung der Stichprobe zeigt, konnte das interessierende Zielpublikum (Fußballinteressierte in Europa, die Fußball im Stadion und/oder im TV ansehen) durch die zuvor beschriebene Auswahl an Zugangspunkten erreicht werden: zwischen 79% (Dänemark) und 88% (Deutschland) der Befragten geben an, dass Sie am Fußball im Allgemeinen sehr interessiert sind. Dabei ist das Interesse an den nationalen 1. Fußball-Ligen, der Fußball-EM und-WM sowie der UEFA Champions League besonders groß. Auch die „Konsumhäufigkeit“ der Befragten fällt entsprechend hoch aus. Lediglich 6-8% geben an, in der vergangenen Spielzeit kein Spiel in der ersten Liga im Stadion verfolgt zu haben. Bzgl. des TV-Konsums ist der Anteil der Nicht-Zuschauer mit 2-10% ebenfalls sehr niedrig.

Zur Beurteilung der hier gezogenen Stichproben hinsichtlich der Verteilung der Merkmalsausprägungen kann die Studie "European Football 2009" von SPORTFIVE herangezogen werden. Bei einer vergleichenden Gegenüberstellung beider Stichproben aus Deutschland lassen sich keine Hinweise auf eine systematische Verzerrung finden.

1.4 Zentrale Ergebnisse

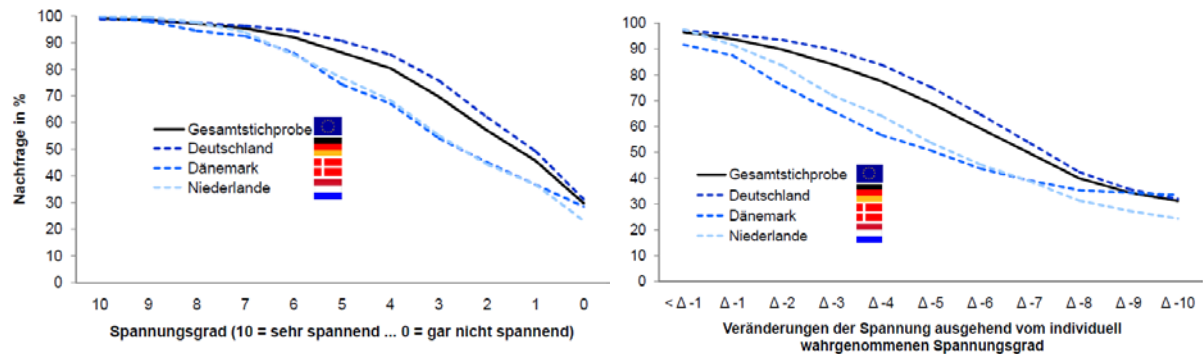
Insgesamt lassen sich die folgenden 13 Kernergebnisse zusammenfassen:

1. Die deutsche Liga (gefolgt von der niederländischen und der dänischen Liga), wird von den Befragten (subjektiv) am spannendsten wahrgenommen. Darüber hinaus glaubt die überwiegende Mehrheit der Befragten, dass die niederländische Liga spannender geworden ist, während fast die Hälfte der in Dänemark Befragten der Meinung ist, dass dies nicht auf die dänische Liga zutrifft. Bzgl. der subjektiven Einschätzung des Spannungsgrades unterscheiden sich die am Stadion Befragten nicht von solchen Personen, die in der Stadt in Bars/Kneipen angesprochen wurden.
2. Die Ergebnisse zur subjektiven Spannung decken sich nur zum Teil mit den Ergebnissen zur objektiven Spannung. So ist die dänische Liga (trotz des erheblichen Spannungsrückgangs in den letzten Spielzeiten) objektiv betrachtet immer noch etwas spannender als die niederländische Liga.
3. Die verwendeten 11 Items sind geeignet, um die drei in den ökonomischen Studien abgegrenzten Spannungsdimensionen zu erfassen. Der sehr allgemein formulierte „Spannungsgrad“ bildet allerdings mehr als nur die drei Spannungsdimensionen ab.

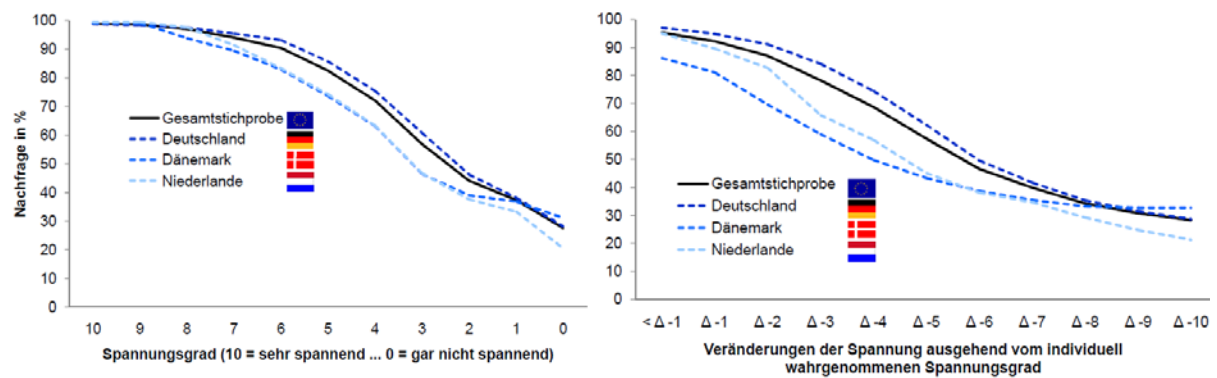
4. Die Befragten sind der Meinung, dass in den Ligen eher die mittelfristige als die langfristige Spannung geben ist. Während die Befragten in Dänemark den Meisterschaftskampf der vergangenen Spielzeiten als überhaupt nicht spannend empfinden, liegen die Einschätzungen der Befragten in den Niederlanden diesbzgl. weit über dem Durchschnitt der Gesamtstichprobe. Auch diese Einschätzung deckt sich mit den Fakten. So ist bspw. der FC Kopenhagen mit 7 von 10 Meistertiteln innerhalb der vergangenen 10 Spielzeiten das Maß aller Dinge in der dänischen Liga.
5. Die befragten Fans stimmen mit der Meinung der Experten aus Wissenschaft und Praxis überein, dass das in Europa vorherrschende offene Ligasystem mit der Möglichkeit des Auf- und Abstiegs einen bedeutenden (positiven) Einfluss auf die Spannung der Wettbewerbe hat. Darüber hinaus glauben insbesondere die Befragten aus Dänemark, dass eine größere Anzahl an Teams in einem Wettbewerb die Spannung erhöht.
6. Außerdem glaubt die Mehrheit der befragten Fans, dass Investoren die Spannung im Fußball verringern, während das System der Zentralvermarktung der Medienrechte (mit anschließender Umverteilung) die Spannung erhöht. Dagegen denken mehr als zwei Drittel der befragten Fans, dass weder die UEFA Europa League noch die UEFA Champions League die Spannung in den nationalen Fußball-Ligen verringert - obgleich die Ergebnisse früherer empirischer Studien darauf hindeuten (vgl. Pawlowski et al., 2010).
7. Für knapp 60% der Befragten ist die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ ein Hauptgrund, um sich ein Fußball-Spiel live im Stadion oder im Fernsehen anzuschauen. Wie weitere Differenzierungen zeigen, ist die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ für Fans aus Dänemark (im Vergleich zu solchen aus Deutschland und den Niederlanden), Fans mit nur etwas/wenig Interesse am Fußball (im Vergleich zu solchen mit hohem Interesse) und für ältere Personen relativ gesehen bedeutender.
8. Die Ergebnisse zeigen, dass Fans (ab einem bestimmten Grad) sensibel auf Veränderungen der Wettbewerbsintensität in einer Liga reagieren. Dabei reagiert die Nachfrage im Bereich der hohen und niedrigen Spannungsgrade sehr unelastisch auf Veränderungen der Wettbewerbsintensität. Darüber hinaus hat die Spannung für rund 25-30% der Befragten überhaupt keinen Einfluss auf die Konsumententscheidung oder das Interesse an der Liga. Entsprechend dieser Befunde ist der überwiegende Teil der simulierten Nachfragefunktionen s-förmig (vgl. Abbildung 0.1).

Abb. 0.1: Überblick zu den simulierten Nachfragefunktionen in Abhängigkeit vom Spannungsgrad.

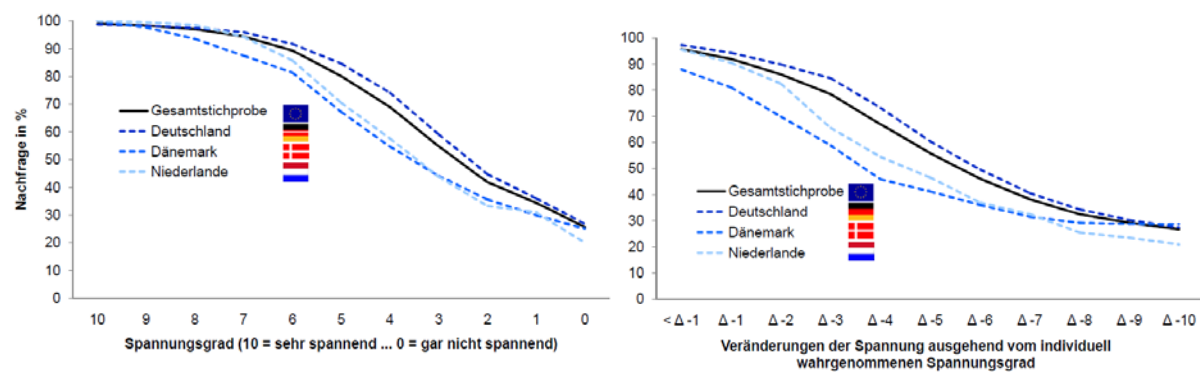
a) Interesse an den 1. Ligen



b) Stadionbesuch in den 1. Ligen



c) Fußballspiele der 1. Ligen live im Fernsehen



9. Während für Deutschland bei kleinen Veränderungen der Spannung fast keine Konsumveränderungen zu erwarten sind, deutet ein größerer Anteil der Befragten aus Dänemark an, bei einer fortschreitenden leichten Abnahme der Wettbewerbsintensität auf einen Stadionbesuch bzw. das Ansehen von Fußballspielen im Fernsehen zu verzichten oder gar das Interesse an der 1. Liga zu verlieren. Entsprechend wären die (betrachteten) europäischen Profifußball-Ligen unterschiedlich schnell und in unterschiedlichem Ausmaß von einer fortschreitenden Abnahme der Spannung betroffen.
10. Bei den Befunden zur "Sensibilität der Nachfragereaktion bei sinkender Wettbewerbsintensität" muss einschränkend darauf hingewiesen werden, dass zum einen unklar ist, wie viele der Befragten ihren angedrohten Konsumverzicht bzw. Interessenverlust auch tatsächlich realisieren. Zum anderen ist es basierend auf Querschnittdaten nicht möglich, den subjektiv empfundenen Spannungsgrad für Prognose-Zwecke mit dem objektiv messbaren Spannungsgrad zu koppeln. Hierfür wären Anschlussuntersuchungen und die Generierung eines Längsschnittdatensatzes notwendig.
11. Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere den mittel- und langfristigen Spannungsdimensionen eine große Bedeutung zugeschrieben wird. Von den betrachteten drei kurzfristigen Spannungsdimensionen kommt lediglich der Unsicherheit des Spieldausgangs eine vergleichsweise wichtige Bedeutung zu. Fast alle der betrachteten Dimensionen sind für die Befragten in den Niederlanden überdurchschnittlich bedeutend, während das Gegenteil für die Befragten in Dänemark zutrifft.
12. Fast alle Spannungsdimensionen sind für Personen mit einem höheren Involvement relativ gesehen wichtiger. Darüber hinaus ist festzustellen, dass für Fans eines Vereins, der im Schnitt innerhalb der letzten Jahre in der oberen Tabellenhälfte platziert war, Spannung im Kampf um die vorderen Plätze (relativ gesehen) wichtiger ist. Für Fans von schlechter platzierten Vereinen ist dagegen die Spannung im Abstiegskampf relativ bedeutender.
13. Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass das Ausmaß der Wettbewerbsintensität in der Liga für die Fans einen nutzenstiftenden Parameter darstellt. Entsprechend können sich in Etwa die Hälfte aller Befragten grds. vorstellen, einen finanziellen Beitrag zur Aufrechterhaltung oder Erhöhung der Spannung innerhalb der Liga zu leisten. Der Mittelwert für alle Befragten liegt bei Etwa 3 Euro pro Stadionsticket pro Spiel. Werden lediglich solche Personen betrachtet, die bereit sind, generell etwas zu zahlen, so liegt der (bedingte) Mittelwert bei über 6 Euro. Fans aus Dänemark sind bereit, vergleichsweise mehr zur Erhöhung der Spannung zu zahlen, während Fans aus Deutschland und den Niederlanden vergleichsweise mehr zur Aufrechterhaltung des bestehenden Spannungsniveaus zahlen würden. In diesen Befunden drückt sich die relative Zufriedenheit der Fans aus Deutschland und den Niederlanden sowie die

relative Unzufriedenheit der Fans aus Dänemark mit der derzeitigen Spannung in den Ligen aus.

1.5 Kernaussagen und Ausblick

Wie der Bericht zeigt, scheint das hier gewählte methodische Vorgehen für ein besseres Verständnis der für die Zuschauer relevanten Dimensionen der Spannung in den Fußballwettbewerben und deren Bedeutung geeignet zu sein. Insgesamt lassen sich fünf Kernaussagen treffen:

- "Für einen Großteil der Nachfrage ist Spannung ein nutzenstiftender Parameter."
- "Ein zukünftiger Rückgang der Spannung hätte in den betrachteten drei Ligen unterschiedlich schnell und unterschiedlich starke Auswirkungen."
- "Unterschiede bei der wahrgenommenen Bedeutung der Spannung sind nicht zwingend durch Unterschiede im Konsumverhalten (Stadion- oder TV-Zuschauer) charakterisiert."
- "Die ökonomischen Dimensionen der Wettbewerbsintensität sind unterschiedlich relevant und können das Konstrukt "Spannung" (wenn auch nur zum Teil) erklären."
- "Fans haben eine eigene, den empirischen Befunden aber nur scheinbar konträr gegenüberstehende Meinung zu den Einflussfaktoren auf die Spannung in den Ligen."

Abschließend lassen sich drei Aspekte/Bereiche formulieren, die in aufbauenden Untersuchungen beachtet werden sollten:

- Im Rahmen zukünftiger Forschungsarbeiten sollten auch solche Personen, die sich Fußballspiele (privat) zu Hause im Pay-TV ansehen bspw. durch eine entsprechende Kooperation zwischen wissenschaftlicher Einrichtung und Pay-TV-Anbieter in derartige Befragungen einbezogen werden;
- Für Prognosen wäre es zielführend, den 11 erfragten Items entsprechende objektive Maße zu entwickeln, um zu sehen, wo Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den subjektiven und objektiven Spannungsdimensionen liegen. Darüber hinaus wäre es hilfreich, die durchgeführten Befragungen in einem gewissen zeitlichen Abstand zu wiederholen, um die Robustheit der Daten zu überprüfen und weitere Ankerpunkte zur Prognose zu erhalten;
- Die aufgedeckte Heterogenität der Ligen macht es zu einem sinnvollen Unterfangen, zukünftig auch andere Länder mit einzubeziehen. Wünschenswert wäre eine kontinuierliche Erhebung in allen europäischen Ligen im Rahmen eines umfassenden Fan-Surveys, der neben den hier relevanten Fragen zur Spannung weitere für die Ligen-Organisationen und Fachverbände relevante Informationen erfasst.

2 Einleitung

Im Rahmen des einleitenden Kapitels wird die Problemstellung und die Zielsetzung der Studie (2.1), die Relevanz des Forschungsvorhabens (2.2) sowie der Struktur des Abschlussberichts (2.3) erläutert.

2.1 Problemstellung und Zielsetzung der Studie

In den letzten Jahren wurden vermehrt Studien zur Entwicklung der Wettbewerbsintensität (*Competitive Balance: CB*) in Sportligen durchgeführt. Insbesondere für den europäischen Profifußball liegt empirische Evidenz vor, dass sowohl die nationalen (z.B. englische, italienische, spanische und deutsche 1. Liga) als auch die internationalen Wettbewerbe (z.B. Champions League) zunehmend unausgeglichener werden (vgl. Pawlowski, Breuer & Hovemann, 2009; 2010). Dies kann (neben zahlreichen anderen Faktoren) auf Einnahmeunterschiede und damit einhergehende Unterschiede in der Finanzkraft der Mannschaften - innerhalb einer Liga und zwischen den Ligen - zurückgeführt werden. Auf allen hierarchischen Ebenen des Profifußballs werden daher eingehend Diskussionen über mögliche Mechanismen und Regeländerungen zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsintensität geführt.

Bei Entscheidungen zum Ausmaß der Wettbewerbsregulierung sollte die Bedeutung, die die Wettbewerbsintensität für die Zuschauer spielt, ein entscheidendes Kriterium sein. In der Wissenschaft wird die Bedeutung der Wettbewerbsintensität für die Zuschauer jedoch kontrovers diskutiert. Einerseits gilt die Tatsache, dass die Unsicherheit des Outputs (*hier: z.B. der Spielausgang*) einen Nutzen stiftenden Parameter für die Zuschauer darstellt, als eine der wesentlichsten Besonderheiten im Sport.

„An ‚unbalanced‘ league will not maximise the number of its spectators/viewers.”
(José Luís Arnaut, 2006)

Bereits 1956 weist Rottenberg darauf hin, dass die Wettbewerber in Sportligen von annähernd gleicher Größe (Stärke) sein sollten, um dem sportlichen Wettkampf die größtmögliche Attraktivität zu verleihen (Unsicherheitshypothese, *Uncertainty of Outcome Hypothesis: UOH*). Andererseits wird argumentiert, dass ein Großteil der Stadionzuschauer einen (klaren) Heimsieg präferiert (Késenne, 2010). Ein komplett ausgeglichener Wettbewerb wäre demnach nicht (wohlfahrts-) optimal bzw. die Zuschauerzahl maximierend (vgl. Rascher, 1997; Rascher & Solmes, 2007).

Entsprechend sind auch die empirischen Befunde hierzu nicht eindeutig. Sie suggerieren einen Trade-off bzw. konträre Zuschauerpräferenzen. So konstatierte Leach (2006, 117) "There is a lack of certainty about outcome uncertainty".

Neben den heterogenen Zuschauerpräferenzen könnten die nicht eindeutigen empirischen Befunde jedoch zudem aus einem ungeeigneten Design der Untersuchungen resultieren. In bisherigen ökonomischen Analysen wurde in erster Linie der Einfluss diverser CB-Maße auf die Höhe der aggregierten Zuschauerzahlen untersucht (vgl. Anhang 8.1). Diese klassisch ökonomische Analyseart, die sich auf die Anzahl an Zuschauern in den Stadien konzentriert, kann (aus Sicht des Verfassers) die Bedeutung der Wettbewerbsintensität für die Zuschauer jedoch dann nicht aufdecken, wenn (1) andere (in bisherigen Studien häufig vernachlässigte) Faktoren¹ den vielleicht wahrgenommenen negativen Effekt eines zunehmend unausgeglichener Wettbewerbs überkompensieren und/oder (2) ein (aus Zuschauersicht) problematisches Ausmaß an Unausgeglichenheit des Wettbewerbs (zum jetzigen Zeitpunkt) noch nicht erreicht wurde.

In Anbetracht des beobachtbaren Paradoxons, dass die Zuschauerzahlen trotz zunehmender Unausgeglichenheit der Wettbewerbe z.T. sogar signifikant steigen, scheint dies (zumindest in einigen Ligen) im Europäischen Profifußball zuzutreffen. Von entscheidender Relevanz wäre daher eine potentialbezogene Analyse zur (subjektiven) Einschätzung der Konsumenten hinsichtlich des Ausmaßes und der Bedeutung der Wettbewerbsintensität in den Ligen. Im Fokus des hier beschriebenen Forschungsvorhabens steht demnach eine Primärdatenerhebung und anschließende Auswertung zur *wahrgenommenen Bedeutung* (perceived relevance) der Wettbewerbsintensität *durch die Nachfrager*.

Erste Anhaltspunkte zur Gestaltung derartiger Analysen können aus der marketingbezogenen Literatur gewonnen werden (z.B. Königstorfer, Gröppel-Klein & Kunkel, 2010). Bisher durchgeführte potentialbezogene Analysen sind jedoch durch zahlreiche (im Kapitel 3 näher beschriebene) Defizite gekennzeichnet. Ziel dieses Forschungsvorhabens ist es daher, erstmals die Vorteile und Stärken der ökonomischen Ansätze mit jenen marketingbezogener Ansätze zu kombinieren. Mit Hilfe unterschiedlicher Befragungs-Designs wird untersucht, welche Bedeutung die kurz-, mittel- und langfristige Intensität der Wettbewerbe im Europäischen Profifußball für die Zuschauer hat. Zur Aufdeckung möglicher heterogener Zuschauerpräferenzen werden sowohl Stadionzuschauer als auch TV-Zuschauer (von Live-Übertragungen in Restaurants und Bars) befragt. Da für die UEFA nicht nur die (häufig im Fokus der Forschung stehenden) Top-Ligen von Interesse sind, konzentriert sich das Vorhaben auf drei europäische Länder mit unterschiedlich spielstarken Ligen.

¹ Hierzu gehören bspw. die Markenbildung bestimmter Clubs oder die Zunahme der Attraktivität des Offensivspiels. Bspw. liegt für die 1. Fußball Bundesliga in Deutschland empirische Evidenz vor, dass die Reputation der Teams (Czarnitzki & Stadtmann, 2002) sowie starke Club-Marken der Auswärtsteams (Pawlowski & Anders, 2012) die Zuschauerzahlen in den Stadien erhöhen und eine etwaige geringere (*a priori*) Spannung des Spielgangs überkompensieren können.

2.2 Relevanz des Forschungsvorhabens

Damit liefert das Forschungsvorhaben einen neuen und innovativen Zugang zur empirischen Überprüfung der in Wissenschaft und Praxis viel diskutierten Unsicherheitshypothese im Sport. Die Ergebnisse des Forschungsvorhabens haben sowohl für die UEFA als auch für ihre Nationalverbände eine große Bedeutung: Mit Hilfe der zu ermittelnden Bedeutung der Wettbewerbsintensität aus Zuschauersicht und den tatsächlichen Daten zur Wettbewerbssituation lässt sich (1) die Handlungsnotwendigkeit zur Aufrechterhaltung einer gewissen CB abschätzen. Da die Einnahmen(-Verteilung) innerhalb der Liga den Grad der Wettbewerbsintensität beeinflussen kann (Andreff & Bourg, 2006; Pawlowski et al., 2010), könnten zudem (2) Umverteilungsmechanismen gerechtfertigt und/oder ggf. umstrukturiert werden. Da Studien zeigen, dass die Anzahl der Clubs innerhalb einer Liga ebenfalls den Grad der Wettbewerbsintensität beeinflussen kann (Cairns, 1987; Groot, 2008), könnten die Erkenntnisse darüber hinaus (3) als Basisinformation für Reformen bspw. hinsichtlich der Größe des Wettbewerbfeldes genutzt werden.

Es ist zu erwarten, dass die durchzuführenden Analysen detaillierten Aufschluss über die Einstellungsmuster der Zuschauer in den untersuchten Profifußballligen bieten. Neben ligen-/länderspezifischen Unterschieden wird erwartet, dass europaweit geltende Gemeinsamkeiten hinsichtlich der wahrgenommenen Bedeutung der Wettbewerbsintensität im Profifußball gefunden werden können. Die abgefragten Faktoren zum Clustern der Befragten ermöglichen darüber hinaus das Aufdecken von (Zuschauer-)Gruppenspezifischen Gemeinsamkeiten und Unterschieden. Damit einher kann die bisher vorherrschende Meinung bzgl. einer Zweiteilung der Zuschauergruppen² weiter präzisiert werden.

2.3 Struktur des Abschlussberichts

Der Abschlussbericht gliedert sich insgesamt in fünf Kapitel. Nach erfolgter Einleitung (Kapitel 2), wird zunächst der Forschungsstand aufgearbeitet und die sich daraus ergebenden Forschungsdesiderata aufgeführt (Kapitel 3). Im Anschluss daran wird die Primärdatenerhebung (Fragebogen, Stichprobe, Durchführung der Befragung) näher erläutert (Kapitel 4), ehe im Rahmen des Hauptkapitels (5) die Analysen und zentralen Ergebnisse vorgestellt werden. Der Bericht schließt mit einer Diskussion der Ergebnisse, deren Implikationen sowie einem Ausblick auf zukünftige Forschungsrichtungen (Kapitel 6).

² In der Literatur werden in der Regel Fans, die einen (klaren) Heimsieg präferieren und "neutrale" Zuschauer, die ein spannendes Spiel bevorzugen, unterschieden. Während die erst genannte Gruppierung häufig mit Stadionzuschauern gleichgesetzt wird, steht der Fernsehzuschauer häufig als Synonym für den "neutralen" Zuschauer.

3 Forschungsstand

Bei längerfristiger Betrachtung beinhaltet die Wettbewerbsintensität im Sport zwei Komponenten: Die so genannte Saison-Komponente bezieht sich auf die Wettbewerbssituation innerhalb einer Saison. Hierbei geht es um die Frage, wie groß die Leistungsunterschiede zwischen den Teams innerhalb der Saison sind. Dabei können in Anlehnung an Cairns et al. (1986) bspw. die Unsicherheit des Spielausgangs (*kurzfristig*), die Unsicherheit der Meisterschaft³ (*mittelfristig*) unterschieden werden. Bei der Team-Komponente geht es um die Leistungsentwicklung eines Teams in einem bestimmten Zeitraum (mehrere Spielzeiten). Hier stellt sich die Frage, ob die einzelnen Teams jede Saison ihre Leistungen reproduzieren oder die Platzierung im Endtableau von Saison zu Saison schwankt (*langfristig*).

Bisherige Studien, die die Entwicklung der Wettbewerbssituation im Profifußball analysiert haben, greifen auf sehr unterschiedliche Maße zurück und betrachten unterschiedliche Länder und Zeiträume. Entsprechend sind die gefundenen Ergebnisse sehr heterogen.⁴ Tendenziell scheint die Wettbewerbsintensität in den europäischen Profifußballligen abzunehmen.

Untersuchungen, inwiefern dies einen Einfluss auf die Zuschauernachfrage (im Stadion und am Fernseher) hat, sind für die Ligen-Organisatoren von großer Bedeutung. So argumentieren Borland und McDonald (2003, 480):

"Understanding about the nature and determinants of demand is arguably the most important empirical issue in analysis of professional sporting markets".

Die Bedeutung der Wettbewerbsintensität als Determinante der Sportnachfrage wurde bereits in zahlreichen Studien untersucht. Bei den folgenden Ausführungen zum Forschungsstand wird in Anlehnung an Borland und McDonald (2003) zwischen klassischen Studien aus den Bereichen der Ökonomie (3.1) und des Marketings (3.2) unterschieden. In einer abschließenden Betrachtung (3.3) werden die Forschungsdesiderata formuliert. Dabei wird verdeutlicht, welchen Beitrag das aktuelle Forschungsprojekt als Kombination und Erweiterung bestehender Arbeiten aus beiden Bereichen (Ökonomie und Marketing) leisten soll.

³ Hinzu kommen (insbesondere im Profifußball) die Unsicherheit des Abstiegskampfes oder die Unsicherheit der Qualifikation für die internationalen Clubwettbewerbe (UEFA Europa League, UEFA Champions League).

⁴ Während einige Studien keine signifikanten Veränderungen der Wettbewerbsintensität finden (Feddersen, 2005; 2006: Deutschland; Feddersen & Maennig, 2005: Deutschland; Goossens, 2006: Deutschland, Frankreich, Spanien; Koning, 2000: Niederlande; Michie & Oughton, 2004: Frankreich; Szymanski, 2001: England), finden insbesondere jüngere Studien empirische Evidenz für einen tendenziellen Rückgang der Wettbewerbsintensität in einigen Ländern (Goossens, 2006: England und Italien; Groot, 2008: England, Italien und Niederlande; Michie & Oughton, 2004: England, Deutschland, Italien, Spanien; Pawlowski et al., 2010: Deutschland, England, Frankreich, Italien, Spanien).

3.1 Klassische Studien aus der Ökonomie

Nach Borland und McDonald (2003) gehört die Unsicherheit des Wettbewerbs neben den Präferenzen der Nachfrager, den ökonomischen Determinanten (z.B. Preis, Einkommen), den qualitativen Rahmenbedingungen (z.B. der Sitzplatz-Qualität) sowie der Stadionkapazität zu den (im theoretischen Sinn) zentralen Determinanten der Zuschauernachfrage im Profisport. Entsprechend existieren bereits zahlreiche ökonomische Studien, die die Bedeutung der Wettbewerbsintensität für die Zuschauernachfrage thematisiert haben.

Im Rahmen solcher Studien wird mit Hilfe von Regressions-Techniken analysiert, inwiefern Indikatoren, die die einzelnen Dimensionen der Unsicherheit abbilden, Unterschiede in den aggregierten Tages- oder Saisonzuschauerzahlen erklären können. Die Mehrzahl der Studien konzentriert sich dabei auf die Stadionzuschauer. Vereinzelt lassen sich zudem Studien jüngeren Datums finden, die die Nachfrage nach Live-Fußballspielen im Fernsehen untersucht haben (z.B. Forrest, Simmons & Buraimo, 2005; Alavy et al., 2010).⁵

Die erste dem Verfasser bekannte Studie, die den Einfluss der Wettbewerbssituation auf die Zuschauernachfrage im Profifußball thematisiert hat, geht auf Hart, Hutton und Sharot (1975) zurück. Die Autoren untersuchen die Bedeutung der kurzfristigen (*ex-ante*) Unsicherheit für die Stadion-Zuschauernachfrage in England, indem sie die (*logarithmierte*) absolute Differenz der Tabellenplatzierung der aufeinandertreffenden Teams als erklärende Variable in ihr Modell mit aufnehmen. Entgegen der Unsicherheitshypothese ist der von ihnen identifizierte Zusammenhang zwischen diesem Indikator und der Anzahl an Stadionbesuchern jedoch nicht signifikant. Obgleich Downward et al. (2009) anmerken, dass der von Hart et al. (1975) verwendete Indikator mit einigen Problemen behaftet ist, deutete sich somit bereits vor mehr als drei Dekaden an, dass die empirischen Befunde zur UOH weniger eindeutig als deren theoretische Fundierung ausfallen könnten.

Es folgte eine ganze Reihe an weiteren Untersuchungen zur Bedeutung der Unsicherheitshypothese, insbesondere für Zuschauer in den englischen Profifußballligen. Auch Ligen in Schottland (z.B. Jennett, 1984), Frankreich (z.B. Falter & Pérignon, 2000), Spanien (z.B. García & Rodríguez, 2002), Deutschland (z.B. Czarnitzki & Stadtmann, 2002) und sogar Malaysia (z.B. Wilson & Sim, 1995) wurden untersucht.

Die Analysen wurden dabei in unterschiedliche Dimensionen weiterentwickelt. Zum einen wurden andere Indikatoren zur Abbildung der kurzfristigen UO entwickelt. In ihrem 1988 veröffentlichten Artikel verwenden Peel und Thomas erstmals die Quoten der Wettanbieter, um die *ex-ante* Siegwahrscheinlichkeit der Heimteams zu ermitteln. Der dabei gefundene signifikant positive Zusammenhang zwischen der Heimsiegunswahrscheinlichkeit und der Zuschauernachfrage ließ weitere Zweifel an der Bedeutung der (kurzfristigen) Unsicherheit für

⁵ Eine chronologische tabellarische Darstellung aller Studien, die (u.a.) die Bedeutung der Unsicherheitshypothese im Profifußball auf Basis von Sekundärdaten analysiert haben, findet sich im Anhang 8.1. Im Folgenden werden lediglich die zentralen Befunde zusammenfassend skizziert.

die Zuschauer im Profifußball aufkommen. Allerdings wurde argumentiert, dass ein gewisser Trade-off existiert, da die meisten Fans das Heimteam siegen sehen wollen. Ein funktionaler Zusammenhang zwischen Heimsiegwahrscheinlichkeit und der Zuschaueranzahl in den Stadien, der sowohl mit der UOH als auch mit der Theorie des präferierten Heimsieges vereinbar ist, wäre entsprechend konkav. Um dies abzubilden, wurde in den folgenden Studien ein quadrierter Term der Heimsiegwahrscheinlichkeit ergänzt (z.B. Peel & Thomas, 1992). Es stellte sich jedoch heraus, dass der tatsächliche Zusammenhang nicht konkav, sondern konvex ist. Dieser empirische Befund, der gegen die Relevanz der (kurzfristigen) UO spricht, wurde in aufbauenden Studien bestätigt (z.B. Czarnitzki und Stadtmann, 2002; Buraimo & Simmons, 2008).

Auch die Verwendung der auf Wettquoten basierten Heimsiegwahrscheinlichkeit als Indikator für die kurzfristige UOH wurde vielfach kritisiert. Einerseits führen die Margen der Buchmacher dazu, dass die verwendeten Wettquoten verzerrt sind. Zum anderen werden die Wahrscheinlichkeiten bspw. für ein Unentschieden oder einen Auswärtssieg bei einer ausschließlichen Betrachtung der Heimsiegwahrscheinlichkeit vernachlässigt (Downward et al., 2009). Trotz der Verwendung unverzerrter Wettquoten von bspw. *betfair* (z.B. Pawlowski & Anders, 2012) sowie umfassenderen Maßen⁶ (z.B. Czarnitzki & Stadtmann, 2002; Pawlowski & Anders, 2012) kommen allerdings auch Studien jüngerer Datums zu keinem anderen Ergebnis. Vielmehr scheint die Reputation (Czarnitzki & Stadtmann, 2002) oder die Markenstärke des Auswärtsteams (Pawlowski & Anders, 2012) von Bedeutung zu sein, um Unterschiede in den Zuschauerzahlen zwischen einzelnen Spieltagen zu erklären.

Neben der Verwendung weiterer Indikatoren zur Messung der kurzfristigen UO wurde aufbauend auf der Studie von Hart et al. (1975) zudem die mittelfristige Dimension der UO empirisch überprüft. Die Analyse der mittelfristigen UO fand mit der Studie von Jennett (1984) Einzug in den Forschungsarbeiten zu den Determinanten der Zuschauernachfrage im Profisport. Die mittelfristige UO wird dabei durch die Bedeutung (*significance*) des Spiels operationalisiert. Im Fokus stehen hier Maße, die angeben, ob Heim- und/oder Auswärtsteams noch Chancen auf die Meisterschaft haben. Basierend auf diesen Maßen, findet Jennett (1984) heraus, dass die Zuschauerzahlen mit zunehmender Wahrscheinlichkeit auf die Meisterschaft steigen. Die von Jennett (1984) eingeführten Maße wurden weiterentwickelt und in verschiedenen anderen Studien getestet (vgl. Downward et al., 2009). Die überwiegende Mehrzahl der Studien konnte dabei die Bedeutung der auf diese Weise operationalisierten mittelfristigen UO bestätigen. Allerdings scheint sich die Relevanz in erster Linie auf das Meisterschaftsrennen zu beschränken. So finden bspw. Pawlowski und Anders (2012) nur schwach signifikante Hinweise dafür, dass die Chance (für Heim- und Auswärtsteams) zur Qualifikation für die UEFA Champions League die Anzahl an Stadionzuschauern erhöht. Auch der Abstiegskampf scheint keinen Einfluss auf die Zuschauernachfrage zu haben (Jennett, 1984).

⁶ Wie bspw. dem Maß von Theil (1967), welches die Wahrscheinlichkeiten für einen Heim- und Auswärtssieg sowie ein Unentschieden kombiniert.

Zusammenfassung A:

- (1) Wie die Zusammenfassung zum bisherigen Forschungsstand in der Ökonomie zeigt, sind die Ergebnisse zum Einfluss der (kurzfristigen und mittelfristigen) Wettbewerbsintensität auf die Zuschauernachfrage im Fußball nicht eindeutig.
- (2) Während die kurzfristige UO für die Stadion-Zuschauernachfrage nicht von übergeordneter Bedeutung zu sein scheint, ist sie für die Nachfrage nach Live-Fußballspielen im Fernsehen durchaus relevant (Forrest, Simmons & Buraimo, 2005; Alavy et al., 2010). Dies können jedoch nicht alle Studien bestätigen (Johnsen & Solvoll, 2007).
- (3) Die Bedeutung der mittelfristigen UO, operationalisiert durch die Wahrscheinlichkeit, ob Heim- und/oder Auswärtsteams noch in das Meisterschaftsrennen eingreifen können, kann hingegen häufiger empirisch nachgewiesen werden.

3.2 Klassische Studien aus dem Marketing

In ihrer ausführlichen Abhandlung zu bereits existierenden Studien weisen Borland und McDonald bereits 2003 darauf hin, dass sich neben den ökonomischen Studien ein weiterer Forschungsstrang etabliert hat, der die Analyse der Sportnachfrage zum Gegenstand hat.

Diese Studien verwenden speziell für den Untersuchungszweck erhobene Primärdaten, die in der Regel zwar eine im Vergleich zu den ökonomischen Studien deutlich geringere Zahl an Beobachtungen aufweisen, dafür aber die für Sportzuschauer relevanten Determinanten wesentlich präziser erfassen können.⁷ Die Datenauswertung erfolgt dabei häufig mit Hilfe von Strukturgleichungsmodellen und Faktorenanalysen. Im Folgenden werden von den existierenden klassischen marketingbezogenen Studien zur Sportnachfrage solche vorgestellt, die die Wettbewerbsintensität als eine Dimension der Sportnachfrage thematisiert haben.⁸

Erste marketingbezogene Analysen zur Bedeutung der Spannung in Sportwettbewerben gehen auf Sapolsky (1980) sowie Bryant, Rockwell und Owens (1994) zurück. Während Sapolsky (1980) mit Hilfe eines Experimental-Designs keinen Spannungseffekt auf das wahrgenommene Vergnügen (*enjoyment*) bei einem im Fernsehen übertragenen Basketballspiel findet, deuten die Ergebnisse von Bryant et al. (1994) darauf hin, dass spannende (Football-)Spiele von den Zuschauern als unterhaltsamer wahrgenommen werden.

In einer aufbauenden Studie analysieren Gan et al. (1997) den Zusammenhang zwischen dem wahrgenommenen Vergnügen bei der Betrachtung von Basketballspielen der National Collegiate Athletic Association (NCAA) und unterschiedlich knappen Spielausgängen. Während sie für Männer einen monoton steigenden Zusammenhang finden, scheinen Frauen moderat spannende Spiele zu bevorzugen (konkaver funktionaler Zusammenhang).

Auch in der Motivationsforschung zum Sportkonsum wurde die Bedeutung der Spannung von Wettbewerben bereits untersucht. Während "Spannung" in der *Sport Fan Motivation Scale* (SFMS, vgl. Wann et al., 1999) nicht beachtet wird, wird sie als eigenständiger Faktor "Drama" in der *Motivation Scale for Sport Consumption* (MSSC, vgl. Trail & James, 2001) mit Hilfe von mehreren Befragungsisems erfasst. Unter Verwendung der MSSC untersuchen Robinson und Trail (2005) geschlechts- und sportartspezifische Unterschiede bei den Motiven zum Sportkonsum. Sie finden heraus, dass der mit Hilfe von drei Items operationalisierte Faktor "Drama" keine Geschlechts- und Sportart-spezifischen Unterschiede aufweist. Das Ergebnis der geschlechterunabhängigen Bewertung können Izzo et al. (2011) für ein Item,

⁷ Ein typischer und viel diskutierter Trade-off zwischen Sekundär- und Primärdaten (vgl. Homburg & Krohmer, 2003).

⁸ Eine Übersicht zu bestehenden Arbeiten bis 2001, die die Bedeutung der Leistungen der Teams auf die Zufriedenheit der Zuschauer untersucht haben, findet sich in van Leeuwen, Quick und Daniel (2002).

welches sich allerdings eher auf die sportliche Leistung als auf die Spannung *per se* bezieht, bestätigen.⁹

Weitere Untersuchungen zur Bedeutung der Spannung der Wettbewerbe für die Fan-Wohlfahrt (*fan welfare*) bzw. die Konsumabsichten der Fans (ins Stadion gehen und/oder ein Spiel im TV ansehen) liefern O'Reilly et al. (2008) und O'Reilly, Nadeau und Kaplan (2011). Sie operationalisieren Competitive Balance mit der "Hoffnung" (ja/nein) der Fans, dass sich ihr Team noch für die Play-Offs in der Major League Baseball qualifizieren kann. Dabei finden O'Reilly et al. (2008) heraus, dass die so definierte Spannung einen positiven Einfluss auf die kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Konsumabsichten der Fans hat. In einer aufbauenden Studie finden O'Reilly et al. (2011) darüber hinaus einige Faktoren, die es ermöglichen, Fans, die eher hoffnungsorientiert handeln von solchen, die eher UOH-orientiert handeln, zu unterscheiden. Zu den beeinflussenden Faktoren gehören die für den Sportkonsum genutzten Medien, das Haushaltseinkommen sowie das Alter der Befragten.

In einem weiteren kürzlich erschienenen Artikel untersuchen Königstorfer et al. (2010) den Einfluss der durch die Fans wahrgenommenen Wettbewerbsintensität in der deutschen Bundesliga und der englischen Premier League auf die wahrgenommene Attraktivität der Ligen. Auf Basis einer Befragung von Fußballfans in beiden Ländern finden sie empirische Evidenz dafür, dass die (subjektiv) wahrgenommene Bedeutung der Wettbewerbsintensität in den Ligen deren Attraktivität positiv beeinflusst.

Zusammenfassung B:

- (1) Im Gegensatz zu den Studien aus der Ökonomie, deuten die Ergebnisse aus dem Bereich des Marketings eindeutig darauf hin, dass von der Spannung in den Wettbewerben ein Einfluss auf das Ausmaß des wahrgenommenen Vergnügens (*enjoyment*) beim Verfolgen der Wettbewerbe, auf die Konsumabsichten (ins Stadion gehen und/oder ein Spiel im TV ansehen) sowie auf die wahrgenommene Attraktivität der Ligen ausgeht.**
- (2) Für das in diesem Bericht beschriebene Forschungsvorhaben liefern die bisherigen marketingbezogenen Arbeiten einige interessante Anhaltspunkte.**
- (3) Die bestehenden Ansätze sind jedoch (wie im Folgenden erläutert wird) mit einigen Defiziten behaftet.**

⁹ "I am very disappointed when my soccer team loses."

3.3 Forschungsdesiderata

Die Aufarbeitung des Forschungsstands zu den bisherigen Studien aus der Ökonomie (vgl. Kapitel 3.1) hat gezeigt, dass die Ergebnisse zur Bedeutung der Wettbewerbsintensität für die Zuschauernachfrage im Fußball nicht eindeutig sind. Obgleich die Verwendung von unterschiedlichen Untersuchungsdesigns mit Daten zu unterschiedlichen Ligen und Zeitpunkten die Vergleichbarkeit erschwert, scheint die kurzfristige UO weniger bedeutend zu sein als die mittelfristige UO. Zur Bedeutung der langfristigen UO liegen bis dato kaum empirische Befunde vor. Die kontinuierlich steigenden Zuschauerzahlen in der Deutschen Fußball Bundesliga (DFL, 2011) trotz tendenziell sinkender Wettbewerbsintensität (Pawlowski et al., 2010) legen (obgleich lediglich anekdotische Evidenz) gar einen negativen Zusammenhang zwischen aggregierten Zuschauerzahlen und langfristiger UO nahe.

In Anbetracht dieser kontroversen (und z.T. kontra-intuitiven) Befunde stellt sich jedoch die grundlegende Frage, ob die bisher in ökonomischen Analysen verwendete abhängige Variable (die aggregierte Zuschauernachfrage) überhaupt ein geeignetes Kriterium zur Aufdeckung des interessierenden Zusammenhangs darstellt. So lässt sich der tatsächliche Zusammenhang zwischen UO und Sportnachfrage dann nicht verlässlich bestimmen, wenn zum Zeitpunkt der Untersuchung ein (aus Zuschauersicht) problematisches Ausmaß an Unausgeglichenheit des Wettbewerbs noch gar nicht erreicht wurde. Für eine umfassende Überprüfung bzgl. des Ausmaßes an für den Zuschauer relevanter Wettbewerbsintensität wäre in diesem Fall eine potentialbezogene Analyse notwendig.

Anhaltspunkte für die Gestaltung von potentialbezogenen Analysen zur Bedeutung der Spannung für die Zuschauer können aus Studien entnommen werden, die im weiteren Sinn dem Marketing zugeordnet werden können (vgl. Kapitel 3.2). Bisherige Ansätze greifen aus Sicht des Verfassers allerdings in vielfältiger Weise zu kurz:

(1) Im Gegensatz zu den Studien aus der Ökonomie, wo die UO hinsichtlich der Dimensionen (kurz-, mittel-, langfristig) klar definiert ist, liegt in den bisherigen Studien aus dem Marketing keine klare Struktur bzgl. der Dimensionen der Spannung vor. Lediglich O'Reilly et al. (2008) und O'Reilly et al. (2011) orientieren sich an der ökonomischen Abgrenzungslogik. Sie fokussieren dabei allerdings nicht unmittelbar die kurz-, mittel- und langfristige Dimension der Spannung, sondern die Messung der kurz-, mittel- und langfristigen Konsumabsichten als Konsequenz von Spannungsunterschieden.

(2) Mit der fehlenden Systematisierung der Spannung geht eine Vielfalt bei der Operationalisierung der Spannung einher. Die verwendeten Fragen/Items sind z.T. relativ unspezifisch und häufig auf einzelne Dimensionen der UO beschränkt. Manche im Rahmen der Motivationsforschung verwendete Skalen vernachlässigen sogar gänzlich die Betrachtung der Spannung der Wettbewerbe (z.B. SFMS, vgl. Wann et al., 1999).

(3) Während (wie oben kritisiert), die aggregierte Zuschauerzahl (obgleich zahlreich verwendet) nicht zwingend als Output-Variable zur Approximation des tatsächlichen Markter-

folgs geeignet ist, herrscht bzgl. der geeigneten Operationalisierung des potentiellen Markterfolgs in der marketingbezogenen Literatur Uneinigkeit. So wird der Einfluss der Spannung bspw. auf das wahrgenommene Vergnügen (z.B. Gan et al., 1997), auf die Konsumabsichten (z.B. O'Reilly et al. (2008); O'Reilly et al., 2011) sowie die wahrgenommene Attraktivität der Ligen (Königstorfer et al., 2010) untersucht. Von besonderem Interesse für Ligen-Organisatoren dürfte in erster Linie der Einfluss der Spannung auf die Konsumabsichten sein. Darüber hinaus ist die Kenntnis von konkreten Verhaltensabsichten bei möglichen Veränderungen der Wettbewerbssituation von großer Bedeutung.

(4) Die einzige Studie, die die wahrgenommene Bedeutung der Wettbewerbsintensität im europäischen Profifußball bisher thematisiert hat, ist mit England und Deutschland auf zwei Ligen mit (im Vergleich zu anderen europäischen Ligen) vergleichsweise ähnlichen Rahmenbedingungen fokussiert. Die Verfasser verweisen zum Ende ihres Artikels daher explizit auf die fehlende Generalisierbarkeit ihrer Befunde für den europäischen Profifußball hin "European football leagues and their fans differ; thus, more cross-cultural research is needed" (Königstorfer et al., 2010, 155).

(5) Nicht immer wurden die Daten kontrolliert erhoben. Unklar bleibt bspw. bei Online-Erhebungen in Fan-Foren (z.B. Königstorfer et al., 2010), ob es nicht zu systematischen Verzerrungen bzgl. der Repräsentativität kommt, da nur bestimmte Gruppierungen auf Fan-Foren zurückgreifen bzw. diese nutzen.

Im Rahmen des durchzuführenden Forschungsvorhabens sollen erstmals die Vorteile und Stärken der ökonomischen mit denen der marketingbezogenen Ansätze kombiniert werden. Hierfür wird (der klaren Spannungs-Systematik der ökonomischen Studien folgend) die durch die Zuschauer wahrgenommene Bedeutung der Wettbewerbsintensität in den Ligen im Rahmen eines auf Primärdaten basierenden potentialbezogenen Forschungsansatzes analysiert.

4 Primärdatenerhebung

Im Folgenden werden die Methodik bzw. die relevanten Methodik-Bausteine vorgestellt, um den oben beschriebenen Forschungsdesiderata zu begegnen und die Forschungsfragen entsprechend der Projektziele beantworten zu können. Hierfür wird zunächst der Aufbau des Fragebogens (4.1) erläutert, ehe Details zur Stichprobenziehung (4.2) sowie die Durchführung der Befragung (4.3) vorgestellt werden.

4.1 Fragebogen

Bei der Erstellung des Fragebogens wurden vier wesentliche Ziele verfolgt:

- (1) Durch eine geeignete Fragebogengestaltung soll der tatsächliche Einfluss der CB von anderen Einflussfaktoren extrahiert werden.
- (2) Dazu soll das aus Zuschauersicht problematische Ausmaß an Unausgeglichenheit des Wettbewerbs ergründet werden. Damit soll den oben beschriebenen problematischen Aspekten in bisherigen (ökonomischen) Studien begegnet werden.
- (3) Darüber hinaus sollen mit Hilfe von Informationen zum generellen Interesse am Fußball und dem Ausmaß der Verbundenheit mit einem bestimmten Team erstmals plausible Klassifizierungsmerkmale herangezogen werden. Es wird vermutet, dass diese Merkmale viel besser zum Clustern von Zuschauern hinsichtlich ihrer Präferenzen (bezogen auf die Bedeutung der Wettbewerbsintensität) geeignet sind, als eine bloße Unterscheidung zwischen Stadion- und TV-Zuschauern (wie sie im Rahmen von klassischen Analysen verwendet wird).
- (4) Schließlich geht mit der Erstellung eines einheitlichen Fragebogendesigns die Möglichkeit einher, im Rahmen von Anschlussuntersuchungen die Ligen anderer Länder sowie die europäischen Clubwettbewerbe (UEFA Europa League, UEFA Champions League) mit einzubeziehen und vergleichbare Ergebnisse zu erzielen.

Der Fragebogen ist in sechs große Blöcke unterteilt und wird im Folgenden näher vorgestellt (4.1.1). Zudem wird der zur Optimierung und Modifikation des endgültigen Fragebogens durchgeführte Pre-Test skizziert (4.1.2).

4.1.1 Fragenkomplexe

(1) Zunächst wird der Bezug des Befragten zum Profifußball erörtert. Neben dem generellen Interesse am Fußball wird zudem das Ausmaß der Verbundenheit mit dem Lieblingsteam erfragt. Im Fokus stehen sowohl klassische Fragen zum Konsumverhalten (Mitgliedschaft bei einem Verein, Häufigkeit von Stadionbesuchen, Häufigkeit des Zuschauens von Live-Fußballspielen im Fernsehen sowie das allgemeine Zuschauerverhalten) als auch Fragen zu den wahrgenommenen persönlichen Effekten von Sieg und Niederlage des "Lieblingsteams". Insbesondere mit der Frage 1.4 ist das Forschungsprojekt direkt anschlussfähig an die aktuellen und kürzlich erschienenen Forschungsarbeiten im Bereich der Glücksforschung im Profisportbereich (vgl. (u.a.) Kavetsos & Szymanski, 2010). Da von der Art und dem Ausmaß der Identifikation mit einem Team eine wesentliche Bedeutung zur Erklärung des Sportkonsums ausgeht (z.B. Wann & Branscombe, 1993), wird davon ausgegangen, dass die im gesamten ersten Fragenblock ermittelten Daten auch eine gewisse Relevanz zur späteren Erklärung von möglichen Unterschieden bei der wahrgenommenen Bedeutung der Wettbewerbssituation haben (wie bspw. bei O'Reilly et al., 2011).¹⁰

(2) Der zweite Fragenkomplex widmet sich den allgemeinen Motiven und Hauptgründen für den Stadionbesuch bzw. das Betrachten von Fußballspielen im Fernsehen. Mit Hilfe der verwendeten Items soll der Stellenwert der Spannung bei den Konsumenten abgefragt werden. Dabei wurde ein besonderer Fokus auf solche Items gelegt, zu denen in bisherigen Studien unterschiedliche/widersprüchliche Ergebnisse ermittelt wurden (z.B. spannendes Spiel versus klarer Heimsieg; Spannung versus qualitativ hochwertige Auswärtsteams).

(3) Im dritten Block werden die Kernfragen zur Bearbeitung der Forschungsfrage formuliert. Die vier Unterblöcke thematisieren die subjektive Einschätzung der Befragten zur Spannung in der Fußballliga des jeweiligen Landes. Die Fragenblöcke 3.1 und 3.2 beinhalten dabei exakt die gleichen Items. Nacheinander wird die subjektive Einschätzung zu den Items und die Bedeutung von den Items für das Interesse an der Fußballliga des jeweiligen Landes erfragt. Die einzelnen Items thematisieren dabei in systematischer Weise alle in ökonomischen Studien als relevant erachtete Dimensionen der Wettbewerbsintensität (Item 1-3: kurzfristige UO; Item 4-8: mittelfristige UO; Item 9-12: langfristige UO). Die Fragen 3.3 und 3.4 thematisieren wiederum die Wettbewerbsintensität in der Liga als Ganzes. Beide Fragen sind bewusst im Anschluss an die Detailfragen angeordnet, damit die Befragten eine bessere Vorstellung bzgl. der relevanten Dimensionen der Wettbewerbsintensität haben.

¹⁰ Zudem wird davon ausgegangen, dass die wahrgenommene Bedeutung der Wettbewerbssituation innerhalb der jeweiligen Liga von der aktuellen und den vergangenen sportlichen Leistungen des "Lieblingsteams" beeinflusst wird. Daher werden nach Abschluss der Primär-Datenerhebung Sekundärdaten zum "Lieblingsteam" (z.B. aktuelle und durchschnittliche Punktzahl in den vergangenen Spielzeiten, aktueller und durchschnittlicher Tabellenplatz in den vergangenen Spielzeiten etc.) ergänzt.

(4) Im vierten Fragenkomplex werden die persönlichen Konsequenzen einer sich verändernden Spannung behandelt. Zudem wird die Zahlungsbereitschaft zur Erhöhung und/oder Aufrechterhaltung der Spannung in der Fußballliga des jeweiligen Landes abgefragt.

(5) Der vorletzte Fragenkomplex thematisiert die subjektive Wahrnehmung zur Bedeutung verschiedener Einflussfaktoren auf die Spannung in den Ligen. Hierbei werden insbesondere solche (möglichen) Einflussfaktoren abgefragt, die in Forschungsstudien und/oder der medialen Landschaft *ad hoc* als bedeutsam für die Wettbewerbssituation einer Liga identifiziert wurden.

(6) Der Fragebogen schließt klassischer Weise mit der Abfrage diverser soziodemographischer Merkmale. Die Formulierung dieser Fragen wurde an das Sozioökonomische Panel (SOEP) des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) angelehnt.

4.1.2 Pre-Test

Nach Erstellung des vorläufigen Fragebogens wurde ein Pre-Test durchgeführt. Ziel war es einerseits, von anderen nicht in das Projekt involvierten aber in der Marktforschung erfahrenen Wissenschaftlern Hinweise zur generellen Gestaltung des Fragebogens (Design/Layout/Fragestellungen) zu erhalten. Andererseits sollte der Fragebogen bewusst solchen Personen vorgelegt werden, die über ein vermeintlich geringeres Bildungsniveau verfügen, um die Verständlichkeit der Fragen zu prüfen.

Der Pre-Test wurde in Deutschland in KW 30 bei $n=10$ Personen mit einem generellen Fußballinteresse durchgeführt. Insgesamt nahmen $n=1$ promovierte Kollegin, $n=4$ studierte Bekannte sowie $n=5$ nicht-studierte Fremde ($n=1$ Abitur, $n=3$ Realschulabschluss/Mittlere Reife, $n=1$ noch kein Schulabschluss) an dem Pre-Test teil. Die protokollierten Änderungshinweise nach Durchführung des Pre-Tests finden sich im Anhang (8.2).

4.2 Stichprobe

Die Bedeutung der Wettbewerbsintensität aus Sicht der Zuschauer wird im Rahmen des hier beschriebenen Projektes mit Hilfe einer Primärdatenerhebung erforscht. Die Grundgesamtheit der Untersuchung bilden alle Fußballinteressierten in Europa, die das "Produkt" Profifußball konsumieren (Fußball im Stadion und/oder im TV sehen).

Einer Studie von SPORTFIVE (2009) zufolge haben rund 71% aller Einwohner der von ihnen untersuchten fünf Länder (England, Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien) ein generelles Interesse am Fußball. Ob dies auch für die übrigen Länder Europas (also solche, die mit ihren nationalen Dachverbänden in der UEFA vertreten sind) gilt, ist unklar. Dennoch kann die Grundgesamtheit auf mehrere hundert Millionen Fußball-Interessierte geschätzt werden. Zur Beantwortung der Forschungsfragen muss entsprechend eine geeignete Stichprobe aus dieser (*a priori* nicht exakt definierbaren) Grundgesamtheit gezogen werden.

Im Folgenden werden nacheinander Informationen zur getroffenen Auswahl der Länder (4.2.1), Städte (4.2.2) und Zugangspunkte (4.2.3) präsentiert.

4.2.1 Auswahl der Länder

Um eine aussagekräftige Stichprobe zu generieren, die im Rahmen eines 10-monatigen Forschungsvorhabens realistisch erscheint und zugleich sowohl der europäischen Dimension als auch den unterschiedlichen Gegebenheiten des Profifußballs in den einzelnen Ländern näherungsweise gerecht wird, ist die Erhebung auf Deutschland, die Niederlande und Dänemark fokussiert.

Die Auswahl der Länder begründet sich in der unterschiedlichen Spielstärke der einzelnen Ligen¹¹, der Verfügbarkeit von Kooperationspartnern vor Ort¹² sowie der verhältnismäßig guten Erreichbarkeit von Köln aus. Die Auswahl wurde bereits vor Projektbeginn getroffen und im Rahmen des Antrags auf "Gewährung eines Forschungsstipendiums durch die UEFA" begründet.

4.2.2 Auswahl der Städte

Innerhalb der Länder wurden für die Erhebung in einem ersten Schritt zunächst (mindestens) 3 Städte mit ortsansässigen Vereinen in der jeweils ersten Liga der Länder ausgewählt. Bei der Auswahl der Städte wurden 3 Aspekte/Kriterien zugrunde gelegt:

¹¹ In der UEFA-5-Jahreswertung nahm Deutschland zum Zeitpunkt des Projektstarts den 3., die Niederlande den 9. und Dänemark den 12. Platz ein.

¹² Für Dänemark konnte Professor Dr. Oliver Budzinski (University of Southern Denmark) und für die Niederlande Gerco van Dalen (Hanze University Groningen) als Partner gewonnen werden.

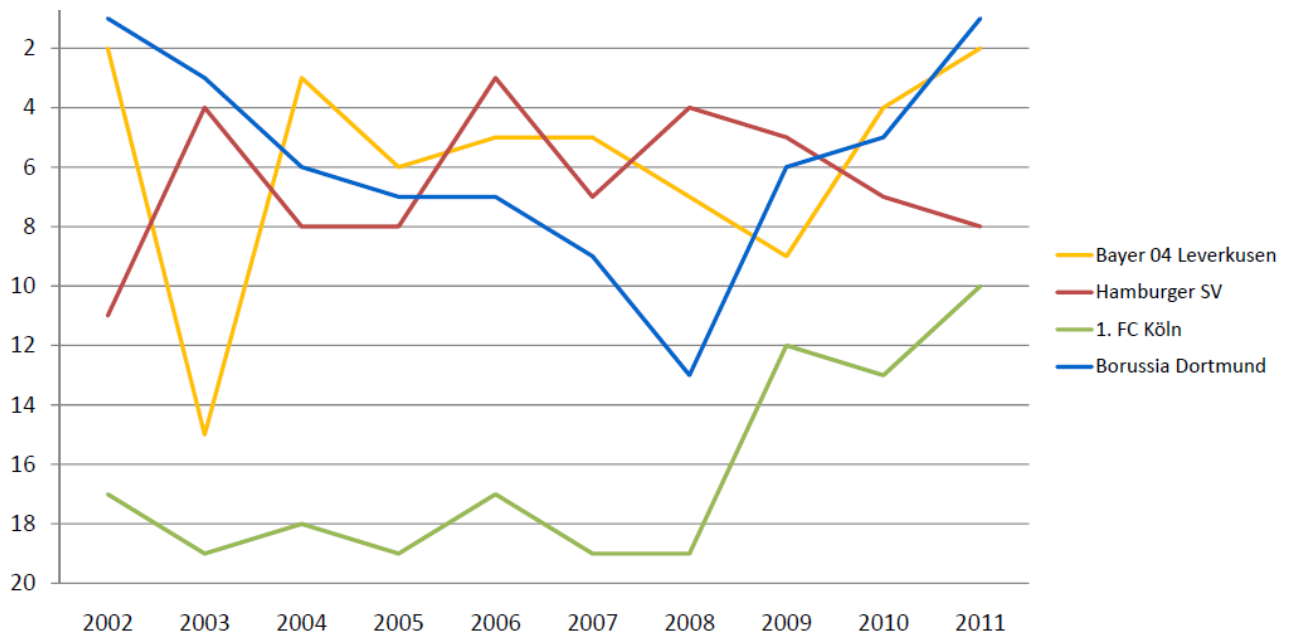
- (1) Es wird vermutet, dass von der Region, aus der der Verein kommt, kein maßgeblicher Einfluss auf die Beantwortung der Kernfragen dieses Projektes ausgeht. Vielmehr wird angenommen, dass vergangene Leistungen des Vereins einen Einfluss auf die Beantwortung der Fragen haben könnten. Aus diesem Grund wurde die Leistung innerhalb der letzten 10 Jahre (K1) als relevantes Kriterium herangezogen. Bei der Auswahl der Städte wurde entsprechend angestrebt, in jedem Land (mindestens) einen Verein in der Stichprobe zu haben, der innerhalb der letzten Jahre (a) relativ konstante Leistungen auf "schlechtem" Niveau, (b) relativ konstante Leistungen auf "gutem" Niveau sowie (c) "wechselhafte" Leistungen zu verzeichnen hatte.
- (2) Neben diesem (objektiven) inhaltlichen Kriterium wurden zudem zwei Umsetzungskriterien hinzugezogen. Einerseits musste die relative Erreichbarkeit vom nationalen Erhebungszentrum (Köln, Groningen, Esbjerg) aus gegeben sein (K2).
- (3) Zum anderen waren bestehende Kontakte zu Vereinen relevant (K3).

Den oben beschriebenen Kriterien folgend, wurden insgesamt 10 Städte / Vereine in den drei Ländern in die Stichprobe mit aufgenommen. In Deutschland wurden insgesamt vier Städte / Vereine ausgewählt:

- (1) Leverkusen / Bayer 04 Leverkusen (Bayer): Mit Ausnahme der Saison 2002/03 (15. Platz) war der Verein zwischen den Spielzeiten 2001/02 und 2010/11 stets in der oberen Tabellenhälfte platziert. Entsprechend wird der Verein der obigen Abgrenzung folgend als "konstant gutes" Team in Deutschland in die Stichprobe mit aufgenommen (K1). Darüber hinaus ist die Erreichbarkeit von Köln aus gegeben (K2) und ein bestehender Kontakt zum Verein konnte genutzt werden (K3).
- (2) Hamburg / Hamburger Sport-Verein (HSV): Mit finalen Platzierungen zwischen 3 und 11 in den Spielzeiten 2001/02 und 2010/11 kann der HSV ebenfalls als "konstant gutes" Team in Deutschland charakterisiert werden (K1). Trotz einer größeren Entfernung zum Standort Köln (K2) wurde der Verein aufgrund eines bestehenden persönlichen Kontaktes (K3) in die Stichprobe für Deutschland mit aufgenommen.
- (3) Köln / 1. FC Köln: Mit insgesamt 4 von 10 Spielzeiten in der zweiten Liga sowie den Platzierungen 12, 13 und 10 innerhalb der letzten drei Spielzeiten ist der 1. FC Köln sportlich gesehen anhand des obigen Kriteriums als eher "konstant schlecht" zwischen den Spielzeiten 2001/02 und 2010/11 zu charakterisieren (K1). Neben dem Standort (K2) bestand zudem bereits zuvor ein persönlicher Kontakt zum Verein.
- (4) Dortmund / Borussia Dortmund (BVB): Sportlich gesehen nahm der BVB innerhalb der letzten zehn Spielzeiten einen interessanten Verlauf. Nach der Meisterschaft in der Saison 2001/02 fiel die Leistung des Vereins kontinuierlich bis zur Saison 2007/08 (13. Platz) ab. Seitdem stieg die Formkurve des Vereins wieder an, sodass in der Saison 2010/11 wiederum die Meisterschaft erreicht werden konnte. Entsprechend ist die sportliche Leistung des Teams innerhalb der vergangenen zehn Spielzeiten als "wechselhaft" einzustufen (K1). Zudem ist eine relativ gute Erreichbarkeit vom Erhebungszentrum gegeben (K2). Obgleich vorab kein persönlicher Kontakt zum

Verein bestand (K3), wurde der BVB in die Stichprobe für Deutschland mit aufgenommen.

Abb. 1: Die Tabellenplatzierungen der ausgewählten Teams in Deutschland zwischen den Spielzeiten 2001/02 und 2010/11.



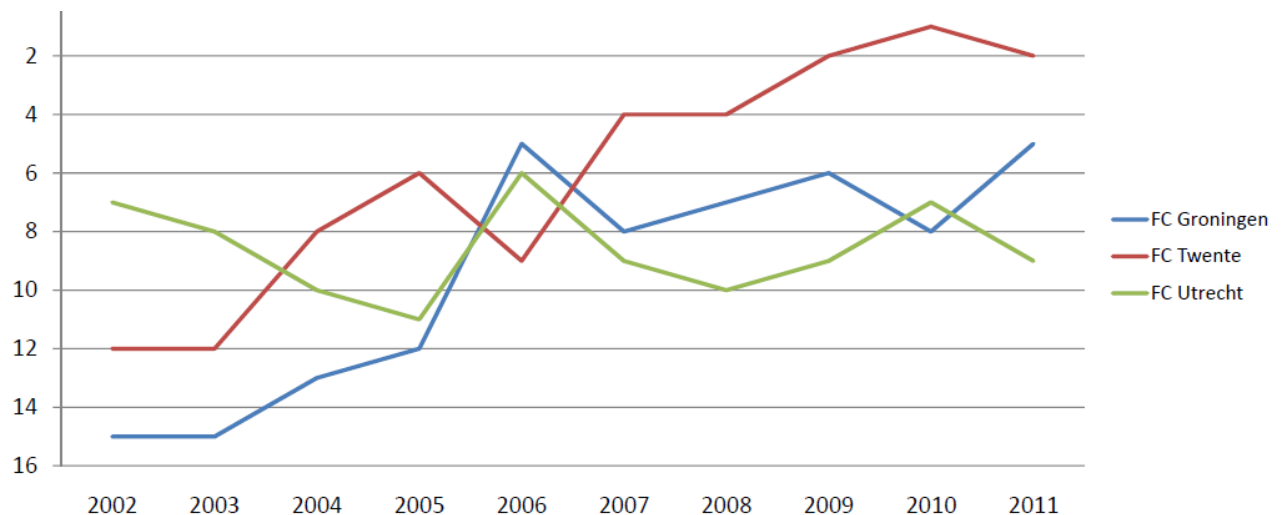
Anmerkung: Der "19." Tabellenplatz bedeutet, dass das Team in der entsprechenden Saison nicht in der 1. Liga gespielt hat.

In den Niederlanden wurden insgesamt 3 Städte / Vereine ausgewählt:

- (5) Enschede / FC Twente Enschede (Twente): Obgleich Twente in den Spielzeiten 2001/02 und 2002/03 mit dem 12. Tabellenplatz eher schlecht platziert war, waren die Leistungen insbesondere innerhalb der letzten fünf Spielzeiten konstant gut (1.-4. Tabellenplatz). Mittlerweile hat sich Twente als echtes Spitzenteam in der holländischen Eredivisie etabliert und kann entsprechend als "konstant gutes" Team charakterisiert werden (K1). Da die leitende Person des Erhebungsteams aus Köln kam, war zudem eine gewisse Nähe zum nationalen Erhebungszentrum gewährleistet (K2). Obwohl kein persönlicher Kontakt zum Verein bestand (K3), wurde Twente in die Stichprobe mit aufgenommen.
- (6) Utrecht / FC Utrecht: Mit Ausnahme der Spielzeiten 2001/02, 2005/06 und 2009/10 war der Verein eher in der unteren Tabellenhälfte der Eredivisie platziert. Entsprechend wurde Utrecht als "konstant schlechtes" Team in die Stichprobe für die Niederlande mit aufgenommen (K1). Bzgl. der anderen beiden Kriterien (K2, K3) sind die gleichen Aspekte wie für Twente zu nennen.

- (7) Groningen / FC Groningen: Die Leistungen des FC Groningen sind seit der Spielzeit 2001/02 fast stetig angestiegen, sodass sich der Verein (damals 15. Platz) mittlerweile in der oberen Tabellenhälfte der Eredivisie festgesetzt hat. In den letzten Spielzeiten verlief die Leistungskurve des FC Groningen zwar nahezu parallel zu der des FC Utrecht. Aufgrund der schlechten Platzierungen in den Spielzeiten 2001/02 bis 2004/05 kann die sportliche Leistung des Vereins allerdings als "wechselhaft" charakterisiert werden (K1). Mit Gerco van Dalfsen konnte zudem ein Kooperationspartner für das Projekt gewonnen werden, der unmittelbar von Groningen aus die Erhebung koordinieren / durchführen konnte (K2) und bereits in engem Kontakt mit dem FC Groningen stand.

Abb. 2: Die Tabellenplatzierungen der ausgewählten Teams in den Niederlanden zwischen den Spielzeiten 2001/02 und 2010/11.

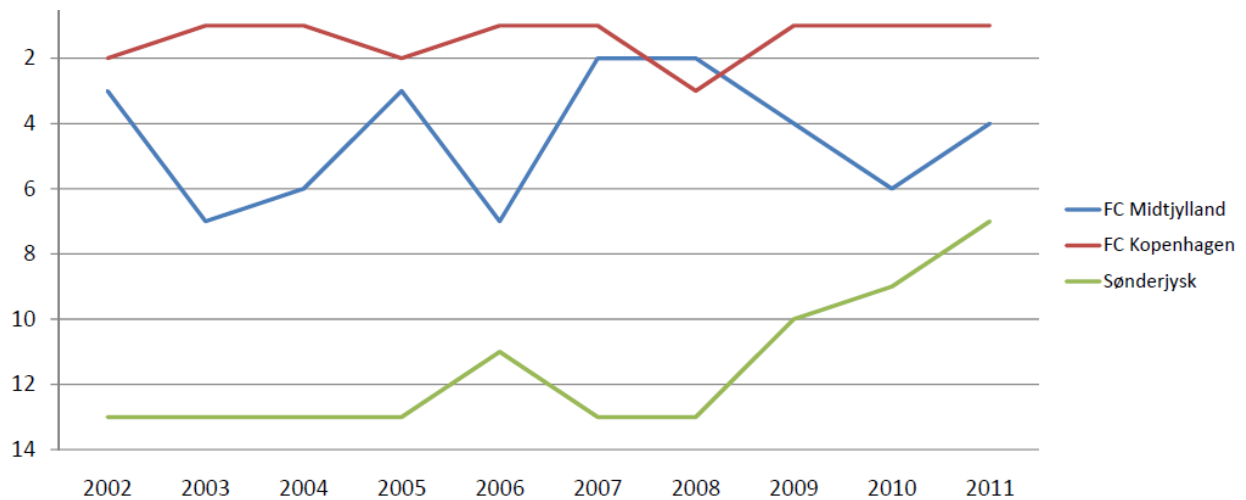


In Dänemark wurden ebenfalls 3 Städte / Vereine ausgewählt:

- (8) Kopenhagen / FC Kopenhagen (FCK): Als Serienmeister in der dänischen Superligaen ist der FC Kopenhagen ohne Zweifel als "konstant gutes" Team zu bezeichnen. Obgleich Kopenhagen relativ weit weg vom Erhebungszentrum (Esbjerg) liegt (K2) und vorab kein persönlicher Kontakt zum Verein bestand (K3), wurde der FC Kopenhagen in die Stichprobe für Dänemark mit aufgenommen.
- (9) Sønderjysk / Sønderjysk Elitesport: Mit insgesamt 6 von 10 Spielzeiten in der dänischen zweiten Liga sowie den restlichen Platzierungen in der Superligaen ist der Sønderjysk Elitesport sportlich gesehen anhand des obigen Kriteriums als eher "konstant schlecht" zwischen den Spielzeiten 2001/02 und 2010/11 zu charakterisieren (K1). Bzgl. der anderen beiden Kriterien (K2, K3) sind die gleichen Aspekte wie für den FC Kopenhagen zu nennen.
- (10) Midtjylland / FC Midtjylland: Mit sehr unterschiedlichen Platzierungen zwischen dem 2. und 7. Tabellenplatz wird der FC Midtjylland im Rahmen der Studie als "wechselhaftes" Team eingeordnet (K1). Zudem ist eine relativ gute Erreichbarkeit

vom Erhebungszentrum (Esbjerg) aus gegeben (Bzgl. des anderen Kriteriums (K3) sind die gleichen Aspekte wie für die anderen beiden dänischen Vereine zu nennen).

Abb. 3: Die Tabellenplatzierungen der ausgewählten Teams in Dänemark zwischen den Spielzeiten 2001/02 und 2010/11.



Anmerkung: Der "13." Tabellenplatz bedeutet, dass das Team in der entsprechenden Saison nicht in der 1. Liga gespielt hat.

4.2.3 Auswahl der Zugangspunkte

Zentrales Kriterium bei der Auswahl der Spiele war das Datum. Aufgrund der mit dem Forschungsstipendium vorgegebenen zeitlichen Rahmenbedingungen des Projektes konnten lediglich Spielpaarungen der Hinserie in den drei Ländern ausgewählt werden. Konnten Studierende im Rahmen von Abschlussarbeiten für Datenerhebungen an mehreren Spieltagen gewonnen werden, musste darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Datenerhebungen innerhalb der (von den jeweiligen Prüfungsordnungen vorgesehenen) zeitlichen Fristen möglich waren.

Das zu Grunde legen von diesen (reinen) Machbarkeitskriterien bei der Auswahl der Spiele kann damit gerechtfertigt werden, dass erstens *a priori* keine Erkenntnisse ob und ggf. welche Merkmale des an dem Spieltag antretenden Auswärtsteams die Antworten der Fußballinteressierten beeinflussen, vorliegen. Zweitens ist es zudem möglich, da in vier verschiedenen Städten (Köln, Leverkusen, Groningen, Sønderjysk) eine Erhebung an zwei unterschiedlichen Spieltagen durchgeführt wurde, etwaige Einflüsse des Auswärtsteams (wie bspw. Unterschiede in der Beliebtheit der Auswärtsvereine) zu untersuchen. Drittens ist es durch Hinzufügen von entsprechenden Sekundärdaten möglich, potentielle "Störgrößen" wie bspw. kurzfristige Serienerfolge/-Misserfolge der aufeinander treffenden Teams in der aktuell laufenden Spielzeit zu kontrollieren.

Insgesamt wurden 14 Spiele (6 in Deutschland, 4 in den Niederlanden, 4 in Dänemark) ausgewählt:

1. D: 11.09.2011 Köln: 1. FC Köln - 1. FC Nürnberg
2. D: 17.09.2011 Hamburg: HSV - Borussia Mönchengladbach
3. D: 17.09.2011 Leverkusen: Bayer - 1. FC Köln
4. D: 01.10.2011 Dortmund: BVB - Augsburg
5. D: 16.10.2011 Köln: 1. FC Köln - Hannover 96
6. D: 23.10.2011 Leverkusen: Bayer - FC Schalke 04
7. NL: 22.10.2011 Utrecht: FC Utrecht - SC Heerenveen
8. NL: 20.11.2011 Groningen: FC Groningen - VVV-Venlo
9. NL: 27.11.2011 Enschede: Twente - Vitesse Arnheim
10. NL: 03.12.2011 Groningen: FC Groningen - NEC Nijmegen
11. DK: 06.11.2011 Kopenhagen: FC Kopenhagen - Lyngby BK
12. DK: 07.11.2011 Sønderjysk: Sønderjysk E - Aarhus
13. DK: 20.11.2011 Midtjylland: FC Midtjylland - Aalborg
14. DK: 27.11.2011 Sønderjysk: Sønderjysk E - Lyngby BK

Wie bereits einleitend erwähnt, umfasst die Grundgesamtheit alle Personen mit einem generellen Interesse am Profifußball. Entsprechend konzentriert sich die Datenerhebung sowohl auf die Zuschauer im Stadion als auch auf die Fernsehzuschauer beim jeweiligen ausgewählten Spiel. Im Rahmen des Projektes ist es nicht möglich, einen Zugang zu den privaten Haushalten mit einem entsprechenden Pay-TV-Abonnement zu erhalten. Die Erfassung des TV-Publikums beschränkte sich daher auf solche Personen, die sich in den Kneipen/Bars der jeweiligen Stadt Fußball-Live-Übertragungen angesehen haben.

4.3 Durchführung der Befragung

Sowohl am Stadion als auch in der Innenstadt (Kneipen/Bars mit Fußball-Live-Übertragungen) wurden zu jedem der insgesamt 14 Spiele jeweils 3-4 Interviewer (Studierende und Mitarbeiter) eingesetzt. Der Start der Befragungen an den Stadien variierte leicht an den einzelnen Spieltagen. Im Schnitt wurde ca. 3 Stunden vor Anpfiff mit der Erhebung am Stadion begonnen. Z.T. konnten die Befragungen während des Spiels im Stadion fortgeführt werden. Die Befragungen in den Kneipen/Bars wurde erst rund eine Stunde vor Spielbeginn gestartet, um sicher zu stellen, dass die anwesenden Personen tatsächlich wegen der Fußball-Live-Übertragung in den Kneipen/Bars waren. Die Befragung in den Kneipen/Bars konnte während des (und z.T. bis kurz nach dem) Spiels fortgesetzt werden.

Alle Interviewer wurden mit bis zu 10 Klemmbrettern ausgestattet, sodass das parallele Ausfüllen von Fragebögen sowohl am Stadion als auch in den Kneipen/Bars möglich war.

Parallel zur Hauptbefragung (und insbesondere kurz vor Beginn des Spiels) wurde von den Interviewern eine Art Visitenkarte an solche Personen verteilt, die zwar grundsätzliches Interesse an der Beantwortung der Fragen gezeigt, aber aufgrund von bspw. Zeitknappheit eine direkte schriftliche Befragung abgelehnt haben. Auf der Visitenkarte war ein Link und ein Zugangscode für die (später durchführbare) Online-Befragung (die identisch zu den Fragen des schriftlichen Erhebungsbogens gestaltet wurde) abgedruckt (vgl. Abb. 4).

Abb. 4: Die im Rahmen der Untersuchung eingesetzten Visitenkarten (deutsch, holländisch, dänisch).

Online-Umfrage zur Spannung
im europäischen Profifußball



Online raadpleging
over de spanning
in het Europese profvoetbal



www.unipark.de/uc/Forschungsprojekt/cf7d

www.unipark.de/uc/Forschungsprojekt/ae3f

mit Gewinnspiel:

- 100 Euro Merchandising-Gutschein
- UEFA Europa League Ball (2010/11)



met te winnen prijs:

- 100 Euro Merchandising-tegoedbon
- UEFA Europa League Bal (2010/11)



Spørgeskema om spændingen i
professionel europæisk fodbold



www.unipark.de/uc/Forschungsprojekt/cf7d

med gevinst:

- €100 merchandise voucher
- UEFA Europa League Bold (2010/11)



Als Anreiz zur Teilnahme wurde sowohl auf den Visitenkarten als auch auf den schriftlichen Fragebögen eine Preisauslosung angekündigt, die nach Abschluss der Erhebung durchgeführt wurde (1 x original UEFA Europa League Ball (Saison 2010/11), 1 x 100€-Merchandising-Gutschein für den Fanshop des Lieblingsvereins).¹³

¹³ Für die Bereitstellung des original UEFA-Europa League Balls (Saison 2010/11) möchte sich der Antragsteller auf diesem Weg bei der UEFA recht herzlich bedanken.

5 Analysen und Ergebnisse

Im Folgenden werden zunächst Aspekte zur Datenbereinigung und -ergänzung vorgestellt (5.1). Darauf aufbauend wird die Stichprobe beschrieben (5.2). Die eigentliche Analyse der Daten mit den entsprechenden Ergebnissen unterteilt sich in drei zentrale Bereiche: die Wettbewerbsintensität in den Ligen (5.3), Einflussfaktoren auf die Wettbewerbsintensität (5.4) sowie die Bedeutung der Wettbewerbsintensität (5.5). In den drei zuletzt genannten Kapiteln wird jeweils versucht, einen Vergleich zwischen den (im Rahmen der bisherigen auf Sekundärdaten basierten Analysen generierten) "objektiven" und den (im Rahmen der Studie generierten) "subjektiven" Erkenntnissen zu ziehen.

5.1 Datenbereinigung und -ergänzung

Der gesamte Datensatz wurde vor Beginn der Analysen auf inhaltliche Konsistenz der Fälle geprüft und ggf. bereinigt. So wurden zunächst solche Fälle aus dem Datensatz eliminiert, die keine der relevanten Fragenblöcke beantwortet haben, die widererwarten kein Interesse am Fußball hatten¹⁴ oder die manuell als Durcklicker identifiziert werden konnten.¹⁵

Darüber hinaus wurde eine Plausibilitätsprüfung durchgeführt: In einem ersten Schritt wurde die Differenz aus dem wahrgenommenen Spannungsgrad (*Frage 3_4*) und den "persönliche Konsequenzen"¹⁶ auslösenden" Spannungsgrad gebildet.

Eine negative Differenz deutet in diesem Zusammenhang darauf hin, dass die betrachtete Liga für den entsprechenden Befragten bereits so unausgeglichen erscheint, dass (1) auf den Stadionbesuch ($Diffstadiion < 0$) oder (2) das Anschauen eines Fußballspiels im Fernsehen ($Diffstv < 0$) verzichtet wird bzw. (3) das Interesse an der entsprechenden Profi-Fußball-Liga ($Diffint < 0$) verloren gegangen ist. Während die beiden erst genannten Szenarien nicht unrealistisch sind¹⁷, ist Szenario 3 *per definitionem* ausgeschlossen (es wurden nur Personen mit einem derzeitigem Interesse am Fußball einbezogen, s.o.).

In einem zweiten Schritt wurde dann die Konsistenz des Antwortverhaltens der Befragten überprüft. Hierfür wurden zwei Dummy-Variablen gebildet, die jeweils den Wert Eins annehmen, wenn der Befragte in der vergangenen Saison mindestens einmal im Stadion war (*Sta-*

¹⁴ Aufgrund der gewählten Zugangspunkte waren dies allerdings lediglich neun Fälle.

¹⁵ Vereinzelt wurden mehrere Fragenbatterien durchgehend mit "weiß nicht" angekreuzt. Derartige Fälle eignen sich nicht zur Informationsgenerierung und Auswertung und wurden daher eliminiert.

¹⁶ Hinsichtlich des Anschauens eines Fußballspiels im Stadion (*Frage 4_1a*), des Anschauens eines Fußballspiels im Fernsehen (*Frage 4_1b*) sowie des allgemeinen Interesses am Fußball (*Frage 4_1c*).

¹⁷ Denkbar wäre bspw. eine Konstellation, in der der Befragte eine stark unterschiedliche Einschätzung bzgl. der Bedeutung der CB für seinen Stadion- (*Frage 4_1a*) und TV-Konsum (*Frage 4_1a*) hat. Liegt bspw. der Spannungsgrad (*Frage 3_4*) zwischen beiden Werten, würde der Konsument mangels Spannung auf den TV-Konsum verzichten ($Diffstv < 0$), obgleich er sich weiterhin Spiele im Stadion anschaut ($Diffstadiion > 0$).

$dion = 1$) oder sich mindestens einmal ein Fußballspiel im Fernsehen angeschaut hat ($TV = 1$).

Das Antwortverhalten der Befragten ist dann nicht konsistent, wenn trotz negativer Differenz das "Produkt konsumiert" wurde.¹⁸ Zur "Behebung" dieser Inkonsistenzen hat der Forscher grds. zwei Alternativen (Fall eliminieren; Umkodierung der Variablen in einen fehlenden Wert). Da die Gründe dieser Inkonsistenz nicht bekannt sind¹⁹ und ggf. für weitere Untersuchungen wichtige Informationen bei einer Eliminierung der Fälle verloren gehen würden, wurden die Variablen der entsprechenden Fälle als fehlende Werte umkodiert.

Neben der Bereinigung wurde die Datenbank, wie eingangs erwähnt, zudem um relevante Sekundärdaten ergänzt. Neben dem Spieltag, an dem die Befragung durchgeführt wurde, wurden Variablen zur lang-, mittel- und kurzfristigen Leistung der Lieblingsteams ergänzt, von denen *a priori* vermutet wurde, dass sie grds. das Antwortverhalten beeinflussen könnten:

- die durchschnittliche Tabellenplatzierung des Lieblingsteams in den letzten 10 Spielzeiten (2001/02-2010/11);
- die durchschnittliche Tabellenplatzierung des Lieblingsteams in den letzten fünf Spielzeiten (2005/06-2010/11);
- der Tabellenplatz des Lieblingsteams zur Winterpause 2011/12;
- die Volatilität der Leistungen des Lieblingsteams in den letzten 10 Spielzeiten (2001/02-2010/11).

Zusammenfassung C:

(1) Der verfügbare Rohdatensatz wurde vor Beginn der Analysen Plausibilitätschecks unterzogen.

(2) Inkonsistenzen wurden bereinigt und Sekundärdaten ergänzt.

(3) Der bereinigte Datensatz wird im Folgenden zur Analyse verwendet.

¹⁸ Bei einer Konstellation ($Diffstadien < 0$, $Stadien = 1$) deutet der Befragte bspw. an, dass die betrachtete Liga für den entsprechenden Befragten bereits so unausgeglichen erscheint, dass er auf den Stadionbesuch verzichtet, obwohl er zugleich angibt, dass er in der vergangenen Spielzeit mindestens ein Spiel im Stadion live gesehen hat.

¹⁹ Vermutlich wurden die Fragen nicht richtig verstanden oder die Skalen (0 = gar nicht spannend...10 = sehr spannend) wurden vertauscht.

5.2 Beschreibung der Stichprobe

Im Vorfeld wurde mit einer Stichprobe von rund $n=2.500$ kalkuliert. Hierfür sollten rund 200 ausgefüllte und auswertbare Fragebögen pro Datenerhebung (Spiel) generiert werden. Während diese Zahl für einige Spieltage (in Deutschland) z.T. deutlich überschritten wurde, verlief die Datenerhebung in Dänemark und den Niederlanden von der Anzahl her nicht wie (*a priori*) geplant.

Dies erklärt sich damit, dass sich das Konsumverhalten sowohl von Stadionbesuchern als auch Personen, die Live-Fußballübertragungen im Fernsehen anschauen, zwischen den Ländern z.T. erheblich unterscheidet:

- Während sich bspw. in Deutschland zahlreiche Zuschauer bereits einige Stunden vor Spielbeginn am Stadion aufhalten und dort die Zeit mit dem Konsum von Speisen und Getränken sowie Plaudereien verbringen, strömen die Zuschauer in den Niederlanden erst kurze Zeit vor Spielbeginn in die Stadien. Entsprechend ist die verbleibende Zeit für Interviews an den Stadien in den Niederlanden (im Vergleich zu Deutschland) deutlich geringer.
- Darüber hinaus schauen sich die meisten Personen in den Niederlanden und Dänemark Live-Fußballspiele im Fernsehen von zu Hause aus an. Das gemeinsame Fußball-Schauen in Kneipen/Bars ist dort entsprechend weitaus weniger populär als in Deutschland. Auch dies reduzierte die Zugangsmöglichkeiten für Interviews in den Niederlanden und Dänemark (im Vergleich zu Deutschland).

Nach der Datenbereinigung, wie oben beschrieben, verblieben letztendlich $n=1.689$ Fälle für die weitere Analyse in der Datenbank. Mit $n=1.203$ entfällt davon der überwiegende Anteil auf Deutschland. Die restlichen Fälle verteilen sich in Etwa gleichmäßig auf Dänemark ($n=267$) und die Niederlande ($n=219$).

Im folgenden werden zunächst die allgemeinen Charakteristika der Stichprobe vorgestellt (5.2.1), ehe sie mit einer anderen Studie verglichen wird, um mögliche Aussagen bzgl. der Repräsentativität treffen zu können (5.2.2). Im abschließenden Teil des Kapitels wird der Bezug der Befragten zum Fußball näher charakterisiert (5.2.3).

5.2.1 Charakteristika der Stichprobe

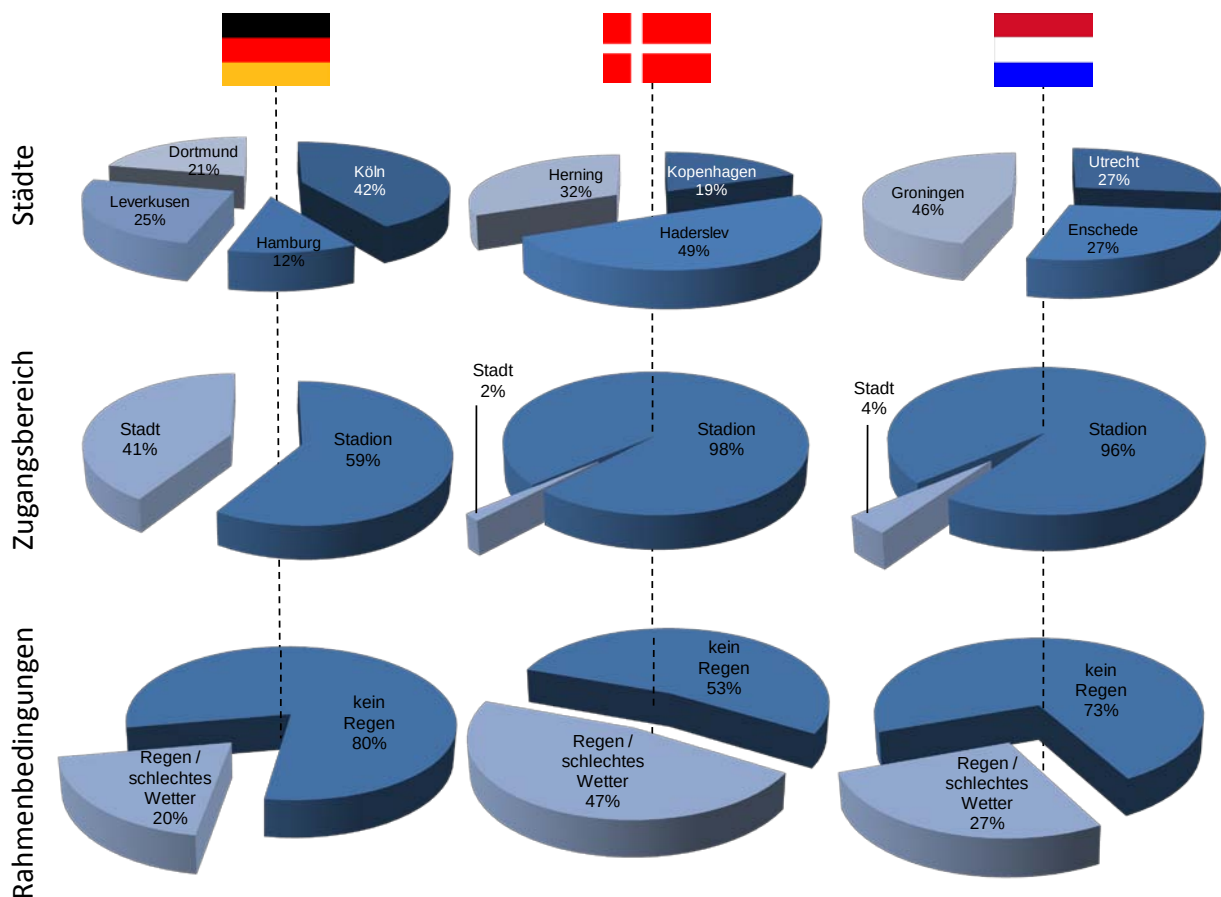
Mit 42% (Köln) und 25% (Leverkusen), 49% (Haderslev) sowie 46% (Groningen) entfällt der länderspezifisch größte Stichprobenanteil erwartungsgemäß auf die Städte, wo jeweils zwei Erhebungen durchgeführt wurden (vgl. Abb. 5).

Entsprechend den obigen Ausführungen zum unterschiedlichen Konsumverhalten in den Ländern ist nicht überraschend, dass lediglich in Deutschland ein recht großer Anteil der Stichprobe auf einer Datenerhebung in den Kneipen/Bars der jeweiligen Stadt basiert

(41%). Sowohl in Dänemark als auch in den Niederlanden ist der Anteil der Stichprobe, die auf einer Erhebung in den Kneipen/Bars der Stadt basiert sehr klein (2 bzw. 4%).

Schließlich sei noch auf die Rahmenbedingungen der Erhebungen hingewiesen, die ebenfalls einen Einfluss auf die Anzahl der auswertbaren Fragebögen haben könnten. Während der Anteil an durchgeführten Erhebungen bei schlechtem Wetter (insbesondere Regen) in Deutschland (20%) und den Niederlanden (27%) vergleichsweise gering ausfällt, musste nahezu die Hälfte aller Interviews in Dänemark bei schlechtem bis sehr schlechtem dänischen Wetter (Regen, Sturmböen, etc.) durchgeführt werden.

Abb. 5: Die Verteilung der Stichprobe hinsichtlich der Erhebungsmerkmale.

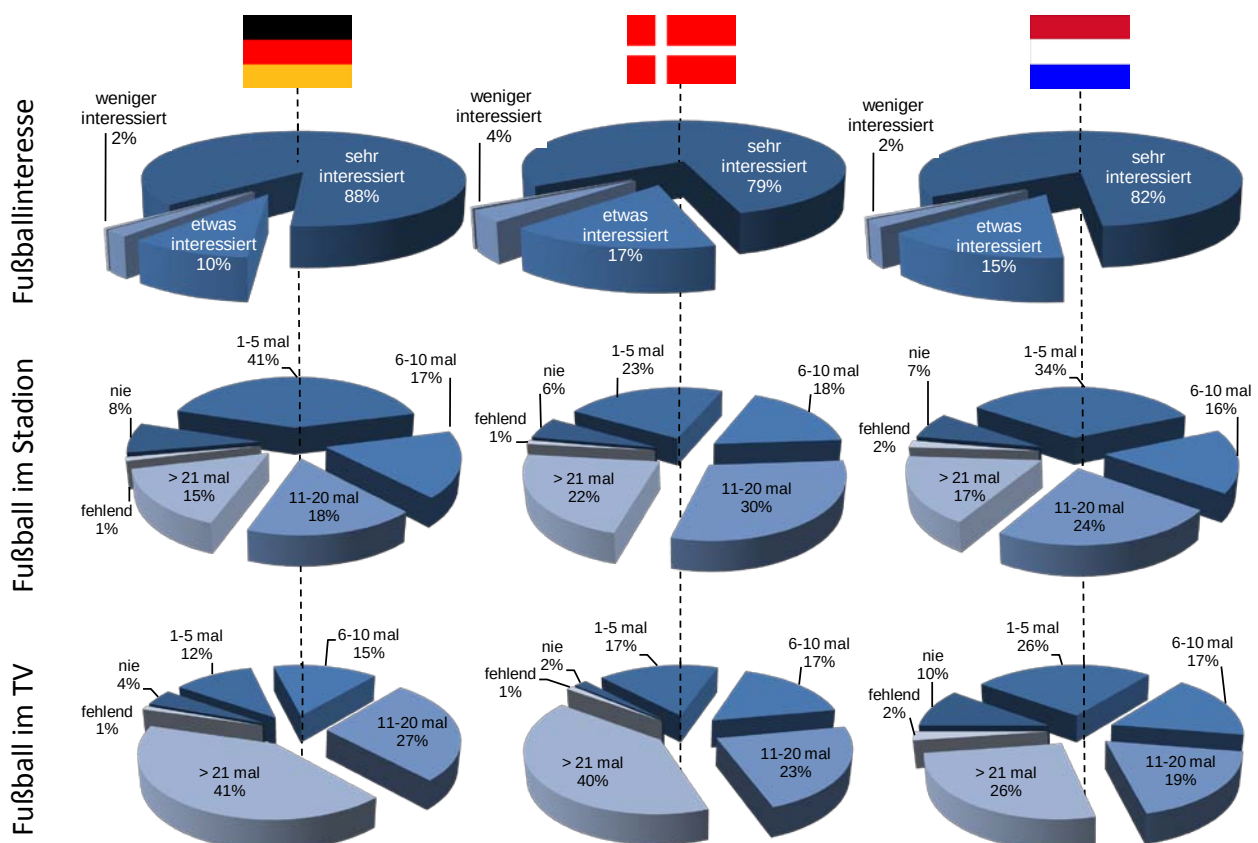


Wie eingangs erwähnt, ist das zentrale Anliegen der Studie, die wahrgenommene Spannung der drei nationalen Fußballligen *durch* bzw. deren Bedeutung *für* die "Fans" zu bestimmen. Entsprechend sollen die Befragten ein Grundinteresse am Fußball im Allgemeinen haben. Das Hauptinteresse der Untersuchung liegt dabei auf solchen Personen, die das Produkt „Erstliga-Fußball“ darüber hinaus auch „konsumieren“ (Spiele im Stadion und/oder Fernsehen anschauen).

Wie die folgende Abbildung (6) zeigt, konnten die entsprechenden Personen durch die gewählten Zugangswege tatsächlich angetroffen werden. Zwischen 79% (Dänemark) und 88% (Deutschland) der Befragten geben an, dass Sie am Fußball im Allgemeinen sehr interessiert sind. Mit Werten zwischen 2% (Deutschland und Niederlande) und 4% (Dänemark) fällt der Anteil an Personen, die weniger am Fußball interessiert sind, erwartungsgemäß gering aus.

Auch die „Konsumhäufigkeit“ der Befragten fällt entsprechend hoch aus. Lediglich 6-8% geben an, in der vergangenen Spielzeit kein Spiel in der ersten Liga im Stadion verfolgt zu haben. Bzgl. des TV-Konsums ist der Anteil der Nicht-Zuschauer mit 2-10% ebenfalls sehr niedrig. Die Verteilung der Konsumhäufigkeiten unterscheidet sich zwischen den Ländern kaum. Auffällig ist lediglich der mit 41% (Deutschland) bzw. 40% (Dänemark) vergleichsweise größere Anteil an Personen, die angeben über 21 Spiele der ersten Liga in der vergangenen Spielzeit im Fernsehen verfolgt zu haben (in den Niederlanden liegt der Anteil bei nur rund 26%).

Abb. 6: Die Verteilung der Stichprobe hinsichtlich der gewünschten Fit-Dimensionen (Interesse und Konsumhäufigkeit).



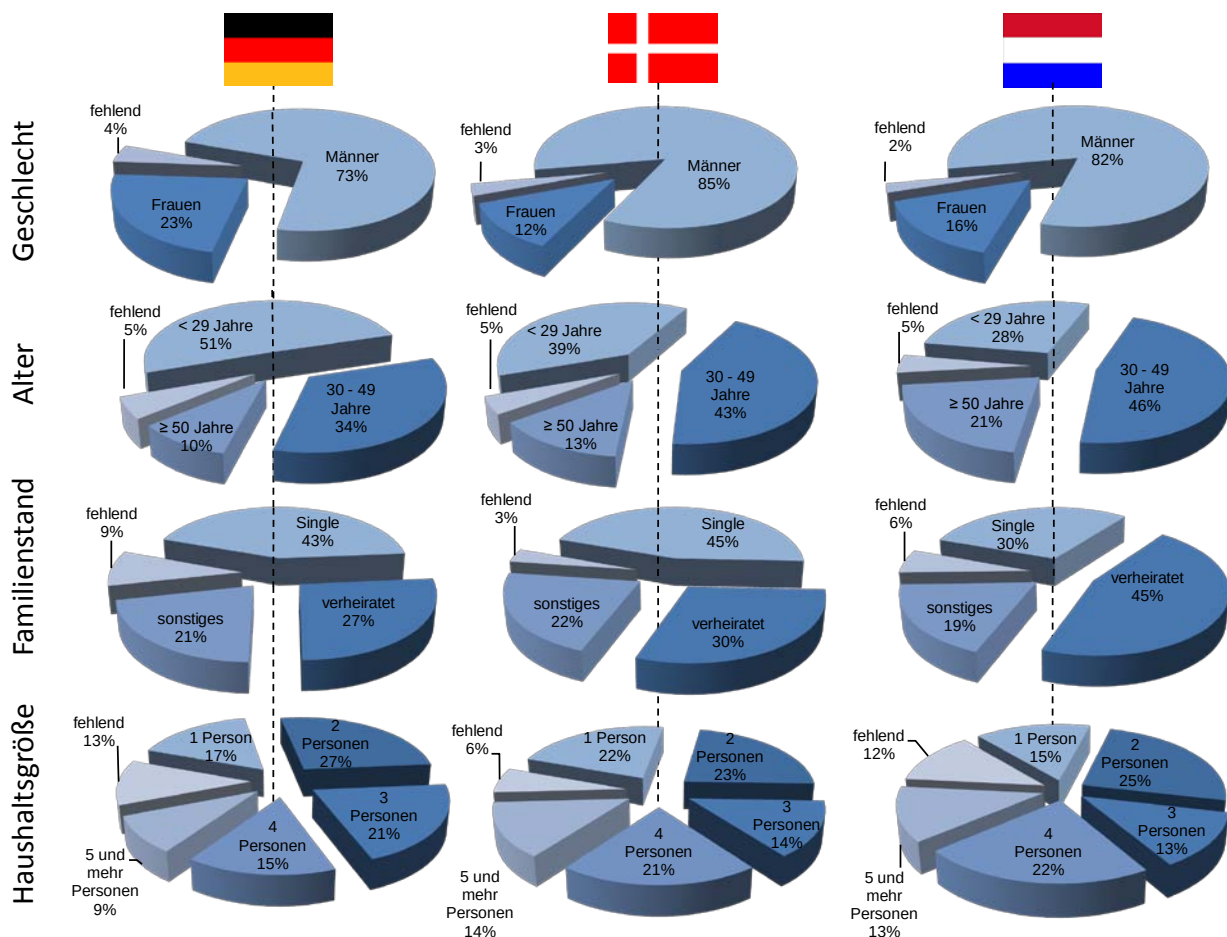
Der überwiegende Anteil der Befragten ist männlich und unter 50 Jahre alt (vgl. Abb. 7). Der Anteil in den Altersgruppen weist allerdings länderspezifische Unterschiede auf: wäh-

rend in Deutschland mehr als die Hälfte der Befragten jünger als 30 Jahre ist, ist der größte Anteil der Befragten in Dänemark (43%) und den Niederlanden (46%) zwischen 30 und 49 Jahre alt.

Auch hinsichtlich des Familienstands der Befragten gibt es länderspezifische Unterschiede: Während der größte Teil der befragten Fans in Deutschland (43%) und Dänemark (45%) Singles sind, überwiegt in der niederländischen Stichprobe der Anteil derer, die verheiratet sind.

Bzgl. der Haushaltsgröße gibt es hingegen eine recht ähnliche Verteilung zwischen den Ländern: so repräsentiert in Etwa jeweils ein Fünftel der Stichprobe einen 1-, 2-, 3- und 4-Personen-Haushalt.

Abb. 7: Die Verteilung der Stichprobe hinsichtlich der soziodemographischen Merkmale.

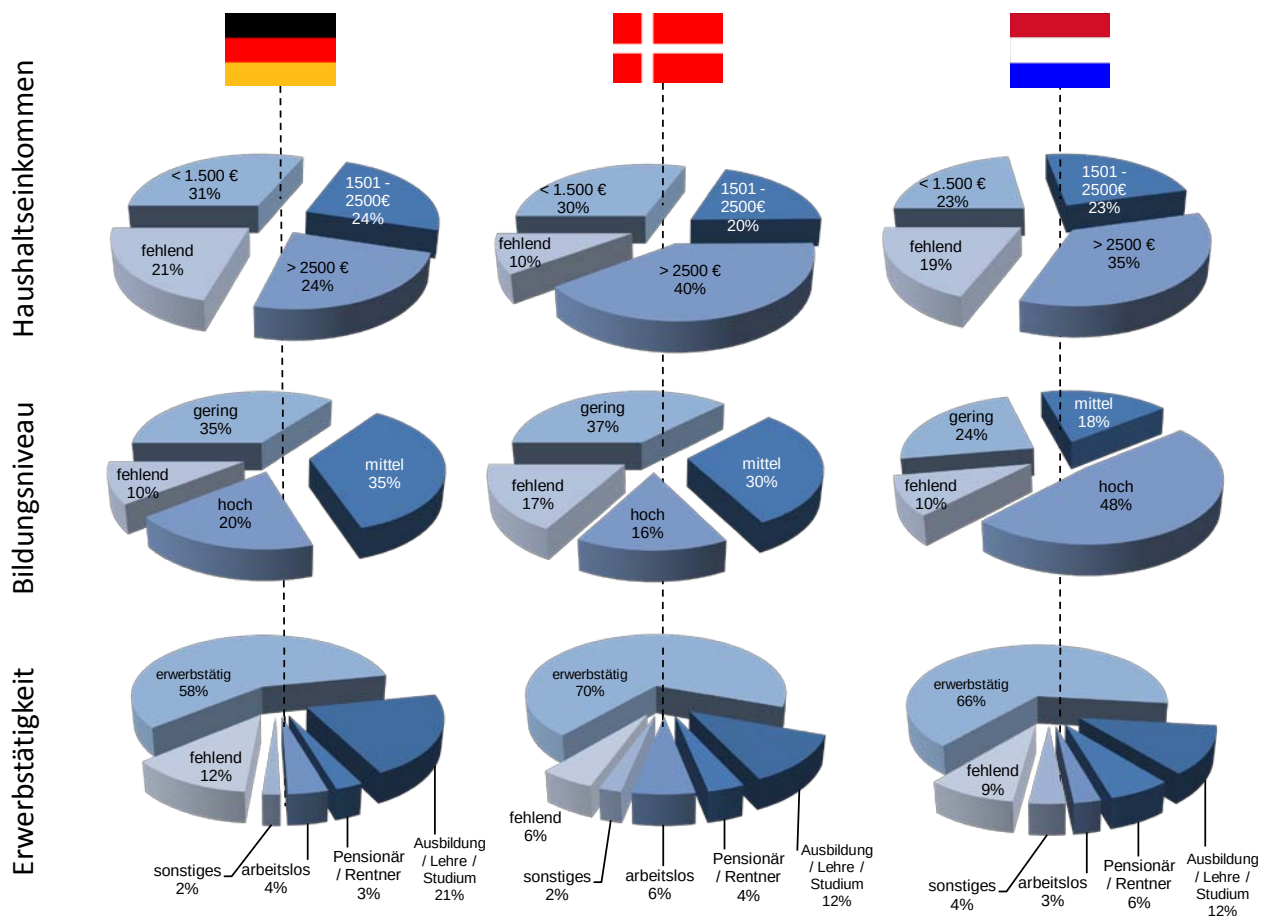


Während die Anteile der Haushalte mit geringem (< 1.500€), mittlerem (1.501-2.500€) und höherem (> 2.500€) monatlichem Nettoeinkommen in Deutschland in etwa gleich verteilt sind, überwiegen die Haushalte mit den (nach dieser Abgrenzung) höherem Einkommen in den dänischen und niederländischen Stichproben (vgl. Abb. 8). Zumindest in der niederlän-

dischen Stichprobe spiegelt sich dieses Verhältnis auch in dem vergleichsweise höheren Anteil der Personen mit hohem Bildungsniveau (48%) wieder.²⁰

Im Bezug auf die Erwerbstätigkeit bzw. die aktuell ausgeübte Tätigkeit ergibt sich wiederum eine über die länderspezifischen Stichproben hinweg sehr ähnliche Verteilung. So sind rund zwei Drittel der Befragten erwerbstätig. Mit Werten zwischen 12% (Dänemark und Niederlande) und 21% (Deutschland) befindet sich die Mehrheit der übrigen Befragten derzeit in einer Ausbildung/Lehre oder studiert.

Abb. 8: Die Verteilung der Stichprobe hinsichtlich der sozioökonomischen Merkmale.



²⁰ Dabei ist allerdings zu beachten, dass die Bildungssysteme in den Ländern unterschiedlich organisiert sind und sich die einzelnen Bildungsabschlüsse nicht immer eindeutig in die (nach deutschem Vorbild) in dieser Studie getroffene Systematisierung einordnen lassen. Die Abgrenzung (nach den im Fragebogen erfassten Items) wurde wie folgt getroffen: geringes Bildungsniveau: "noch kein Abschluss, ich gehe noch zur Schule", "Schule ohne Abschluss verlassen", Hauptschulabschluss "Mittlere Reife, Realschulabschluss" (auch GCSE, VMBO); mittleres Bildungsniveau: "Abitur oder Fachabitur" (auch: MBO); hohes Bildungsniveau: "abgeschlossenes Hochschulstudium", "Doktor".

5.2.2 Repräsentativität der Stichprobe

Wie eingangs erwähnt, ist dem Autor weder die Grundgesamtheit noch eine (in anderen Studien) repräsentativ gezogene Stichprobe an Fußball-Fans²¹ in den drei Ländern bekannt. Damit bleibt unklar, ob die gezogene Stichprobe generell oder für bestimmte Merkmale der Fußball-Fans repräsentativ ist. Als einziger Ansatz zur Beurteilung der Verteilung der Merkmalsausprägungen in der hier gezogenen Stichprobe kann die Studie "European Football 2009" von SPORTFIVE herangezogen werden.

Da sich die SPORTFIVE-Studie auf die Top5-Ligen (Deutschland, England, Frankreich, Italien, Spanien) beschränkt, kann allerdings lediglich die Stichprobe für Deutschland für Vergleichszwecke herangezogen werden.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass im Rahmen der SPORTFIVE-Studie eine länderspezifisch repräsentative Stichprobe (Grundgesamtheit: in Deutschland lebende Bevölkerung über 14/15 Jahre) gezogen wurde, während im Rahmen der UEFA-Studie eine (möglichst) repräsentative Stichprobe von in Deutschland (bzw. Dänemark und den Niederlande) lebenden Fußball-Fans generiert werden sollte. Ein Vergleich der im Rahmen der jeweils gezogenen Stichproben in Deutschland zeigt erwartungsgemäß, dass das Ausmaß des "Fußball-Interesses im Allgemeinen" in der UEFA-Stichprobe deutlich höher ist (88% sind "sehr interessiert") als in der SPORTFIVE-Stichprobe (33% sind "sehr interessiert"). Auch die oben definierte Konsumwahrscheinlichkeit und -häufigkeit des Produkts "Erstliga-Fußball" unterscheidet sich deutlich. So liegt der Anteil derer, die in der vergangenen Spielzeit kein Mal im Stadion waren, in der UEFA-Stichprobe bei lediglich 8%, während dieser Anteil in der SPORTFIVE-Stichprobe bei 64% liegt.

Da die Verteilung der Merkmalsausprägungen aller weiteren soziodemographischen Variablen im SPORTFIVE-Bericht nach dem Ausmaß des "Interesses am Fußball im Allgemeinen"²² und (zumindest das Geschlecht und Alter auch) nach der "Konsumwahrscheinlichkeit und -häufigkeit (Stadionbesuch)" ausgewiesen werden, lässt sich so abschätzen, ob die Verteilung der Merkmalsausprägungen in der UEFA-Stichprobe im Vergleich zur Verteilung der Merkmalsausprägungen der SPORTFIVE-Stichprobe plausibel erscheint.

So ist bspw. der Anteil an Männern in der UEFA-Stichprobe (73%) deutlich höher als in der SPORTFIVE-Stichprobe (53%). Bereits angemerkt wurde allerdings, dass in der UEFA-Stichprobe sowohl das generelle Ausmaß des Fußball-Interesses als auch die Konsumwahrscheinlichkeit und -häufigkeit (Stadionbesuch) deutlich höher ist. Wird dabei bedacht, dass der SPORTFIVE-Stichprobe zufolge ein (im Vergleich zu den Frauen) größerer Anteil an Männern sehr am Fußball interessiert ist und in der vergangenen Saison Fußball im Stadion ge-

²¹ Als Fußball-Fans werden hier solche Personen charakterisiert, die Interesse am Fußball im Allgemeinen haben und das Produkt „Erstliga-Fußball“ darüber hinaus auch „konsumieren“ (Spiele im Stadion und/oder Fernsehen anschauen).

²² Die Unterscheidung erfolgt dabei nach "sehr", "etwas", "weniger". Nicht mehr betrachtete werden die 19% aller Befragten in der SPORTFIVE-Stichprobe, die kein Interesse am Fußball im Allgemeinen haben.

schaut hat, erscheint der vorliegende Unterschied zwischen den Stichproben in der Merkmalsverteilung "Geschlecht" plausibel.

Ähnliche Schlussfolgerungen können bzgl. der Verteilung nach Altersgruppen getroffen werden: In der SPORTFIVE-Stichprobe sind rund 22% der Befragten unter 30 Jahre, 34% 30-49 Jahre und 44% 50 Jahre und älter. In der UEFA-Stichprobe liegt der Anteil der Befragten unter 30 Jahren deutlich über / der Anteil der Befragten über 50 Jahre deutlich unter dem Anteil in der SPORTFIVE-Stichprobe (unter 30 Jahre: 51%; 30-49 Jahre: 34%; 50 Jahre und älter: 10%). Dies kann wie folgt erklärt werden: Während (der SPORTFIVE-Stichprobe zufolge) die Altersverteilung vom Ausmaß des Fußball-Interesses relativ unabhängig ist, ist der Anteil der Befragten, die in der Vergangenheit mindestens ein Spiel im Stadion live verfolgt haben, bei den unter 30-Jährigen deutlich höher (47%) als bei den über 50-Jährigen (25%). Folglich erscheint auch der altersbezogene Unterschied zwischen den Stichproben in Anbetracht der höheren Konsumwahrscheinlichkeit und -häufigkeit (*hier*: Stadionbesuch) der unter 30-Jährigen durchaus plausibel.

Für die weiteren Merkmale (Haushalts-Netto-Einkommen, Bildungsniveau, Familienstand, Haushaltgröße, Erwerbstätigkeit) ist in der SPORTFIVE-Studie lediglich die Verteilung der Merkmalsausprägungen getrennt nach dem Ausmaß des "Interesses am Fußball im Allgemeinen" ausgewiesen. Dabei weist die SPORTFIVE-Stichprobe für keines der fünf genannten Merkmale bedeutende Unterschiede bei den Verteilungen der Merkmalsausprägungen in Abhängigkeit vom Ausmaß des Interesses auf.

Da die Verteilung der Merkmalsausprägungen des Haushalts-Netto-Einkommens²³ und des Bildungsniveaus²⁴ in beiden Stichproben ähnlich ist, kann geschlussfolgert werden, dass es keine systematische Verzerrung bzgl. dieser beiden Merkmale in der UEFA-Stichprobe gibt. Die Verteilung der Merkmalsausprägung des Familienstands²⁵, der Haushaltgröße²⁶ und der Erwerbstätigkeit²⁷ unterscheidet sich hingegen in beiden Stichproben. Dies muss allerdings nicht zwangsläufig auf eine "verzerrte" Stichprobe hindeuten: (1) Es ist unbekannt, ob

²³ Haushalts-Netto-Einkommen Deutschland: <1.500€ (SPORTFIVE-Studie: 24%, UEFA-Studie: 31%); 1.501-2.500€ (SPORTFIVE-Studie: 31%, UEFA-Studie: 24%); >2.500€ (SPORTFIVE-Studie: 24%, UEFA-Studie: 24%); fehlender Wert (SPORTFIVE-Studie: 21%, UEFA-Studie: 21%).

²⁴ Bildungsniveau Deutschland: "gering" (SPORTFIVE-Studie: 35%, UEFA-Studie: 35%); "mittel" (SPORTFIVE-Studie: 37%, UEFA-Studie: 35%); "hoch" (SPORTFIVE-Studie: 28%, UEFA-Studie: 20%); fehlender Wert (SPORTFIVE-Studie: 0%, UEFA-Studie: 10%).

²⁵ Familienstand Deutschland: "Single" (SPORTFIVE-Studie: 38%, UEFA-Studie: 43%); "verheiratet" (SPORTFIVE-Studie: 46%, UEFA-Studie: 27%); "sonstiges" (SPORTFIVE-Studie: 14%, UEFA-Studie: 21%); fehlender Wert (SPORTFIVE-Studie: 2%, UEFA-Studie: 9%).

²⁶ Haushaltgröße Deutschland: "1 Person" (SPORTFIVE-Studie: 38%, UEFA-Studie: 17%); "2 Personen" (SPORTFIVE-Studie: 52%, UEFA-Studie: 27%); "3 Personen" (SPORTFIVE-Studie: 8%, UEFA-Studie: 21%); "4 Personen" (SPORTFIVE-Studie: 2%, UEFA-Studie: 15%); "5 und mehr Personen" (SPORTFIVE-Studie: 0%, UEFA-Studie: 9%); fehlender Wert (SPORTFIVE-Studie: 0%, UEFA-Studie: 12%).

²⁷ Erwerbstätigkeit Deutschland: "erwerbstätig" (SPORTFIVE-Studie: 65%, UEFA-Studie: 58%); "Ausbildung / Lehre / Studium" (SPORTFIVE-Studie: 4%, UEFA-Studie: 21%); "Pensionär / Rentner" (SPORTFIVE-Studie: 21%, UEFA-Studie: 3%); "arbeitslos" (SPORTFIVE-Studie: 3%, UEFA-Studie: 4%); "sonstiges" (SPORTFIVE-Studie: 1%, UEFA-Studie: 2%); fehlender Wert (SPORTFIVE-Studie: 1%, UEFA-Studie: 13%).

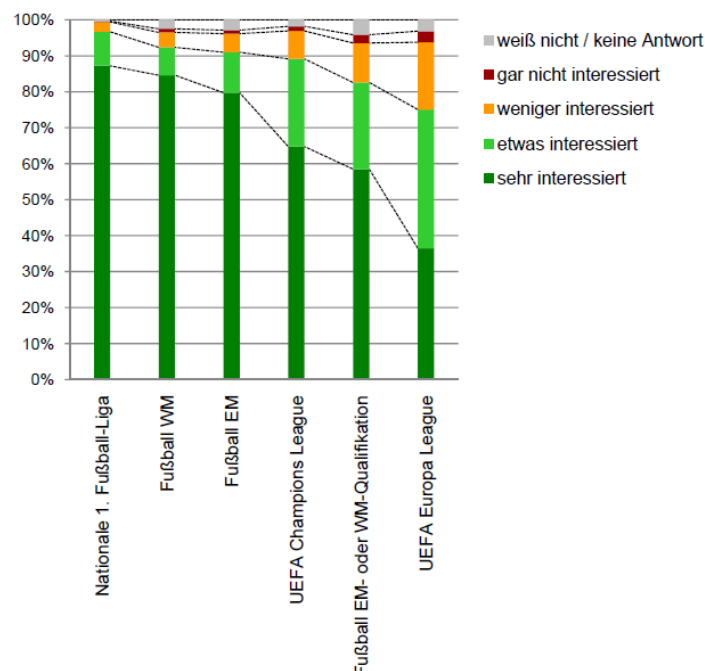
bspw. Verteilungsunterschiede wie beim Alter durch merkmalspezifische Unterschiede in der Konsumwahrscheinlichkeit und -häufigkeit (Stadionbesuch) hervorgerufen werden; (2) Der Anteil an fehlenden Werten in der UEFA-Stichprobe ist deutlich höher als in der SPORT-FIVE-Stichprobe; (3) Aufgrund von vorab bereits identifizierten Unterschieden erscheinen manche Verteilungsunterschiede plausibel.²⁸

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass sich bei der vergleichenden Überprüfung der Stichprobe keine Hinweise auf eine systematische Verzerrung finden lassen.²⁹

5.2.3 Bezug der Befragten in der Stichprobe zum Fußball

Wie Abbildung (6) zeigt, hat der überwiegende Teil der Befragten ein großes bis sehr großes Interesse am Fußball im Allgemeinen. Die folgende Abbildung (9) gibt einen Eindruck vom Ausmaß des Interesses an den einzelnen Fußballwettbewerben. Wie sich zeigt, sind die nationalen Fußball-Ligen in den drei betrachteten Ländern im Durchschnitt am beliebtesten, gefolgt von der FIFA Fußball Weltmeisterschaft und der UEFA Fußball Europameisterschaft. Mit etwas Abstand folgen die UEFA Champions League, die Fußball EM- oder WM-Qualifikation und die UEFA Europa League.

Abb. 9: Das Interesse an den einzelnen Fußballwettbewerben (Gesamtstichprobe).



²⁸ Die Befragten in der UEFA-Stichprobe sind jünger als in der SPORTFIVE-Stichprobe. Entsprechend erscheint es plausibel, dass der Anteil an "Pensionären / Rentnern" in der SPORTFIVE-Studie signifikant höher und der Anteil an Personen in "Ausbildung / Lehre / Studium" signifikant geringer ist als in der UEFA-Studie.

²⁹ Mit Verzerrung ist in diesem Zusammenhang die Unter- oder Überrepräsentierung von Fan-Gruppen mit einer bestimmten soziodemographischen Merkmalsstruktur gemeint.

Rund ein Drittel aller Befragten gab an, Interesse an weiteren Fußball-Wettbewerben zu haben. Davon wurde die englische Premier League im Durchschnitt am Häufigsten genannt (7,9%-Punkte).³⁰ Mit deutlichem Abstand hinter der Premier League folgt die spanische La Liga (rund 4,4%-Punkte). Die italienische Serie A (1,0%-Punkt), die deutsche 1. Fußball Bundesliga (0,9%-Punkte) und die französische Ligue 1 (0,2%-Punkte) stoßen dagegen auf noch geringeres Interesse im hier betrachteten "Ausland".³¹

Fast 92% aller Befragten geben an, Fan eines Vereins im jeweiligen Land der Erhebung zu sein. Erwartungsgemäß ist der überwiegende Teil der Befragten Fan eines Vereins aus der Stadt, in der die Erhebungen stattgefunden haben. Der größte Teil ist Fan des 1. FC Köln (24%-Punkte), gefolgt von Borussia Dortmund (13%-Punkte), Bayer 04 Leverkusen (11%-Punkte), Hamburger Sport-Verein (6%-Punkte), SönderjyskeE (4%-Punkte), Schalke 04 (4%-Punkte), FC Midtjylland (4%-Punkte) und FC Groningen (4%-Punkte).³² Darüber sind rund ein Drittel aller Befragten Fan eines ausländischen Vereins. Zu den beliebtesten Vereinen im Ausland gehören der FC Barcelona (6,8%-Punkte), Manchester United (3,9%-Punkte), FC Liverpool (3,5%-Punkte), Real Madrid (2,2%-Punkte) und Arsenal London (1,4%-Punkte).

Zusammenfassung D:

- (1) Insgesamt stehen n=1.689 Fälle für die Analyse zur Verfügung (Deutschland: n=1.203; Dänemark: n=267; Niederlande: n=219).**
- (2) Aufgrund von Konsumverhaltens-Unterschieden zwischen den Ländern, beruhen die Daten in Dänemark und den Niederlanden fast ausschließlich auf Befragungen von Stadionbesuchern. In Deutschland wurden dagegen 59% der Befragungen in Stadien und 41% in Bars/Kneipen realisiert.**
- (3) Eine vergleichende Überprüfung der Stichprobe aus Deutschland liefert keinerlei Hinweise auf eine systematische Unter- oder Überrepräsentierung von Fan-Gruppen mit einer bestimmten soziodemographischen Merkmalsstruktur.**
- (4) Das Interesse der Befragten an den nationalen 1. Fußball-Ligen, der Fußball-EM und-WM sowie der UEFA Champions League ist sehr groß.**
- (5) Die englische Premier League ist die beliebteste ausländische Liga, obgleich der beliebteste ausländische Club aus Spanien kommt (FC Barcelona).**

³⁰ In der Unterstichprobe "Dänemark" liegt der Anteil derer, die an der englischen Premier League interessiert sind, deutlich höher (18,4%-Punkte).

³¹ Die aufgeführten Nennungen zur 1. Fußball Bundesliga beschränken sich auf Dänemark und die Niederlande. Neben den genannten Wettbewerben wurde in Deutschland noch die 2. Fußball Bundesliga (n=51), Frauenfußball (n=38), die 3. Fußball Bundesliga (n=24) und der DFB-Pokal (n=21) genannt. Die übrigen n=147 (in Deutschland), n=7 (in Dänemark) bzw. n=17 (in den Niederlanden) Nennungen entfielen auf andere Wettbewerbe, wie bspw. Amateur-Klassen o.ä.

³² Die Tabelle im Anhang 8.3 bietet einen Überblick zur Verteilung der Fans bestimmter Vereine in der Stichprobe, sowie die Leistung der Teams in den vergangenen Spielzeiten.

5.3 Wettbewerbsintensität in den Ligen

Im Rahmen dieses Abschnitts erfolgt eine Betrachtung der objektiven (5.3.1) und subjektiven (5.3.2) Wettbewerbsintensität in den drei untersuchten Ligen.

Unter objektiver Wettbewerbsintensität wird dabei die auf Basis von Sekundärdaten mit standardisierten Verfahren aus der Wettbewerbsökonomie gemessene Wettbewerbsintensität verstanden. Subjektive Wettbewerbsintensität meint dagegen die im Rahmen der hier durchgeführten Primädatenerhebung approximierter, durch die Fans wahrgenommene Wettbewerbsintensität in den Ligen.

5.3.1 Objektive Wettbewerbsintensität

Im Rahmen dieses Abschnitts wird zunächst die Methodik zur Messung der objektiven Wettbewerbsintensität vorgestellt (5.3.1.1), eher die Ergebnisse der Messung diskutiert werden (5.3.1.2).

5.3.1.1 Methodik

Häufig verwendete Indikatoren zur Messung der Intensität von Sportwettbewerben sind die Tabellenposition, die prozentuale Gewinnhäufigkeit oder die Punkte der betrachteten Teams am Ende einer Saison. Während die Verwendung der Tabellenplatzierung zu einer gewissen Unschärfe bei der Berechnung der Wettbewerbsintensität führt, liefern die auf Basis der prozentualen Gewinnhäufigkeit oder der Punkte im Endtableau einer Saison berechneten Spannungsmaße sehr ähnliche Ergebnisse (Szymanski, 2001). Daher werden in den folgenden Berechnungen wie bei Pawlowski et al. (2010) die Punkte herangezogen.³³

Der *Hirshman Herfindahl Index (HHI)* basiert auf den quadrierten teamspezifischen Punktteilen (s_i^2) der N Teams innerhalb einer Saison. Zur inter-divisionalen Vergleichbarkeit und zur Beachtung von Unterschieden in der Ligengröße im Zeitverlauf muss das Maß modifiziert werden. Daher wird der *tatsächliche HHI* ins Verhältnis zum *idealen HHI* gesetzt. Wird beachtet, dass in einer „idealen“ Liga alle Clubs den gleichen Punkteanteil erreichen, lässt sich der *H-Index of Competitive Balance (HICB)* für die Saison t wie folgt formulieren (Depken, 1999):

³³ Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Ergebnisse in den Endtableaus vor der Saison 1994/95 von einem 2-1-0- zu einem 3-1-0-Punkte-Regime hochgerechnet. In den Spielzeiten 1991/1992 bis einschließlich 1994/1995 wurden in der dänischen Liga am Ende der Saison Play-offs gespielt. Seit Aufstockung der teilnehmenden Mannschaften in der Saison 1995/1996 werden ausschließlich Hin- und Rückrundenspiele bestritten. Zur besseren Vergleichbarkeit werden im Folgenden die in den Play-off-Spielen erreichten Punkte nicht mit eingerechnet. Die Ausführungen zu den einzelnen Maßen sind Pawlowski et al. (2010) entnommen.

$$HICB_t = \frac{\sum_{i=1}^N s_{i,t}^2}{1/N_t} * 100 \quad (1)$$

Das *Concentration Ratio* (CR_i) basiert auf den Punktanteilen (s_i) der $n=1,2,\dots,i$ Teams im Vergleich zur gesamten Liga. Das im folgenden herangezogene CR_5 basiert entsprechend auf den Punktanteilen der fünf besten Teams und muss ebenfalls um die Ligengröße korrigiert werden. Beim so genannten *C5-Index of Competitive Balance* ($C5ICB$) wird wiederum die *tatsächliche* CR_5 ins Verhältnis zur *idealen* CR_5 gesetzt. Für die Saison t gilt für das Maß:

$$C5ICB_t = \frac{\sum_{i=1}^5 s_{i,t}}{5/N_t} * 100 \quad (2)$$

Das in CB-Studien am häufigsten verwendete Maß ist die Standardabweichung der prozentualen Gewinnhäufigkeit der Teams. Mit der individuellen Punktausbeute eines Teams i in der Saison t ($TP_{t,i}$) und dem durchschnittlichen Punktwert innerhalb einer Liga mit N Teams kann die *Standard Deviation of League Points* ($SDLP$) wie folgt berechnet werden:

$$SDLP_t = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (TP_{t,i} - \overline{TP}_t)^2}{N_t}} \quad (3)$$

Die zuvor beschriebenen Maße bilden die Saison-Komponente ab und es gilt jeweils: je höher der Wert, desto unausgeglichener ist die Liga.

Zur Abbildung der Team-Komponente kann in Analogie zur $SDLP$ die *Standard Deviation of Team Points* ($SDTP$) herangezogen werden. Die $SDTP$ misst die Standardabweichung der Punktausbeute eines spezifischen Teams von seiner durchschnittlichen Punktausbeute in einem betrachteten Zeitraum T :

$$SDTP_i = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^T (TP_{t,i} - \overline{TP}_i)^2}{T}} \quad (4)$$

Da im Gegensatz zur $SDLP$ ein höherer Wert des $SDTP$ bedeutet, dass der Wettbewerb spannender ist, wurde von Humphreys (2002) das *Competitive Balance Ratio* (CBR) entwickelt, welches die durchschnittlichen Standardabweichungen ins Verhältnis setzt. Ein höherer Wert des CBR impliziert folglich einen spannenderen Wettbewerb:

$$CBR = \frac{\overline{SDTP}}{\overline{SDLP}} \quad (5)$$

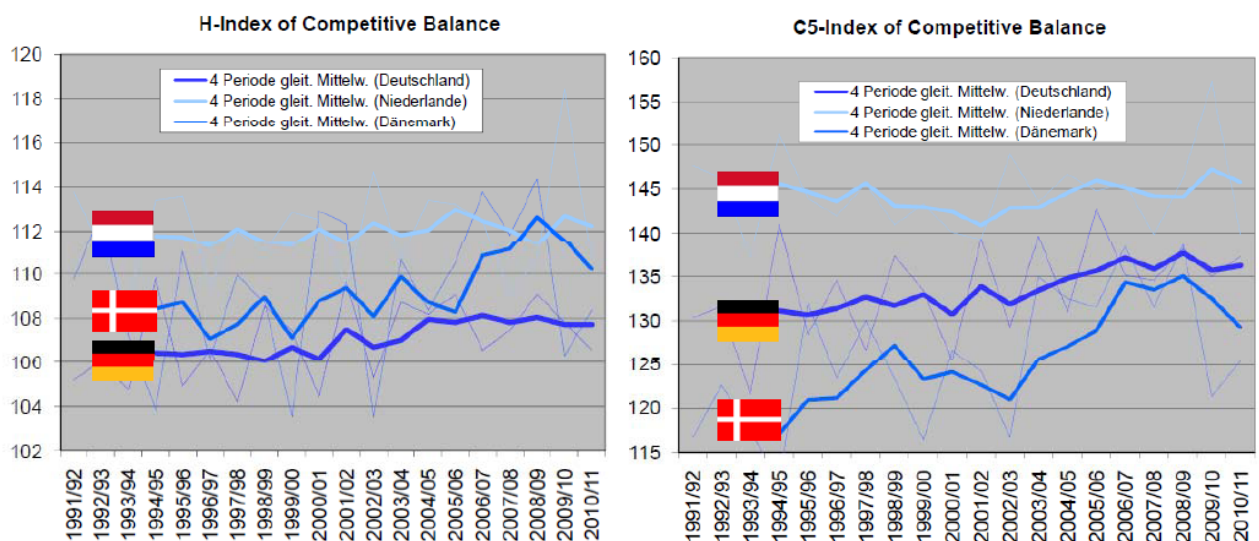
5.3.1.2 Ergebnisse

Die objektive Wettbewerbsintensität in den drei Ligen wird im Folgenden basierend auf dem *HICB*, *C5ICB* sowie dem *CBR* erfasst. Zur Aufdeckung von möglichen Trends im Zeitverlauf werden dabei die jeweils letzten 20 Spielzeiten herangezogen.

Eine Analyse basierend auf dem *HICB* zeigt, dass die niederländische Liga am wenigsten ausgeglichen ist, gefolgt von der dänischen und der deutschen Liga (vgl. Abbildung 10). Während der *HICB* der niederländischen Liga relativ konstant im Zeitverlauf ist, zeigt sich in der deutschen Liga ein leichter und in der dänischen Liga ein starker Anstieg des *HICB* innerhalb der letzten Spielzeiten. Dem *HICB* folgend sind die beiden zuletzt genannten Ligen zunehmend unausgeglichener. Dabei hat sich die Wettbewerbsintensität in der dänischen Liga der (vergleichsweise geringen) Wettbewerbsintensität in der niederländischen Liga angeglichen.

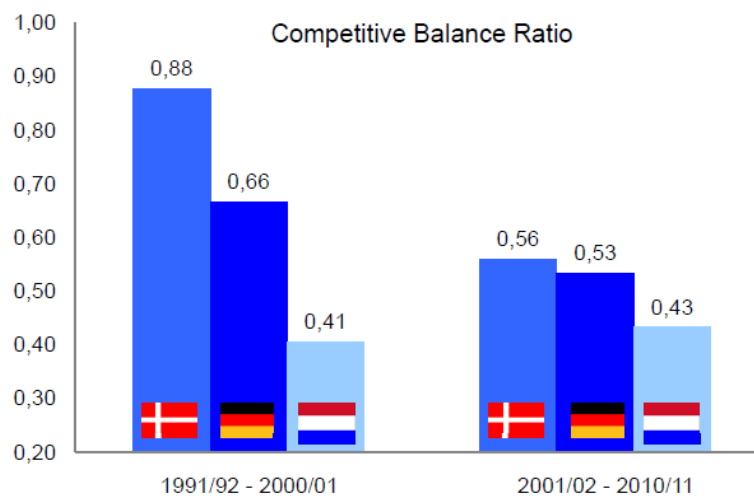
Ein etwas anderes Bild ergibt sich basierend auf dem *C5ICB*. Während die niederländische Liga auch nach diesem Maß von den drei betrachteten Ligen am wenigsten ausgeglichen erscheint, schneidet die dänische Liga im Vergleich zur deutschen Liga etwas "besser" ab. Auch hier ist allerdings anzumerken, dass dem *C5ICB* zu Folge sowohl die deutsche als auch (insbesondere) die dänische Liga zunehmend unausgeglichener werden.

Abb. 10: Die Entwicklung der H- und der C5-Indices of Competitive Balance in den letzten 20 Spielzeiten in den drei Ligen.



Ein sehr ähnliches Bild liefert der Vergleich des *CBR* in zwei aufeinanderfolgenden Zeitabschnitten (1991/1992-2000/2001, 2001/2002-2010/2011) in den drei Ligen (vgl. Abbildung 11). Zunächst ist festzustellen, dass wiederum die niederländische Liga am wenigsten ausgeglichen ist, gefolgt von der deutschen und der dänischen Liga. Alle Ligen haben sich bzgl. der Wettbewerbsintensität im Zeitverlauf allerdings stark angepasst. Während sie in der deutschen Liga leicht und in der dänischen Liga sehr stark abgenommen hat, ist die Wettbewerbsintensität in der niederländischen Liga leicht angestiegen.³⁴

Abb. 11: Die Entwicklung der Competitive Balance Ratios in den letzten 20 Spielzeiten in den drei Ligen.



Zusammenfassung E:

- (1) Unterschiedliche (objektive) Maße führen zu leicht unterschiedlichen Interpretationen bzgl. der Wettbewerbsintensität in den betrachteten drei Ligen.
- (2) Es lässt sich jedoch allgemein feststellen, dass die niederländische Liga von den drei betrachteten Ligen am wenigsten ausgeglichen ist.
- (3) Die dänische und die deutsche Liga sind zwar insgesamt etwas ausgeglichener als die niederländische Liga. Allerdings hat die Wettbewerbssituation in den letzten Spielzeiten in der deutschen Liga leicht und in der dänischen Liga sehr stark abgenommen.

³⁴ Das *CBR* wurde basierend auf den Leistungen der im gesamten Abschnitt (1991-2010) fünf besten Teams berechnet. Da der Durchschnitt der *Team Points* vom betrachteten Zeitraum abhängt, reagiert das *CBR* sensibel auf unterschiedliche Abgrenzungen. Bzgl. der Abgrenzung der untersuchten Zeitabschnitte gibt es keine Konvention. In Abbildung 11 wurde eine Zweiteilung wie bei Pawlowski et al. (2010) vorgenommen. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass auch eine (bspw.) Dreiteilung der Abschnitte (1991-1997, 1998-2004, 2005-2010) möglich wäre. Dies wurde probenhalber durchgeführt. Während die generellen Tendenzen bei einer Dreiteilung gleich sind, würde Deutschland im letzten Abschnitt (2005-2010) leicht vor Dänemark liegen.

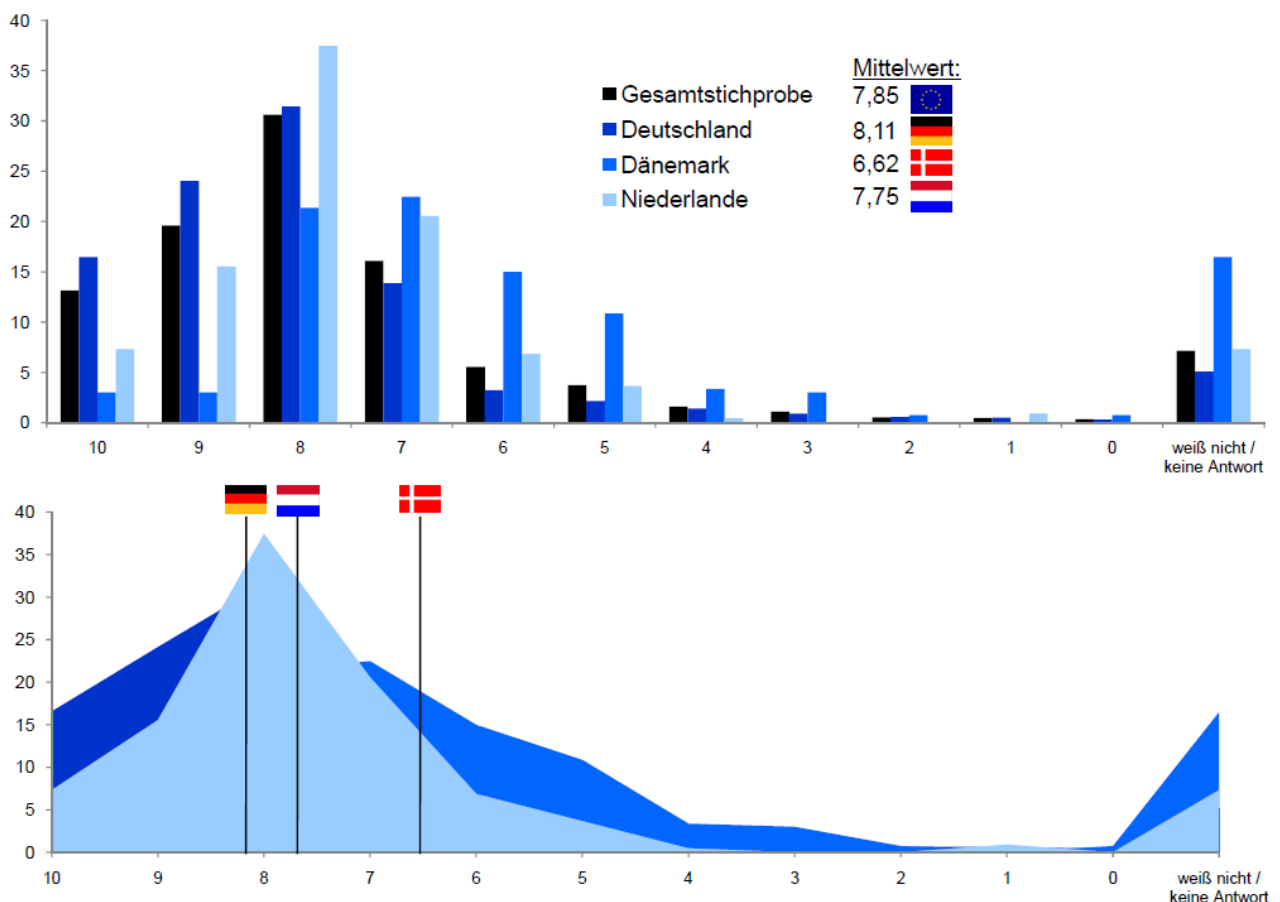
5.3.2 Subjektive Wettbewerbsintensität

Im Rahmen der folgenden Ausführungen wird zunächst die subjektive Wettbewerbsintensität als Oberbegriff analysiert (5.3.2.1), ehe auf die einzelnen Dimensionen der Wettbewerbsintensität eingegangen wird (5.3.2.2).

5.3.2.1 Spannung als Oberbegriff

Die Analyse der subjektiven Wettbewerbsintensität beginnt mit einer Darstellung der prozentualen Verteilung der subjektiv empfundenen Spannungsgrade (Frage 3.4). Wie die folgende Abbildung 12 zeigt, bewerten die Befragten die Spannung in den nationalen Ligen am Häufigsten mit Zahlen im oberen Bereich (7, 8, 9). Entsprechend attestieren die meisten der Befragten den jeweiligen Ligen eine relativ hohe Wettbewerbsintensität. Allerdings gibt es auffällige Ligen-spezifische Unterschiede: von den drei betrachteten Ligen wurden der dänischen Liga vergleichsweise häufig "nur" mittlere, der deutschen Liga hingegen häufig „hohe“ Spannungsgrade zugeschrieben.

Abb. 12: Die prozentuale Verteilung der subjektiv empfundenen Spannungsgrade in den Ligen mit Mittelwerten (Frage 3.4).



Dieses Bild spiegelt sich auch in den Unterschieden beim Mittelwert der Spannungsgrade wider. Der subjektiven Beurteilung der Befragten zu Folge, ist die deutsche Bundesliga am spannendsten (8,11), gefolgt von der niederländischen (7,75) und der dänischen Liga (6,62).

Aus Abbildung 12 geht hervor, dass sich die subjektive Einschätzung zur Spannung in den Ligen zwischen den Befragten signifikant unterscheidet. Diese Unterschiede scheinen einerseits länderspezifisch zu sein. Darüber hinaus beeinflussen allerdings weitere Faktoren die subjektive Wahrnehmung der Befragten. Im Folgenden wird untersucht, ob generelle Merkmale und Charakteristika der Befragten gefunden werden können, die zur Erklärung der unterschiedlichen subjektiven Bewertungen der Spannung in den Ligen herangezogen werden können. Hierfür wird der Spannungsgrad (Frage 3.4) als abhängige Variable mit den folgenden Variablen korreliert, von denen *a priori* angenommen wird, dass Sie einen Einfluss auf die Höhe des subjektiv wahrgenommenen Spannungsgrad haben könnten:

- I. Variablen zum Befragungsort
 - Land: 2 Dummies (1=Niederlande, 1=Dänemark, Referenzkategorie: Deutschland);
 - Ort: Dummy (1=befragte Person wurde in der Stadt (Bar/Kneipe) angetroffen, Referenzkategorie: Stadion);
- II. Variablen zur Soziodemographie
 - Geschlecht: Dummy (1=Mann, Referenzkategorie: Frau);
 - Alter: metrisch;
 - Familienstand: 2 Dummies (1=Single, 1=verheiratet, Referenzkategorie: sonstiges wie bspw. verwitwet);
 - Haushaltsgröße: ordinal (5 Kategorien: 1 Person, 2 Personen, 3 Personen, 4 Personen, 5 und mehr Personen);
 - Einkommen: ordinal (8 Kategorien: bis 500€, 501-1.000€, 1.001-1.500€, 1.501-2.000€, 2.001-2.500€, 2.501-3.000€, 3.001-3.500€, 3.501€ und mehr);
 - Bildung: ordinal (3 Kategorien: gering, mittel, hoch);
 - Erwerbstätigkeit: 3 Dummies (1=Ausbildung/Lehre/Studium, 1=Pensionär/Rentner, 1=arbeitslos, Referenzkategorie: erwerbstätig oder sonstiges);
- III. Variablen zum Involvement und den Eigenschaften des Lieblingsvereins
 - Interesse: Dummy (1=das generelle Interesse am Fußball ist sehr groß, Referenzkategorie: etwas oder weniger Interesse);
 - Identifikation mit dem Lieblingsverein: Dummy (1=die Leistung des Lieblingsteams hat einen Einfluss auf die Lebenszufriedenheit, Referenzkategorie: kein Einfluss);
 - Volatilität der Leistung des Lieblingsvereins: metrisch (Standardabweichung der Tabellenplatzierung zwischen den Spielzeiten 2001/02-2010/11);
 - langfristige Leistung des Lieblingsvereins: metrisch (durchschnittliche Tabellenplatzierung zwischen den Spielzeiten 2001/02-2010/11);

- kurzfristige Leistung des Lieblingsvereins: metrisch (Punktausbeute in den letzten 5 Spielen vor der Befragung).

Die in Tabelle 1 abgebildeten Ergebnisse der sechs³⁵ verschiedenen Regressionsmodelle basieren auf einer reduzierten Modellspezifikation.³⁶

Zunächst ist festzustellen, dass die im Rahmen der deskriptiv vergleichenden Analyse (Abbildung 12) identifizierten länderspezifischen Unterschiede auch inferenzstatistisch nachgewiesen werden können. Zudem scheinen Männer (im Vergleich zu Frauen) und Fans von solchen Teams, die im 10-Jahresschnitt schlechter platziert sind, die Ligen als signifikant spannender zu empfinden. Darüber hinaus scheint von der kurzfristigen Leistung des Lieblingsteams (Anzahl an Punkten aus den letzten fünf Spielen vor der Befragung) ebenfalls ein positiver Einfluss auf die Einschätzung zur Spannung in der Liga auszugehen. Dieser Effekt ist allerdings nur schwach signifikant.

Keinen Einfluss hat hingegen der Befragungsort: Bzgl. der subjektiven Einschätzung des Spannungsgrades unterscheiden sich die am Stadion befragten nicht von solchen Personen, die in der Stadt in Bars/Kneipen angesprochen wurden.

Schließlich können hoch signifikante positive Korrelationen zwischen den Variablen, die das Involvement der Befragten messen und dem Spannungsgrad aufgedeckt werden. Basierend auf den Ergebnissen bleibt allerdings unklar, ob ein höheres Involvement zu einer eher positiven Einschätzung bzgl. der Spannung in der Liga führt oder ob solche Personen, die die Ligen (subjektiv) als spannender empfinden, ein höheres Involvement zeigen (*reverse causality*). Da eine Klärung der Frage nicht zentral für die Arbeit ist, wird auf eine weiter führende Analyse an dieser Stelle verzichtet.

³⁵ Da die Ligen vom überwiegenden Teil der Nachfrager als ein (sehr) spannendes Produkt wahrgenommen werden, ist die Verteilung bei den Spannungsgraden zugunsten der höheren Werte „schief“. Zur Prüfung der Robustheit der Ergebnisse, werden sowohl Modelle mit der vollen als auch mit einer reduzierten Anzahl an Spannungsgrade geschätzt. Bei der reduzierten Anzahl an Spannungsgraden werden die unteren Spannungsgrade (0-6) zu einer Kategorie (0) zusammengefasst. Neben einem herkömmlichen OLS-Schätzer werden aufgrund der Skalierung der abhängigen Variable im Rahmen von vergleichenden Analysen zudem geordnete (ordered) Probit- und Logit-Schätzer verwendet. Entsprechend den Ausführungen wurden insgesamt 6 verschiedene Modelle geschätzt. Es werden sowohl herkömmliche Standardfehler (runde Klammern) als auch robuste Standardfehler (eckige Klammern) ausgewiesen.

³⁶ Bei der Aufnahme der oben beschriebenen (potenziell) erklärenden Variablen eröffnen sich zwei Problemfelder: zum einen ist zu beachten, dass aufgrund von Antwortverweigerungen zahlreiche fehlende Werte bei den soziodemographischen Variablen vorliegen; Zum anderen haben nur n=1,546 einen Lieblingsverein im Land der Befragung (entsprechend ergeben sich auch bzgl. der Eigenschaften des Lieblingsvereins zahlreiche fehlende Werte). Fälle mit fehlenden Werten werden grds. aus der Regressionsanalyse ausgeschlossen. Um Verzerrungen aufgrund einer stark reduzierten Fallzahl so gering wie möglich zu halten, wurde insgesamt drei Modelle spezifiziert: (1) Zunächst wurde ein Modellspezifikation geschätzt, welche lediglich die für alle Fälle verfügbaren Variablen zum Befragungsort beinhaltet. (2) In einem zweiten Schritt wurde diese Modellspezifikation um die oben genannten soziodemographischen Variablen ergänzt. (3) Im dritten Schritt wurden (neben den Variablen zum Befragungsort) lediglich die signifikanten soziodemographischen Variablen der zweiten Modellspezifikation berücksichtigt. Darüberhinaus wurden alle Variablen zum Involvement und den Eigenschaften des Lieblingsvereins ergänzt. Die im Projektbericht abgebildeten Modelle der dritten Spezifikationsstufe erfassen entsprechend nur solche Personen, die Fan eines Vereins im Land der Befragung sind.

Tab. 1: Korrelationen zwischen verfügbaren Variablen und der Höhe des subjektiven Spannungsgrades.

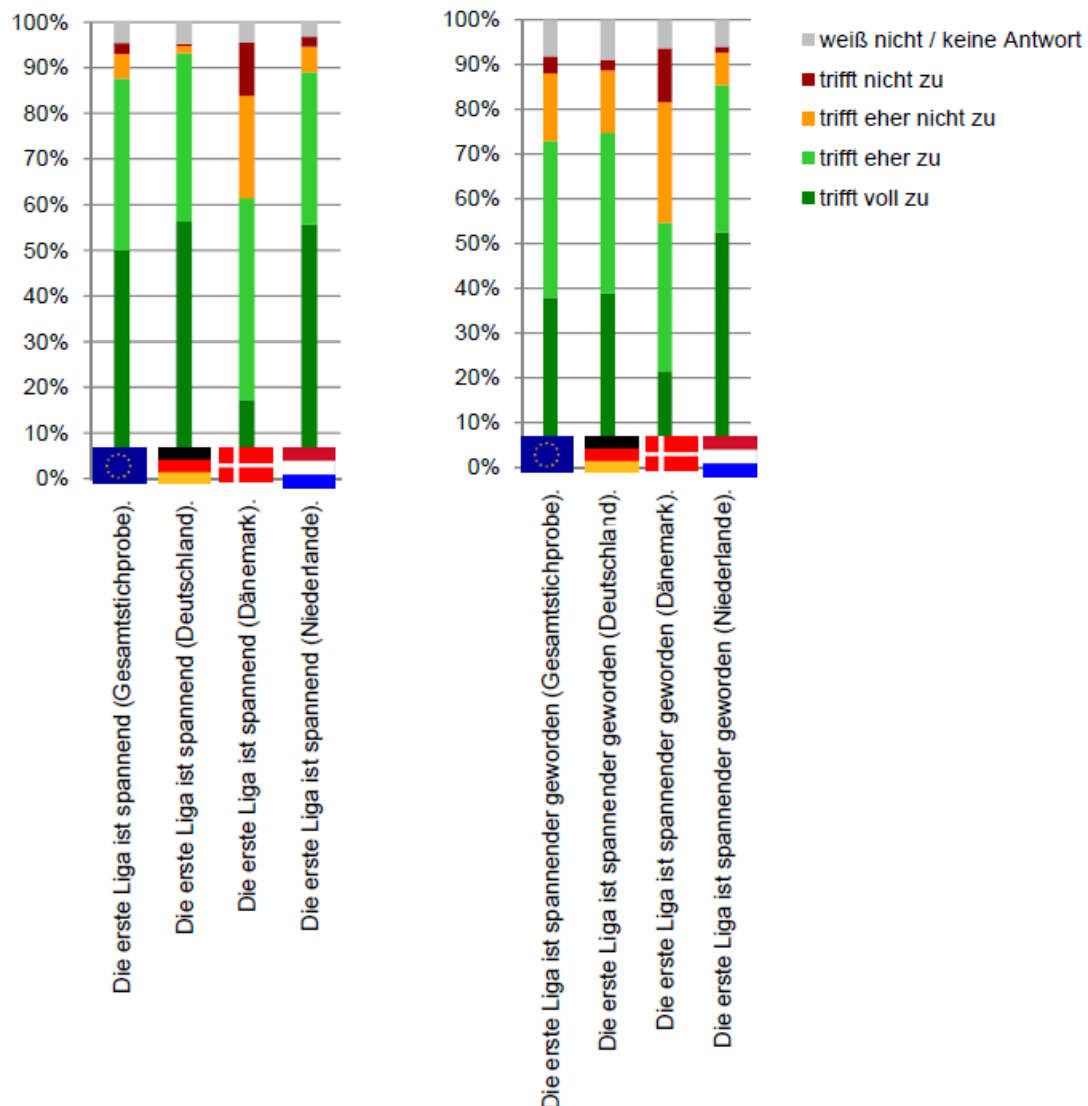
Spannungsgrade der abhängigen Variable	gesamt 0-10			reduziert ¹ 0-4		
Schätzer	OLS	ordered Probit	ordered Logit	OLS	ordered Probit	ordered Logit
I. Ort der Befragung						
<i>Dänemark (Ref. Deutschland)</i>	<u>-1,464</u> (-11,43)*** [-10,64]***	<u>-1,095</u> (-11,85)*** [-11,62]***	<u>-2,038</u> (-12,42)*** [-12,36]***	<u>-1,246</u> (-12,97)*** [-12,85]***	<u>-1,191</u> (-12,45)*** [-11,76]***	<u>-2,093</u> (-12,50)*** [-12,22]***
<i>Niederlande (Ref. Deutschland)</i>	<u>-0,410</u> (-3,12)*** [-3,31]***	<u>-0,405</u> (-4,36)*** [-4,60]***	<u>-0,733</u> (-4,60)*** [-4,84]***	<u>-0,465</u> (-4,72)*** [-4,88]***	<u>-0,434</u> (-4,63)*** [-4,87]***	<u>-0,749</u> (-4,69)*** [-4,90]***
<i>Bar/Kneipe (Ref. Stadion)</i>	<u>-0,081</u> (-0,86) [-0,92]	<u>-0,100</u> (-1,48) [-1,49]	<u>-0,181</u> (-1,56) [-1,57]	<u>-0,114</u> (-1,61) [-1,62]	<u>-0,113</u> (-1,67)* [-1,69]*	<u>-0,185</u> (-1,59) [-1,60]
II. Soziodemographie						
<i>Mann (Ref. Frau)</i>	<u>0,330</u> (3,20)*** [2,78]***	<u>0,225</u> (3,09)*** [2,81]***	<u>0,410</u> (3,17)*** [2,90]***	<u>0,245</u> (3,17)*** [2,86]***	<u>0,221</u> (2,99)*** [2,85]***	<u>0,407</u> (3,12)*** [2,84]***
III. Involvement und Lieblingsverein						
<i>sehr großes Interesse am Fußball</i>	<u>0,561</u> (4,10)** [3,71]**	<u>0,439</u> (4,59)*** [4,74]***	<u>0,735</u> (4,44)*** [4,58]***	<u>0,496</u> (4,84)*** [4,87]***	<u>0,479</u> (4,85)*** [4,85]***	<u>0,797</u> (4,69)*** [4,66]***
<i>Leistung hat Einfluss auf die Lebenszufriedenheit</i>	<u>0,165</u> (1,96)** [1,97]**	<u>0,154</u> (2,58)*** [2,58]***	<u>0,232</u> (2,26)*** [2,27]***	<u>0,170</u> (2,68)*** [2,69]***	<u>0,166</u> (2,68)*** [2,75]***	<u>0,247</u> (2,39)** [2,40]**
<i>Volatilität (2001/02-2010/11)</i>	<u>0,105</u> (2,05)** [1,92]*	<u>0,035</u> (0,98) [0,95]	<u>0,058</u> (0,91) [0,87]	<u>0,030</u> (0,77) [0,75]	<u>0,027</u> (0,75) [0,72]	<u>0,038</u> (0,60) [0,58]
<i>Ø Tabellenplatz (2001/02-2010/11)</i>	<u>0,027</u> (3,29)*** [3,20]***	<u>0,018</u> (3,09)*** [2,96]***	<u>0,032</u> (3,20)*** [3,10]***	<u>0,018</u> (2,89)*** [2,80]***	<u>0,018</u> (3,02)*** [2,90]***	<u>0,031</u> (3,06)*** [2,96]***
<i>Punkte in den letzten 5 Spielen</i>	<u>0,260</u> (1,53) [1,44]	<u>0,022</u> (1,83)* [1,73]*	<u>0,043</u> (2,04)** [1,96]**	<u>0,024</u> (1,86)* [1,79]*	<u>0,023</u> (1,87)* [1,80]*	<u>0,043</u> (2,04)** [1,97]**
Vorzeichenwechsel bei MFX	./.	7/8 => 8/9	7/8 => 8/9	./.	1/2 => 2/3	1/2 => 2/3
N	1.332	1.332	1.332	1.332	1.332	1.332
Adj. R ² (OLS) bzw. MZ-R ² (sonst)	14,77	17,20	17,20	17,14	19,20	17,90
AIC	3,621	3,300	3,287	3,045	2,912	2,910

¹ Die reduzierten Kategorien sind wie folgt gebündelt: 0 ≡ 0,1,2,3,4,5,6 des originalen Spannungsmaßes; 1 ≡ 7 des originalen Spannungsmaßes; 2 ≡ 8 des originalen Spannungsmaßes; 3 ≡ 9 des originalen Spannungsmaßes; 4 ≡ 10 des originalen Spannungsmaßes; Ref. ≡ Referenzkategorie; Unterstrichen: Koeffizienten-Werte; In ()-Klammern: t- bzw. z-Wert; In []-Klammern: t- bzw. z-Wert bei robusten Standardfehlern; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.; MZ-R² ≡ McKelvey & Zavoina's R²; AIC ≡ Akaike Information Criterion.

Für eine vergleichende Abschätzung, können zwei weitere direkte Fragen nach der Spannung (Frage 3.3) herangezogen werden. Auch bei der Einschätzung, ob die jeweilige Liga spannend ist oder nicht, zeigen sich markante Unterschiede zwischen den Ländern (vgl. Abbildung 13). Während mehr als 90% der Befragten der Meinung sind, dass die deutsche und die

niederländische Liga spannend sind, finden lediglich 60% der Befragten, dass dies auf die dänische Liga zutrifft. Interessant ist ebenfalls die wahrgenommene Entwicklung der Spannung in den letzten Spielzeiten. Von den Befragten in den Niederlanden meinen rund 85%, dass die niederländische Liga spannender geworden ist. Während dies in Deutschland rund 75% der Befragten meinen, sind es in Dänemark lediglich 55%.

Abb. 13: Die aktuelle Spannung und die Entwicklung der Spannung in den Ligen (Frage 3.3).



Zusammenfassend bleibt festzustellen, dass die Befragten die deutsche Liga, gefolgt von der niederländischen und der dänischen Liga, als am spannendsten wahrnehmen. Darüber hinaus glaubt die überwiegende Mehrheit der Befragten in den Niederlanden, dass die niederländische Liga spannender geworden ist, während fast die Hälfte der in Dänemark Befragten der Meinung ist, dass dies nicht auf die dänische Liga zutrifft.

5.3.2.2 Dimensionen der Spannung

Bevor im Rahmen dieses Abschnitts auf die wahrgenommene Ausprägung der in den ökonomischen Studien formulierten Dimensionen der Spannung (kurz-, mittel-, langfristig) eingegangen wird, soll im Folgenden zunächst geprüft werden, ob die im Rahmen der Studie abgefragten 11 Items (vgl. Tabelle 2) dazu geeignet sind, diese drei Dimensionen abzubilden.

Tab. 2: Die Operationalisierung der drei Spannungsdimensionen im Rahmen des Fragebogens (Frage 3.1).

Kurzfristige UO: unklarer Spielausgang	Frage 3.1, Item 1
Kurzfristige UO: Heim- und Auswärtsteams	Frage 3.1, Item 2
Kurzfristige UO: keine Außenseiter	Frage 3.1, Item 3
Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf	Frage 3.1, Item 4
Mittelfristige UO spannender Kampf um CL-Plätze	Frage 3.1, Item 5
Mittelfristig UO: spannender Kampf um EL-Plätze	Frage 3.1, Item 6
Mittelfristig UO: spannender Abstiegskampf	Frage 3.1, Item 7
Langfristig UO: verschiedene Meister	Frage 3.1, Item 8
Langfristig UO: verschiedene CL-Qualifikanten	Frage 3.1, Item 9
Langfristig UO: verschiedene EL-Qualifikanten	Frage 3.1, Item 10
Langfristig UO: verschiedene Absteiger	Frage 3.1, Item 11

Diese Überprüfung erfolgt in zwei Schritten. Zunächst wird im Rahmen einer Hauptkomponentenanalyse geprüft, ob sich die oben beschriebenen 11 Items tatsächlich zu den drei Spannungs-Dimensionen (Faktoren) reduzieren lassen. Im zweiten Schritt wird im Rahmen einer Regressionsanalyse geprüft, welchen Beitrag die im ersten Schritt extrahierten Faktoren zur Erklärung der Varianz der Spannungsgrade (Frage 3.4; vgl. 5.2.1.1) liefern.

Wie eine Analyse der paarweisen Korrelationen zeigt, sind die oben genannten Items tatsächlich signifikant miteinander korreliert und damit grundsätzlich "bündelungsfähig" (Backhaus et al., 2006, 269).³⁷ Als Prüfgröße zur Beurteilung der Dateneignung kann das *measure of sampling adeuqcy* (MSA) - auch *Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium* (KMK) genannt - herangezogen werden. Mit Werten für die jeweiligen Items zwischen 0,76 und 0,88 sowie einem Durchschnittswert der Korrelationsmatrix von 0,81 sind die vorliegenden Daten als "meritorious" (verdienstvoll, Backhaus et al., 2006, 276) und damit als für eine Faktorenanalyse sehr gut geeignet einzustufen (vgl. Tabelle 3).

Nach eingehender Prüfung des Datenmaterials auf Eignung für die Hauptkomponentenanalyse (s.o.) muss die Zahl der zu extrahierenden Faktoren festgelegt werden. Diese Anzahl ist in den meisten Analysen *a priori* ungewiss. In dieser Arbeit ist sie gewissermaßen durch die theoretischen Vorüberlegungen zu den Dimensionen der Spannung auf drei festgelegt. Den-

³⁷ Hierfür wurden zunächst die Angaben "weiß nicht" (=5) in fehlende Werte (=.) transformiert.

noch wurde zur Beurteilung der Eignung der Extraktion von drei Faktoren auf die standardisierten Prüfkriterien der Literatur zurückgegriffen.³⁸

Zur Interpretationserleichterung werden die ermittelten Faktorladungen mit Hilfe des Varimax-Verfahrens rotiert. Die berechnete Faktorladungsmatrix weist eine Einfachstruktur auf. Folglich sind die Variablen eindeutig den Faktoren zuzuordnen. Den theoretischen Vorüberlegungen entsprechend beschreibt Faktor 3 die kurzfristige UO (Item 1, 2, 3), Faktor 2 die mittelfristige UO (Item 4, 5, 6, 7) und Faktor 1 die langfristige UO (Item 8, 9, 10, 11).

Tab. 3: Werte für das MSA- bzw. KMK-Kriterium.

Kurzfristige UO: unklarer Spielausgang	0,81
Kurzfristige UO: Heim- und Auswärtsteams	0,73
Kurzfristige UO: keine Außenseiter	0,82
Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf	0,81
Mittelfristige UO spannender Kampf um CL-Plätze	0,78
Mittelfristig UO: spannender Kampf um EL-Plätze	0,76
Mittelfristig UO: spannender Abstiegskampf	0,88
Langfristig UO: verschiedene Meister	0,84
Langfristig UO: verschiedene CL-Qualifikanten	0,80
Langfristig UO: verschiedene EL-Qualifikanten	0,80
Langfristig UO: verschiedene Absteiger	0,88
gesamt	0,81

Die verwendeten 11 Items scheinen somit die drei Spannungsdimensionen zu erfassen. Zu beachten ist allerdings, dass einige Faktorladungen relativ gering (kleiner als 0,5) sind. Insbesondere die Variable "Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf", welche mit weniger als 0,3 auf Faktor 2 lädt, scheint nur sehr begrenzt dem Konstrukt "mittelfristige Spannungsdimension" zuzuordnen zu sein. Aus diesem Grund wird die Variable im Folgenden separat betrachtet und aus der Faktorenanalyse ausgeschlossen. Die sich dann ergebende rotierte Faktorladungsmatrix ist in Tabelle 4 dargestellt.

Basierend auf den ermittelten Faktoren und den fallspezifischen Faktorwerten kann nun die Bedeutung der einzelnen Spannungsdimensionen zur Erklärung der subjektiven Bewertung der Spannung der Liga (operationalisiert durch den Spannungsgrad, Frage 3.4) untersucht werden. Hierfür wird der Spannungsgrad als abhängige Variable mit den drei zuvor ermittelten Faktoren und der Variablen "Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf" als erklärende Variable korreliert.³⁹

³⁸ Dem Kaiser-Kriterium zufolge sollte die Anzahl der zu extrahierenden Faktoren der Anzahl an Faktoren mit einem Eigenwert von größer Eins entsprechen. Tatsächlich erfüllen die Eigenwerte der ersten drei Faktoren diese Vorgabe während ein vierter Faktor bei einem Eigenwert von 1,003 dem Kaiser-Kriterium zufolge grds. extrahiert werden könnte.

³⁹ Wie in der vorangehenden Analyse werden sechs verschiedene Modelle geschätzt. Da nicht ausgeschlossen werden kann, dass Fans unterschiedlicher Mannschaften evt. unterschiedliche Einschätzungen bzgl. der Spannung und ihrer Dimensionen haben, werden auch nach den Lieblingsteams geclusterte Standardfehler (geschweifte Klammern) ausgewiesen.

Tab. 4: Die mit Hilfe des Varimax-Verfahrens rotierte Faktorladungsmatrix (ausgewiesen sind Faktorladungen größer als 0,2).

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	unerklärt
Kurzfristige UO: unklarer Spielausgang			0,57	0,41
Kurzfristige UO: Heim- und Auswärtsteams			0,60	0,40
Kurzfristige UO: keine Außenseiter			0,56	0,45
Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf		<i>ausgeschlossen</i>		
Mittelfristige UO spannender Kampf um CL-Plätze		0,58		0,25
Mittelfristig UO: spannender Kampf um EL-Plätze		0,63		0,21
Mittelfristig UO: spannender Abstiegskampf		0,50		0,48
Langfristig UO: verschiedene Meister	0,46			0,47
Langfristig UO: verschiedene CL-Qualifikanten	0,56			0,25
Langfristig UO: verschiedene EL-Qualifikanten	0,51			0,29
Langfristig UO: verschiedene Absteiger	0,47			0,48

Erwartungsgemäß korrelieren die drei Spannungsdimensionen (Faktoren) und die Variable "Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf" mit dem Spannungsgrad (vgl. Tabelle 5). Während die Korrelationen der mittel- und langfristigen Spannungsdimension sowie der Variablen "Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf" hoch signifikant sind, ist die Korrelation der kurzfristigen Spannungsdimension nur z.T. signifikant. Diese Befunde sind sowohl von der zugrundegelegten Anzahl an Spannungsgrad-Ausprägungen als auch vom Schätzer unabhängig und entsprechend robust.

Den Ergebnissen zufolge scheinen die Fans in erster Linie die mittelfristige⁴⁰ und langfristige⁴¹ Unsicherheit als bedeutende Komponenten der Spannung zu verstehen. Die kurzfristige Unsicherheit des Spielausgangs scheint dagegen zur Erklärung der allgemein wahrgenommenen Spannung weniger bedeutend zu sein.

Da ein großer Teil an Varianz in den Spannungsgraden durch die verwendeten Faktoren nicht erklärt wird, scheint der sehr allgemein formulierte Spannungsgrad mehr als nur die drei Spannungsdimensionen abzubilden.

⁴⁰ Gemeint ist die Spannung der Unterwettbewerbe (Kampf um die Meisterschaft, die Europa-Pokal-Qualifikationsplätze sowie gegen den Abstieg).

⁴¹ Gemeint ist die Abwechslung von Teams bei ihrer Platzierung im Endtableau über mehrere Spielzeiten hinweg (unterschiedliche Meister, Qualifikanten für die Europapokal-Wettbewerbe und Absteiger).

Tab. 5: Erklärungsbeitrag der Spannungsdimensionen hinsichtlich des subjektiven Spannungsgrades.

Spannungsgrade der abhängigen Variable	gesamt 0-10			reduziert ¹ 0-4		
Schätzer	OLS	ordered Probit	ordered Logit	OLS	ordered Probit	ordered Logit
Kurzfristige UO-Dimension	<u>0.050</u> (1,51) [1,48] {1,42}	<u>0.050</u> (2,02)** [1,95]* {1,91}*	<u>0.102</u> (2,38)** [2,33]** {2,37}**	<u>0.043</u> (1,67)* [1,63] {1,62}	<u>0.048</u> (1,89)* [1,83]* {1,74}*	<u>0.094</u> (2,18)** [2,14]** {2,07}**
Mittelfristige UO-Dimension	<u>0.217</u> (6,47)*** [5,82]*** {6,30}***	<u>0.156</u> (6,17)*** [6,02]*** {6,08}***	<u>0.269</u> (6,08)*** [5,95]*** {5,71}***	<u>0.155</u> (5,95)*** [5,83]*** {5,55}***	<u>0.150</u> (5,85)*** [5,71]*** {5,53}***	0,266 (5,98)*** [5,86]*** {5,42}***
Langfristig UO-Dimension	<u>0.102</u> (3,30)*** [3,13]*** {3,05}***	<u>0.094</u> (4,03)*** [3,88]*** {4,30}***	<u>0.176</u> (4,36)*** [4,24]*** {4,34}***	<u>0.103</u> (4,30)*** [4,18]*** {4,62}***	<u>0.101</u> (4,29)*** [4,15]*** {4,51}***	<u>0.180</u> (4,42)*** [4,32]*** {4,45}***
Spannender Meisterschaftskampf	<u>0.338</u> (6,85)*** [6,34]*** {3,57}***	<u>0.245</u> (6,59)*** [6,41]*** {3,73}***	<u>0.425</u> (6,51)*** [6,36]*** {3,62}***	<u>0.265</u> (6,92)*** [6,70]*** {3,86}***	<u>0.253</u> (6,70)*** [6,54]*** {3,80}***	<u>0.428</u> (6,52)*** [6,36]*** {3,66}***
Vorzeichenwechsel bei MFX	./.	8 => 9	8 => 9	./.	2 => 3	2 => 3
N	1,172	1,172	1,172	1,172	1,172	1,172
Adj. R ² (OLS) bzw. MZ-R ² (sonst)	17,47	19,80	19,20	18,40	20,20	19,10
AIC	3,505	3,234	3,230	3,000	2,882	2,879

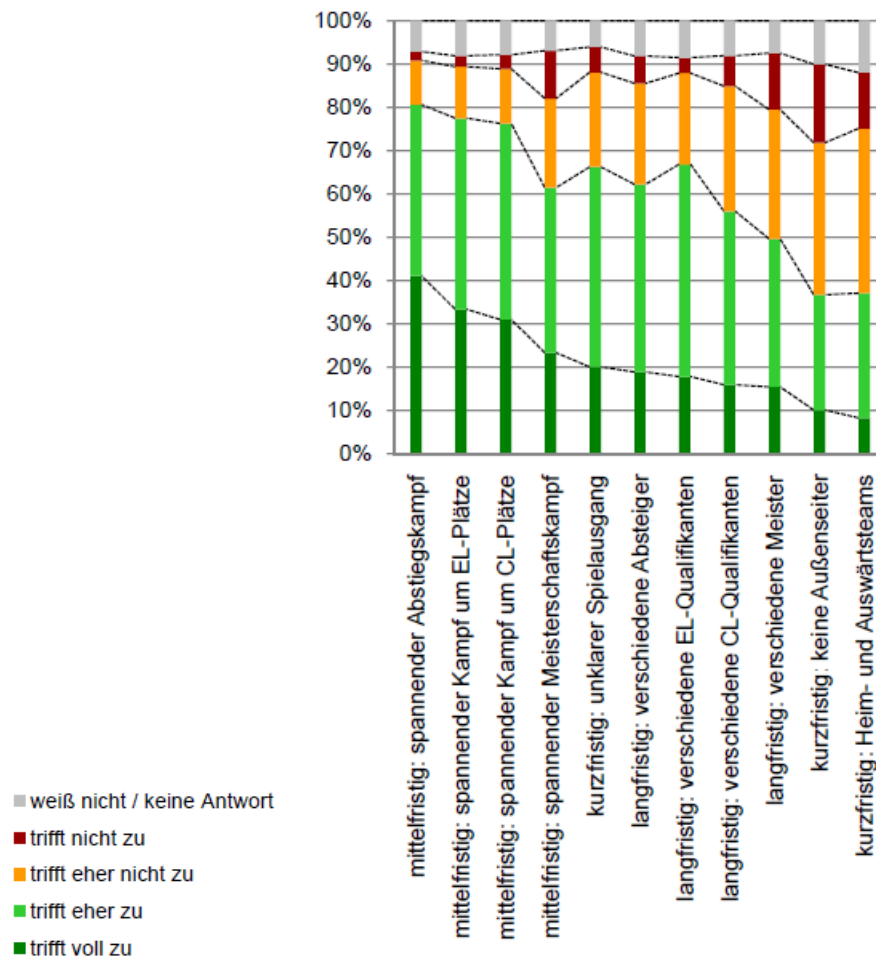
¹Die reduzierten Kategorien sind wie folgt gebündelt: 0 ≡ 0,1,2,3,4,5,6 des originalen Spannungsmaßes; 1 ≡ 7 des originalen Spannungsmaßes; 2 ≡ 8 des originalen Spannungsmaßes; 3 ≡ 9 des originalen Spannungsmaßes; 4 ≡ 10 des originalen Spannungsmaßes; Unterstrichen: Koeffizienten-Werte; In ()-Klammern: t- bzw. z-Wert; In []-Klammern: t- bzw. z-Wert bei robusten Standardfehlern; In { }-Klammern: t- bzw. z-Wert bei nach Lieblingsteam der Fans geclusterten Standardfehlern; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.; MZ-R² ≡ McKelvey & Zavoina's R²; AIC ≡ Akaike Information Criterion.

Im Folgenden sollen nun die wahrgenommenen Ausprägungen der einzelnen Spannungsdimensionen in den Ligen beschrieben werden. Neben der Darstellung dieser Ausprägungen in der gesamten Stichprobe wird zudem untersucht, ob signifikante Unterschiede zwischen den Ländern und bei nach anderen Merkmalen abgegrenzten Unterstichproben vorliegen.

Wie Abbildung 14 zeigt, gibt es einige markante Unterschiede hinsichtlich der wahrgenommenen Ausprägung einzelner Spannungsdimensionen in den Ligen: So meinen die Befragten, dass in den Ligen eher die mittelfristige (Zustimmung bei 60-80%) als die langfristige Spannung (Zustimmung bei ca. 50-65%) gegeben ist. Interessanter Weise fällt die Zustimmung bzgl. der mittelfristigen (60%) und langfristigen Spannungsdimension (50%), die den Meisterschaftskampf abbildet, am geringsten aus. Von den drei betrachteten Dimensionen scheint die kurzfristige Spannung am wenigsten erfüllt zu sein. Auch hierbei gibt es allerdings Item-spezifische Unterschiede: während die Unsicherheit des Spielausgangs rund 65% an Zustimmung erfährt, sind mehr als die Hälfte der Befragten der Meinung, dass es in einigen Spielen klare Außenseiter gibt und Heim- und Auswärtsteams nicht gleichhäufig gewin-

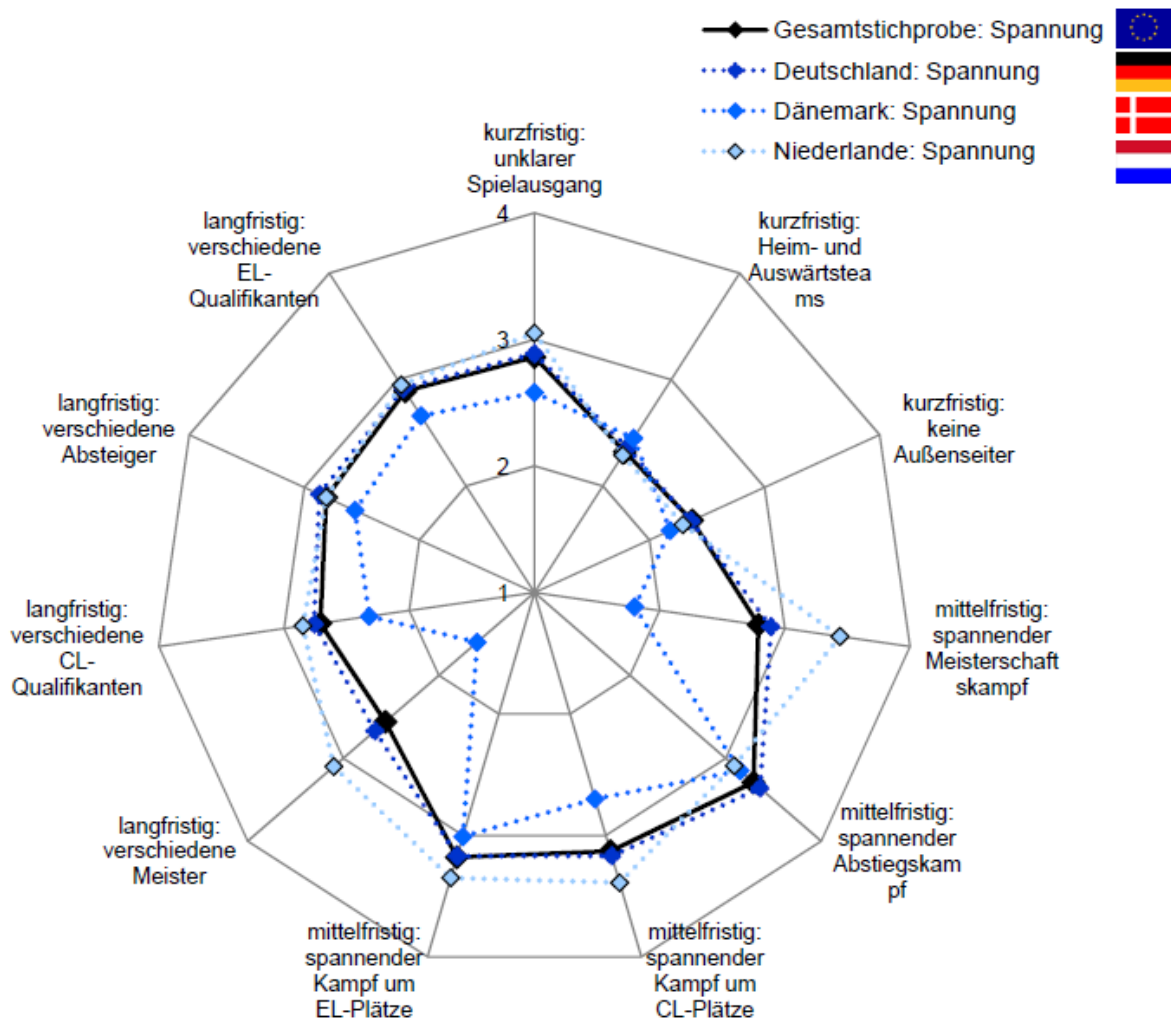
nen. Letzteres deckt sich mit den objektiv gemessenen Ergebnissen bisheriger Studien zum Heimvorteil (vgl. für eine Übersicht Downward et al., 2009).

Abb. 14: Die Ausprägung der subjektiv wahrgenommenen Spannungsdimensionen (Frage 3.1).



Basierend auf der Verteilung der Antworten („trifft voll zu“, „trifft eher zu“, trifft eher nicht zu“, „trifft nicht zu“) weisen die χ^2 -Tests (siehe Tabelle im Anhang 8.6) für alle Spannungsdimensionen signifikante länderspezifische Unterschiede aus. Diese Unterschiede sind bei einer vergleichenden Betrachtung der länderspezifischen Mittelwerte der Ausprägungen insbesondere bzgl. der mittelfristigen und langfristigen Spannungsdimensionen, die den Meisterschaftskampf abbilden, markant (Abbildung 15): Während die Befragten in Dänemark den Meisterschaftskampf der vergangenen Spielzeiten als überhaupt nicht spannend empfinden, liegen die Einschätzungen der Befragten in den Niederlanden diesbzgl. weit über dem Durchschnitt der Gesamtstichprobe.

Abb. 15: Mittelwerte der Ausprägungen der subjektiv wahrgenommenen Spannungsdimensionen in der Gesamtstichprobe und den einzelnen Ländern (Frage 3.1, 1=trifft nicht zu...4=trifft voll zu).



Die oben erwähnten Chi²-Tests wurden mit weiteren Merkmalen durchgeführt, um etwaige Unterschiede zwischen anders abgegrenzten Unterstichproben aufzudecken. Wie die Ergebnisse zeigen (siehe Tabelle im Anhang 8.6), neigen sowohl Personen mit einem höheren Involvement⁴² als auch ältere Menschen dazu, den erfragten Spannungsdimensionen durchweg eher zuzustimmen (signifikant höhere Antwort-Anteile bei den Kategorien „trifft voll zu“ und „trifft zu“).⁴³

⁴² Mit höherem Involvement ist ein ausgeprägtes Interesse am Fußball („sehr“), das Vorhandensein eines Lieblingsvereins und/oder eine große persönliche Bedeutung der Leistung des Lieblingsvereins („Einfluss auf die Lebenszufriedenheit“) gemeint.

⁴³ Dabei ist allerdings wiederum anzumerken, dass (basierend auf diesen Ergebnissen) bzgl. der Kausalität zwischen Involvement und subjektivem Spannungsgrad der Befragten keine Aussagen getroffen werden können.

Zusammenfassung F:

- (1) Die deutsche Liga (gefolgt von der niederländischen und der dänischen Liga), wird von den Befragten (subjektiv) am spannendsten wahrgenommen. Darüber hinaus glaubt die überwiegende Mehrheit der Befragten, dass die niederländische Liga spannender geworden ist, während fast die Hälfte der in Dänemark Befragten der Meinung ist, dass dies nicht auf die dänische Liga zutrifft.
- (2) Männer (im Vergleich zu Frauen) und Fans von solchen Teams, die im 10-Jahresschnitt schlechter platziert sind, empfinden die Ligen als signifikant spannender. Dagegen unterscheiden sich die am Stadion befragten nicht von solchen Personen, die in der Stadt in Bars/Kneipen angesprochen wurden, bzgl. der subjektiven Einschätzung des Spannungsgrades.
- (3) Die Ergebnisse zur subjektiven Spannung decken sich nur zum Teil mit den Ergebnissen zur objektiven Spannung. So ist die dänische Liga (trotz des erheblichen Spannungsrückgangs in den letzten Spielzeiten) objektiv betrachtet immer noch spannender als niederländische Liga.
- (4) Die verwendeten 11 Items sind geeignet, um die drei in den ökonomischen Studien abgegrenzten Spannungsdimensionen zu erfassen. Den Ergebnissen zufolge scheint die Variable "Mittelfristige UO: spannender Meisterschaftskampf" allerdings eine eigene bedeutende Spannungsdimension darzustellen.
- (5) Den Ergebnissen zufolge verstehen die Nachfrager in erster Linie die mittelfristige und die langfristige Unsicherheit als bedeutende Komponenten der Spannung. Die kurzfristige Unsicherheit des Spielausgangs ist dagegen von untergeordneter Bedeutung. Der sehr allgemein formulierte „Spannungsgrad“ scheint allerdings mehr als nur die drei Spannungsdimensionen abzubilden.
- (6) Die Befragten sind der Meinung, dass in den Ligen eher die mittelfristige als die langfristige Spannung geben ist. Von den drei betrachteten Dimensionen scheint die kurzfristige Spannung am wenigsten erfüllt zu sein.
- (7) Während die Befragten in Dänemark den Meisterschaftskampf der vergangenen Spielzeiten als überhaupt nicht spannend empfinden, liegen die Einschätzungen der Befragten in den Niederlanden diesbzgl. weit über dem Durchschnitt der Gesamtstichprobe.
- (8) Auch diese Einschätzung deckt sich mit den Fakten. So ist bspw. der FC Kopenhagen mit 7 von 10 Meistertiteln innerhalb der vergangenen 10 Spielzeiten das Maß aller Dinge in der dänischen Liga. Überraschend war für den Club bspw. die Saison 2010/11, die mit 26 Punkten Vorsprung vor dem Zweitplatzierten (Odense BK) abgeschlossen wurde.

5.4 Einflussfaktoren auf die Wettbewerbsintensität

Im Rahmen dieses relativ kurzen Abschnitts erfolgt eine Betrachtung der Einflussfaktoren auf die Wettbewerbsintensität. Dabei werden zunächst Systematiken und (sofern vorhanden) empirische Befunde zu den objektiv messbaren Einflussfaktoren auf die Wettbewerbsintensität zusammengefasst (5.4.1). Im Anschluss daran wird dargelegt, welche Faktoren die in dieser Studie befragten Fußballfans als für die Wettbewerbsintensität bedeutsam erachten (5.4.2).

5.4.1 Objektive Einflussfaktoren

Die Wettbewerbsintensität hängt vorrangig von der Verteilung der Spielerqualitäten (Késenne, 2000) und damit vom wirtschaftlichen Wettbewerb in den einzelnen Ligen ab. In diesem Zusammenhang ist bspw. bedeutsam, welches Verfahren bei der Vermarktung der Medienrechte einer Liga angewendet wird (Zentralvermarktung mit anschließender Umverteilung der Medieneinnahmen versus Einzelvermarktung). Darüber hinaus wird häufig argumentiert, dass die mit hohen Einnahmen verbundene Teilnahme einiger Clubs an den internationalen Club-Wettbewerben (UEFA Champions League, UEFA Europa League) bei einer entsprechenden Investition dieser Einnahmen in die Verbesserung der Mannschaftsqualität grundsätzlich zu einem Rückgang der Wettbewerbsintensität in den nationalen Ligen führen kann (z.B. Andreff & Bourg, 2006; Pawlowski, Breuer & Hovemann, 2010).

Des Weiteren kann von der Organisationsform der Wettbewerbe ein Einfluss auf die Intensität der Wettbewerbe ausgehen. Hierzu gehören bspw. Abstiegsregelungen, die Ligagröße sowie Beschränkungen/Auflagen bei der Zusammenstellung von Kader oder Anfangsformation im Spiel oder die Globalisierung des Spielmarktes (z.B. Flores, Forrest & Tena, 2010).

Neben dem zuvor genannten direkten Einfluss durch die Allokation von Einnahmen oder dem Format der Wettbewerbe existieren nach Sanderson (2002) zudem einige Faktoren, die indirekten Einfluss auf die Wettbewerbsintensität nehmen können, wie bspw.:

- Nicht einheitliche Zugang zu staatlich geförderter Infrastruktur;⁴⁴
- Unterschiedliche Technologien der Ausstatter;
- Nicht vorhandene Integrität von Mitgliedern;⁴⁵
- Doping (Wagner, 2000);
- Physiologische Unterschiede der Athleten;

⁴⁴ Öffentlich (co-)finanzierte Infrastruktur (z.B. Stadien) kann dann zu Wettbewerbsverzerrungen führen, wenn sie nicht in gleichen Umfang allen Clubs zuteil wird. Muss ein Club bspw. zumindest in Teilen sein Stadion selbst finanzieren, steht ggf. weniger Kapital für Spieler zur Verfügung.

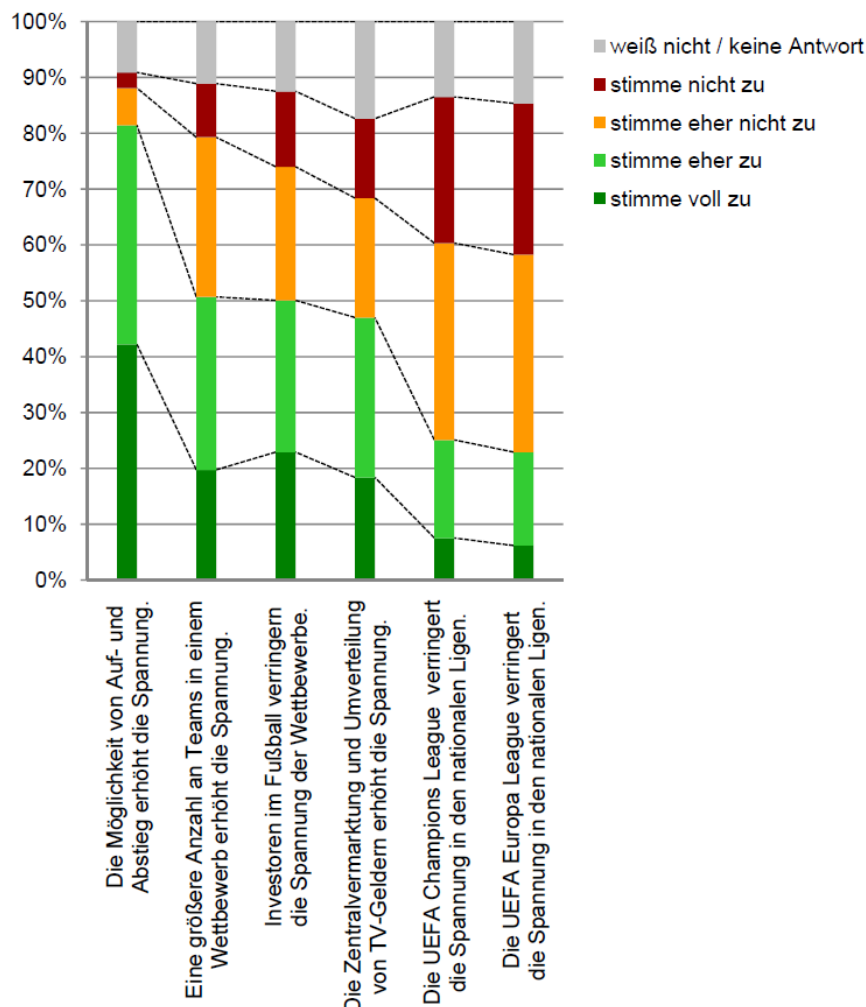
⁴⁵ Hierunter fallen insbesondere Wettskandale (Fall Robert Hoyzer in der deutschen Bundesliga (Koch, 2006); Wettskandal in der italienischen Serie A), die die Integrität der Liga (oder sogar einer gesamten Sportart (Coenen, 2004) gefährden. Nach der oben getroffenen Abgrenzung kann solch ein Wettskandal insbesondere zum Rückgang der Wettbewerbsintensität zwischen den Ligen (inter-divisional) führen.

5.4.2 Subjektive Einflussfaktoren

Neben den (teilweise ohne empirischer Evidenz) von Experten aus Praxis und Wissenschaft genannten objektiven Einflussfaktoren ist interessant, welche Faktoren die in dieser Studie befragten Fußballfans als für die Wettbewerbsintensität bedeutsam erachten.

Wie die folgende Abbildung (16) zeigt, stimmen die meisten der befragten Fans zu, dass die Organisationsform der Wettbewerbe einen Einfluss auf die Wettbewerbsintensität der Liga hat. Insbesondere das offene Ligasystem (die Möglichkeit von Auf- und Abstieg) scheint dabei aus Sicht der Fußball-Fans die Spannung in den Ligen zu erhöhen. Darüber hinaus ist die Mehrheit der befragten Fans der Meinung, dass Investoren im Fußball die Spannung verringern, während das System der Zentralvermarktung der Medienrechte (mit anschließender Umverteilung) die Spannung erhöht. Interessanter Weise denken rund zwei Drittel der befragten Fußball-Fans, dass weder die UEFA Europa League noch die UEFA Champions League die Spannung in den nationalen Fußball-Ligen verringert. Dieses (subjektive) Ergebnis steht der empirischen Evidenz (s.o.) scheinbar konträr gegenüber.

Abb. 16: Subjektive Einflussfaktoren auf die Wettbewerbsintensität (Frage 5.1).



Basierend auf der Verteilung der Antworten („stimme voll zu“, „stimme eher zu“, „stimme eher nicht zu“, „stimme nicht zu“) weisen die Chi²-Tests (siehe Tabelle im Anhang 8.10) für alle Spannungsdimensionen signifikante länderspezifische Unterschiede aus. So ist der Einfluss auf die Wettbewerbsintensität von fast allen abgefragten Faktoren für die Fans aus Dänemark signifikant weniger eindeutig als für die Fans aus Deutschland und den Niederlanden. Einzige Ausnahme bildet der Einflussfaktor „Ligagröße“: Interessanter Weise glauben signifikant mehr Fans aus Dänemark, dass eine größere Anzahl an Teams in einem Wettbewerb die Spannung erhöht.

Auffällig ist darüber hinaus, dass Personen, die am Fußball im Allgemeinen nur etwas oder weniger interessiert sind, den Einfluss der abgefragten Faktoren auf die Wettbewerbsintensität als signifikant bedeutender empfinden als solche, die sich sehr für Fußball interessieren. Diese Beobachtung trifft ebenfalls auf Frauen zu, die die abgefragten Einflussfaktoren durchweg als bedeutender als die Männer einschätzen. Schließlich ist festzuhalten, dass Personen mit niedrigem Bildungsniveau und Einkommen den Einfluss der europäischen Clubwettbewerbe (UEFA Champions League, UEFA Europa League) auf die Wettbewerbssituation in den nationalen Ligen als signifikant bedeutender einschätzen.

Zusammenfassung G:

- (1) Die befragten Fans stimmen mit der Meinung der Experten aus Wissenschaft und Praxis überein, dass das in Europa vorherrschende offene Ligasystem mit der Möglichkeit des Auf- und Abstiegs einen bedeutenden (positiven) Einfluss auf die Spannung der Wettbewerbe hat.**
- (2) Darüber hinaus glauben insbesondere die Befragten aus Dänemark mit grundlegendem Interesse an der (vergleichsweise) kleinen dänischen Liga, dass eine größere Anzahl an Teams in einem Wettbewerb die Spannung erhöht.**
- (3) Im Einklang mit der Meinung der Experten aus Wissenschaft und Praxis glaubt die Mehrheit der befragten Fans, dass Investoren die Spannung im Fußball verringern, während das System der Zentralvermarktung der Medienrechte (mit anschließender Umverteilung) die Spannung erhöht.**
- (4) Interessanter Weise denken mehr als zwei Drittel der befragten Fans, dass weder die UEFA Europa League noch die UEFA Champions League die Spannung in den nationalen Fußball-Ligen verringert - obgleich die Ergebnisse früherer empirischer Studien darauf hindeuten (vgl. Pawlowski et al., 2010).**

5.5 Subjektive Bedeutung der Wettbewerbsintensität

Im Folgenden werden die Ergebnisse zu den zentralen Themenbereichen des Projektes dargestellt. Im Gegensatz zu den vorangehenden Abschnitten wird dabei lediglich auf die subjektive Bedeutung der Wettbewerbsintensität eingegangen, da die (z.T. widersprüchlichen) Befunde zur objektiven Bedeutung der Wettbewerbsintensität bereits im Kapitel zum Forschungsstand dargelegt wurden (vgl. Kapitel 3).

Der Abschnitt gliedert sich in vier Teile: zunächst wird die (im Vergleich zu anderen Faktoren) relative Bedeutung der Spannung als Motiv der Nachfrage untersucht (5.5.1), ehe die in Abhängigkeit vom Spannungsgrad simulierten Nachfragekurven (5.5.2) und die Einflussfaktoren auf die Sensibilität der Nachfragereaktion (in Abhängigkeit von Veränderungen der Wettbewerbsintensität) vorgestellt werden. Daran anschließend wird die Bedeutung der einzelnen Dimensionen der Spannung untersucht (5.5.3), ehe die Zahlungsbereitschaft der Fans zur Aufrechterhaltung bzw. Erhöhung der Spannung analysiert wird (5.5.4).

5.5.1 Spannung als ein Motiv der Nachfrage

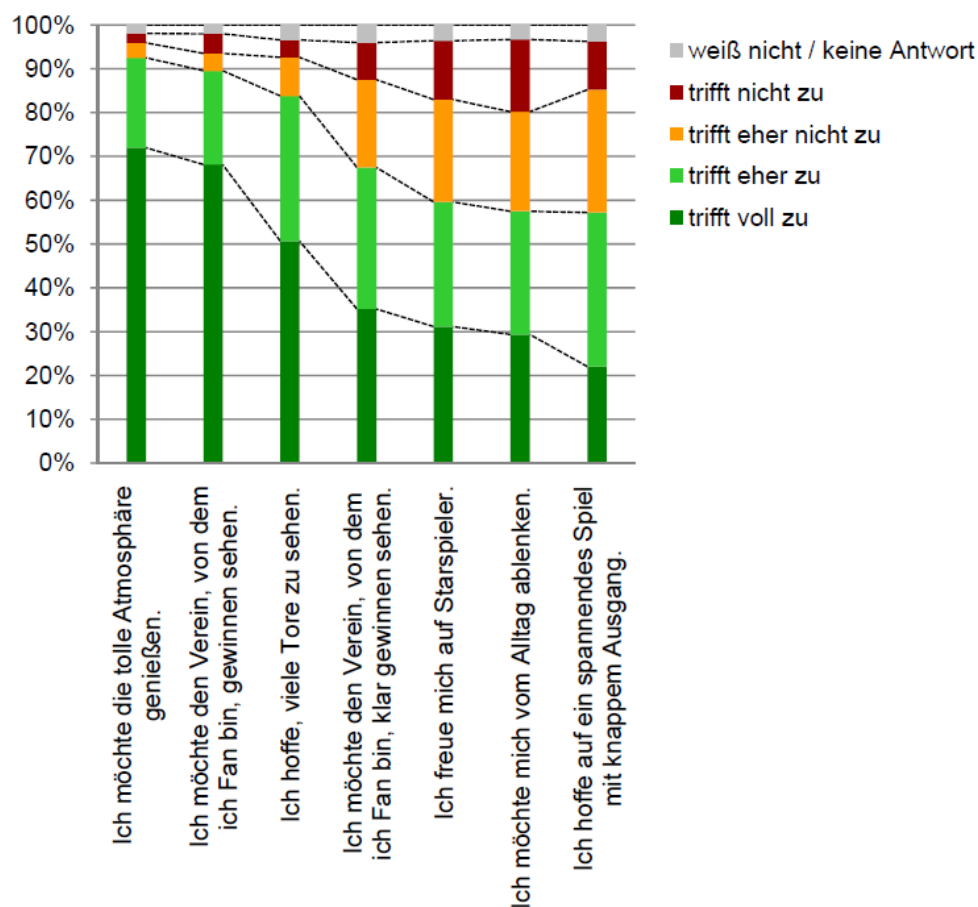
Von den abgefragten Motiven für den Stadionbesuch wurde das Motiv „tolle Atmosphäre genießen“ mit Abstand am Häufigsten genannt, gefolgt von dem Wunsch, „das Lieblingsteam gewinnen sehen“ und „viele Tore sehen“ zu wollen (Abbildung 17). Während allerdings die Hoffnung auf einen Sieg des Lieblingsteams für über 80% der Befragten einen Hauptgrund für den Stadionbesuch darstellt, ist die Hoffnung auf einen klaren Sieg des Lieblingsteams für weniger als 70% ein Grund, um ins Stadion zu gehen.

In diesen Zahlen drückt sich aus, dass Spannung bzw. (*a priori*) Ergebnisoffenheit eine gewisse Relevanz für einen Teil der Befragten hat. Tatsächlich ist für knapp 60% der Befragten die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ einer der Hauptgründe für den Stadionbesuch.

Basierend auf der Verteilung der Antworten („trifft voll zu“, „trifft eher zu“, „trifft eher nicht zu“, „trifft nicht zu“) weisen die Chi²-Tests (siehe Tabelle im Anhang 8.4) für die meisten Motive signifikante länderspezifische Unterschiede aus. So ist bspw. das Motiv „viele Tore sehen“ bei den Fans aus Dänemark und den Niederlanden im Vergleich zu den Fans aus Deutschland für den Stadionbesuch signifikant bedeutender. Während der Wunsch nach einem Sieg des Lieblingsteams bei den Fans aus Dänemark besonders ausgeprägt ist, ist der Wunsch nach einem klaren Sieg des Lieblingsteams bei dieser Gruppe vergleichsweise weniger relevant. Entsprechend ist die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ für signifikant mehr Fans aus Dänemark (als Deutschland und den Niederlanden) ein Hauptgrund für den Stadionbesuch.

Wie weitere Differenzierungen zeigen, scheint die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ für Fans mit lediglich etwas/wenig Interesse am Fußball (im Vergleich zu solchen mit hohem Interesse) und für ältere Personen (50 Jahre und älter, Pensionäre / Rentner) relativ gesehen bedeutender für den Stadionbesuch zu sein. Darüber hinaus ist die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ für Fans von Vereinen mit starken Leistungsschwankungen (im Vergleich zu Fans von Vereinen mit relativ konstantem Leistungsniveau) weniger bedeutend.

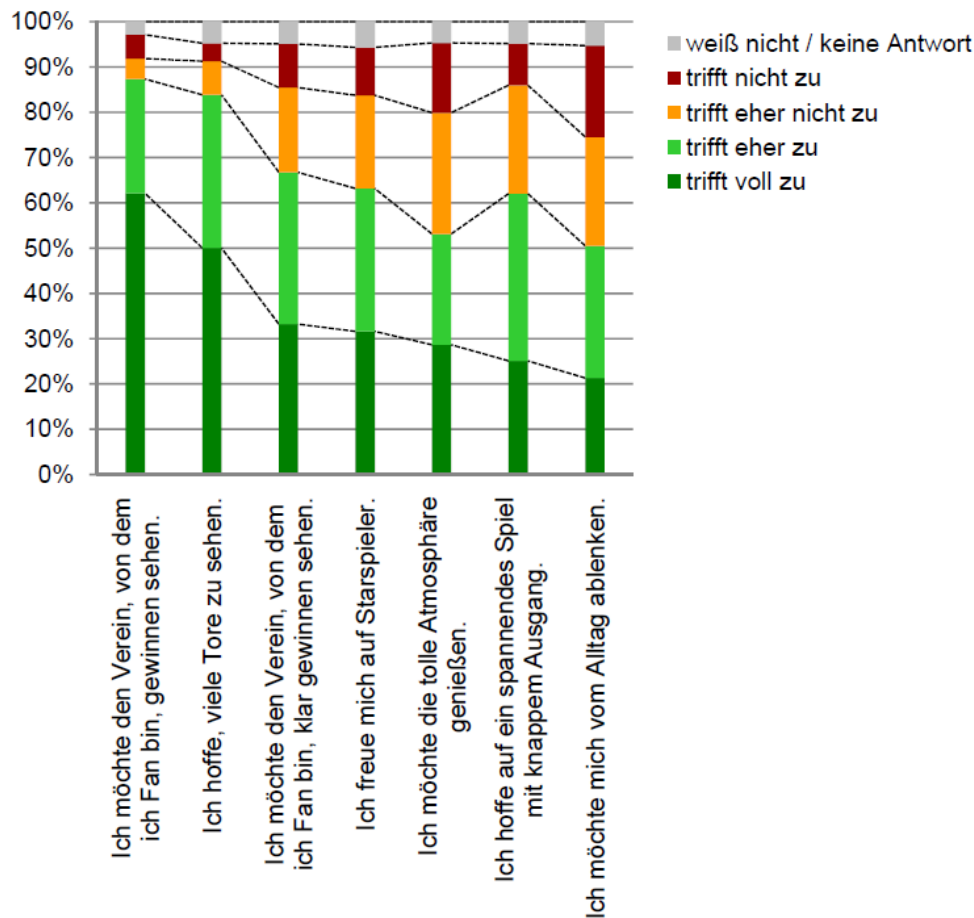
Abb. 17: Motive für den Stadionbesuch (Frage 2.1).



Im Vergleich zur vorangehenden Betrachtung ergibt sich bzgl. der Motive für das Anschauen von Live-Fußballspielen ein recht ähnliches Bild. Obgleich andere Motive überwiegen, ist für mehr als 60% aller Befragten die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ einer der Hauptgründe, um sich ein Fußball-Spiel live im Fernsehen anzuschauen.

Basierend auf der Verteilung der Antworten („trifft voll zu“, „trifft eher zu“, „trifft eher nicht zu“, „trifft nicht zu“) weisen die χ^2 -Tests (siehe Tabelle im Anhang 8.5) für die meisten Motive sehr ähnliche Subgruppen-spezifische Unterschiede auf.

Abb. 18: Motive für das Anschauen von Live-Fußballspielen im Fernsehen (Frage 2.2).



Zusammenfassung H:

- (1) Von den abgefragten Motiven für den Stadionbesuch wurde das Motiv „tolle Atmosphäre genießen“ mit Abstand am Häufigsten genannt, gefolgt von dem Wunsch, „das Lieblingsteam gewinnen sehen“ und „viele Tore sehen“ zu wollen.
- (2) Für knapp 60% der Befragten ist die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ ein Hauptgrund, um sich ein Fußball-Spiel live im Stadion oder im Fernsehen anzuschauen.
- (3) Wie weitere Differenzierungen zeigen, ist die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ für Fans aus Dänemark (im Vergleich zu solchen aus Deutschland und den Niederlanden), mit etwas/wenig Interesse am Fußball (im Vergleich zu solchen mit hohem Interesse) und für ältere Personen relativ gesehen bedeutender.

5.5.2 Spannung als Bedingung für Konsum und Interesse

Zur Überprüfung der Unsicherheitshypothese werden im Rahmen von (ökonomischen) Nachfrageanalysen - wie im Kapitel zum Forschungsstand ausführlich dargelegt - in der Regel CB-Maße mit Zuschauerzahlen im Stadion und Einschaltquoten im TV korreliert. Basierend auf diesem Vorgehen konnte bisher kein eindeutiger Beweis dafür geliefert werden, dass die Unsicherheitshypothese im Profifußball tatsächliche Relevanz hat.

Da die oben beschriebenen Analysen allerdings auf Daten vergangener Spielzeiten beruhen, ist bislang unklar, ob Spannung in den Fußballwettbewerben für die (konsumierenden) Fans generell keine Bedeutung hat oder ob die Fußballwettbewerbe (noch) so spannend sind, dass die (konsumierenden) Fans lediglich zurzeit noch nicht auf Spannungsänderungen reagieren.

Eine Antwort bzw. empirische validierte Anhaltspunkte zur Beantwortung dieser Frage zu finden, war das zentrale Anliegen dieses Forschungsprojektes. In diesem Zusammenhang sind die drei Fragen (4.1) zur Konsumabsicht in Abhängigkeit vom Spannungsgrad von besonderer Bedeutung: dabei wurden die Probanden basierend auf einer 11er-Skala gefragt, ab welchem Spannungsgrad sie kein Spiel mehr im Stadion oder im Fernsehen anschauen würden bzw. ihr Interesse an der 1. Liga verlieren würden. Mit Hilfe dieser Daten lassen sich Nachfragefunktionen in Abhängigkeit vom Spannungsgrad simulieren, die die Reagibilität der Nachfrage auf Spannungsänderungen abbilden.⁴⁶

Wie die Abbildungen (19, 20, 21) zeigen, reagiert die Nachfrage im Bereich der sehr hohen Spannungsgrade (10, 9, 8, 7) sehr unelastisch auf Veränderungen der Wettbewerbsintensität. Bei weiter abnehmendem Spannungsgrad würde allerdings eine zunehmende Anzahl an Fans auf einen Stadionbesuch bzw. das Ansehen von Fußballspielen im Fernsehen verzichten oder gar das Interesse an den 1. Ligen verlieren. Für lediglich rund 25-30% der Befragten hat die Spannung überhaupt keinen Einfluss auf die Konsumententscheidung oder das Interesse an der Liga.

Entsprechend dieser Befunde ist der Verlauf fast aller abgebildeter simulierter Nachfragefunktionen durch einen flachen Anfang und Beginn sowie einen steileren (für die Nachfrager sensibleren) Mittelteil gekennzeichnet und damit s-förmig.

⁴⁶ Wie die vorangehenden Berechnungen zeigen (vgl. Abbildung 12), wird das derzeit bestehende Niveau an Wettbewerbsintensität in den Ligen (auf einer Skala von 10=sehr spannend bis 0= gar nicht spannend) von den Befragten durchaus unterschiedlich wahrgenommen. Um dies zu beachten, werden (neben den Nachfragefunktionen in Abhängigkeit von den absoluten Spannungsgraden) zudem Nachfragefunktionen in Abhängigkeit von Veränderungen der Spannung ausgehend vom individuell wahrgenommenen Spannungsgrad berechnet. Entsprechend werden in den drei folgenden Abbildungen (19, 20, 21) jeweils beide Spannungskurven untereinander abgebildet.

Abb. 19: Simulierte Nachfragefunktionen (Interesse an den 1. Ligen) in Abhängigkeit vom Spannungsgrad.

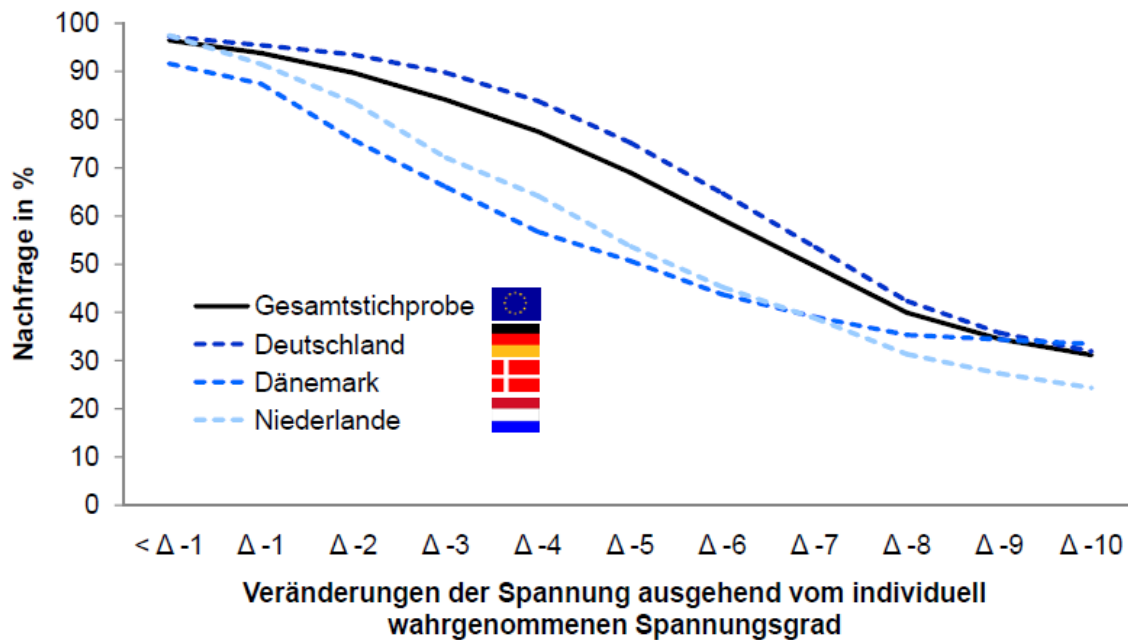
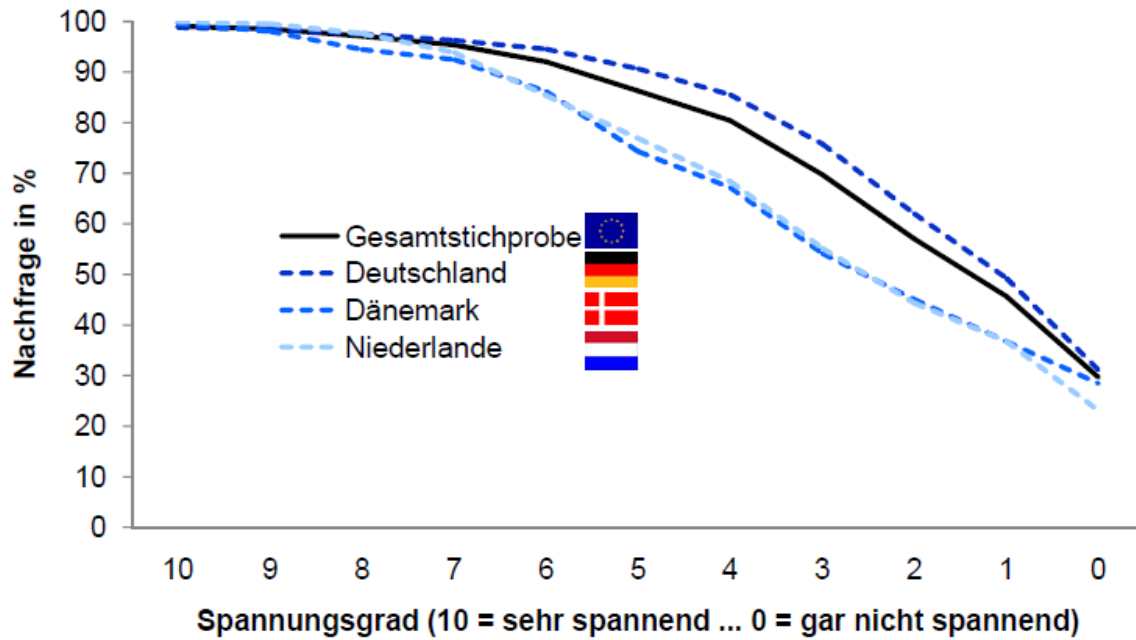


Abb. 20: Simulierte Nachfragefunktionen (Stadionbesuch in den 1. Ligen) in Abhängigkeit vom Spannungsgrad.

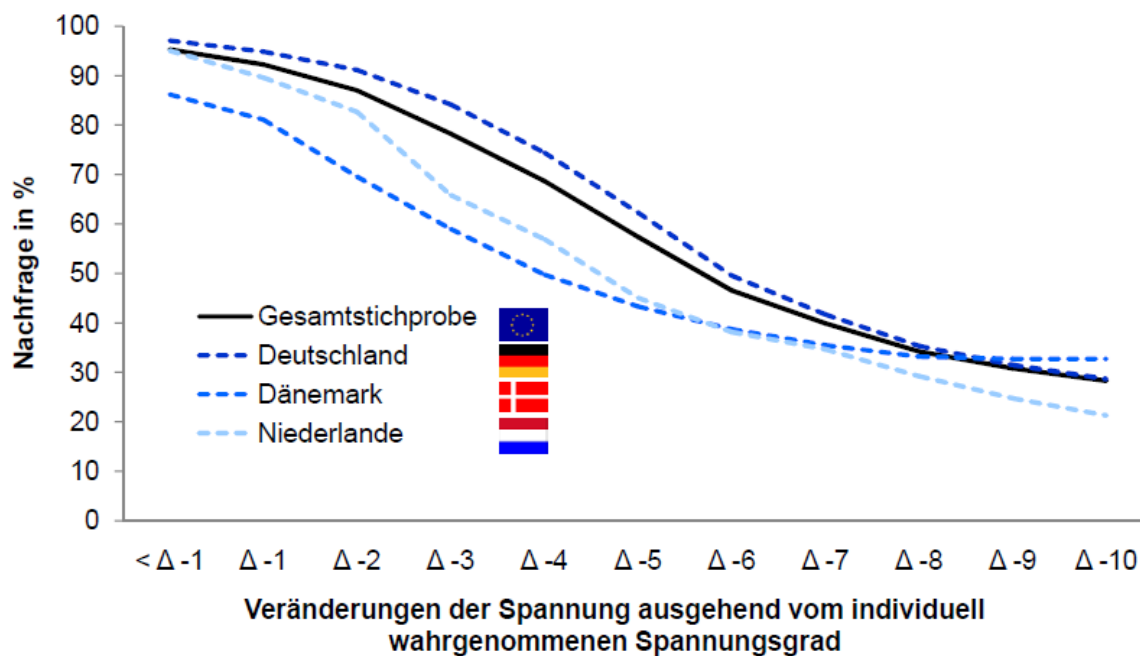
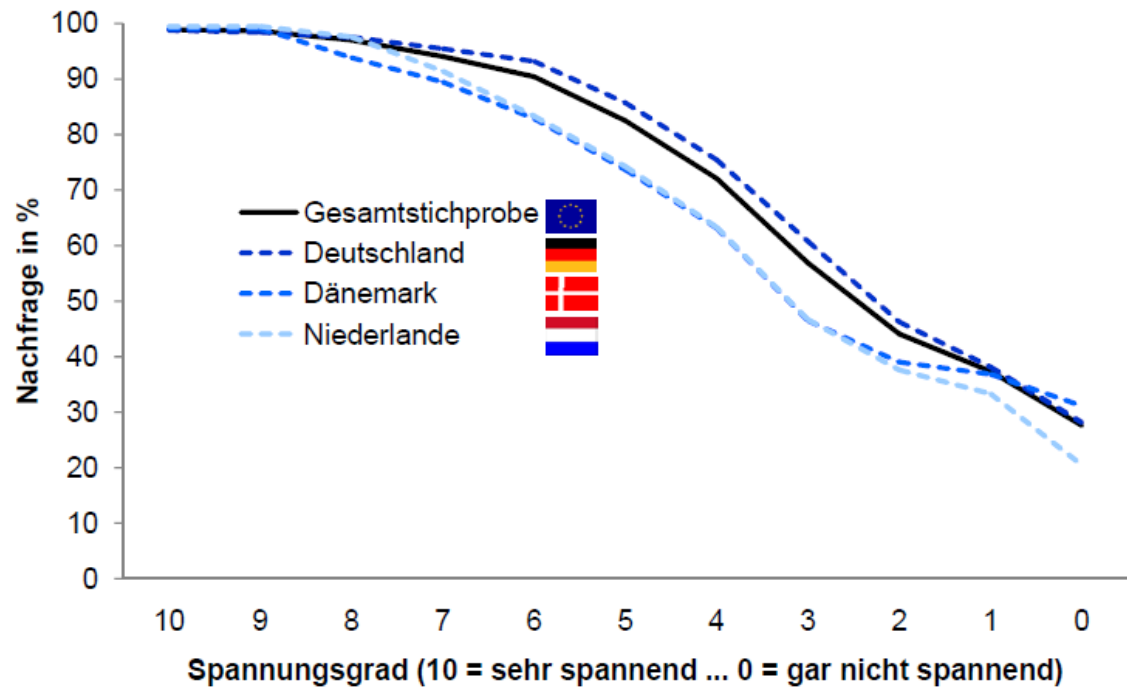
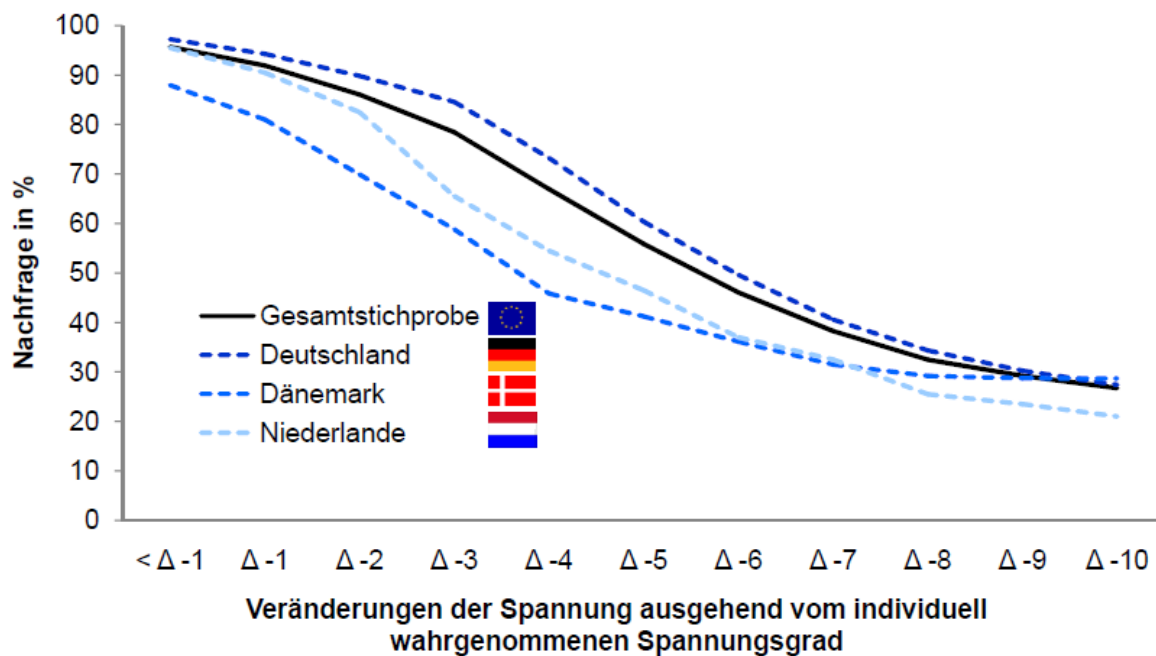
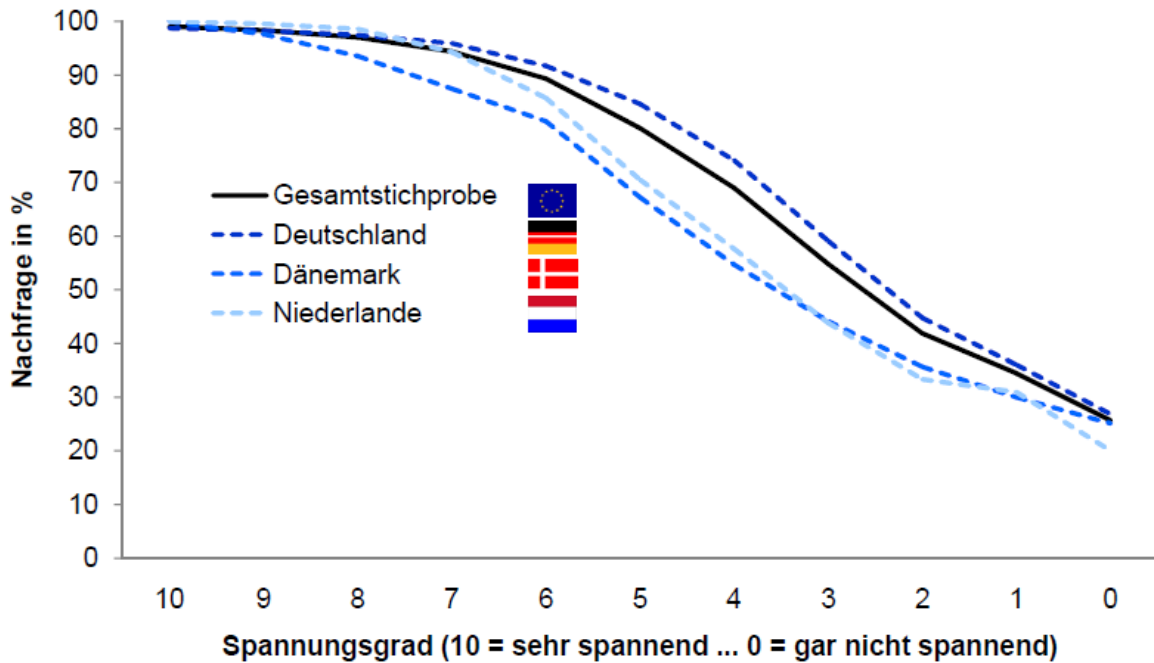


Abb. 21: Simulierte Nachfragefunktionen (Fußballspiele der 1. Ligen live im Fernsehen) in Abhängigkeit vom Spannungsgrad.



Wie die Abbildungen weiter zeigen, reagieren die Befragten in den Ländern unterschiedlich sensibel auf eine mögliche zukünftige Veränderung der Wettbewerbsintensität: Während für Deutschland bei kleinen Veränderungen der Spannung fast keine Konsumveränderungen zu erwarten sind, deutet ein größerer Anteil der Befragten aus Dänemark an, bei einem fortschreitenden leichten Absinken der Wettbewerbsintensität auf einen Stadionbesuch bzw. das Ansehen von Fußballspielen im Fernsehen zu verzichten oder das Interesse an der 1. Liga gänzlich zu verlieren.

Die oben beschriebenen Ergebnisse sind bzgl. der Vorhersagegenauigkeit sicherlich mit Vorsicht zu genießen. Zum einen ist unklar, wie viele der Befragten ihren angedrohten Konsumverzicht bzw. Interessenverlust tatsächlich auch realisieren. Zum anderen ist es basierend auf den im Rahmen des Projektes generierten Querschnittdaten nicht möglich, den subjektiv empfundenen Spannungsgrad für Prognose-Zwecke mit dem objektiv messbaren Spannungsgrad zu koppeln.

Dennoch kann festgehalten werden, dass die Fans eine eindeutige Konsum- und Interessensensibilität bzgl. der Wettbewerbsintensität in einer Liga aufweisen. Darüber hinaus zeigt der Ländervergleich, dass das Ausmaß dieser Sensibilität in Abhängigkeit von der betrachteten Liga durchaus unterschiedlich ausfallen kann. Entsprechend wären die europäischen Profifußball-Ligen unterschiedlich schnell und in einem unterschiedlichen Umfang von einem fortschreitenden Absinken der Spannung betroffen.

Dieser beobachtbare länderspezifische Unterschied kann im Rahmen von inferenzstatistischen Analysen bestätigt werden. Dafür wurde die Differenz aus subjektiv empfundenen Spannungsgrad (Frage 3.4) und dem Schwellenwert der zu einer Einstellung des Konsums bzw. zu einem Verlust des Interesses an der 1. Liga führt (Frage 4.1) gebildet und als abhängige Variable mit den in Kapitel 5.3.2 aufgeführten Variablen korreliert.

Die in den Tabellen 6, 7 und 8 abgebildeten Ergebnisse der vier⁴⁷ verschiedenen Regressionsmodelle basieren auf einer reduzierten Modellspezifikation.⁴⁸ Im Gegensatz zu den Ergebnissen aus Kapitel 5.3.2 können allerdings (neben den Länder-Dummies) nur vereinzelt signifikante Korrelationen zwischen den verfügbaren Variablen und der "Sensibilität der Nachfragereaktion bei sinkender Wettbewerbsintensität" gefunden werden: Tendenziell reagieren Personen mit sehr großem Interesse am Fußball und solche, wo die Leistung des Lieblingsteams einen Einfluss auf die Lebenszufriedenheit hat, weniger sensibel auf eine sinkende Wettbewerbsintensität. Arbeitslose scheinen dagegen (im Vergleich zu Erwerbstätigen) sensibler auf Spannungsänderungen zu reagieren.

⁴⁷ Neben OLS, ordered Probit und ordered Logit Modellen wird für Vergleichszwecke zudem ein rechtszensiertes Tobit Modell geschätzt, da die oberste Kategorie (11) angibt, dass die Wettbewerbsintensität für den die Befragten überhaupt keinen Einfluss hat.

⁴⁸ Zur Erläuterung des Vorgehens vgl. Kapitel 5.3.2.

Tab. 6: Korrelationen zwischen verfügbaren Variablen und der Sensibilität der Nachfragereaktion (bzgl. des Interesses an der Liga) bei sinkender Wettbewerbsintensität¹.

Schätzer	OLS	Tobit ²	ordered Probit	ordered Logit
I. Ort der Befragung				
<i>Dänemark (Ref. Deutschland)</i>	<u>-1,267</u> (-4,27)*** [-3,57]***	<u>-1,215</u> (-2,91)*** [-2,55]**	<u>-0,381</u> (-3,85)*** [-3,23]***	<u>-0,709</u> (-3,92)*** [-3,08]***
<i>Niederlande (Ref. Deutschland)</i>	<u>-1,389</u> (-4,55)*** [-4,40]***	<u>-1,670</u> (-3,93)*** [-4,06]***	<u>-0,417</u> (-4,15)*** [-4,18]***	<u>-0,764</u> (-4,43)*** [-4,27]***
<i>Bar/Kneipe (Ref. Stadion)</i>	<u>0,325</u> (1,48) [1,58]	<u>0,520</u> (1,67)* [1,72]*	<u>0,121</u> (1,65)* [1,72]*	<u>0,169</u> (1,40) [1,47]
II. Soziodemographie				
<i>Bildungsniveau</i>	<u>-0,227</u> (-1,84)* [-1,78]*	<u>-0,297</u> (-1,71)* [-1,69]*	<u>-0,072</u> (-1,75)* [-1,69]*	<u>-0,130</u> (-1,87)* [-1,80]*
<i>arbeitslos (Ref. erwerbstätig)</i>	<u>-0,757</u> (-1,63) [-1,66]*	<u>-1,149</u> (-1,78)* [-1,95]*	<u>-0,271</u> (-1,78)* [-1,86]**	<u>-0,436</u> (-1,72)* [-1,79]*
III. Involvement und Lieblingsverein				
<i>sehr großes Interesse am Fußball</i>	<u>0,690</u> (2,22)** [1,99]**	<u>0,745</u> (1,71)* [1,61]*	<u>0,197</u> (1,92)* [1,78]*	<u>0,424</u> (2,35)** [2,06]**
<i>Leistung hat Einfluss auf die Lebenszufriedenheit</i>	<u>0,265</u> (1,35) [1,34]	<u>0,361</u> (1,29) [1,28]	<u>0,076</u> (1,15) [1,13]	<u>0,160</u> (1,45) [1,42]
<i>Volatilität (2001/02-2010/11)</i>	<u>0,091</u> (0,78) [0,75]	<u>0,143</u> (0,87) [0,87]	<u>0,040</u> (1,03) [1,00]	<u>0,042</u> (0,64) [0,62]
<i>Ø Tabellenplatz (2001/02-2010/11)</i>	<u>-0,034</u> (-1,83)* [-1,78]*	<u>-0,045</u> (-1,72)* [-1,69]*	<u>-0,012</u> (-1,89)* [-1,85]*	<u>-0,017</u> (-1,63) [-1,60]
<i>Punkte in den letzten 5 Spielen</i>	<u>-0,059</u> (-1,56) [-1,59]	<u>-0,087</u> (-1,62) [-1,65]*	<u>-0,021</u> (-1,63) [-1,66]*	<u>-0,032</u> (-1,53) [-1,60]
Vorzeichenwechsel bei MFX	./.	./.	6/7 => 7/8	6/7 => 7/8
N	1,161	1,161	1,161	1,161
Adj. R ² (OLS) bzw. MZ-R ² (sonst)	5,44	5,00	6,10	5,90
AIC	5,147	4,579	4,380	4,378

¹ Operationalisiert durch die Differenz aus subjektiv empfundenen Spannungsgrad (Frage 3.4) und dem Schwellenwert, der zu einem Interessenverlust führt (Frage 4.1); ² Rechtszensiert für den Wert 11 ("die Wettbewerbsintensität hat gar keinen Einfluss", n=357); Ref. = Referenzkategorie; Unterstrichen: Koeffizienten-Werte; In ()-Klammern: t- bzw. z-Wert; In []-Klammern: t- bzw. z-Wert bei robusten Standardfehlern; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.; MZ-R² = McKelvey & Zavoina's R²; AIC = Akaike Information Criterion.

Tab. 7: Korrelationen zwischen verfügbaren Variablen und der Sensibilität der Nachfragereaktion (bzgl. des Stadionbesuches) bei sinkender Wettbewerbsintensität¹.

Schätzer	OLS	Tobit ²	ordered Probit	ordered Logit
I. Ort der Befragung				
<i>Dänemark (Ref. Deutschland)</i>	<u>-1,069</u> (-3,43)*** [-2,92]***	<u>-0,928</u> (-2,19)** [-1,92]*	<u>-0,372</u> (-3,77)*** [-3,13]***	<u>-0,673</u> (-3,72)*** [-2,90]***
<i>Niederlande (Ref. Deutschland)</i>	<u>-1,131</u> (-3,52)*** [-3,49]***	<u>-1,365</u> (-3,16)*** [-3,30]***	<u>-0,371</u> (-3,71)*** [-3,74]***	<u>-0,639</u> (-3,73)*** [-3,62]***
<i>Bar/Kneipe (Ref. Stadion)</i>	<u>0,314</u> (1,36) [1,43]	<u>0,497</u> (1,57) [1,61]	<u>0,111</u> (1,53) [1,61]	<u>0,170</u> (1,41) [1,49]
II. Soziodemographie				
<i>Bildungsniveau</i>	<u>-0,243</u> (-1,87)* [-1,85]*	<u>-0,317</u> (-1,80)* [-1,80]*	<u>-0,054</u> (-1,33) [-1,30]	<u>-0,123</u> (-1,78)* [-1,74]*
<i>arbeitslos (Ref. erwerbstätig)</i>	<u>-0,907</u> (-1,85)* [-1,99]**	<u>-1,327</u> (-2,02)** [-2,31]**	<u>-0,292</u> (-1,93)* [-2,10]**	<u>-0,509</u> (-2,04)** [-2,25]**
III. Involvement und Lieblingsverein				
<i>sehr großes Interesse am Fußball</i>	<u>0,678</u> (2,07)** [1,85]*	<u>0,665</u> (1,50) [1,38]	<u>0,231</u> (2,25)** [1,99]**	<u>0,491</u> (2,69)*** [2,30]**
<i>Leistung hat Einfluss auf die Lebenszufriedenheit</i>	<u>0,470</u> (2,27)** [2,24]**	<u>0,595</u> (2,10)** [2,06]**	<u>0,117</u> (1,79)* [1,74]*	<u>0,255</u> (2,30)** [2,24]**
<i>Volatilität (2001/02-2010/11)</i>	<u>-0,013</u> (-0,10) [-0,10]	<u>0,024</u> (0,14) [0,14]	<u>0,006</u> (0,17) [0,17]	<u>-0,003</u> (-0,04) [-0,04]
<i>Ø Tabellenplatz (2001/02-2010/11)</i>	<u>-0,036</u> (-1,82)* [-1,81]*	<u>-0,049</u> (-1,82)* [-1,82]*	<u>-0,013</u> (-2,07)** [-2,06]**	<u>-0,017</u> (-1,68)** [-1,68]**
<i>Punkte in den letzten 5 Spielen</i>	<u>-0,029</u> (-0,71) [-0,74]	<u>-0,037</u> (-0,67) [-0,69]	<u>-0,010</u> (-0,80) [-0,84]	<u>-0,013</u> (-0,61) [-0,65]
Vorzeichenwechsel bei MFX	./.	./.	5/6 => 6/7	5/6 => 6/7
N	1,165	1,165	1,165	1,165
Adj. R ² (OLS) bzw. MZ-R ² (sonst)	3,88	3,80	5,40	5,40
AIC	5,252	4,764	4,433	4,439

¹ Operationalisiert durch die Differenz aus subjektiv empfundenen Spannungsgrad (Frage 3.4) und dem Schwellenwert ab dem auf den Stadionbesuch verzichtet wird (Frage 4.1); ² Rechtszensiert für den Wert 11 ("die Wettbewerbsintensität hat gar keinen Einfluss", n=323); Ref. = Referenzkategorie; Unterstrichen: Koeffizienten-Werte; In ()-Klammern: t- bzw. z-Wert; In []-Klammern: t- bzw. z-Wert bei robusten Standardfehlern; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.; MZ-R² = McKelvey & Zavoina's R²; AIC = Akaike Information Criterion.

Tab. 8: Korrelationen zwischen verfügbaren Variablen und der Sensibilität der Nachfragereaktion (bzgl. des Ansehens von Live-Fußballspielen im Fernsehen) bei sinkender Wettbewerbsintensität¹.

Schätzer	OLS	Tobit ²	ordered Probit	ordered Logit
I. Ort der Befragung				
<i>Dänemark (Ref. Deutschland)</i>	<u>-1,250</u> (-4,02)*** [-3,48]***	<u>-1,203</u> (-2,93)*** [-2,62]***	<u>-0,426</u> (-4,35)*** [-3,70]***	<u>-0,790</u> (-4,42)*** [-3,53]***
<i>Niederlande (Ref. Deutschland)</i>	<u>-1,078</u> (-3,35)*** [-3,38]***	<u>-1,270</u> (-3,01)*** [-3,16]***	<u>-0,334</u> (-3,34)*** [-3,42]***	<u>-0,607</u> (-3,55)*** [-3,49]***
<i>Bar/Kneipe (Ref. Stadion)</i>	<u>0,410</u> (1,78)* [1,85]*	<u>0,581</u> (1,90)* [1,92]*	<u>0,135</u> (1,86)* [1,94]*	<u>0,217</u> (1,81)* [1,91]*
II. Soziodemographie				
<i>Bildungsniveau</i>	<u>-0,194</u> (-1,49) [-1,48]	<u>-0,259</u> (-1,51) [-1,80]	<u>-0,046</u> (-1,14) [-1,13]	<u>-0,096</u> (-1,38)* [-1,35]*
<i>arbeitslos (Ref. erwerbstätig)</i>	<u>-0,885</u> (-1,81)* [-1,92]*	<u>-1,230</u> (-1,98)** [-2,26]**	<u>-0,298</u> (-1,97)** [-2,05]**	<u>-0,451</u> (-1,79)* [-1,92]*
III. Involvement und Lieblingsverein				
<i>sehr großes Interesse am Fußball</i>	<u>0,504</u> (1,54) [1,40]	<u>0,462</u> (1,08) [1,00]	<u>0,156</u> (1,53) [1,40]	<u>0,371</u> (2,05)** [1,78]*
<i>Leistung hat Einfluss auf die Lebenszufriedenheit</i>	<u>0,567</u> (2,72)*** [2,72]***	<u>0,676</u> (2,45)** [2,42]**	<u>0,156</u> (2,39)** [2,36]**	<u>0,297</u> (2,68)*** [2,65]***
<i>Volatilität (2001/02-2010/11)</i>	<u>0,014</u> (0,11) [0,11]	<u>0,045</u> (0,28) [0,28]	<u>0,012</u> (0,31) [0,31]	<u>0,009</u> (0,13) [0,13]
<i>Ø Tabellenplatz (2001/02-2010/11)</i>	<u>-0,016</u> (-0,80) [-0,79]	<u>-0,024</u> (-0,93) [-0,93]	<u>-0,005</u> (-0,86) [-0,85]	<u>-0,009</u> (-0,85) [-0,85]
<i>Punkte in den letzten 5 Spielen</i>	<u>-0,028</u> (-0,70) [-0,74]	<u>-0,040</u> (-0,75) [-0,78]	<u>-0,010</u> (-0,79) [-0,84]	<u>-0,013</u> (-0,62) [-0,66]
Vorzeichenwechsel bei MFX	./.	./.	5/6 => 6/7	5/6 => 6/7
N	1.160	1.160	1.160	1.160
Adj. R ² (OLS) bzw. MZ-R ² (sonst)	4,16	4,10	5,50	5,60
AIC	5,249	4,821	4,529	4,524

¹ Operationalisiert durch die Differenz aus subjektiv empfundenen Spannungsgrad (Frage 3.4) und dem Schwellenwert ab dem auf das Ansehen eines Live-Fußballspiels im Fernsehen verzichtet wird (Frage 4.1); ² Rechtszensiert für den Wert 11 ("die Wettbewerbsintensität hat gar keinen Einfluss", n=297); Ref. = Referenzkategorie; Unterstrichen: Koeffizienten-Werte; In (-)-Klammern: t- bzw. z-Wert; In [-]-Klammern: t- bzw. z-Wert bei robusten Standardfehlern; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.; MZ-R² = McKelvey & Zavoina's R²; AIC = Akaike Information Criterion.

Zusammenfassung I:

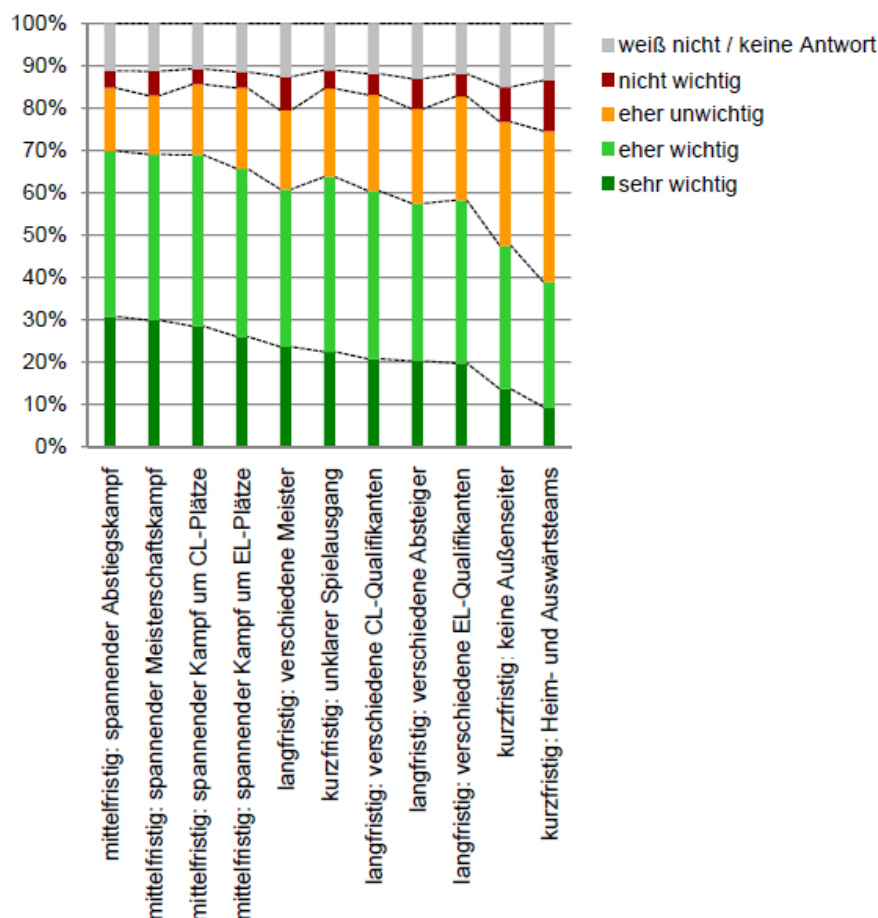
- (1) Die Ergebnisse zeigen, dass Fans (ab einem bestimmten Grad) sensibel auf Veränderungen der Wettbewerbsintensität in einer Liga reagieren.
- (2) Dabei reagiert die Nachfrage im Bereich der hoher und niedriger Spannungsgrade sehr unelastisch auf Veränderungen der Wettbewerbsintensität. Darüber hinaus hat die Spannung für rund 25-30% der Befragten überhaupt keinen Einfluss auf die Konsumententscheidung oder das Interesse an der Liga. Entsprechend dieser Befunde ist der Verlauf fast aller abgebildeter simulierter Nachfragefunktionen s-förmig.
- (3) Während für Deutschland bei kleinen Veränderungen der Spannung fast keine Konsumveränderungen zu erwarten sind, deutet ein größerer Anteil der Befragten aus Dänemark an, bei einem fortschreitenden leichten Absinken der Wettbewerbsintensität auf einen Stadionbesuch bzw. das Ansehen von Fußballspielen im Fernsehen zu verzichten oder das Interesse an der 1. Liga zu verlieren. Entsprechend wären die (betrachteten) europäischen Profifußball-Ligen unterschiedlich schnell und in unterschiedlichem Ausmaß von einem fortschreitenden Absinken der Spannung betroffen.
- (4) Neben diesen länderspezifischen Unterschieden lassen sich nur sehr vereinzelt signifikante Korrelation zwischen den verfügbaren Variablen und der "Sensibilität der Nachfragerreaktion bei sinkender Wettbewerbsintensität" finden: Tendenziell reagieren Personen mit sehr großem Interesse am Fußball und solche, wo die Leistung des Lieblingsteams einen Einfluss auf die Lebenszufriedenheit hat, weniger sensibel auf eine sinkende Wettbewerbsintensität.
- (5) Bei den hier skizzierten zentralen Befunden zur "Sensibilität der Nachfragerreaktion bei sinkender Wettbewerbsintensität" muss einschränkend darauf hingewiesen werden, dass zum einen unklar ist, wie viele der Befragten ihren angedrohten Konsumverzicht bzw. Interessenverlust auch tatsächlich realisieren. Zum anderen ist es basierend auf Querschnittdaten nicht möglich, den subjektiv empfundenen Spannungsgrad für Prognose-Zwecke mit dem objektiv messbaren Spannungsgrad zu koppeln. Hierfür wären Anschlussuntersuchungen notwendig.

5.5.3 Relevante Dimensionen der Spannung

In Analogie zum Kapitel 5.3.2, wo die wahrgenommenen Ausprägungen einzelner Spannungsdimensionen in den Ligen dargestellt wurden, wird im Folgenden auf die subjektive Bedeutung dieser Spannungsdimensionen näher eingegangen.

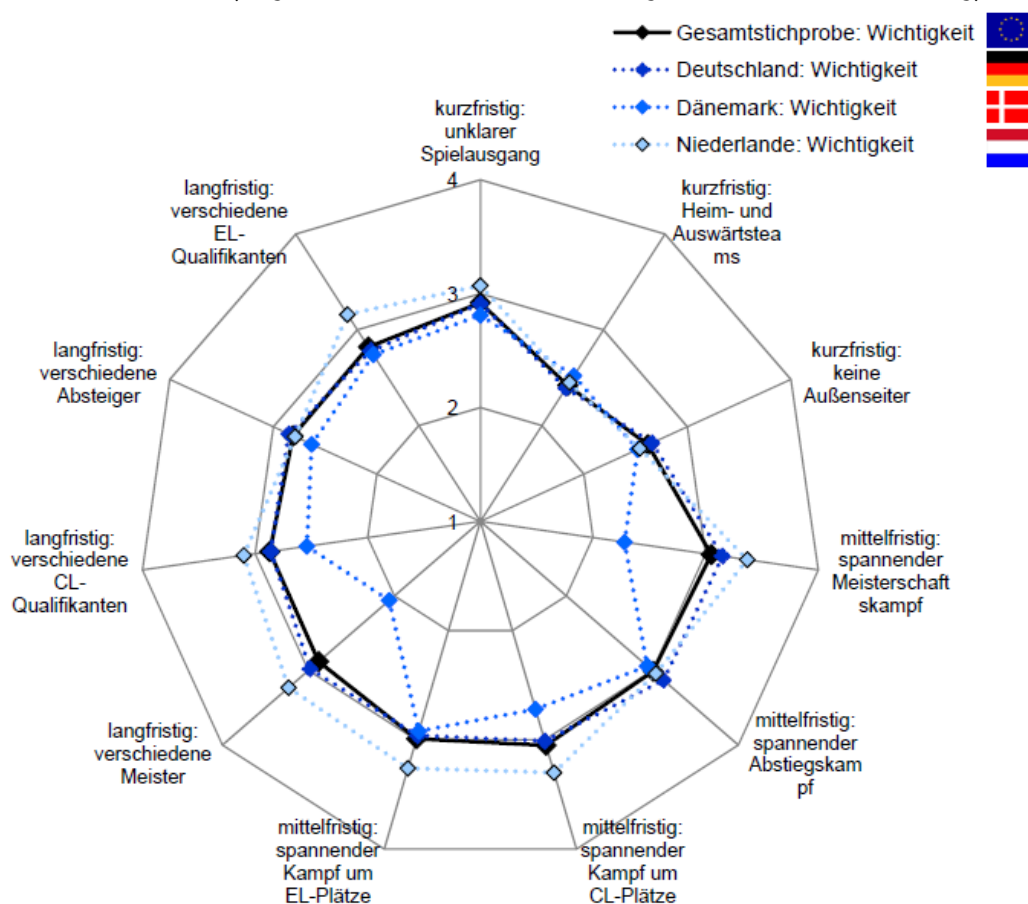
Zunächst ist festzustellen, dass die Unterschiede zwischen den einzelnen Spannungsdimensionen hinsichtlich der Bedeutung (vgl. Abbildung 22) geringer ausfallen als hinsichtlich ihrer wahrgenommenen Ausprägungen (vgl. Abbildung 14, Kapitel 5.3.2). Darüber hinaus ist festzustellen, dass insbesondere den mittelfristigen Spannungsdimensionen eine große Bedeutung zugeschrieben wird (Zustimmung bei ca. 65-70%) gefolgt von den langfristigen Spannungsdimensionen (Zustimmung bei ca. 60%). Dagegen sind zwei der drei kurzfristigen Spannungsdimensionen nur für weniger als die Hälfte der Befragten von Bedeutung. Interessanter Weise kommt mit fast 65% Zustimmung jedoch der Unsicherheit des Spielausgangs (als dritte kurzfristige Spannungsdimension) eine vergleichsweise wichtige Bedeutung aus Sicht der Befragten zu.

Abb. 22: Die subjektive Bedeutung der einzelnen Spannungsdimensionen (Frage 3.2).



Basierend auf der Verteilung der Antworten („trifft voll zu“, „trifft eher zu“, trifft eher nicht zu“, „trifft nicht zu“) weisen die Chi²-Tests (siehe Tabelle im Anhang 8.7) für alle Spannungsdimensionen signifikante länderspezifische Unterschiede aus. Diese Unterschiede stehen auch bei einer vergleichenden Betrachtung der länderspezifischen Mittelwerte hervor (Abbildung 23).

Abb.23: Mittelwerte der subjektiven Bedeutung der einzelnen Spannungsdimensionen in der Gesamtstichprobe und den einzelnen Ländern (Frage 3.2, 1=ist für mich nicht wichtig...4=ist für mich sehr wichtig).



So scheinen fast alle der betrachteten Dimensionen für die Befragten in den Niederlanden überdurchschnittlich bedeutend zu sein, während das Gegenteil für die Befragten in Dänemark zutrifft. Insbesondere die mittel- und langfristigen Dimensionen zum Kampf um die Meisterschaft sind für die Befragten aus Dänemark eher unwichtig.⁴⁹

⁴⁹ Hierzu muss angemerkt werden, dass mit n=50 rund ein Fünftel der dänischen Stichprobe aus Fans des Serienmeisters FC Kopenhagen besteht. Dies könnte das Ergebnis zur Bedeutung des Rennens um die Meisterschaft grds. verzerren. Wie eine vergleichende Gegenüberstellung der Mittelwerte der Fans des FC Kopenhagen mit den restlichen in Dänemark befragten Fußballfans zeigt, kann dies allerdings nicht für die mittelfristige Dimension (spannender Meisterschaftskampf) bestätigt werden, weil die Mittelwerte beider Stichproben 2,28 betragen. Wenig überraschend ist dagegen, dass es für den Rest der in Dänemark befragten Fußballfans (Mittelwert: 2,08) relativ gesehen wichtiger als für die Fans des FC Kopenhagen (Mittelwert: 1,98) ist, wenn es langfristig verschiedene Meister in der dänischen Liga gibt.

Wie die Ergebnisse weiterer χ^2 -Tests zeigen (siehe Tabelle im Anhang 8.7), sind fast alle Spannungsdimensionen für solche Personen mit einem höheren Involvement⁵⁰ relativ gesehen wichtiger. Darüber hinaus ist festzustellen, dass für Fans eines Vereins, der innerhalb der letzten Jahre im Schnitt in der oberen Tabellenhälfte platziert war, Spannung im Kampf um die vorderen Plätze (relativ gesehen) wichtiger ist. Für Fans von schlechter platzierten Vereinen ist dagegen die Spannung im Abstiegskampf relativ bedeutender.

Zusammenfassung J:

- (1) Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere den mittel- und langfristigen Spannungsdimensionen eine große Bedeutung zugeschrieben wird. Von den kurzfristigen Spannungsdimensionen kommt lediglich der Unsicherheit des Spielausgangs eine vergleichsweise wichtige Bedeutung zu.**
- (2) Fast alle der betrachteten Dimensionen sind für die Befragten in den Niederlanden überdurchschnittlich bedeutend, während das Gegenteil für die Befragten in Dänemark zutrifft. Insbesondere die mittel- und langfristige Dimension zum Kampf um die Meisterschaft ist für die Befragten aus Dänemark eher unwichtig.**
- (3) Fast alle Spannungsdimensionen sind für Personen mit einem höheren Involvement relativ gesehen wichtiger. Darüber hinaus ist festzustellen, dass für Fans eines Vereins, der innerhalb der letzten Jahre im Schnitt in der oberen Tabellenhälfte platziert war, Spannung im Kampf um die vorderen Plätze (relativ gesehen) wichtiger ist. Für Fans von schlechter platzierten Vereinen ist dagegen die Spannung im Abstiegskampf relativ bedeutender.**

⁵⁰ Mit höherem Involvement ist ein ausgeprägtes Interesse am Fußball („sehr“), das Vorhandensein eines Lieblingsvereins und/oder eine große persönliche Bedeutung der Leistung des Lieblingsvereins („Einfluss auf die Lebenszufriedenheit“) gemeint.

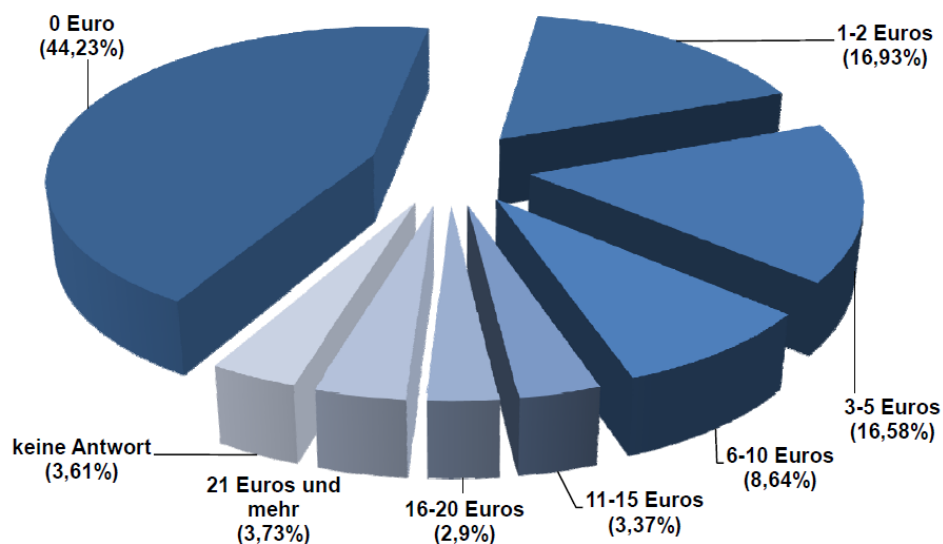
5.5.4 Zahlungsbereitschaft für Spannung

Da (wie zuvor gezeigt) das Ausmaß der Wettbewerbsintensität in den Ligen ein für die Fans nutzenstiftender Parameter ist, wurde zudem untersucht, ob die Fans eine gewisse Zahlungsbereitschaft für Spannung in den Ligen offenbaren. In diesem Zusammenhang wurden die Probanden mit folgenden Szenarien konfrontiert:

- "Stellen Sie sich vor, Sie könnten mit einem finanziellen Beitrag die Spannung in der 1. Fußball-Liga ihres Landes erhöhen - Wie viel wären Sie bereit, für ein Stadionticket pro Spiel mehr zu zahlen?" (Frage 4.2)
- "Stellen Sie sich vor, Sie könnten mit einem finanziellen Beitrag dafür sorgen, dass die Spannung in der 1. Fußball-Liga ihres Landes zukünftig nicht abnimmt - Wie viel wären Sie bereit, für ein Stadionticket pro Spiel mehr zu zahlen?" (Frage 4.3)⁵¹

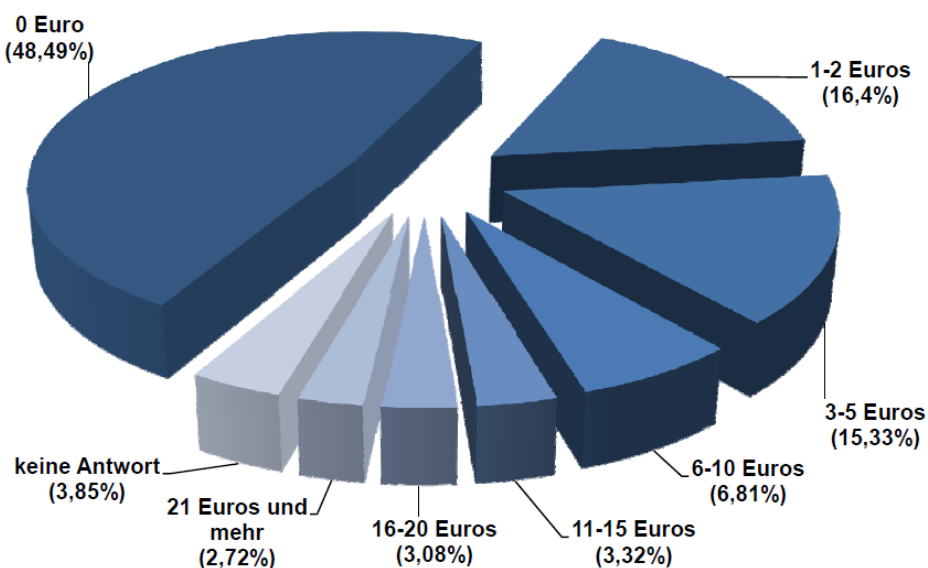
Wie die Ergebnisse zeigen, ist die Verteilung der Antworten bei beiden Fragen recht ähnlich. So können sich in Etwa die Hälfte aller Befragten grds. vorstellen, einen finanziellen Beitrag zur Aufrechterhaltung oder Erhöhung der Spannung innerhalb der Liga zu leisten. Der Mittelwert für alle Befragten liegt bei Etwa 3 Euro pro Stadionticket pro Spiel. Werden lediglich solche Personen betrachtet, die bereit sind, mindestens 1 Euro zu zahlen, so liegt der (bedingte) Mittelwert bei über 6 Euro (vgl. Abbildungen 24 und 25).

Abb.24: Zahlungsbereitschaft (pro Stadionticket pro Spiel), um die Spannung in der Liga zu erhöhen (Frage 4.2).



⁵¹ Wie bereits an anderer Stelle erwähnt hängt die Wettbewerbsintensität vorrangig von der Verteilung der Spielerqualitäten (Késenne, 2000) und damit von den verfügbaren finanziellen Ressourcen der einzelnen Vereine innerhalb der Liga ab. Unterschiede zwischen den Vereinen hinsichtlich der Erlöse können zu Unterschieden bei der Verteilung der Spielerqualitäten führen. Die Spieltageinnahmen aus dem Ticketing machen einen großen Anteil der Gesamterlöse der Vereine aus (13-26% aller Erlöse in den Top5-Ligen, vgl. Deloitte, 2011).

Abb.25: Zahlungsbereitschaft (pro Stadionsticket pro Spiel), um die Spannung in der Liga aufrechtzuerhalten (Frage 4.3).



Wie die Ergebnisse der Chi²-Tests zeigen (siehe Tabelle im Anhang 8.9), wären Fans aus Dänemark bereit, signifikant mehr zur Erhöhung der Spannung zu zahlen, während Fans aus Deutschland und den Niederlanden signifikant mehr zur Aufrechterhaltung der Spannung zahlen würden. In diesen Befunden drückt sich die relative Zufriedenheit der Fans aus Deutschland und den Niederlanden sowie die relative Unzufriedenheit der Fans aus Dänemark mit der derzeitigen Spannung in den Ligen aus. Darüber hinaus sind Personen mit einem höheren Involvement sowie Jüngere, Männer und Singles bereit, relativ gesehen mehr zur Erhöhung/Aufrechterhaltung der Spannung zu zahlen.

Zusammenfassung K:

- (1) Das Ausmaß der Wettbewerbsintensität in der Liga stellt für die Fans einen nutzenstiftenden Parameter dar. Entsprechend können sich in Etwa die Hälfte aller Befragten grds. vorstellen, einen finanziellen Beitrag zur Aufrechterhaltung oder Erhöhung der Spannung innerhalb der Liga zu leisten.
- (2) Der Mittelwert für alle Befragten liegt bei Etwa 3 Euro pro Stadionsticket pro Spiel. Werden lediglich solche Personen betrachtet, die bereit sind, mindestens 1 Euro zu zahlen, so liegt der (bedingte) Mittelwert bei über 6 Euro.
- (3) Fans aus Dänemark sind bereit, vergleichsweise mehr zur Erhöhung der Spannung zu zahlen, während Fans aus Deutschland und den Niederlanden vergleichsweise mehr zur Aufrechterhaltung der Spannung zahlen würden. In diesen Befunden drückt sich die relative Zufriedenheit der Fans aus Deutschland und den Niederlanden sowie die relative Unzufriedenheit der Fans aus Dänemark mit der derzeitigen Spannung in den Ligen aus.

6 Abschließende Betrachtung und Ausblick

Ziel des vorliegenden Forschungsprojektes war es, durch Kombination von ökonomischen und marketingbezogenen Ansätzen einen innovativen Zugang zur empirischen Überprüfung der Unsicherheitshypothese im Profifußball zu liefern. Die Notwendigkeit dieses Forschungsvorhabens begründet sich in den bisherigen nicht eindeutigen empirischen Befunden zur Bedeutung der Wettbewerbsintensität für die Stadion- und TV-Zuschauer im Profifußball.

Im Folgenden werden die im Rahmen dieses Projektes generierten zentralen Ergebnisse diskutiert und entsprechende Implikationen für Wissenschaft und Praxis skizziert (6.1) sowie zukünftige Forschungsrichtungen thematisiert (6.2).

6.1 Diskussionen und Implikationen der zentralen Ergebnisse

Die insgesamt fünf Kernaussagen werden im Folgenden nacheinander skizziert und bzgl. der sich daraus ergebenden Implikationen für Wissenschaft und Praxis diskutiert.

"Für einen Großteil der Nachfrage ist Spannung ein nutzenstiftender Parameter."

Wie die Ergebnisse zeigen, ist die Hoffnung auf „ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang“ für rund 60% der Befragten ein Hauptgrund, um sich ein Fußball-Spiel live im Stadion oder im Fernsehen anzuschauen. Darüber hinaus hat die Spannung für rund drei Viertel der Befragten einen Einfluss auf ihre Konsumententscheidung oder ihr Interesse an der Liga. Insgesamt reagiert die Nachfrage im Bereich der hohen und niedrigen Spannungsgrade eher unelastisch, im Bereich der mittleren Spannungsgrade eher elastisch auf Veränderungen der Spannung. Entsprechend dieser Befunde ist der überwiegende Teil der im Bericht simulierten Nachfragefunktionen s-förmig.

Rund die Hälfte aller Befragten können sich sogar vorstellen, einen finanziellen Beitrag zur Aufrechterhaltung oder Erhöhung der Spannung innerhalb der Liga zu leisten. Der Mittelwert für alle Befragten liegt bei Etwa 3 Euro pro Stadionsticket pro Spiel. Werden lediglich solche Personen betrachtet, die überhaupt bereit sind, etwas für Spannung zu zahlen, so liegt der (bedingte) Mittelwert bei über 6 Euro.

Insgesamt wird mit den Ergebnissen die eingangs aufgestellte Hypothese bestätigt, dass Zuschauer auf einen (zukünftigen) Rückgang der Spannung sensibel reagieren, aber ein aus Zuschauersicht problematisches Ausmaß an Unausgeglichenheit in den betrachteten Wettbewerben (zum jetzigen Zeitpunkt) noch nicht erreicht wurde.

Da die Relevanz der UOH empirisch eindeutig bestätigt wurde, sollte die Spannung von den Ligen-Organisatoren im Auge behalten werden und ggf. Maßnahmen ergriffen werden, um ein Mindestniveau an Spannung in den Ligen auch zukünftig gewährleisten zu können.

Einschränkend muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass die Studie keinen Anspruch auf Exaktheit bei der Prognose von Spannungsgrad-bedingten Nachfragereaktionen erheben kann. Zum einen ist unklar, wie viele der Befragten ihren angedrohten Konsumverzicht bzw. Interessenverlust auch tatsächlich realisieren. Zum anderen ist es basierend auf Querschnittdaten nicht möglich, den subjektiv empfundenen Spannungsgrad für Prognose-Zwecke mit dem objektiv messbaren Spannungsgrad zu koppeln (hierfür wären Anschlussuntersuchungen und die Generierung eines Längsschnittdatensatzes notwendig).

"Ein zukünftiger Rückgang der Spannung hätte in den betrachteten drei Ligen unterschiedlich schnell und unterschiedlich starke Auswirkungen."

Während für Deutschland bei kleinen Veränderungen der Spannung fast keine Konsumveränderungen zu erwarten sind, deutet ein größerer Anteil der Befragten aus Dänemark an, bei einem fortschreitenden leichten Absinken der Wettbewerbsintensität auf einen Stadionbesuch bzw. das Ansehen von Fußballspielen im Fernsehen zu verzichten oder das Interesse an der 1. Liga zu verlieren.

Entsprechend wären die (betrachteten) europäischen Profifußball-Ligen unterschiedlich schnell und in unterschiedlichem Ausmaß von einem fortschreitenden Absinken der Spannung betroffen. Dies drückt sich auch in Unterschieden bei der Zahlungsbereitschaft für Spannung aus. So wären Fans aus Dänemark bereit, vergleichsweise mehr zur Erhöhung der Spannung zu zahlen, während Fans aus Deutschland und den Niederlanden vergleichsweise mehr zur Aufrechterhaltung der Spannung zahlen würden.

Basierend auf diesen Ergebnissen ergibt sich für die dänische Liga eine vergleichsweise größere Handlungsnotwendigkeit (damit die Spannung nicht weiter absinkt) als für die deutsche oder die niederländische Liga.

"Unterschiede bei der wahrgenommenen Bedeutung der Spannung sind nicht zwingend durch Unterschiede im Konsumverhalten (Stadion- oder TV-Zuschauer) charakterisiert."

Die am Stadion befragten Personen unterscheiden sich bzgl. der subjektiven Einschätzung des Spannungsgrades sowie der subjektiven Bedeutung der Spannung kaum von solchen Personen, die in der Stadt in Bars/Kneipen angesprochen wurden. Vielmehr scheint das Involvement (also Bezug zum und Leidenschaft für den Fußball) der Befragten solche Unterschiede erklären zu können.

Dementsprechend erscheint eine Unterscheidung zwischen neutralen "die Spannung favorisierenden" TV-Zuschauern und Stadion-Zuschauern, die in überwiegender Mehrheit einen Heimsieg (und damit weniger Spannung) favorisieren, nur "bedingt geeignet".

Der Ausdruck "bedingt geeignet" wird an dieser Stelle allerdings bewusst verwendet, da aufgrund des Stichprobenzugangs gewisse Verzerrungen der Ergebnisse möglich sind. Einerseits wurden in Dänemark und den Niederlanden (fast) keine Personen angetroffen, die Fußball in den Bars/Kneipen der jeweiligen Stadt anschauen. Damit kann keine Aussage zur Gültigkeit dieser Befunde für andere Länder getroffen werden. Zum anderen werden solche Personen ausgeklammert, die sich Fußballspiele (privat) zu Hause im Pay-TV ansehen.

In aufbauenden Forschungsvorhaben sollten solche Personen mit einbezogen werden, um die oben aufgestellte und auf Basis der vorliegenden Daten zunächst einmal bestätigte Hypothese genauer zu überprüfen.

"Die ökonomischen Dimensionen der Wettbewerbsintensität sind unterschiedlich relevant und können das Konstrukt "Spannung" (wenn auch nur zum Teil) erklären."

Die verwendeten 11 Items sind geeignet, um die drei in den ökonomischen Studien abgegrenzten Dimensionen der Wettbewerbsintensität (kurz-, mittel- und langfristig) zu erfassen. Der allgemein formulierte und in weiteren Berechnungen verwendete „Spannungsgrad“ bildet allerdings mehr als nur die drei ökonomischen Dimensionen der Wettbewerbsintensität ab, da die Dimensionen nur einen Teil der Varianz des Spannungsgrades erklären können.

Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere den mittel- und langfristigen Dimensionen der Wettbewerbsintensität eine große Bedeutung zugeschrieben wird. Von den betrachteten drei Items zur kurzfristigen Wettbewerbsintensität kommt lediglich der Unsicherheit des Spielausgangs eine vergleichsweise wichtige Bedeutung zu.

Sofern Maßnahmen existieren, um die Dimensionen der Wettbewerbsintensität einzeln zu beeinflussen, sollte der Fokus entsprechend auf die mittel- und langfristigen Dimensionen der Wettbewerbsintensität gelegt werden.

"Fans haben eine eigene, den empirischen Befunden aber nur scheinbar konträr gegenüberstehende Meinung zu den Einflussfaktoren auf die Spannung in den Ligen."

Die befragten Fans stimmen mit der Meinung der Experten aus Wissenschaft und Praxis überein, dass das in Europa vorherrschende offene Ligasystem mit der Möglichkeit des Auf- und Abstiegs einen bedeutenden (positiven) Einfluss auf die Spannung der Wettbewerbe hat. Darüber hinaus glauben insbesondere die Befragten aus Dänemark, dass eine größere Anzahl an Teams in einem Wettbewerb die Spannung erhöht.

Außerdem glaubt die Mehrheit der befragten Fans, dass Investoren die Spannung im Fußball verringern, während das System der Zentralvermarktung der Medienrechte (mit anschließender Umverteilung) die Spannung erhöht. Dagegen denken mehr als zwei Drittel der befragten Fans, dass weder die UEFA Europa League noch die UEFA Champions League die Spannung in den nationalen Fußball-Ligen verringert.

Letzt genannte Befunde können vermutlich mit der wachsenden Bedeutung der Europapokal-Wettbewerbe erklärt werden: So begrüßen die Befragten scheinbar die Spannung in den nationalen Ligen, die dadurch entsteht, dass es neben dem Kampf um die Meisterschaft und gegen den Abstieg zwei weitere (für die Clubs bedeutende) Subwettbewerbe (Kampf um die Qualifikation für die UEFA Europa League und die UEFA Champions League) gibt. Sie denken in diesem Zusammenhang vermutlich weniger an die zusätzlichen Einnahmen aus den Europapokalwettbewerben, die (wie empirisch nachgewiesen werden konnte, vgl. Pawlowski et al., 2010) einen negativen Effekt auf diese Dimension der Spannung in den nationalen Ligen haben.

Insofern wurde bzgl. des Einflusses der Europapokalwettbewerbe auf die Spannung in den nationalen Ligen ein interessanter Trade-off herausgearbeitet: Einerseits ist unbestritten, dass die steigenden Ausschüttungen in den Europapokalwettbewerben an die teilnehmenden Vereine in der Folgesaison zu einer zunehmend ungleichen Verteilung der Talenteinheiten in den nationalen Ligen führt (Steigerung der Ausschüttung => Abnahme der Spannung). Andererseits sorgt der Wettstreit einzelner Clubs um die begehrten Qualifikationsplätze mit zunehmender Bedeutung der Europapokalwettbewerbe für zusätzliche Spannung, die für die Zuschauer von großer Bedeutung ist (Steigerung der Ausschüttung => Zunahme der Spannung). Die Befunde in diesem Forschungsprojekt deuten darauf hin, dass der letztgenannte (positive) Effekt den erstgenannten (negativen) Effekt aus Sicht der Zuschauer (derzeit noch) überkompensiert.

Es ist allerdings fraglich und basierend auf den vorliegenden Daten nicht abschätzbar, ob dieser (aus Sicht der Nachfrager noch) positive Nettoeffekt auch bei weiter ansteigenden Ausschüttungen noch gegeben sein wird.

6.2 Zukünftige Forschungsrichtungen

Wie der Bericht gezeigt hat, scheint das hier gewählte methodische Vorgehen für ein besseres Verständnis der für die Zuschauer relevanten Dimensionen der Spannung in den Fußballwettbewerben und deren Bedeutung geeignet zu sein. In diesem Zusammenhang konnte die vieldiskutierte Unsicherheitshypothese auch für den Profifußball validiert werden.

Im Rahmen des Berichts sind jedoch auch einzelne Limitierungen des bisherigen Forschungsvorhabens angesprochen worden. Insgesamt können abschließend drei zentrale As-

pekte/Bereiche formuliert werden, die in aufbauenden Untersuchungen beachtet werden sollten:

- (1) In aufbauenden Forschungsvorhaben sollte versucht werden, die TV-Zuschauer umfassender mit einzubeziehen. So konnten im Rahmen dieses Projektes lediglich Personen, die Fußballspiele live in Bars/Kneipen der jeweiligen Stadt in Deutschland angesehen haben, in die Stichprobe mit einbezogen werden. Dabei wurden solche Personen ausgeklammert, die sich Fußballspiele (privat) zu Hause im Pay-TV ansehen. Mit einer entsprechenden Kooperation (bspw. zwischen wissenschaftlicher Einrichtung und Pay-TV-Anbieter) wäre evt. ein Zugang zur Befragung dieser Zielgruppe möglich.
- (2) Auf Basis der bisher erhobenen Querschnittdaten ist es nicht möglich, die objektiven und subjektiven Spannungsgrade zu koppeln. Für Prognosen wäre zielführend, einerseits den 11 erfragten Items entsprechende objektive Maße zu entwickeln, um zu sehen, wo Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den subjektiven und objektiven Spannungsdimensionen liegen. Andererseits wäre es hilfreich, die durchgeführten Befragungen in einem gewissen zeitlichen Abstand zu wiederholen, um die Robustheit der Daten zu überprüfen und weitere Ankerpunkte zur Prognose zu erhalten.
- (3) Der Fokus dieses Projektes lag auf drei Ligen unterschiedlicher Spielstärke. Wie die Ergebnisse zeigen, sind die Ligen unterschiedlich spannend und von möglichen Spannungsänderungen unterschiedlich schnell und stark betroffen. Die somit aufgedeckte Heterogenität der Ligen macht es zu einem sinnvollen Unterfangen, zukünftig auch andere Länder mit einzubeziehen. Wünschenswert wäre eine kontinuierliche Erhebung zu allen europäischen Ligen im Rahmen eines umfassenden Fan-Surveys, der neben den hier relevanten Fragen zur Spannung weitere für die Ligen-Organisationen und Fachverbände relevante Informationen erfasst.

7 Literatur

- Alavy, K., Gaskell, A., Leach, S. & Szymanski, S. (2010). On the Edge of Your Seat: Demand for Football on Television and the Uncertainty of Outcome Hypothesis. *International Journal of Sport Finance*, 2010. 5, 75-95. © 2010 West Virginia University.
- Andreff, W., & Bourg, J.-F. (2006). Broadcasting rights and competition in European football. In C. Jeanrenaud, & S. Késenne (Eds.), *The economics of sport and the media* (pp. 37–71). Cheltenham (UK) & Northampton MA (USA): Edward Elgar.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2006). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung* (11. überarb. Aufl.). Berlin: Springer.
- Baimbrigde, M. (1997). Match attendance at Euro 96: was the crowd waving or drowning? *Applied Economics Letters*, 4 (9), 555-558.
- Baimbridge, M., Cameron, S. & Dawson, P. (1996). Satellite television and the demand for football: a whole new ball game. *Scottish Journal of Political Economy*, 43(3), 317-333.
- Benz, M.-A., Brandes, L., & Franck, E. (2009). do soccer associations really spend on a good thing? Empirical evidence on heterogeneity in the consumer response to match uncertainty of outcome. *Contemporary Economic Policy*, 27(2), 216-235.
- Borland, J. & Mcdonald, R. (2003). Demand for Sport. *Oxford Review of Economic Policy*, 19, 478-502.
- Bryant, J., Rockwell, S. & Owens, J. (1994). "Buzzer beaters" and "barn burners": The effects on enjoyment of watching the game go "down to the wire". *Journal of Sport & Social Issues*, 18 (3), 326-339.
- Buraimo, B. (2008). Stadium Attendance and Television Audience Demand in English League Football. *Managerial and Decision Economics*, 29, 513-523.
- Buraimo, B. and Simmons, R. (2008). Do Sports Fans Really Value Uncertainty of Outcome? Evidence from the English Premier League. *International Journal of Sport Finance*, 3, 14-155. West Virginia University.
- Cairns, J.A. (1987). Evaluating changes in league structure: the reorganization of the Scottish Football League. *Applied Economics*, 19, 259-275.
- Cairns, J., Jennett, N. & Sloane, P.J. (1986). „The Economics of Professional Team Sports: A Survey of Theory and Evidence. *Journal of Economic Studies*, 13 (1), 3-80.
- Coenen, M. (2004). Der handel mit Sportübertragungsrechten. In T. Schauerte und J. Schwier (Hrsg), *Die Ökonomie des Sports in den Medien (Sportkommunikation, Bd. 1)* (127-151). Köln: Herbert von Halem.
- Czarnitzki D. & Stadtmann, G. (2002). Uncertainty of outcome versus reputation: empirical evidence for the first German football division. *Empirical Economics*, 27, 101–112.
- Depken, C. A. (1999). Free-agency and the competitiveness of Major League Baseball. *Review of Industrial Organization*, 14, 205–217.
- Deloitte (2011). *Annual Review of Football Finance*. Deloitte.
- DFL (2011). *DFL Bundesliga Report*.
- Dobson, S. M. & Goddard, J. A. (1992). The demand for standing and seated viewing accommodation in the English Football League. *Applied Economics*, 24(10), 1155-1163).

- Dobson, S. M. & Goddard, J. A. (1995). The demand for professional league football in England and Wales, 1925-92. *The Statistician*, 44 (2), 259-277.
- Dobson, S. M. & Goddard, J. A. (1996). The demand for Football in the Regions of England and Wales. *Regional Studies*, 30 (5), 443-453.
- Dobson, S. & Goddard, J. (2001). *The economics of football*. Cambridge: University Press.
- Downward, P. M., Dawson, A. and Dejonghe, T. (2009). *Sports economics: theory, evidence and policy*. Butterworth-Heinemann: London.
- Falter, J.M. & Perignon, C. (2000). Demand for Football and intramatch winning probability: an essay on the glorious uncertainty of sports. *Applied Economics*, 32 (13), 1757-1765.
- Feddersen, A. (2005). *Steuerungsmöglichkeiten der Wettbewerbsintensität von Sportligen: Eine ökonomische Analyse sportpolitischer Regulierungen* (Dissertation). Universität Hamburg, Department Wirtschaftswissenschaften.
- Feddersen, A. (2006). Economic consequences of the UEFA Champions League for national championships – the case of Germany. (Hamburg Working Paper Series in Economic Policy, 01/2006). Universität Hamburg, Department Wirtschaftswissenschaften.
- Feddersen, A. & Maennig, W. (2005). Trends in Competitive Balance: Is there Evidence for Growing Imbalance in Professional Sport Leagues? (Hamburg Working Paper Series in Economic Policy, 01/2005). Zugriff am 08. Mai 2007 unter <http://www.uni-hamburg.de/onTEAM/grafik/1098966615/WP2005-01.pdf>
- Feddersen, A., Maennig, W. & Borchering, M. (2006). The novelty effect of the new football stadia: The case of Germany. *International Journal of Sport Finance*, 1(3), 174-188.
- Forrest, D., Beaumont, J., Goddard, J. & Simmons, R. (2005). Home advantage and the debate about competitive balance in professional sports leagues. *Journal of Sports Sciences*, 23 (4), 439-445.
- Forrest, D. & Simmons, R. (2006). New Issues in Attendance Demand: The Case of the English Football League. *Journal of Sports Economics*, 7 (3), 247-266.
- Forrest, D., Simmons, R. & Buraimo, B. (2005). Outcome uncertainty and the couch potato audience. *Scottish Journal of Political Economy*, 52 (4), 641-661.
- Forrest, D., Simmons, R. & Feehan, P. (2002). A spatial cross-sectional analysis of the elasticity of demand for soccer. *Scottish Journal of Political Economy*, 49(3), 336-355.
- Flores, R., Forrest, D. & Tena, J.D. (2010). Impact on Competitive Balance from Allowing Foreign Players in a Sports League: Evidence from European Soccer. *Kyklos*, 63(4), 546-557.
- Gan, S., Tuggle, C., Mirook, A., Coussement, S. and Zillmann, D. (1997). The Trill of a Close Game: Who Enjoys It and Who Doesn't. *Journal of Sport and Social Issues*, 21 (1), 53-64.
- García, J. & Rodríguez, P. (2002). The determinants of football match attendance revisited. *Journal of Sports Economics*, 3(1), 18-38.
- Goossens, K. (2006). Competitive balance in European football: Comparison by adapting measures: National measure of seasonal imbalance and top 3. *Rivista di Diritto ed Economia dello Sport*, 2(2), 77-122.
- Groot, L.F.M. (2008). *Economics, uncertainty and European football: Trends in competitive balance*. Cheltenham (UK) & Northampton MA (USA): Edward Elgar.
- Hart, R.A., Hutton, J. and Sharot, T. (1975). A Statistical Analysis of Association Football Attendances. *Applied Statistics*, 24 (1), 17-27.

- Homburg, C. & Krohmer, H. (2003). *Marketingmanagement-Strategie, Instrumente, Umsetzung-Unternehmensführung*, Wiesbaden.
- Humphreys, B. R. (2002). Alternative measures of competitive balance in sports leagues. *Journal of Sports Economics*, 3(2), 133-148.
- Izzo, G.M., Munteanu, C., Langford, B.E., Ceobanu, C., Dumitru, I., Nichifor, F. (2011). Sport fans' motivations: an investigation of Romanian soccer spectators. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 5, 1-13.
- Jennett, N. (1984). Attendances, Uncertainty of Outcome and Policy in Scottish League Football. *Scottish Journal of Political Economy*, 31 (2), 176-198.
- Johnson, H. & Solvoll, M (2007). The Demand for Televised Football. *European Sport Management Quarterly*, 7 (4), 311-335.
- Kavetsos, G. and Szymanski, S. (2010), National well-being and international sports events. *Journal of Economic Psychology*, 31, 158-171.
- Késenne, S. (2000). Revenue Sharing and Competitive Balance in Professional Team Sports. *Journal of Sports Economics*, 1(1), 56-65.
- Késenne, S. (2010). The optimal competitive balance in a sports league. Research Paper, Economics Department (University of Antwerp).
- Koch, R. (2006). Täuschung und Betrug im Fußball. In M.-P. Büch, W. Maennig & H.-J. Schulke (Hrsg.), *Der Zuschauer als Konsument: Gast, Mitspieler, Manipulierter?* (143-152). Köln: Sportverlag Strauß.
- Koenigstorfer, J., Groeppel-Klein, A. & Kunkel, T. (2010). The Attractiveness of National and International Football Leagues: Perspectives of Fans "Star Clubs" and "Underdogs". *European Sport Management Quarterly*, 10 (2), 127-163.
- Koning, R. H. (2000). Balance in competition in Dutch soccer. *The Statistician*, 49(3), 419-431.
- Kuypers, T. (1996). The beautiful game? An economic study of why people watch English football. Discussion Paper in Economics 96-01, University College, London.
- Leach, S. A. (2006). Financial viability and competitive balance in English football. Doctoral thesis. University of London.
- Leeuwen, L.V., Quick, S. & Daniel, K. (2002). The Sport Spectator Satisfaction Model: A Conceptual Framework for Understanding the Satisfaction of Spectators. *Sport Management Review*, 5 (2), 99-128.
- Michie, J. and Oughton, C. 2004. *Competitive Balance in Football: Trends and Effects*, London: Sports Nexus.
- O'Reilly, N., Nadeau, J. & Kaplan, A. (2011). Do Fans Want Their Team to be Competitive in the Short-Term (the Next Game) or the Long-Term (the Full Season), and Does the Answer Affect Management Decisions? *European Sport Management Quarterly*, 11 (1), 73-86.
- O'Reilly, N., Kaplan, A., Rahinel, R., Nadeau, J. (2008). „If You Can't Win, Why Should I Buy a Ticket?": Hope, Fan Welfare, and Competitive Balance. *International Journal of Sport Finance*, 3, 106-118.
- Peel, D. and Thomas, D. (1988). Outcome Uncertainty and the Demand for Football: An Analysis of Match Attendances in the English Football League. *Scottish Journal of Political Economy*, 35 (3), 242-249.
- Peel, D. and Thomas, D. (1992). The Demand for Football: Some Evidence on Outcome Uncertainty. *Empirical Economics*, 17, 323-331.

- Peel, D. and Thomas, D. (1996). Attendance demand: an investigation of repeat fixtures. *Applied Economics Letters*, 3 (6), 391-394.
- Pawlowski, T. & Anders, C. (2012). Stadium attendance in German professional football – The (un)importance of uncertainty of outcome reconsidered. *Applied Economics Letters*, 19 (16), 1555-1558.
- Pawlowski, T., Breuer, C. & Hovemann, A. (2009). Die Entwicklung der Wettbewerbsintensität in den UEFA Top-5-Ligen. In H.-D. Horch, C. Breuer, G. Hovemann, S. Kaiser & S. Walzel (Hrsg.), *Sport, Medien, Kommunikation*, 169-184. Köln.
- Pawlowski, T., Breuer, C. & Hovemann, A. (2010). Top clubs' performance and the competitive situation in European domestic football competitions. *Journal of Sports Economics*, 11 (2), 186-202.
- Rascher, D.A. (1997). A model of a professional sports league. In W. Hendricks (Ed.), *Advances in the economics of sport*, 2, 27-76.
- Rascher D. & Solmes, J. P. G. (2007). Do Fans Want Close Contests? A Test of the Uncertainty of Outcome Hypothesis in the National Basketball Association," *International Journal of Sport Finance*, 2(4), 130-141.
- Robinson, N.J. & Trail, G.T. (2005). Relationships Among Spectator Gender, Motives, Points of Attachment, and Sport Preference. *Journal of Sport Management*, 19, 58-80.
- Rottenberg, S. (1956) The baseball player's labour market, *Journal of Political Economy*, 64, 242-258.
- Sanderson, A. R. (2002). The Many Dimensions of Competitive Balance. *Journal of Sports Economics*, 3(2), 204-228.
- Sapolsky, B.S. (1980). The effect of spectator disposition and suspense on the enjoyment of sport contests. *International Journal of Sport Psychology*, 11 (1), 1-10.
- Simmons, R. (1996). The demand for English league football: A club-level analysis. *Applied Economics*, 28(2), 139-155.
- SPORTFIVE (2009). *European Football - England, France, Germany, Italy and Spain*. SPORTFIVE: Hamburg.
- Szymanski, S. (2001). Income Inequality, Competitive Balance and the Attractiveness of Team Sports: Some Evidence and a Natural Experiment from English Soccer. *The Economic Journal*, 111 (469), F 69-84.
- Theil, H. (1967). *Economics and information theory*, North Holland, Amsterdam.
- Trail, G.T. & James, J.D. (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24 (1), 108-127.
- Wagner, G. (2000). Das Doping-Problem – Ansätze aus Sicht der Sportökonomik. In M.-P. Büch (Hrsg.), *Beiträge der Sportökonomik zur Beratung der Sportpolitik. Dokumentation des Workshops vom 11. Mai 2000* (Bundesinstitut für Sportwissenschaft, Wissenschaftliche Berichte und Materialien, Bd. 12) (79-92). Köln: Sport und Buch Strauß.
- Wann, D., & Branscombe, N. (1993). Sports fans: Measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24, 1-17.
- Wann, D.L., Schrader, M.P. & Wilson, A.M. (1990). Sport Fan Motivation: Questionnaire Validation, Comparisons by Sport, and Relationship to Athletic Motivation. *Journal of Sport Behavior*, 22 (1), 114-139.
- Wilson, P. & Sim, B. (1995). The demand for Semi-Pro League football in Malaysia 1989-91: a panel data approach. *Applied Economics*, 27 (1), 131-138.

8 Anhang

8.1 Übersicht zu den klassischen Studien aus der Ökonomie

Tabelle 10.1: Studien in chronologischer Reihenfolge, die (u.a.) die Bedeutung der Unsicherheitshypothese (UOH) im Fußball auf Basis von Sekundärdaten analysiert haben (ausgehend von der Übersicht in Downward et al. (2009) wurden die Studien gesichtet, ausgewertet und ergänzt).

#	Reference	Country	Period	Dependant Variable	Indicator(s)	Findings and comments	Support of UOH
1	Hart, Hutton, & Sharot (1975)	England	1969/70 - 1971/72	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) home standing and (2) away standing; (3) difference of league standing (all <i>logarithmised</i>).	(1): not significant; ^{*1} (2): significant negative; ^{*1} (3): not significant. ^{*2}	no
2	Jennett (1984)	Scotland	1975/76 - 1980/81	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (1) home team still has the chance to win the championship, (2) away team still has the chance to win the championship, (3) home and away team might still relegate.	(1): significant positive; (2): significant positive; (3): not significant; Jennett characterizes his measures as being of relevance for short-term UOH.	partly
3	Cairns (1987)	Scotland	1971/72 - 1980/81	total match day attendance	<u>Short-term UO:</u> (1) home standing and (2) away standing; <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (3) home team still has the chance to win the championship.	(1): significant negative; ^{*1} (2): significant negative; ^{*1} (3): significant positive. ^{*2}	yes
4	Peel & Thomas (1988)	England	1981/82	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) home standing and (2) away standing; (3) home team winning probability.	(1): significant negative; ^{*1} (2): significant negative; ^{*1} (3): significant positive.	no
5	Dobson & Goddard (1992)	England	1989/90 - 1990/91	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) points gained in the recent five matches of the home team and (2) away team (<i>logarithmised</i>); (3) home standing and (4) away standing (<i>logarithmised</i>); <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (5) home team or (6) away team still has the chance to win the championship/promote (<i>logarithmised</i>); <u>Long-term UO:</u> (7) mean value of the final league positions obtained by the home and (8) away team in all seasons since 1946/07.	(1): significant positive; ^{*1} (2): significant positive; ^{*1} (3): significant negative; ^{*1} (4): significant negative; ^{*1} (5): significant positive; (6): significant positive; (7): significant negative; ^{*1} (8): significant negative. ^{*1}	partly (medium-term: yes; short- and long-term measures rather reflect team quality/current/previous performance than UOH)

#	Reference	Country	Period	Dependant Variable	Indicator(s)	Findings and comments	Support of UOH
6	Peel & Thomas (1992)	England	1986/87	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) home standing and (2) away standing; (3) home team winning probability (<i>squared</i>).	(1): significant negative; ^{*1} (2): significant negative; ^{*1} (3): significant U-shaped.	partly
7	Wilson & Sim (1995)	Malaysia	1989/90 - 1991/92	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) absolute difference in points between the home and away team before the match (<i>squared</i>); <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (2) home team still has the chance to win the championship, (3) away team still has the chance to win the championship.	(1): not significant; (2): significant positive; (3): not significant.	party (short-term: no medium-term: partly yes)
8	Dobson & Goddard (1995)	England Wales	1925/26 - 1991/92	<i>log</i> (average match day attendance of club <i>i</i> in season <i>t</i> , <i>standardized</i>)	<u>Medium-/long-term:</u> (1) goals per game (<i>standardized</i>); (2) 1st, 2nd, 3rd place of club <i>i</i> in season <i>t</i> (Dummies); (3) 1st, 2nd, 3rd place of club <i>i</i> in season <i>t-1</i> (Dummies); (4) Promotion / relegation of club <i>i</i> in season <i>t</i> .	(1): significant positive; ^{*1} (2): significant positive; ^{*1} (3): significant positive; ^{*1} (4): significant positive / negative. ^{*1}	no
9	Dobson & Goddard (1996)	England Wales	1955/56 - 1991/92	<i>log</i> (average match day attendance of club <i>i</i> in season <i>t</i>)	<u>Medium-/long-term:</u> (1) goals per game; (2) 1st, 2nd, 3rd place of club <i>i</i> in season <i>t</i> (Dummies); (3) 1st, 2nd, 3rd place of club <i>i</i> in season <i>t-1</i> (Dummies); (4) performance score of club of club <i>i</i> in season <i>t</i> ; (5) Promotion / relegation of club <i>i</i> in season <i>t</i> .	(1): significant positive; ^{*1} (2): significant positive; ^{*1} (3): significant positive; ^{*1} (4): significant positive; ^{*1} (5): significant positive / negative. ^{*1}	no
10	Peel & Thomas (1996)	Scotland	1991/92	differences in attendance figures in paired games	<u>Short-term UO:</u> (1) difference in level of home win probability (<i>squared</i>); (2) difference in the Theil measure	(1): significant U-shaped; (2): not significant.	no
12	Baimbridge, Cameron, & Dawson (1996)	England	1993/94	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) difference of league standing (<i>squared</i>); <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (2) home and away team were both in the top four or (3) bottom four places.	(1): not significant; ^{*2} (2): not significant; (3): not significant.	no

#	Reference	Country	Period	Dependant Variable	Indicator(s)	Findings and comments	Support of UOH
13	Simmons (1996)	England	1962/63 - 1991/92	growth of average attendance	<u>Medium-/long-term:</u> (1) movement in league position over time; (2) league position; (3) goals per game (<i>logarithmised</i>).	(1): significant positive;* ¹ (2): partly significant positive;* ¹ (3): partly significant positive.* ¹	no
14	Kuypers (1996)	England	1993/94	total match day attendance as well as proportion of sky subscribers	<u>Short-term UO:</u> (1) Differences in max. and min. probabilities of home team win, draw and away team win. <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (2) home team still has the chance to win the championship.	(1): not significant; (2): significant negative.	party (short-term: no medium-term: partly yes)
15	Baimbridge (1997)	EURO 96	1996	<i>log</i> (total match day attendance) as well as <i>log</i> (capacity utilization)	<u>Short-term UO:</u> (1) Dummy whether the match involves a seeded team; (2) Dummy whether the match takes place in the knock-out stage; <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (3) probability to win the championship; (4) Stage of the tournament.	(1): significant positive;* ¹ (2): not significant; (3): significant positive; (4): concave, significant;	partly
16	Falter & Pérignon (2000)	France	1997/98 - 1998/99	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) home standing and (2) away standing; (3) goal-average differential between home and away team.	(1): significant positive;* ¹ (2): not significant;* ¹ (3): significant negative.	yes
17	Szymanski (2001)	England	1976/77 - 1997/98	total match day attendance	<u>Medium-term UO:</u> standard deviation of winning percentage.	<u>League:</u> Weak evidence that the concentration of income has been associated with a decline in competitive balance; no evidence that it has reduced fan interest; <u>FA Cup:</u> some evidence that increasing income inequality has reduced CB and this has reduced fan interest.	partly (only for the FA Cup)

#	Reference	Country	Period	Dependant Variable	Indicator(s)	Findings and comments	Support of UOH
18	Dobson & Goddard (2001)	England Wales	1947/48 - 1997/98	<i>log</i> (average match day attendance of club <i>i</i> in season <i>t</i> , <i>standardized</i>)	Medium-/long-term: (1) goals per game (<i>standardized</i>); (2) 1st, 2nd, 3rd place of club <i>i</i> in season <i>t</i> (Dummies); (3) Promotion / relegation of club <i>i</i> in season <i>t</i> .	(1): not significant;* ¹ (2): significant positive;* ¹ (3): significant positive / negative.* ¹	no
19	Czarnitzki & Stadtmann (2002)	Germany	1996/97 - 1997/98	total match day attendance	Short-term UO: (1) home standing and (2) away standing; (3) points gained in the recent five matches of the home team and (4) away team; (5) home team winning probability (<i>squared</i>) / Theil measure. Medium-term UO: Significance of the match: (6) home team or (7) away team still has the chance to win the championship.	(1): significant negative;* ¹ (2): not significant;* ¹ (3): significant positive;* ¹ (4): not significant;* ¹ (5): U-shaped, not significant; (6): not significant; (7): not significant.	no
20	Forrest, Simmons, & Feehan (2002)	England	1999/00 - 2002/03	<i>log</i> (total match day attendance)	Short-term UO: (1) points gained in the recent five matches of the home team; (2) points per game of the home team and (3) away team prior to the match; (4) differences in points per game between home and away team corrected for home advantage; Medium-term UO: Significance of the match: (5) home team or (6) away team still has the chance to promote.	(1): significant positive;* ¹ (2): significant positive;* ¹ (3): significant positive;* ¹ (4): not significant; (5): significant positive; (6): significant positive.	partly (short-term: no medium-term: yes)
21	García & Rodríguez (2002)	Spain	1992/93 - 1995/96	<i>log</i> (total match day attendance)	Short-term UO: (1) difference of league standing (<i>squared</i>); (2) Closeness of league position Medium-term UO: Significance of the match: (3) home team still has the chance to win the championship.	(1): significant positive; (2): not significant; (3): significant negative.	partly (short-term: no medium-term: yes)

#	Reference	Country	Period	Dependant Variable	Indicator(s)	Findings and comments	Support of UOH
22	Forrest, Simmons, & Buraimo (2005)	England	1992/93 - 2001/02	<i>log</i> (TV audience demand)	<u>Short-term UO:</u> (1) differences in points per game between home and away team corrected for home advantage; <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (2) two teams in top 2 places; (3) team in top 2 vs. team in positions 3–7; (4) team in top 2 vs. team in positions 8–14; (5) team in top 2 vs. team in positions 15–20; (6) team in positions 3–7 against similarly placed team;	(1): significant negative; (2): significant positive; (3): significant positive; (4): significant positive; (5): significant positive; (6): significant positive. (only (2) is also significant for the audience demand if pre-Boxing Day)* ³	yes (both, broad- casters and audience ap- pear interested in competitive balance)
23	Forrest, Beaumont, Goddard, & Simmons (2005)	England	1997/98	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) ratio of the probability of a home win to the probability of an away win controlling for home advantage (<i>squared</i>); (2) points per game of the home team and (3) away team prior to the match.	(1): U-shaped, significant; (2): significant positive;* ¹ (3): not significant.* ¹	yes
24	Forrest & Simmons (2006)	England	1999/00 - 2001/02	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) differences in points per game between home and away team corrected for home advantage; (2) points per game of the home team and (3) away team prior to the match; (4) total points of the home team in the previous five matches.	(1): not significant; (2): significant positive;* ¹ (3): significant positive;* ¹ (4): partly significant positive.* ¹	no
25	Leach (2006)	England	1994/95 - 2002/03	Team <i>i</i> 's attendance in the corresponding year	<u>Short-term UO:</u> (1) home team winning probability (<i>squared</i>).	(1): U-shaped, significant;	yes
26	Feddersen, Maennig, & Borchering (2006)	Germany	1963/64 - 2003/04	average match day attendance per season	<u>Medium-term UO:</u> (1) home standing in the final league table.	(1): significant negative.* ¹	no

#	Reference	Country	Period	Dependant Variable	Indicator(s)	Findings and comments	Support of UOH
27	Johnsen & Solvoll (2007)	Norway & Denmark	1997/98 - 2007/08	TV viewing figures for football matches	<u>Short-term UO:</u> (1) factor which consists of 4 items (number of points (per game) the home (away) team is behind the leader; (2) factor which consists of 3 items (points and goals last 3 matches, points behind top team) for the home team; (3) factor which consists of 3 items (points and goals last 3 matches, points behind top team) for the away team.	(1): not significant; (2): not significant;* ¹ (3): significant positive;* ¹	no
28	Buraimo (2008)	England	1997/98 - 2003/04	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) points per game of the home team and (2) away team prior to the match; (3) differences in points per game between home and away team corrected for home advantage.	(1): significant positive;* ¹ (2): significant positive;* ¹ (3): U-shaped, significant; (4): significant negative.	no
29	Buraimo & Simmons (2008)	England	2000/01 - 2005/06	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) points per game of the home team and (2) away team prior to the match; (3) home team winning probability (<i>squared</i>); (4) Theil measure.	(1): significant positive;* ¹ (2): significant positive;* ¹ (3): U-shaped, significant; (4): significant negative.	no
30	Benz, Brandes, & Franck (2009)	Germany	1999/00 - 2003/04	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) differences in points per game between home and away team corrected for home advantage; (2) difference of league standing; (3) Theil measure; (4) relative winning probability measure; (5) home team winning probability (<i>squared</i>).	(1): partly significant negative (90% quantile); (2): partly significant negative (90% quantile); (3): not significant; (4): not significant; (5): partly significant inverse U-shaped (90% quantile).	partly (UOH is consistently found to affect high-demand matches only)

31	Alavy, Gaskell, Leach, & Szymanski (2010; <i>see also Leach, 2006</i>)	England	2002/03 - 2005/06	Minute by minute rate of change of TV ratings	<u>Short-term UO:</u> (1) squared difference between the probability of the home team winning and the away team winning; (2) the probabilities of draw; (3) The sum of squared deviations from initial probabilities.	(1): significant positive; (2): significant negative; (3): significant positive;	partly
32	Pawlowski & Anders (2012)	Germany	2005/06	<i>log</i> (total match day attendance)	<u>Short-term UO:</u> (1) points gained in the recent five matches of the home team and (2) away team; (3) Theil measure; (4) home favorite <u>Medium-term UO:</u> Significance of the match: (5) home team or (6) away team still has the chance to win the championship; (7) home team or (8) away team still has the chance to qualify for the UEFA Champions League.	(1): partly significant positive; ^{*1} (2): not significant; ^{*1} (3): significant negative; (4): not significant; (5): significant positive; (6): significant positive; (7): not significant; (8): partly significant positive.	partly (short-term: no medium-term: partly yes)

^{*1} This is rather a measure of team quality than UOH.

^{*2} As outlined by Cairns, Jennet & Sloane (1986) the difference of league standing ignores consumer expectations.

^{*3} "All Sky's choices up to Boxing Day (a holiday on the first weekday after Christmas Day) had to be made before the season began. After Boxing Day, it could choose its games as the season progressed and as the shape of the league standings developed" (Forrest, Simmons, & Buraimo, 2005, p. 648).

8.2 Protokollierte Änderungshinweise nach Durchführung des Pre-Tests

- Einbau des Logos der Hochschule(n) im Fragebogen, da vertrauenswürdiger
- Anonymität im Anschreiben garantieren
- Fragebogendauer auf rund 10 Minuten reduzieren
- Antworten einheitlich in Form der ersten Person ("Ich") umschreiben
- Antworten mit einem Punkt abschließen
- Fragendesign so wählen, dass die Antworten gerade abschließen
- den Platz zwischen den Fragen verringern
- Frage 1.4 umformulieren: "Wie sehr identifizieren Sie sich mit Ihrem Verein?"
- Frage 1.10 umformulieren
- Frage 2.1 und 2.2 umformulieren: Hauptgründe ergänzen
- Frage 3.4 umformulieren: "10" und "0" in der Frage umstellen
- Frage 4.1 umformulieren: Transfer der Spannungsgrade auf die ursprünglich formulierte Frage wurde als schwer empfunden; Änderungsvorschlag: "Bitte geben Sie an, ab welchem Spannungsgrad Sie (a) zukünftig kein Spiel mehr im Stadion ansehen würden, (b)...(c)..."
- Frage 4.2 umformulieren: "Wie viel wären Sie bereit, zusätzlich pro Stadionticket pro Spiel zu zahlen"
- Frage 4.2 unterteilen in "beibehalten" und "erhöhen" (siehe jetzige Fragen 4.2 und 4.3)
- Frage 6.7: "nicht erwerbstätig" streichen
- Frage 6.8: Kategorien nebeneinander schreiben
- Frage 6.8 umformulieren: "501..., 1001..." sowie "monatlich" angeben
- Frage 6.9: Rechtschreibfehler "Ihrer Freizeit"

8.3 Die Verteilung der Fans in der Stichprobe nach Ihren Lieblingsvereinen im Land

Fan eines Teams in der heimischen Liga	Land	Häufigkeit	%	Ø Tabellenplatz 01/02-10/11 (s.d.)*	Ø Tabellenplatz 06/07-10/11 (s.d.)*	Tabellenplatz Winter 11/12*	Trend **
1. FC Köln		397	23,51	16,30 (3,37)	14,60 (4,16)	10	→
Borussia Dortmund		213	12,61	5,80 (3,65)	6,80 (4,49)	2	↓
Bayer 04 Leverkusen		179	10,60	5,80 (3,91)	5,40 (2,70)	6	↓
Hamburg Sport-Verein		93	5,51	6,50 (2,46)	6,20 (1,64)	13	↓
SønderjyskE		75	4,44	11,50 (2,17)	10,40 (2,61)	9	↓
FC Schalke 04		71	4,20	5,40 (3,78)	5,80 (5,22)	3	↑
FC Midtjylland		70	4,14	4,40 (1,96)	3,60 (1,67)	3	↑
FC Groningen		64	3,79	9,40 (3,98)	6,80 (1,30)	8	↓
FC Twente Enschede		55	3,26	6,00 (4,08)	2,60 (1,34)	3	↓
FC Kopenhagen		50	2,96	1,40 (0,70)	1,4 (0,89)	1	→
FC Utrecht		38	2,25	8,60 (1,58)	8,80 (1,10)	14	↓
FC Bayern München		37	2,19	1,90 (1,10)	2,20 (1,30)	1	↑
Borussia Mönchengladbach		22	1,30	14,00 (3,06)	16,00 (2,74)	4	↑
SV Werder Bremen		20	1,18	4,90 (3,90)	6,20 (4,97)	5	↑
Aarhus GF		16	0,95	10,20 (2,20)	10,60 (2,88)	5	↑
Ajax Amsterdam		15	0,89	2,00 (0,94)	2,00 (0,71)	4	↓
Nürnberg		14	0,83	13,60 (5,06)	12,60 (6,15)	15	↓
Brøndby IF		13	0,77	3,10 (2,23)	4,60 (2,30)	10	↓
Hannover 96		11	0,65	11,50 (4,03)	9,80 (4,09)	7	↓
Aalborg BK		11	0,65	5,00 (2,40)	5,20 (3,49)	7	↑
Hertha BSC Berlin		5	0,30	9,20 (5,69)	12,20 (6,26)	11	↑
FC St. Pauli		5	0,30	18,80 (0,42)	18,80 (0,45)	19	↓
Feyenoord Rotterdam		4	0,24	5,00 (2,40)	6,80 (2,17)	5	↑
Vitesse Arnheim		4	0,24	11,60 (3,50)	12,60 (1,95)	6	↑
FC Augsburg		3	0,18	19,00 (0,00)	19,00 (0,00)	17	↑
N.E.C. Nijmegen		3	0,18	10,40 (2,67)	10,60 (1,82)	15	↓
PSV Eindhoven		3	0,18	1,90 (1,10)	2,40 (1,34)	2	↑
SC Heerenveen		3	0,18	6,50 (2,84)	7,60 (3,58)	7	↑
1. FC Kaiserslautern		2	0,12	14,70 (4,74)	16,60 (5,37)	16	↓
VfL Bochum		2	0,12	13,80 (5,09)	14,00 (4,30)	19	→
Eintracht Frankfurt		2	0,12	15,00 (3,65)	12,60 (3,21)	19	↓
1. FSV Mainz 05		2	0,12	14,70 (5,25)	13,60 (6,31)	14	↓
Rot-Weiß Essen		2	0,12	19,00 (0,00)	19,00 (0,00)	19	→
VfB Stuttgart		2	0,12	5,60 (3,37)	5,60 (4,16)	8	↑
Esbjerg fB		2	0,12	6,50 (2,59)	7,80 (2,95)	13	↓
Lungby BK		2	0,12	12,30 (1,57)	11,80 (2,17)	11	↓
Odense BK		2	0,12	3,70 (1,49)	2,80 (1,10)	8	↓
1. FC Union Berlin		1	0,06	19,00 (0,00)	19,00 (0,00)	19	→
Arminia Bielefeld		1	0,06	16,30 (2,87)	16,60 (3,05)	19	→
Chemnitzer FC		1	0,06	19,00 (0,00)	19,00 (0,00)	19	→
Fortuna Düsseldorf		1	0,06	19,00 (0,00)	19,00 (0,00)	19	→
TSG Hoffenheim		1	0,06	16,20 (4,64)	13,40 (5,37)	9	↑
Karlsruher SC		1	0,06	18,00 (2,54)	17,00 (3,46)	19	→
VfL Wolfsburg		1	0,06	9,60 (4,58)	8,80 (6,18)	12	↑
AC Horsens		1	0,06	11,10 (2,64)	9,80 (3,11)	4	↑
Lolland-Falster Alliancen		1	0,06	13 (0,00)	13 (0,00)	13	→
Silkeborg IF		1	0,06	10,00 (2,79)	10,20 (3,56)	6	↓
AZ Alkmaar		1	0,06	5,40 (3,63)	4,80 (3,77)	1	↑
Heracles Almelo		1	0,06	14,60 (4,70)	11,40 (4,10)	12	↓
Roda Kerkrade		1	0,06	8,70 (3,37)	9,20 (4,09)	9	↓
Kein Fan eines Vereins im Land		164	9,71				

* Tabellenplatzierungen von Spielzeiten in der 2. Liga oder darunter werden mit "19"

(Deutschland, Niederlande) bzw. "13" (Dänemark) bewertet.

** kurzfristiger Trend (Vergleich Tabellenplatz Ende der Saison 2010/11 und Tabellenplatz Winter 2011/12).

8.4 Mittelwerte und Chi²-Tests zur Frage 2.1 "Motive Stadionbesuch"

	Ich möchte die tolle Atmosphäre genießen.	Ich möchte den Verein, von dem ich Fan bin, gewinnen sehen.	Ich hoffe, viele Tore zu sehen.	Ich möchte den Verein, von dem ich Fan bin, klar gewinnen sehen.	Ich freue mich auf Starspieler.	Ich möchte mich vom Alltag ablenken.	Ich hoffe auf ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang.
Gesamtstichprobe	3,66	3,56	3,35	2,98	2,80	2,73	2,71
Länder		**	***	***	***	*	***
Deutschland	3,65	3,54	3,28	2,96	2,69	2,76	2,54
Dänemark	3,70	3,71	3,48	2,77	3,13	2,76	3,20
Niederlande	3,65	3,52	3,57	3,33	3,03	2,52	3,02
Ort der Befragung	***	**	***		***		***
Stadion	3,69	3,59	3,41	3,02	2,88	2,75	2,80
Stadt (Fußball im TV)	3,58	3,49	3,23	2,92	2,62	2,67	2,51
Interesse am Fußball	***	***	***	***	***	**	***
sehr	3,70	3,66	3,39	3,07	2,84	2,75	2,69
etwas oder weniger	3,39	2,98	3,12	2,46	2,54	2,58	2,83
Fan eines Vereins im Land	***	**	***	***	***	***	***
ja	3,65	3,70	3,38	3,07	2,84	2,76	2,71
nein	2,42	3,17	3,02	1,94	2,38	2,35	2,73
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (01/02-10/11) in oberer Tabellenhälfte					**		
ja	3,67	3,63	3,38	3,10	2,86	2,74	2,68
nein	3,74	3,69	3,37	3,01	2,79	2,80	2,73
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (06/07-10/11) in oberer Tabellenhälfte				**	***	*	
ja	3,68	3,63	3,40	3,12	2,88	2,74	2,71
nein	3,73	3,69	3,34	2,97	2,76	2,80	2,68
Liebblingsverein mit Tabellenplatz (Winterpause 11/12) in oberer Tabellenhälfte				**	**		
ja	3,67	3,63	3,38	3,10	2,87	2,74	2,71
nein	3,74	3,68	3,37	3,01	2,78	2,79	2,69
Liebblingsverein mit hoher Leistungsvolatilität			***		***		***
ja	3,70	3,67	3,34	3,07	2,77	2,77	2,63
nein	3,70	3,62	3,48	3,04	3,05	2,72	2,93
Identifikation mit dem Verein	***	***	***	***	***	***	***
Einfluss auf Lebenszufriedenheit	3,73	3,83	3,43	3,28	2,98	2,97	2,78
Kein Einfluss auf Lebenszufriedenheit	3,49	3,42	3,31	2,82	2,70	2,58	2,67
Geschlecht	*	**			*	*	
Männer	3,66	3,59	3,36	2,98	2,80	2,71	2,72
Frauen	3,64	3,55	3,28	2,95	2,80	2,74	2,68
Alter							***
< 29 Jahre	3,65	3,55	3,34	3,00	2,79	2,71	2,62
30-49 Jahre	3,65	3,58	3,33	2,94	2,77	2,70	2,75
50 Jahre und älter	3,68	3,53	3,43	2,93	2,89	2,84	2,95
Familienstand					*		***
Single	3,63	3,59	3,32	2,97	2,77	2,69	2,66
Verheiratet	3,68	3,51	3,37	2,96	2,84	2,78	2,91
Sonstige	3,66	3,53	3,35	2,96	2,82	2,65	2,57
Haushaltsgröße	**		*		**		**
1 Person	3,59	3,51	3,24	2,89	2,67	2,67	2,65
2 Personen	3,72	3,57	3,36	2,93	2,76	2,68	2,65
3 Personen	3,70	3,57	3,35	2,95	2,80	2,82	2,63
4 Personen	3,63	3,50	3,35	3,00	2,82	2,72	2,86
5 und mehr Personen	3,64	3,67	3,44	3,09	3,04	2,75	2,88
Einkommen				**	***		
< 1501 €	3,65	3,56	3,36	2,99	2,87	2,73	2,67
1501-2500 €	3,66	3,56	3,36	2,99	2,78	2,75	2,68
> 2500 €	3,63	3,55	3,3	2,88	2,71	2,67	2,78
Bildung		***	***	***	***	***	**
gering	3,67	3,66	3,41	3,15	2,96	2,89	2,74
mittel	3,64	3,54	3,26	2,84	2,67	2,64	2,64
hoch	3,62	3,40	3,34	2,82	2,69	2,56	2,71
Erwerbstätigkeit					*		***
erwerbstätig	3,63	3,54	3,32	2,94	2,74	2,72	2,71
Ausbildung / Lehre / Studium	3,66	3,54	3,30	2,95	2,77	2,64	2,57
Pensionär / Rentner	3,83	3,51	3,45	2,98	2,88	2,94	3,24
arbeitslos	3,68	3,65	3,51	3,13	3,11	2,82	2,87
sonstiges	3,89	3,72	3,60	3,19	3,14	2,80	2,94

Anmerkungen: Die Chi²-Tests basieren auf Verteilungsunterschieden in allen Antwortzellen und nicht auf Mittelwertunterschieden; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.

8.5 Mittelwerte und Chi²-Tests zur Frage 2.2 "Motive Fußball im TV"

	Ich möchte die tolle Atmosphäre genießen.	Ich möchte den Verein, von dem ich Fan bin, gewinnen sehen.	Ich hoffe, viele Tore zu sehen.	Ich möchte den Verein, von dem ich Fan bin, klar gewinnen sehen.	Ich freue mich auf Starspieler.	Ich möchte mich vom Alltag ablenken.	Ich hoffe auf ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang.
Gesamtstichprobe	2,70	3,48	3,36	2,95	2,89	2,55	2,82
Länder	***	***	***	***	***	***	***
Deutschland	2,62	3,45	3,31	2,92	2,77	2,60	2,68
Dänemark	2,71	3,65	3,46	2,86	3,26	2,38	3,27
Niederlande	3,09	3,47	3,51	3,22	3,11	2,46	3,00
Ort der Befragung	***	**	***	*	***	*	***
Stadion	2,76	3,52	3,41	2,99	2,97	2,56	2,89
Stadt (Fußball im TV)	2,58	3,38	3,27	2,88	2,72	2,53	2,66
Interesse am Fußball	***	***	***	***	***	**	**
sehr	2,72	3,57	3,39	3,03	2,94	2,58	2,81
etwas oder weniger	2,56	2,95	3,17	2,47	2,60	2,35	2,87
Fan eines Vereins im Land	***	***	**	***	***	*	***
ja	2,72	3,57	3,38	3,02	2,93	2,57	2,82
nein	2,43	2,50	3,21	2,07	2,48	2,35	2,83
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (01/02-10/11) in oberer Tabellenhälfte	*		*				
ja	2,66	3,55	3,36	3,03	2,92	2,51	2,79
nein	2,79	3,58	3,39	3,00	2,93	2,64	2,84
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (06/07-10/11) in oberer Tabellenhälfte			*	*	*	**	
ja	2,69	3,55	3,37	3,04	2,94	2,52	2,82
nein	2,76	3,58	3,38	2,97	2,89	2,64	2,80
Liebblingsverein mit Tabellenplatz (Winterpause 11/12) in oberer Tabellenhälfte	**			**			
ja	2,66	3,54	3,37	3,03	2,96	2,53	2,83
nein	2,78	3,60	3,38	2,99	2,89	2,62	2,79
Liebblingsverein mit hoher Leistungsvolatilität	*		***		***		***
ja	2,68	3,55	3,35	3,01	2,87	2,59	2,76
nein	2,84	3,62	3,45	3,05	3,12	2,48	3,00
Identifikation mit dem Verein	***	***		***	***	***	***
Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,83	3,68	3,39	3,21	3,06	2,77	2,89
Kein Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,62	3,39	3,35	2,82	2,80	2,41	2,78
Geschlecht		*	**		*		
Männer	2,68	3,51	3,38	2,96	2,92	2,53	2,83
Frauen	2,65	3,38	3,29	2,89	2,76	2,54	2,76
Alter	***		*	**			**
< 29 Jahre	2,61	3,49	3,37	2,98	2,88	2,53	2,77
30-49 Jahre	2,68	3,48	3,33	2,91	2,88	2,51	2,82
50 Jahre und älter	2,92	3,47	3,43	2,94	2,89	2,57	3,00
Familienstand			**		***		
Single	2,65	3,50	3,37	2,94	2,91	2,52	2,84
Verheiratet	2,75	3,44	3,34	2,94	2,87	2,56	2,88
Sonstige	2,60	3,48	3,35	2,92	2,90	2,50	2,71
Haushaltsgröße					**		
1 Person	2,66	3,51	3,31	2,90	2,86	2,49	2,77
2 Personen	2,55	3,44	3,34	2,88	2,82	2,45	2,77
3 Personen	2,66	3,51	3,42	2,93	2,87	2,65	2,80
4 Personen	2,82	3,45	3,30	2,96	2,89	2,59	2,92
5 und mehr Personen	2,71	3,56	3,49	3,09	3,12	2,52	2,91
Einkommen		**		***			
< 1501 €	2,62	3,52	3,42	2,98	2,94	2,53	2,84
1501-2500 €	2,73	3,54	3,36	2,96	2,89	2,61	2,79
> 2500 €	2,65	3,38	3,30	2,82	2,83	2,43	2,82
Bildung	***	***	***	***	***	**	**
gering	2,84	3,59	3,45	3,13	3,05	2,66	2,86
mittel	2,53	3,43	3,26	2,79	2,78	2,48	2,74
hoch	2,56	3,33	3,36	2,82	2,79	2,40	2,81
Erwerbstätigkeit	*						***
erwerbstätig	2,67	3,45	3,33	2,89	2,85	2,50	2,78
Ausbildung / Lehre / Studium	2,55	3,51	3,38	2,97	2,90	2,52	2,80
Pensionär / Rentner	2,98	3,48	3,40	2,92	2,69	2,80	3,26
arbeitslos	2,73	3,51	3,51	3,08	3,13	2,66	2,96
sonstiges	2,83	3,77	3,60	3,15	3,21	2,71	3,21

Anmerkungen: Die Chi²-Tests basieren auf Verteilungsunterschieden in allen Antwortzellen und nicht auf Mittelwertunterschieden; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.

8.6 Mittelwerte und Chi²-Tests zur Frage 3.1 "Subjektive Spannung"

		Es ist vor einem Spiel völlig unklar, wer gewinnt.	Heim- und Auswärtsteams gewinnen gleich häufig.	Es gibt in keinem Spiel eindeutige Außenseiter.	Der Kampf um die Meisterschaft ist lange spannend.	Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Champions League ist lange spannend.	Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Europa League ist lange spannend.	Der Kampf gegen den Abstieg ist lange spannend.	Es werden immer wieder andere Teams Meister.	Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Champions League.	Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Europa League.	Es steigen immer wieder andere Teams ab.
Gesamtstichprobe		2,86	2,37	2,32	2,79	3,13	3,18	3,29	2,56	2,71	2,89	2,81
Länder		***	***	**	***	***	***	***	***	***	***	***
	Deutschland	2,89	2,36	2,36	2,89	3,17	3,17	3,36	2,67	2,76	2,92	2,87
	Dänemark	2,58	2,45	2,18	1,80	2,70	3,07	3,15	1,60	2,32	2,66	2,56
	Niederlande	3,05	2,29	2,29	3,44	3,39	3,35	3,09	3,1	2,85	2,95	2,81
Ort der Befragung		**		***	***	*			***	***		**
	Stadion	2,89	2,39	2,36	2,80	3,14	3,19	3,28	2,56	2,72	2,88	2,78
	Stadt (Fußball im TV)	2,81	2,31	2,25	2,85	3,16	3,16	3,31	2,64	2,69	2,91	2,88
Interesse am Fußball		**	*	**		***	***	***	**	***	***	**
	sehr	2,88	2,38	2,34	2,81	3,17	3,22	3,33	2,59	2,73	2,92	2,83
	etwas oder weniger	2,73	2,29	2,19	2,65	2,84	2,88	3,03	2,39	2,49	2,64	2,67
Fan eines Vereins im Land		**		*		***	**	***	*	***		*
	ja	2,87	2,38	2,33	2,81	3,15	3,19	3,30	2,57	2,72	2,90	2,83
	nein	2,68	2,26	2,14	2,64	2,86	2,99	3,11	2,51	2,58	2,7	2,65
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (01/02-10/11) in oberer Tabellenhälfte		**				**						
	ja	2,83	2,38	2,32	2,84	3,15	3,20	3,29	2,60	2,75	2,91	2,82
	nein	2,94	2,38	2,35	2,77	3,15	3,18	3,31	2,55	2,68	2,89	2,84
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (06/07-10/11) in oberer Tabellenhälfte		*			***	***	**		**	***	*	
	ja	2,85	2,37	2,31	2,89	3,18	3,22	3,28	2,63	2,76	2,92	2,84
	nein	2,91	2,39	2,38	2,68	3,10	3,14	3,33	2,48	2,65	2,87	2,81
Liebblingsverein mit Tabellenplatz (Winterpause 11/12) in oberer Tabellenhälfte			**	*	*	**			***	**		
	ja	2,84	2,34	2,28	2,87	3,18	3,21	3,28	2,61	2,74	2,91	2,85
	nein	2,92	2,43	2,41	2,74	3,12	3,17	3,33	2,53	2,69	2,88	2,80
Liebblingsverein mit hoher Leistungsvolatilität				**		**		***	***	**		*
	ja	2,89	2,37	2,34	2,88	3,17	3,19	3,34	2,63	2,75	2,92	2,86
	nein	2,81	2,40	2,32	2,59	3,08	3,19	3,18	2,40	2,64	2,85	2,72
Identifikation mit dem Verein		***	***	**	***	***	***	***	***	***	***	***
	Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,94	2,52	2,40	2,82	3,19	3,26	3,38	2,65	2,84	3,03	2,89
	Kein Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,80	2,28	2,26	2,76	3,09	3,12	3,23	2,50	2,62	2,8	2,77
Geschlecht		*		***	**	**	***				***	
	Männer	2,84	2,37	2,33	2,78	3,15	3,21	3,31	2,56	2,72	2,91	2,81
	Frauen	2,89	2,31	2,20	2,88	3,03	3,03	3,20	2,56	2,67	2,76	2,83
Alter		***		***	***	***	*			*	**	
	< 29 Jahre	2,79	2,34	2,26	2,78	3,12	3,18	3,34	2,57	2,73	2,92	2,83
	30-49 Jahre	2,88	2,37	2,33	2,76	3,09	3,15	3,23	2,53	2,64	2,82	2,81
	50 Jahre und älter	3,02	2,40	2,41	2,99	3,30	3,26	3,31	2,65	2,83	2,94	2,78
Familienstand		**		**	***	**	**	***	*		*	
	Single	2,81	2,34	2,25	2,73	3,12	3,19	3,32	2,50	2,69	2,90	2,85
	Verheiratet	2,94	2,40	2,41	2,93	3,16	3,15	3,23	2,66	2,74	2,89	2,79
	Sonstige	2,76	2,31	2,26	2,69	3,09	3,18	3,32	2,49	2,65	2,84	2,76
Haushaltsgröße					**							
	1 Person	2,79	2,38	2,27	2,66	3,15	3,21	3,29	2,41	2,64	2,87	2,79
	2 Personen	2,83	2,31	2,25	2,76	3,10	3,16	3,33	2,57	2,66	2,85	2,82
	3 Personen	2,88	2,29	2,36	2,79	3,15	3,16	3,32	2,60	2,74	2,88	2,84
	4 Personen	2,88	2,45	2,38	2,87	3,10	3,19	3,27	2,63	2,74	2,95	2,84
	5 und mehr Personen	2,82	2,29	2,24	2,92	3,16	3,16	3,29	2,58	2,75	2,89	2,80
Einkommen		**	**		**	**	**		***	**	*	*
	< 1501 €	2,80	2,30	2,33	2,85	3,15	3,21	3,33	2,63	2,75	2,93	2,87
	1501-2500 €	2,89	2,36	2,33	2,74	3,16	3,19	3,31	2,56	2,72	2,87	2,79
	> 2500 €	2,84	2,35	2,30	2,66	3,04	3,09	3,23	2,39	2,58	2,80	2,73
Bildung		***	***	***	***				*	*		*
	gering	2,94	2,45	2,43	2,86	3,16	3,22	3,31	2,56	2,77	2,93	2,86
	mittel	2,77	2,29	2,25	2,70	3,09	3,13	3,28	2,50	2,65	2,85	2,79
	hoch	2,80	2,27	2,17	2,85	3,12	3,16	3,28	2,66	2,64	2,83	2,78
Erwerbstätigkeit		**	***	**	***	***	***		***	***	***	
	erwerbstätig	2,86	2,36	2,30	2,72	3,08	3,14	3,27	2,49	2,66	2,84	2,79
	Ausbildung / Lehre / Studium	2,77	2,16	2,23	2,85	3,19	3,24	3,33	2,63	2,68	2,93	2,77
	Pensionär / Rentner	2,90	2,65	2,65	3,18	3,57	3,52	3,47	3,08	3,12	3,25	2,94
	arbeitslos	2,77	2,50	2,33	2,69	2,95	2,97	3,19	2,52	2,77	2,95	2,98
	sonstiges	3,03	2,41	2,48	2,94	3,38	3,50	3,50	2,68	3,03	3,12	3,09

Anmerkungen: Die Chi²-Tests basieren auf Verteilungsunterschieden in allen Antwortzellen und nicht auf Mittelwertunterschieden;
Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.

8.7 Mittelwerte und Chi²-Tests zur Frage 3.2 "Bedeutung der Spannung"

		Es ist vor einem Spiel völlig unklar, wer gewinnt.	Heim- und Auswärtsteams gewinnen gleich häufig.	Es gibt in keinem Spiel eindeutige Außenseiter.	Der Kampf um die Meisterschaft ist lange spannend.	Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Champions League ist lange spannend.	Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Europa League ist lange spannend.	Der Kampf gegen den Abstieg ist lange spannend.	Es werden immer wieder andere Teams Meister.	Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Champions League.	Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Europa League.	Es steigen immer wieder andere Teams ab.
Gesamtstichprobe		2,92	2,42	2,62	3,05	3,05	2,99	3,09	2,88	2,87	2,82	2,81
Länder		***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	Deutschland	2,91	2,39	2,66	3,15	3,07	2,96	3,13	2,98	2,89	2,78	2,85
	Dänemark	2,81	2,52	2,52	2,28	2,72	2,92	2,94	2,06	2,54	2,74	2,63
	Niederlande	3,07	2,45	2,54	3,37	3,30	3,26	3,04	3,23	3,10	3,16	2,79
Ort der Befragung		***	***	**	***	*			***	***	***	
	Stadion	2,97	2,50	2,66	3,04	3,07	3,02	3,08	2,88	2,91	2,90	2,84
	Stadt (Fußball im TV)	2,82	2,24	2,52	3,12	3,02	2,94	3,11	2,94	2,79	2,66	2,78
Interesse am Fußball		**		**	***	**	***	***	***	***	***	***
	sehr	2,94	2,43	2,65	3,08	3,09	3,03	3,13	2,91	2,91	2,86	2,84
	etwas oder weniger	2,77	2,33	2,45	2,81	2,72	2,72	2,82	2,63	2,52	2,53	2,6
Fan eines Vereins im Land		***	**	**		***	***		***	***	***	*
	ja	2,94	2,44	2,64	3,06	3,08	3,02	3,10	2,89	2,90	2,85	2,83
	nein	2,65	2,18	2,37	2,89	2,73	2,61	2,88	2,68	2,46	2,48	2,59
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (01/02-10/11) in oberer Tabellenhälfte								***				
	ja	2,93	2,43	2,65	3,08	3,11	3,05	3,04	2,91	2,92	2,87	2,79
	nein	2,96	2,42	2,62	3,05	3,04	2,99	3,19	2,87	2,85	2,81	2,88
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (06/07-10/11) in oberer Tabellenhälfte					*	**	**	***	**	**	**	**
	ja	2,93	2,43	2,62	3,10	3,12	3,06	3,04	2,93	2,93	2,89	2,78
	nein	2,95	2,43	2,66	3,01	3,00	2,95	3,20	2,83	2,82	2,78	2,90
Liebblingsverein mit Tabellenplatz (Winterpause 11/12) in oberer Tabellenhälfte								***		**		**
	ja	2,93	2,39	2,59	3,10	3,12	3,04	3,04	2,93	2,93	2,88	2,76
	nein	2,94	2,47	2,69	3,02	3,02	3,00	3,18	2,85	2,84	2,80	2,91
Liebblingsverein mit hoher Leistungsvolatilität			**		***			*	***			
	ja	2,94	2,40	2,61	3,13	3,09	3,01	3,13	2,95	2,91	2,83	2,84
	nein	2,93	2,52	2,71	2,86	3,02	3,06	3,01	2,71	2,83	2,91	2,79
Identifikation mit dem Verein		***	***	***	***	***	***	*	**	***	***	***
	Einfluss auf Lebenszufriedenheit	3,03	2,53	2,71	3,11	3,14	3,09	3,13	2,94	2,98	2,96	2,88
	Kein Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,84	2,35	2,56	3,00	3,00	2,94	3,06	2,84	2,79	2,74	2,77
Geschlecht					**	***						
	Männer	2,92	2,43	2,63	3,04	3,08	3,03	3,10	2,88	2,87	2,83	2,80
	Frauen	2,88	2,33	2,51	3,09	2,93	2,86	3,03	2,88	2,82	2,76	2,82
Alter		*		**	**		*	*				
	< 29 Jahre	2,90	2,38	2,69	3,12	3,11	3,03	3,10	2,95	2,89	2,83	2,82
	30-49 Jahre	2,88	2,41	2,52	2,97	2,98	2,95	3,06	2,82	2,81	2,78	2,80
	50 Jahre und älter	3,04	2,52	2,59	3,04	3,07	3,01	3,10	2,80	2,88	2,83	2,73
Familienstand									*			
	Single	2,87	2,38	2,60	3,05	3,06	3,00	3,10	2,87	2,85	2,83	2,80
	Verheiratet	2,98	2,49	2,63	3,06	3,05	3,00	3,07	2,84	2,87	2,82	2,77
	Sonstige	2,88	2,31	2,59	3,03	3,04	2,97	3,07	2,91	2,85	2,77	2,83
Haushaltsgröße												
	1 Person	2,83	2,34	2,55	2,93	2,97	2,97	3,06	2,77	2,82	2,80	2,78
	2 Personen	2,92	2,37	2,61	3,08	3,03	2,98	3,11	2,91	2,79	2,74	2,80
	3 Personen	2,91	2,40	2,61	3,10	3,06	2,95	3,09	2,95	2,93	2,84	2,84
	4 Personen	2,92	2,39	2,61	3,03	3,10	2,99	3,09	2,84	2,88	2,87	2,75
	5 und mehr Personen	2,92	2,49	2,65	3,05	3,10	3,05	3,10	2,83	2,87	2,80	2,77
Einkommen		***	**	***	***	***	***	**	***	**	***	*
	< 1501 €	2,95	2,37	2,66	3,12	3,13	3,05	3,13	2,95	2,92	2,85	2,84
	1501-2500 €	2,94	2,39	2,63	3,08	3,04	2,99	3,18	2,96	2,87	2,85	2,87
	> 2500 €	2,84	2,42	2,51	2,88	2,95	2,91	3,00	2,68	2,76	2,72	2,73
Bildung		**	**	***							**	
	gering	2,94	2,48	2,67	3,06	3,08	3,04	3,12	2,89	2,91	2,90	2,82
	mittel	2,87	2,34	2,59	3,05	3,08	2,96	3,09	2,89	2,84	2,78	2,80
	hoch	2,88	2,31	2,49	3,06	2,97	2,94	3,04	2,88	2,80	2,73	2,79
Erwerbstätigkeit		**	***		***	**	*					
	erwerbstätig	2,88	2,39	2,58	2,97	3,00	2,95	3,06	2,80	2,82	2,79	2,77
	Ausbildung / Lehre / Studium	2,91	2,29	2,63	3,17	3,14	3,05	3,11	3,00	2,92	2,82	2,84
	Pensionär / Rentner	3,04	2,80	2,72	3,30	3,29	3,21	3,21	2,90	2,90	2,92	2,80
	arbeitslos	2,98	2,47	2,69	2,86	2,91	2,94	2,98	2,79	2,84	2,85	2,93
	sonstiges	3,28	2,66	2,77	3,45	3,38	3,16	3,33	3,21	3,12	3,00	2,97

Anmerkungen: Die Chi²-Tests basieren auf Verteilungsunterschieden in allen Antwortzellen und nicht auf Mittelwertunterschieden;
Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.

8.8 Mittelwerte und Chi2-Tests zur Frage 3.3 "Entwicklung der Spannung"

	Die Liga ist spannend.	Die Liga ist spannender geworden.
Gesamtstichprobe	2,92	2,42
Länder	***	***
Deutschland	2,91	2,39
Dänemark	2,81	2,52
Niederlande	3,07	2,45
Ort der Befragung	***	***
Stadion	2,97	2,50
Stadt (Fußball im TV)	2,82	2,24
Interesse am Fußball	**	
sehr	2,94	2,43
etwas oder weniger	2,77	2,33
Fan eines Vereins im Land	***	**
ja	2,94	2,44
nein	2,65	2,18
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (01/02-10/11) in oberer Tabellenhälfte	***	
ja	3,40	3,16
nein	3,50	3,26
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (06/07-10/11) in oberer Tabellenhälfte	**	
ja	3,40	3,18
nein	3,51	3,23
Liebblingsverein mit Tabellenplatz (Winterpause 11/12) in oberer Tabellenhälfte		
ja	3,41	3,19
nein	3,48	3,21
Liebblingsverein mit hoher Leistungsvolatilität	***	***
ja	3,52	3,26
nein	3,18	3,02
Identifikation mit dem Verein	***	***
Einfluss auf Lebenszufriedenheit	3,03	2,53
Kein Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,84	2,35
Geschlecht		
Männer	2,92	2,43
Frauen	2,88	2,33
Alter	*	
< 29 Jahre	2,90	2,38
30-49 Jahre	2,88	2,41
50 Jahre und älter	3,04	2,52
Familienstand		
Single	2,87	2,38
Verheiratet	2,98	2,49
Sonstige	2,88	2,31
Haushaltsgröße		
1 Person	2,83	2,34
2 Personen	2,92	2,37
3 Personen	2,91	2,40
4 Personen	2,92	2,39
5 und mehr Personen	2,92	2,49
Einkommen	***	
< 1501 €	2,95	2,37
1501-2500 €	2,94	2,39
> 2500 €	2,84	2,42
Bildung	**	**
gering	2,94	2,48
mittel	2,87	2,34
hoch	2,88	2,31
Erwerbstätigkeit	**	***
erwerbstätig	2,88	2,39
Ausbildung / Lehre / Studium	2,91	2,29
Pensionär / Rentner	3,04	2,80
arbeitslos	2,98	2,47
sonstiges	3,28	2,66

Anmerkungen: Die χ^2 -Tests basieren auf Verteilungsunterschieden in allen Antwortzellen und nicht auf Mittelwertunterschieden; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.

8.9 Mittelwerte und Chi2-Tests zu den Fragen 4.2 und 4.3 "Zahlungsbereitschaft"

		Zahlungsbereitschaft, um die Spannung zu erhöhen.	Zahlungsbereitschaft, um die Spannung aufrechtzuerhalten.
Gesamtstichprobe		1,31	1,17
Länder		***	***
	Deutschland	1,22	1,20
	Dänemark	1,79	1,05
	Niederlande	1,25	1,16
Ort der Befragung		*	
	Stadion	1,39	1,19
	Stadt (Fußball im TV)	1,17	1,16
Interesse am Fußball			**
	sehr	1,33	1,21
	etwas oder weniger	1,18	0,97
Fan eines Vereins im Land			
	ja	1,32	1,18
	nein	1,12	0,97
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (01/02-10/11) in oberer Tabellenhälfte			
	ja	1,32	1,20
	nein	1,32	1,16
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (06/07-10/11) in oberer Tabellenhälfte			
	ja	1,32	1,19
	nein	1,33	1,18
Liebblingsverein mit Tabellenplatz (Winterpause 11/12) in oberer Tabellenhälfte			
	ja	1,27	1,15
	nein	1,39	1,23
Liebblingsverein mit hoher Leistungsvolatilität		***	*
	ja	1,32	1,20
	nein	1,33	1,12
Identifikation mit dem Verein		***	***
	Einfluss auf Lebenszufriedenheit	1,66	1,50
	Kein Einfluss auf Lebenszufriedenheit	1,11	0,97
Geschlecht		***	***
	Männer	1,39	1,23
	Frauen	1,00	0,88
Alter		***	
	< 29 Jahre	1,39	1,28
	30-49 Jahre	1,26	1,08
	50 Jahre und älter	1,12	0,93
Familienstand		***	**
	Single	1,47	1,32
	Verheiratet	1,21	1,06
	Sonstige	1,13	0,97
Haushaltsgröße			
	1 Person	1,38	1,12
	2 Personen	1,11	1,00
	3 Personen	1,19	1,06
	4 Personen	1,31	1,19
	5 und mehr Personen	1,49	1,36
Einkommen			
	< 1501 €	1,29	1,19
	1501-2500 €	1,26	1,15
	> 2500 €	1,32	1,09
Bildung			
	gering	1,45	1,24
	mittel	1,14	1,05
	hoch	1,19	1,13
Erwerbstätigkeit			
	erwerbstätig	1,30	1,09
	Ausbildung / Lehre / Studium	1,14	1,16
	Pensionär / Rentner	1,26	1,07
	arbeitslos	1,41	1,27
	sonstiges	1,06	1,03

Anmerkungen: Die χ^2 -Tests basieren auf Verteilungsunterschieden in allen Antwortzellen und nicht auf Mittelwertunterschieden; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.

8.10 Mittelwerte und Chi²-Tests zur Frage 5.1 "Einflussfaktoren auf die Spannung"

	Umverteilung von TV-Geldern erhöht die Spannung.	Die Möglichkeit von Auf- und Abstieg erhöht die Spannung.	Eine größere Anzahl an Teams in einem Wettbewerb erhöht die Spannung.	Die UEFA Champions League verringert die Spannung in den nationalen Ligen.	Die UEFA Europa League verringert die Spannung in den nationalen Ligen.	Investoren im Fußball verringern die Spannung der Wettbewerbe.
Gesamtstichprobe	2,95	3,43	2,84	2,36	2,35	2,88
Länder	***	***	***	***	***	***
Deutschland	2,96	3,46	2,84	2,37	2,38	2,95
Dänemark	2,86	3,27	2,95	2,30	2,19	2,58
Niederlande	2,97	3,49	2,71	2,39	2,36	2,86
Ort der Befragung	**		***	***	***	**
Stadion	2,95	3,45	2,84	2,37	2,34	2,84
Stadt (Fußball im TV)	2,97	3,43	2,84	2,36	2,40	2,98
Interesse am Fußball	***	***	***	***	***	***
sehr	2,91	3,44	2,84	2,29	2,27	2,87
etwas oder weniger	3,16	3,43	2,87	2,81	2,82	2,97
Fan eines Vereins im Land	**	**	***	***	***	***
ja	2,93	3,43	2,84	2,33	2,31	2,87
nein	3,15	3,54	2,86	2,74	2,78	3,07
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (01/02-10/11) in oberer Tabellenhälfte		*				
ja	2,95	3,37	2,87	2,33	2,30	2,88
nein	2,90	3,50	2,79	2,32	2,32	2,84
Liebblingsverein mit Ø-Tabellenplatz (06/07-10/11) in oberer Tabellenhälfte			**			
ja	2,94	3,39	2,84	2,33	2,29	2,88
nein	2,90	3,49	2,84	2,32	2,33	2,83
Liebblingsverein mit Tabellenplatz (Winterpause 11/12) in oberer Tabellenhälfte			**			
ja	2,96	3,41	2,84	2,33	2,31	2,87
nein	2,88	3,45	2,83	2,31	2,31	2,85
Liebblingsverein mit hoher Leistungsvolatilität	***	***	***	***	***	***
ja	2,94	3,48	2,85	2,33	2,32	2,90
nein	2,87	3,25	2,80	2,32	2,26	2,74
Identifikation mit dem Verein	***		***	***	***	***
Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,97	3,40	2,92	2,44	2,37	3,01
Kein Einfluss auf Lebenszufriedenheit	2,90	3,44	2,79	2,30	2,31	2,80
Geschlecht	***	***	***	***	***	***
Männer	2,91	3,41	2,80	2,26	2,24	2,83
Frauen	3,04	3,48	2,97	2,71	2,73	3,06
Alter			***			
< 29 Jahre	2,97	3,46	2,89	2,35	2,35	2,96
30-49 Jahre	2,90	3,41	2,78	2,32	2,30	2,81
50 Jahre und älter	2,92	3,35	2,77	2,43	2,4	2,81
Familienstand					**	**
Single	2,98	3,44	2,91	2,35	2,33	2,94
Verheiratet	2,92	3,39	2,76	2,37	2,34	2,76
Sonstige	2,93	3,42	2,78	2,35	2,31	2,92
Haushaltsgröße						
1 Person	2,85	3,42	2,87	2,24	2,24	2,94
2 Personen	2,90	3,40	2,73	2,33	2,29	2,87
3 Personen	2,96	3,47	2,90	2,39	2,40	2,85
4 Personen	2,97	3,48	2,82	2,31	2,32	2,84
5 und mehr Personen	3,01	3,39	2,85	2,36	2,39	2,87
Einkommen	**	**	*	***	***	***
< 1501 €	3,04	3,46	2,84	2,35	2,37	2,94
1501-2500 €	2,96	3,44	2,91	2,35	2,31	2,89
> 2500 €	2,73	3,34	2,75	2,27	2,27	2,76
Bildung			**	***	***	
gering	2,96	3,46	2,92	2,50	2,48	2,88
mittel	2,95	3,44	2,81	2,26	2,26	2,91
hoch	2,90	3,39	2,73	2,20	2,17	2,79
Erwerbstätigkeit	***		*	*	*	
erwerbstätig	2,88	3,39	2,82	2,33	2,31	2,81
Ausbildung / Lehre / Studium	2,91	3,47	2,80	2,11	2,11	2,89
Pensionär / Rentner	3,16	3,57	2,71	2,53	2,44	3,09
arbeitslos	3,10	3,33	2,94	2,61	2,69	3,04
sonstiges	3,17	3,44	2,89	2,50	2,36	2,97

Anmerkungen: Die Chi²-Tests basieren auf Verteilungsunterschieden in allen Antwortzellen und nicht auf Mittelwertunterschieden; Signifikanzniveau: *** 1%-Niveau; ** 5%-Niveau; * 10%-Niveau.

8.11 Deutscher Fragebogen

Fragebogen zur Spannung im europäischen Profifußball



Deutsche
Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne

Im Rahmen eines europaweiten Forschungsprojektes möchten wir etwas über Ihre Einschätzung zur Spannung in den Fußballwettbewerben und deren persönliche Bedeutung für Sie erfahren. Das Ausfüllen des Fragebogens dauert ca. **10 Minuten!** Durch Ihre Teilnahme helfen sie den Verantwortlichen im Europäischen Profifußball, die Struktur der Wettbewerbe zu optimieren.

Der Fragebogen wird anonym ausgewertet. Es sind keine Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich.

1. Ihr Bezug zum Profifußball

1.1 Wie groß ist Ihr Interesse am Fußball im Allgemeinen?	Interessiert mich...			
	sehr	etwas	weniger	gar nicht
	☐	☐	☐	☐

1.2 Wie groß ist Ihr Interesse an verschiedenen Ligen / Wettbewerben im Profifußball?	Interessiert mich...			
	sehr	etwas	weniger	gar nicht
1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Fußball EM- oder WM-Qualifikation:	☐	☐	☐	☐
Fußball EM:	☐	☐	☐	☐
Fußball WM:	☐	☐	☐	☐
Sonstige 1: _____	☐	☐	☐	☐
Sonstige 2: _____	☐	☐	☐	☐

1.3 Sind Sie Fan eines deutschen und / oder eines ausländischen Fußballvereins?	Fan		
	Ja	Name des Vereins	Nein
Ich bin Fan eines Vereins in der 1. Fußball Bundesliga:	☐	_____	☐
Ich bin Fan eines ausländischen Vereins:	☐		☐

1.4 Wie sehr identifizieren Sie sich mit Ihrem Verein?	Trifft auf mich...			
	voll zu	eher zu	eher nicht zu	nicht zu
Wenn mein Verein <u>gewinnt</u> , geht es mir am Tag des Spiels besser als sonst.	☐	☐	☐	☐
Wenn mein Verein <u>verliert</u> , geht es mir am Tag des Spiels schlechter als sonst.	☐	☐	☐	☐
Die Leistung meines Vereins hat <u>einen</u> Einfluss darauf, wie zufrieden ich, alles in allem, mit meinem Leben bin.	☐	☐	☐	☐

1.5 Sind Sie Mitglied eines deutschen und / oder eines ausländischen Fußballvereins?

Mitglied

	Ja	Name des Vereins	Nein
Ich bin Mitglied eines Vereins in der 1. Fußball Bundesliga:	☐		☐
Ich bin Mitglied eines ausländischen Vereins:	☐		☐

1.6 Haben Sie eine Dauerkarte?

Fußballspiele im Stadion

Ja Name des Vereins Nein

1.7 Wenn Sie an die letzte Saison denken, wie häufig haben Sie Fußballspiele im Stadion live gesehen?

	1 mal	2-5 mal	6-10 mal	11-20 mal	21 oder mehr	mal nie
In der 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sonstige: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.8 Wie oft waren dies Spiele des Vereins, von dem Sie Fan sind?

	immer	meistens	selten	nie
In der 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Sonstige: _____	☐	☐	☐	☐

1.9 Wenn Sie an die letzte Saison denken, wie häufig haben Sie Fußballspiele im Fernsehen live gesehen?

Fußballspiele im Fernsehen

	1 mal	2-5 mal	6-10 mal	11-20 mal	21 oder mehr	mal nie
In der 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sonstige: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.10 Wie oft waren dies Spiele des Vereins, von dem Sie Fan sind?

	immer	meistens	selten	nie
In der 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Sonstige: _____	☐	☐	☐	☐

1.11 Wo haben Sie den überwiegenden Teil der Spiele gesehen?

	in einer Kneipe / Bar	im <u>Pay-TV</u> zu Hause/bei Freunden	im <u>Free-TV</u> zu Hause/bei Freunden	sonstige
In der 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
In der UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Sonstige: _____	☐	☐	☐	☐

2. Warum schauen Sie sich Fußballspiele im Stadion und/oder im Fernsehen an

2.1 Was sind die Hauptgründe dafür, dass Sie sich Fußballspiele <u>im Stadion</u> anschauen?	Trifft auf mich...			
	voll zu	eher zu	eher nicht zu	nicht zu
Ich möchte den Verein, von dem ich Fan bin, gewinnen sehen.	☐	☐	☐	☐
Ich möchte mein den Verein, von dem ich Fan bin, <u>klar</u> gewinnen sehen.	☐	☐	☐	☐
Ich hoffe auf ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang.	☐	☐	☐	☐
Ich hoffe, viele Tore zu sehen.	☐	☐	☐	☐
Ich freue mich auf Starspieler.	☐	☐	☐	☐
Ich möchte die tolle Atmosphäre genießen.	☐	☐	☐	☐
Ich möchte mich vom Alltag ablenken.	☐	☐	☐	☐
Sonstige Gründe:	☐	☐	☐	☐

2.2 Was sind die Hauptgründe dafür, dass Sie sich Fußballspiele <u>im Fernsehen</u> anschauen?	Trifft auf mich...			
	voll zu	eher zu	eher nicht zu	nicht zu
Ich möchte den Verein, von dem ich Fan bin, gewinnen sehen.	☐	☐	☐	☐
Ich möchte den Verein, von dem ich Fan bin, <u>klar</u> gewinnen sehen.	☐	☐	☐	☐
Ich hoffe auf ein spannendes Spiel mit knappem Ausgang.	☐	☐	☐	☐
Ich hoffe, viele Tore zu sehen.	☐	☐	☐	☐
Ich freue mich auf Starspieler.	☐	☐	☐	☐
Ich möchte die tolle Atmosphäre genießen.	☐	☐	☐	☐
Ich möchte mich vom Alltag ablenken.	☐	☐	☐	☐
Sonstige Gründe:	☐	☐	☐	☐

3. Ihre Einschätzung zur Spannung in der 1. Fußball Bundesliga

3.1 Wenn Sie an die vergangenen Spielzeiten denken, was trifft Ihrer Meinung nach auf die 1. Fußball Bundesliga zu?	Ich stimme...				
	voll zu	eher zu	eher nicht zu	nicht zu	weiß nicht
Es ist vor einem Spiel völlig <u>unklar</u> , wer gewinnt.	☐	☐	☐	☐	☐
Heim- und Auswärtsteams gewinnen gleich häufig.	☐	☐	☐	☐	☐
Es gibt in <u>keinem</u> Spiel eindeutige Außenseiter.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf um die Meisterschaft ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Champions League ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Europa League ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf gegen den Abstieg ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Es werden immer wieder andere Teams Meister.	☐	☐	☐	☐	☐
Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Champions League.	☐	☐	☐	☐	☐
Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Europa League.	☐	☐	☐	☐	☐
Es steigen immer wieder andere Teams ab.	☐	☐	☐	☐	☐

3.2 Wie wichtig sind die unter 3.1 genannten Aspekte für Ihr Interesse an der 1. Fußball Bundesliga?

Wichtigkeit für mein Interesse...

	sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	nicht wichtig	weiß nicht
Es ist vor einem Spiel völlig <u>unklar</u> , wer gewinnt.	☐	☐	☐	☐	☐
Heim- und Auswärtsteams gewinnen gleich häufig.	☐	☐	☐	☐	☐
Es gibt in <u>keinem</u> Spiel eindeutige Außenseiter.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf um die Meisterschaft ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Champions League ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf um die Qualifikationsplätze für die UEFA Europa League ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Der Kampf gegen den Abstieg ist lange spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Es werden immer wieder andere Teams Meister.	☐	☐	☐	☐	☐
Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Champions League.	☐	☐	☐	☐	☐
Es qualifizieren sich immer wieder andere Teams für die UEFA Europa League.	☐	☐	☐	☐	☐
Es steigen immer wieder andere Teams ab.	☐	☐	☐	☐	☐

3.3 Wenn Sie an die vergangenen Spielzeiten denken, wie schätzen Sie zusammenfassend die Spannung in der 1. Fußball Bundesliga ein?

Ich stimme...

	voll zu	eher zu	eher nicht zu	nicht zu	weiß nicht
Die 1. Fußball Bundesliga ist spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Die 1. Fußball Bundesliga ist spannender geworden.	☐	☐	☐	☐	☐

3.4 Wenn Sie an die vergangenen Spielzeiten denken, wie würden Sie die 1. Fußball Bundesliga auf einer Skala von 0 (gar nicht spannend) bis 10 (sehr spannend) einordnen?

Spannungsgrad

spannend, emotional:											
	gar nicht spannend...						...sehr spannend				
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Die 1. Fußball Bundesliga ist:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Persönliche Konsequenzen

4.1 Ab welchem Spannungsgrad würden Sie kein Spiel mehr anschauen oder das Interesse an der 1. Fußball Bundesliga verlieren?

Spannungsgrad

	gar nicht spannend...					...sehr spannend					hat keinen Einfluss
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ab diesem Spannungsgrad würde ich kein Spiel mehr <u>im Stadion</u> anschauen:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ab diesem Spannungsgrad würde ich kein Spiel mehr <u>im Fernsehen</u> anschauen:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ab diesem Spannungsgrad verliere ich mein <u>Interesse</u> an der 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4.2 Stellen Sie sich vor, Sie könnten mit einem finanziellen Beitrag die Spannung in der 1. Fußball Bundesliga erhöhen!

	0€	1-2€	3-5€	6-10€	11-15€	16-20€	21€ und mehr
Ich wäre bereit, soviel mehr pro Stadionticket pro Spiel zu zahlen:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4.3 Stellen Sie sich vor, Sie könnten mit einem finanziellen Beitrag dafür sorgen, dass die Spannung in der 1. Fußball Bundesliga zukünftig nicht abnimmt!

	0€	1-2€	3-5€	6-10€	11-15€	16-20€	21€ und mehr
Ich wäre bereit, soviel mehr pro Stadionticket pro Spiel zu zahlen:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5. Ihre Einschätzung zu den Einflussfaktoren auf die Spannung

	Ich stimme...				
	voll zu	eher zu	eher nicht zu	nicht zu	weiß nicht
Die Zentralvermarktung und Umverteilung von TV-Geldern <u>erhöht</u> die Spannung.	☐	☐	☐	☐	☐
Die Möglichkeit von Auf- und Abstieg <u>erhöht</u> die Spannung.	☐	☐	☐	☐	☐
Eine größere Anzahl an Teams in einem Wettbewerb <u>erhöht</u> die Spannung.	☐	☐	☐	☐	☐
Die UEFA Champions League <u>verringert</u> die Spannung in den nationalen Ligen.	☐	☐	☐	☐	☐
Die UEFA Europa League <u>verringert</u> die Spannung in den nationalen Ligen.	☐	☐	☐	☐	☐
Investoren im Fußball <u>verringern</u> die Spannung der Wettbewerbe.	☐	☐	☐	☐	☐
Ich sehe sonstige Einflussfaktoren, die die Spannung der Wettbewerbe <u>verringern</u> :	☐	☐	☐	☐	☐

6. Ein paar Angaben zu Ihrer Person

6.1 Postleitzahl Ihres Wohnortes: _____

6.2 Ihr Geschlecht: männlich ☐ weiblich ☐

6.3 Ihr Geburtsjahr: 19__

6.4 Ihr Familienstand:

- Single..... ☐
 verheiratet..... ☐
 Sonstige..... ☐

6.5 Wie viele Personen Leben in Ihrem Haushalt: _____

6.6 Ihr höchster Bildungsabschluss:

- Noch keinen Abschluss, ich gehe noch zur Schule.. ☐ O
 Schule ohne Abschluss verlassen..... ☐ O
 Hauptschulabschluss..... ☐ O
 Mittlere Reife, Realschulabschluss..... ☐ O
 Abitur oder Fachabitur..... ☐ O
 abgeschlossenes Hochschulstudium..... ☐ O
 Doktor..... ☐ O
 sonstiger _____

6.7 Üben Sie derzeit eine Erwerbstätigkeit aus? Was trifft für Sie zu?

- Voll erwerbstätig..... ☐ O
 In Teilzeitbeschäftigung..... ☐ O
 In Ausbildung / Lehre ☐ O
 Im Studium..... ☐ O
 Arbeitslos..... ☐ O
 Pensionär / Rentner..... ☐ O
 freiwillig nicht erwerbstätig..... ☐ O
 sonstiges _____

6.8 Wenn man alle Ihre Einkünfte zusammennimmt: Wie hoch ist Ihr Netto-Haushaltseinkommen nach Abzug von Steuern und Sozialversicherung pro Monat?

- | | | | |
|-------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| Bis 500 Euro..... | ☐ O | 2.001 - 2.500 Euro..... | ☐ O |
| 501 - 1.000 Euro..... | ☐ O | 2.501 - 3.000 Euro..... | ☐ O |
| 1.001 - 1.500 Euro..... | ☐ O | 3.001 - 3.500 Euro..... | ☐ O |
| 1.501 - 2.000 Euro..... | ☐ O | 3.501 und mehr Euro..... | ☐ O |

6.9 Zum Schluss möchten wir Sie noch nach Ihrer Zufriedenheit fragen:

Zufriedenheit

	ganz den...	und	gar	unzufrie-						...ganz und gar zufrieden
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9 10
Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Freizeit?	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O
Wie zufrieden sind Sie gegenwärtig, alles in allem, mit Ihrem Leben?	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Sie möchten einen Merchandising-Gutschein für Ihren Lieblingsverein im Wert von 100 Euro oder einen original UEFA Europa League Ball der Saison 2010/11 gewinnen???

*Wenn Sie Ihre Emailadresse in eine separate Liste beim Interviewer eintragen, nehmen Sie automatisch an der Verlosung teil!!!
 (nach erfolgter Auslosung wird die Liste aller Email-Adressen gelöscht)*



8.12 Englischer Fragebogen

Questionnaire on excitement in professional European football



Deutsche
Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne

As part of a Europe-wide research project we would like to find out how exciting you find football competitions and what they mean to you. It should take around **10 minutes** to fill out the questionnaire. Your participation will help those responsible for professional European football to optimize the structure of competitions. The questionnaire will be treated anonymously. There is no way of identifying individual people from their answers.

1. Your relationship to professional football

1.1 How interested are you in football in general?

I am...			
very inter- ested	quite inter- ested	less inter- ested	not interested
☐	☐	☐	☐

1.2 How interested are you in the various professional football leagues / competitions?

	I am...			
	very inter- ested	quite inter- ested	less inter- ested	not interested
1. Fußball Bundesliga (German Premiership):	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
European Championship or World Cup qualifiers:	☐	☐	☐	☐
European Championship:	☐	☐	☐	☐
World Cup:	☐	☐	☐	☐
Other 1: _____	☐	☐	☐	☐
Other 2: _____	☐	☐	☐	☐

1.3 Are you a fan of a German and/or a foreign football team?

	Fan	
	Yes	No
I am a fan of a team in the 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐
I am a fan of a foreign team:	☐	☐

1.4 How much do you identify with your team?

	agree com- pletely	tend to agree	I... tend not to agree	do not agree
When my team <u>wins</u> , I feel better on the day of the game than usual.	☐	☐	☐	☐
When my team <u>loses</u> , I feel worse on the day of the game than usual.	☐	☐	☐	☐
The performance of my team <u>influences</u> how satisfied I am with my life in general.	☐	☐	☐	☐

1.5 Are you a member of a German and/or a foreign professional football club?

	Club member	
	Yes	No
I am a member of a club in the 1. Fußball Bundesliga:	☐	☐
I am a member of a professional club in a foreign league:	☐	☐

1.6 Do you have a season ticket?

Football matches in the stadium

	Yes	No
Name of the team	☐	☐

1.7 Thinking back to last season, how often did you watch football matches live in the stadium?

	Once	2-5 times	6-10 times	11-20 times	21 times or more	never
1. Fußball Bundesliga matches:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League matches:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League matches:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Other: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.8 How often did you watch your team play in the stadium?

	always	mostly	seldom	never
1. Fußball Bundesliga matches:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League matches:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League matches:	☐	☐	☐	☐
Other: _____	☐	☐	☐	☐

1.9 Thinking back to last season, how often did you watch live football on television?

Football matches on television

	once	2-5 times	6-10 times	11-20 times	21 times or more	never
1. Fußball Bundesliga matches:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League matches:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League matches:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Other: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.10 How often did you watch your team play on television?

	always	mostly	seldom	never
1. Fußball Bundesliga matches:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League matches:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League matches:	☐	☐	☐	☐
Other: _____	☐	☐	☐	☐

1.11 Where did you watch the majority of those matches?

	in a pub/bar	on pay TV at home/with friends	on free TV at home/with friends	Other
1. Fußball Bundesliga:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Other: _____	☐	☐	☐	☐

2. Why do you watch football matches in the stadium and/or on television?

2.1 What are your main reasons for watching football matches in the stadium?

	I...			
	agree completely	tend to agree	tend not to agree	do not agree
I want to see my team win.	☐	☐	☐	☐
I want to see my team win <u>easily</u> .	☐	☐	☐	☐
I want to see an exciting game with a close result.	☐	☐	☐	☐
I want to see a lot of goals scored.	☐	☐	☐	☐
I want to see the star players.	☐	☐	☐	☐
I want to experience the atmosphere.	☐	☐	☐	☐
I need a distraction from everyday life.	☐	☐	☐	☐
Other reason:	☐	☐	☐	☐

2.2 What are your main reasons for watching football matches on television?

	I...			
	agree completely	tend to agree	tend not to agree	do not agree
I want to see my team win.	☐	☐	☐	☐
I want to see my team win <u>easily</u> .	☐	☐	☐	☐
I want to see an exciting game with a close result.	☐	☐	☐	☐
I want to see a lot of goals scored.	☐	☐	☐	☐
I want to see the star players.	☐	☐	☐	☐
I want to experience the atmosphere.	☐	☐	☐	☐
I need a distraction from everyday life.	☐	☐	☐	☐
Other reason:	☐	☐	☐	☐

3. Your evaluation of the excitement in the 1. Fußball Bundesliga

3.1 Thinking back to last season, what is your opinion of the 1. Fußball Bundesliga?

	I...				
	agree completely	tend to agree	tend not to agree	do not agree	don't know
Before the game it is <u>impossible</u> to know which team will win.	☐	☐	☐	☐	☐
Home and away teams win just as often.	☐	☐	☐	☐	☐
There is <u>no</u> clear outsider in any of the games.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight for the title remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight for qualifying places for the UEFA Champions League remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight for qualifying places for the UEFA Europa League remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight against relegation remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
Many different teams win the championship.	☐	☐	☐	☐	☐
More and more different teams qualify for the UEFA Champions League.	☐	☐	☐	☐	☐
More and more different teams qualify for the UEFA Europa League.	☐	☐	☐	☐	☐
More and more different teams have to be relegated.	☐	☐	☐	☐	☐

3.2 How important are the aspects listed in 3.1 when it comes to your interest in the 1. Fußball Bundesliga?

The aspects are...

	very im- portant	impor- tant	not so important	not impor- tant	don't know
Before the game it is <u>impossible</u> to know which team will win.	☐	☐	☐	☐	☐
Home and away teams win just as often.	☐	☐	☐	☐	☐
There is no clear outsider in any of the games.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight for the title remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight for qualifying places for the UEFA Champions League remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight for qualifying places for the UEFA Europa League remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
The fight against relegation remains exciting for a long time.	☐	☐	☐	☐	☐
Many different teams win the championship.	☐	☐	☐	☐	☐
More and more different teams qualify for the UEFA Champions League.	☐	☐	☐	☐	☐
More and more different teams qualify for the UEFA Europa League.	☐	☐	☐	☐	☐
More and more different teams are relegated.	☐	☐	☐	☐	☐

3.3 Thinking back to last season, how would you evaluate the excitement in the 1. Fußball Bundesliga?

I...

	agree com- pletely	tend to agree	tend not to agree	do not agree	don't know
The 1. Fußball Bundesliga is exciting.	☐	☐	☐	☐	☐
The 1. Fußball Bundesliga has become more exciting.	☐	☐	☐	☐	☐

3.4 Thinking back to last season, how would you rate the 1. Fußball Bundesliga on a scale of 0-10? (0 = not at all exciting - 10 = very exciting)

Level of excitement

	not at all exciting... ..very exciting										
	not at all exciting...							...very exciting			
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
The 1. Fußball Bundesliga is:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Personal consequences

4.1 At which level of excitement would you not watch 1. Fußball Bundesliga matches or would start to lose interest?

Level of excitement

Level of excitement												has no influence
not at all exciting...						...very exciting						
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
From this level of excitement I would not watch a match in the stadium.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
From this level of excitement I would not watch a match on television.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
From this level of excitement I start to lose interest in the 1. Fußball Bundesliga.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4.2 Imagine you could increase the excitement in the 1. Fußball Bundesliga by making a financial contribution!

	€0	€1–€2	€3–€5	€6–€10	€11–€15	€16–€20	€21 or more
I would be prepared to pay this much more per ticket per match:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4.3 Imagine you could make sure that the excitement in the 1. Fußball Bundesliga does not decrease in the future by making a financial contribution!

	€0	€1–€2	€3–€5	€6–€10	€11–€15	€16–€20	€21 or more
I would be prepared to pay this much more per ticket per match:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5. Your evaluation of things that influence the excitement

	I...				
	agree completely	tend to agree	tend not to agree	do not agree	don't know
Centralized marketing and redistribution of television profits <u>increase</u> the excitement.	☐	☐	☐	☐	☐
The treat of relegation and the promise of promotion <u>increase</u> the excitement.	☐	☐	☐	☐	☐
A large number of teams in a competition <u>increases</u> the excitement.	☐	☐	☐	☐	☐
The UEFA Champions League <u>decreases</u> the excitement of the national leagues.	☐	☐	☐	☐	☐
The UEFA Europa League <u>decreases</u> the excitement of the national leagues.	☐	☐	☐	☐	☐
Football investors <u>decrease</u> the excitement of the competition.	☐	☐	☐	☐	☐
I can think of other influences that <u>decrease</u> the excitement of the competition:	☐	☐	☐	☐	☐

6. A few personal details

6.1 Postcode: _____

6.2 Gender: male ☐ female ☐

6.3 Year of birth: 19__ __

6.4 Marital status:

Single..... ☐

Married..... ☐

Other _____ ☐

6.5 How many people live in your household? _____

6.6 What is your highest qualification:

- I still go to school..... ☐ O
 Left school with no qualifications..... ☐ O
 GCSEs..... ☐ O
 A-Levels..... ☐ O
 Degree or higher education qualification..... ☐ O
 PhD..... ☐ O
 Other _____

6.7 Are you engaged in gainful employment? Which applies to you?

- Employed full-time..... ☐ O
 Employed part-time..... ☐ O
 Apprentice..... ☐ O
 Student..... ☐ O
 Unemployed..... ☐ O
 Pensioner..... ☐ O
 Not working by choice..... ☐ O
 Other _____

6.8 How high is your net household income per month (after taxes and other deductions)?

- | | | | |
|----------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|
| Up to €500..... | ☐ O | €2,001 - €2,500..... | ☐ O |
| €501 - €1000..... | ☐ O | €2,501 - €3,000..... | ☐ O |
| €1,001 - €1,500..... | ☐ O | €3,001 - €3,500..... | ☐ O |
| €1,501 - €2,000..... | ☐ O | €3,501 or more..... | ☐ O |

6.9 Finally we would like to find out how satisfied you are:

you are:	Satisfaction										
	on the whole <u>unsatis-</u>					...on the whole					
	fied...									satisfied	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
How satisfied are you with your leisure time?	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
How satisfied are you at the moment with your life on the whole?	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Thank you very much for your help!

Would you like to win a €100 merchandise voucher for your favourite team or an original season 2010/11 UEFA Europa League Ball???

Simply enter your e-mail address on the separate sheet to take part in the prize draw!!!

(After the draw the list will be destroyed).



8.13 Dänischer Fragebogen

Spørgeskema om spændingen i professionel europæisk fodbold

Som en del af "Europe-wide research project" vil vi gerne finde ud af, hvor begejstret du er for fodboldturneringer, og hvad de betyder for dig. Spørgeskemaet tager omkring **10 minutter** at udfylde. Din deltagelse vil hjælpe dem der er ansvarlige for professionel europæisk fodbold med at optimere turneringsstrukturen. Spørgsmålene vil blive behandlet anonymt. Der er ingen måde hvorpå individuelle respondenter kan identificeres ud fra deres svar.

1. Hvad er dit forhold til professional

1.1 Hvor interesseret er du i fodbold?

Jeg er ... interesseret

Meget	Ret	Mindre	Ikke
☐	☐	☐	☐

1.2 Hvor interesseret er du i de forskellige fodboldligaer / turneringer?

Jeg er ... interesseret

Meget	Temmelig	Mindre	Ikke
-------	----------	--------	------

Superligaen (The Danish Superliga):	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
European Championship or World Cup qualifiers:	☐	☐	☐	☐
European Championship:	☐	☐	☐	☐
World Cup:	☐	☐	☐	☐
Andre 1: _____	☐	☐	☐	☐
Andre 2: _____	☐	☐	☐	☐

1.3 Er du fan af en dansk og/eller en udenlandsk klub?

Fan

Ja	Holdets navn	Nej
☐	_____	☐
☐		☐

1.4 Hvor meget identificerer du dig med dit hold?

Jeg er...

Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig
-----------	-------------	--------------	------------

Når mit hold <u>vinder</u> , føler jeg at dagen er bedre end normal.	☐	☐	☐	☐
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Når mit hold <u>taber</u> , føler jeg at dagen er dårligere end normal.	☐	☐	☐	☐
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Hvordan mit hold klarer sig <u>påvirker</u> , hvor tilfreds jeg er med mit liv generelt.	☐	☐	☐	☐
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

1.5 Er du medlem(fan) af en dansk og/eller en udenlandsk professional fodboldklub?

Klubmedlem

Ja Holdets navn Nej

Jeg er medlem af en klub i den danske superliga: ☐ _____ ☐

Jeg er medlem af en professionel udenlandsk klub : ☐ _____ ☐

1.6 Har du et sæsonkort?

Fodboldkampe på stadion

Ja Holdets navn Nej

☐ _____ ☐

1.7 Tænk tilbage til sidste sæson, hvor tit så du fodboldkampe live på stadion?

	Én gang	2-5 gange	6-10 gange	11-20 gange	21 gange eller mere	aldrig
Superliga kampe:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League kampe:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League kampe:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Andre: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.8 Hvor tit så du dit eget hold spille live på stadion?

	Altid	Ofte	Sjældent	Aldrig
Superliga kampe:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League kampe:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League kampe:	☐	☐	☐	☐
Andre: _____	☐	☐	☐	☐

1.9 Tænk tilbage til sidste sæson hvor tit så du kampe live i TV?

Fodboldkampe i TV

	Én gang	2-5 gange	6-10 gange	11-20 gange	21 gange eller mere	aldrig
Superliga kampe:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League kampe:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League kampe:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Andre: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.10 Hvor tit så du dit eget hold spille i TV?

	Altid	Ofte	Sjældent	Aldrig
Superliga kampe:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League kampe:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League kampe:	☐	☐	☐	☐
Andre: _____	☐	☐	☐	☐

1.11 Hvor så du de fleste af disse kampe?

	En pub/bar	<u>Pay-TV</u> hjemme/med venner	Livestream hjemme/med venner	Andet
Superliga kampe:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League kampe:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League kampe:	☐	☐	☐	☐
Andre: _____	☐	☐	☐	☐

2. Hvorfor ser du fodboldkampe på stadion og/eller i TV?

2.1 Hvad er den hovedsaglige grund til at du ser fodbold på et stadion?	Jeg er...			
	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig
Jeg vil se mit hold vinde.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se mit hold vinde let.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se en spændende kamp med et tæt resultat.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se mange mål.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se stjernerne spille.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil opleve atmosfæren.	☐	☐	☐	☐
Jeg har brug for afvigelse fra hverdagslivet.	☐	☐	☐	☐
Anden grund:	☐	☐	☐	☐

2.2 Hvad er den hovedsaglige grund til at du ser fodboldkampe på TV?	Jeg er...			
	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig
Jeg vil se mit hold vinde.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se mit hold vinde let.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se en spændende kamp med et tæt resultat.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se mange mål.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil se stjernerne spille.	☐	☐	☐	☐
Jeg vil opleve atmosfæren.	☐	☐	☐	☐
Jeg har brug for afvigelse fra hverdagslivet.	☐	☐	☐	☐
Anden grund:	☐	☐	☐	☐

3. Din evaluering af spændingen i den danske Superliga

3.1 Tænk tilbage til sidste sæson, hvad er din mening om den danske Superliga?	Jeg er...				Ved ikke
	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig	
Før en kamp er det <u>umuligt</u> at udpege et vinderhold.	☐	☐	☐	☐	☐
Ude og hjemmebanehold vinder lige tit.	☐	☐	☐	☐	☐
Der er <u>ingen</u> tydelig outsider i nogen kampe.	☐	☐	☐	☐	☐
Kampen om mesterskabet er spændende i lang tid.	☐	☐	☐	☐	☐
Kampen om placeringerne der giver kvalifikation til UEFA Champions League er vedvarende i lang tid.	☐	☐	☐	☐	☐
Kampen om placeringerne der giver kvalifikation til UEFA Europa League er vedvarende i lang.	☐	☐	☐	☐	☐
Kampen om nedrykning er vedvarende i lang tid.	☐	☐	☐	☐	☐
Mange forskellige hold vinder mesterskabet.	☐	☐	☐	☐	☐
Flere og flere forskellige hold kvalificerer sig til UEFA Champions League.	☐	☐	☐	☐	☐
Flere og flere forskellige hold kvalificerer sig til UEFA Europa League.	☐	☐	☐	☐	☐
Flere og flere forskellige hold rykker ned.	☐	☐	☐	☐	☐

3.2 Hvor vigtig er aspekterne fra 3.1 når det kommer til din interesse for den danske Superliga?

	Jeg er...					Ved ikke
	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig		
Før en kamp er det <u>umuligt</u> at udpege et vinderhold.	☐	☐	☐	☐	☐	
Ude og hjemmebanehold vinder lige tit.	☐	☐	☐	☐	☐	
Der er ingen tydelig outsider i nogen kampe.	☐	☐	☐	☐	☐	
Kampen om mesterskabet er spændende i lang tid.	☐	☐	☐	☐	☐	
Kampen om placeringerne der giver kvalifikation til UEFA Champions League er vedvarende i lang tid.	☐	☐	☐	☐	☐	
Kampen om placeringerne der giver kvalifikation til UEFA Europa League er vedvarende i lang.	☐	☐	☐	☐	☐	
Kampen om nedrykning er vedvarende i lang tid.	☐	☐	☐	☐	☐	
Mange forskellige hold vinder mesterskabet.	☐	☐	☐	☐	☐	
Flere og flere forskellige hold kvalificerer sig til UEFA Champions League.	☐	☐	☐	☐	☐	
Flere og flere forskellige hold kvalificerer sig til UEFA Europa League.	☐	☐	☐	☐	☐	
Flere og flere forskellige hold rykker ned.	☐	☐	☐	☐	☐	

3.3 Tænk tilbage til sidste sæson, hvordan vil du evaluere spændingen i den danske Superliga?

	Jeg er...					Ved ikke
	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig		
Den danske Superliga er spændende.	☐	☐	☐	☐	☐	
Den danske Superliga er blevet mere spændende.	☐	☐	☐	☐	☐	

3.4 Tænk tilbage til sidste sæson, hvilken karakter vil du give den danske Superliga på en skala fra 0-10? (0 = slet ikke spændende - 10 = meget spændende)

	Spændingsniveau											
	slet ikke spændende...						...meget spændende					
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Den danske Superliga er:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	

4. Personlige konsekvenser

4.1 På hvilket spændingsniveau vil du ikke/ miste interesse for at se Superligakampe?

Spændingsniveau													Har ingen indflydelse
	Slet ikke spændende...						...meget spændende						
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Fra dette spændingsniveau, vil jeg ikke se en kamp på stadion.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Fra dette spændingsniveau, vil jeg ikke se en kamp i TV.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Fra dette spændingsniveau vil jeg starte at miste interesse for den danske Superliga.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	

4.2 Forestil dig at du kan øge spændingen i den danske Superliga ved at give et finansielt tilskud!

	0 DKK	1-14 DKK	15-35 DKK	36-70 DKK	71-105 DKK	106-140 DKK	141 DKK eller mere
Jeg vil være klar til at betale så meget mere per billet per kamp:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4.3 Forestil dig at du kan sikre at spændingen i den danske Superliga ikke øges ved at give et finansielt tilskud!

	0 DKK	1-14 DKK	15-35 DKK	36-70 DKK	71-105 DKK	106-140 DKK	141 DKK eller mere
Jeg vil være klar til at betale så meget mere per billet per kamp:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5. Din evaluering over ting der har indflydelse på spændingen

	Jeg er...				Ved ikke
	Helt enig	Delvis enig	Delvis uenig	Helt uenig	
Centraliseret markedsføring og re-distribution af TV-indtægter <u>øger</u> spændingen.	☐	☐	☐	☐	☐
Nedrykningstruslen og promotion-løftet <u>øger</u> spændingen.	☐	☐	☐	☐	☐
Et stort antal af hold i en turnering <u>øger</u> spændingen.	☐	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League formindsker spændingen i de nationale ligaer.	☐	☐	☐	☐	☐
The UEFA Europa League formindsker spændingen i de nationale ligaer.	☐	☐	☐	☐	☐
Fodbold investorer formindsker konkurrence-spændingen.	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg kan komme i tanke om andre ting der formindsker konkurrence-spændingen:	☐	☐	☐	☐	☐

6. Få personlige detaljer

6.1 Postnummer: _____

6.2 Køn: Mand ☐ Kvinde ☐

6.3 Fødselsår: 19__

6.4 Civil status:

Single..... ☐

Gift..... ☐

Andet..... ☐

6.5 Hvor mange mennesker er der i din husholdning? _____

6.6 Hvad er din højeste kvalifikation:

- Jeg går stadig i skole..... ☐ O
 Har forladt skole uden kvalifikationer..... ☐ O
 Gymnasial uddannelse ☐ O
 Vidregående uddannelse ☐ O
 Bachelor-, Mastergrad, kandidat..... ☐ O
 PhD..... ☐ O
 Andet _____

6.7 Har du et indbringende foretagende? Hvad gør sig gældende for dig?

- Fuldtidsarbejde..... ☐ O
 Deltidsarbejde..... ☐ O
 Praktik..... ☐ O
 Student..... ☐ O
 Arbejdsløs..... ☐ O
 Pensionist..... ☐ O
 Arbejdsløs af egen vilje..... ☐ O
 Andet _____

6.8 Hvor stor din netto indkomst per måned (efter skat og andet fradrag)?

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|
| Op til 3 500 DKK..... | ☐ O | 14 001 – 17 500 DKK..... | ☐ O |
| 3 501 – 7 000 DKK..... | ☐ O | 17 501 – 21 000 DKK..... | ☐ O |
| 7 001 – 10 500 DKK..... | ☐ O | 21 001 – 24 500 DKK..... | ☐ O |
| 10 501 – 14 000 DKK..... | ☐ O | 24 501 DKK eller mere..... | ☐ O |

6.9 Til slut vil vi finde ud af hvor tilfreds du er:

	Tilfredsstillelse											
	er		dybest		set				...er dybest set			
	utilfreds								tilfreds			
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Hvor tilfreds er du med din fritid?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Hvor tilfreds er du dybest set med dit liv i øjeblikket?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Mange tak for hjælpen!

Kunne du tænke dig at vinde €100 merchandise gavekort til dit favorit hold eller en original sæson 2010/11 UEFA Europa League Bold???

Du skal helt enkelt skrive din e-mail adresse på det separate dokument for at være med i lodtrækningen!!!

(Efter lodtrækning vil e-mail listen blive destrueret).



8.14 Niederländischer Fragebogen

Vragenlijst over de spanning in het europees Profvoetbal.



Hanze University Groningen
APPLIED SCIENCES
School of Sport Studies



Deutsche
Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne

In het kader van een Europabreed onderzoek willen wij graag uw beoordeling met betrekking tot de spanning in de voetballcompetitie en de persoonlijke betekenis voor u daarvan. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer **10 minuten!** Door uw deelname helpt u de verantwoordelijken in het Europees voetbal, de structuur van de competitie te optimaliseren. De vragenlijst wordt anoniem geëvalueerd.

1. Uw relatie met de professionele voetbal

1.1 Hoe groot is uw interesse in voetbal in het algemeen?

Interesseert mij...

zeer	een beetje	matig	niet
☐	☐	☐	☐

1.2 Hoe groot is uw interesse in de verschillende competities in het professionele voetbal.

Interesseert mij...

	zeer	een beetje	matig	niet
Eredivisie:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Voetbal Ek- of WK-Kwalificatie:	☐	☐	☐	☐
EK-Voetbal:	☐	☐	☐	☐
WK-Voetbal:	☐	☐	☐	☐
Andere 1: _____	☐	☐	☐	☐
Andere 2: _____	☐	☐	☐	☐

1.3 Bent u supporter van een Nederlandse en/ of buitenlandse voetbalclub.

Supporter

	Ja	Naam van de club	Nee
Ik ben supporter van een Eredivisieclub:	☐	_____	☐
Ik ben supporter van een buitenlandse voetbalclub:	☐		☐

1.4 Hoe sterk identificeert u zich met uw voetbalclub?

Klopt...

	helemaal	eerder wel	eerder niet	helemaal niet
--	----------	------------	-------------	---------------

Als mijn club wint voel ik me de dag van de wedstrijd beter dan anders.	☐	☐	☐	☐
Als mijn club verliest voel ik me de dag van de wedstrijd slechter dan anders.	☐	☐	☐	☐
De prestaties van mijn club hebben invloed op mijn tevredenheid van het leven in het algemeen.	☐	☐	☐	☐

1.5 Bent u lid van een Eredivisie of buitenlandse club?

	Ja	Supporter Naam van de club	Nee
Ik ben lid van een Eredivisieclub:	☐		☐
Ik ben lid van een buitenlandse club:	☐		☐

1.6 Heeft u een seizoenkaart?

	Ja	Weedstrijden in het stadion Naam van de club	Nee

1.7 Hoe veel wedstrijden heeft u in het afgelopen seizoen live in het stadion gezien?

	1 keer	2-5 keer	6-10 keer	11-20 keer	21 keer of vaker	nooit
In de Eredivisie:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Andere: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.8 Hoe vaak waren dit wedstrijden van de club waar u supporter van bent?

	altijd	vaak	zelden	nooit
In de Eredivisie:	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Andere: _____	☐	☐	☐	☐

1.9 Hoe veel wedstrijden heeft u afgelopen seizoen live op TV gezien?

	1 Keer	2-5 keer	6-10 keer	11-20 keer	21 keer of vaker	Nooit
In de Eredivisie:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Andere: _____	☐	☐	☐	☐	☐	☐

1.10 Hoe vaak waren dit wedstrijden van de club waar u supporter van bent?

	altijd	vaak	zelden	nooit
In de Eredivisie:	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
In de UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Andere: _____	☐	☐	☐	☐

1.11 Waar heeft u het grootste deel van de wedstrijden gezien?

	In het cafe	op Pay-TV thuis/ bij vrienden	Op Free-TV thuis/ bij vrienden	overige
Eredivisie:	☐	☐	☐	☐
UEFA Europa League:	☐	☐	☐	☐
UEFA Champions League:	☐	☐	☐	☐
Andere: _____	☐	☐	☐	☐

2. Waarom kijkt uw wedstrijden in het stadion en/of op TV

2.1 Wat zijn de hoofdredenen dat u voetbal in het stadion bekijkt?

	Klopt...			
	helemaal	eerder wel	eerder niet	helemaal niet
Ik wil de club, waar ik supporter van ben zien winnen.	☐	☐	☐	☐
Ik wil de club, waar ik supporter van ben overtuigend zien winnen.	☐	☐	☐	☐
Ik hoop op een spannende wedstrijd met een klein verschil in de uitslag.	☐	☐	☐	☐
Ik hoop veel doelpunten te zien.	☐	☐	☐	☐
Ik verheug me op de ster spelers.	☐	☐	☐	☐
Ik wil van de toffe sfeer genieten.	☐	☐	☐	☐
Ik zoek afleiding van het dagelijks gebeuren.	☐	☐	☐	☐
Andere redenen:	☐	☐	☐	☐

2.2 Wat zijn de hoofdredenen dat u voetbal op TV bekijkt?

	Klopt...			
	helemaal	eerder wel	eerder niet	helemaal niet
Ik wil de club, waar ik supporter van ben zien winnen.	☐	☐	☐	☐
Ik wil de club, waar ik supporter van ben overtuigend zien winnen.	☐	☐	☐	☐
Ik hoop op een spannende wedstrijd met een klein verschil in de uitslag.	☐	☐	☐	☐
Ik hoop veel doelpunten te zien.	☐	☐	☐	☐
Ik verheug me op de ster spelers.	☐	☐	☐	☐
Ik wil van de toffe sfeer genieten.	☐	☐	☐	☐
Ik zoek afleiding van het dagelijks gebeuren.	☐	☐	☐	☐
Andere redenen:	☐	☐	☐	☐

3. Uw inschatting over de spanning van de Eredivisie

3.1 Als uw terugkijkt op de afgelopen seizoenen wat is voor u van toepassing op de Eredivisie?

	Klopt...				
	helemaal	eerder wel	eerder niet	helemaal niet	weet niet
Voor de wedstrijd is het niet duidelijk wie er gaat winnen.	☐	☐	☐	☐	☐
Thuis- en Uitteams winnen even vaak.	☐	☐	☐	☐	☐
In geen enkele wedstrijd is er sprake van een duidelijke outsider.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd om het kampioenschap blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd om de kwalificatieplekken voor de UEFA Champions League blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd om de kwalificatieplekken voor de UEFA Europa League blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd met betrekking tot de degradatie/promotie blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Er worden steeds andere clubs kampioen.	☐	☐	☐	☐	☐
Er zijn steeds andere clubs die zich voor de UEFA Champions League kwalificeren.	☐	☐	☐	☐	☐
Er zijn steeds andere clubs die zich voor de UEFA Europa League kwalificeren.	☐	☐	☐	☐	☐
Er degraderen steeds andere clubs.	☐	☐	☐	☐	☐

3.2 Hoe belangrijk zijn de in 3.1 genoemden aspecten voor uw interesse aan de Eredivisie?

	Van belang voor mijn interesse...				weet niet
	heel belang- rijk	eerder belangrijk	eerder onbelang- rijk	niet be- langrijk	
Voor de wedstrijd is het niet duidelijk wie er gaat winnen.	☐	☐	☐	☐	☐
Thuis- en Uitteams winnen even vaak.	☐	☐	☐	☐	☐
In <u>geen enkele</u> wedstrijd is er sprake van een duidelijke outsider.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd om het kampioenschap blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd om de kwalificatieplekken voor de UEFA Champions League blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd om de kwalificatieplekken voor de UEFA Europa League blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
De strijd met betrekking tot de degradatie/promotie blijft lange tijd spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
Er worden steeds andere clubs kampioen.	☐	☐	☐	☐	☐
Er zijn steeds andere clubs die zich voor de UEFA Champions League kwalificeren.	☐	☐	☐	☐	☐
Er zijn steeds andere clubs die zich voor de UEFA Europa League kwalificeren.	☐	☐	☐	☐	☐
Er degraderen steeds andere clubs.	☐	☐	☐	☐	☐

3.3 Als u terugkijkt op de afgelopen seizoenen, hoe schat u samenvattend de spanning van de eredivisie in?

	Klopt...				weet niet
	helemaal	eerder wel	eerder niet	helemaal niet	
De Eredivisie is spannend.	☐	☐	☐	☐	☐
De Eredivisie is spannender geworden.	☐	☐	☐	☐	☐

3.4 Als uw terugkijkt op de afgelopen seizoenen, hoe zou u de Eredivisie op een schaal van 0 (helemaal niet spannend) tot 10 (zeer spannend) indelen?

	Spanningsgradatie										
	Helemaal niet spannend...						...zeer spannend				
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
De Eredivisie is:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Persoonlijke consequenties

4.1 Vanaf welke spanningsgradatie zou u geen wedstrijd meer kijken of het interesse aan de Eredivisie verliezen?

	Spanningsgradatie										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vanaf deze gradatie zou ik geen wedstrijd meer <u>in het stadion</u> bekijken:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vanaf deze gradatie zou ik geen wedstrijd meer <u>op TV</u> bekijken:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vanaf deze gradatie verlies ik <u>mijn interesse</u> in de Eredivisie:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4.2 Stelt u zich voor, u zou de spanning in de Eredivisie met een financiële bijdrage kunnen verhogen!

	0€	1-2€	3-5€	6-10€	11-15€	16-20€	21€ of meer
Ik zou bereid zijn per wedstrijd per ticket zoveel meer te betalen:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4.3 Stelt u zich voor u zou door een financiële bijdrage ervoor kunnen zorgen dat de spanning in de eredivisie niet minder wordt!

	0€	1-2€	3-5€	6-10€	11-15€	16-20€	21€ of meer
Ik zou bereid zijn per wedstrijd per ticket zoveel meer te betalen:	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5. Uw beoordeling over de factoren die invloed hebben op de spanning

	Klopt...				Weet niet
	helemaal	eerder wel	eerder niet	helemaal niet	
Het beheren en verdelen van de tv-gelden vanuit een centraal punt <u>verhoogt</u> de spanning.	☐	☐	☐	☐	☐
De mogelijkheid van promoveren en degraderen <u>verhoogt</u> de spanning.	☐	☐	☐	☐	☐
Een groter aantal clubs <u>verhoogt</u> de spanning.	☐	☐	☐	☐	☐
De UEFA Champions League <u>verlaagt</u> de spanning in de nationale divisie.	☐	☐	☐	☐	☐
De UEFA Europa League <u>verlaagt</u> de spanning in de nationale divisie.	☐	☐	☐	☐	☐
Investeerders in het voetbal <u>verlagen</u> de spanning in de competitie.	☐	☐	☐	☐	☐
Er zijn nog overige factoren die invloed hebben op het <u>verlagen</u> van de spanning in de competitie.	☐	☐	☐	☐	☐

6. Informatie over uw persoon

6.1 Postcode van uw woonplaats: _____

6.2 uw geslacht: man ☐ vrouw ☐

6.3 Uw geboortjaar: 19__ __

6.4 Burgerlijke staat:

- Single..... ☐
 gehuwd..... ☐
 overige..... ☐

6.5 Hoeveel personen leven in uw huishouden? _____

6.6 Wat is uw opleidingsniveau:

- Geen diploma, ik ga nog naar school..... ☐ O
 School zonder diploma beeindigt..... ☐ O
 HVO ☐ O
 MAVO..... ☐ O
 VVO/ Gymnasium..... ☐ O
 HBO..... ☐ O
 gepromoveerd..... ☐ O
 overige _____

6.7 Wat zijn op dit moment uw werkzaamheden?

- Volttijd werk..... ☐ O
 Deeltijd werk..... ☐ O
 Opleiding ☐ O
 Studie..... ☐ O
 werkloos..... ☐ O
 gepensioneerd..... ☐ O
 Vrijwillig werkloos..... ☐ O
 overige _____

6.8 Uw inkomen samengenomen. Hoe hoog is uw netto-inkomen (zonder belasting en sociale verzekering) per maand?

- | | | | |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Tot 500 Euro..... | | 2.001 - 2.500 Euro..... | ☐ O |
| 501 - 1000 Euro..... | ☐ O | 2.501 - 3.000 Euro..... | ☐ O |
| 1.001 - 1.500 Euro..... | ☐ O | 3.001 - 3.500 Euro..... | ☐ O |
| 1.501 - 2.000 Euro..... | ☐ O | 3.501 Euro of meer..... | ☐ O |

6.9 Afsluitend willen wij uw nog naar uw tevredenheid vragen:

	Tevredenheid										
	Helemaal ontevreden...					...helemaal tevreden					
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hoe tevreden bent u met uw vrije tijd?	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O
Hoe tevreden bent u in het algemeen op moment met uw leven?	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O	☐ O

Hartelijk dank voor uw medewerking!

*Wilt u een Merchandising-tegoedbon voor uw lievelingsclub ter waarde van 100 euro of een originele UEFA Europa League Bal van het seizoen 2010/11 winnen??? Als uw u Emailadres op een extra lijst bij de interviewer aangeeft neemt uw automatisch deel aan de verloting!!!
 (na de verloting wordt uw Emailadres gewist)*

