



DEUTSCHER  
FUSSBALL-BUND

# **ERGEBNISSE DER ZUSCHAUER\*INNENBEFRAGUNG 2022/2023**



# ZUSAMMENFASSUNG DER ERKENNTNISSE

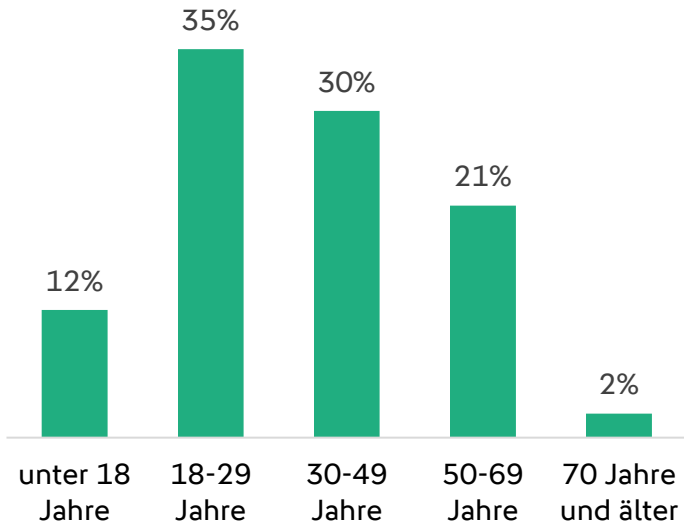
- ✓ **EM-Effekt:** Die Frauen-Bundesliga konnte das gesteigerte Interesse am Frauenfußball nach der UEFA-Fußball-Europameisterschaft der Frauen 2022 auffangen; **65% geben an**, dass die Frauen-EM 2022 das Interesse gesteigert hat.
- ✓ **Das Interesse am Frauenfußball ist sehr hoch:** **96% der Teilnehmer\*innen** geben an, entweder **sehr interessiert (68%)** oder **interessiert zu sein (28%)**.
- ✓ **Neue Fans:** Über die Gesamtheit der untersuchten Spiele haben **4.405 Fans (42%)**, die zum ersten Mal bei einem Frauenfußballspiel waren, an der Umfrage teilgenommen. Hochgerechnet auf die Zuschauer\*innenzahlen der Spiele entspricht dies rund **63.000 Erstbesucher\*innen** bei den **18 untersuchten Spielen**.
- ✓ **Stadionerlebnis:** Insgesamt wird das Stadionerlebnis mit 4,6 von 5 sehr gut bewertet.
- ✓ **Fandemographie:** Die untersuchten Spiele ziehen über die Gesamtheit ein **vorwiegend weibliches Publikum an (58%)**, das im Schnitt im Vergleich zum Männerfußball **jünger** ist (18- bis 29-Jährige bilden den Großteil der Befragten).
- ✓ **Fantum:** Der Anteil an "Core"-Fans (Fans, die 10+ Spiele pro Saison besuchen) ist in der Frauen-Bundesliga mit 6% im Vergleich mit Werten aus dem Männerfußball (20-30%) relativ tief.
- ✓ **Kommunikation:** Social Media, insbesondere Instagram, ist über alle Fan-Cluster hinweg ein sehr wichtiger Informationskanal: **Instagram** ist mit 31% der meistgenannte Kanal, über den Fans auf die Spiele aufmerksam werden. Weiter sind "eigene Kanäle", wie z.B. die **Vereins-App oder Newsletter**, effektiv, um die Fans zu erreichen.
- ✓ **Zusatzangebote:** Das Interesse an weiteren Angeboten, wie **Fan-Erlebnissen**, oder **-Artikel** ist groß: 68% der Fans haben großes oder sehr großes Interesse an Fan-Erlebnissen, z.B. der Interaktion mit Spielerinnen, 80% äußern Interesse an Fanartikel der Frauen-Bundesliga.

# B. STATISTIK TEILNEHMER\*INNEN



## ALTER

Das Alter der Stadionbesucher\*innen tendiert zu jüngeren Fans. **18- bis 29-Jährige** bilden den Großteil der Befragten.

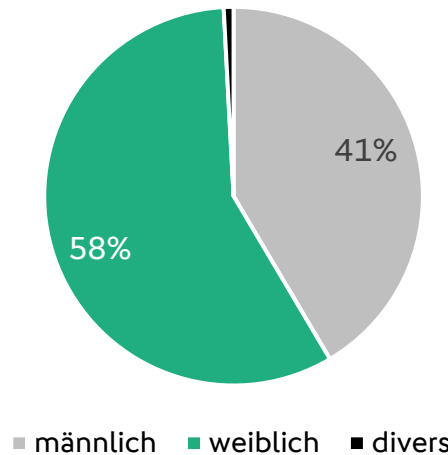


N = 5.109

## GESCHLECHT

**Frauen** sind unter den untersuchten Stadionbesucher\*innen mit **58% überrepräsentiert**, während der „Männer-Fußballfan“ in Deutschland tendenziell männlich ist\*.

Frauen-Bundesliga, inkl. Highlight-Spiele



N = 5.016

## BILDUNGSABSCHLUSS

Stadionbesucher\*innen mit einem **Hochschulabschluss** machen den größten Anteil aus (26%).

### TOP 3

1. Hochschulabschluss (26%)
2. Gymnasium (20%)
3. Abgeschlossene Ausbildung (19%)

N = 5.039

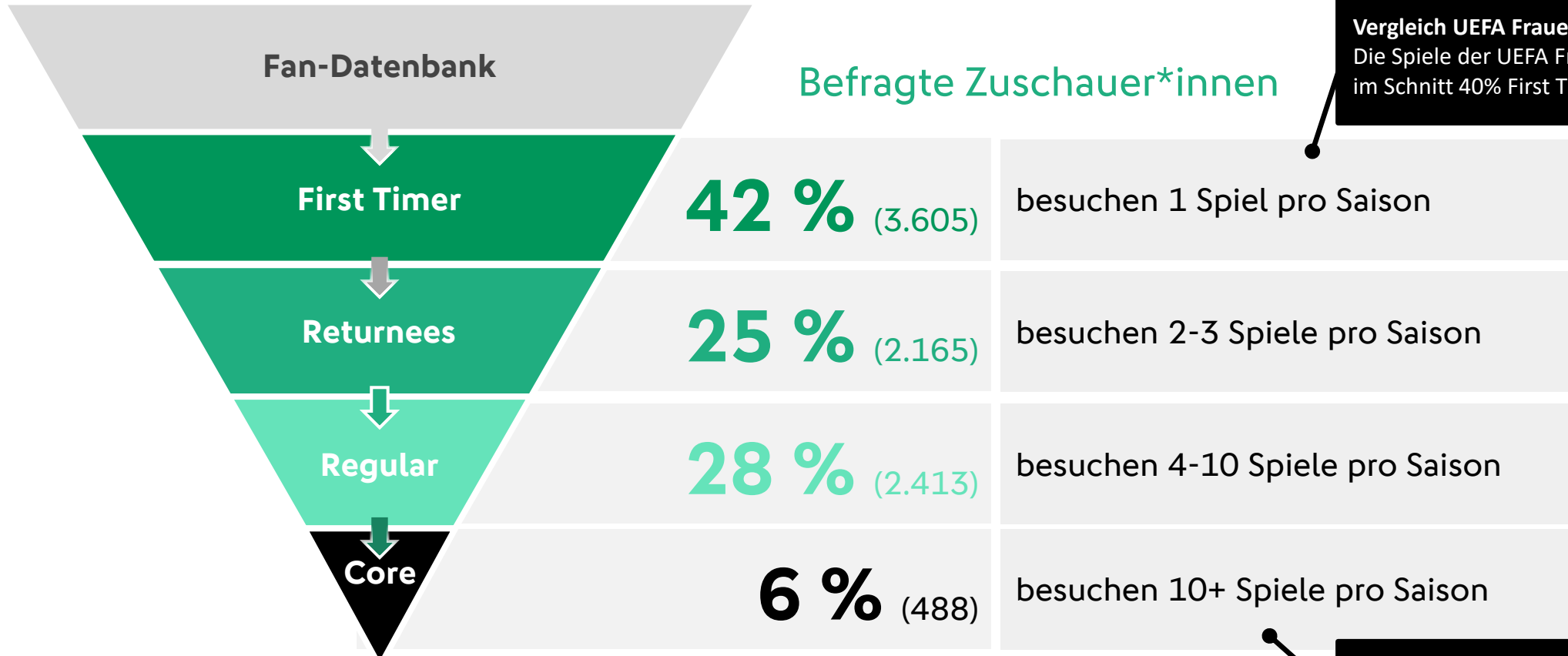


## **2. FRAUENFUßBALLFANS IN DEUTSCHLAND**



# FAN-FUNNEL ZUSCHAUER\*INNENBEFRAGUNG 22/23

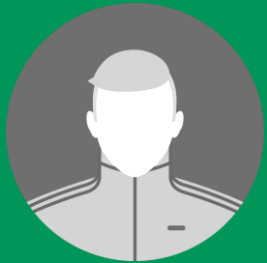
## ENGAGEMENT LEVEL



**Vergleich UEFA Frauen-EM 2022:**  
Die Spiele der UEFA Frauen-EM in England haben im Schnitt 40% First Timers angezogen.

**Vergleich Männerfussball:**  
Im Fussball der Männer liegt diese Zahl typischerweise bei 20-30%\*.

# A. FIRST TIMER



Fans, die zum ersten Mal ein Spiel besucht haben

♂ Männlich 30-49 J. Hochschulabschluss

Erreicht man über die Vereinsapp und Instagram

42 % der Stadionbesucher\*innen

4.3 [VON 5] Bewertung Stadionbesuch

4.1 [VON 5] Interesse am Frauenfußball

First Timer sind im Gegensatz zu den anderen Segmenten vorwiegend männlich. Sie legen Wert auf eine familienfreundliche Atmosphäre im Stadion, kaufen die Tickets über digitale Kanäle, reisen mit dem ÖPNV an und schätzen ein tolles Stadionerlebnis.

74 % verfolgen die Spiele auch im TV.

74 % planen erneut ins Stadion zu gehen.

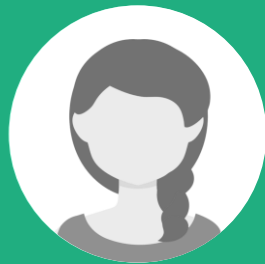
## TOP 3 MOTIVATOREN

1. Stadionerlebnis
2. Familienausflug
3. Um einen Eindruck vom Frauenfußball zu bekommen

## STADIONBESUCH

- ✓ Gehen besonders gerne am **Samstagnachmittag** ins Stadion
- ✓ Gehen mit **Kindern** und/oder der/dem **Partner\*in** ins Stadion
- ✓ Kaufen ihr Ticket **online**
- ✓ Reisen meist mit dem **ÖPNV** an
- ✓ Top 3 Aspekte, die First Timern im Stadion besonders wichtig sind:
  - **Bedingungen im Stadion (z.B. Sicherheit, Familienfreundlichkeit)**
  - **Verfügbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln in der Nähe zum Stadion**
  - **Allgemeine Stimmung im Stadion**

## B. RETURNEES



Fans, die zum zweiten oder dritten Mal ein Spiel besuchen

 Weiblich  18-29 J.  Gymnasialabschluss

 Erreicht man über Instagram

25 % der Stadionbesucher\*innen

4.4 [VON 5] Bewertung Stadionbesuch

4.5 [VON 5] Interesse am Frauenfußball

Returnees gehen am liebsten Samstagnachmittag ins Stadion, reisen mit dem ÖPNV an, schätzen eine sichere familienfreundliche Atmosphäre und kommen für interessante Spielpaarungen und um Spielerinnen live zu sehen ins Stadion.

82 % verfolgen die Spiele auch im TV.

86 % planen erneut ins Stadion zu gehen.

### TOP 3 MOTIVATOREN

1. Frauenfußball unterstützen
2. Spielpaarung ist interessant
3. Um die Spielerinnen live zu sehen

### STADIONBESUCH

- ✓ Gehen am liebsten **Samstagnachmittag** ins Stadion
- ✓ Gehen mit der **Mannschaft** oder den **Eltern** ins Stadion
- ✓ Kaufen ihr Ticket **online**
- ✓ Reisen oft mit dem **ÖPNV** an
- ✓ Top 3 Aspekte, die Returnees im Stadion besonders wichtig sind:
  - **Sicherheit im Stadion**
  - **Bedingungen im Stadion (z.B. Sicherheit, Familienfreundlichkeit)**
  - **Gemeinsames lautstarkes Anfeuern**

# C. REGULARS



Fans, die zwischen vier und zehn Spielen besucht haben

 Weiblich  18-29 J.  Abgeschlossene Ausbildung

 Erreicht man über die Website und Instagram

28 % der Stadionbesucher\*innen

4.4 [VON 5] Bewertung Stadionbesuch

4.7 [VON 5] Interesse am Frauenfußball

Regulars gehen am liebsten mit Freund\*innen oder alleine ins Stadion, um guten Fußball und Spielerinnen live zu sehen. Sie reisen meist mit dem Auto oder dem Fahrrad an und sind oft Fan des Vereins.

85 % verfolgen die Spiele auch im TV.

96 % planen erneut ins Stadion zu gehen.

## TOP 3 MOTIVATOREN

1. Guter Fußball
2. Um Spielerinnen live zu sehen
3. Fan vom Verein

## STADIONBESUCH

- ✓ Gehen am liebsten **Samstag- und Sonntagnachmittag** ins Stadion
- ✓ Gehen mit **Freund\*innen** oder **alleine** ins Stadion
- ✓ Besitzen **Dauerkarten** oder kaufen ihr Ticket **online**
- ✓ Reisen meist mit dem **Auto** oder **Fahrrad** an
- ✓ Top 3 Aspekte, die Regulars im Stadion besonders wichtig sind:
  - **Sicherheit im Stadion**
  - **Stadionsprecher\*in**
  - **Gemeinsames lautstarkes Anfeuern**



# D. CORE



Fans, die mehr als zehn Spiele besucht haben

 Weiblich  18-29 J.  Realschulabschluss

 Erreicht man über verschiedene Apps von Drittanbietern und DFB.de

6 % der Stadionbesucher\*innen

4.5 [VON 5] Bewertung Stadionbesuch

4.9 [VON 5] Interesse am Frauenfußball

Core Fans kommen regelmäßig ins Stadion, oft mit einer Dauerkarte, reisen in der Regel mit dem Auto an und schätzen guten Fußball, Choreografien der Fan Clubs und allgemein gute Bedingungen im Umfeld des Stadions.

91 % verfolgen die Spiele auch im TV.

99 % planen erneut ins Stadion zu gehen.

### TOP 3 MOTIVATOREN

1. Guter Fußball
2. Fans vom Verein
3. Männerfußball boykottieren

### STADIONBESUCH

- ✓ Gehen am liebsten **Sonntags** ins Stadion
- ✓ Gehen mit **Freund\*innen**, **alleine** oder mit **Eltern** ins Stadion
- ✓ Besitzen meist **Dauerkarten**
- ✓ Reisen meist mit dem **Auto** an.
- ✓ Top 3 Aspekte, die Cores im Stadion besonders wichtig sind:
  - **Stadionsprecher\*in**
  - **Bedingungen im Umfeld des Stadions / beim Einlass**
  - **Choreografien des Fan Clubs**

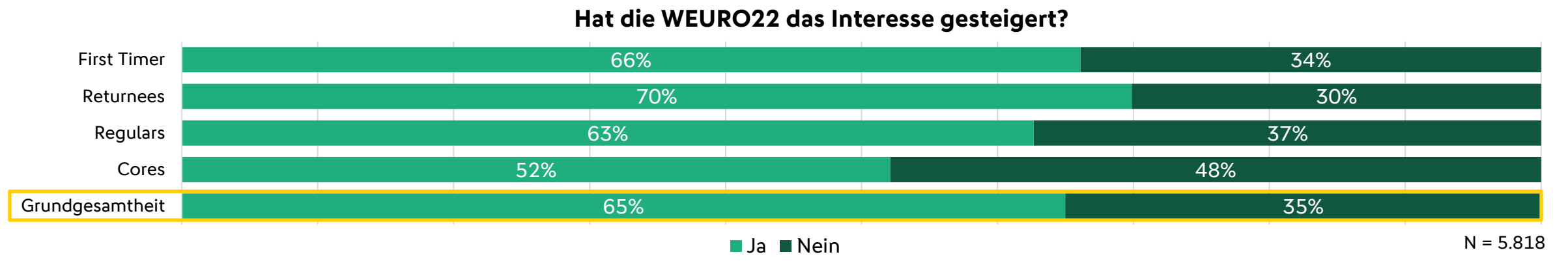
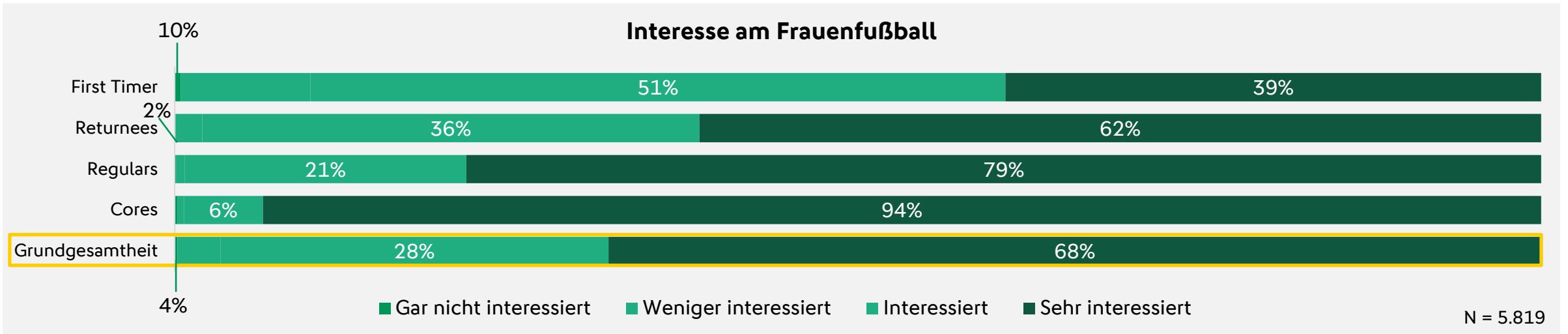


# 3. AUSWERTUNG PRO KERNTHEMA



# A. INTERESSE

Alle Fan-Cluster sind überwiegend **sehr interessiert oder interessiert** am Frauenfußball. Die WEURO22 hatte einen **deutlichen Effekt** auf das generelle Interesse – vor allem **bei Fans, die normalerweise weniger Spiele besuchen**.

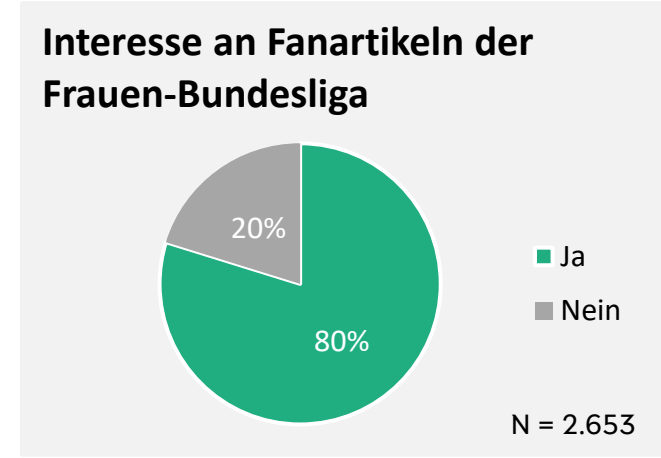


# B. FANTUM

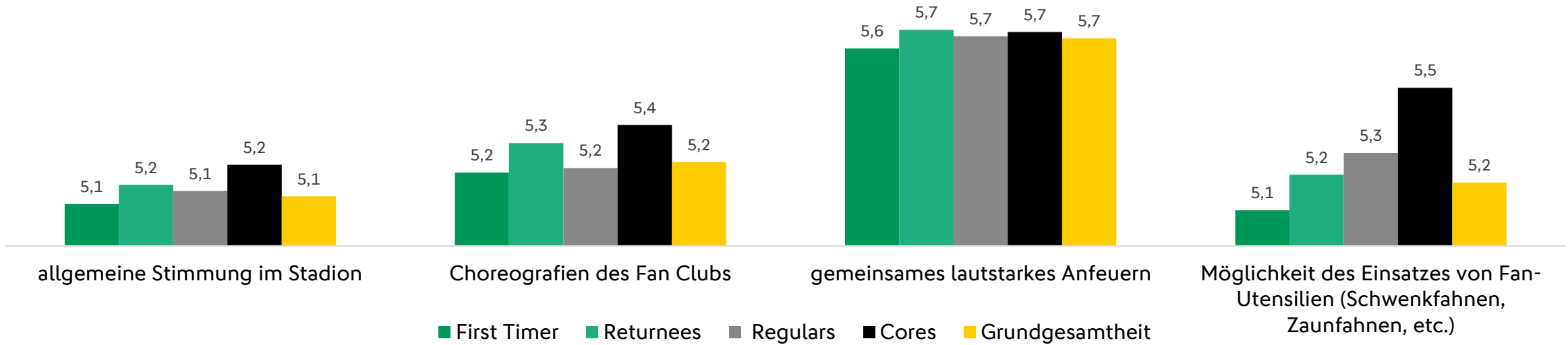


Alle Fans legen Wert auf gemeinsames lautstarkes Anfeuern im Stadion, während **Core Fans überdurchschnittlich an Fan-Aktionen wie bspw. Choreografien oder dem Einsatz von Fan-Utensilien** interessiert sind.

**68 %** der Fans haben großes oder sehr großes Interesse an Fan-Erlebnissen, z.B. der Interaktion mit Spielerinnen



**Interesse an Fan-Aktivitäten** (1-6, wobei 6 = hohes Interesse)



# C. TICKETING



## Erster Kontakt

Wie bist Du auf das Spiel aufmerksam geworden?

TOP 3

1. Instagram (31%)
2. Vereins-Newsletter (19%)
3. Vereins-App (16%)

## Ticketkauf

Wo hast Du Dein Ticket gekauft?

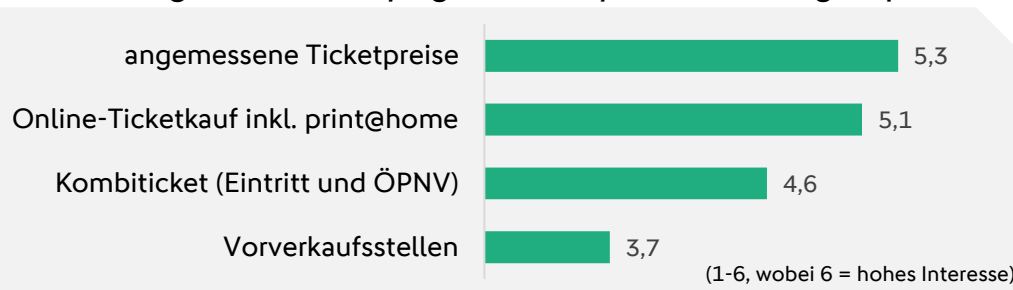
TOP 3

1. Online (68%)
2. Dauerkartenbesitzer\*innen (11%)
3. Tageskasse (8%)



## Erwartungen

Wie wichtig sind Dir die folgenden Aspekte in Bezug auf Tickets?

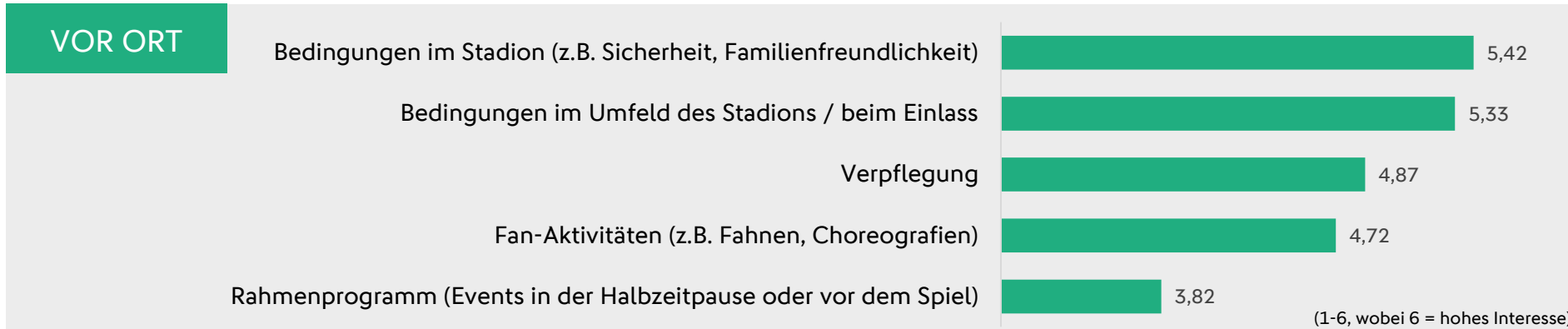


Die Befragten bewerten **angemessene Ticketpreise** als überdurchschnittlich wichtig. Darüber hinaus sind **digitale Kanäle** mit deutlichem Abstand am wichtigsten beim Kauf von Tickets. Die Tageskasse und Vorverkaufsstellen spielen eine untergeordnete Rolle.

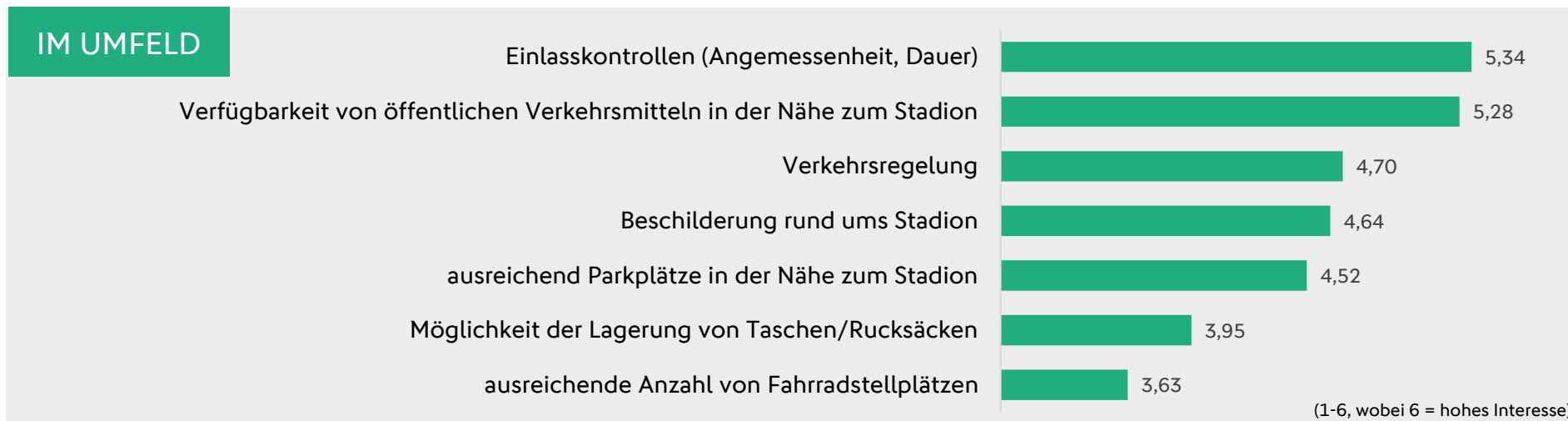
# D. SPIELBESUCH



Welche Aspekte spielen für Dich eine große Rolle?



Im Umfeld des Stadions legen Fans großen Wert auf **Sicherheit** und **Familienfreundlichkeit**.

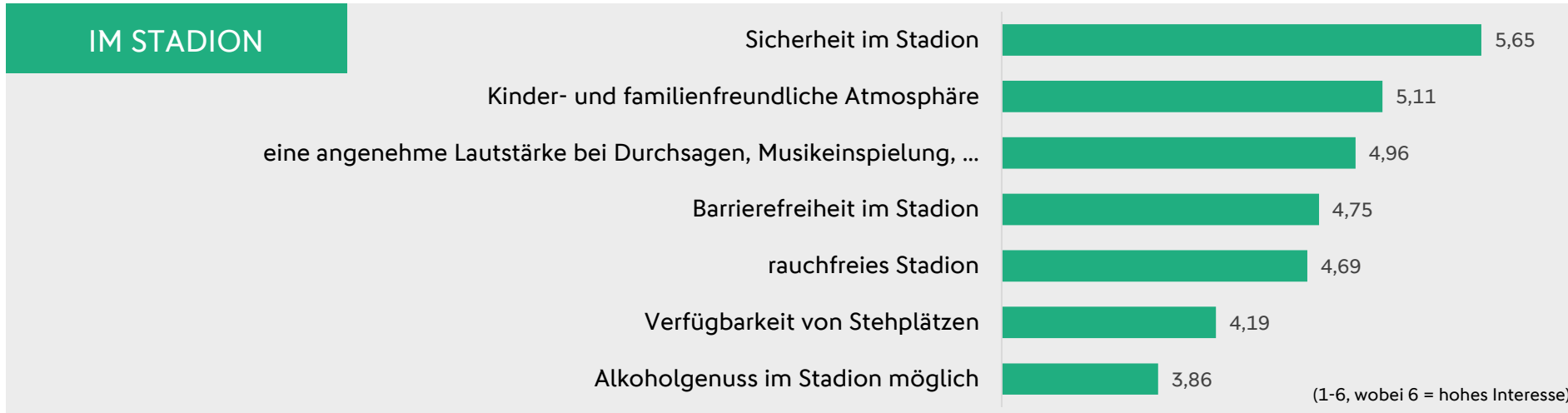


Vor Ort sind die **Angemessenheit von Einlasskontrollen**, sowie die **unkomplizierte Anfahrt** zum Stadion ausschlaggebend.

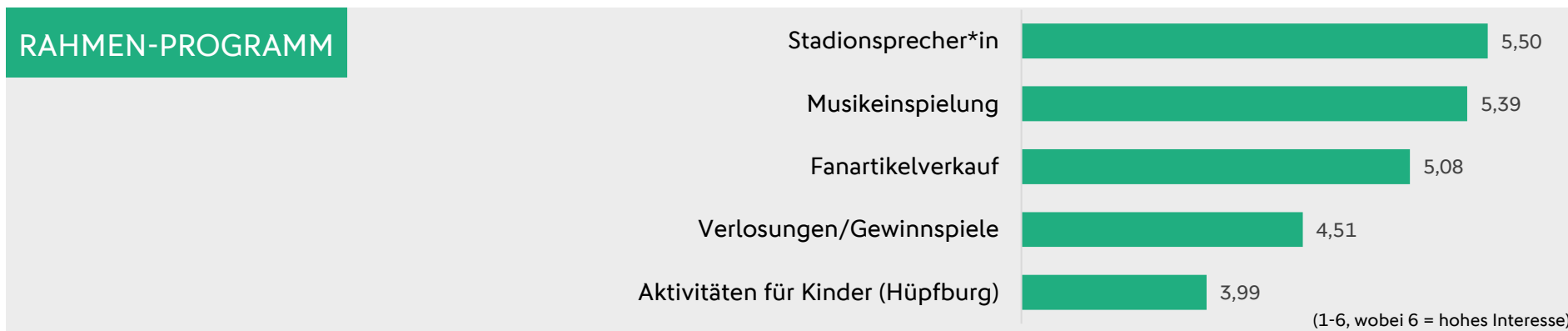
# D. SPIELBESUCH



Welche Aspekte spielen für Dich eine große Rolle?



Im Stadion sind eine **Kinder- und familienfreundliche Atmosphäre** und **Sicherheit** von höchster Bedeutung.



Beim Rahmenprogramm spielen **Musikeinspielungen** und der/die **Stadionsprecher\*in** die größte Rolle.

# E. INFORMATIONS- UND KONSUMVERHALTEN



Wie informierst Du Dich über das aktuelle Geschehen in der Frauen-Bundesliga?

Social Media, **insbesondere Instagram**, ist über alle Fan-Cluster hinweg ein sehr wichtiger Informationskanal. Bei der Nutzung der Plattformen unterscheiden sich die Fan-Segmente deutlich – während **Returnees eher Instagram** nutzen, sind **Core Fans besonders oft bei Facebook und Twitter** zu finden. First Timer informieren sich überdurchschnittlich viel über die **Vereins-Apps**.





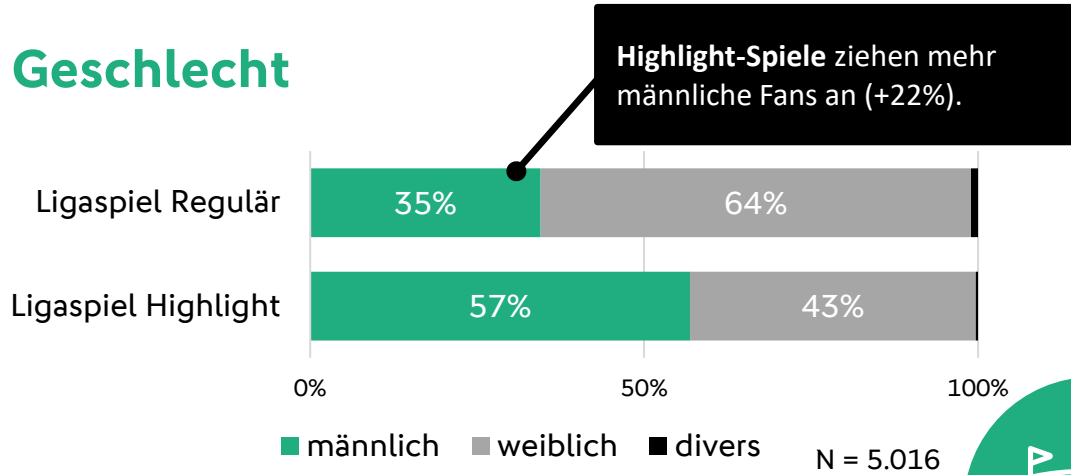


# 4. WEITERFÜHRENDE ANALYSEN

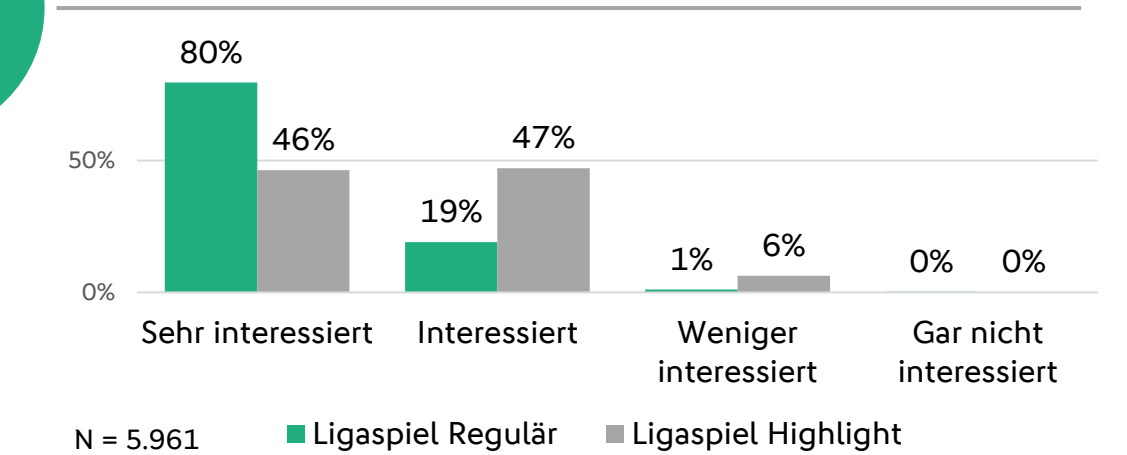
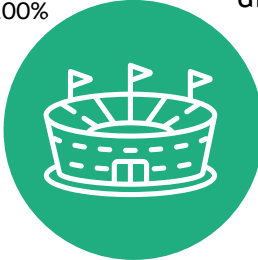
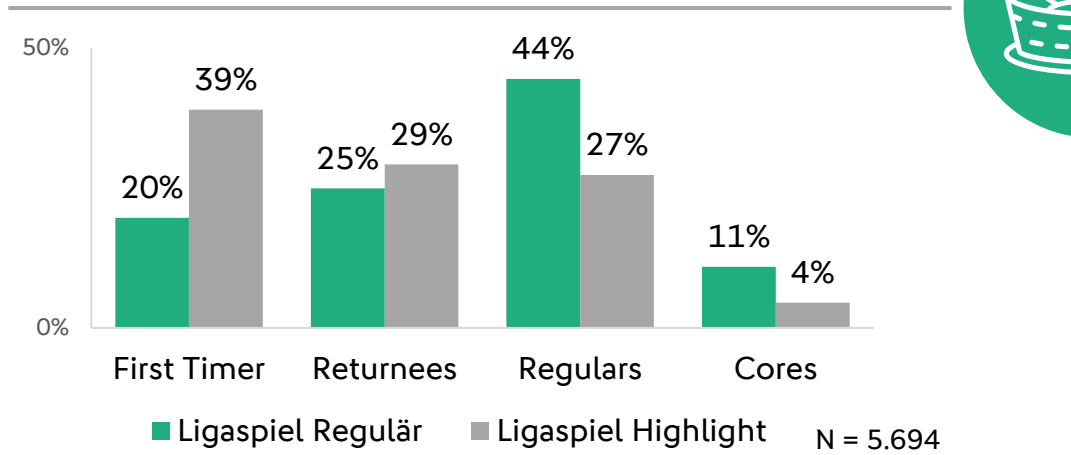
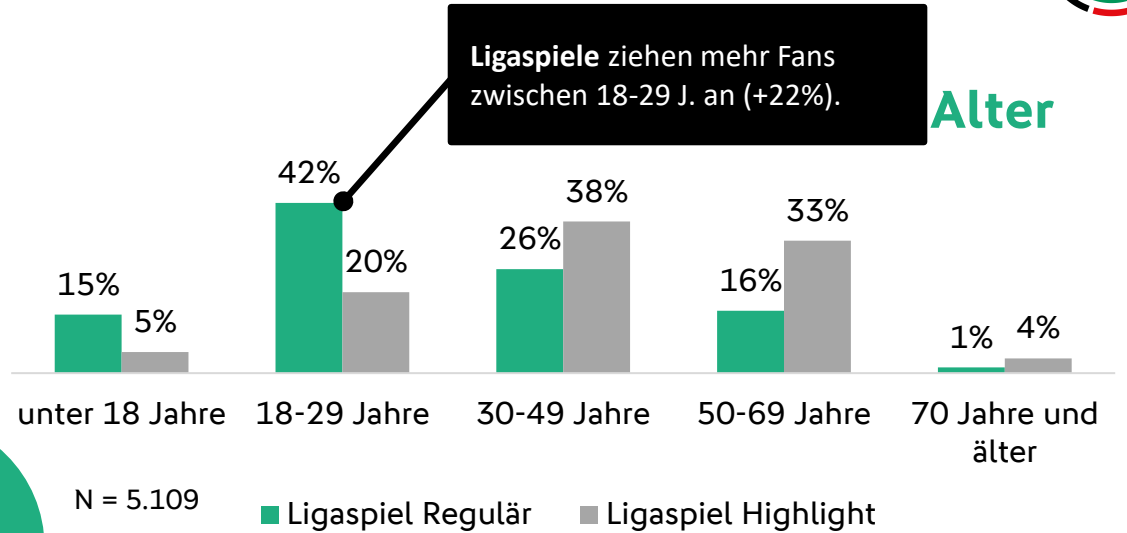
# A. FANS AN REGULÄREN VS. HIGHLIGHT-SPIELE



## Geschlecht



## Alter



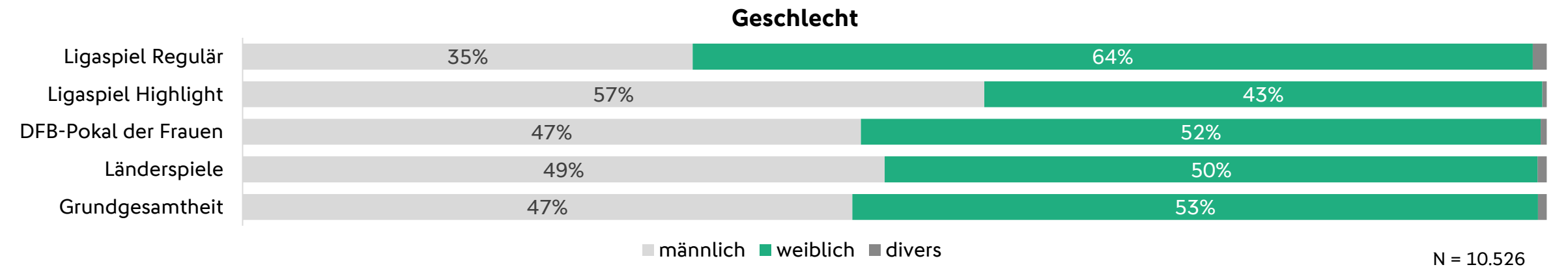
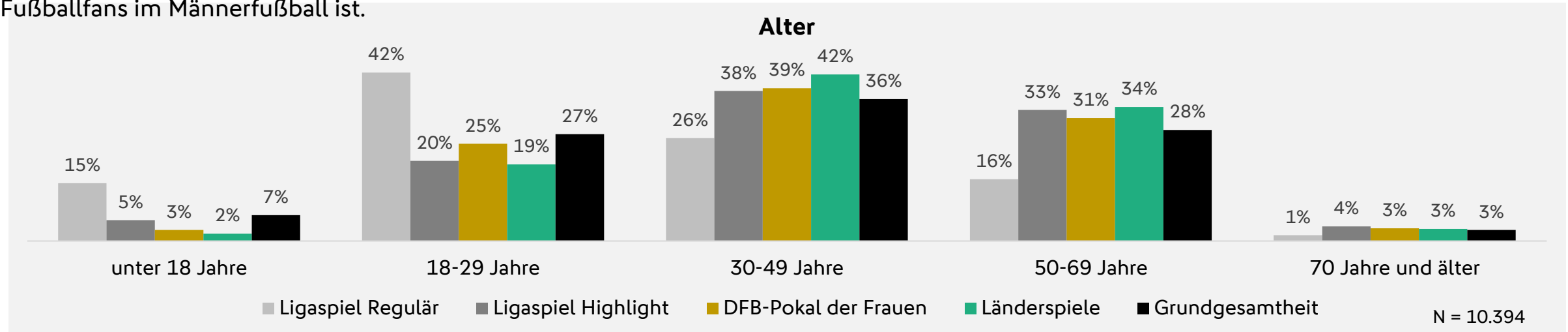
## Segmente

## Interesse am Frauenfußball

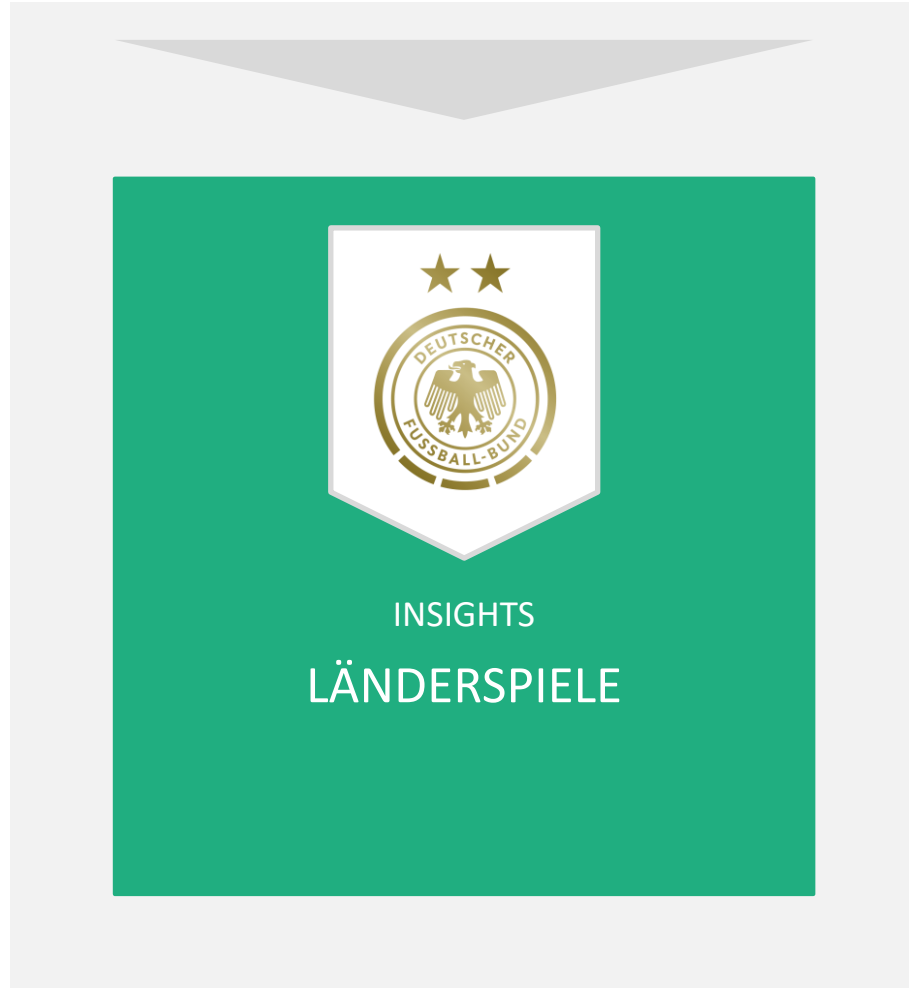
# B. FANS NACH WETTBEWERB – STATISTIK



Fans von **regulären Spielen der Frauen-Bundesliga** sind **überdurchschnittlich unter 30 Jahren alt**, während Besucher\*innen von **Länderspielen eher älter** sind. Highlight-Spiele ziehen tendenziell mehr ältere und männlichere Fans an, was näher am Durchschnitt der Fußballfans im Männerfußball ist.



# B. INSIGHTS

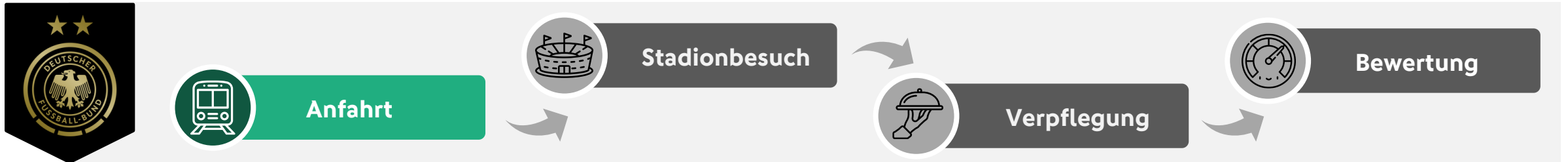
A light gray envelope-shaped graphic containing a green rectangular area. Inside the green area is a white shield with the DFB logo (two stars, eagle, and text 'DEUTSCHER FUSSBALL-BUND'). Below the shield, the text 'INSIGHTS LÄNDERSPIELE' is written in white capital letters.

INSIGHTS  
LÄNDERSPIELE

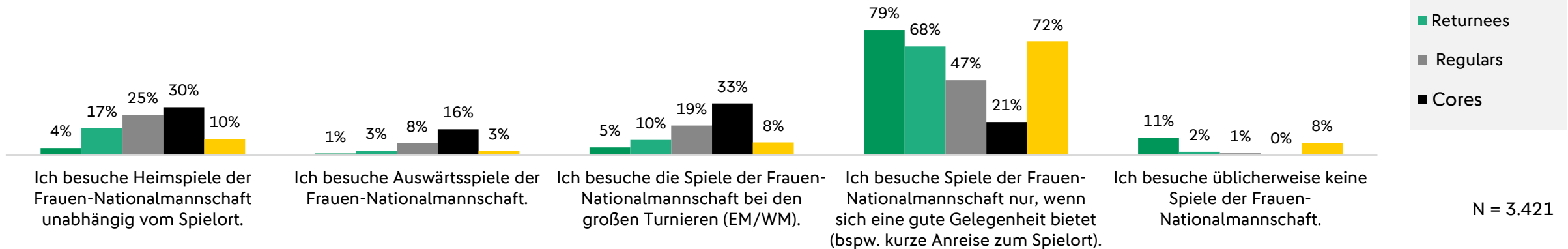
A green rectangular graphic containing a white shield with the DFB-Pokal Frauen logo (a trophy and the text 'DFB-POKAL FRAUEN'). Below the shield, the text 'INSIGHTS POKALFINALE DER FRAUEN' is written in white capital letters.

INSIGHTS  
POKALFINALE DER  
FRAUEN

# B. INSIGHTS LÄNDERSPIELE



Welche dieser Aussagen treffen auf dich im Hinblick auf Stadionbesuche der Frauen-Nationalmannschaft zu?



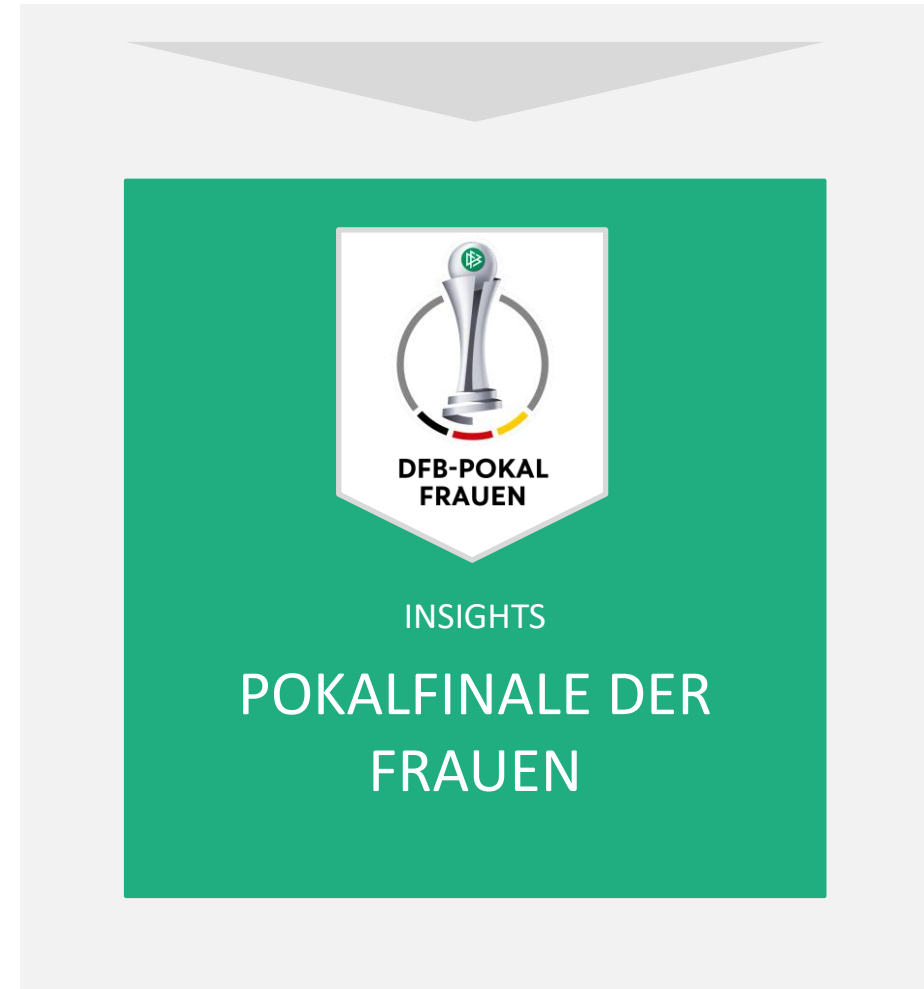
**50 %**  
der Fans reisen mit dem PKW zu Länderspielen an.

**29 %**  
davon hätten stattdessen den Nahverkehr genutzt, wenn es ein Kombiticket gegeben hätte.

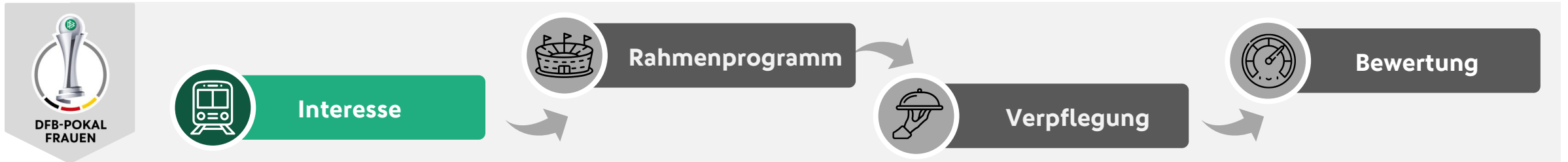
Fall es ein Kombiticket gegeben hätte, wärst du dann ebenfalls mit dem PKW angereist?

- Ja
- Nein, hätte Nahverkehr genutzt

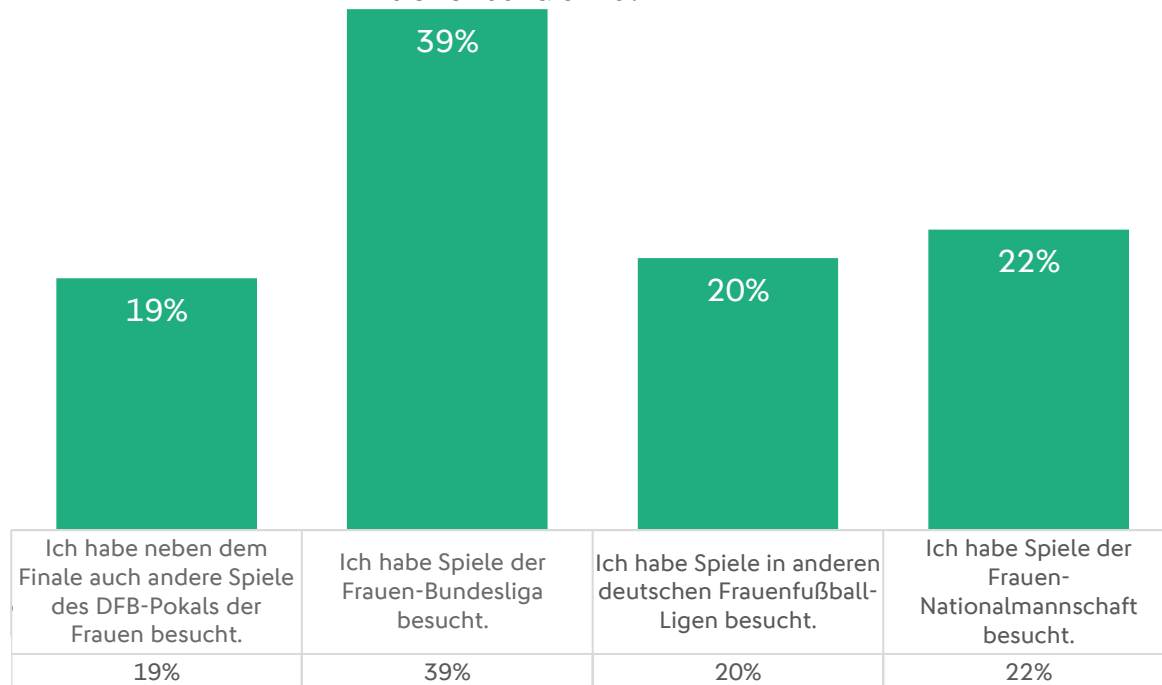
# B. INSIGHTS DFB-POKALFINALE DER FRAUEN



# B. INSIGHTS DFB-POKALFINALE DER FRAUEN

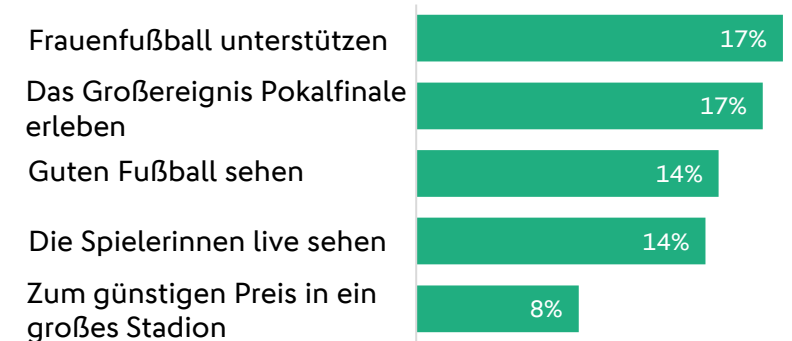


Welche der folgenden Aussagen, die sich auf das Fußballjahr 2022/23 beziehen, treffen auf dich zu?



Über **80 %** der Fans haben vor dem Finale noch kein anderes **DFB-Pokalspiel** in der Saison besucht. 17 % der Zuschauer\*innen gehen ins Stadion, um das Großereignis zu erleben.

## Top 5 Gründe das DFB-Pokalfinale zu besuchen





DEUTSCHER  
FUSSBALL-BUND

## **KONTAKT**

LARISSA KNEISEL (LARISSA.KNEISEL@DFB.DE)

GESCHÄFTSBEREICH SPIELBETRIEB

SENIOR MANAGERIN FRAUEN-BUNDESLIGEN

TEAM FRAUEN-BUNDESLIGEN & B-JUNIORINNEN-BL