

Tim Pawlowski

# **Wettbewerbsintensität im Profifußball**

Eine empirische Untersuchung  
zur Bedeutung für die Zuschauer



Springer Gabler

RESEARCH

---

# Wettbewerbsintensität im Profifußball

---

Tim Pawlowski

# Wettbewerbsintensität im Profifußball

Eine empirische Untersuchung  
zur Bedeutung für die Zuschauer

 Springer Gabler

**RESEARCH**

Tim Pawlowski  
Köln, Deutschland

ISBN 978-3-658-00210-7  
DOI 10.1007/978-3-658-00211-4

ISBN 978-3-658-00211-4 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media  
[www.springer-gabler.de](http://www.springer-gabler.de)

## Vorwort

Das vorliegende Buch basiert auf einer leicht modifizierten Version des Abschlussberichts für die UEFA im des Rahmen des UEFA Research Grant Programme 2011/12.

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 Dalftsen) 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 Dalftsen) 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."

Jun.-Prof. Dr. Tim Pawlowski

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Kurzfassung</b>	<b>1</b>
1.1	Problemstellung	1
1.2	Datenerhebungsmethodik	2
1.3	Beschreibung der Stichprobe	3
1.4	Zentrale Ergebnisse	4
1.5	Kernaussagen und Ausblick	11
<b>2.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>13</b>
2.1	Problemstellung und Zielsetzung der Studie	13
2.2	Relevanz des Forschungsvorhabens	15
2.3	Struktur des Abschlussberichts	16
<b>3.</b>	<b>Forschungsstand</b>	<b>19</b>
3.1	Klassische Studien aus der Ökonomie	20
3.2	Klassische Studien aus dem Marketing	24
3.3	Forschungsd desiderata	26
<b>4.</b>	<b>Primärdatenerhebung</b>	<b>31</b>
4.1	Fragebogen	31
4.1.1	Fragenkomplexe	32
4.1.2	Pre-Test	34
4.2	Stichprobe	34
4.2.1	Auswahl der Länder	35
4.2.2	Auswahl der Städte	35
4.2.3	Auswahl der Zugangspunkte	40
4.3	Durchführung der Befragung	42
<b>5.</b>	<b>Analysen und Ergebnisse</b>	<b>45</b>
5.1	Datenbereinigung und Datenergänzung	45
5.2	Beschreibung der Stichprobe	48
5.2.1	Charakteristika der Stichprobe	49

5.2.2	Repräsentativität der Stichprobe	53
5.2.3	Bezug der Befragten in der Stichprobe zum Fußball	57
5.3	Wettbewerbsintensität in den Ligen	60
5.3.1	Objektive Wettbewerbsintensität	60
5.3.2	Subjektive Wettbewerbsintensität	65
5.4	Einflussfaktoren auf die Wettbewerbsintensität	80
5.4.1	Objektive Einflussfaktoren	80
5.4.2	Subjektive Einflussfaktoren	82
5.5	Subjektive Bedeutung der Wettbewerbsintensität	84
5.5.1	Spannung als ein Motiv der Nachfrage	85
5.5.2	Spannung als Bedingung für Konsum und Interesse	88
5.5.3	Relevante Dimensionen der Spannung	99
5.5.4	Zahlungsbereitschaft für Spannung	101
<b>6.</b>	<b>Abschließende Betrachtung und Ausblick</b>	<b>105</b>
6.1	Diskussionen und Implikationen der Ergebnisse	105
6.2	Zukünftige Forschungsrichtungen	110
<b>7.</b>	<b>Literatur</b>	<b>113</b>
<b>8.</b>	<b>Anhang</b>	<b>121</b>
8.1	Übersicht zu den klassisch ökonomischen Studien	121
8.2	Änderungshinweise nach Durchführung des Pre-Tests	125
8.3	Die Verteilung der Fans nach Ihren Lieblingsvereinen	126
8.4	Chi2-Tests zur Frage 2.1 "Motive Stadionbesuch"	128
8.5	Chi2-Tests zur Frage 2.2 "Motive Fußball im TV"	130
8.6	Chi2-Tests zur Frage 3.1 "Subjektive Spannung"	132
8.7	Chi2-Tests zur Frage 3.2 "Bedeutung der Spannung"	134
8.8	Chi2-Tests zur Frage 3.3 "Entwicklung der Spannung"	136
8.9	Chi2-Tests zu den Fragen 4.2 und 4.3 "Zahlungsbereitschaft"	138
8.10	Chi2-Tests zur Frage 5.1 "Einflussfaktoren auf die Spannung"	140
8.11	Fragebogen (deutsch)	142

# 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 (*revealed preferences*) 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 (*stated preferences*) Analyse zur wahrgenommenen Bedeutung 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 Fans der Meinung ist, dass dies nicht auf die dänische Liga zutrifft. Bzgl. der subjektiven Einschätzung des Spannungsgrades unterscheiden sich die am Stadion Befragten kaum 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.

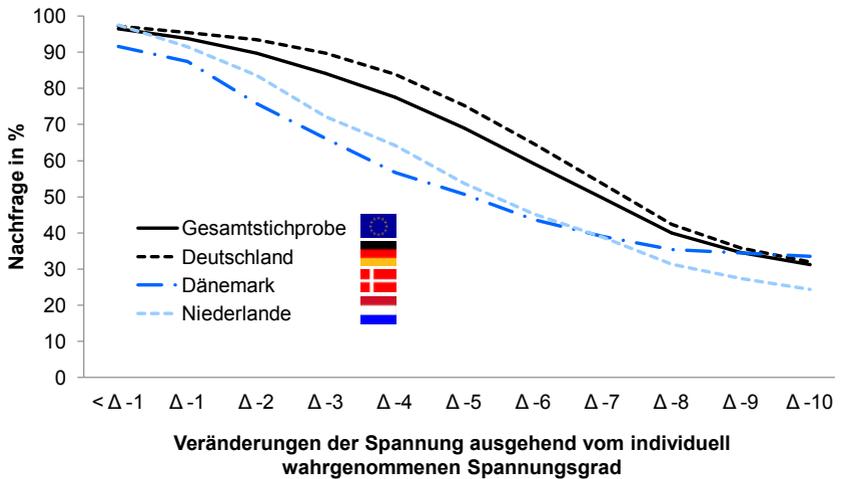
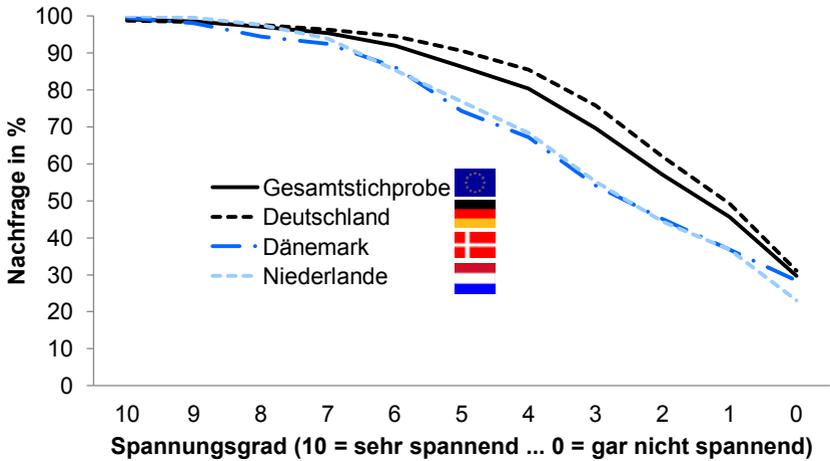
(6) Außerdem glaubt die Mehrheit der befragten Fans, dass Investoren die Spannung im Fußball verringern, während das System der Zentralvermarktung der Medienrechte (mit anschließender Umverteilung) die Spannung erhöht. Dagegen denken mehr als zwei Drittel der befragten Fans, dass weder die UEFA Europa 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“ einer der Hauptgründe, 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 (würden). 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 im Rahmen der Arbeit simulierten Nachfragefunktionen s-förmig (vgl. Abbildung 0.1).

Abb. 0.1: Die simulierten Nachfragefunktionen in Abhängigkeit vom Spannungsgrad.

a) Interesse an den 1. Ligen



b) Stadionbesuch in den 1. Ligen

