

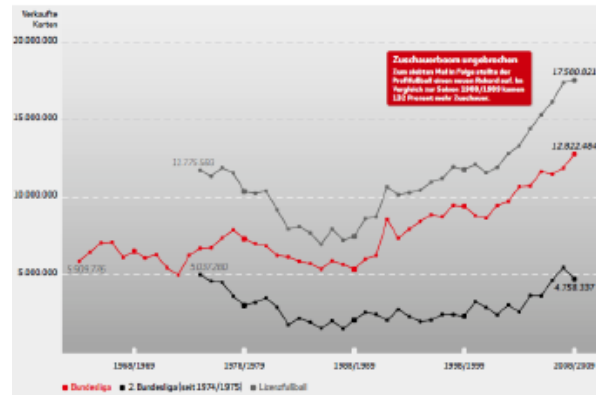
## Die Fußballbundesliga und ihre Besucher aus sport- und eventtouristischer Perspektive

### Forschungsgegenstand:

Die Fußballbundesliga wird anhand ihrer Merkmale in die Veranstaltungs-/Eventtypologie eingeordnet, sowie Parallelen in ihrer Entwicklung zu Tendenzen in Gesellschaft, Freizeit und Tourismus aufgezeigt. Anhand einer Befragung werden die Motive, Bedürfnisse und Potentiale der Besucher ermittelt.

### Datengewinnung:

Die Daten wurden durch eine Online-Befragung der Besucher von Heimspielen des Bundesligisten 1. FC Kaiserslautern gewonnen.



Die Fußballbundesliga hat in den letzten Jahren ein enormes Zuschauerwachstum erfahren und jeden Spieltag strömen mehr als 300.000 Besucher in die Stadien. In ihrer Entwicklung profitiert die Bundesliga dabei von Verhaltenstendenzen der Deutschen im Freizeit- und Tourismusbereich. Durch die hohen Besucherzahlen werden in den Städten und Regionen der Vereine unter anderem positive ökonomische-, und soziale Effekte erzielt. Auch die Tourismusbranche zählt zu den Profiteuren dieser Großveranstaltungen. Die Besucherbefragung zeigte allerdings auch, dass in diesem Bereich noch unerschlossene Potentiale vorhanden sind.

Der Versuch der Vereine neue Besuchergruppen zu gewinnen, sowie neue Einnahmequellen zu erschließen mündet in gesteigerten Marketingaktivitäten und es wird über ein professionelles Eventmanagement versucht Fußballspiele zu emotionalen Events zu gestalten. Solche Maßnahmen und Entwicklungen bergen jedoch Gefahren und sind nicht zwangsläufig mit den Ansprüchen des traditionellen Publikums kompatibel. Die Befragung der Stadionbesucher hat gezeigt, dass die Mehrheit der Stadionbesucher Eventisierungsmaßnahmen und Kommerzialisierungstendenzen kritisch gegenüber steht. Besonders die authentische durch die Fans selbst erzeugte Atmosphäre wird geschätzt und spielt eine entscheidende Rolle im breiten Motivkomplex der Besucher. Den teils gegensätzlichen Bedürfnissen unterschiedlicher Besuchergruppen Rechnung zu tragen, stellt die Vereine vor eine große Herausforderung und bedarf eines sehr sensiblen Vorgehens. Auch wird der große Einfluss der Medien und TV-Rechtevermarkter auf die Ansetzung der Spiele von den Stadionbesuchern sehr negativ betrachtet. Der Ligaverband und die Vereine sind auf die hohen TV-Gelder angewiesen, sollten aber dennoch genauer prüfen, inwiefern sich eine Zerstückelung der Spieltage, sowie sehr frühe Anstoßzeiten negativ auf die Besucherzahlen im Stadion auswirken.

„Sport ist in diesem Zusammenhang Massenbewegung, Modeerscheinung, Selbstdarstellung, Lebensstil, Kommunikation und Kommerz“ (S.10)

Die Fußballbundesliga und ihre Besucher aus sport- und eventtouristischer Perspektive am Beispiel des 1. FC Kaiserslautern