

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



# Bundesliga Report 2014

Ergebnis-  
Abriss

März 2014



## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

---

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.629 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 18.02.2014 – 03.03.2014
- **Screening:** Alter, Land, Interesse am Thema „Fußball“, Ansehen von Spielen der österreichischen Bundesliga, Bekanntheit von zumindest einem Verein
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 58 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.590,- für die gesamte Studie



## Bundesliga-Vereine und Spielstätten im Test:

---

- SK Rapid Wien – Gerhard Hanappi Stadion
- FK Austria Wien – Generali Arena
- SK Puntigamer Sturm Graz – UPC Arena
- FC Red Bull Salzburg – Red Bull Arena
- SV Josko Ried – Keine Sorgen Arena
- SC Wiener Neustadt – Wr. Neustädter Stadion
- FC Wacker Innsbruck – Tivoli Stadion
- FC Admira Wacker Mödling – BSFZ Arena
- RZ Pellets WAC - Lavanttal Arena
- SV Scholz Grödig – Untersbergarena



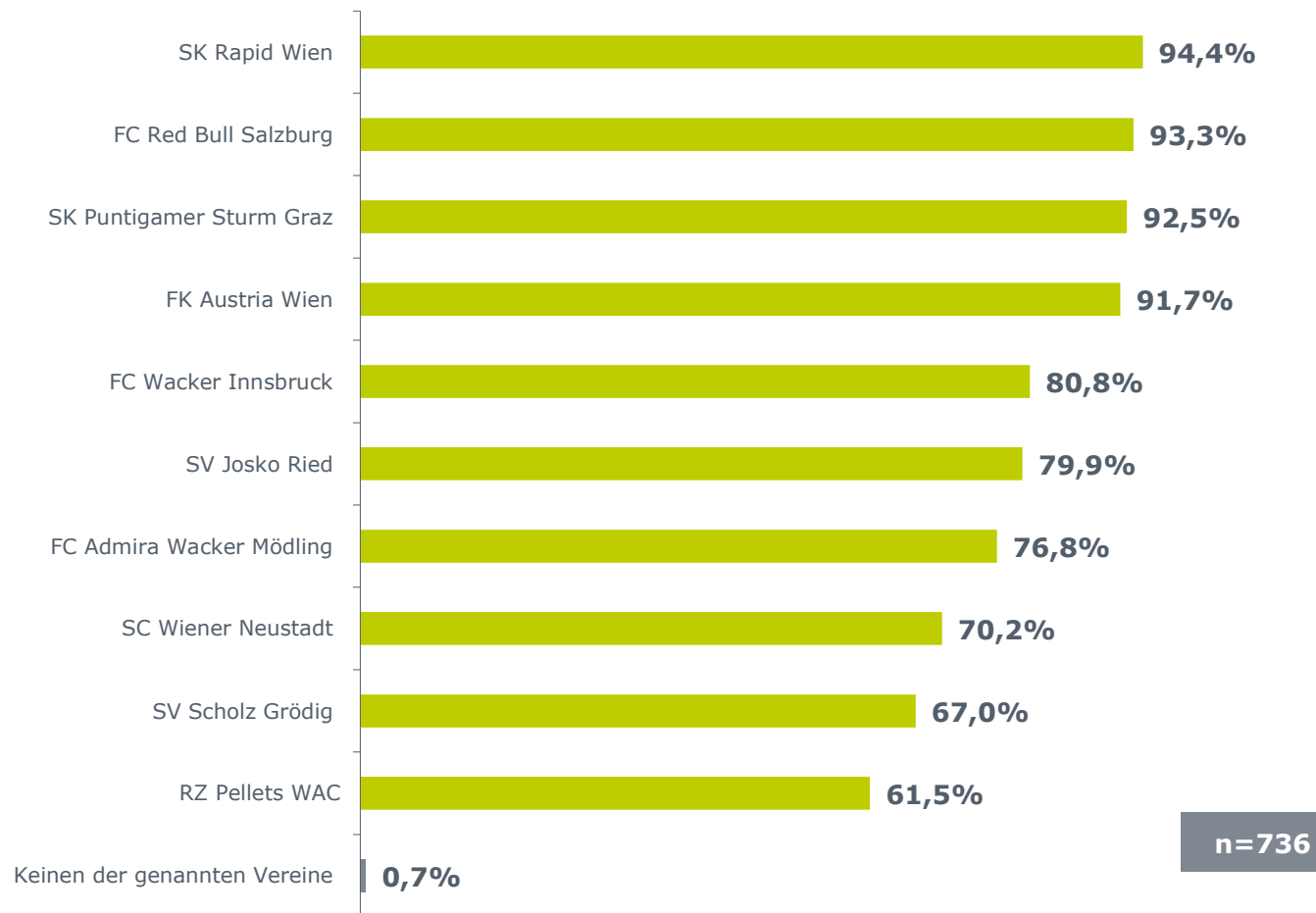
## Erkenntnisinhalte:

---

- **Spontane und gestützte Bekanntheit Bundesliga-Vereine**
- **Zugehörigkeit**
- **Verein-Imagebatterie** (*Sympathie, Tradition, Verwurzelung, Wirtschaftlichkeit, Nachwuchs, Fan-Basis, Fairplay, Dynamik,...*)
- **Kampfmannschaft-Imagebatterie** (*kämpferisch, abschlussorientiert, technisch stark, konditionell stark, zweikampfstark, eingespielt, wettbewerbsfähig, talentiert, offensiv, defensiv,...*)
- **Gestützte Bekanntheit Spielstätten der Bundesliga**
- **Wichtigkeit und Vorhandensein div. Kriterien der Bundesliga-Spielstätten**  
(*Größe, Entfernung, Sicht, Beschaffenheit, technische Ausstattung, Sicherheitsvorkehrungen, Informationsbeschilderung, Sitzplätze, Sauberkeit, Waschräume/Toilettenanlagen, Gastronomie, Atmosphäre, Verkehrsanbindung, Parkplätze, Ticketpreise,...*)
- **Weiterempfehlung der Spielstätten**



# Bekanntheit der Vereine der österreichischen Bundesliga (gestützt):

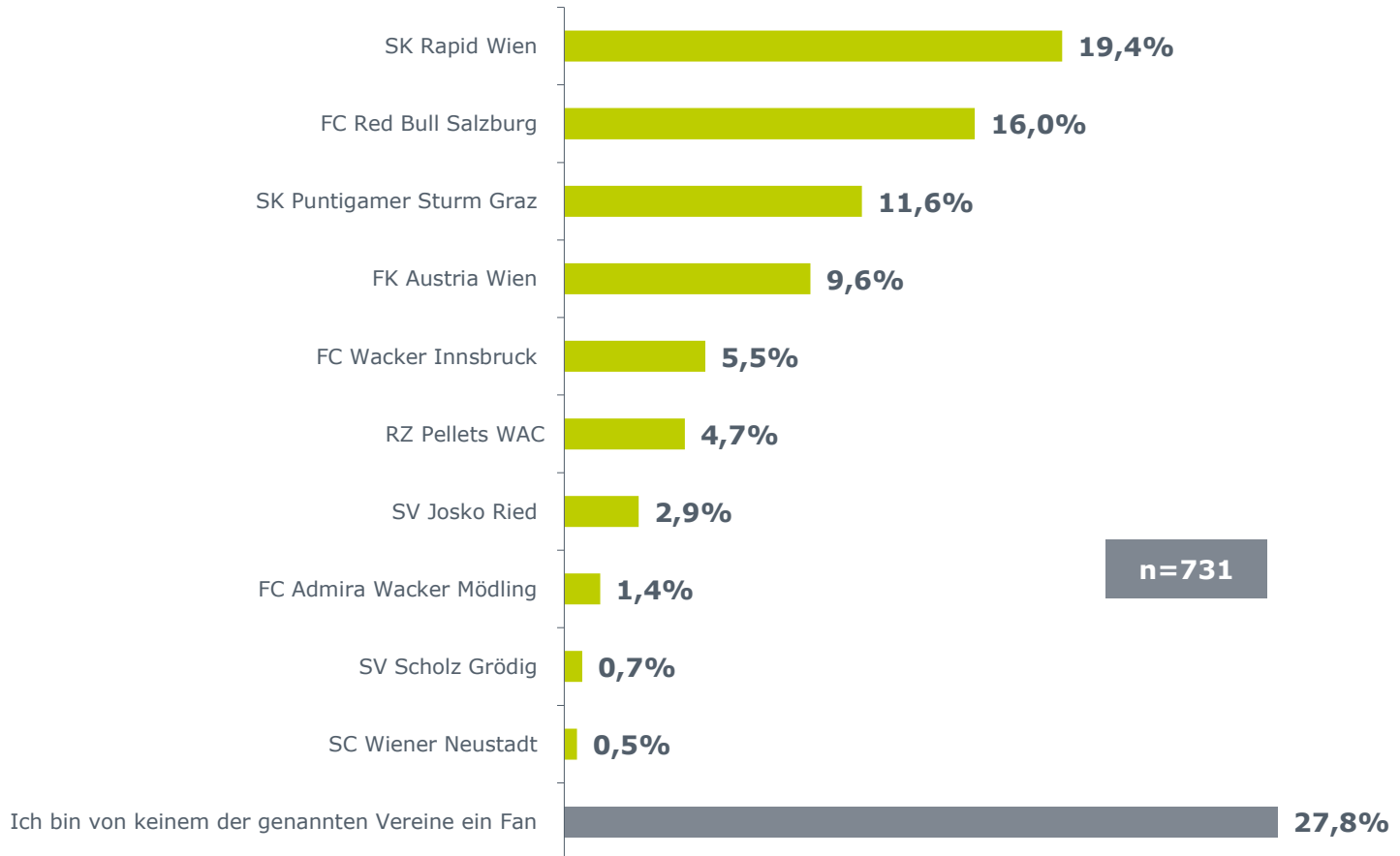


[...] Welche der folgenden Vereine kennen Sie zumindest dem Namen nach?



# Jeder Fünfte ist Rapid-Fan.

## Fans der Fußballvereine

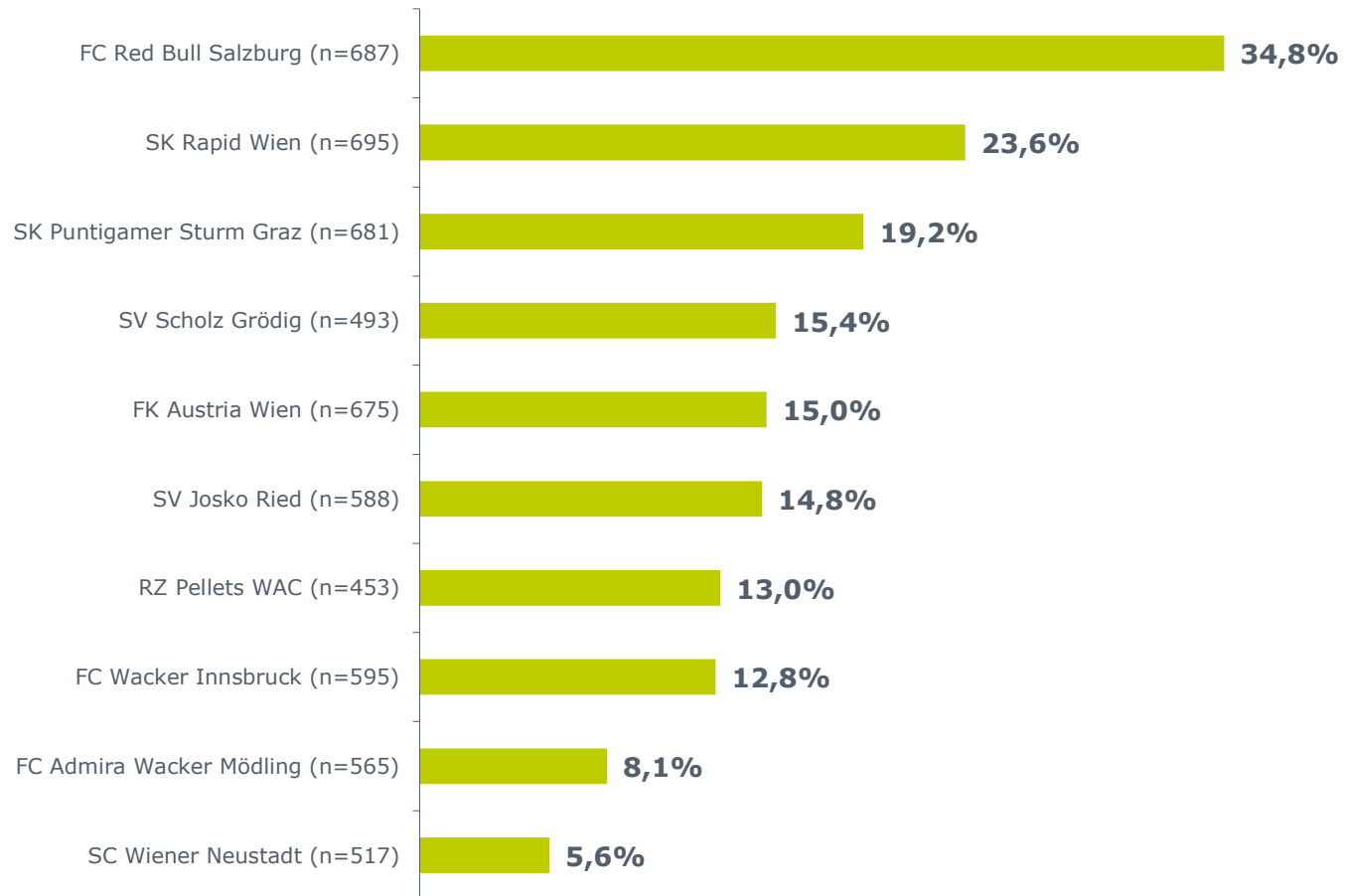


Sind Sie Fan einer dieser Fußballvereine? [...]



# Der FC Red Bull Salzburg ist am sympathischsten.

**Top-Box: bewertet mit „sehr sympathischer Verein“ (5-stufige Skalierung)**

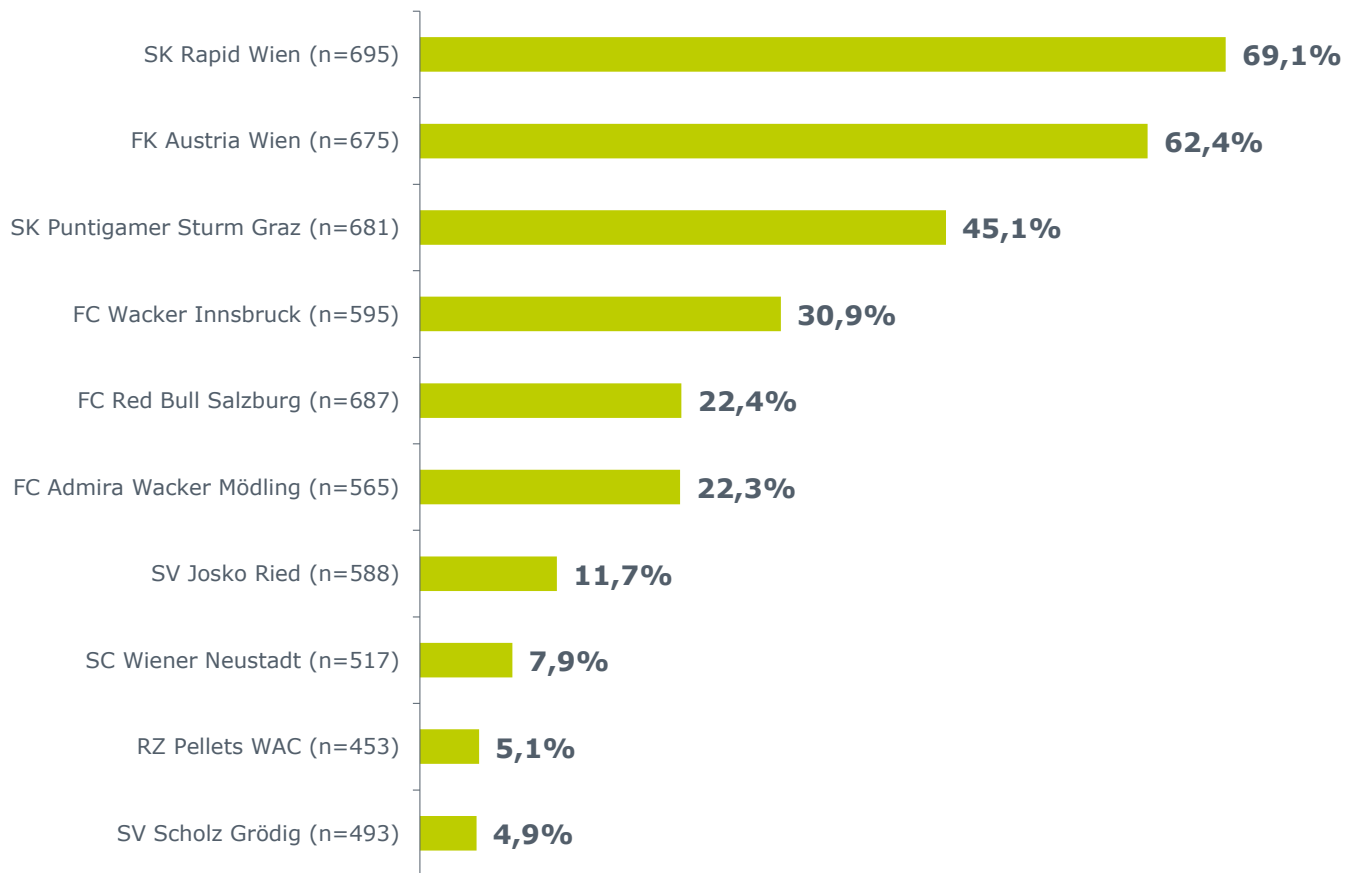


**Inwieweit sind Ihnen die folgenden Vereine der österreichischen Fußball-Bundesliga sympathisch? [...]**



# Die traditionsreichsten Bundesliga-Vereine:

**Top-Box: bewertet mit "sehr traditionsreicher Verein" (5-stufige Skalierung)**



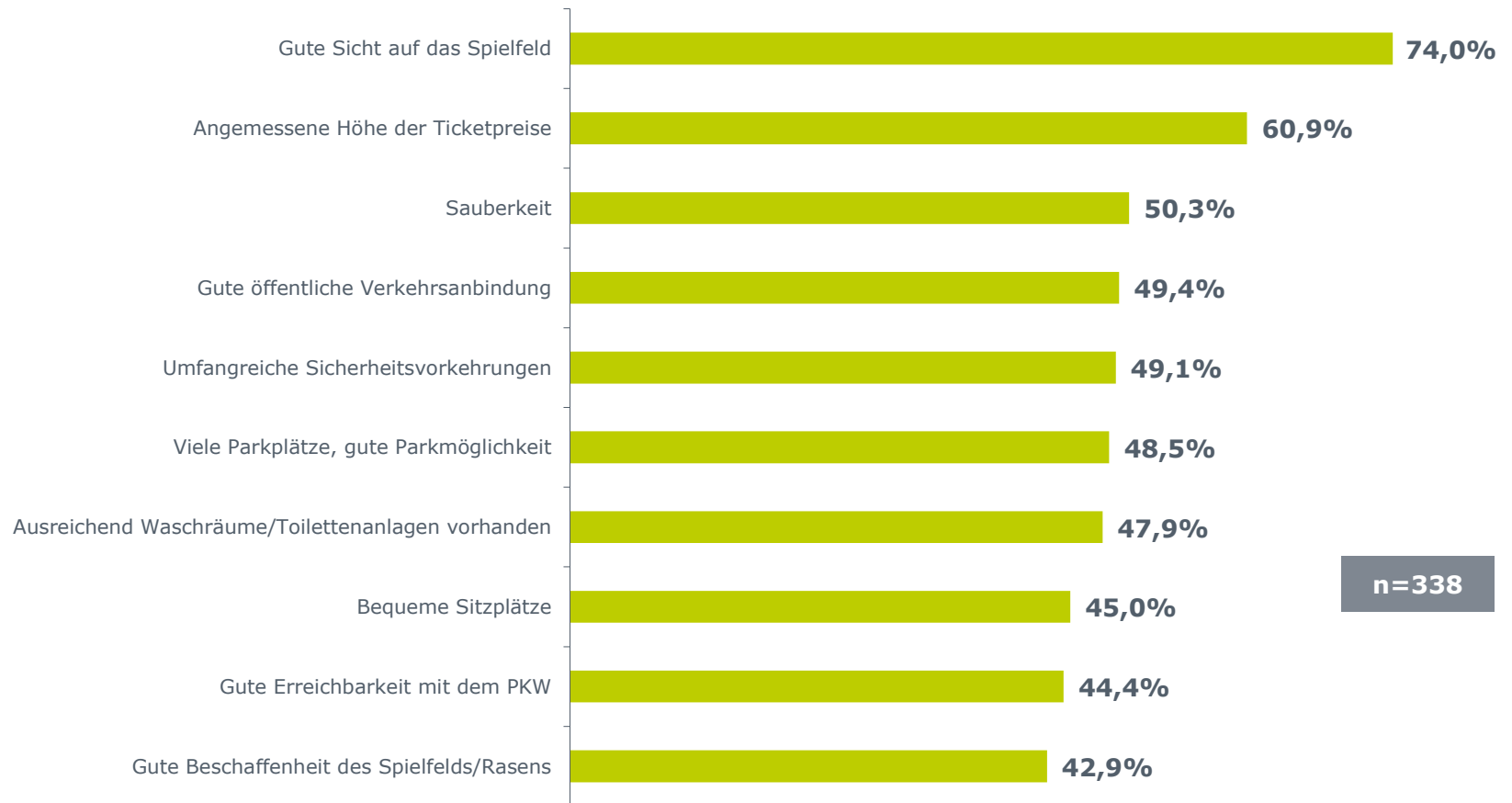
**Und sind Ihrer Meinung nach die folgenden Vereine der österreichischen Fußball-Bundesliga traditionsreich? [...]**





# Am wichtigsten bei den Spielstätten ist die gute Sicht auf das Spielfeld.

## Wichtige Kriterien bei den Spielstätten – Top 10

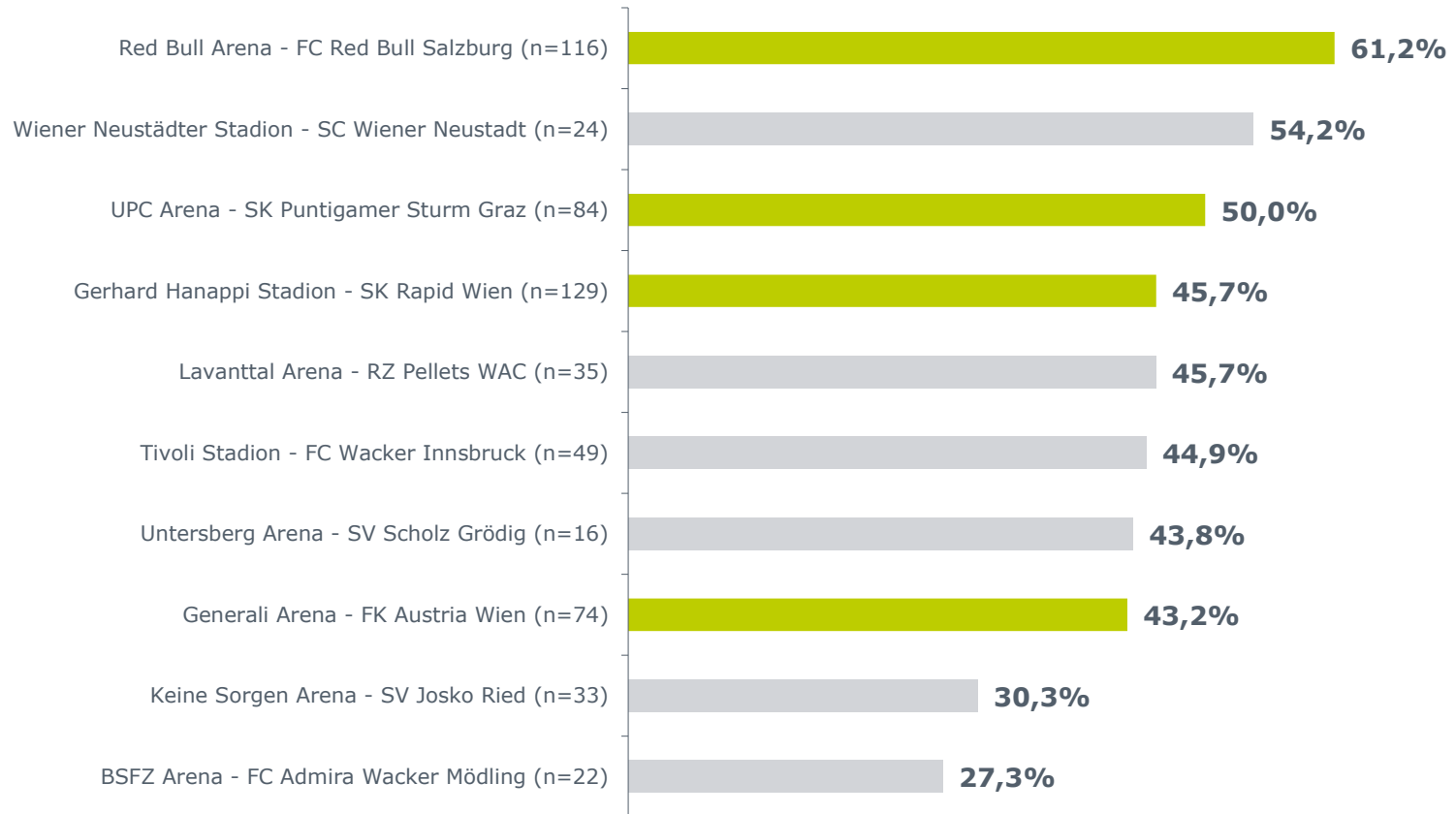


Inwieweit sind die folgenden Kriterien für Sie persönlich wichtig, wenn Sie die Spielstätten der österreichischen Bundesliga besuchen? [...]



# Die Stadien mit der besten Sicht auf das Spielfeld:

**Top-Box: bewertet mit "sehr gute Sicht auf das Spielfeld" (5-stufige Skalierung)**



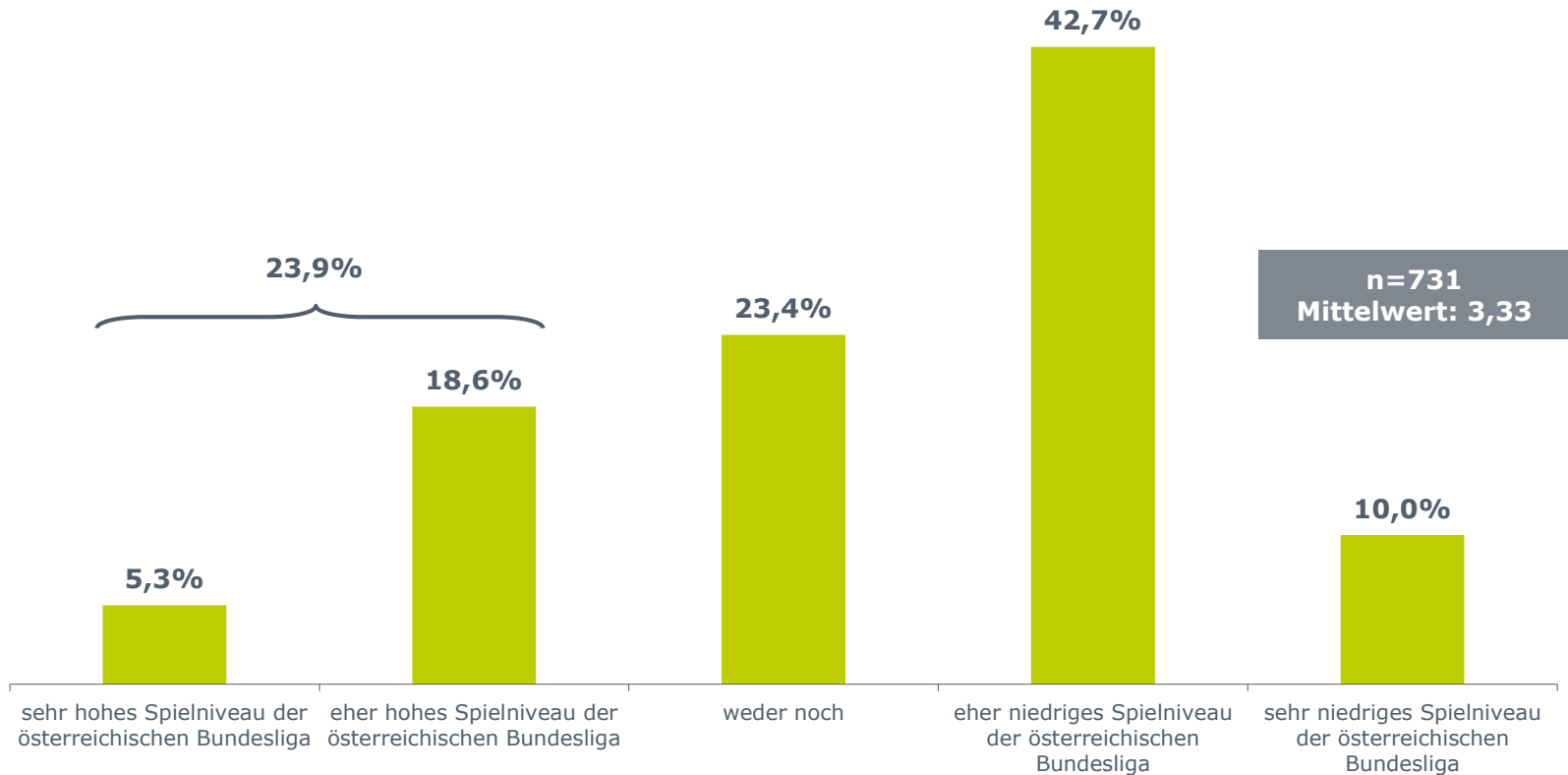
(hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl)

**Wie würden Sie die Sicht auf das Spielfeld in den folgenden Spielstätten der österreichischen Bundesliga beurteilen? [...]**



# 24% der Befragten räumen der österreichischen Bundesliga ein (eher) hohes Spielniveau ein.

Spielniveau der österreichischen Bundesliga

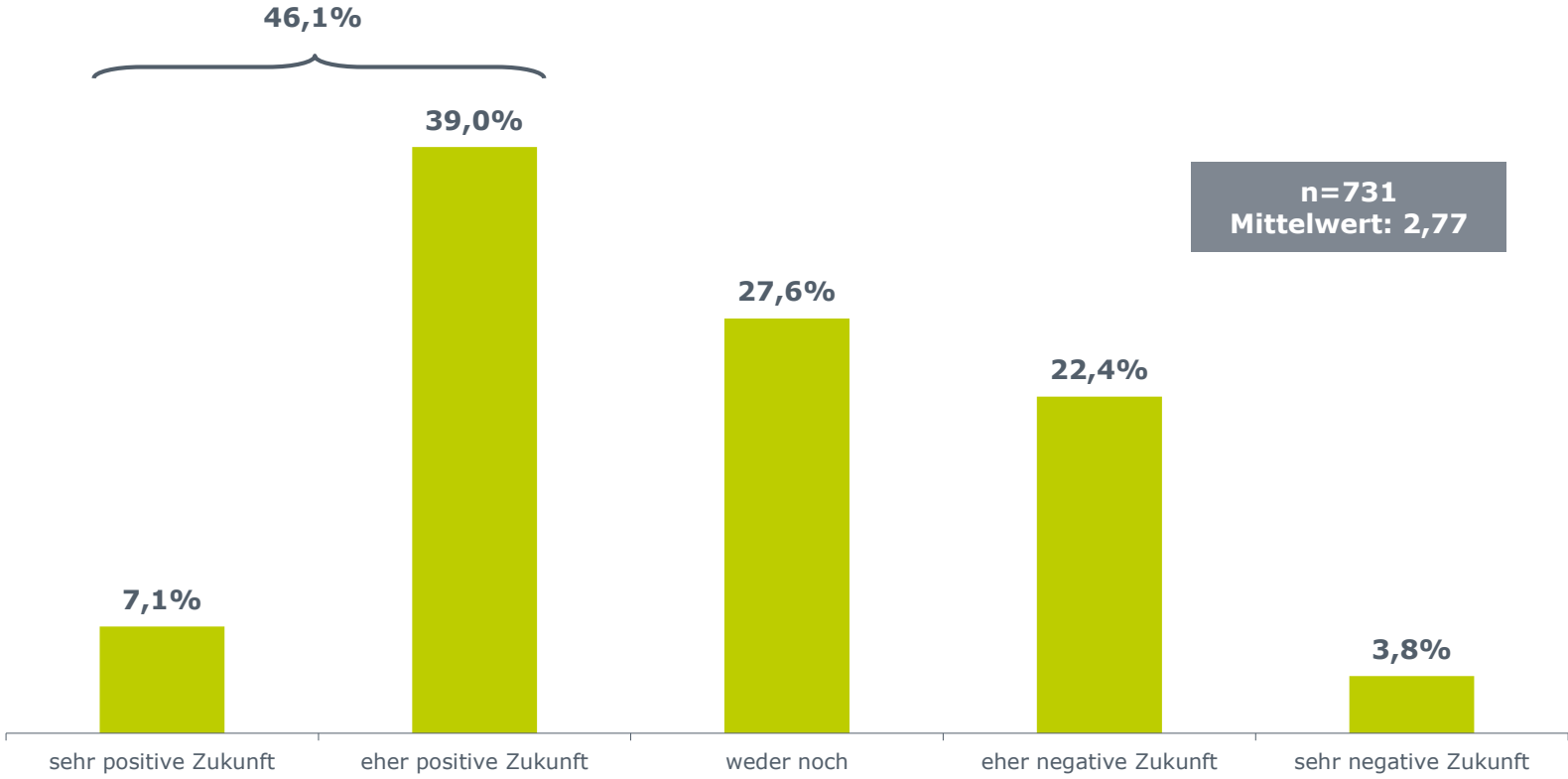


Wie würden Sie allgemein das Spielniveau der österreichischen Bundesliga im Vergleich zu anderen europäischen Ligen beurteilen? [...]



# 46 Prozent sehen eine (eher) positive Zukunft der österreichischen Vereine in europäischen Klubwettbewerben.

Zukünftige Leistungsfähigkeit der österreichischen Vereine in den europäischen Klubwettbewerben



Zum Schluss würden wir noch gerne wissen, wie Sie die zukünftige Leistungsfähigkeit der österreichischen Vereine in den europäischen Klubwettbewerben (Champions-League, Europa-League) einschätzen?

---

# about Marketagent.com



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 550.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand März 2014, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



## Das Online Access Panel von Marketagent.com ...

---

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.  
d.ertl@marketagent.com  
+43 (0) 2252 – 909 009– 27**

**Mühlgasse 59  
A-2500 Baden**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

