
BACHELORARBEIT

Herr
Fabian Wölfle

**Der Standort als Erfolgsfaktor
für Fußballvereine – Eine
Standortanalyse am Beispiel
des Vereins FC Augsburg**

2024

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Der Standort als Erfolgsfaktor für Fußballvereine – Eine Standortanalyse am Beispiel des Vereins FC Augsburg

Autor:
Herr Fabian Wölfle

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
UB20w1-CM

Erstprüfer:
Prof. Dr. Georg Puchner

Zweitprüfer:
Prof. Dr. Rainer Gömmel

Einreichung:
Mering, 24.01.2024

BACHELOR THESIS

The location as a success factor for soccer clubs – A location analysis using the example of FC Augsburg

author:

Mr. Fabian Woelfle

course of studies:

Business Management

seminar group:

UB20w1-CM

first examiner:

Prof. Dr. Georg Puchner

second examiner:

Prof. Dr. Rainer Gömmel

submission:

Mering, 24.01.2024

Bibliografische Angaben

Wölfle, Fabian:

Der Standort als Erfolgsfaktor für Fußballvereine – Eine Standortanalyse am Beispiel des Vereins FC Augsburg

The location as a successful factor for soccer clubs – A location analysis at the example of FC Augsburg

52 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2024

Abstract

Mit der vorliegenden Bachelorarbeit wird der Frage nachgegangen, welcher Bedeutung dem Standort als kritischer Erfolgsfaktor für Fußballvereine beigemessen werden kann. Dies geschieht am Beispiel des FC Augsburg. Um die vorliegende Fragestellung zu beantworten, wie der Standort des FC Augsburg aktuell zu bewerten ist beziehungsweise welche Maßnahmen vorgenommen werden müssen, um diesen zukunftstauglich zu gestalten, soll im Folgenden eine Betrachtung anhand der als relevant identifizierten Standortfaktoren vorgenommen werden. Dazu zählen die *Marktanalyse am Standort*, *Wechselwirkung zwischen Amateur- und Profifußball*, *Konkurrierende Veranstaltungen*, *Qualität des Stadions* und *Infrastruktur und Mobilitätswende*. Mit Hilfe der Arbeit wird das Ziel verfolgt, Einblicke in die Bedeutung standortbezogener Überlegungen sowie konkrete Schlussfolgerungen für den FC Augsburg zu erhalten.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung, Relevanz und wissenschaftliche Einordnung	2
1.2 Themeneingrenzung	5
1.3 Forschungsfrage und Forschungsziel	6
1.4 Methodische Vorgehensweise	7
2 Theoretische Grundlagen der Standortanalyse	8
2.1 Begriff und Wesen des Standortes.....	8
2.2 Standortanalyse mittels Standortfaktoren	8
2.2.1 Systematisierungsmöglichkeiten der Standortfaktoren.....	9
2.2.2 Veränderungen von Standortfaktoren durch Megatrends.....	13
3 Profifußball im standorttheoretischen Kontext	15
3.1 Besonderheiten des kommerziellen Fußballs	15
3.2 Relevante Standortfaktoren für den Fußball	17
3.2.1 Marktanalyse am Standort.....	18
3.2.2 Wechselwirkungen zwischen Amateur- und Profifußball.....	20
3.2.3 Konkurrierende Veranstaltungen	22
3.2.4 Qualität des Stadions.....	23
3.2.5 Infrastruktur und Mobilitätswende	24
4 Anwendung am Praxisbeispiel des FC Augsburg	27
4.1 Relevante Standortfaktoren für den Club	27
4.1.1 Volkswirtschaftliche Situation im Raum Augsburg.....	27
4.1.2 Amateurfußball im Umkreis von Augsburg	29
4.1.3 Konkurrierende Veranstaltungen im regionalen Umfeld	30
4.1.4 Qualität der Augsburger WWK Arena	32
4.1.5 Infrastrukturplanung und Mobilitätswende <i>Blue City</i>	36
4.2 Schlussfolgerungen.....	39
5 Empirische Forschung	41
5.1 Die verwendete Methodologie.....	41

5.2	Beschreibung des Datenerhebungsinstruments	42
5.3	Methodische Vorgehensweise und Durchführung.....	43
5.4	Auswertung des Fragebogens	44
5.5	Interpretation der Ergebnisse	49
6	Schlussbetrachtung & Implikationen	51
6.1	Fazit.....	51
6.2	Implikationen für die Praxis	51
	Literaturverzeichnis.....	VI
	Anlagen.....	XXII
	Eigenständigkeitserklärung.....	XXXII

Abkürzungsverzeichnis

BSC	Berliner Sport-Club
DFL	Deutsche Fußball Liga
FC	Fußball-Club
MSV	Meidericher Sportverein
SpVgg	Spielvereinigung
SSV	Sport- und Schwimmverein
SV	Sportverein
TSG	Turn- und Sportgemeinschaft
TSV	Turn- und Sportverein
VfB	Verein für Ballspiele
VfL	Verein für Leibesübungen
VIP	Very Important Person
VUCA	Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity
WiFi	Wireless Fidelity
WLAN	Wireless Local Area Network

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Flussdiagramm zur Darstellung wissenschaftlicher Relevanz	4
Abbildung 2: Systematisierung von Standortfaktoren	9
Abbildung 3: Kontinuum harter und weicher Standortfaktoren	10
Abbildung 4: Differenzierungsmöglichkeiten harter und weicher Standortfaktoren	11
Abbildung 5: Bedeutung des Akronyms VUCA	13
Abbildung 6: Marktkennzahlen der Marktanalyse	19
Abbildung 7: Einwohnerzahl in 1000 der Städte mit Fußball-Bundesliga-Verein in der Saison 2023/24	20
Abbildung 8: Die Fußballligen in Deutschland	21
Abbildung 9: Kaufkraft im Jahr 2022 in den Landkreisen rund um die WWK Arena	28
Abbildung 10: Dichte an Amateurvereinen am Beispiel der Regionalliga Bayern	29
Abbildung 11: Energieversorgung in der WWK Arena	33
Abbildung 12: Parkplatzsituation rund um die WWK Arena	37
Abbildung 13: Art der Anreise am Spieltag (Ergebnis unter 222 Befragten)	45
Abbildung 14: Zufriedenheit mit der Anreise (Ergebnis unter 222 Befragten)	45
Abbildung 15: Verbesserungsmöglichkeiten bei der Anreise (Ergebnis unter 220 Befragten)	46
Abbildung 16: Quantitative Nutzung des Gastronomieangebots (Ergebnis unter 222 Befragten)	46
Abbildung 17: Zufriedenheit mit der Gastronomie am Spieltag (Ergebnis unter 220 Befragten)	47
Abbildung 18: Allgemeine Zufriedenheit mit der WWK Arena (Ergebnis unter 222 Befragten)	47
Abbildung 19: Alter der Stadionbesucher (Ergebnis unter 222 Befragten)	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kaufkraft im Jahr 2022 in den Landkreisen rund um die WWK Arena..... 29

Tabelle 2: Kapazitäten der Stadien in der 1. Bundesliga (Deutschland) 34

1 Einleitung

Die Fußballbundesliga existiert in ihrer heutigen Form seit der Saison 1963/64¹ und unterliegt seitdem aufgrund der Kommerzialisierung einem ständigen Wandel. So wurde beispielsweise 1973 die Trikotwerbung eingeführt, aber auch die Fernsehrechte haben immer größere Dimensionen angenommen. Das Wachstum wirkt sich ebenfalls auf die Stadien aus. Zum einen existiert im heutigen Profifußball kaum mehr eine Arena, bei der die Möglichkeit der Namensrechte nicht geltend gemacht wurde.² Zum anderen entwickelten sich die Stadien immer mehr zu hoch technisierten Arenen. So war das Bökelbergstadion in Mönchengladbach in den 1960er-Jahren noch ohne echte Tribünen, während der Meidericher SV – auch bekannt als MSV Duisburg – im Wedau-Stadion spielte und dabei Bäume als Umzäunung diente.³ Mit der Olympiade 1972 in München und der Fußballweltmeisterschaft 1974 in Deutschland wurden Stadien neu gebaut beziehungsweise renoviert, etwa das Olympiastadion in München; vor allem dessen Dachkonstruktion gilt als flexibel und wird deshalb noch heute als modern angesehen.⁴ Allerdings war in dieser Zeit die Qualität der Stadien noch unterschiedlich: Im Gegensatz zum Olympiastadion waren beispielsweise die Stehplätze im Alm-Stadion beim damaligen Bundesligisten Arminia Bielefeld noch aus Holz, was vor allem aus Sicht der Sicherheit ein nicht zu unterschätzendes Defizit darstellte.⁵ Mit der Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland wurden auch andere Arenen modernisiert beziehungsweise neu gebaut. Das betraf zum Beispiel die Allianz Arena, das Volksparkstadion des Hamburger SV oder das Olympiastadion von Hertha BSC Berlin.⁶ Die Veltins-Arena in Gelsenkirchen stellte im Jahr 2011 nochmals höhere Maßstäbe auf, was vor allem auf die komplexe Technik zurückzuführen ist; so kann das Dach innerhalb von 30 Minuten vollständig geschlossen werden.⁷ Doch aktuelle Entwicklungen im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit werden die Neuplanungen zukünftiger Stadien in nicht unerheblichem Maße beeinflussen.

¹Vgl. König 2010, 40.

²Vgl. Boronczyk/Zarins 2022, 768 f.

³Vgl. Skrentny 2010, 103 f.; Aretz 2019, 53 ff.; Bundeszentrale für politische Bildung [a], <https://www.bpb.de>, [Stand 31.12.2023].

⁴Vgl. Skrentny 2010, 268 ff.

⁵Vgl. ebd., 60 f.

⁶Vgl. Skrentny 2010, 37 ff.; Bundeszentrale für politische Bildung [a], <https://www.bpb.de>, [Stand 31.12.2023].

⁷Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung [a], <https://www.bpb.de>, [Stand 31.12.2023].

1.1 Problemstellung, Relevanz und wissenschaftliche Einordnung

In der Coronakrise wurde ersichtlich, dass sich der Alltag schlagartig verändern kann. Durch nationale und internationale Verordnungen kam es zu zahlreichen Einschränkungen. Dies wirkte sich auch auf die Sport- beziehungsweise die Fußballbranche aus. So wurde der Spielbetrieb innerhalb kürzester Zeit eingestellt.⁸ Nach der Lockdownzeit wurden Fußballspiele in den Profiligen meist vor leeren Rängen ausgetragen, was auch unter dem Begriff der Geisterspiele in die Fußballgeschichte einging⁹. Dies hatte direkte wirtschaftliche Einbrüche bei den Profifußballvereinen zur Folge und beeinflusste das Eigenkapital in den Bilanzen fast ausnahmslos negativ. Seit dieser Zeit ist es im europäischen Fußball vermehrt zu Insolvenzfällen gekommen.¹⁰ Insbesondere die Premier League als umsatzstärkste Liga ist davon in nicht unerheblichem Maße betroffen. Aber es können auch Auswirkungen auf andere europäische Ligen wie die Ligue 1 oder die Bundesliga festgestellt werden.¹¹ Während 2008 noch alle Bundesligacclubs Gewinne erwirtschafteten, wiesen beispielsweise im Geschäftsjahr 2021/22 Union Berlin, Werder Bremen und VfL Bochum ein negatives Eigenkapital auf.¹²

Aktuell dominieren die Schlagzeilen über Kriege und Konflikte¹³. Besonders die Energiekrise hat gegenwärtig negative Folgen für die gesamte Wirtschaft, die Finanzen und die Gesellschaft¹⁴.

Zudem werden die notwendigen Maßnahmen der Nachhaltigkeit und des Klimawandels – auch in Bezug auf die Mobilitätswende – mit hoher Wahrscheinlichkeit größere Veränderungen mit sich bringen. Um diese Entwicklungen rechtzeitig sowie ausreichend zu berücksichtigen und damit weiteres erfolgreiches Wirtschaften zu gewährleisten, ist es unabdinglich, richtige unternehmerische Entschlüsse zu treffen. Insbesondere strategische Entscheidungen sind in der Regel mit langfristigen Konsequenzen verbunden und deshalb relevant für das Unternehmen.¹⁵

⁸Vgl. Tovar 2021, 66 f.

⁹Vgl. manager magazin, <https://www.manager-magazin.de>, [Stand 19.11.2023].

¹⁰Vgl. Welt, <https://www.welt.de>, [Stand 28.11.2023].

¹¹Vgl. Weimar 2020, 523; manager magazin, <https://www.manager-magazin.de>, [Stand 19.11.2023].

¹²Vgl. Kicker [a], <https://www.kicker.de>, [Stand 22.11.2023].

¹³Vgl. Tagesschau [b], <https://www.tagesschau.de>, [Stand 04.01.2023].

¹⁴Vgl. Tagesschau [c], <https://www.tagesschau.de>, [Stand 05.01.2023].

¹⁵Vgl. Hungenberg 2014, 4 f.

Dazu zählt die Standortwahl als konstitutive Führungsentscheidung¹⁶. Allerdings besteht beim deutschen Fußball im Vergleich zum amerikanischen Sport beziehungsweise zu anderen Wirtschaftsbranchen die Besonderheit, dass der Club aufgrund der vorherrschenden nationalen Statuten weitgehend ortsgebunden ist.¹⁷ Darunter wird die Tatsache verstanden, dass er seinen Standort nur innerhalb eines geringen Korridors frei wählen darf. Beim Fußballclub muss also der Bezug zu der Stadt gegeben sein, welche er in seinem Namen trägt.¹⁸

Der Gegenstand ist dabei sowohl theoretisch als auch praktisch wesentlich. So gibt es bisher nur wenig wissenschaftliche Forschung – vor allem Journals – zum interdisziplinären Thema der Standorttheorie. Besonders auf die Sportbranche und den deutschen Fußball bezogen ist der Forschungsstand derzeit noch gering. Aktuell besteht hier etwa die Forschungslücke, dass Standortfaktoren noch nicht nach allgemeinen und speziellen Faktoren gegliedert wurden, obwohl mit dieser Unterteilung die Besonderheiten der Sportbranche detaillierter berücksichtigt werden könnten. Vor allem für die wissenschaftliche Disziplin des Sportmanagements liefert die Arbeit damit einen Mehrwert.

Es wurde eine quantitative Analyse durchgeführt, um zu begründen, dass das Thema des Standorts insbesondere in wissenschaftlichen Beiträgen zum Fußball bisher noch nicht intensiv beleuchtet worden ist. Deshalb wurde zunächst eine geeignete Datenbank ausgewählt, wobei sich das Taylor-Francis-Onlinesystem als besonders geeignet herausgestellt hat. Dies hatte hauptsächlich zwei Gründe: Zum einen handelt es sich hierbei um sogenannte Peer-Reviewed Journals. Das bedeutet, dass die Artikel von annähernd gleichrangigen Experten Korrektur gelesen wurden und die Beiträge somit einem hohen Standard entsprechen. Zum anderen ist es mit dieser Datenbank möglich, Filter bei den Suchergebnissen detailliert zu setzen. So wurde beispielsweise der Zeitraum auf 2017 bis 2023 begrenzt, damit die Artikel maximal zehn Jahre alt sind und damit nicht als veraltet gelten. Werden die Ausschlüsse (vgl. Abbildung 1) betrachtet, so fällt vor allem aus prozentualer Sicht auf, dass die Anzahl der Suchergebnisse nach der Erweiterung um *soccer* abnahm.

In Abbildung 1 ist die wissenschaftliche Relevanz anhand der quantitativen Analyse des aktuellen Forschungsstandes dargestellt:

¹⁶Vgl. Daumann/Diethold 2021, 646; Wöhe/Döring/Brösel 2016, 255 ff.; Freiling/Harima 2019, 208 ff.

¹⁷Vgl. Dewenter/Stadtmann 2021, 685 f.

¹⁸Vgl. König 2010, 77; Stuttgarter Zeitung, <https://www.stuttgarter-zeitung.de>, [Stand 25.12.2023].

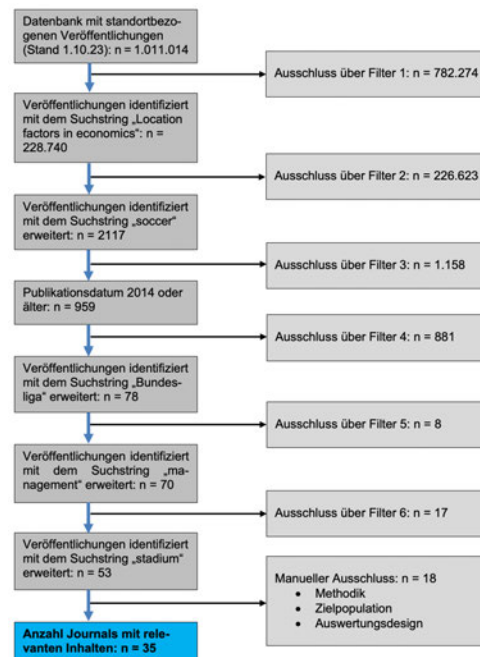


Abbildung 1: Flussdiagramm zur Darstellung wissenschaftlicher Relevanz¹⁹

Auch aus praktischer Sicht stellt die Bachelorarbeit einen Mehrwert dar, schließlich fand bisher keine Anwendung der Standortfaktoren auf den FC Augsburg statt. Darüber hinaus ist zu erwähnen, dass die aktuelle wirtschaftliche Situation und (Mega-)Trends in der sogenannten VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity)-Welt dafür sorgen, dass Themen heutzutage einem schnelleren Wandel unterliegen.²⁰ Insgesamt ergibt sich für das Management des Vereins die Möglichkeit, dass durch diese Arbeit und die daraus abgeleiteten Empfehlungen neue Erkenntnisse erlangt werden können.

Nachdem der Stellenwert dargelegt wurde, erfolgt die wissenschaftliche Einordnung. Aus den bisherigen Erkenntnissen lässt sich feststellen, dass es sich bei der Standortwahl um eine konstitutive Führungsentscheidung handelt, welche mit langfristigen Konsequenzen verbunden ist, da letztere schwer korrigierbar sind²¹. Folglich wird ein solcher Entschluss meist von der oberen Führungsebene getroffen. Als Teilbereich des strategischen Managements ist das Thema somit unter anderem der wissenschaftlichen Disziplin der Unternehmensführung zuzuordnen.²²

¹⁹Eigene Darstellung, Zahlenangaben: Taylor & Francis Online, <https://www.tandfonline.com>, [Stand 21.01.2024].

²⁰Vgl. Gaubinger 2021, 2 ff.; Schröder 2022, 95.

²¹Vgl. Daumann/Diethold 2021, 646 f.

²²Vgl. Koether 2018, 103.

Darüber hinaus ist anzumerken, dass aufgrund des Beispiels des FC Augsburg Besonderheiten der Sportbranche zu berücksichtigen sind. Dazu zählt etwa der Aspekt des Uno-actu-Prinzips.²³ Dies bedeutet, dass beim Sport und insbesondere beim Fußball Produktion sowie Konsum in der Regel zeitgleich stattfinden. Schließlich ist in diesem Zusammenhang zu erwähnen, dass der Fan mit seiner Stimmung zum Produkt *Fußball* beiträgt und dabei gleichzeitig Konsument ist. Deshalb wird er in der Literatur häufig als Prosumer bezeichnet.²⁴ Folglich kann insgesamt festgehalten werden, dass das Thema auch Teilbereiche des Sportmanagements enthält.

Außerdem sind für diese Arbeit geografische Gesichtspunkte relevant, welche sich auf die Wirtschaft auswirken. Dazu zählt die Verkehrsinfrastruktur.²⁵ Infolgedessen lässt sich schlussfolgern, dass die Thematik ebenfalls Aspekte der Wirtschaftsgeografie aufweist.

Es liegt also ein interdisziplinärer Sachverhalt vor. In übergeordneter Betrachtung handelt es sich bei der Bachelorarbeit um eine Forschung im Bereich der Wirtschaftswissenschaften.

1.2 Themeneingrenzung

Zunächst sollte berücksichtigt werden, dass die jeweiligen Heimstadien der Clubs aufgrund der Vorgaben der Deutschen Fußball Liga mindestens eine Kapazität von 15 000 Plätzen aufweisen müssen²⁶. Es lässt sich somit festhalten, dass beispielsweise während der Spieltage in der 1. und der 2. Bundesliga ein im Durchschnitt höheres Verkehrsaufkommen herrscht, was mit vermehrten logistischen Herausforderungen einhergeht und demnach eine ausgebaute sowie stabile Logistik voraussetzt. Aus diesem Grund erfolgte in der Bachelorarbeit eine Eingrenzung auf die 1. und die 2. deutsche Bundesliga.

Der Praxisteil konzentriert sich auf den Bundesligaclub FC Augsburg. Hierbei waren vor allem zwei Aspekte für die Themeneingrenzung bedeutend. Zum einen sind deutsche Fußballvereine im Sinne von Standortgesichtspunkten im Gegensatz zu amerikanischen Sportclubs oder Unternehmen anderer Branchen wegen der DFL-Statuten an ihren Standort gebunden.²⁷ Zum anderen sollte die Tatsache nicht vernachlässigt werden,

²³Vgl. Hösl 2020, 69; Daumann/Diethold 2021, 654 f.

²⁴Vgl. Bölz 2015, 16 f.

²⁵Vgl. Daumann/Diethold 2021, 646 f.

²⁶Vgl. Kicker [b], <https://www.kicker.de>, [Stand 13.11.2023]; Tagesschau [a], <https://www.tagesschau.de>, [Stand 02.12.2023].

²⁷Vgl. König 2010, 77; Dewenter/Stadtmann 2021, 685 f.; Horch/Schubert/Walzel 2014, 93 ff.

dass der FC Augsburg ein vergleichsweises neues Stadion zur Verfügung hat²⁸. Aufgrund dieser fußballspezifischen Aspekte wird im Folgenden nicht der Frage nachgegangen, was am Beispiel des FC Augsburg einen geeigneten Standort für einen Fußballclub ausmacht. Stattdessen wird untersucht, wie der bestehende Standort optimiert werden kann.

1.3 Forschungsfrage und Forschungsziel

Durch das Kapitel der Problemstellung wurde aufgezeigt, dass angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Lage in naher Zukunft erhöhte finanzielle Einbrüche zu befürchten sind. Zudem besteht die Problematik, dass die Bundesrepublik Deutschland eine Mobilitätswende durchführen sollte. So wird angestrebt, dass die Treibhausgase bis 2030 um bis zu 42 Prozent gesenkt werden.²⁹ Dies wird sich auch auf die bisherige Mobilität und die Infrastruktur auswirken. Um dieses Ziel zu erreichen, braucht es geeignete Maßnahmen auf regionaler Ebene. Dabei sind in der Vorgehensweise Unterschiede festzustellen. Die Stadt Augsburg möchte beispielsweise eine Mobilitätswende durchführen, indem sie unter anderem forciert, den privaten Autoverkehr bis 2038 zu halbieren.³⁰ Diese Entwicklung wird mit hoher Wahrscheinlichkeit Einfluss auf andere Standortfaktoren haben, weshalb Anpassungen und Veränderungen am bisherigen Standort notwendig sein werden. Schließlich befinden sich die Infrastruktur und insbesondere die Straßen rund um die Arena am Spieltag bereits jetzt in einem ausgelasteten Zustand.³¹

In Anbetracht dieser Umstände besteht das Erkenntnisinteresse in der Identifikation essenzieller Standortfaktoren für deutsche Erst- und Zweitligaclubs am Beispiel des FC Augsburg, um den bestehenden Wirtschaftsstandort zukunftsorientiert zu gestalten.

Daraus ergibt sich folgende Forschungsfrage:

Wie ist der Standort FC Augsburg aktuell zu bewerten und zukunftstauglich zu gestalten?

Um diese Frage beantworten zu können, wird zunächst der Begriff des Standorts erläutert, ehe eine Systematisierung der Faktoren erfolgt. Anschließend werden

²⁸Vgl. FC Augsburg [b], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 05.11.2023]; Skrentny 2010, 26.

²⁹Vgl. Kallenbach 2020, 198.

³⁰Vgl. Stadt Augsburg 2023, 17.

³¹Vgl. Presse Augsburg, <https://presse-augsburg.de>, [Stand 03.11.2023]; Stadionwelt [a], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 12.11.2023].

Besonderheiten der Fußballbranche beleuchtet und für den Fußball relevante Standortfaktoren identifiziert, bevor diese auf den FC Augsburg angewandt werden. Mithilfe eines quantitativen Fragebogens wird der Ist-Zustand mit dem ermittelten Soll-Zustand verglichen.

Letztendlich besteht das Ziel darin, dem Club konkrete Handlungsempfehlungen zu geben, um seinen Standort zukunftsfähig aufzustellen.

1.4 Methodische Vorgehensweise

Um das Forschungsziel und die damit einhergehende Forschungsfrage möglichst umfassend beantworten zu können, wird eine kombinatorische Methodik aus literaturbasiertem Arbeiten, Fallstudie und quantitativer Empirie angewendet. Der Hauptteil der Arbeit gliedert sich in vier Teile.

So werden im Anschluss an die Einleitung im zweiten Kapitel die theoretischen Grundlagen zur Standortanalyse dargestellt. Dabei werden Standortfaktoren als Hilfsmittel zurate gezogen und aufgrund der Vielzahl in Kategorien systematisiert. Anschließend wird auf ihre Veränderlichkeit eingegangen. Dies basiert auf dem Umstand, dass in einer immer schneller werdenden Welt Kontinuität an Bedeutung verliert.

Im dritten Kapitel findet eine Übertragung auf die Sport- und insbesondere die Fußballbranche statt. Deshalb werden zunächst Besonderheiten dieses Wirtschaftszweiges herausgearbeitet, ehe zentrale Standortfaktoren identifiziert werden.

Das vierte Kapitel dient zur Anwendung der ermittelten Standortfaktoren auf den FC Augsburg. Hier wird also die Fallstudie durchgeführt. Am Ende werden mithilfe der gewonnenen Erkenntnisse Schlussfolgerungen gezogen.

Eine Analyse letzterer erfolgt in Kapitel 5, indem eine empirische Untersuchung mittels eines quantitativen Fragebogens vollzogen wird und damit die aus den vorherigen Kapiteln erarbeiteten Schlussfolgerungen auf Plausibilität geprüft werden.

Die Untersuchung schließt mit einer Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse. Durch die kombinatorische Methodik aus konzeptionellem Arbeiten und quantitativer Empirie wird das Ziel verfolgt, vor allem für die Praxis neue Erkenntnisse zu gewinnen.

2 Theoretische Grundlagen der Standortanalyse

Um die Forschungsfrage vollumfänglich beantworten zu können, ist es zunächst notwendig, die relevanten Begriffe aus theoretischer Perspektive zu beleuchten. Aus diesem Grund soll der Ausdruck *Standort* erläutert werden. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage, um den Terminus der Standortanalyse genauer prüfen zu können. In diesem Zusammenhang wird auch auf die entsprechenden Kriterien eingegangen. Sie bilden die Basis für die Standortanalyse.

2.1 Begriff und Wesen des Standortes

Unter dem Standort eines Unternehmens wird der geografische Ort verstanden, an dem Produktionsfaktoren zur Erstellung betrieblicher Leistungen eingesetzt werden.³² Um den geeigneten Standort für die Unternehmung zu finden beziehungsweise den Standort zu verbessern, wird eine Analyse durchgeführt. Das meint die Prüfung geeigneter Standorte.³³ In diesem Zusammenhang ist es erwähnenswert, dass nicht pauschalisiert werden kann, welche Kriterien für einen Betrieb wesentlich sind.³⁴ So ist beispielsweise für die Chemiebranche Rohstoffnähe zentral, während für die Sportbranche die Infrastruktur rund um das Stadion bedeutend ist.

2.2 Standortanalyse mittels Standortfaktoren

Um eine Standortanalyse differenzierter vornehmen zu können, ist es notwendig, die einzelnen Kriterien beziehungsweise Eigenschaften genauer zu untersuchen. In der Fachliteratur ist von sogenannten Standortfaktoren die Rede.³⁵ Dabei handelt es sich um standortspezifische Einflussgrößen, die nach Ort variieren und die Attraktivität des Standorts beeinflussen. Sie dienen also zum Vergleich der Standorte, die auf die Komponenten der betrieblichen Zielsetzung einwirken und damit für die Wahl des Standorts beziehungsweise für dessen Bewertung maßgeblich mitentscheidend sind.³⁶

³²Vgl. Balderjahn 2000, 1; Wöhe/Döring/Brösel 2016, 255 ff.; Daumann/Diethold 2021, 646.

³³Vgl. Gumz/Nash/Jakob 2020, 49 ff.; Blanz 2021, 23 f.; Ottmann/Lifka 2016, 4.

³⁴Vgl. Pongratz/Vogelgesang 2016, 29 f.; Gumz/Nash/Jakob 2020, 50 ff.; Ottmann/Lifka 2016, 8.

³⁵Vgl. Ottmann/Lifka 2016, 8; Koether 2018, 103; Pongratz/Vogelgesang 2016, 23.

³⁶Vgl. Koether 2018, 103 f.; Pongratz/Vogelgesang 2016, 24.

2.2.1 Systematisierungsmöglichkeiten der Standortfaktoren

Standortfaktoren sind demnach einzelne Kriterien, die bei der Bewertung von Standorten helfen. Dazu zählen unter anderem die Kundennähe, die Verkehrsanbindung oder auch die Umwelt- und die Lebensqualität. Aufgrund der Fülle an Kriterien besteht die Problematik, die Übersicht zu verlieren. Deshalb wurden in der Theorie Ansätze entwickelt, um Standortfaktoren systematisch zu ordnen.³⁷

Zunächst kann dies mittels des Quantifizierbarkeitsgrades erfolgen.³⁸ Darüber hinaus können Standortfaktoren nach dem Grad der Spezifität unterschieden werden³⁹. Ebenfalls kann anhand der Zugehörigkeit zur Leistungserstellung differenziert werden.⁴⁰ Zuletzt ist anzumerken, dass Standortfaktoren auch aus volkswirtschaftlicher Sicht betrachtet werden können, indem sie in Makro-, Meso- und Mikroebene unterteilt werden⁴¹.

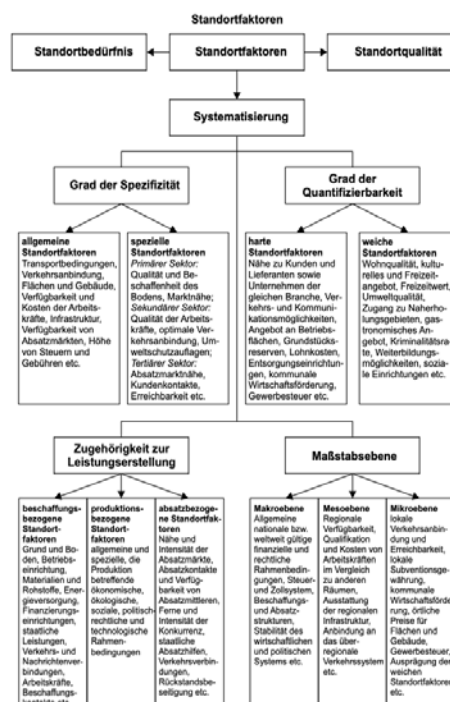


Abbildung 2: Systematisierung von Standortfaktoren⁴²

³⁷Vgl. Domschke et al. 2018, 3.

³⁸Vgl. Mattfeld/Vahrenkamp 2014, 100; Farhauer/Kröll 2013, 57.

³⁹Vgl. Haas et al. 2019, 121 f.; Farhauer/Kröll 2013, 22.

⁴⁰Vgl. Haas et al. 2019, 121 f.

⁴¹Vgl. Pongratz/Vogelgesang 2016, 33.

⁴²Haas et al. 2019, 121 f.

Vorliegend werden nur die ersten beiden Systematisierungskriterien untersucht. Die Zugehörigkeit zur Leistungserstellung ist für den Fußball weniger relevant, da Absatz und Produktion zeitgleich stattfinden. Gegen die Betrachtung der Maßstabebene spricht, dass es sich bei den Heimspieltagen um Veranstaltungen handelt, die lokale bis maximal regionale Auswirkungen haben. Nationale oder weltweite Effekte sind hier gering.

Standortfaktoren lassen sich zunächst in harte und weiche gliedern⁴³. Mithilfe dieser Einteilung kann Quantifizierbarkeit gewährleistet werden⁴⁴. Dabei gilt der Grundsatz, dass ein harter Standortfaktor im Gegensatz zu einem weichen leichter in Geldwerten messbar ist⁴⁵.

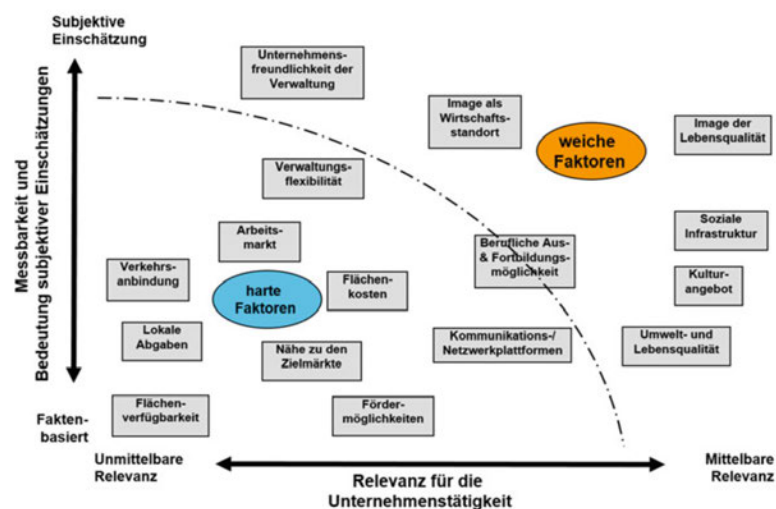


Abbildung 3: Kontinuum harter und weicher Standortfaktoren⁴⁶

Anhand der Abbildung 3 lässt sich festhalten, dass für die Quantifizierung nach harten und weichen Standortfaktoren sowohl die Relevanz für die Unternehmenstätigkeit als auch die Messbarkeit und die Bedeutung subjektiver Einschätzungen entscheidend sind. Je faktenbasierter und höher der unmittelbare Stellenwert des Kriteriums für die Unternehmenstätigkeit ist, desto eher ist dieses als hart einzuschätzen. Entgegengesetztes gilt für weiche Standortfaktoren.⁴⁷ Letztere gewinnen an Priorität⁴⁸. Harte Einflussgrößen sind beispielsweise die Verkehrsanbindung beziehungsweise der Grundstückspreis,

⁴³Vgl. Lahner/Neubert 2016, 62; Pechlaner et al. 2018, 488 f.; Farhauer/Kröll 2013, 57.

⁴⁴Vgl. Lahner 2021, 549 f.

⁴⁵Vgl. Luttermann 2022, 55 f.; Pongratz/Vogelgesang 2016, 33.

⁴⁶Lahner 2021, 550.

⁴⁷Vgl. Lahner 2021, 549 ff.; Grabow 2005, 38 f.

⁴⁸Vgl. Grabow 2005, 37; Pongratz/Vogelgesang 2016, 24.

während die soziale Infrastruktur, Kultur- und Freizeitangebote sowie das Image einer Region den weichen Standortfaktoren zuzuordnen sind⁴⁹.

Die Abbildung 3 zeigt am Beispiel der beruflichen Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten zudem auf, dass eine eindeutige Zuordnung zu harten oder weichen Faktoren nicht immer gewährleistet werden kann⁵⁰.

Darüber hinaus können bei harten und weichen Standortfaktoren weitere Differenzierungen vorgenommen werden.



Abbildung 4: Differenzierungsmöglichkeiten harter und weicher Standortfaktoren⁵¹

Harte Standortfaktoren können nach der Zeitdauer eingeteilt werden, in der sie sich verändern. Dabei wird zwischen statisch und dynamisch unterschieden. Während statische Kriterien nur einem langsamen Wandel unterliegen, verändern sich dynamische innerhalb kurzer Zeit. Statische Einflussgrößen sind beispielsweise die Verkehrsinfrastruktur oder die Umweltauflagen⁵². Subventionen oder Kommunikations- und Transportwege stellen dagegen Beispiele für dynamische Standortfaktoren dar⁵³.

Auch bei den weichen Kriterien ist eine weitere Gliederung in personen- und unternehmensbezogene möglich.⁵⁴ Letztere beeinflussen die Wettbewerbsfähigkeit und damit die

⁴⁹Vgl. Lahner/Neubert 2016, 62 f.; Pechlaner et al. 2018, 488 f.; Farhauer/Kröll 2013, 57.

⁵⁰Vgl. Lahner 2021, 549 ff.

⁵¹Döring/Aigner 2010, 25.

⁵²Vgl. Döring/Aigner 2010, 25.

⁵³Vgl. ebd.

⁵⁴Vgl. Lahner 2021, 550; Pechlaner et al. 2018, 488 f.

Unternehmensziele eines Betriebes. Dagegen wirken sich personenbezogene Faktoren auf die Lebensqualität der Beschäftigten aus⁵⁵.

Neben der Unterscheidung zwischen harten und weichen Standortfaktoren kann nach dem Grad der Spezifität differenziert werden. Hier wird analysiert, ob das Kriterium speziell für eine Branche beziehungsweise einen Sektor gilt oder ob es für jegliche Wirtschaftsbereiche als bedeutend anzusehen ist. Demnach gibt es allgemeine und spezielle Kriterien.⁵⁶ Zu ersteren zählen die Arbeitskosten, nachdem diese alle Institutionen betreffen.⁵⁷

Um spezielle Standortfaktoren geeigneter differenzieren zu können, muss zunächst untersucht werden, zu welchem Wirtschaftssektor die Unternehmung gehört: dem sogenannten primären, dem sekundären oder dem tertiären Sektor.⁵⁸ Ersterer umfasst die Forstwirtschaft, die Landwirtschaft und die Fischerei⁵⁹. Folglich sind hier Aspekte wie die Qualität und die Beschaffenheit des Bodens sowie Marktnähe entscheidend.⁶⁰ Anders verhält es sich beim sekundären Sektor. Dabei werden die Rohstoffe aus dem primären Sektor weiterverarbeitet, deshalb sind beispielsweise Faktoren wie eine optimale Verkehrsanbindung oder die Qualität der Arbeitskräfte relevant.⁶¹ Der in Deutschland dominierende Wirtschaftsbereich ist der tertiäre Sektor⁶². Hier werden alle Dienstleistungen zusammengefasst, auch der Fußball. In diesem Zusammenhang sind vor allem Kriterien wie Absatzmarktnähe, Kundenkontakte oder Erreichbarkeit von Bedeutung.⁶³

Neben dieser Systematisierungsmöglichkeit existieren noch viele weitere Theorien, die als Grundlage dienen können, um eine Standortanalyse durchzuführen. Aufgrund des Umfangs dieser Arbeit und fehlender Relevanz soll darauf jedoch nicht weiter eingegangen werden.

⁵⁵Vgl. Pechlaner et al. 2018, 488 f.; Lahner 2021, 550 f.

⁵⁶Vgl. Pongratz/Vogelgesang 2016, 33; Farhauer/Kröll 2013, 22.

⁵⁷Vgl. Farhauer/Kröll 2013, 22.

⁵⁸Vgl. Kruse 2016, 1.

⁵⁹Vgl. ebd.

⁶⁰Vgl. Haas et al. 2019, 121 f.

⁶¹Vgl. ebd.

⁶²Vgl. Kulke 2023, 4 ff.; Kruse 2016, 1.

⁶³Vgl. Haas et al. 2019, 121 f.

2.2.2 Veränderungen von Standortfaktoren durch Megatrends

Standortfaktoren bleiben nicht dauerhaft beständig⁶⁴. Das gilt insbesondere für dynamische Kriterien. Sie unterliegen in einer zunehmend volatilen Welt dem Wandel der Zeit.⁶⁵ Dies ist vor allem auf die heute herrschende VUCA-Welt zurückzuführen. Das Akronym gibt an, dass die Welt kontinuierlich an Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit gewinnt.⁶⁶

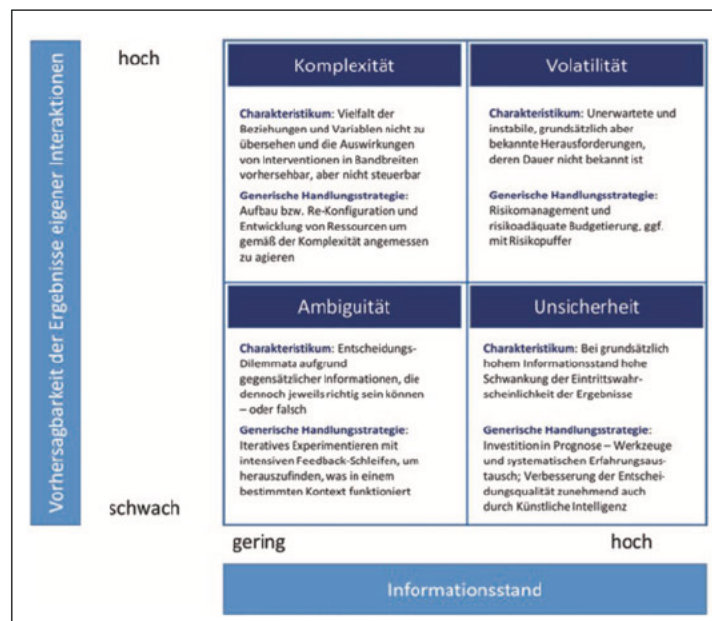


Abbildung 5: Bedeutung des Akronyms VUCA⁶⁷

Dies liegt auch an den Trends, die mit der heutigen Zeit einhergehen⁶⁸. Hierbei wird nach Zeitgeist, Trends mittlerer Reichweite und Megatrends kategorisiert. Während ersterer in der Regel nur kurz anhält (meist weniger als ein Jahr), wirken Trends mittlerer Reichweite gewöhnlich fünf bis zehn Jahre. Insbesondere die Megatrends tragen jedoch zu weitreichenden Veränderungen bei, die die Gesellschaft vor allem im technologischen und im sozialen Bereich nachhaltig beeinflussen. Ihre Effekte können bis zu 30 Jahre

⁶⁴Vgl. Fink/Jürgensmeier 2021, 61; Pongratz/Vogelgesang 2016, 25 f.; Metz 2017, 100.

⁶⁵Vgl. Gaubinger 2021, 2 ff.; Pongratz/Vogelgesang 2016, 25 f.; Fink/Jürgensmeier 2021, 61.

⁶⁶Vgl. Sell 2021, 5; Schick/Hobson/Ibisch 2017, 1; Fink/Siebe 2021, 563; Rawlings Smith/Rushton 2023, 252; Gaubinger 2021, 7 ff.

⁶⁷Lenz 2019, 54.

⁶⁸Vgl. Kleemann/Frühbeis 2021, 9 ff.

andauern.⁶⁹ Zur Jahrtausendwende waren hauptsächlich Megatrends wie Globalisierung, der demografische Wandel und der Vormarsch der Frau zentral⁷⁰.

Heutzutage sind dagegen in erster Linie die Megatrends von Nachhaltigkeit und Digitalisierung allgegenwärtig⁷¹. Sie tragen zu starken und vor allem schnellen Veränderungen in der VUCA-Welt bei⁷². Aus dem Megatrend der Nachhaltigkeit geht dabei ein zunehmend ökologisches Bewusstsein hervor. Dies wirkt sich ebenfalls auf die Mobilität aus.⁷³ So ist insbesondere in Städten erkennbar, dass der Individualverkehr immer mehr aus dem Stadtbild verschwinden soll. Das ist auch unter dem Begriff der 15-Minuten-Stadt bekannt.⁷⁴ Insgesamt lässt sich also festhalten, dass aus dem Megatrend der Nachhaltigkeit die Mobilitätswende hervorgeht⁷⁵.

Auch aufgrund der zunehmenden Umweltbelastung planen die meisten Städte, den Autoverkehr zu minimieren.⁷⁶ Um Mobilität gewährleisten zu können, ist es im Gegenzug notwendig, den öffentlichen Nahverkehr zu stärken⁷⁷. Diese Entwicklung ist beim Standortfaktor *Infrastruktur* zu berücksichtigen.

⁶⁹Vgl. Deckers/Heinemann 2008, 56.

⁷⁰Vgl. ebd.

⁷¹Vgl. Zukunftsinstitut, <https://www.zukunftsinstitut.de>, [Stand 11.01.2024]; Fraske/Bienzeisler 2020, 353 f.

⁷²Vgl. Fink/Siebe 2021, 563 f.

⁷³Vgl. Ruhrort 2023, 124; Flämig/Neiberger 2023, 305.

⁷⁴Vgl. Gutzmer/Todson 2021, 3 f.; Kiepe 2020; 202 f.; Zukunftsinstitut, <https://www.zukunftsinstitut.de>, [Stand 11.01.2024].

⁷⁵Vgl. Schwedes/Rammert 2021, 315 ff.; Gutzmer/Todson 2021, 3 f.; Bukow/Yildiz 2020, 186; Rehme et al. 2023, 356; Ruhrort 2023, 124; Witzke 2016, 5 f.

⁷⁶Vgl. Messner/Schubert 2021, 61 ff.; Kiepe 2020; 203 f.; Zukunftsinstitut, <https://www.zukunftsinstitut.de>, [Stand 11.01.2024].

⁷⁷Vgl. Messner/Schubert 2021, 61 f.

3 Profifußball im standorttheoretischen Kontext

Nachdem die Standortanalyse mittels Faktoren im allgemeinen Sinne betrachtet wurde, wird nun der Frage nachgegangen, welche Kriterien für den Profifußball relevant sind. Um diese identifizieren zu können, ist es jedoch notwendig, die für diese Arbeit essenziellen Besonderheiten des Profifußballs genauer zu analysieren. Das bildet die Grundlage, um die bedeutenden Standortfaktoren für den Fußball im Allgemeinen und für den Standort des FC Augsburg im Speziellen ermitteln zu können.

3.1 Besonderheiten des kommerziellen Fußballs

Zunächst ist die Standortgebundenheit als Besonderheit im deutschen Profifußball aufzuführen. So lässt sich festhalten, dass ein deutscher Fußballverein seinen Standort nicht frei wählen darf. Stattdessen ist er weitgehend an die Stadt gebunden, die er im Namen trägt. Die Standortwahl erstreckt sich somit nur auf einen Korridor um die Stadt.⁷⁸

Auch das Thema der Infrastruktur ist im Profifußball zu berücksichtigen. So lässt sich in diesem Zusammenhang erkennen, dass während eines Spieltags innerhalb kurzer Zeit Zehntausende von Menschen zum Stadion befördert werden, welche dieses vor allem in Europa nach dem Spiel sofort wieder verlassen. Es herrscht also eine logistische Herausforderung für die An- und die Abreise am Spieltag, während das Stadion für eine längere Zeit danach nicht als Zielstätte dient. Die Infrastruktur im Fußball ist demnach schwallartig.⁷⁹

Darüber hinaus ist der Aspekt der Kooperanz im Profifußball zentral, was bedeutet, dass Vereine sowohl in Kooperation als auch in Konkurrenz stehen. Schließlich rivalisieren sie sich auf dem Spielfeld. Dennoch darf der sportliche Abstand nicht zu groß werden, damit die erwünschte Ergebnisunsicherheit und die damit einhergehende Spannung im Sport immer noch gewährleistet werden können.⁸⁰

Auffällig ist auch die Marktform im Sport. In sportfremden Branchen tritt der Kunde meist ausschließlich als Konsument auf und kann in der Regel zwischen Angeboten von mehreren Wettbewerbern entscheiden. Aufgrund der größeren Vielzahl von austauschbaren

⁷⁸Vgl. ZDF, <https://www.zdf.de>, [Stand 26.11.2023]; Stuttgarter Zeitung, <https://www.stuttgarter-zeitung.de>, [Stand 25.12.2023].

⁷⁹Vgl. König 2010, 69; Staatsanzeiger, <https://www.staatsanzeiger.de>, [Stand 29.12.2023].

⁸⁰Vgl. Horch/Schubert/Walzel 2014, 82 f., 100; Hösl 2020, 70 f.; Renz 2020, 96; Schwark 2020, 238.

Gütern herrscht in Branchen außerhalb des Sportbusiness somit häufig ein Polypol beziehungsweise zumindest ein Oligopol.⁸¹ Im Fußball ist dies anders. Hier tritt die Marktform des Monopols – beispielsweise in Form von Ligen – häufiger auf. Vereine sind angesichts ihrer individuellen Identität nicht austauschbar und verhalten sich damit entgegengesetzt zu Sachgütern.⁸²

Zuletzt sollte der Fakt berücksichtigt werden, dass der Zuschauer eine Sonderrolle im Sport – insbesondere im Fußball – einnimmt.⁸³ Während der Kunde in sportfremden Branchen meist lediglich als Konsument auftritt, kommt dem Fan eine doppelte Funktion zu. So wird in diesem Zusammenhang häufig vom Prosumer gesprochen. Dabei wird deutlich, dass der Fan im Stadion sowohl als Produzent (Producer) als auch als Konsument (Consumer) fungiert.⁸⁴ Schließlich trägt er zur positiven Stimmung bei, wodurch sich das Produkt besser vermarkten lässt⁸⁵. Nachdem Produktion und Konsum zeitgleich stattfinden, ist auch die Rede vom Uno-actu-Prinzip.⁸⁶

Dies wirkt sich zudem auf die Standortfaktoren aus. Durch die beschriebenen Besonderheiten sind hier Differenzen festzustellen, beispielsweise beim Kriterium der Kunden-
nähe: Zunächst besteht ebenfalls die Herausforderung, den Konsumenten als Fan zu gewinnen, allerdings ist die Gefahr der Fluktuation geringer. Ferner fühlt sich der Fan dem Club in der Regel emotional verbundener als anderen Unternehmen.⁸⁷ Dies liegt unter anderem an der Tatsache, dass aktiver und passiver Sportkonsum meist in Gruppen und nicht individuell erfolgen.⁸⁸ Wegen der Emotionalität sind Fans darüber hinaus eher bereit, weitere Anfahrtsstrecken in Kauf zu nehmen, um bei den Partien ihres favorisierten Vereins dabei sein zu können.⁸⁹

⁸¹Vgl. Horch/Schubert/Walzel 2014, 89 f.

⁸²Vgl. Dewenter/Stadtmann 2021, 682; Hösl 2020, 69.

⁸³Vgl. Wilhelm 2020, 718; Weimar 2020, 523; Daumann/Diethold 2021, 657.

⁸⁴Vgl. Wilkesmann 2022, 1070; Bölz 2015, 16 f.; Schelter 2010, 67 f.

⁸⁵Vgl. Bond et al. 2022, 108.

⁸⁶Vgl. Daumann/Diethold 2021, 654 f.; Schelter 2010, 67 f.

⁸⁷Vgl. Bölz 2015, 16 f.

⁸⁸Vgl. Horch/Schubert/Walzel 2014, 72 f.

⁸⁹Vgl. Hasel 2019, 2 f.

3.2 Relevante Standortfaktoren für den Fußball

Aus dem vorherigen Abschnitt wurde ersichtlich, dass der Fan für das Produkt *Fußball* eine zentrale Rolle einnimmt. Schließlich sorgt er als Prosumer für ausgelassene Stimmung im Stadion, welche sich beispielsweise durch Fernseh- beziehungsweise Radioübertragung vermarkten lässt⁹⁰. Doch damit der Fußballanhänger in das Stadion gelangen kann, muss sich dieser den Eintrittspreis leisten können. Um das beurteilen zu können, ist der Standortfaktor der volkswirtschaftlichen Situation im Umfeld der Arena ausschlaggebend. Deshalb wird erstere im Folgenden genauer untersucht.

Der Amateurfußball ist ein Zeichen für die Fußballbegeisterung im Umfeld. Darüber hinaus tragen Sportvereine aus der Umgebung in nicht unerheblichem Maße zur Ausbildung von Profifußballspielern bei. Deswegen wird der Amateurfußball ebenfalls als grundlegender Standortfaktor identifiziert und wird demnach auch berücksichtigt.

Des Weiteren ist für den Fußball und vor allem für die Heimspiele eines Profifußballvereins charakteristisch, dass sich die Veranstaltungen jährlich auf 17 Tage beschränken⁹¹. Deshalb ist es elementar zu betrachten, welche Events zeitgleich zu den Heimspielen des FC Augsburg stattfinden. Aus diesem Grund werden konkurrierende Veranstaltungen ebenfalls als bedeutender Standortfaktor identifiziert.

Damit sich der Fan als Prosumer wohlfühlt, ist es unerlässlich, dass die Qualität des Stadions den Erwartungen entspricht. Dazu zählt unter anderem eine schnelle, aber trotzdem gründliche Sicherheitskontrolle⁹², ein uneingeschränkter Blick auf das Spielfeld oder auch ausreichendes Angebot an Getränken und Essen in der und um die Arena. Dies sollte erfüllt sein, andernfalls besteht die Gefahr, dass der Fußballanhänger die für den Sport und vor allem den Fußball charakteristische Stimmung nicht erzeugt und damit ein wesentlicher Bestandteil des Produktes *Fußball* fehlt.

Zuletzt werden die Infrastruktur und die Mobilität als entscheidend angesehen, da die Zufriedenheit des Fans auch mit einer reibungslosen Hin- und Rückfahrt einhergeht. Aufgrund der schwallartigen Verkehrsströme und des Trends der Mobilitätswende sind mit diesem Standortfaktor allerdings Herausforderungen verbunden.

⁹⁰Vgl. Flatau 2021, 182 f.; Horch/Schubert/Walzel 2014, 277.

⁹¹Vgl. Universität Hamburg, <https://www.math.uni-hamburg.de>, [Stand 21.01.2024].

⁹²Vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung, <https://www.bmbf.de>, [Stand 21.01.2024].

Neben den aufgezählten gibt es weitere Kriterien, die für Fußballvereine bei Beachtung zum Erfolgsfaktor werden können. Wegen des Umfangs der Arbeit werden diese im Folgenden jedoch nicht weiter berücksichtigt.

3.2.1 Marktanalyse am Standort

Um die volkswirtschaftliche Situation am Standort detailliert untersuchen zu können, eignet sich die Marktanalyse. Dabei werden jegliche Tendenzen und Faktoren systematisch analysiert, die zur Beeinflussung des Marktgeschehens beitragen können. Hierzu zählen vor allem die (potenziellen) Wettbewerber, die Kunden und die Lieferanten.⁹³

Letztendlich besteht das Ziel, den aktuellen Ist-Zustand zu eruieren. Dafür ist es grundlegend, Informationen über bisherige Entwicklungen zu erhalten sowie erwartete Veränderungen des Marktgeschehens für den Planungszeitraum zu identifizieren.

Die Marktanalyse bildet die Grundlage, um das Marktpotenzial ermitteln zu können. Dies berechnet sich, indem die Anzahl der Käufer mit der durchschnittlich gekauften Menge pro Person und dem Durchschnittspreis pro Mengeneinheit multipliziert wird, und gibt damit die theoretisch maximale Marktgröße wieder.⁹⁴ Das Marktvolumen stellt das tatsächliche Absatzvolumen dar. Werden Marktvolumen und -potenzial ins Verhältnis gesetzt, so ergibt sich die Marktsättigung. Beträgt diese 100 Prozent, beschreibt dies die Situation, in der das Marktpotenzial ausgeschöpft ist. In diesem Fall ist ein ausgeprägtes Marktwachstum nicht mehr möglich.⁹⁵

Um die Marktmacht eines Unternehmens zu beschreiben, eignet es sich, den Marktanteil zu berechnen. Hier wird zunächst zwischen dem mengen- und dem wertmäßigen Anteil unterschieden. Ersterer meint den Absatz, während letzterer den Umsatz betrifft.⁹⁶

Mithilfe des absoluten Marktanteils wird der Anteil des Absatzes beziehungsweise Umsatzes einer Einzelwirtschaft am Absatz (Umsatz) aller Einzelwirtschaften der relevanten Branchen – also dem Marktvolumen – berechnet. Dagegen stellt der relative Marktanteil den Absatz (Umsatz) einer Einzelwirtschaft in Relation zum Absatz (Umsatz) des stärksten Konkurrenten.⁹⁷

⁹³Vgl. Oldenburg 2021, 30.

⁹⁴Vgl. ebd.

⁹⁵Vgl. Horch/Schubert/Walzel 2014, 264.

⁹⁶Vgl. ebd.

⁹⁷Vgl. Brüggemann 2023, 33 ff.

In der Praxis stellt die Kaufkraft eine geeignete Möglichkeit dar, um die volkswirtschaftliche Situation vor Ort zu messen. Schließlich werden damit sozioökonomische Indikatoren untersucht. Dazu zählen beispielsweise Beschäftigungsquote, Einkommensniveau und Wirtschaftswachstum. Mittels der Kaufkraft wird das Einkommen angegeben, welches für Konsumzwecke verwendet werden kann. Damit ist es möglich, das wirtschaftliche Wohlergehen der Fans zu analysieren. Dies ist für den Verein relevant, da daraus Ableitungen auf das Kaufverhalten beispielsweise bezüglich Ticketverkäufen oder Merchandisingkäufen vorgenommen werden können. Um eine höhere Vergleichbarkeit im nationalen Kontext zu gewährleisten, gibt es den sogenannten Kaufkraftindex. Liegt dieser über 100, so liegt die Kaufkraft in dem Gebiet über dem bundesdeutschen Durchschnitt, bei Werten unter 100 demgemäß darunter.⁹⁸

Die volkswirtschaftliche Situation ist für den Verein nicht nur aus Privathaushaltssicht wesentlich. Auch die wirtschaftliche Lage der Unternehmen in der Umgebung ist im Hinblick auf die Gewinnung von Sponsoren bedeutend. Schließlich ist eine stabile lokale Wirtschaft Grundlage für lukrative und langfristige Sponsorenverträge.⁹⁹ Das gilt vor allem für Vereine mit geringerer weltweiter Bekanntheit. So sind diese eher auf das regionale und lokale Umfeld angewiesen.

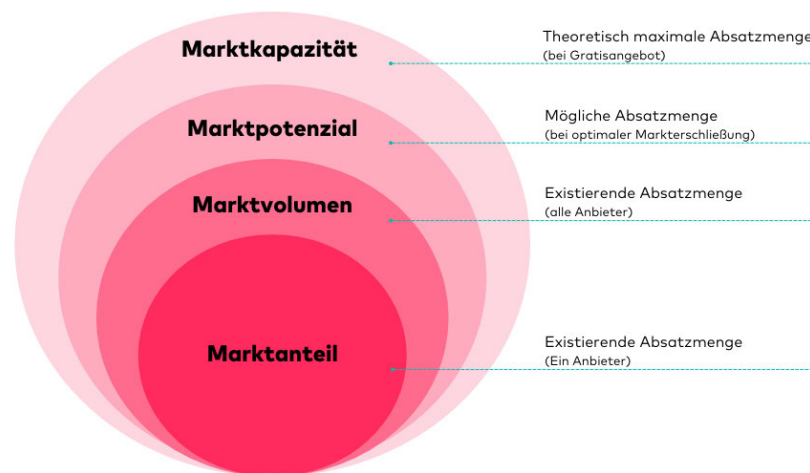


Abbildung 6: Marktkennzahlen der Marktanalyse¹⁰⁰

⁹⁸Vgl. *BWL-Lexikon*, <https://www.bwl-lexikon.de>, [Stand 02.01.2024].

⁹⁹Vgl. Flatau 2021, 186.

¹⁰⁰Gründerplattform, <https://gruenderplattform.de>, [Stand 02.01.2024].

Auch die Einwohnerzahlen sind dabei ein aussagekräftiger Indikator für das Marktpotenzial. Dieses ist somit umso höher, je größer die Bevölkerungszahlen in der Umgebung sind, und hängt maßgeblich von der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet des Fußballunternehmens ab.¹⁰¹

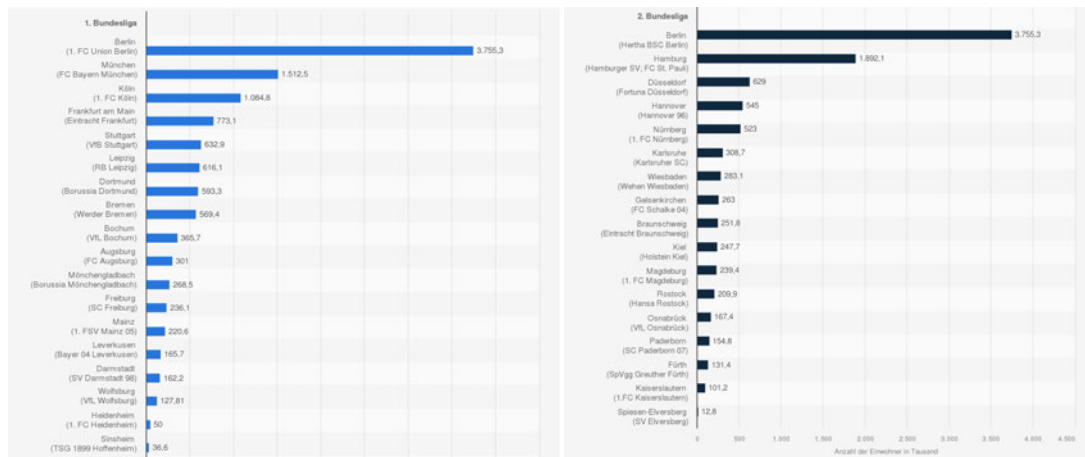


Abbildung 7: Einwohnerzahl in 1000 der Städte mit Fußball-Bundesliga-Verein in der Saison 2023/24¹⁰²

Schließlich ist das Potenzial an Zuschauern umso höher, je größer die Bevölkerungsdichte im Umfeld des Profifußballvereins ist. Entscheidend ist hierfür vor allem die Einwohnerzahl deutscher Großstädte.¹⁰³ Deshalb wird im Folgenden ein Überblick hierzu gegeben.

In diesem Zusammenhang ist einschränkend zu erwähnen, dass nicht nur die Bevölkerung in der Stadt ausschlaggebend ist. Auch das ländliche Einzugsgebiet ist nicht zu unterschätzen. Deshalb wird das geografische Umfeld ebenfalls beleuchtet.¹⁰⁴

3.2.2 Wechselwirkungen zwischen Amateur- und Profifußball

Für den Profifußball ist neben der volkswirtschaftlichen Situation der Amateurfußball wesentlich. Um die Ausmaße beziffern zu können, ist es zunächst relevant, den Begriff des Amateurfußballs zu definieren. Werden dabei die deutschen Fußballligen genauer beleuchtet, so fällt auf, dass die ersten drei eingleisig sind, während anschließend eine

¹⁰¹Vgl. John 2020, 140; König 2010, 78; Schelter 2010, 149.

¹⁰²Statista [b], <https://de.statista.com>, [Stand 05.12.2023].

¹⁰³Vgl. Schelter 2010, 149.

¹⁰⁴Vgl. ebd.

Gliederung nach geografischen Gesichtspunkten erfolgt.¹⁰⁵ Dies stellt auch die Trennung von Profi- und Amateurfußball dar. Während die 56 Mannschaften der ersten drei Ligen als Profis deklariert sind, ist darunter vom Amateurfußball die Rede.¹⁰⁶



Abbildung 8: Die Fußballligen in Deutschland¹⁰⁷

Die Relevanz des Profifußballs ist auf mehrere Kriterien zurückzuführen. Zum einen lässt sich festhalten, dass die Anzahl von und die Dichte an Amateurvereinen in der Umgebung ein Indikator für die Fußballbegeisterung im Umfeld darstellen. So ist das Potenzial an Fans umso größer, je ausgeprägter die Strukturen in unterklassigen Ligen sind. Daran hat aber auch der Profifußball seinen Anteil: Es ist erkennbar, dass der Erfolg einheimischer Profimannschaften beziehungsweise einzelner Spieler sich positiv auf den Amateursport auswirkt, da dieser dann in der Regel steigende Mitgliederzahlen zu verzeichnen hat. Es herrscht also eine Wechselwirkung.¹⁰⁸

Darüber hinaus ist aufzuführen, dass Amateurvereine den Grundstein für Profispieler in der Zukunft bilden. Schließlich sammeln die Spieler dort erste Erfahrungen, ehe sie einen Platz im Nachwuchsleistungszentrum eines Proficlubs erhalten. Amateurvereine fördern lokale Talente und verbessern somit die Chance auf eine erfolgreiche Jugendarbeit der Profifußballunternehmen. Im Gegenzug werden die Zuflüsse zu den Amateurclubs

¹⁰⁵Vgl. FOCUS online [a], <https://praxistipps.focus.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁰⁶Vgl. Gruber 2018, 129.

¹⁰⁷SV Rot-Weiss Walldorf, <http://rw-walldorf.b-schmitt.de>, [Stand 25.12.2023].

¹⁰⁸Vgl. Schelter 2010, 147 f.

erhöht, um eine Kompensation für die Talentförderung zu erfahren. Auch hier liegt eine Wechselwirkung vor.¹⁰⁹

Doch die Auswirkungen des Amateurfußballs sind nicht nur positiv zu bewerten. So ist aufzuführen, dass die Anstoßzeiten der Amateurligen Überschneidungen mit denen der Profiligen aufweisen und deshalb Diskrepanz entsteht.¹¹⁰ Dies wird durch den Vorwurf seitens des Amateurfußballs verstärkt, dass sich der Profifußball mit den Millionensummen immer weiter von der Basis entfremde. Anhänger haben aufgrund des vorherrschenden Kommerzes dem Profifußball bereits den Rücken gekehrt.¹¹¹

Insgesamt lässt sich festhalten, dass der Profifußball eher vom Amateursport abhängig ist als andersherum. Deshalb wird im Folgenden der Amateurfußball als unabhängige und der Erfolg von Fußballunternehmen als abhängige Variable angesehen.

3.2.3 Konkurrierende Veranstaltungen

Konkurrierende Veranstaltungen am Standort lassen sich in Klassen einteilen. Hier ist zunächst der Amateurfußball aufzuführen. Schließlich ist häufig eine Überschneidung der Spielzeiten von Profi- und Amateurfußball feststellbar. Es herrschen seitens der jeweiligen Vereine unterschiedliche Meinungen, ob dies negative Auswirkungen auf die Zuschauernachfrage im Profifußball hat oder nicht.¹¹²

Bei der lokalen Konkurrenz sind Profiteams aus anderen Sportarten sowie aus regional ansässigen Profifußballunternehmen von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Sie stellen nach Meinung der gegenwärtigen Literatur den größten Wettbewerb am Standort dar. Das wird durch einen negativen Zusammenhang hinsichtlich der Zuschauernachfrage in empirischen Studien bestätigt.¹¹³

Aber auch kulturelle Events beziehungsweise alternative Freizeitangebote können eine Konkurrenz darstellen. In Städten sind zudem Messen mit überregionaler Bedeutung als weitere konkurrierende Veranstaltung zu nennen.¹¹⁴

¹⁰⁹Vgl. Schelter 2010, 148.

¹¹⁰Vgl. ebd., 153.

¹¹¹Vgl. Stadionwelt [e], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 10.01.2024].

¹¹²Vgl. Schelter 2010, 148.

¹¹³Vgl. ebd., 173.

¹¹⁴Vgl. ebd., 153.

3.2.4 Qualität des Stadions

Zunächst lässt sich festhalten, dass die Stadiongröße Einfluss auf die Ticketing-Einnahmen des jeweiligen Fußballclubs hat. Dies hängt vor allem mit der Tatsache zusammen, dass das Angebot wegen der jeweils unterschiedlichen Stadionkapazität limitiert ist. In diesem Kontext fällt jedoch auf, dass durch den Bau einer großen, modernen Arena nicht unmittelbar der gewünschte wirtschaftliche Erfolg eintritt. Stattdessen sind weitere Einflüsse wie vor allem der Aufstieg in eine Profiligena mitentscheidend. Auch finanzielle Unterstützungen – beispielsweise durch Investitionen ins Stadion – gehen von Stadt und Ländern meist erst mit vorzuweisenden Erfolgen beziehungsweise außerordentlichen Anlässen einher. Daraus ergibt sich die Entwicklung, dass die größten und modernsten Stadien in den Hochburgen des deutschen Profifußballs zu finden sind, welche sich fast ausnahmslos in den größten Städten Deutschlands befinden.¹¹⁵

Doch nicht nur die Sitzplatzkapazität und der sportliche Erfolg, sondern auch die Qualität des Stadions aus Sicht der Fußballanhänger und das damit einhergehende persönliche Erlebnis sind für die Standortqualität relevant. Letztere ist ein ausschlaggebender Aspekt für den Erfolg des Vereins, da der Fan bei Heimspielen unterstützend mitwirkt, wenn er sich im Stadion wohlfühlt. Dadurch entsteht eine emotionale Atmosphäre, welche die Leistung der Spieler auf dem Spielfeld positiv verstärkt. In diesem Zusammenhang wird umgangssprachlich auch vom zwölften Mann gesprochen.¹¹⁶

Außerdem ist ein ausreichendes Rahmenprogramm für einen gelungenen Spieltag für den Fan bedeutend. Hierunter fällt unter anderem ein angemessenes Essens- und Merchandisingangebot. Doch auch der Weg zum Stadion ist entscheidend: Durch kurze und breite Wege absolvieren die Menschenmassen am Spieltag ohne größere Komplikationen die Route zur Arena. Eine leichte Erreichbarkeit ist daher wesentlich. Dies wird im nachfolgenden Unterabschnitt thematisiert und wird deshalb hier nicht weiter ausgeführt.

Darüber hinaus ist der Aspekt der Sicherheit grundlegend. Dazu zählen zum Beispiel eine umfassende Beleuchtung und deutlich gekennzeichnete Fluchtwege. Außerdem sorgt die Präsenz von ausreichend Securitypersonal sowie von Rettungs- und Feuerwehrkräften für ein größeres Sicherheitsgefühl beim Fan und minimiert zudem die Gefahr von Ausschreitungen.

¹¹⁵Vgl. Schelter 2010, 152 f.

¹¹⁶Vgl. ebd., 67 f.

Barrierefrei zugängliche Plätze – für Rollstuhlfahrer und anderweitig eingeschränkte Personen – sollten heutzutage in jedem modernen Stadion Standard sein.

Im Rahmen des Megatrends der Digitalisierung ist es ferner zentral, in den Arenen zunehmend neue Technologie einzusetzen, um der digitalen Transformation gerecht zu werden¹¹⁷. Dies kann beispielsweise durch hochauflösende Videoleinwände geschehen. Vor allem aber tragen stabile WiFi-Anschlüsse zu einer Verbesserung der Attraktivität von Stadien bei. Schließlich wird dadurch sichergestellt, dass die Fans ein nahtloses und vernetztes Erlebnis haben können.

Zuletzt ist anzumerken, dass die Nähe des Fans zum Spiel und den Spielern zu einem besseren Stadionerlebnis führt. Als Negativbeispiel ist das Olympiastadion von Hertha BSC Berlin aufzuführen. So herrscht hier aufgrund der Tartanbahn eine größere Entfernung zwischen Spieler und Fußballanhänger im Vergleich zu anderen Stadien.¹¹⁸

3.2.5 Infrastruktur und Mobilitätswende

Die heutigen Fußballstadien in der 1. Bundesliga fassen zwischen 15 000 und knapp 82 000 Plätzen¹¹⁹. Die Fans wollen dabei möglichst schnell den Spielort erreichen. Deshalb sind günstige Verkehrswege bei der Standortwahl einer Arena zentral. Damit die am Spieltag aufkommenden Verkehrsströme bewältigt werden können, ist es von Bedeutung, dass mehrere – möglichst mehrspurige – Zubringerstraßen zum Stadion führen.¹²⁰ Schließlich legt der Großteil der Zuschauer weiterhin die Strecken mit dem Auto zurück¹²¹. Um zusätzlich den unterschiedlichen Anforderungen der Fans gerecht zu werden, bedarf es eines ausgewogenen Verhältnisses aus nahen Haltestellen der öffentlichen Verkehrsmittel sowie genügend Parkplätzen für den Individualverkehr.

Allerdings gilt der Verkehrssektor als einer der Hauptverursacher des anthropogenen Klimawandels¹²². Dies liegt in nicht unerheblichem Maße auch am Fußball, da der ökologische Fußabdruck der Fans an einem Spieltag so hoch ist wie der von zehn deutschen Personen in einem ganzen Jahr.¹²³ Wegen dieser Entwicklungen wird seit der

¹¹⁷Vgl. Saueressig/Oswald 2022, 7.

¹¹⁸Vgl. Sport 1, <https://www.sport1.de>, [Stand 29.12.2023].

¹¹⁹Vgl. Transfermarkt, <https://www.transfermarkt.de>, [Stand 24.12.2023].

¹²⁰Vgl. König 2010, 78.

¹²¹Vgl. Deutschlandfunk, <https://www.deutschlandfunk.de>, [Stand 01.01.2024]; Loewen/Wicker 2021, 253.

¹²²Vgl. Sonnberger/Graf 2021, 173; Fuchs/Westermeyer 2023, 222; Sack/Straßheim/Zimmermann 2023, 3.

¹²³Vgl. Deutschlandfunk, <https://www.deutschlandfunk.de>, [Stand 01.01.2024].

Jahrtausendwende der neue Megatrend der Verkehrs- beziehungsweise Mobilitätswende angestrebt. Darunter wird ein gesellschaftlicher und technologischer Prozess verstanden, der den bisherigen Verkehr auf nachhaltige Energieträger, eine sanfte Mobilitätsnutzung und eine Vernetzung von Formen des Individualverkehrs sowie des öffentlichen Personennahverkehrs umstellen möchte.¹²⁴ Trotzdem ist aktuell noch festzustellen, dass rund 50 Prozent der Fans mit dem Auto anreisen. Der öffentliche Nahverkehr ist mit 40 Prozent das zweitmeist gewählte Verkehrsmittel. Die restlichen 10 Prozent beziehen sich auf Fußballanhänger, die mit dem Fanbus oder dem Fahrrad anreisen.¹²⁵

In Großstädten liefen vor Jahren die ersten Programme an. Dazu zählt beispielsweise die Mobilitätsstrategie in München. Im Juni 2021 wurde der Entwurf einer neuen Gesamtstrategie für Mobilität und Verkehr beschlossen. Er beinhaltet das konkrete Ziel, dass bis zum Jahr 2025 mindestens 80 Prozent des Verkehrs im Münchener Stadtgebiet auf abgasfreie Kraftfahrzeuge, den öffentlichen Personennahverkehr sowie den Fuß- und den Radverkehr entfallen sollen. Bis 2035 soll der Verkehr vollständig klimaneutral sein.¹²⁶ Um diese Entwicklung an Spieltagen der Bundesliga zu fördern, gilt die Eintrittskarte in vielen Stadien bereits als Fahrschein für den öffentlichen Nahverkehr im Stadtgebiet. Dies ist auch als Kombiticket bekannt.¹²⁷

Allerdings ist in diesem Zusammenhang erkennbar, dass es derzeit noch keine einheitlichen Auslegungen in der Mobilitätswende gibt. Trotzdem lässt sich schlussfolgern, dass eine Erweiterung der Parkplätze mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht vorgesehen ist. Stattdessen soll mit entsprechenden Angeboten um das und am Stadion auf die jeweilige Mobilitätswende eingegangen werden. Dabei gibt es kein pauschales Konzept, das auf alle Städte gleichermaßen angewandt werden kann. Dagegen besitzen jeder Ort und das dazugehörige Stadion eine eigene Charakteristik, die es zu beachten gilt.

Darüber hinaus sollte jedoch berücksichtigt werden, dass viele Fans aus dem ländlichen Bereich kommen. Sie sind weiterhin auf die Anfahrt mit dem Auto angewiesen. Für Zuschauer aus der Stadt besteht dagegen neben dem öffentlichen Personennahverkehr die Möglichkeit, mit dem Fahrrad anzureisen. Clubs fördern solche Transportmittel zunehmend, indem vermehrt Fahrradparkplätze zur Verfügung gestellt werden. Schließlich

¹²⁴Vgl. Ruhrort 2023, 223; Bundeszentrale für politische Bildung [b], <https://www.bpb.de>, [Stand 02.01.2024]; Zukunftsinstitut, <https://www.zukunftsinstitut.de>, [Stand 11.01.2024].

¹²⁵Vgl. Stadionwelt [f], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 17.01.2024].

¹²⁶Vgl. muenchen.de, <https://stadt.muenchen.de>, [Stand 02.01.2024].

¹²⁷Vgl. SC Freiburg, <https://www.scfreiburg.com>, [Stand 29.12.2023]; Deutschlandfunk, <https://www.deutschlandfunk.de>, [Stand 01.01.2024]; FC Augsburg [g], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 05.01.2024].

ist das Fahrrad ein umweltfreundliches Transportmittel und steht damit im Einklang mit den allgemeinen Nachhaltigkeitszielen.¹²⁸ Dies stärkt beiläufig auch das Image des Vereins¹²⁹.

Die Anreise mit dem Fahrrad bringt jedoch auch Nachteile mit sich. Zum einen ist zu erwähnen, dass sie in kalten Monaten je nach Witterungsbedingungen nicht immer eine Alternative darstellt. Zum anderen sollte der Aspekt der Überwachung der Fahrradstellplätze nicht vernachlässigt werden. Dies macht insbesondere eine Anreise mit Elektrofahrzeugen (noch) unattraktiv, obwohl es ein zukunftsfähiges Verkehrsmittel darstellen würde.¹³⁰ Zudem legt eine Person mit einem Elektro- im Vergleich zum herkömmlichen Fahrrad eher längere Strecken zurück.¹³¹

¹²⁸Vgl. SWR [b], <https://www.swr.de>, [Stand 03.01.2024].

¹²⁹Vgl. ebd.

¹³⁰Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung [b], <https://www.bpb.de>, [Stand 02.01.2024].

¹³¹Vgl. FOCUS online [b], <https://www.focus.de>, [Stand 02.01.2024].

4 Anwendung am Praxisbeispiel des FC Augsburg

Nachdem zentrale Standortfaktoren für den Fußball identifiziert wurden, werden diese im Folgenden auf den FC Augsburg angewandt. Letzterer ist ein Verein, welcher zur Saison 2011/12 erstmalig in die 1. Bundesliga aufgestiegen ist und sich seitdem ununterbrochen in der höchsten deutschen Spielklasse befindet.¹³² Das Stadion liegt im Stadtteil Göggingen unmittelbar an der Bundesstraße 17. Diese weist wiederum günstige Anbindungen an die Autobahn 8 und die Bundesstraße 2 auf.¹³³ Die Pläne wurden im Jahr 2004 veröffentlicht, zu dieser Zeit war der Club noch Regionalligist.¹³⁴ Der Bau fand von November 2007 bis Juli 2009 statt.¹³⁵

4.1 Relevante Standortfaktoren für den Club

Im vorherigen Kapitel wurden fünf Standortfaktoren für Clubs als bedeutend identifiziert. Sie werden nun transferiert, indem zunächst die volkswirtschaftliche Situation im Raum Augsburg analysiert wird, welche unter anderem an der Kaufkraft gemessen werden kann. Darüber hinaus lässt der Amateurfußball in der Umgebung Rückschlüsse auf das Potenzial des Standorts zu. Außerdem werden konkurrierende Veranstaltungen und deren Auswirkungen betrachtet. Auch die Qualität des Stadions trägt entscheidend zur Beurteilung des Standorts bei und wird deshalb thematisiert. Zuletzt wird die Infrastrukturplanung beleuchtet. Dieses Kriterium wird vor allem durch das Augsburger Projekt *Blue City Klimaschutzprogramm* beeinflusst werden.¹³⁶

4.1.1 Volkswirtschaftliche Situation im Raum Augsburg

Um die volkswirtschaftliche Situation im Umkreis von Augsburg genauer beurteilen zu können, wird die sogenannte Kaufkraft herangezogen. Der entsprechende Index stellt in diesem Zusammenhang eine Verhältniszahl dar. Als relevant wurden neben der Stadt Augsburg auch die anliegenden Landkreise Augsburg Land, Landsberg am Lech sowie Aichach-Friedberg identifiziert. Deshalb werden diese im Folgenden genauer analysiert.

¹³²Vgl. Tagesspiegel [a], <https://www.tagesspiegel.de>, [Stand 29.12.2023].

¹³³Vgl. Kicker [c], <https://www.kicker.de>, [Stand 30.11.2023]; Augsburger Allgemeine [a], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 05.11.2023]; BR [a], <https://www.br.de>, [Stand 10.11.2023].

¹³⁴Vgl. WWK Arena [c], <https://wwkarena.com>, [Stand 01.01.2024].

¹³⁵Vgl. FC Augsburg [b], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 05.11.2023].

¹³⁶Vgl. Stadt Augsburg 2023, 16 f.

Aufgrund von besserer Vergleichbarkeit und damit einhergehender höherer Objektivität eignet sich hierbei vor allem der Kaufkraftindex. Dieser liegt in den Landkreisen Landsberg am Lech (113,9), Aichach-Friedberg (108,6) und Augsburg Land (107,6) über dem bundesweiten Durchschnitt (100).¹³⁷ Einzig die Stadt Augsburg weist mit 95,4 einen Wert aus, der abfällt¹³⁸. Dabei ist generell die Tendenz erkennbar, dass das Umland im Gegensatz zu den nächstgelegenen Städten meist bessere Werte verzeichnet¹³⁹. Trotzdem lässt sich insgesamt festhalten, dass die Haushalte im Einzugsgebiet zur wohlhabenderen Gesellschaftsschicht zählen. Abbildung 9 hilft, den Kaufkraftindex rund um die Region der WWK Arena im deutschlandweiten Kontext besser einordnen zu können.

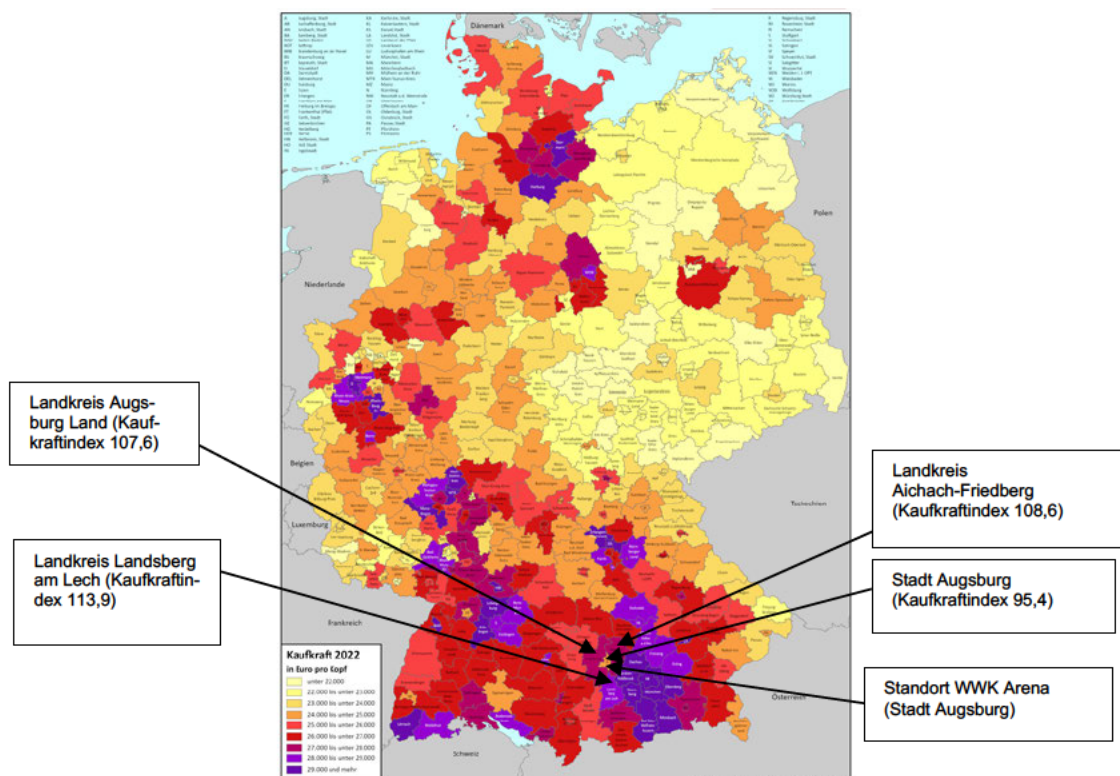


Abbildung 9: Kaufkraft im Jahr 2022 in den Landkreisen rund um die WWK Arena¹⁴⁰

Auch die Menge der Bevölkerung und der Haushalte zeigt das Potenzial der Stadt Augsburg und deren Umgebung auf. So zählen die vier Einzugsgebiete insgesamt rund 720 000 Bürger, welche sich auf knapp 400 000 Haushalte aufteilen.¹⁴¹

¹³⁷Vgl. MB-Research 2023, 1, 11.

¹³⁸Vgl. ebd., 1.

¹³⁹Vgl. BR [b], <https://www.br.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁴⁰Eigene Abbildung in Anlehnung an MB-Research, <https://www.mb-research.de>, [Stand 31.12.2023].

¹⁴¹Vgl. MB-Research 2023, 1, 11.

Landkreis	Kaufkraftindex	Bevölkerungszahl (gerundet auf Zehntausend)	Anzahl der Haushalte (gerundet auf Zehntausend)
Landsberg am Lech	113,9	120 000	60 000
Aichach-Friedberg	108,6	140 000	60 000
Augsburg Land	107,6	260 000	120 000
Augsburg Stadt	95,4	300 000	160 000

Tabelle 1: Kaufkraft im Jahr 2022 in den Landkreisen rund um die WWK Arena¹⁴²

4.1.2 Amateurfußball im Umkreis von Augsburg

Wird der Amateurfußball im Umfeld von Augsburg analysiert, so fällt auf, dass in allen Ligen Teams aus der Region vertreten sind. Je tiefer die Spielklasse ist, desto dichter wird dabei die Anzahl der Mannschaften aus der Umgebung. Die Regionalliga als viert-höchste Spielklasse in Deutschland stellt die erste Amateurliga dar.¹⁴³ Hierbei ist vor allem die Regionalliga Bayern von Relevanz. In Abbildung 10 ist erkennbar, dass sich die meisten Clubs im Dreieck zwischen München, Ingolstadt und Augsburg befinden.¹⁴⁴



Abbildung 10: Dichte an Amateurvereinen am Beispiel der Regionalliga Bayern¹⁴⁵

Das Potenzial im Amateurfußball ist damit gegeben. Selbiges gilt für die unteren Ligen. Auch die Bayernliga Süd als direkt darunter liegende Spielklasse weist eine hohe Dichte an Vereinen im Dreieck zwischen Ingolstadt, München und Augsburg auf.¹⁴⁶

¹⁴²Eigene Darstellung, Zahlenangaben: MB-Research 2023, 1, 11.

¹⁴³Vgl. Gruber 2018, 129.

¹⁴⁴Vgl. TSV 1860 München, <https://www.tsv1860.de>, [Stand 24.12.2023]; Augsburg Allgemeine [b], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 30.12.2023].

¹⁴⁵TSV 1860 München, <https://www.tsv1860.de>, [Stand 24.12.2023].

¹⁴⁶Vgl. Augsburg Allgemeine [b], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 30.12.2023].

Es ist somit festzustellen, dass in der Region um Augsburg ein Interesse am Fußball besteht.

4.1.3 Konkurrierende Veranstaltungen im regionalen Umfeld

Um konkurrierende Veranstaltungen am Standort genauer betrachten zu können, ist es relevant, diese in Klassen einzuteilen. Zunächst sind die Profifußballvereine in näherer Umgebung zu analysieren. Auch wenn sich diese nicht in unmittelbarer Nähe befinden, können sie Auswirkungen auf den Standort des FC Augsburg haben.

Hier ist auf der einen Seite der FC Bayern zu erwähnen, welcher etwa 60 Kilometer südöstlich vom Stadion des FC Augsburg beheimatet ist. Mit dem Auto entspricht die Entfernung circa einer Stunde. Es handelt sich somit um eine weit entfernte Konkurrenz, welche allerdings eine hohe Intensität aufweist. Schließlich ist der FC Bayern München in fast allen Belangen ein größerer Club als der FC Augsburg, da er als erfolgreicher Fußballverein überregional wirkt.¹⁴⁷ Eventuelle terminliche Überschneidungen bei den Heimspieltagen stellen demnach eine Konkurrenz zu den Spielen des FC Augsburg dar.

Dies gilt jedoch kaum für unterklassige Vereine. Die Dritt- und die Viertligavereine im Großraum München – wie der TSV 1860 München oder die SpVgg Unterhaching – werden aufgrund der zu geringen Reichweite nicht als konkurrierende Veranstaltungen wahrgenommen und deshalb im Folgenden nicht weiter untersucht.¹⁴⁸

Neben dem FC Bayern München ist im Westen von Augsburg zunehmend Konkurrenz erkennbar. Das ist zum einen der SSV Ulm. Als ehemaliger Bundes- beziehungsweise Zweitligist um die Jahrtausendwende besitzt der Club eine vergleichsweise große Anhängerschaft. Aktuell ist der Verein als Drittligist zwar noch nicht als Konkurrenz zu sehen, angesichts der sportlichen Entwicklungen sollte er aber intensiver betrachtet werden. Er ist in der vergangenen Saison von der Regional- in die 3. Liga aufgestiegen und befindet sich als Aufsteiger in der laufenden Spielzeit fast durchgängig auf beziehungsweise in der Nähe eines Aufstiegsplatzes.¹⁴⁹

¹⁴⁷Vgl. Hasel 2019, 88.

¹⁴⁸Vgl. Schelter 2010, 173.

¹⁴⁹Vgl. Südwest Presse, <https://www.swp.de>, [Stand 15.01.2024].

Ebenfalls ist der 1. FC Heidenheim als potenzielle Konkurrenz aufzuführen. Er ist neben dem FC Bayern München der geografisch nächste Bundesligist und hat insbesondere in den letzten zehn Jahren kontinuierlich an Reichweite gewonnen.¹⁵⁰

Trotzdem lässt sich insgesamt festhalten, dass die Konkurrenz vor allem aus der Perspektive des Fußballs für den FC Augsburg gering ist, da die Dichte an professionellen Fußballvereinen kleiner als in Nordrhein-Westfalen ist.¹⁵¹ Dies führt dazu, dass für den Club eine vergleichsweise geringe Konkurrenz um die Gunst des Fans herrscht.

Doch nicht nur professionelle Vereine in der Umgebung sind relevant. Auch innerhalb der Stadtgrenzen finden konkurrierende Veranstaltungen statt. Dabei wird im Folgenden zwischen sport- und nichtsportbezogenen Events unterschieden.

Wird der Bereich der Sportveranstaltungen genauer betrachtet, so lässt sich feststellen, dass neben dem Sport vor allem Eishockey eine dominante Rolle in Augsburg einnimmt. So spielen die Augsburger Panther in der Deutschen Eishockey Liga, welche die höchste Spielklasse in Deutschland darstellt.¹⁵² Zwangsläufig kommt es hierbei zu Terminkollisionen, hauptsächlich im Winter. Schließlich finden im Eishockey etwa im Zeitraum September bis März in der Regel zwei Spieltage pro Wochenende statt, wovon meist eine Partie in Augsburg ausgetragen wird. Aber auch Auswärtsspiele der Augsburger Panther führen zum Abzug potenzieller Zuschauer des FC Augsburg. Somit kommt es vor allem unter Berücksichtigung von Auswärtsfahrten in nicht unerheblichem Ausmaß zu Überschneidungen.¹⁵³ Im sportlichen Bereich ist innerhalb der Stadtgrenzen demgemäß vor allem Eishockey eine ernst zu nehmende Konkurrenzveranstaltung zum Fußball.

Im Sommer tritt durch andere Sportarten Konkurrenz auf. So ist Augsburg beispielsweise durch die Olympischen Spiele 1972 ein Stützpunkt für Kajak. Dies ist unter anderem daran zu erkennen, dass dort regelmäßig Weltcups ausgerichtet werden und 2022 die Weltmeisterschaft ausgetragen wurde.¹⁵⁴ Zum einen ist jedoch zu erwähnen, dass die konkurrierenden Veranstaltungen in geringerer Frequenz im Vergleich zum Eishockey stattfinden. Zum anderen muss erläutert werden, dass für den Vereinsfußball besonders der Zeitraum von Juni bis Juli nebensächlich ist, da hier kein Ligabetrieb ist, und diese Sommersportart deshalb keine große Konkurrenz für den FC Augsburg darstellt.

¹⁵⁰Vgl. Stadt Heidenheim, <https://www.heidenheim.de>, [Stand 15.01.2024].

¹⁵¹Vgl. Statista [c], <https://de.statista.com>, [Stand 29.12.2023].

¹⁵²Vgl. FC Augsburg [d], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 30.12.2023].

¹⁵³Vgl. hessenschau, <https://www.hessenschau.de>, [Stand 30.12.2023].

¹⁵⁴Vgl. Frankfurter Rundschau, <https://www.fr.de>, [Stand 30.12.2023]; Zeit Online, <https://www.zeit.de>, [Stand 31.12.2023].

Außerdem besitzen auch nichtsportliche Events einen hohen Stellenwert in Augsburg. In dem Zusammenhang ist vor allem die Messe zu erwähnen. Deshalb wird auf diese im Folgenden näher eingegangen.

Die Messe Augsburg ist das sechszehntgrößte Messegelände in Deutschland beziehungsweise das drittgrößte Areal in Bayern und stellt damit eine zentrale Veranstaltungsstätte dar¹⁵⁵. Vor allem geografisch ist sie als nicht zu unterschätzende Konkurrenz zu betrachten. So trennt beide Standorte nur eine Ausfahrt auf der Bundesstraße 17. Die Messe befindet sich demnach in unmittelbarer Nähe zur WWK Arena.¹⁵⁶

Dort finden ebenfalls Events statt, welche regelmäßig zeitliche Überschneidungen aufweisen. Ihre Bedeutung nimmt dabei kontinuierlich zu. So wuchs die Kaufkraft der Messe Augsburg von 2007 bis 2018 um 55 Prozent auf 130 Millionen Euro. Zudem werden 1900 Arbeitsplätze in Vollzeit gestellt, das entspricht einem Anstieg von 26 Prozent. All diese Kriterien zeigen den Stellenwert dieser Messe auf. Nachdem dort Kultur- und Freizeitveranstaltungen abgehalten werden, stellt das im weiteren Sinne eine Konkurrenz zu den Fußballspielen dar.¹⁵⁷

4.1.4 Qualität der Augsburger WWK Arena

Auch die Qualität des Stadions ist ein relevanter Aspekt für die Standortanalyse des FC Augsburg. Die heutige Augsburger WWK Arena war von der Eröffnung bis 2011 auch unter dem Namen Impuls-Arena beziehungsweise von 2011 bis 2015 als SGL-Arena bekannt.¹⁵⁸

Walter Seinsch – ehemaliger Präsident des FC Augsburg – sagte bei seiner Eröffnungsrede, dass er „jede Minute in der Impuls-Arena genießen [werde]“¹⁵⁹. Der FC Augsburg und seine Fans „haben jetzt ein eng gebautes und hochmodernes Stadion mit der schärfsten Atmosphäre in Deutschland. Die Impuls-Arena soll ein Ort des Friedens und des Frohsinns werden.“¹⁶⁰

¹⁵⁵Vgl. Messe Augsburg, <https://www.messeaugsburg.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁵⁶Vgl. FC Augsburg [a], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 02.11.2023].

¹⁵⁷Vgl. Messe Augsburg, <https://www.messeaugsburg.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁵⁸Vgl. Augsburger Allgemeine [a], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 05.11.2023]; Skrentny 2010, 26.

¹⁵⁹Augsburger Allgemeine [c], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁶⁰Augsburger Allgemeine [c], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 01.01.2024]; Augsburger Allgemeine [d], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 02.01.2024].

Die *Hochmodernität* des Stadions ist beispielsweise an der nachhaltigen Energieversorgung erkennbar. Zwei mit Grundwasser gespeiste Wärmepumpen sorgen für die Klimatisierung der Arena. Dadurch können sowohl die FCA-Geschäftsstelle als auch die Stadionbereiche wie der Business Club, die Logen, der sportliche Bereich für die Mannschaft und die entsprechenden Fitnessräume sowie die Kioske regenerativ beheizt werden. Zusätzlich dient diese Art der Wärmegewinnung auch als Grundlage für die Rasenheizung.¹⁶¹

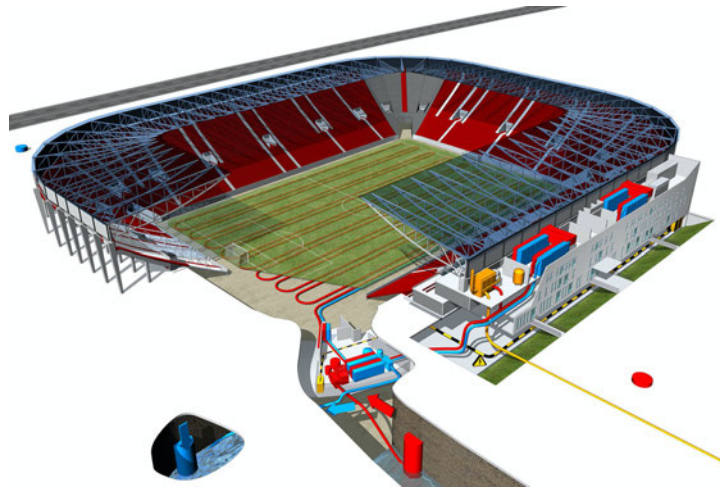


Abbildung 11: Energieversorgung in der WWK Arena¹⁶²

Durch diese Art der Energieerzeugung leistet der Verein seinen Beitrag zu nachhaltigem Handeln. Dies zeigt sich neben der Energieversorgung noch in anderen Bereichen. Hier ist beispielsweise die Gastronomie aufzuführen. Die zwölf Kioskstände auf dem Areal des FC Augsburg zeichnen sich ebenfalls durch einen geringen ökologischen Fußabdruck aus¹⁶³. So werden hier unter anderem umweltschonende Mehrwegbecher verwendet, wodurch am Spieltag weniger Müll produziert wird¹⁶⁴. Im Gegensatz dazu befinden sich aktuell nur vier E-Ladeplätze an der WWK Arena, die nur außerhalb der Spielzeiten genutzt werden können¹⁶⁵. Dagegen weist etwa die Allianz Arena 21 Ladepunkte für Elektrofahrzeuge auf¹⁶⁶.

¹⁶¹Vgl. FC Augsburg [c], <https://www.fcaugsburg.de/>, [Stand 24.12.2023].

¹⁶²FC Augsburg [c], <https://www.fcaugsburg.de/>, [Stand 24.12.2023].

¹⁶³Vgl. WWK Arena [c], <https://wwkarena.com>, [Stand 01.01.2024].

¹⁶⁴Vgl. FC Augsburg [f], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 03.01.2024].

¹⁶⁵Vgl. FC Augsburg [g], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 05.01.2024].

¹⁶⁶Vgl. FC Bayern München [b], <https://allianz-arena.com>, [Stand 05.01.2024].

Des Weiteren sollte in diesem Zusammenhang die Stadionkapazität betrachtet werden. Die WWK Arena bietet Platz für 30 660 Fans.¹⁶⁷ Damit liegt ihre Kapazität unter dem Bundesligadurchschnitt¹⁶⁸. Das Stadion ist dabei regelmäßig mindestens zu 90 Prozent ausgelastet¹⁶⁹.



















Stadion	Kapazität ±	Logen ↓	Sitzplätze ↓	Stehplätze ↓
 SIGNAL IDUNA PARK Dortmund	81.365	18	53.028	28.337
 Allianz Arena München	75.024	106	59.230	15.794
 MHPArena Stuttgart Stuttgart	60.449	66	49.224	11.225
 Deutsche Bank Park Frankfurt (Main)	56.500	83	42.200	9.300
 Stadion im Borussia-Park Mönchengladbach	54.042	45	37.869	16.145
 RheinEnergieSTADION Köln	50.000	57	41.825	8.175
 Red Bull Arena Leipzig	47.069	18	32.908	14.161
 Wohninvest-Weserstadion Bremen	42.100	14	31.500	10.600
 Europa-Park Stadion Freiburg	34.700	20	22.300	12.400
 Mewa Arena Mainz	33.305	35	20.000	14.000
 WWK ARENA Augsburg	30.660	48	19.626	11.034
 BayArena Leverkusen	30.210	26	25.710	4.500
 PreZero Arena Sinsheim	30.150	40	23.400	6.750
 Volkswagen Arena Wolfsburg	28.917	31	20.917	8.000
 Vonovia Ruhrstadion Bochum	26.000	-	15.574	12.025
 Stadion An der Alten Försterei Berlin	22.012	27	3.617	18.395
 Merck-Stadion am Böllenfalltor Darmstadt	17.810	19	12.300	5.510
 Voith-Arena Heidenheim	15.000	37	4.300	10.700

Tabelle 2: Kapazitäten der Stadien in der 1. Bundesliga (Deutschland)¹⁷⁰

Auffällig ist zudem die Anzahl der Logen. Mit 48 Stück belegt das Stadion des FC Augsburg nach der Allianz Arena (FC Bayern München), dem Deutsche Bank Park (Eintracht Frankfurt), der MHPArena Stuttgart (VfB Stuttgart) und dem RheinEnergieSTADION (1. FC Köln) den fünften Platz. Die WWK Arena weist somit eine überdurchschnittliche Anzahl von Logen im Vergleich zur dazugehörigen Kapazität auf.¹⁷¹ Damit kann der FC Augsburg kontinuierlich hohe Einnahmen generieren¹⁷².

¹⁶⁷Vgl. BR [a], <https://www.br.de>, [Stand 10.11.2023]; FC Augsburg [b], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 05.11.2023], Kicker [c], <https://www.kicker.de>, [Stand 30.11.2023].

¹⁶⁸Vgl. Transfermarkt, <https://www.transfermarkt.de>, [Stand 24.12.2023].

¹⁶⁹Vgl. Statista [a], <https://de.statista.com>, [Stand 05.11.2023].

¹⁷⁰Transfermarkt, <https://www.transfermarkt.de>, [Stand 24.12.2023].

¹⁷¹Vgl. Transfermarkt, <https://www.transfermarkt.de>, [Stand 24.12.2023].

¹⁷²Vgl. König 2010, 75 f.

Darüber hinaus ist die Sicherheit entscheidend. Die Standards diesbezüglich entsprechen den Vorgaben, deshalb wurde die WWK Arena für ihr Sicherheitsmanagement re-zertifiziert.¹⁷³ Im Gegensatz hierzu stehen die Vorfälle im Heimspiel des FC Augsburg gegen die TSG 1899 Hoffenheim. Hier wurden im November 2023 durch einen Böller-wurf 13 Fans verletzt.¹⁷⁴

Auch auf das Thema der Inklusion wurde beim Bau der WWK Arena geachtet. So gibt es 46 barrierefreie Plätze, die speziell für Rollstuhlfahrer vorgesehen sind.¹⁷⁵

Des Weiteren wurde der Megatrend der Digitalisierung im Stadion umfänglich berück-sichtigt. So wurden 6,4 m x 4,8 m große Anzeigetafeln eingebaut, um dem technischen Fortschritt Rechnung zu tragen.¹⁷⁶ Dies führt dazu, dass der Fan die Anzeige im Ver-gleich zu früher leichter lesen kann. Der technische Fortschritt zeigt sich ferner in einem flächendeckenden, kostenlosen WLAN, welches sich über den kompletten Bereich des Stadions erstreckt.¹⁷⁷ Auch beim Kioskverkauf wurde auf Digitalisierung umgestellt. Im Rahmen einer Kooperation mit der Volks- und Raiffeisenbank findet die Zahlung aus-schließlich bargeldlos statt. Zunächst wurden dabei nur die FCA-Card sowie die FCA-App als Zahlungsmittel akzeptiert. Dies wurde vermehrt kritisiert, nachdem vor allem Einmal- beziehungsweise Gelegenheitsbesucher regelmäßig Probleme beim Bezah-lungsvorgang hatten, was erhöhte Wartezeiten an den Kiosken zur Folge hatte. Deshalb fand eine Umstellung statt, sodass seit Juli 2023 alle gängigen digitalen Zahlungsmittel verwendet werden können.¹⁷⁸

Außerdem zeichnet sich die Arena durch eine intensive Atmosphäre aus, was auch auf die steilen Ränge zurückzuführen ist¹⁷⁹. Deshalb wird das Stadion auch *Anfield Road an der B17* genannt¹⁸⁰. Dies liegt unter anderem daran, dass es sich bei der WWK Arena um ein reines Fußballstadion handelt und sich somit keine Tartanbahn zwischen Zu-schauertribünen und Spielfeld befindet.¹⁸¹

¹⁷³Vgl. FC Augsburg [e], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁷⁴Vgl. SWR [a], <https://www.swr.de>, [Stand 02.01.2024].

¹⁷⁵Vgl. WWK Arena [c], <https://wwkarena.com>, [Stand 01.01.2024].

¹⁷⁶Vgl. FC Augsburg [b], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 05.11.2023]; WWK Arena [c], <https://wwkarena.com>, [Stand 01.01.2024].

¹⁷⁷Vgl. FC Augsburg [f], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 03.01.2024]; Stadionwelt [c], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 05.01.2024]; Stadionwelt [d], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 06.01.2024].

¹⁷⁸Vgl. Stadionwelt [b], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁷⁹WWK Arena [b], <https://wwkarena.com>, [Stand 27.12.2023]; Skrentny 2010, 26; Steets 2015, 63.

¹⁸⁰FC Bayern München [a], <https://fcbayern.com>, [Stand 27.12.2023].

¹⁸¹Vgl. Sport 1, <https://www.sport1.de>, [Stand 29.12.2023].

Eine moderne Arena wie diese bildet die Grundlage für einen erfolgreichen Fußballverein. Doch auch eine detailliert kalkulierte Budgetplanung ist wesentlich, was am Negativbeispiel von Alemannia Aachen zu erkennen ist¹⁸². So sah es auch Reiner Calmund während der Eröffnungsfeier der WWK Arena, indem er sagte: „Ich bin überwältigt. Das ist eine tolle Zauberkiste. Die Traditionalisten werden Bauchschmerzen haben, aber um konkurrenzfähig zu bleiben, muss man so eine Kiste hinstellen. Ich muss allerdings davor warnen, wenn man glaubt, es läuft von alleine. Man muss sich auch im eigenen Wohnzimmer zurechtfinden.“¹⁸³

Das Stadion erfüllt damit in hohem Maße die heute von einer Arena geforderten Gegebenheiten. Hauptausschlaggebend ist jedoch die Frage, wie die WWK Arena von den Fans wahrgenommen wird. Um dies zu beurteilen, reicht eine rein theoretische Betrachtung nicht aus. Deshalb wird im Verlauf dieser Arbeit eine empirische Befragung durchgeführt, um ein eindeutiges und repräsentatives Stimmungsbild zu erhalten.

4.1.5 Infrastrukturplanung und Mobilitätswende *Blue City*

Die WWK Arena liegt an der Peripherie der Stadt. Sie wurde strategisch so aufgestellt, dass alle Fans aus der Stadt und dem Umland das Stadion problemlos erreichen können. Dabei besteht die Möglichkeit, mit Auto, Trambahn, Shuttlebus beziehungsweise Fahrrad anzureisen.¹⁸⁴

Bei der Anfahrt mit dem Auto ist problematisch, dass der Großteil der Verkehrsströme die Bundesstraße 17 betrifft. Diese ist an Spieltagen aus südlicher Richtung stark überlastet. So befindet sich beispielsweise im Gegensatz zur Allianz Arena kein Verkehrsknotenpunkt in der Nähe. Deshalb sind die Verkehrsströme zum Stadion gebündelt. Bei Ankunft stehen den Besuchern der WWK Arena rund 3500 kostenpflichtige Parkplätze zur Verfügung¹⁸⁵. In dieser Anzahl sind die Parkplätze für den VIP-Bereich, die Presse sowie Dauerparkplätze inbegriffen.¹⁸⁶ Wenn dies nicht ausreicht, gibt es darüber hinaus kostenpflichtige Parkplätze gegenüber der Messe Augsburg¹⁸⁷. Von hier aus verkehren Shuttlebusse, welche im Parkplatzpreis enthalten sind¹⁸⁸. Im Umfeld des Stadions finden

¹⁸²Vgl. Tagesspiegel [b], <https://www.tagesspiegel.de>, [Stand 06.01.2024].

¹⁸³Augsburger Allgemeine [c], <https://www.augsburger-allgemeine.de>, [Stand 01.01.2024].

¹⁸⁴Vgl. FC Augsburg [a], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 02.11.2023].

¹⁸⁵Vgl. FC Augsburg [b], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 05.11.2023]; WWK Arena [a], <https://wwkarena.com>, [Stand 26.12.2023].

¹⁸⁶Vgl. WWK Arena [c], <https://wwkarena.com>, [Stand 01.01.2024].

¹⁸⁷Vgl. FC Augsburg [a], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 02.11.2023].

¹⁸⁸Vgl. ebd.

sich sonst keine weiteren nennenswerten Parkmöglichkeiten, wie aus Abbildung 12 zu entnehmen ist¹⁸⁹.

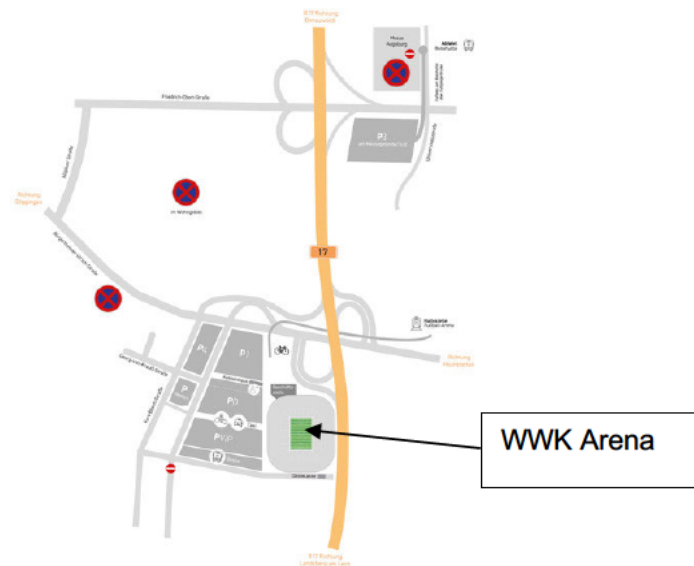


Abbildung 12: Parkplatzsituation rund um die WWK Arena¹⁹⁰

Die Anfahrt mit dem Fanbus verläuft identisch zu der mit dem Auto. Das Parkplatzgelände der WWK Arena bietet Platz für 80 Busse¹⁹¹.

Bei den öffentlichen Verkehrsmitteln ist vor allem die Straßenbahn das Mittel der Wahl. Die Endhaltestelle der Linie 8 befindet sich etwa 400 Meter von der WWK Arena entfernt und wird ab zwei Stunden vor dem Spiel im 5-Minuten-Takt angefahren.¹⁹² Nach der Partie findet eine Verdichtung des Rhythmus statt, indem circa alle zwei bis drei Minuten Straßenbahnen starten¹⁹³. Damit wird den Stoßzeiten entsprochen. Es besteht allerdings die Problematik, dass die Straßenbahnen an Spieltagen bereits jetzt regelmäßig überfüllt sind. Dies liegt vor allem an der Tatsache, dass dieses Verkehrsmittel in der Größenordnung die einzige Alternative des öffentlichen Personennahverkehrs zum Auto darstellt.

¹⁸⁹Vgl. FC Augsburg [a], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 02.11.2023].

¹⁹⁰Eigene Abbildung in Anlehnung an SV Darmstadt 98, <https://www.sv98.de>, [Stand 24.12.2023].

¹⁹¹Vgl. WWK Arena [c], <https://wwkarena.com>, [Stand 01.01.2024].

¹⁹²Vgl. FC Augsburg [a], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 02.11.2023].

¹⁹³Vgl. WWK Arena [a], <https://wwkarena.com>, [Stand 26.12.2023].

Sollte diese Frequenz nicht ausreichen, wird auf die Straßenbahnlinie 3 verwiesen, deren Haltestelle ungefähr 800 Meter von der WWK Arena entfernt ist.¹⁹⁴ In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass die Eintrittskarte für die Innenraumzonen als kostenloser Fahrschein drei Stunden vor und nach dem Spiel gilt¹⁹⁵. Auf diese Tram-bahnlinie ist auch ein Großteil der Bahnfahrer angewiesen, die mit Fern- beziehungsweise Regionalzügen nach Augsburg reisen¹⁹⁶.

Als Alternative zur Straßenbahn wird gerade in einem einjährigen Pilotprojekt eine Shuttlebus-Linie getestet, welche vom Bahnhof Bobingen startet. Diese kann alle Bahnreisenden aus dem Süden zwei Stunden vor Spielbeginn bis zwei Stunden nach Spielende kostenfrei zur WWK Arena bringen.¹⁹⁷ Damit sollen die südlichen Verkehrsströme entlastet werden, schließlich ist es bei der Anfahrt aus dem Süden zusätzlich problematisch, dass nur eine Ausfahrt zur WWK Arena führt. Aus dem Norden gibt es zwei Abfahrtsmöglichkeiten (vgl. Abbildung 12).

Neben dem Auto und dem öffentlichen Personennahverkehr gibt es die Möglichkeit, mit dem Fahrrad zum Stadion zu gelangen. Dieses Angebot wird erfolgreich angenommen, sodass in der Zwischenzeit die Anzahl von Fahrradparkplätzen erhöht wurde.¹⁹⁸ In diesem Zusammenhang kann jedoch kritisch angemerkt werden, dass sich Fahrradfahrer und Fußgänger – welche überwiegend von der Tram kommen – die letzten 350 Meter teilen müssen. Hierbei handelt es sich um einen für die Menschenmassen engen Gehweg, welcher keine Trennung von Fahrrad- und Fußgängerstreifen aufweist. Somit kommt es bei der Anreise regelmäßig zu gegenseitigen Behinderungen. Darüber hinaus besteht für Fahrradfahrer die Herausforderung, bei dem weiterhin überfüllten Fahrradstellplatz eine passende Parkmöglichkeit zu finden und sich bereits im Vorfeld nach Alternativen umsehen zu müssen. Deshalb werden Fahrräder regelmäßig auf nicht ausgewiesenen Flächen abgestellt. Zudem ist ersichtlich, dass E-Bikes an Bedeutung gewinnen. Dies ist vor allem an den steigenden Absatzzahlen erkennbar.¹⁹⁹ Allerdings ist die dazugehörige Infrastruktur noch nicht auf dem dafür notwendigen Stand. Bisher existieren an der WWK Arena keine Lademöglichkeiten für Elektrofahrräder.

Daraus ist erkennbar, dass die Notwendigkeit existiert, um die aus dem Megatrend der Nachhaltigkeit resultierende Mobilitätswende auch bei der Stadionanfahrt erfolgreich zu gestalten. Hierfür wird eine Veränderung der bisherigen Gewohnheiten aus

¹⁹⁴Vgl. FC Augsburg [a], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 02.11.2023].

¹⁹⁵Vgl. ebd.

¹⁹⁶Vgl. ebd.

¹⁹⁷Vgl. ebd.

¹⁹⁸Vgl. FOCUS online [b], <https://www.focus.de>, [Stand 02.01.2024].

¹⁹⁹Vgl. FC Augsburg [a], <https://www.fcaugsburg.de>, [Stand 02.11.2023].

ökologischen Gesichtspunkten erforderlich sein.²⁰⁰ Schließlich gilt vor allem die Anreise mit dem Auto als umweltbelastend.

Die Stadt Augsburg hat sich aufgrund der Mobilitätswende entschieden, das Projekt *Blue City Klimaschutzprogramm* ins Leben zu rufen. Damit verfolgt sie das Ziel, ihren Beitrag zu klimafreundlichem Handeln zu leisten, indem die Anzahl der privaten Personenfahrzeuge im Stadtgebiet bis 2038 halbiert werden soll.²⁰¹ Im Gegenzug werden alternative Angebote ausgebaut und neue Straßenbahnlinien, E-Ladestationen, Fahrradstraßen sowie Lastenradmietsysteme geschaffen und das bisherige Carsharing wird erweitert²⁰². Vor allem die Stadtwerke Augsburg gelten durch das swa Carsharing als Vorreiter in Bezug auf das Thema der Mobilitätswende.²⁰³ Diese Möglichkeiten müssen berücksichtigt werden, um eine zukunftstaugliche Gestaltung in Augsburg vorantreiben zu können. Schließlich würde dies einen ersten Schritt darstellen, um eine Abkehr vom Besitz und der Nutzung privater Fahrzeuge zu unterstützen.²⁰⁴

Allerdings kann das tatsächlich wahrgenommene Verkehrsangebot zum Stadion aus Sicht des Fans theoretisch nicht vollumfänglich und zweifelsfrei beleuchtet werden. Deshalb wurden neben der Qualität des Stadions die Verkehrsströme zur Arena und deren wahrgenommene Qualität in einer empirischen Befragung ermittelt, um auch hier ein sicheres repräsentatives Bild zu erhalten.

4.2 Schlussfolgerungen

Nachdem die einzelnen Standortfaktoren auf das Beispiel des FC Augsburg angewandt wurden, erfolgt nun eine Bewertung – soweit bis hierhin möglich.

Zunächst wurde das Marktpotenzial betrachtet. Dies wurde mithilfe der Kaufkraft analysiert. Dabei wurde festgestellt, dass rund um die WWK Arena – vor allem im ländlichen Raum – eine hohe Kaufkraft herrscht, was auf eine vergleichsweise wohlhabende Gesellschaftsschicht zurückzuführen ist. Nur die Region um München weist in diesem Zusammenhang noch höhere Zahlen auf. Auch die große Anzahl von Haushalten und

²⁰⁰Vgl. Fraske/Bienzeisler 2020, 353.

²⁰¹Vgl. Stadt Augsburg 2023, 17.

²⁰²Vgl. Messner/Schubert 2021, 61 ff.; Svennevik/Julsrud/Farstad 2020, 169 ff.

²⁰³Vgl. Stadtwerke Augsburg, <https://www.sw-augsburg.de>, [Stand 02.01.2024].

²⁰⁴Vgl. Doody et al. 2022, 484 f.

Einwohnern im Einzugsgebiet ist vorteilhaft für das Marktpotenzial. Die volkswirtschaftliche Situation ist deshalb noch als sehr gut zu bewerten.

Der Amateurfußball verzeichnet vor allem im Dreieck zwischen Augsburg, Ingolstadt und München eine hohe Dichte. Dies beeinflusst auch den FC Augsburg positiv, da es ein Zeichen für Fußballbegeisterung in der Region darstellt. Der Standortfaktor des Amateurfußballs ist somit als gut zu bewerten.

Konkurrierende Veranstaltungen sind über alle kulturellen Bereiche hinweg gegeben, treten aber weder in unter- noch in überdurchschnittlichem Maße auf. Dieser Faktor wirkt sich deshalb neutral auf den Standort aus.

Die Qualität des Stadions ist aus Sicht der ökologischen Nachhaltigkeit positiv zu bewerten. Auch die Digitalisierung – was beispielsweise am vielfältigen Zahlssystem erkennbar ist – befindet sich auf dem Stand der aktuellen Technik. Hauptausschlaggebend ist jedoch die Frage, wie die WWK Arena von den Fans wahrgenommen wird. Um dies zu beurteilen, reicht eine rein theoretische Betrachtung nicht aus. Deshalb wird im fünften Kapitel eine empirische Befragung ausgewertet, um ein eindeutiges und repräsentatives Stimmungsbild zu erhalten. Eine vollumfängliche Evaluierung kann zu diesem Zeitpunkt somit noch nicht vorgenommen werden.

Beim Standortfaktor *Infrastruktur und Mobilitätswende* ist auffällig, dass die Bundesstraße 17 – vor allem bei Anfahrt aus dem Süden – am Spieltag bereits seit Jahren überlastet ist.²⁰⁵ Der FC Augsburg hat das Problem bereits erkannt und diesbezüglich einen ersten einjährigen Entlastungsversuch in Form vom Pilotprojekt *Bahnhof Bobingen* ins Leben gerufen. Auf der anderen Seite werden aber im Bereich *Mobilitätswende* aktuell keinen weiteren nennenswerten Verbesserungen vorgenommen. Um hier aber eine objektive Einschätzung abgeben zu können, muss zunächst einmal evaluiert werden, wie sich der tatsächliche Bedarf an den verschiedenen Verkehrsmitteln aufteilt. Deshalb soll auch hier ein Stimmungsbild mittels einer empirischen Befragung der Zielgruppe ermittelt werden.

²⁰⁵Vgl. Presse Augsburg, <https://presse-augsburg.de>, [Stand 03.11.2023]; Stadionwelt [a], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 12.11.2023].

5 Empirische Forschung

Um die Standortfaktoren *Stadionqualität* und *Infrastruktur* vollumfänglich zu analysieren, ist es relevant, diese mit der Praxis abzustimmen. Deshalb werden die aus dem vorherigen Kapitel gebildeten Schlussfolgerungen mittels Empirie überprüft und vervollständigt.

5.1 Die verwendete Methodologie

Bei der Empirie handelt es sich um eine wissenschaftliche Methode, bei der der Ersteller eigene Ergebnisse sammelt, um diese anschließend auszuwerten. Dies dient häufig zur Überprüfung der aus der Theorie erzielten Erkenntnisse.²⁰⁶

Hierbei gibt es quantitative und qualitative Methoden. Bei letzteren werden in der Regel nur wenige Probanden befragt, welche jedoch meist Experten in ihrem Fachgebiet sind. Dagegen werden bei quantitativen Methoden viele Personen standardisiert interviewt.²⁰⁷

Bei dieser empirischen Forschung wurde das Ziel verfolgt, das Stimmungsbild einer breiteren Masse anstatt einzelner Experten abzufragen. Deshalb wurde eine quantitative Methode bevorzugt.²⁰⁸ Schließlich war es damit möglich, die Meinung der Fans im Stadion durch hohe Fallzahlen repräsentativ darzustellen. Dies wäre mit einer qualitativen Methode nicht der Fall gewesen.²⁰⁹

Die Befragung stellt in der quantitativen Methodik das am häufigsten angewandte Datenerhebungsinstrument dar. Charakteristisch hierfür ist eine selbstständige schriftliche Beantwortung eines Fragebogens durch die Probanden. Letzterer kann postalisch, persönlich oder digital übermittelt werden. Um ausreichend Rücklauf zu erhalten, wurde die digitale Variante gewählt. Für die Methode der schriftlichen Befragung sprechen außerdem die niedrigen Kosten. Darüber hinaus präsentiert sich diese Art der Datenerhebung – vor allem in Onlineform – für die Probanden anonymer als beispielsweise bei einem mündlichen Interview. Dies kann eine gründlichere Auseinandersetzung mit der Thematik und ehrlichere Antworten zur Folge haben.²¹⁰

²⁰⁶Vgl. Schumann 2018, 17.

²⁰⁷Vgl. ebd., 150.

²⁰⁸Vgl. Kohl/Kaup 2023, 37 f.

²⁰⁹Vgl. Kaup/Kohl 2023, 17.

²¹⁰Vgl. Brosius/Haas/Unkel 2022, 126.

Während der Erstellung des Fragebogens ist es relevant, dass der Verfasser die Theorie zu den Möglichkeiten bei Fragestellungen beachtet. Hierbei wird zwischen offenen und geschlossenen Frageformulierungen differenziert. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass letztere häufiger vorkommen, da sie vorgegebene Antwortkategorien aufweisen, die zu erhöhter Objektivität und einfacherer Vergleichbarkeit führen, was wiederum die Ergebnisauswertung vereinfacht.²¹¹

5.2 Beschreibung des Datenerhebungsinstruments

Der Fragebogen gliederte sich insgesamt in drei Themenbereiche. Im ersten Abschnitt wurden der Verkehr und die Zufriedenheit der an- beziehungsweise abreisenden Fans analysiert. Im darauffolgenden Teil wurden die Stadionbesucher über die wahrgenommene Qualität der Arena und die Verpflegungsmöglichkeiten während des Spieltags befragt. Mithilfe des dritten Kapitels wurde die Repräsentativität sichergestellt.

Beim Aufbau der 13 Fragen wurde darauf geachtet, dass vermehrt geschlossene Fragetypen Anwendung fanden. Schließlich konnte damit eine einfachere Auswertung erfolgen. Bei Intervallskalen wurde eine 5er-Skala gewählt, da eine 7er-Skala zu unübersichtlich und eine 3er-Skala zu undifferenziert erschien.²¹² Zudem wurde in diesem Zusammenhang berücksichtigt, dass es eine ungerade Anzahl von Nummern gab, damit der Fan auch eine neutrale Position (Nummer 3) zur Frage einnehmen konnte. Es lag also ein Skalenmittelpunkt vor, um eine indifferente Meinung bei Bedarf vertreten zu können.²¹³ Dies vermied die Tatsache, dass die Probanden zu einer Meinungsabgabe gedrängt wurden²¹⁴. Nachdem auch Fragen zu Themengebieten gestellt werden mussten, bei denen sich geschlossene Fragen nicht eigneten, wurden vereinzelt halbgeschlossene beziehungsweise offene Fragen verwendet.

Mithilfe des Datenerhebungsinstruments wurde zunächst abgefragt, wie die Fans zum Stadion gelangen. Dies geschah durch eine nominal polytome Skala. Es folgte eine Bewertung der Anreise mittels oben beschriebener Intervallskala. Die Nummer 5 zeigte dabei auf, dass der Fußballanhänger sehr zufrieden ist, während die Nummer 1 eine Unzufriedenheit in hohem Maße darstellte. Zuletzt wurden die Fans in diesem Themenbereich nach Verbesserungsmöglichkeiten hinsichtlich der Anfahrtssituation befragt. Die Antwortmöglichkeiten waren – wie bei Frage 1 – nominal polytom.

²¹¹Vgl. Brosius/Haas/Unkel 2022, 88 ff.

²¹²Vgl. ebd., 91.

²¹³Vgl. ebd., 92.

²¹⁴Vgl. ebd.

Anschließend fand eine Befragung der Fußballanhänger in Bezug auf die Qualität des Stadions statt. Hier wurde zunächst die allgemeine Zufriedenheit mit dem Standort eruiert, ehe die quantitative Nutzung der Gastronomie und die wahrgenommene Qualität letzterer abgefragt wurden. Zuletzt wurde geprüft, wie häufig der Stadionfanshop am Spieltag genutzt wird. All diese Aspekte wurden mithilfe der oben beschriebenen Intervallskala ermittelt.

Darauffolgend wurden Daten erhoben, die die Repräsentativität sicherstellen sollten. Dazu gehörte zunächst die Frage, wie viele Heimspiele des FC Augsburg der Befragte in einer Saison besucht und in welchem Block im Stadion er die Partie verfolgt. Die letzten beiden regulären Fragestellungen betrafen Alter sowie Geschlecht des Untersuchungsteilnehmers und fielen somit in die Kategorie der soziodemografischen Merkmale. Da hier die Beantwortung als unangenehm empfunden werden und dies die Motivation dämpfen kann, entschied sich der Autor dafür, die entsprechenden Fragen ans Ende zu stellen.²¹⁵

Zuletzt hatte der Proband die Möglichkeit, Anmerkungen vorzubringen, die nicht abgefragt wurden, obwohl sie aus seiner Sicht bedeutend sind.

Das Forschungsinteresse bestand demnach vor allem in zweierlei Hinsicht. Zum einen wurden mithilfe des Fragebogens die Verkehrsverhalten am Spieltag analysiert. Zum anderen wurde eruiert, wie der Fan die Qualität des Stadions wahrnimmt.

5.3 Methodische Vorgehensweise und Durchführung

Die Entwicklung des Datenerhebungsinstruments erfolgte mithilfe von *empirio* (www.empirio.de), einem Online-Tool, mit dem Umfragen erstellt werden können. Dabei wurde der bereits feststehende Fragebogen in die Plattform implementiert. Anschließend wurden mehrere Pretests durchgeführt, um das Erhebungsinstrument zu verbessern.²¹⁶ Hier wurde beispielsweise die Reihenfolge der Fragen umgestellt oder die Formulierung vereinfacht, um einen einfacheren Start in den Fragebogen und damit eine höhere Mitmachquote zu gewährleisten. Es konnte mit jedem digitalen Endgerät nur einmal teilgenommen werden. Im Endeffekt kam ein mehrseitiger Fragebogen mit insgesamt 13 Abfragen zustande.

²¹⁵Vgl. Brosius/Haas/Unkel 2022, 107 f.; Köstner 2022 73 f.

²¹⁶Vgl. Kersting/Reutemann 2023, 127; Brosius/Haas/Unkel 2022, 138 f.

Nach der Optimierung fand die eigentliche Befragung statt. Um die methodische Vorgehensweise besser nachvollziehen zu können, ist es zunächst relevant, die Stichprobe zu beschreiben.

Als Grundgesamtheit wurden die Stadionbesucher des FC Augsburg gesehen. Nachdem diese im Rahmen eines Spieltags nicht vollständig befragt werden konnten, wurde eine Stichprobe gezogen. Der Autor verfolgte das Ziel, mindestens 100 Personen zu befragen. Schließlich können ab diesem Wert repräsentative prozentuale Ergebnisse ermittelt werden.²¹⁷ Bei der Untersuchung handelte es sich somit um eine Teilerhebung²¹⁸. Dabei wurde das Auswahlverfahren der einfachen Zufallsstichprobe bevorzugt. Letztere hat den Vorteil, dass durch eine große Anzahl von Befragten Repräsentativität gewährleistet wird.²¹⁹ Dies ist auf das Gesetz der großen Zahlen zurückzuführen. Um die Heterogenität bei der Umfrage zu gewährleisten, sollten Personen aus allen Blöcken teilnehmen.

Das optimierte Datenerhebungsinstrument wurde auf mehreren Social-Media-Plattformen zwischen dem 17. und dem 22.12.2023 veröffentlicht. Es wurde vor allem darauf geachtet, dass der Fragebogen auf Seiten hochgeladen wurde, die entweder Bezug zum FC Augsburg oder zumindest zur Region haben.

Insgesamt wurde der Fragebogen 1117-mal aufgerufen, wobei 222 Teilnehmer das Formular bis zum Ende ausfüllten und absendeten. Dies entspricht einer Abbruchquote von 80 Prozent. Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer betrug 144 Sekunden. Dabei konnten bis zu 13 Fragen beantwortet werden, wobei nicht alle Fragen als Pflichtangaben definiert waren, um die Abbruchquote möglichst gering zu halten.

5.4 Auswertung des Fragebogens

Im Folgenden wird der Fragebogen ausgewertet. Damit dies systematisch geschehen kann, wird dieser in drei Teile untergliedert. Zunächst wird die Verkehrssituation am Spieltag analysiert. Anschließend findet eine Betrachtung der Qualität des Stadions statt, ehe mit den letzten Fragen die Repräsentativität erläutert wird. Zum Schluss wird bei Fragen mit Likert-Skala der Mittelwert und Median ermittelt.

Bei den drei Fragen zur Verkehrssituation ergab sich folgendes Ergebnis:

²¹⁷Vgl. Redaktionsnetzwerk Deutschland, <https://www.rnd.de>, [Stand 03.11.2023].

²¹⁸Vgl. Brosius/Haas/Unkel 2022, 62 ff.

²¹⁹Vgl. Goldenstein/Hunoldt/Walgenbach 2018, 123 f.; Brosius/Haas/Unkel 2022, 62 ff.

Mit welchem Verkehrsmittel reist du für gewöhnlich zu einem Heimspiel des FCA? (Mehrfach-Auswahl möglich)

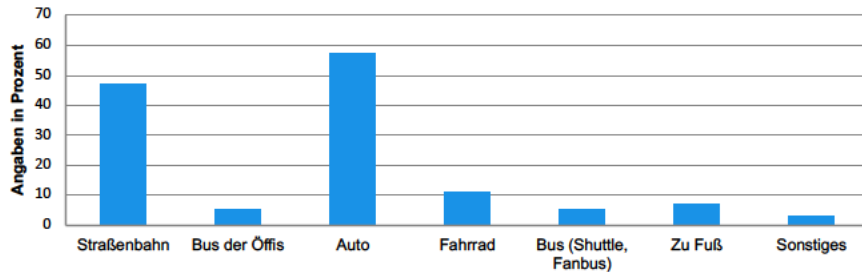


Abbildung 13: Art der Anreise am Spieltag (Ergebnis unter 222 Befragten)²²⁰

Die Probanden sind dabei mit der Anreise zum Stadion wie folgt zufrieden:

Wie zufrieden bist du mit der derzeitigen Verkehrsanbindung zum Stadion? (1 = sehr unzufrieden; 3 = neutral; 5 = sehr zufrieden)

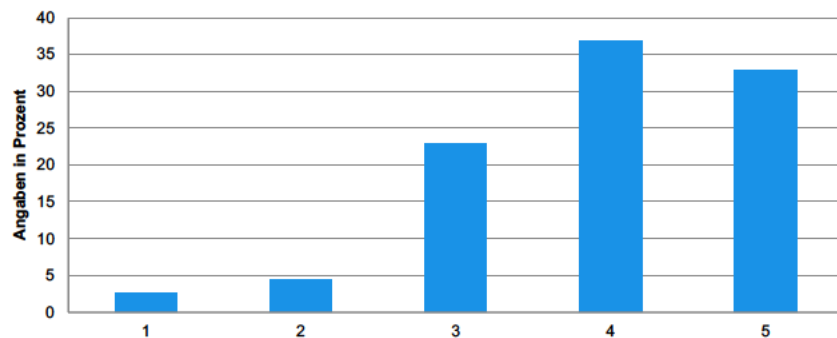


Abbildung 14: Zufriedenheit mit der Anreise (Ergebnis unter 222 Befragten)²²¹

Mithilfe der Likert-Skala wurden die Antwortmöglichkeiten codiert. Daraus ergab sich bei der Zufriedenheit bezüglich der Verkehrsanbindung ein Mittelwert von 3,93. Der Median lag bei 4. Folgende Verbesserungsvorschläge machten die Befragten zur Optimierung der Anreise am Spieltag:

²²⁰Eigene Darstellung.

²²¹Eigene Darstellung.

Welche Verbesserungen würdest du dir bzgl. der Verkehrsanbindung am Spieltag wünschen? (Mehrfach-Auswahl möglich)

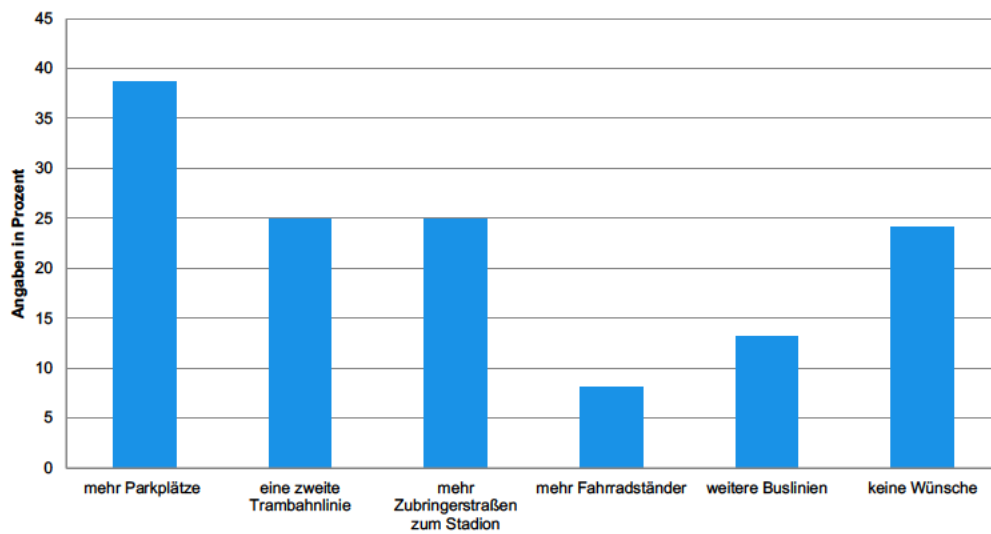


Abbildung 15: Verbesserungsmöglichkeiten bei der Anreise (Ergebnis unter 220 Befragten)²²²

Bei der Qualität des Stadions wurde zunächst untersucht, wie häufig die Gastronomie genutzt wird.

Wie häufig nutzt du das Gastronomieangebot am Spieltag?

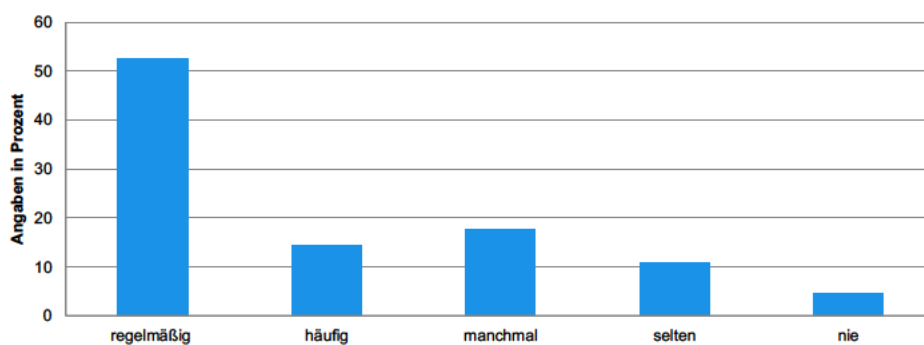


Abbildung 16: Quantitative Nutzung des Gastronomieangebots (Ergebnis unter 222 Befragten)²²³

Dabei wurde *regelmäßig* mit der Ziffer 5 codiert, während *nie* die Zahl 1 für die Auswertung erhielt. Dadurch ergab sich ein Durchschnittswert von 4,00. Der Median lag hier bei

²²²Eigene Darstellung.

²²³Eigene Darstellung.

5. Dies bedeutet, dass mehr als die Hälfte der Befragten das Gastronomieangebot regelmäßig nutzen.

In diesem Zusammenhang wurde die wahrgenommene Zufriedenheit abgefragt.

Wie zufrieden bist du mit dem Gastronomieangebot am Spieltag? (1 = sehr unzufrieden; 3 = neutral; 5 = sehr zufrieden)

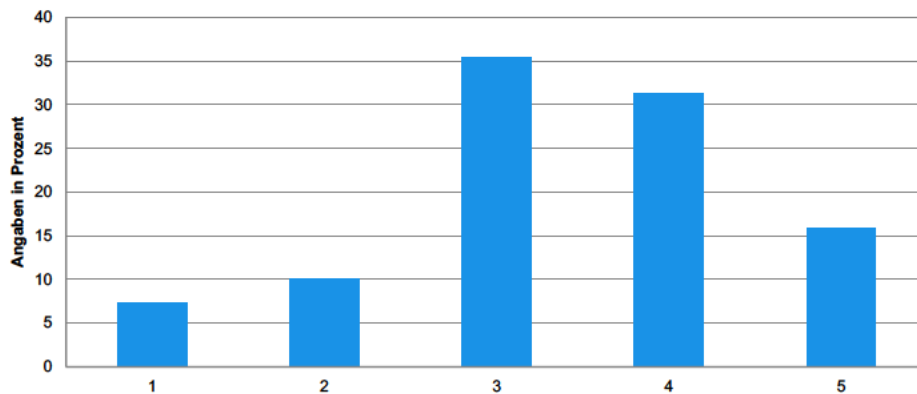


Abbildung 17: Zufriedenheit mit der Gastronomie am Spieltag (Ergebnis unter 220 Befragten)²²⁴

Die Zufriedenheit mit dem Gastronomieangebot wurde mit 3,39 bewertet. Der Median wies den Wert 3 auf. Dadurch wurde das Ergebnis des Mittelwerts bestätigt.

Anschließend wurde die allgemeine Zufriedenheit der Fans bezüglich der WWK Arena abgefragt.

Wie zufrieden bist du insgesamt mit dem Stadion des FC Augsburg? (1 = sehr unzufrieden; 3 = neutral; 5 = sehr zufrieden)

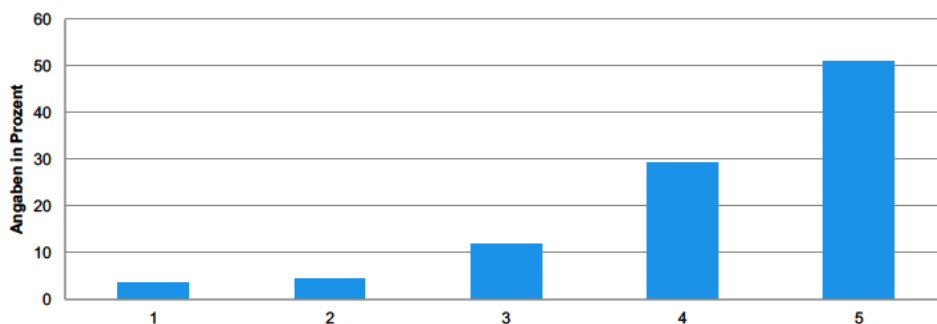


Abbildung 18: Allgemeine Zufriedenheit mit der WWK Arena (Ergebnis unter 222 Befragten)²²⁵

²²⁴Eigene Darstellung.

²²⁵Eigene Darstellung.

Hierbei ergab sich ein Mittelwert von 4,19, während der Median bei 5 lag. Aus Letzterem ist erkennbar, dass mehr als die Hälfte der Befragten mit dem Stadion des FC Augsburg sehr zufrieden sind.

Zudem wurden Fragen gestellt, die primär zur Sicherstellung der Repräsentativität dienten. Dazu gehörte beispielsweise der Aspekt des Alters.

Wie alt bist du?

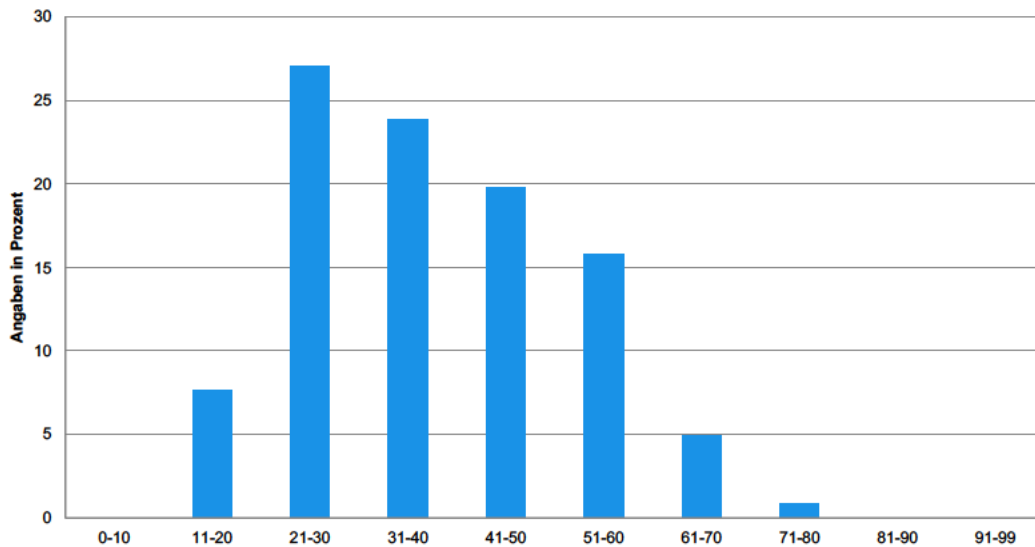


Abbildung 19: Alter der Stadionbesucher (Ergebnis unter 222 Befragten)²²⁶

Um sicherzustellen, dass die Befragten stellvertretend und damit einhergehend repräsentativ für die FC Augsburg Besucher stehen, wurden weitere demographische Fragen gestellt. Hierzu zählte unter anderem der Aspekt, ob der Proband Mitglied beziehungsweise Dauerkarteninhaber des FC Augsburg ist. Genaue Ergebnisse werden aufgrund des Umfangs der Arbeit hier nicht aufgeführt. Diese können der Anlage entnommen werden.

Nachdem nun die benötigten Daten der empirischen Befragung ausgewertet wurden, werden diese im Folgenden interpretiert.

²²⁶Eigene Darstellung.

5.5 Interpretation der Ergebnisse

Bisher konnten bei den Standortfaktoren *Stadionqualität* beziehungsweise *Verkehrsinfrastruktur und Mobilität* noch keine vollumfänglichen Schlussfolgerungen gezogen werden. Deshalb soll mit den Ergebnissen aus der empirischen Befragung im Folgenden die Auswertungen zu den oben genannten Standortfaktoren interpretiert werden, um diese endgültig bewerten zu können.

In der Theorie wurde dabei festgestellt, dass es sich bei der WWK Arena um ein modernes Stadion handelt. Dieser Sachverhalt wird durch die empirische Befragung bestätigt. Schließlich ist zu erkennen, dass auch die Fans mit dem Stadion zufrieden sind. Einzig im Bereich der Essensqualität sind geringfügige Defizite feststellbar. Außerdem lässt sich aus den Ergebnissen des Fragebogens interpretieren, dass der Fanshop direkt am Stadion während des Stadions nur gelegentlich besucht wird. Deshalb könnte der FC Augsburg bei den beiden letztgenannten Punkten eine eigene Umfrage durchführen, um die Gründe hierfür detaillierter zu analysieren. Trotz der geringfügigen Defizite ist daher die Qualität des Stadions als sehr hoch einzustufen.

Nachdem nun die Stadionqualität betrachtet wurde, soll im Folgenden die Ergebnisse der Infrastruktur erläutert werden.

Aus der empirischen Befragung geht hervor, dass fast 60 Prozent der Fans mit dem Auto zu den Heimspielen des FC Augsburg anreisen. Dies könnte auf das überwiegend ländlich geprägte Umland zurückzuführen sein. Aufgrund der daraus ergebenden hohen Parkplatznachfrage wird vermehrt der Wunsch nach mehr Stellplätze geäußert. Der FC Augsburg könnte die Nachfrage erfüllen, indem er auf den bestehenden Parkplätzen ein Parkhaus in Stahlkonstruktion errichtet und damit das Angebot an Abstellplätzen erweitert. Dabei würde kein zusätzlicher Flächenverbrauch entstehen. Darüber hinaus könnte die Konstruktion variabel umgesetzt werden und damit auch an die Charakteristik der WWK Arena angepasst werden.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, das Pilotprojekt der Shuttle-Busse in Bobingen auch auf die südlichen und südöstlichen Landkreise auszuweiten. Damit ist es auch möglich, das Verkehrsaufkommen aus dieser Richtung zu entlasten.

Zudem ist erkennbar, dass ein Großteil der Befragten mit der Straßenbahn zu den Heimspieltagen des FC Augsburg kommen. Hier würden sich die Fans laut der empirischen Befragung eine zweite Straßenbahnlinie wünschen. Dies ist auch auf die hohe Fahrgastdichte an Spieltagen zurückzuführen, welche durch die Ausweitung des öffentlichen Personennahverkehrs entzerrt werden könnte.

Bei der Anfahrt mit dem Fahrrad sollte erwähnt werden, dass sogar zum Zeitpunkt der Umfrage im Dezember zehn Prozent der Fans diese Möglichkeit nutzen, um zum Stadion zu gelangen. Knapp 80 Prozent dieser Teilmenge geben an, dass sie gerne einen Ausbau der Fahrradparkplätze sehen würden. Der Anteil der Fahrradfahrer scheint überdurchschnittlich hoch im Vergleich zu anderen Stadien zu sein²²⁷, obwohl sich die WWK Arena an der Peripherie von Augsburg befindet.

Folglich wäre ein weiterer Ausbau der Fahrradparkplätze – insbesondere die Hinzunahme von E-Bike-Ladestationen – zu empfehlen. Das wäre aus zweierlei Hinsicht vorteilhaft. Zum einen werden potenzielle Besucher mit einem längeren Anfahrtsweg weiter ermutigt, auch mit dem Fahrrad zu kommen. Zum anderen stellt dies eine bequeme Alternative für Menschen dar, die mit körperlichen Einschränkungen im geringen Maße konfrontiert sind. Zusätzlich kommt den Fahrradfahrern der kurze Weg vom Fahrradabstellplatz zum Stadion zugute.

²²⁷Vgl. Stadionwelt [f], <https://www.stadionwelt.de>, [Stand 17.01.2024].

6 Schlussbetrachtung & Implikationen

Nach Abschluss des empirischen Teils wird im Folgenden ein Fazit gezogen. Abschließend werden potenzielle Implikationen für die Praxis gegeben.

6.1 Fazit

Nach der Analyse der als relevant identifizierten Standortfaktoren lässt sich insgesamt festhalten, dass der Standort rund um die WWK Arena die gegenwärtigen Anforderungen bereits in hohem Maße erfüllt. Schließlich handelt es sich um ein hochmodernes Stadion, welches im bundesweiten Durchschnitt in einem Umfeld mit überdurchschnittlich hoher Kaufkraft errichtet wurde, für den mit der WWK Versicherungsgruppe zudem ein regionaler Sponsor gefunden wurde. Es muss zwar einschränkend erwähnt werden, dass das Stadion des FC Augsburg deutlich kleiner ist als die Allianz Arena und dies über absehbare Zeit auch so bleiben wird – positiv hervorzuheben ist allerdings die Tatsache, dass der FC Augsburg durch das Stadion in seinen sportlichen Zielen nicht nennenswert eingeschränkt wird. Schließlich zeichnet sich die Arena durch zahlreiche positive Komponenten – vor allem in den Bereichen Digitalisierung und ökologische Nachhaltigkeit – aus, die eine solide Basis für wirtschaftlichen und sportlichen Erfolg ebnen. Hier sind insbesondere die Logen aufzuführen, welche in überdurchschnittlich großer Anzahl vorhanden sind und damit vor allem aus wirtschaftlicher Sicht einen großen Mehrwert darstellen.

Doch im Rahmen der VUCA-Welt unterliegt die aktuelle Situation ständigem Wandel. Damit der Standort auch zukunftstauglich ist, sind deshalb noch vereinzelt Anpassungen notwendig. Dies betrifft vor allem den Standortfaktor *Infrastruktur*. Deshalb werden im Folgenden mögliche Implikationen gegeben, damit der Standort optimiert und die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft geebnet werden kann.

6.2 Implikationen für die Praxis

Aufgrund der identifizierten Defizite im Bereich *Infrastruktur* besteht ein Optimierungsbedarf im Ausbau der Verkehrsanbindung. Die Stadion-Linie und die Bundesstraße 17 sind am Spieltag teilweise stark überlastet. In diesem Zusammenhang sind zusätzliche lokale und regionale Erschließungen zu empfehlen. Dies sollte vor allem mit Hilfe des öffentlichen Personennahverkehrs geschehen, um dem Trend der Mobilitätswende gerecht zu werden.

Eine Möglichkeit der Entlastung öffentlicher Verkehrsmittel besteht in der Option des Ausbaus der Linie 3. Dies wäre mit vergleichsweise wenig Aufwand verbunden, da die aktuelle Endhaltestelle circa 800 Meter vom Stadion entfernt liegt.

Zudem wird das einjährige Pilot Projekt *Bahnhof Bobingen* schon sehr gut angenommen. Um diese Alternative bekannter zu machen, sollte die Anfahrtsmöglichkeit noch stärker kommuniziert werden. Soziale Medien wie beispielsweise Facebook oder Instagram stellen hierbei geeignete Plattformen dar, um innerhalb kürzester Zeit hohe Reichweiten zu generieren.

Darüber hinaus besteht die Option eines Stadtbusses, welcher an Spieltagen direkt zur Arena fährt. Mit einer eigenen Busspur könnte man außerdem dafür sorgen, dass die Anfahrt möglichst reibungslos verläuft.

Auffällig ist zudem, dass im Gegensatz zur Nachfrage vergleichsweise wenig Fahrradparkplätze existieren. Diese Einschätzung wird durch die empirische Befragung bestätigt. Für E-Bikes bestehen zudem keinerlei Lademöglichkeiten und überdachte Plätze. Deshalb sollte ein Ausbau des Fahrradparkplatzangebots angestrebt werden.

Die Notwendigkeit des Ausbaus von Ladestationen betrifft neben den E-Bikes auch die Autos. So befinden sich auf den Parkplätzen der WWK Arena bisher nur vier potentiell nutzbare Ladestationen. Im Zuge der Mobilitätswende wäre hier ein Ausbau in kleinen Schritten wünschenswert. Zudem würde eine eventuelle Kooperation mit den Stadtwerken Augsburg und dem *swa Carsharing* eine sichtbare und werbewirksame Möglichkeit darstellen, um auch im Bereich der Elektromobilität Fortschritte zu erzielen.

Allerdings ist ein hochmodernes Stadion und eine passende Infrastruktur nicht alleine erfolgsentscheidend. Folgt der Verein jedoch den dargelegten Empfehlungen, werden diese dazu beitragen, dass der FC Augsburg in naher Zukunft nicht mehr dauerhaft gegen den Abstieg spielen muss, sondern tabellarisch seinen Blick stattdessen eher in Richtung der hinteren internationalen Plätze richten kann.

Literaturverzeichnis

Aretz, Markus (2019): Mythos Bökelberg. Geschichte eines Fußballstadions. Göttingen.

Augsburger Allgemeine [a]: Daten, Zahlen und Fakten zur WWK-Arena: Das ist das Stadion des FCA, <https://www.augsburger-allgemeine.de/sport/fc-augsburg/fc-augsburg-stadion-kapazitaet-2022-infos-zur-wwk-arena-id58170126.html>, [Stand 05.11.2023].

Augsburger Allgemeine [b]: Das Wittelsbacher (Fußball-)Land, <https://www.augsburger-allgemeine.de/aichach/Amateurfussball-Das-Wittelsbacher-Fussball-Land-id25370751.html>, [Stand 30.12.2023].

Augsburger Allgemeine [c]: Calmund: „Das Stadion ist eine tolle Zauberkiste“, <https://www.augsburger-allgemeine.de/sport/fc-augsburg/Eroeffnung-der-Impuls-Arena-Calmund-Das-Stadion-ist-eine-tolle-Zauberkiste-id6192001.html>, [Stand 01.01.2024].

Augsburger Allgemeine [d]: Fans und Promis schwärmen vom neuen FCA-Stadion, <https://www.augsburger-allgemeine.de/sport/fc-augsburg/Eroeffnung-der-Impuls-Arena-Fans-und-Promis-schwaermen-vom-neuen-FCA-Stadion-id6196011.html>, [Stand 02.01.2024].

Balderjahn, Ingo (2000): Standortmarketing. Stuttgart.

Berding, Nina/Bukow, Wolf-Dietrich (Hrsg.) (2020): Die Zukunft gehört dem urbanen Quartier. Das Quartier als eine alles umfassende kleinste Einheit von Stadtgesellschaft. Wiesbaden.

Blanz, Benedikt M. (2021): Form follows function: Organisation der Wirtschaftsförderung. In: Stember, Jürgen/Vogelgesang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink, Alexander (Hrsg.): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Moderne Konzepte kommunaler Struktur- und Entwicklungspolitik. 2. Auflage. Wiesbaden, 21-56.

Bölz, Marcus (2015): Sport- und Vereinsmanagement. Sport organisieren und vermarkten. Stuttgart.

Bond, Alexander John/Cockayne, David/Ludvigsen, Jan Andre Lee/Maguire, Kieran/Parnell, Daniel/Plumley, Daniel/Widdop, Paul/Wilson, Rob (2022): COVID-19: the return of football fans. In: Managing Sport and Leisure, Vol. 27, No. 1-2, 108-118.

Boronczyk, Felix/Zarins, Niklas (2022): Fans' monetary evaluation of traditional and sponsored stadium names in the German Bundesliga. In: European Sport Management Quarterly, Vol. 22, No. 6, 768-787.

BR [a]: Die Augsburger Arena, <https://www.br.de/themen/sport/inhalt/fussball/bundesliga/fc-augsburg/fc-augsburg116.html>, [Stand 10.11.2023].

BR [b]: Weniger Kaufkraft in Städten: München hinter Landkreis Wunsiedel, <https://www.br.de/nachrichten/wirtschaft/weniger-kaufkraft-in-staedten-muenchen-hinter-landkreis-wunsiedel,Tuo28jl>, [Stand 01.01.2024].

Brosius, Hans-Bernd/Haas, Alexander/Unkel, Julian (2022): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 8. Auflage. Wiesbaden.

Brüggemann, Philipp (2023): Die Dekomposition von Marktanteilen – methodische Grundlagen und empirische Anwendung. am Beispiel der Marktanteile von Hersteller- und Handelsmarken sowie von Vertriebslinien im Lebensmittelhandel. Wiesbaden.

Bruhn, Manfred/Hadwich, Karsten (Hrsg.) (2018): Service Business Development. Methoden – Erlösmodelle – Marketinginstrumente. Band 2. Wiesbaden.

Bukow, Wolf-Dietrich/Yildiz, Erol (2020): Von einer synchronen Quartierentwicklung zur Mobilitätswende. In: Berding, Nina/Bukow, Wolf-Dietrich (Hrsg.): Die Zukunft gehört dem urbanen Quartier. Das Quartier als eine alles umfassende kleinste Einheit von Stadtgesellschaft. Wiesbaden, 183-200.

Bundesministerium für Bildung und Forschung: Fußball-WM: Sicher im Stadion, <https://www.bmbf.de/bmbf/shareddocs/interviews/de/fussball-wm-sicher-im-stadion.html>, [Stand 21.01.2024].

Bundeszentrale für politische Bildung [a]: Bildgalerie: Stadien aus 53 Jahren Bundesliga, <https://www.bpb.de/themen/sport/bundesliga/169942/bildergalerie-stadien-aus-53-jahren-bundesliga/>, [Stand 31.12.2023].

Bundeszentrale für politische Bildung [b]: Nachhaltige Mobilität, <https://www.bpb.de/themen/klimawandel/dossier-klimawandel/516500/nachhaltige-mobilitaet/>, [Stand 02.01.2024].

BWL-Lexikon: Kaufkraftindex, <https://www.bwl-lexikon.de/wiki/kaufkraftindex/>, [Stand 02.01.2024].

Daumann, Frank/Diethold, Sascha-Gregor (2021): Grundsätze des Sportmanagements. In: Güllich, Arne/Krüger, Michael (Hrsg.): Sport in Kultur und Gesellschaft. Handbuch Sport und Sportwissenschaft. 2. Auflage. Berlin, 639-660.

Deckers, Ralf/Heinemann, Gerd (2008): Trends erkennen – Zukunft gestalten. Vom Zukunftswissen zum Markterfolg. Göttingen.

Deutschlandfunk: Serie: Endspiel ums Klima (1) – Klimasünder Fußballfan, <https://www.deutschlandfunk.de/serie-endspiel-ums-klima-1-klimasuender-fussballfan-100.html>, [Stand 01.01.2024].

Dewenter, Ralf/Stadtmann, Georg (2021): Wettbewerb in professionellen Sportligen. In: Güllich, Arne/Krüger, Michael (Hrsg.): Sport in Kultur und Gesellschaft. Handbuch Sport und Sportwissenschaft. 2. Auflage. Berlin, 679-694.

Domschke, Wolfgang/Drexl, Andreas/Mayer, Gabriela/Tadumadze, Giorgi (2018): Betriebliche Standortplanung. In: Tempelmeier, Horst (Hrsg.): Planung logistischer Systeme. Berlin, 1-28.

Doody, Brendan J./Schwanen, Tim/Loorbach, Derk A./Oxenaar, Sem/Arnfolk, Peter/Svennevik, Elisabeth M./Julsrud, Tom Erik/Farstad, Eivind (2022): Entering, enduring and exiting: the durability of shared mobility arrangements and habits. In: Mobilities, Vol. 17, No. 4, 484-500.

Döring, Thomas/Aigner, Birgit (2010): Standortwettbewerb, unternehmerische Standortentscheidungen und lokale Wirtschaftsförderung – Zum Stand der theoretischen und empirischen Forschung aus ökonomischer Sicht. In: Korn, Thorsten/van der Beek, Gregor/Fischer, Eva (Hrsg.): Aktuelle Herausforderungen in der Wirtschaftsförderung. Chancen und Perspektiven in einer sich wandelnden Welt. Lohmar, 13-49.

Farhauer, Oliver/Kröll, Alexandra (2013): Standorttheorien. Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis. 2. Auflage. Wiesbaden.

FC Augsburg [a]: Anfahrt, <https://www.fcaugsburg.de/page/stadion-anfahrt-79>, [Stand 02.11.2023].

FC Augsburg [b]: Zahlen & Fakten, <https://www.fcaugsburg.de/page/stadion-zahlen-und-fakten-73>, [Stand 05.11.2023].

FC Augsburg [c]: Energieversorgung, <https://www.fcaugsburg.de/page/stadion-energieversorgung-74>, [Stand 24.12.2023].

FC Augsburg [d]: Augsburger Panther bleiben erstklassig!, <https://www.fcaugsburg.de/article/augsburger-panther-bleiben-erstklassig-17725>, [Stand 30.12.2023].

FC Augsburg [e]: Erfolgreiche Re-Zertifizierung des Sicherheitsmanagements, <https://www.fcaugsburg.de/article/erfolgreiche-re-zertifizierung-des-sicherheitsmanagements-12998>, [Stand 01.01.2024].

FC Augsburg [f]: Kostenloses WLAN in der WWK Arena, <https://www.fcaugsburg.de/page/stadion-wlan-81>, [Stand 03.01.2024].

FC Augsburg [g]: Klima- und Umweltschutz, <https://www.fcaugsburg.de/page/nachhaltigkeit-umwelt-und-klimaschutz-384>, [Stand 05.01.2024].

FC Bayern München [a]: CL-Generalprobe in „Anfield an der B17“, <https://fcbayern.com/de/spiele/profis/bundesliga/2018-2019/fc-augsburg-fc-bayern-muenchen-16-02-2019/vorbericht>, [Stand 27.12.2023].

FC Bayern München [b]: FC Bayern und Audi bauen auf Nachhaltigkeit in der Allianz Arena, <https://allianz-arena.com/de/news/2021/05/ladeinfrastruktur-fc-bayern-und-audi-bauen-auf-nachhaltigkeit-in-der-allianz-arena>, [Stand 05.01.2024].

Fink, Alexander/Jürgensmeier, Hans (2021): Strategische Ausrichtung von Standorten und Wirtschaftsförderungen. In: Stember, Jürgen/Vogelgesang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink, Alexander (Hrsg.): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Band 1: Theoretische Grundlagen und Aufgaben. 2. Auflage. Wiesbaden, 61-82.

Fink, Alexander/Siebe, Andreas (2021): Zukunftsinitiativen für Wirtschaftsstandorte. In: Stember, Jürgen/Vogelgesang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink, Alexander (Hrsg.): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Band 2: Innovationen für Management und Standort. 2. Auflage. Wiesbaden, 561-586.

Flämig, Heike/Neiberger, Cordula (2023): Mobilität, Verkehr und Logistik. In: Kulke, Elmar (Hrsg.): Wirtschaftsgeografie Deutschlands. 3. Auflage. Berlin, 277-310.

Flatau, Jens (2021): Organisationen im Sport. In: Güllich, Arne/Krüger, Michael (Hrsg.): Sport in Kultur und Gesellschaft. Handbuch Sport und Sportwissenschaft. 2. Auflage. Berlin, 179-196.

FOCUS online [a]: Welche Fußball-Ligen gibt es: Das Ligasystem im Überblick, https://praxistipps.focus.de/welche-fussball-ligen-gibt-es-das-ligasystem-im-ueberblick_147477, [Stand 01.01.2024].

FOCUS online [b]: Wie sportlich ist eigentlich das E-Bike? Sehr!, https://www.focus.de/magazin/archiv/fitness-wie-sportlich-ist-eigentlich-das-e-bike-sehr_id_87778551.html, [Stand 02.01.2024].

Frankfurter Rundschau: Kanu-Weltcup in Augsburg: Ricarda Funk hat „monsterviel Spaß“, <https://www.fr.de/sport/kanu-weltcup-in-augsburg-ricarda-funk-hat-monsterviel-spas-92313592.html>, [Stand 30.12.2023].

Fraske, Tim/Bienzeisler, Bernd (2020): Toward smart and sustainable traffic solutions: a case study of the geography of transitions in urban logistics. In: Sustainability: Science, Practice and Policy, Vol. 16, No. 1, 353-366.

Freiling, Jörg/Harima, Jan (2019): Entrepreneurship. Gründung und Skalierung von Startups. Wiesbaden.

Fuchs, Martina/Westermeyer, Johannes (2023): Automobilindustrie. In: Kulke, Elmar (Hrsg.): Wirtschaftsgeographie Deutschlands. 3. Auflage. Berlin, 215-226.

Gaubinger, Kurt (2021): Hybrides Innovationsmanagement für den Mittelstand in einer VUCA-Welt. Vorgehensmodelle – Methoden – Erfolgsfaktoren – Praxisbeispiele. Berlin.

Goldenstein, Jan/Hunoldt, Michael/Walgenbach, Peter (2018): Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften. Themenfindung – Recherche – Konzeption – Methodik – Argumentation. Wiesbaden.

Grabow, Busso (2005): Weiche Standortfaktoren in Theorie und Empirie – ein Überblick. In: Thießen, Friedrich/Cernavin, Oleg/Führ, Martin/Kaltenbach, Martin (Hrsg.): Weiche Standortfaktoren. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Interdisziplinäre Beiträge zur regionalen Wirtschaftsforschung. Berlin, 37-52.

Gruber, Daniel (2018): Management von Fußballstadien als Veranstaltungsimmobilien. Eine empirische Analyse zum deutschen Stadionmarkt. Wiesbaden.

Gründerplattform: Das Marktpotenzial, <https://gruenderplattform.de/unternehmen-gruenden/marktpotenzial>, [Stand 02.01.2024].

Gugutzer, Robert/Staack, Michael (Hrsg.) (2015): Körper und Ritual. Sozial- und kulturwissenschaftliche Zugänge und Anaylsen. Wiesbaden.

Güllich, Arne/Krüger, Michael (Hrsg.) (2021): Sport in Kultur und Gesellschaft. Handbuch Sport und Sportwissenschaft. 2. Auflage. Berlin.

Gumz, Siegmar/Nash, Claudia/Jakob, Matthias (2020): Verkehrsplanung für Einzelhandelsstandorte. Ein Praxisleitfaden. Wiesbaden.

Gutzmer, Peter/Todsen, Eike Christian (2021): Mobilität für morgen – notwendig, herausfordernd, machbar. In: Siebenpfeiffer, Wolfgang (Hrsg.): Mobilität der Zukunft. Intermodale Verkehrskonzepte. Berlin, 3-16.

Haas, Hans-Dieter/Henning, Christian/Klein, Martin/Klodt, Henning/Neumair, Simon-Martin/Weerth, Carsten (2019): 222 Keywords Wirtschaftsgeografie. Grundwissen für Wirtschaftswissenschaftler und Praktiker. 2. Auflage. Wiesbaden.

Hasel, Markus C. (2019): Der professionelle Fußballklub. Professionelle Vereinsführung – Fakten, Zahlen und Anekdoten für Manager, Investoren und Fans. Berlin.

Heller, Jutta (Hrsg.) (2019): Resilienz für die VUCA-Welt. Individuelle und organisationale Resilienz entwickeln. Wiesbaden.

hessenschau: Eishockey DEL 2023/24, https://www.hessenschau.de/sport/ergebnisse-tabellen/eishockey-102~team_id-69.html, [Stand 30.12.2023].

Hollenberg, Stefan/Kaup, Claudia (Hrsg.) (2023): Empirische Sozialforschung für die Polizei- und Verwaltungswissenschaften. Eine Einführung. Wiesbaden.

Horch, Heinz-Dieter/Schubert, Manfred/Walzel, Stefan (2014): Besonderheiten der Sportbetriebslehre. Berlin, Heidelberg.

Hösl, Florian (2020): Wettbewerbsfähigkeit nationaler Ligen im europäischen Profifußball. Eine institutionelle und strategische Analyse der Ligen-Governance. Wiesbaden.

Hungenberg, Harald (2014): Strategisches Management im Unternehmen. Ziele – Prozesse – Verfahren. 8. Auflage. Wiesbaden.

John, Christoph (2020): Optimale Flughafenstandorte. Voraussetzungen, Bedingungen, Empfehlungen. Wiesbaden.

Kallenbach, Theresa (2020): Narratives of urban mobility in Germany: on the threshold of a departure from the car-centered city?. In: Sustainability: Science, Practice and Policy, Vol. 16, No. 1, 197-207.

Kaup, Claudia/Kohl, Andreas (2023): Sozialwissenschaften und Sozialforschung. In: Hollenberg, Stefan/Kaup, Claudia (Hrsg.): Empirische Sozialforschung für die Polizei- und Verwaltungswissenschaften. Eine Einführung. Wiesbaden, 7-30.

Kersting, Stefan/Reutemann, Michael (2023): Quantitative Forschung am Beispiel „Fragebogen“. In: Hollenberg, Stefan/Kaup, Claudia (Hrsg.): Empirische Sozialforschung für die Polizei- und Verwaltungswissenschaften. Eine Einführung. Wiesbaden, 117-138.

Kicker [a]: Ab 2024 ist in der Bundesliga ein Punktabzug zu Saisonbeginn möglich, <https://www.kicker.de/ab-2024-ist-in-der-bundesliga-ein-punktabzug-zu-saisonbeginn-moeglich-926801/artikel>, [Stand 22.11.2023].

Kicker [b]: Regelwerk für Stadien: Was die DFL alles vorschreibt, https://www.kicker.de/regelwerk-fuer-stadien_was-die-dfl-alles-vorschreibt-722576/artikel, [Stand 13.11.2023].

Kicker [c]: FC Augsburg – Stadion, <https://www.kicker.de/fc-augsburg/team-stadion>, [Stand 30.11.2023].

Kiepe, Folkert (2020): Verkehrspolitik für urbane Quartiere in einer Stadt der kurzen Wege. In: Berding, Nina/Bukow, Wolf-Dietrich (Hrsg.): Die Zukunft gehört dem urbanen Quartier. Das Quartier als eine alles umfassende kleinste Einheit von Stadtgesellschaft. Wiesbaden, 201-205.

Kleemann, Florian C./Frühbeis, Ronja (2021): Resiliente Lieferketten in der VUCA-Welt. Supply Chain Management für Corona, Brexit & Co. Wiesbaden.

Koether, Reinhard (2018): Distributionslogistik. Effiziente Absicherung der Lieferfähigkeit. 3. Auflage. Wiesbaden.

Kohl, Andreas/Kaup, Claudia (2023): Der Arbeits- und Forschungsprozess. In: Hollenberg, Stefan/Kaup, Claudia (Hrsg.): Empirische Sozialforschung für die Polizei- und Verwaltungswissenschaften. Eine Einführung. Wiesbaden, 31-41.

König, Anke (2010): Fußballregion Rhein-Neckar. Neubau eines Bundesligastadions für die TSG 1899 Hoffenheim – eine Standortbewertung. Stuttgart.

Korn, Thorsten/van der Beek, Gregor/Fischer, Eva (Hrsg.) (2010): Aktuelle Herausforderungen in der Wirtschaftsförderung. Chancen und Perspektiven in einer sich wandelnden Welt. Lohmar.

Köstner, Hariet (2022): Empirische Forschung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften klipp & klar. Wiesbaden.

Kruse, Sandra (2016): Die Dunkle Triade im Dienstleistungskontext. Einfluss auf die Emotionsarbeit und Konsequenzen für die Angestellten. Wiesbaden.

Kulke, Elmar (2023): Sektoraler Wandel der Wirtschaft. In: Kulke, Elmar (Hrsg.): Wirtschaftsgeographie Deutschlands. 3. Auflage. Berlin, 3-16.

Kulke, Elmar (Hrsg.) (2023): Wirtschaftsgeographie Deutschlands. 3. Auflage. Berlin.

Lahner, Jörg (2021): Regionalökonomie und Standortfaktoren in der Wirtschaftsförderung. In: Stember, Jürgen/Vogelgesang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink Alexander (Hrsg.): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Moderne Konzepte kommunaler Struktur- und Entwicklungspolitik. 2. Auflage, Wiesbaden, 540-559.

Lahner, Jörg/Neubert, Frank (2016): Einführung in die Wirtschaftsförderung. Grundlagen für die Praxis. Wiesbaden.

Lenz, Ulrich (2019): Coaching im Kontext der VUCA-Welt: Der Umbruch steht bevor. In: Heller, Jutta (Hrsg.): Resilienz für die VUCA-Welt. Individuelle und organisationale Resilienz entwickeln. Wiesbaden, 49-68.

Loewen, Christian/Wicker, Pamela (2021): Travelling to Bundesliga matches: the carbon footprint of football fans. In: Journal of Sport & Tourism, Vol. 25, No. 3, 253-272.

Luttermann, Sandra (2022): Die logistische Leistungsfähigkeit von Ländern als Standortfaktor ausländischer Direktinvestitionen. Wiesbaden.

manager magazin: Wie der deutsche Profifußball nach der Geistersaison krisenfest wird, <https://www.manager-magazin.de/lifestyle/fitness/fussball-bundesliga-wie-clubs-nach-der-geistersaison-krisenfest-werden-a-1307968.html>, [Stand 19.11.2023].

Mattfeld, Dirk/Vahrenkamp, Richard (2014): Logistiknetzwerke. Modelle für Standortwahl und Tourenplanung. 2. Auflage. Wiesbaden.

MB-Research: Kaufkraft 2023 in Deutschland, https://www.mb-research.de/_download/MBR-Kaufkraft-Kreiskarte.jpg, [Stand 31.12.2023].

MB-Research (2023): Kaufkraft 2023 in Deutschland. Nürnberg.

Messe Augsburg: Messe Augsburg: Heimat für Ideen, <https://www.messeaugsburg.de/de/unternehmen/ueber-uns/unternehmensprofil>, [Stand 01.01.2024].

Messner, Dirk/Schubert, Tim (2021): Die Zukunft der Stadtmobilität. In: Siebenpfeiffer, Wolfgang (Hrsg.): Mobilität der Zukunft. Intermodale Verkehrskonzepte. Berlin, 57-66.

Metz, Sebastian (2017): Pfadabhängigkeit und die Internationalisierung von Unternehmen. Theoretische Betrachtungen und empirische Analysen. Wiesbaden.

muenchen.de: Neue Studie zu alternativen Kraftstoffen und Antriebstechnologien, <https://stadt.muenchen.de/infos/klimaneutrale-antriebe.html>, [Stand 02.01.2024].

Oldenburg, Anett Gabriela (2021): Entwicklung von innovativen Strategieoptionen in gesättigten Märkten. Eine Analyse und Handlungsempfehlungen basierend auf dem Mobilfunkmarkt in Deutschland. Wiesbaden.

Oswald, Gerhard/Saueressig, Thomas/Krcmar, Helmut (Hrsg.) (2022): Digitale Transformation. Fallbeispiele und Branchenanalysen. 2. Auflage. Wiesbaden.

Ottmann, Matthias/Lifka, Stephan (2016): Methoden der Standortanalyse. Norderstedt.

Pechlaner, Harald/Thees, Hannes/Eckert, Christian/Zacher, Daniel (2018): Vom Entrepreneurship Ecosystem zur Entrepreneurial Destination – Perspektiven einer Standortentwicklung am Beispiel der Freizeitszene München. In: Bruhn, Manfred/Hadwich, Karsten (Hrsg.): Service Business Development. Methoden – Erlösmodelle – Marketinginstrumente. Band 2. Wiesbaden, 477-508.

Pongratz, Philip/Vogelgesang, Matthias (2016): Standortmanagement in der Wirtschaftsförderung. Grundlagen für die Praxis. Wiesbaden.

Presse Augsburg: Volles Stadion? | FC Augsburg befürchtet Probleme beim Anreiseverkehr – So kann die Anfahrt geplant werden, <https://presse-augsburg.de/volles-stadion-fc-augsburg-befuerchtet-probleme-beim-anreiseverkehr-so-kann-die-anfahrt-geplant-werden/784969/>, [Stand 03.11.2023].

Proff, Heike (Hrsg.) (2023): Towards the New Normal in Mobility. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Wiesbaden.

Rawlings Smith, Emma/Rushton, Elizabeth A. C. (2023): Geography teacher educators' identity, roles and professional learning in a volatile, uncertain, complex and ambiguous world. In: International Research in Geographical and Environmental Education, Vol. 32, No. 3, 252-267.

Redaktionsnetzwerk Deutschland: Umfragen, Studien & Co.: Wann ist eine Erhebung eigentlich repräsentativ?, <https://www.rnd.de/wissen/repräsentative-umfrage-wann-ist-eine-erhebung-serios-und-aussagekraeftig-diese-faktoren-sind-relevant-DD2S6UPTKJE33P5DCTEL23MKGM.html>, [Stand 03.11.2023].

Rehme, Marco/Rauh, Nadine/Döring, Julia/Wehner, Udo/Mach, Sebastian/Götze, Uwe (2023): Nutzerevaluation eines vernetzten, multimodalen Mobilitätskonzeptes für ländliche Räume – Erkenntnisse aus Befragungen in der Erzgebirgsregion. In: Proff, Heike (Hrsg.): Towards the New Normal in Mobility. Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte. Wiesbaden. 355-376.

Renz, Michael (2020): Internationaler Wettbewerb europäischer Profifußballligen. Ökonomisch-rechtliche Analyse der Wettbewerbskonzentration. Wiesbaden.

Ruhrort, Lisa (2023): Can a rapid mobility transition appear both desirable and achievable? Reflections on the role of competing narratives for socio-technical change and suggestions for a research agenda. In: Innovation: The European Journal of Social Science Research, Vol. 36, No. 1, 123-140.

Ruhrort, Lisa (2023): Streit um den Gemeingebrauch im Verkehrsrecht. Aktuelle Aushandlungsprozesse über die Nutzungsbedingungen öffentlicher Räume. In: Sack, Detlef/Straßheim, Holger/Zimmermann, Karsten (Hrsg.): Renaissance der Verkehrspolitik. Politik- und mobilitätswissenschaftliche Perspektiven. Wiesbaden, 211-236.

Sack, Detlef/Straßheim, Holger/Zimmermann, Karsten (2023): Policy-Forschung und Mobilitätswende. Begegnungen. In: Sack, Detlef/Straßheim, Holger/Zimmermann, Karsten (Hrsg.): Renaissance der Verkehrspolitik. Politik- und mobilitätswissenschaftliche Perspektiven. Wiesbaden, 1-16.

Sack, Detlef/Straßheim, Holger/Zimmermann, Karsten (Hrsg.) (2023): Renaissance der Verkehrspolitik. Politik- und mobilitätswissenschaftliche Perspektiven. Wiesbaden.

Saueressig, Thomas/Oswald, Gerhard (2022): Digitale Transformation aus Perspektive von Wissenschaft und Forschung. In: Oswald, Gerhard/Saueressig, Thomas/Krcmar, Helmut (Hrsg.): Digitale Transformation. Fallbeispiele und Branchenanalysen. 2. Auflage. Wiesbaden, 7-18.

SC Freiburg: SC und RVF weiten Kombiticket aus, <https://www.scfreiburg.com/aktuell/nachrichten/verein/2023/2024/ausweitung-kombiticket/>, [Stand 29.12.2023].

Schelter, Tobias (2010): Der Standort als Erfolgsfaktor für professionelle Fußballunternehmen. Eine Standortfaktorenanalyse. Norderstedt.

Schick, Axel/Hobson, Peter R./Ibisch, Pierre L. (2017): Conversation and sustainable development in a VUCA world: the need for a systemic and ecosystem-based approach. In: Ecosystem Health and Sustainability, Vol. 3, No. 4, 1-12.

Schröder, Torsten (2022): Hochsensibilität – Jobchance oder Karrierekiller in der VUCA-Welt. Erfahrungen aus Coaching, Leistungssport und Job. Wiesbaden.

Schumann, Siegfried (2018): Quantitative und qualitative empirische Forschung. Ein Diskussionsbeitrag. Wiesbaden.

Schwark, Jürgen (2020): Sportgroßveranstaltungen zwischen Kultur und weichen Standortfaktor. Kritik der neoliberal geprägten Stadt. Wiesbaden.

Schwedes, Oliver/Rammert, Alexander (2021): Moderne Verkehrspolitik. In: Siebenpfeifer, Wolfgang (Hrsg.): Mobilität der Zukunft. Intermodale Verkehrskonzepte. Berlin, 303-320.

Sell, Matthias (2021): Supervision und Coaching auf relationaler Basis – Intersubjektivität geht der Subjektivität voraus. In: Surzykiewicz, Janusz/Birgmeier, Bernd/Hofmann,

Mathias/Rieger, Susanne (Hrsg.): Supervision und Coaching in der VUCA-Welt. Wiesbaden, 3-22.

Siebenpfeiffer, Wolfgang (Hrsg.) (2021): Mobilität der Zukunft. Intermodale Verkehrskonzepte. Berlin.

Skrentny, Werner (2010): Das grosse Buch der deutschen Fußball-Stadien. Göttingen.

Sonnberger, Marco/Graf, Antonia (2021): Sociocultural dimensions of mobility transitions to come: introduction to the special issue. In: Sustainability: Science, Practice and Policy, Vol. 17, No. 1, 173-184.

Sport 1: Streitfall: Herthas Stadionprobleme, <https://www.sport1.de/news/fussball/bundesliga/2018/05/hertha-bsc-will-reines-fussball-stadion-senat-umbau-des-olympiastadions>, [Stand 29.12.2023].

Staatsanzeiger: Bundesliga-Aufstieg: Heidenheim spielt bald in einer Liga mit München, <https://www.staatsanzeiger.de/nachrichten/kreis-und-kommune/bundesliga-aufstieg-heidenheim-spielt-bald-in-einer-liga-mit-muenchen/>, [Stand 29.12.2023].

Stadionwelt [a]: Die Verkehrsinfrastruktur in der Bundesliga, <https://www.stadionwelt.de/news/32455/die-verkehrsinfrastruktur-in-der-bundesliga>, [Stand 12.11.2023].

Stadionwelt [b]: FC Augsburg setzt auf offenes Bezahlsystem im Stadion, <https://www.stadionwelt.de/news/61122/fc-augsburg-setzt-auf-offenes-bezahlsystem-im-stadion>, [Stand 01.01.2024].

Stadionwelt [c]: WLAN in der WWK Arena, <https://www.stadionwelt.de/news/18274/wlan-in-der-wwk-arena>, [Stand 05.01.2024].

Stadionwelt [d]: Neue digitale Services in der WWK Arena, <https://www.stadionwelt.de/news/16969/neue-digitale-services-in-wwk-arena>, [Stand 06.01.2024].

Stadionwelt [e]: „Warum kehren so viele Fans dem Fußball den Rücken?“, <https://www.stadionwelt.de/news/23873/warum-kehren-so-viele-fans-dem-fussball-den-ruecken>, [Stand 10.01.2024].

Stadionwelt [f]: Wie reisen die Fans zu den Stadien?, <https://www.stadionwelt.de/news/23947/wie-reisen-die-fans-zu-den-stadien>, [Stand 15.01.2024].

Stadt Augsburg (2023): Das Blue City Klimaschutzprogramm. Augsburg.

Stadt Heidenheim: 1. FC Heidenheim, https://www.heidenheim.de/sport-und-freizeit/vereine/1_fc_heidenheim, [Stand 15.01.2024].

Stadtwerke Augsburg: Stadtwerke Augsburg weiten flexibles Carsharing-Angebot aus, <https://www.sw-augsburg.de/ueber-uns/presse/detail/stadtwerke-augsburg-weiten-flexibles-carsharing-angebot-aus/>, [Stand 02.01.2024].

Statista [a]: Zuschauerschnitt vom FC Augsburg von der Saison 2011/12 bis zur Saison 2022/23, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/455060/umfrage/zuschauerschnitt-von-fc-augsburg/>, [Stand 05.11.2023].

Statista [b]: Einwohnerzahl der Städte mit Fußball-Bundesliga-Verein in der Saison 2023/2024, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/553/umfrage/einwohnerzahl-der-staedte-mit-fussball-bundesliga-verein/>, [Stand 05.12.2023].

Statista [c]: Verteilung der Vereine der 1. und 2. Fußball-Bundesliga nach Bundesländern in der Saison 2022/23, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1125186/umfrage/verteilung-bundesligisten-nach-bundeslaendern/>, [Stand 29.12.2023].

Steets, Silke (2015): Spielen, Jubeln und Feiern im Stadion. Über den Zusammenhang von Architektur und rituellen Verkörperungen im Fußball. In: Gugutzer, Robert/Staack, Michael (Hrsg.): Körper und Ritual. Sozial- und kulturwissenschaftliche Zugänge und Analysen. Wiesbaden, 55-70.

Stember, Jürgen/Vogelgesang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink, Alexander (Hrsg.) (2021): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Band 1: Theoretische Grundlagen und Aufgaben. 2. Auflage. Wiesbaden.

Stember, Jürgen/Vogelgesang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink, Alexander (Hrsg.) (2021): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Band 2: Innovationen für Management und Standort. 2. Auflage. Wiesbaden.

Stember, Jürgen/Vogelgesang, Matthias/Pongratz, Philip/Fink, Alexander (Hrsg.) (2021): Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung. Moderne Konzepte kommunaler Struktur- und Entwicklungspolitik. 2. Auflage. Wiesbaden.

Stuttgarter Zeitung: Einigung bei 50+1-Regel im Profifußball, <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.bundeskartellamt-einigung-bei-50-1-regel-im-profifussball.8313d602-0415-42e3-9af9-5d86050d5a4d.html>, [Stand 25.12.2023].

Südwest Presse: Der Aufsteiger mischt die Liga auf: Tabellen-Dritter nach sechs Spieltagen, https://www.swp.de/sport/ssv-ulm/drittligist-ssv-ulm-der-aufsteiger-mischt-die-liga-auf_-tabellen-dritter-nach-sechs-spieltagen-71742099.html, [Stand 15.01.2024].

Surzykiewicz, Janusz/Birgmeier, Bernd/Hofmann, Mathias/Rieger, Susanne (Hrsg.) (2021): Supervision und Coaching in der VUCA-Welt. Wiesbaden.

SV Darmstadt 98: Fanhinweise zum Augsburg-Spiel, <https://www.sv98.de/fanhinweise-zum-augsburg-spiel/>, [Stand 24.12.2023].

Svennevik, Elisabeth M. C./Julsrud, Tom Erik/Farstad, Eivind (2020): From novelty to normality: reproducing car-sharing practices in transitions to sustainable mobility. In: Sustainability: Science, Practice and Policy, Vol. 16, No. 1, 169-183.

SV Rot-Weiss Walldorf: Fussballligen in Deutschland, http://rw-walldorf.b-schmitt.de/senioren/SV_ROTWEISSWAL/Pyramide.html, [Stand 25.12.2023].

SWR [a]: Inzwischen 13 Verletzte nach Böllerwurf – Ein Tatverdächtiger wieder frei, <https://www.swr.de/sport/fussball/1899-hoffenheim/update-boellerwurf-hoffenheim-102.html>, [Stand 02.01.2024].

SWR [b]: JobRad wird neuer Hauptsponsor des SC Freiburg, <https://www.swr.de/swr-aktuell/baden-wuerttemberg/suedbaden/jobrad-neuer-hauptsponsor-sc-freiburg-106.html>, [Stand 03.01.2024].

Tagesschau [a]: Die SV Elversberg – der „Zweitliga-Hobbit“, <https://www.tagesschau.de/inland/regional/saarland/sr-die-sv-elversberg-der-kleinste-zweitligist-aller-zeiten-im-portraet-102.html>, [Stand 02.12.2023].

Tagesschau [b]: Die Welt im Dauerstress, <https://www.tagesschau.de/wissen/krieg-frieden-leibniz-institut-konfliktforschung-ukraine-100.html>, [Stand 04.01.2024].

Tagesschau [c]: Keine Entwarnung ein Jahr nach der Energiekrise, <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/energiekrise-erdgas-strom-verbrauch-100.html>, [Stand 05.01.2024].

Tagesspiegel [a]: Bundesliga Vorschau (4): Der FC Augsburg will mehr als Abstiegs-kampf, <https://www.tagesspiegel.de/sport/bundesliga-saisonvorschau-4-der-fc-augs-burg-will-mehr-als-abstiegskampf-10255663.html>, [Stand 29.12.2023].

Tagesspiegel [b]: Von der Bundesliga in die Regionalliga – Was von Alemannia Aachen übrig blieb, <https://www.tagesspiegel.de/sport/was-von-alemannia-aachen-ubrig-blieb-3716899.html>, [Stand 06.01.2024].

Taylor & Francis Online: Search peer-reviewed journals and articles, <https://www.tandfonline.com>, [Stand 21.01.2024].

Tempelmeier, Horst (Hrsg.) (2018): Planung logistischer Systeme. Berlin.

Thießen, Friedrich/Cernavin, Oleg/Führ, Martin/Kaltenbach, Martin (Hrsg.) (2005): Wei-che Standortfaktoren. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Interdiszipli-näre Beiträge zur regionalen Wirtschaftsforschung. Berlin.

Tovar, Jorge (2021): Soccer, World War II and coronavirus: a comparative analysis of how the sport shut down. In: Soccer & Society, Vol. 22, No. 1-2, 66-74.

Transfermarkt: Stadienübersicht, <https://www.transfermarkt.de/bundesliga/stadien/wett-bewerb/L1>, [Stand 24.12.2023].

TSV 1860 München: Löwen erhalten Zulassung für die Regionalliga Bayern, https://www.tsv1860.de/de/Aktuel-les_News/3060.htm#:~:text=Der%20TSV%201860%20München%20geht,Spielklasse%20im%20bayerischen%20Amateurfußball%20erteilt., [Stand 24.12.2023].

Universität Hamburg: Modul: Erstellung von Ligaplänen, https://www.math.uni-ham-burg.de/projekte/models2/module/modul_ligaplaene.htm, [Stand 21.01.2024].

Weimar, Daniel (2020): Insolvenzrelevante Fußball-Verbandsregularien in Deutschland. In: German Journal of Exercise and Sport, Vol. 50, No. 3, 523-533.

Welt: Insolvenzelle im europäischen Fußball, <https://www.welt.de/sport/ar-ticle231277649/Acht-Milliarden-Euro-Ausfaelle-Insolvenzelle-im-europaeischen-Fuss-ball.html>, [Stand 28.11.2023].

Wilhelm, Jan Lorenz (2020): Atmosphere in the home stadium of Hertha BSC (German Bundesliga): melodies of moods, collective bodies, and the relevance of space. In: Social & Cultural Geography, Vol. 21, No. 5, 718-737.

Wilkesmann, Uwe (2022): Should I stay (at home) or should I go (to the stadium)? Why will some football supporters not return to the stadium after the COVID-19 pandemic in German Bundesliga?. In: Soccer & Society, Vol. 23, No. 8, 1069-1083.

Witzke, Sarah (2016): Carsharing und die Gesellschaft von Morgen. Ein umweltbewusster Umgang mit Automobilität?. Wiesbaden.

Wöhe, Günter/Döring, Ulrich/Brösel, Gerrit (2016): Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 26. Auflage. München.

WWK Arena [a]: So können Sie uns immer gut finden, <https://wwkarena.com/arena/anfahrt/>, [Stand 26.12.2023].

WWK Arena [b]: Heimspiel. Für Leidenschaft und Teamgeist, <https://wwkarena.com/arena/wwk-arena/>, [Stand 27.12.2023].

WWK Arena [c]: Zahlen und Fakten rund um die WWK Arena, <https://wwkarena.com/arena/zahlen-und-fakten/>, [Stand 01.01.2024].

ZDF: Einigung bei 50+1-Regel im Profifußball, <https://www.zdf.de/nachrichten/sport/fussball-bundesliga-dfl-50-und-1-regel-profifussball-100.html>, [Stand 26.11.2023].

Zeit Online: Tasiadis gewinnt Heim-Weltcup in Augsburg: Lilik Dritte, <https://www.zeit.de/news/2023-06/03/tasiadis-gewinnt-heim-weltcup-in-augsburg-lilik-dritte>, [Stand 31.12.2023].

Zukunftsinstitut: Die Megatrend-Map, <https://www.zukunftsinstitut.de/zukunftsthemen/die-megatrend-map>, [Stand 11.01.2024].

Anlagen

Fragebogen zur Umfrage "Stadionqualität und -umfeld der WWK Arena am Spieltag"

Mit welchem Verkehrsmittel reist du für gewöhnlich zu einem Heimspiel des FCA?

(Mehrfach-Auswahl möglich)

- Straßenbahn
- Bus der Öffis
- Auto
- Fahrrad
- Bus (Shuttle, Fanbus)
- Zu Fuß
- Sonstiges

Wie zufrieden bist du mit der derzeitigen Verkehrsanbindung zum Stadion?

- 1 Daumen
- 2 Daumen
- 3 Daumen
- 4 Daumen
- 5 Daumen

Welche Verbesserungen würdest du dir bzgl. der Verkehrsanbindung am Spieltag wünschen?

(Mehrfach-Auswahl möglich)

- mehr Parkplätze
- eine zweite Trambahnlinie
- mehr Zubringerstraßen zum Stadion
- mehr Fahrradständer
- weitere Buslinien
- keine Wünsche

Wie häufig besuchst du Heimspiele des FC Augsburg in der Saison?

- 0-3
- 4-7
- 8-11
- 12-14
- 15-17

Wie zufrieden bist du insgesamt mit dem Stadion des FC Augsburg?

- 1 Daumen
- 2 Daumen
- 3 Daumen
- 4 Daumen
- 5 Daumen

In welchem Block befindest du dich während den Heimspielen des FC Augsburg?

- M (Zentrum Fanbereich)
- K, L, N oder O (Fanbereich)
- P oder Q (Kurve Nord-Ost)
- E, F oder G (VIP-Bereich)
- I oder J (Familienblock)
- B oder C (Kurve Süd-West)
- A, X, Y oder Z (Tribüne Süd)
- S, T oder U (Gegengerade)
- D, H, R, V (bei VIP bzw. Gegengerade)

Bist du Mitglied beim FCA?

- ja
- Nein

Besitzt du eine Dauerkarte vom FC Augsburg?

- ja
- nein

Wie häufig nutzt du das Gastronomieangebot am Spieltag

- regelmäßig
- häufig
- manchmal
- selten
- nie

Wie zufrieden bist du mit dem Gastronomieangebot am Spieltag?

- 1 Daumen
- 2 Daumen
- 3 Daumen
- 4 Daumen
- 5 Daumen

Wie häufig nutzt du den Fanshop am Spieltag?

- regelmäßig
- häufig
- manchmal
- Selten
- nie

Möchtest du uns noch etwas mitteilen?

(offene Fragestellung)

Wie alt bist du?

(offene Fragestellung)

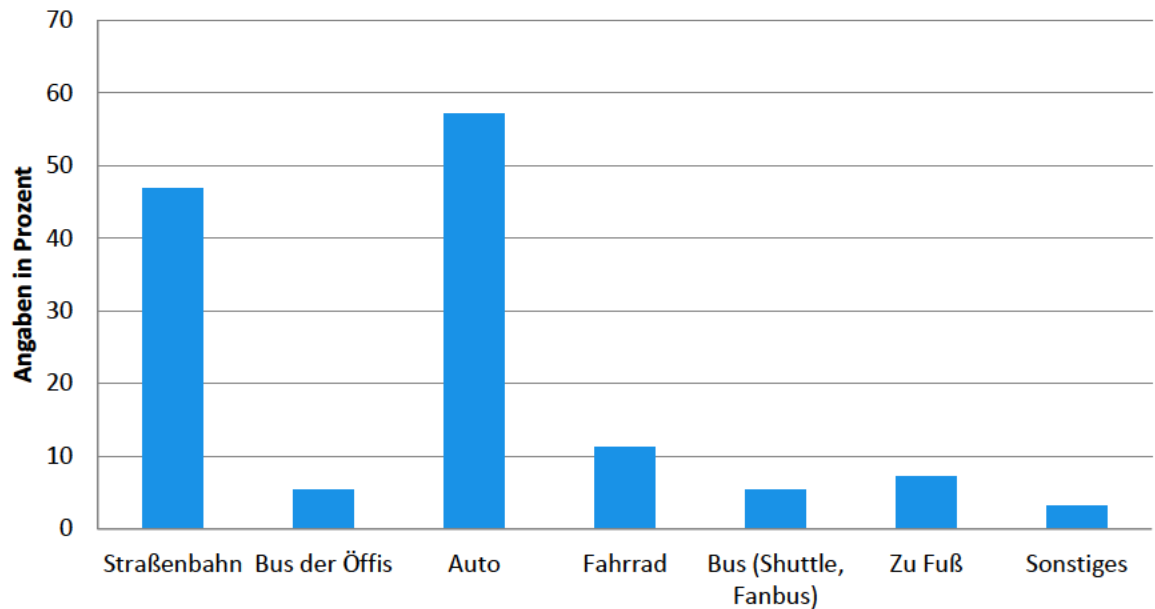
Wie ist dein Geschlecht?

- Männlich
- Weiblich
- Divers

Auswertung zur Umfrage "Stadionqualität und -umfeld der WWK Arena am Spieltag"

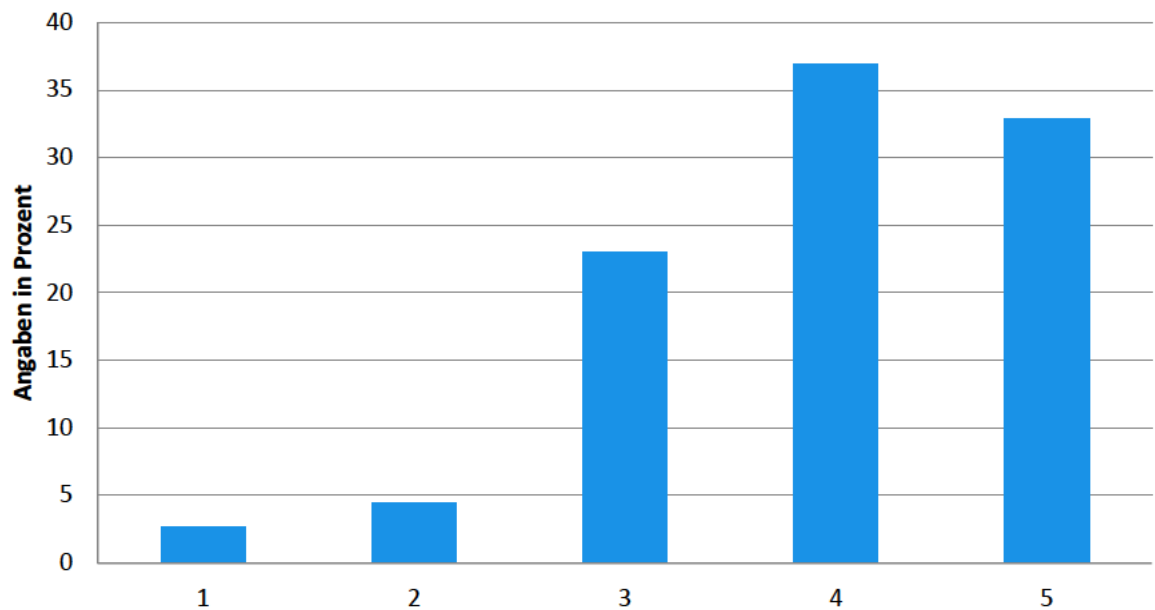
Mit welchem Verkehrsmittel reist du für gewöhnlich zu einem Heimspiel des FCA?

(Mehrfach-Auswahl möglich)



n = 222

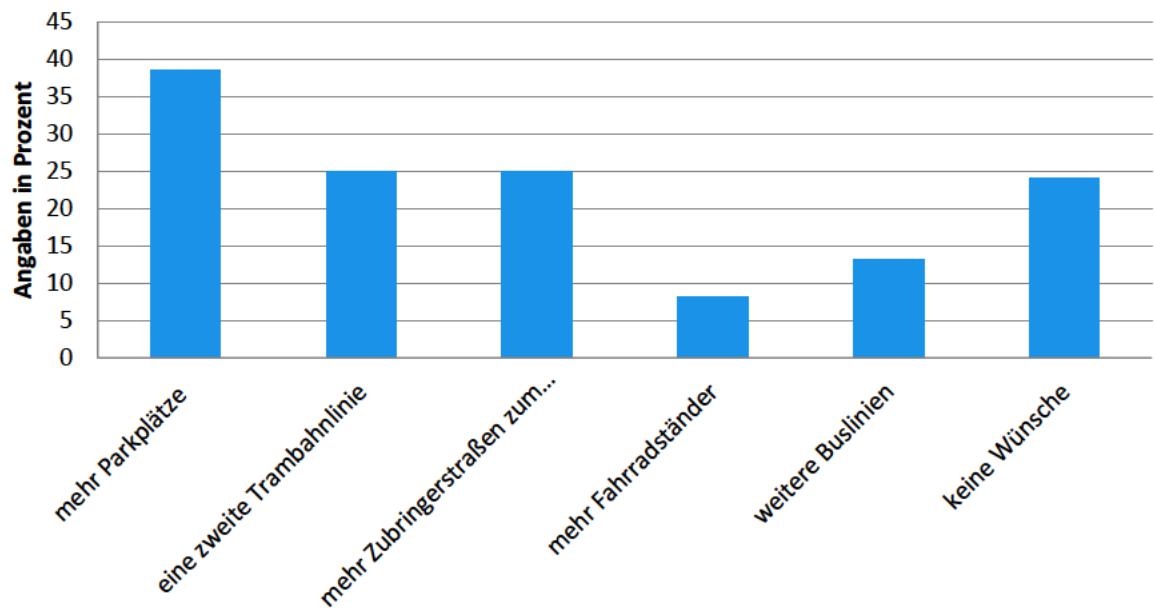
Wie zufrieden bist du mit der derzeitigen Verkehrsanbindung zum Stadion?



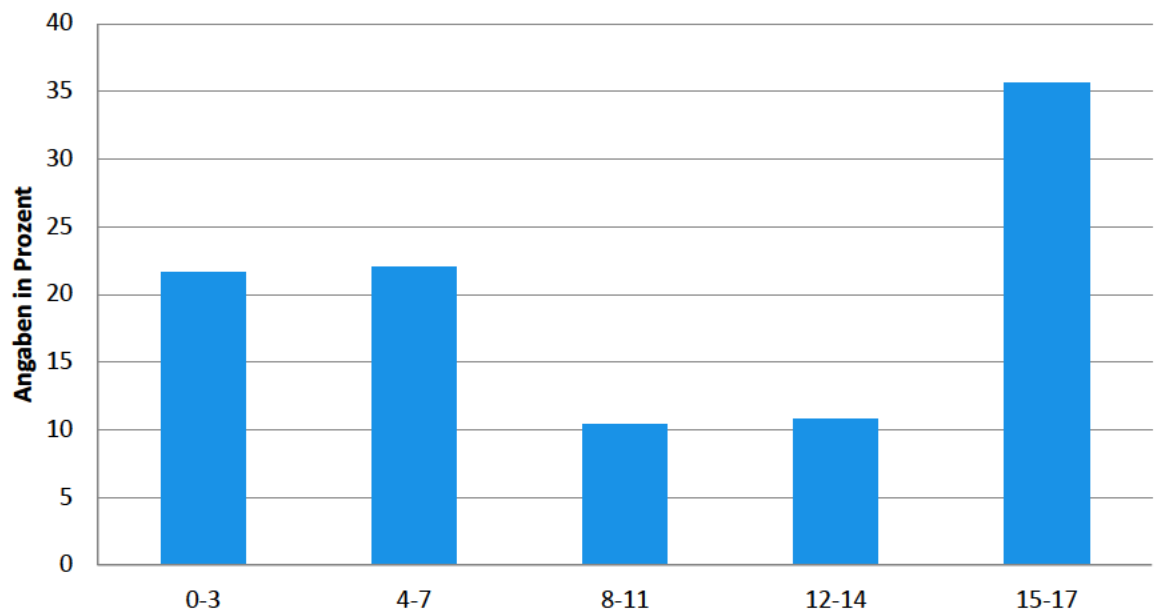
n = 222

Welche Verbesserungen würdest du dir bzgl. der Verkehrsanbindung am Spieltag wünschen?

(Mehrfach-Auswahl möglich)

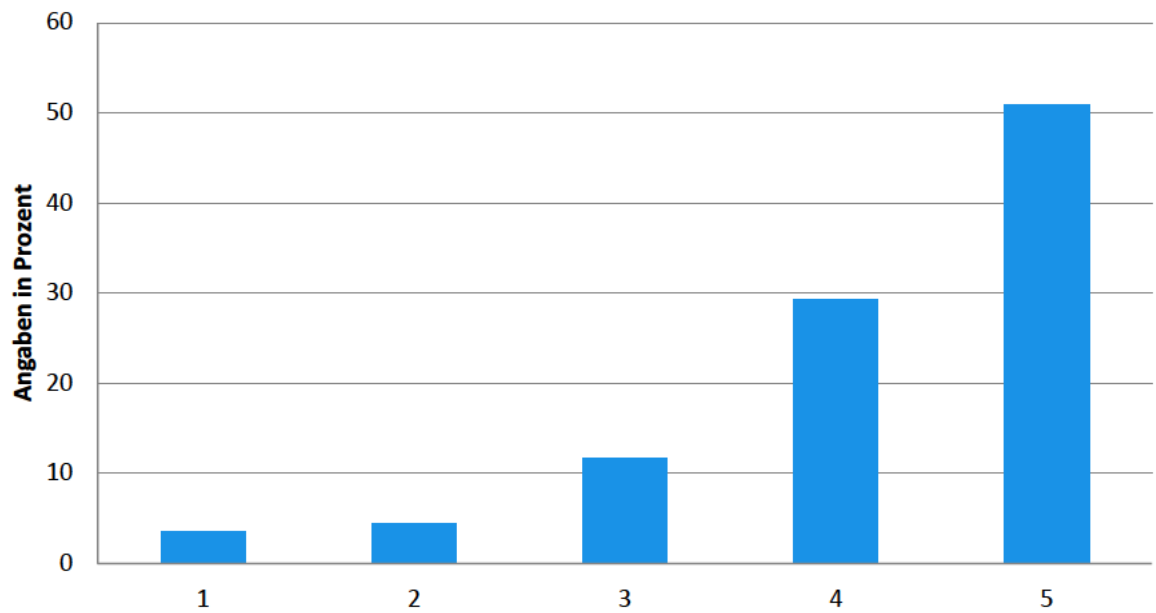


n = 220

Wie häufig besuchst du Heimspiele des FC Augsburg in der Saison?

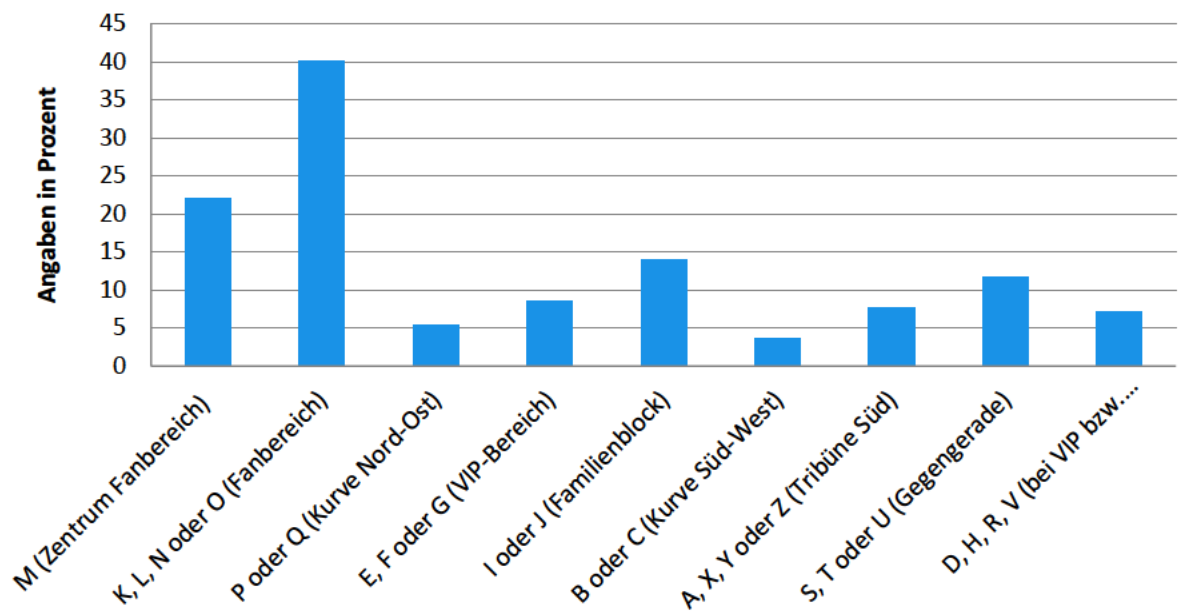
n = 222

Wie zufrieden bist du insgesamt mit dem Stadion des FC Augsburg?

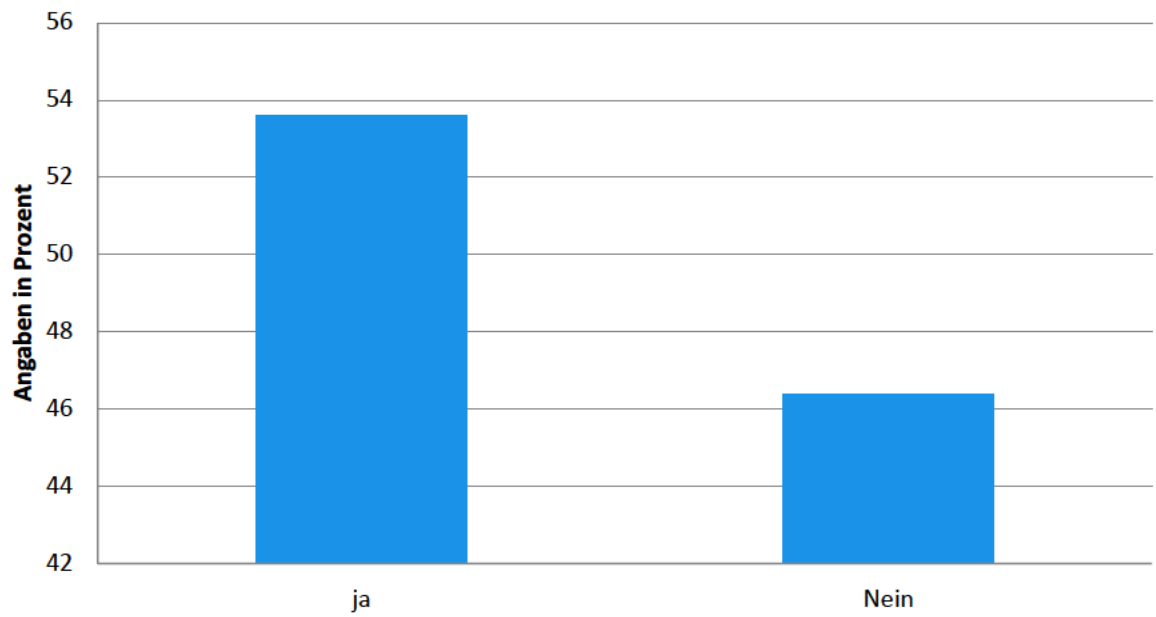
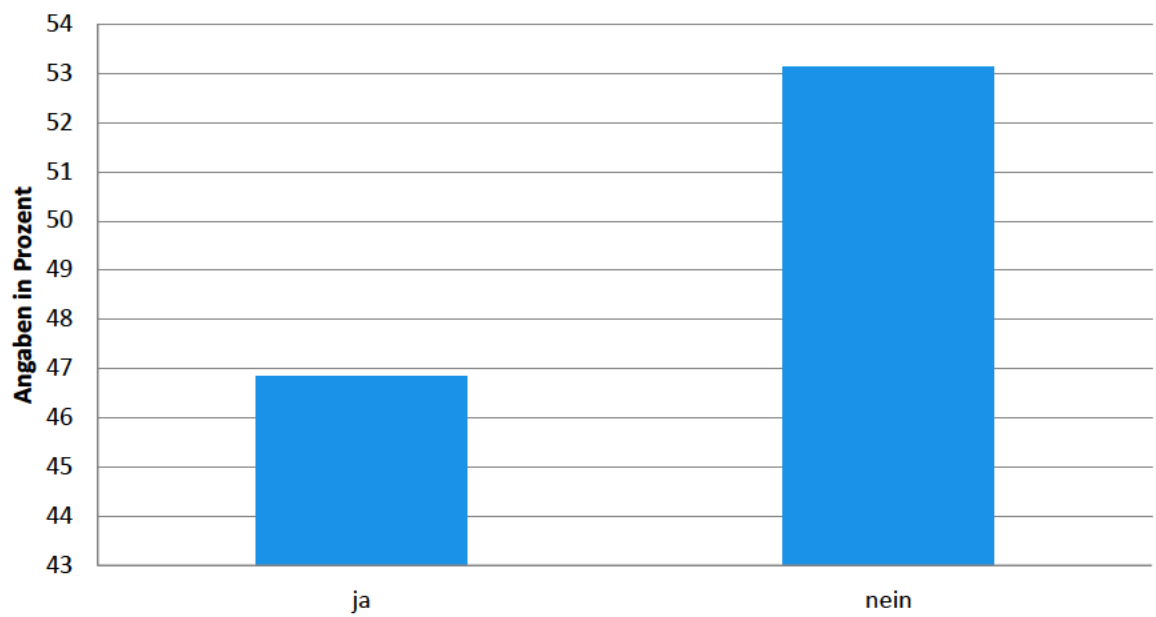


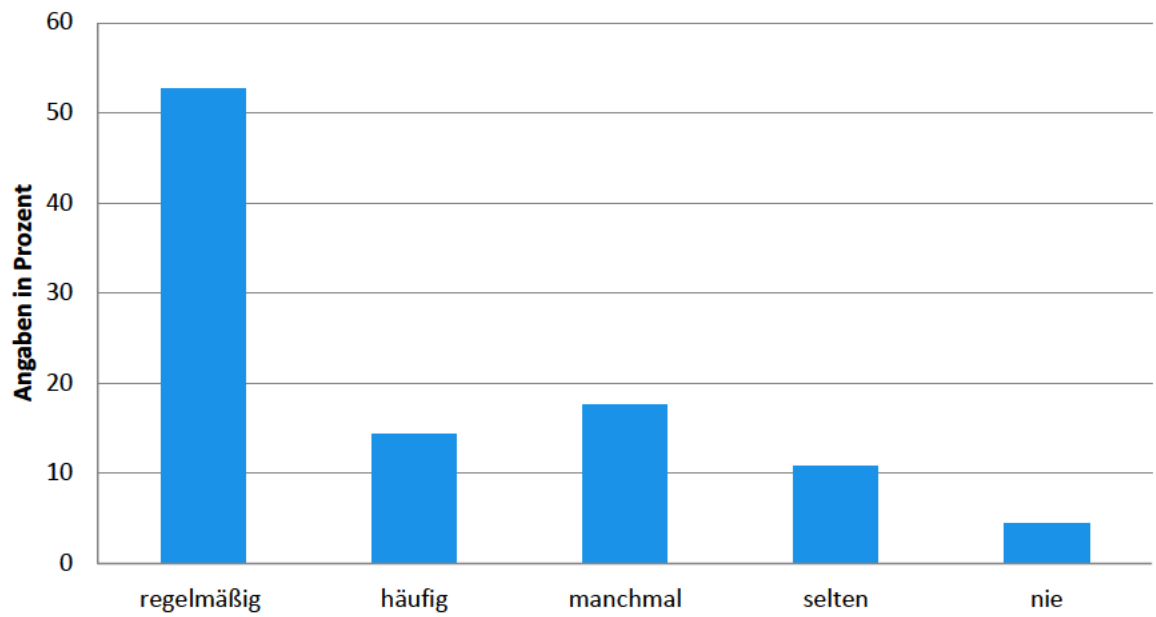
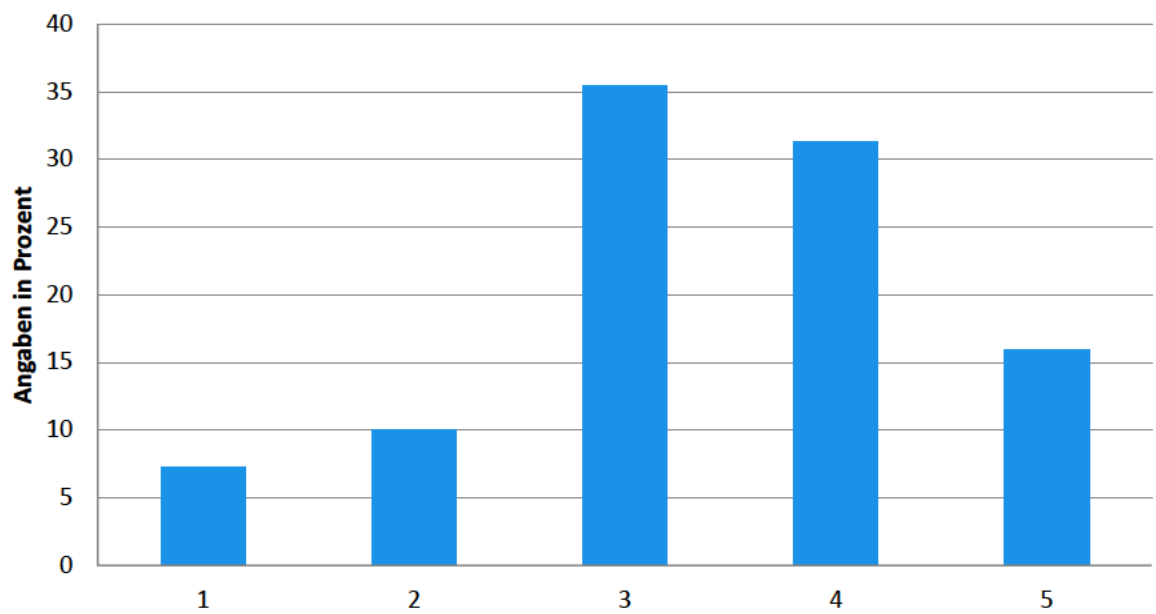
n = 222

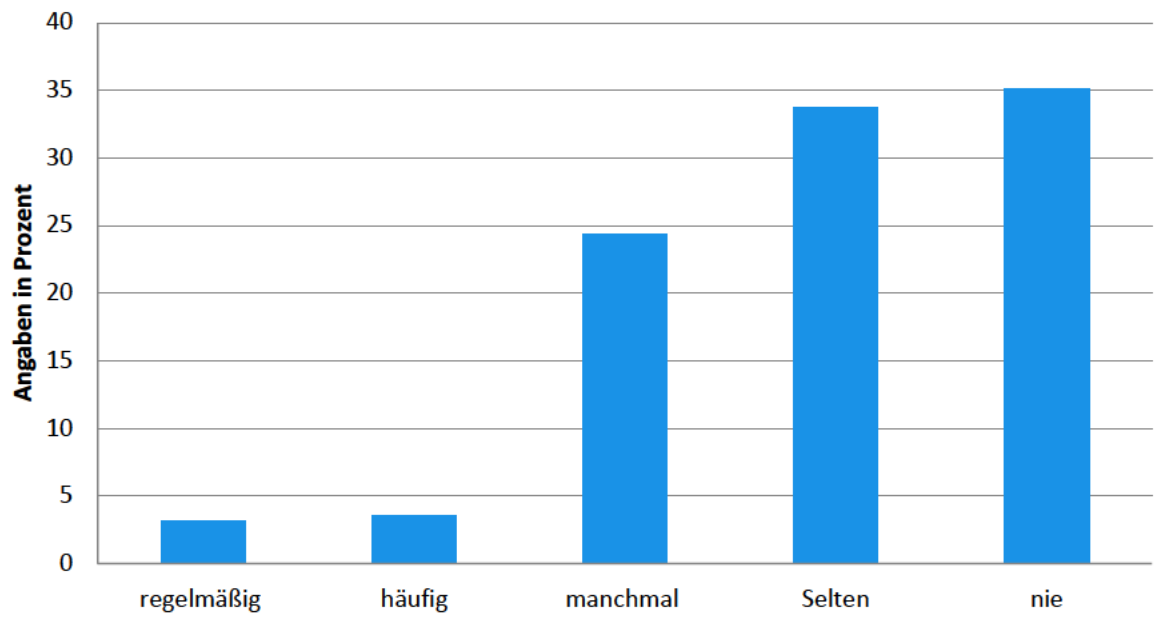
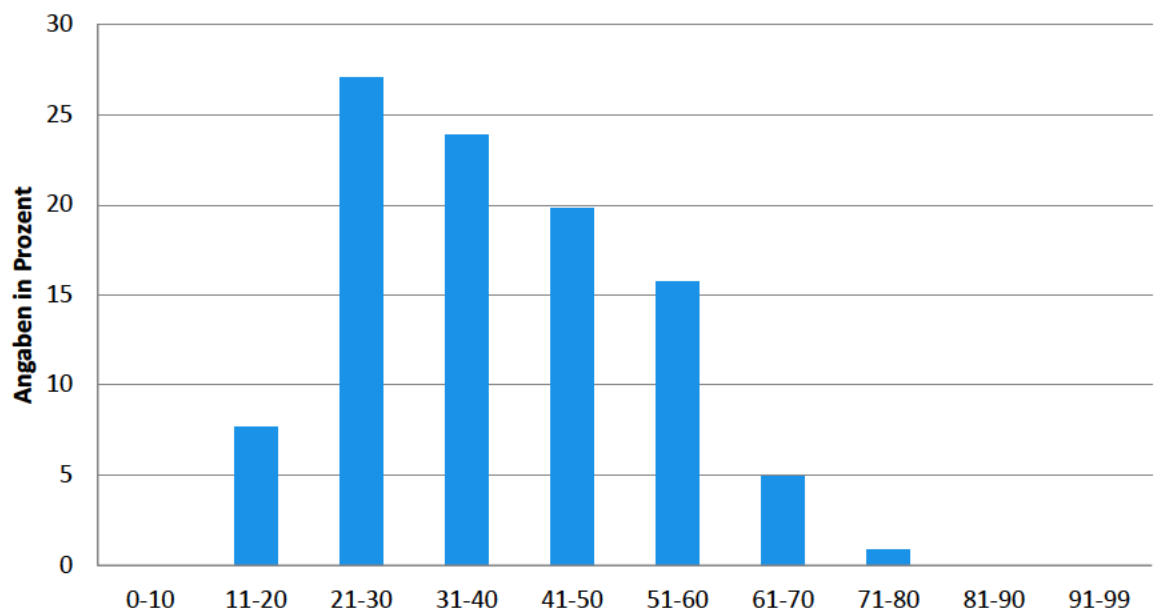
In welchem Block befindest du dich während den Heimspielen des FC Augsburg?

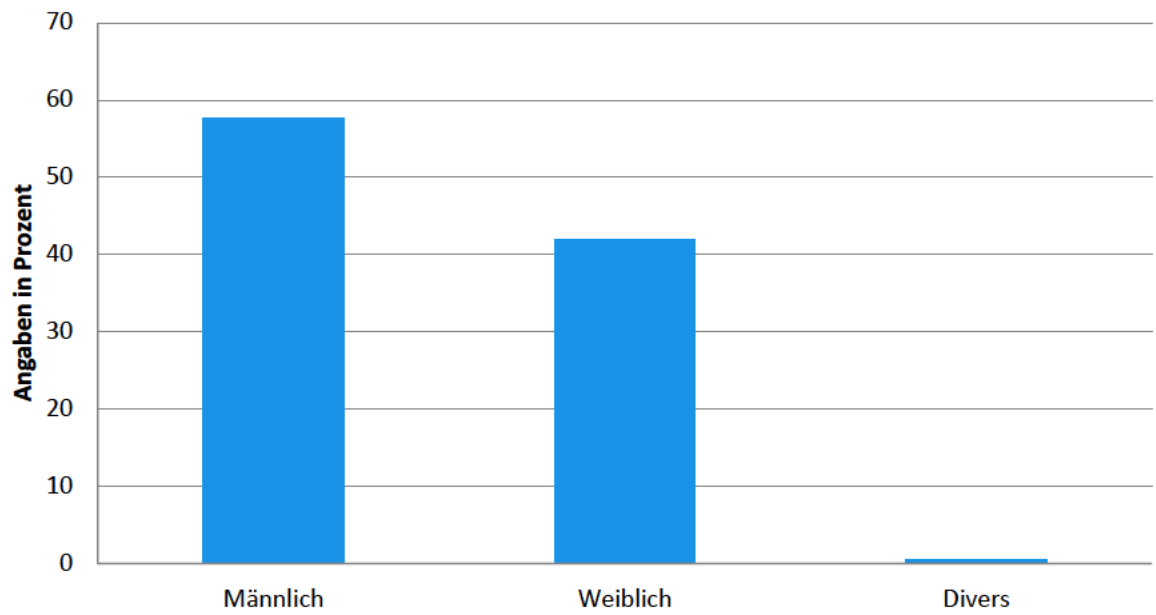


n = 222

Bist du Mitglied beim FCA?**n = 222****Besitzt du eine Dauerkarte vom FC Augsburg?****n = 222**

Wie häufig nutzt du das Gastronomieangebot am Spieltag**n = 222****Wie zufrieden bist du mit dem Gastronomieangebot am Spieltag?****n = 220**

Wie häufig nutzt du den Fanshop am Spieltag?**n = 222****Wie alt bist du?****n = 222**

Wie ist dein Geschlecht?**n = 222**

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.



Mering, 24.01.2024

Fabian Wölfe