

Pressemitteilung

ProfNet
Institut für Internet-Marketing
Klosterstr. 3
48143 Münster

02 31 / 755 - 6798 (Tel)
02 51 / 48 42 245 (Tel)
02 51 / 48 42 246 (Fax)
profnet@gmx.de
www.profnet.de/im ("Aktuell")
1.10.2007

ProfNet Internet-Studie „Fußball-Bundesligaclubs 2007“

Borussia Dortmund wird Deutscher Meister im Internet

Münster – In einer gemeinsamen Tabelle der 1. und 2. Liga gewinnt Borussia Dortmund mit seiner besten Website vor dem FSV Mainz und Bayern München im Vergleich aller Fußball-Bundesliga-Clubs. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Internet-Studie des ProfNet Institut für Internet-Marketing in Münster. Mit 46,2 hatten die Clubs eine schlechte Saison. „Die Websites der Fußball-Bundesliga-Clubs können im Bereich Interaktivität und Vermarktung nicht punkten. Es werden große Potenziale verschenkt.“, so das Fazit von Prof. Dr. Uwe Kamenz, der diese 92. ProfNet Internet-Branchenstudie leitete.

Das Projektteam des ProfNet Institut für Internet-Marketing untersuchte unter Leitung von Prof. Dr. Uwe Kamenz die Internetauftritte aller Bundesliga-Clubs der 1. und 2. Liga anhand von 140 Kriterien. Der Schwerpunkt der Analyse lag auf der Interaktivität und der Vermarktungsaktivitäten auf der Website. Dabei zeigte sich, dass alle Websites zwar umfangreiche Inhalte (wie Tabellen, Spieler, Spiele, Fanbereiche) präsentieren, die Möglichkeiten der Interaktivität und der Vermarktung aber nur unzureichend nutzen. Auch gelingt es kaum einer der untersuchten Websites, ein sinnvolles Navigationskonzept für die umfangreichen Inhalte zu präsentieren. Prof. Kamenz: „Bundesliga-Fußball hat die größte permanente Anziehungskraft für die Bevölkerung überhaupt. Davon merkt man allerdings auf den Websites der Clubs nur wenig. Zielgruppenorientierung und klare Zielverfolgung sind Fremdwörter. Genauso wie die sich im Internet unter dem Schlagwort Web 2.0 einzubeziehenden Aktivitäten der Fans wie z.B. ein Blog. Für die Clubs könnten Ihre Websites Maschinen zum Gelddrucken sein, wenn man den aktiven Kontakt zu den allen weltweiten Kunden tagtäglich sucht und gestaltet.“

Im Ligavergleich schnitten die Clubs der 1. Bundesliga mit 48 (von 100 möglichen Punkten) gegenüber 44 Punkten der 2. Liga etwas besser ab. Von den Möglichkeiten der Vermarktung werden intensiv die (von den Nutzern wenig geliebten) Werbebanner (97 %), Fanshops (97 %), Ticketshops (94 %) und Informationen über die Clubmitgliedschaft (86 %) genutzt. Demgegenüber kann man nur auf 22 % der Websites online Mitglied werden, nur auf 8 % gibt es ein Extranet für Fans oder ein Reiseangebot zu den Auswärtsspielen.

ProfNet



Institut für Internet-Marketing

Rang	Club	Liga	Layout	Hand-ling	Inhalt	Inter-akti-vität	Gesamt
1	Borussia Dortmund	1	8	6	28	18	60
2	FSV Mainz 05	2	7	5	31	16	59
3	Bayern München	1	10	10	23	13	56
3	Eintracht Frankfurt	1	9	10	23	14	56
3	VfL Osnabrück	2	11	10	22	13	56
6	Schalke 04	1	10	10	27	8	55
7	VFL Borussia Mönchengladbach	2	10	8	25	12	55
8	VFL Wolfsburg	1	7	8	29	10	54
9	1. FC Köln	2	7	10	25	11	53
10	Arminia Bielefeld	1	8	6	25	12	51
11	Alemannia Aachen	2	10	7	23	10	50
11	Bayer 04 Leverkusen	1	7	8	25	10	50
13	Hertha BSC Berlin	1	7	8	24	10	49
14	Hamburger SV	1	7	5	24	12	48
15	1. FC Nürnberg	1	7	7	24	9	47
16	SpVgg. Greuther Fürth	2	10	8	18	9	45
17	SV Werder Bremen	1	8	7	22	8	45
17	VFL Bochum	1	8	7	23	7	45
	Alle (36 Clubs)		8	8	21	9	46

Die vollständige Studie steht als Download auf der ProfNet Website (www.profnet.de/im) zur Verfügung.



ProfNet

Institut für Internet-Marketing