

**Empirische Studie zu
Perspektiven und
Erwartungshaltungen
aus Sicht der Fans und
Stadionbetreiber**



Smart Stadium

Ist das Stadionerlebnis der Zukunft virtuell?

Smarte intelligente Technologien verändern und vereinfachen unseren Alltag. Möglich wird dies durch die Vernetzung von Hard- und Software. Auch im Fußball und damit in den Stadien gewinnt das Thema an Relevanz. Sowohl Betreiber als auch Fans können profitieren. Eines steht fest: Der Stadionbesuch wird sich verändern. Wir zeigen, exklusiv anhand einer Studie des Internationalen Fußball Instituts, wie.

Von **Alexander Friedl**

Geleitet wurde die Erhebung von IFI-Direktor Prof. Dr. Florian Kainz und Katharina Schöttl in Zusammenarbeit mit Anton Pichler, dem Initiator der FUSSBALL KONGRESSE.

Was ist ein Smart Stadium?

Der gesamtgesellschaftliche Einsatz intelligenter, digitaler Technologien in Arenen und Stadien zur Steigerung von Fanerlebnis, Stadionsicherheit, Effizienz und Nachhaltigkeit sowie Wirtschaftlichkeit.

Teil 1: Die Fan- & Besucherperspektive zum Thema Smart Stadium

Beim ersten Teil der Studie wurden insgesamt 543 Fußballfans und Stadionbesucher anhand einer quantitativen Online-Befragung untersucht.

Zu den Befragungsinhalten zählten soziodemografische und fanspezifische Merkmale, die Einstellung gegenüber Smart Stadium Trends sowie die Nutzungswahrscheinlichkeit für spezifische Smart Stadium Technologien aus den Bereichen Smart Fan Experience und Smart Sales.

Würden die Fans eine Smart Infrastructure nutzen?

Die höchsten Nutzungswahrscheinlichkeiten werden von Angeboten generiert, bei denen die Technologien bereits bekannt sind oder die hohen Bezug zum sportlichen Geschehen aufweisen. Beispiele dafür sind das Online-Ticketing, gastronomische Bestellungen an den Sitzplatz, digitale Parktickets, Bezahlung im Stadion per Handy oder App sowie das Abrufen von Live-Infos zum Spiel.

Die niedrigsten Nutzungswahrscheinlichkeiten weisen Angebote wie eine Datenbrille (Augmented Reality) oder Kinderunterhaltungsprogramme auf.

Nachfolgend werden die Unterschiede hinsichtlich der Nutzungswahrscheinlichkeiten zwischen Fußballfans und allgemeinen Eventbesuchern präsentiert. Die Einstellung gegenüber Smart Stadium Applikationen: Fußballfans sind signifikant* weniger stark der Meinung...



Digitale Technologien sollen als Angebot und nicht als Verpflichtung wahrgenommen werden.

- dass durch die Digitalisierung der Stadien die Stadionsicherheit steigt
- dass durch die Digitalisierung der Stadien das Fanerlebnis steigt
- dass sie durch zusätzliche digitale Angebote häufiger ins Stadion gehen würden

Signifikant niedrigere Nutzungswahrscheinlichkeiten bei:

- Gastronomischen Bestellungen an den Sitzplatz
- Kinderunterhaltungsprogrammen
- Datenbrille
- Digitale Parkplatzreservierung

Die Nutzungswahrscheinlichkeit hinsichtlich Smart Stadium Applikationen von Fußballfans. Signifikant* höhere Nutzungswahrscheinlichkeiten bei:

- Cashless Payment per Handy oder App
- Digitaler Friends Finder

* Bei allen weiteren abgefragten Applikationen konnten keine signifikanten Unterschiede hinsichtlich der Nutzungswahrscheinlichkeiten zwischen Fußballfans und allgemeinen Eventbesuchern nachgewiesen werden.

Unternehmen wie ventopay bieten Cashless Payment Lösungen an

