



Der 1. FSV Mainz 05 im Fokus: Ökonomische Wertschöpfung und gesellschaftliche Rolle in der Region

Diese Studie analysiert die Bruttowertschöpfung des 1.FSV Mainz 05 e.V. und zeigt auf, wie der Verein durch wirtschaftliche Aktivitäten, Beschäftigung und Imageeffekte zur regionalen und nationalen Wirtschaft beiträgt



Impressum

Herausgeber



*Institute for
Policy Evaluation*

IPE Institut für Politikevaluation GmbH

Oskar-von-Miller-Straße 16
60314 Frankfurt
www.ipe-evaluation.de



+49 69 67808053



info@ipe-evaluation.de



JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Saarstraße 21
55122 Mainz
www.uni-mainz.de



+49 6131 3922369



presse@uni-mainz.de

Autoren, Gestaltung und Layout

IPE Institut für Politikevaluation GmbH

Jasper v. der Decken
Ella Jurk
Helena Kraemer

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Prof. Dr. Salvatore Barbaro

Mainz,
Mai 2025

Finanzierung

Diese Studie wurde im Auftrag des 1. FSV Mainz 05 e.V. durchgeführt und durch diesen finanziert. Für den Inhalt ist ausschließlich das Autorenteam verantwortlich. Der Auftraggeber hatte keinen Einfluss auf Analyse, Interpretation oder Veröffentlichung der Ergebnisse.

Copyright

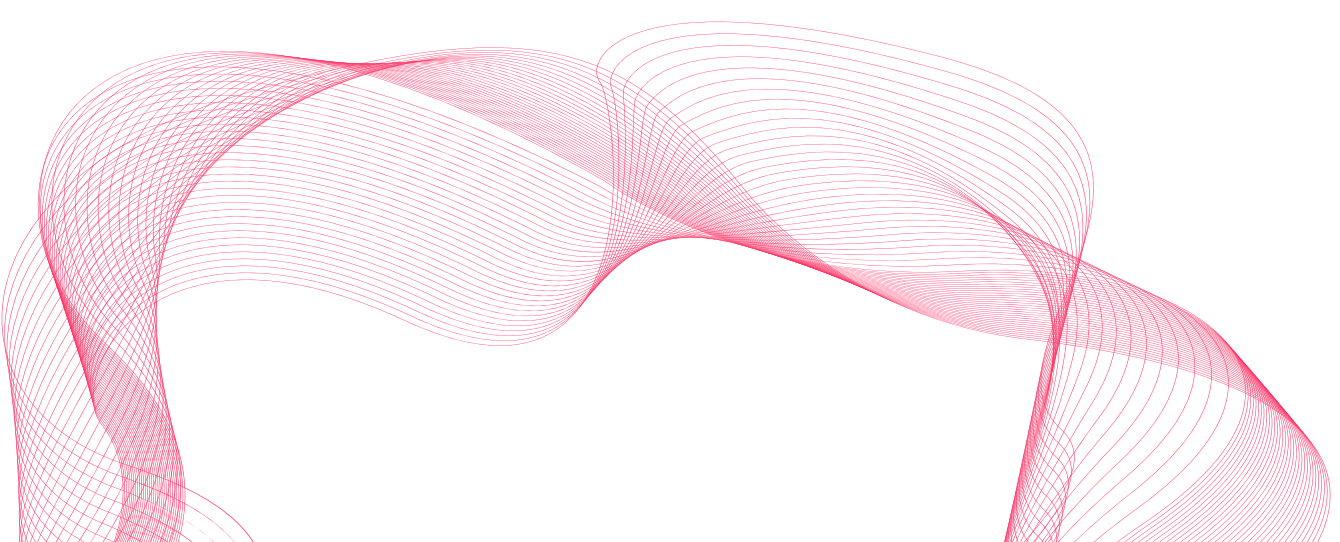
© 2025 IPE Institut für Politikevaluation GmbH und Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Alle Rechte vorbehalten. Alle in dieser Studie verwendeten Bilder wurden vom 1. FSV Mainz 05 bereitgestellt oder entstammen lizenzfreien Quellen.

Haftungsausschluss

Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Ohne spezifische professionelle Beratungsleistung sollten keine Handlungen aufgrund der bereitgestellten Informationen erfolgen. Haftungsansprüche gegen IPE Institut für Politikevaluation GmbH und die Johannes Gutenberg-Universität Mainz, die durch die Nutzung der in der Publikation enthaltenen Informationen entstanden sind, sind grundsätzlich ausgeschlossen.

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Executive Summary	1
2 Hintergrund und Zielsetzung	4
3 Ökonomische Wirkung	5
3.1 Wertschöpfung	5
3.1.1 Direkte Effekte	6
3.1.2 Indirekte Effekte	6
3.1.3 Induzierte Effekte	9
3.2 Beschäftigung	10
3.3 Steuereinnahmen	11
4 Außenwirkung	12
4.1 Image und Wahrnehmung	12
4.2 Reichweite und Medienwirkung	16
4.2.1 Spiele und Berichterstattung	16
4.2.2 Soziale Medien	18
4.2.3 Merchandising & sonstige Reichweitefaktoren	18
5 Schlussfolgerungen	19
5.1 Zusammenfassung	19
5.2 Empfehlungen	20
6 Anhang	21
7 Literaturverzeichnis und Bildnachweise	24



1 Executive Summary

Der 1. FSV Mainz 05 e.V. ist ein Mainzer Fußballverein, der seit Jahrzehnten in der 1. oder 2. Bundesliga aktiv ist. Durch kontinuierliche sportliche Leistung ist der Verein zu einer festen Größe im deutschen Profifußball geworden und hat sich eine starke nationale Präsenz erarbeitet.

Die Bedeutung von Mainz 05 reicht jedoch über die 90 Minuten auf dem Platz hinaus. Diese Studie analysiert erstmals die ökonomischen Effekte des Vereins bezogen auf die Saison 2023/24 sowie die wahrnehmungsbezogenen Effekte auf Basis aktuellen Befragungen und einer Reichweitenanalyse. Sie zeigt, wie Mainz 05 als wirtschaftlicher Motor, sozialer Akteur sowie als Imageträger und Werbeträger die Stadt Mainz und die Region nachhaltig prägt.

Im Auftrag von Mainz 05 führte das Institute for Policy Evaluation (IPE) die Studie mit Unterstützung der Johannes Gutenberg-Universität Mainz durch, unabhängig und ohne Einfluss des Vereins auf Methodik oder Ergebnisse.

Die Ergebnisse gliedern sich in zwei zentrale Bereiche: die ökonomische Wirkung, die die wirtschaftliche Bedeutung des Vereins aufzeigt, und seine Außenwirkung, die die gesellschaftliche Sicht auf den Verein und seine Reichweite erfasst.

ÖKONOMISCHE WIRKUNG

Mainz 05 trägt maßgeblich zur Wirtschaftskraft der Region bei. Die wirtschaftliche Gesamtwertschöpfung durch Mainz 05 belief sich in der vergangenen Saison 2023/24 auf 193 Mio. €. Das bedeutet, dass jeder der rund 260 regulär Beschäftigten des Vereins im Schnitt eine Wertschöpfung von rund 750.000 € generiert. Von der Gesamtwertschöpfung verbleiben knapp 75% (143 Mio. €) in der Region. Der Verein sichert damit auch über den eigenen festen Mitarbeiterstamm hinaus Arbeitsplätze, generiert über 42 Mio. € Steuereinnahmen, von denen ein erheblicher Teil der Stadt zugutekommt, und schafft Aufträge für lokale Unternehmen. Darüber hinaus zieht der Spielbetrieb jährlich über 500.000 Besucher aus ganz Deutschland an, die nicht nur das Stadion füllen, sondern zum Teil auch in Mainz übernachten, Restaurants besuchen und das Freizeitangebot der Stadt nutzen – ein wichtiger Impuls für den lokalen Tourismus.

Der wirtschaftliche Effekt lässt sich in drei Bereiche unterteilen:

- (1) Die **direkten Effekte** entstehen unmittelbar durch den Spielbetrieb – darunter Erlöse aus Ticketverkäufen, Sponsoring und Merchandising sowie die damit verbundenen Personalaufwendungen. Nach Abzug der entsprechenden Vorleistungen belaufen sich diese Effekte auf über 70 Mio. €, von denen 57 Mio. € in der Region generiert werden.
- (2) Zusätzlich erzeugt Mainz 05 **indirekte Effekte** in Höhe von 101 Mio. €, wovon 80 Mio. € in der Region Mainz verbleiben. Diese resultieren aus Vorleistungen in Form von Aufträgen des Vereins an externe Zulieferer und Dienstleister sowie Ausgaben von Fans für Anreise, Übernachtung, Gastronomie und Freizeit.
- (3) Zudem entstehen **induzierte Effekte** durch die Konsumausgaben der unmittelbar vom Verein beschäftigten Personen. Diese sorgen für zusätzliche wirtschaftliche Impulse in Höhe von insgesamt 22 Mio. €, davon 6 Mio. € in der Region.

193 Mio.€

gesamtwirtschaftliche
Wertschöpfung durch den 1.
FSV Mainz 05 e.V.

Ein regulär Beschäftigter des
Vereins generiert damit eine
Wertschöpfung von

750.000€

Von der gesamten
Wertschöpfung werden

143 Mio.€

regional generiert

Schätzungsweise

2 von 3

Menschen in Deutschland
kennen Mainz 05

Das Image des Vereins wird
stark durch Werte wie

**Bodenständigkeit und
Heimatverbundenheit**
geprägt

Ca. 50%

Der Mainzer Bürger finden, dass
der Verein die Attraktivität von
Stadt und Region steigert

AUßENWIRKUNG

Mainz 05 ist breit bekannt und wird in der Bevölkerung grundpositiv wahrgenommen. Zwei von drei Menschen in Deutschland kennen den Verein, weniger als ein Prozent nehmen ihn negativ wahr. Das stärkt die gesamtwirtschaftliche Sichtbarkeit und das öffentliche Ansehen von Verein, Stadt und Partnern.

Der Verein ist fest in der regionalen Identität verankert. Mainz 05 wird als wichtiger Faktor für das regionale Gemeinschaftsgefühl gesehen und stiftet Identität. Personen in ganz Deutschland verbinden mit dem Verein allen voran die Werte Bodenständigkeit und Heimatverbundenheit. Zudem übernimmt der Verein Verantwortung für die Region durch zahlreiche soziale und nachhaltige Initiativen, auch wenn das öffentliche Bewusstsein dafür noch ausbaufähig ist.

Mainz 05 trägt durch seinen Imagewert wesentlich zur Attraktivität der Stadt Mainz bei. Knapp jede zweite befragte Person – sowohl in der Region als auch bundesweit – sieht den Verein als wichtigen Faktor für die positive Wahrnehmung von Stadt und Region. Durch diese Strahlkraft stärkt Mainz 05 den lokalen Tourismus und erhöht die Standortattraktivität. Eine gesteigerte Standortattraktivität kann sich wiederum positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung der Region auswirken und die Attraktivität regionaler Arbeitgeber erhöhen.

Die Reichweite von Mainz 05 geht weit über das Stadion hinaus und erzeugt einen immensen Werbewert für die Stadt Mainz. Mit über 500.000 Stadionbesuchern pro Saison und einer umfangreichen medialen Präsenz über TV, Radio, Online-, Print- und Social-Media-Kanäle erreicht der Verein ein Publikum in Milliardenhöhe. Für die Stadt Mainz entsteht daraus ein immenser Werbewert. Doch auch Partner und Sponsoren profitieren von dieser medialen Sichtbarkeit.



FAZIT

Die Analyse zeigt, dass Mainz 05 weit über den Fußball hinaus als wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Impulsgeber eine zentrale Rolle für die Region spielt. Der Verein trägt messbar zur lokalen Wirtschaft bei, stärkt die regionale Identität und bietet über seine sportliche Strahlkraft hinaus erhebliches Potenzial für den Tourismus und die Wahrnehmung von Mainz über die Stadtgrenzen hinaus. Um dieses Potenzial voll zu entfalten, braucht es eine stärkere Unterstützung und eine strategische Zusammenarbeit mit der Stadt.

Drei zentrale Handlungsfelder verdeutlichen, wie Mainz 05 seinen positiven Einfluss weiter ausbauen kann – vorausgesetzt, die richtigen Rahmenbedingungen werden geschaffen:

(1) NATIONALE PRÄSENZ STÄRKEN UND REGIONALE BINDUNG VERTIEFEN

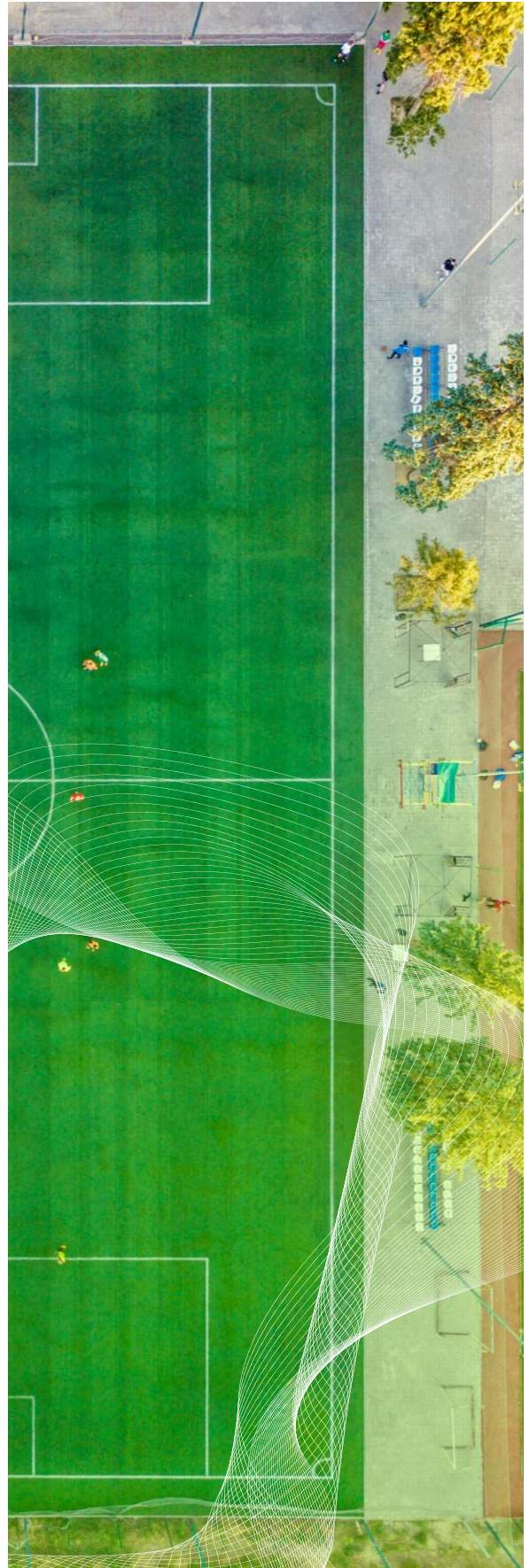
Mainz 05 hat eine hohe Strahlkraft über die Stadtgrenzen hinaus und trägt maßgeblich zur positiven Wahrnehmung von Mainz bei. Um diese Wirkung weiter zu verstärken, könnten die Stadt und der Verein gemeinsam überregional ausgerichtete Imagekampagnen entwickeln, die Mainz als dynamischen Fußball- und Wirtschaftsstandort positionieren. Zudem könnten gezielte Wirtschaftspartnerschaften mit regionalen Unternehmen gefördert werden, um die wirtschaftliche Verbindung zwischen Verein und Stadt auszubauen.

(2) DIE GESELLSCHAFTLICHE ROLLE DES VEREINS GEZIELT FÖRDERN

Mainz 05 engagiert sich stark in sozialen, kulturellen und nachhaltigen Projekten. Damit diese Initiativen noch mehr Wirkung entfalten, könnte die Stadt den Verein stärker in städtische Programme einbinden, etwa durch gemeinsame Bildungsinitiativen in Schulen, die Förderung von Inklusionsprojekten oder eine engere Zusammenarbeit mit lokalen sozialen Einrichtungen. Zudem könnten öffentliche Flächen oder Veranstaltungen genutzt werden, um das gesellschaftliche Engagement des Vereins noch sichtbarer zu machen.

(3) POTENZIALE FÜR ZUSÄTZLICHE WERTSCHÖPFUNG NUTZEN

Mainz 05 zieht regelmäßig Tausende von Besuchern in die Stadt, doch die wirtschaftlichen Chancen, die daraus entstehen, sind noch nicht voll ausgeschöpft. Ein umfassendes Konzept könnte Spieltage gezielt mit touristischen Angeboten wie Stadtführungen oder Museumsbesuchen verbinden. Auch Kooperationen mit Hotels und Restaurants könnten ausgebaut werden, um spezielle Angebote für auswärtige Fans zu schaffen und deren Aufenthaltsdauer in der Stadt zu verlängern.



2 Hintergrund und Zielsetzung

Sportvereine sind nicht nur rein sportliche Institutionen. Sie sind Wirtschaftsfaktoren, Image- und Identitätsstifter und leisten einen wichtigen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt. Mainz 05 ist ein Beispiel für einen Traditionsverein, der tief in der Region verwurzelt ist und vielfältige Wirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft hat.

Ziel der Studie ist es, die ökonomischen und wahrnehmungsbezogenen Auswirkungen von Mainz 05 systematisch zu analysieren und ihre Effekte zu messen. Durch eine datenbasierte Untersuchung wird aufgezeigt, welchen Beitrag der Verein über den sportlichen Erfolg hinaus zur regionalen Wertschöpfung, zur Attraktivität des Standorts und zur Identifikation der Menschen mit ihrer Region leistet. Die Ergebnisse der Studie liefern Erkenntnisse, um das Potenzial des Vereins und seine Bedeutung für die Region noch gezielter zu nutzen und weiterzuentwickeln.

Die Analyse gliedert sich in zwei zentrale Bereiche:

Im ersten Teil der Studie werden die ökonomischen Effekte untersucht, die sich aus den Aktivitäten des Vereins ergeben. Untersucht und ermittelt werden sowohl direkte Effekte wie Umsätze und Beschäftigung im Verein als auch indirekte Effekte durch die Ausgaben von Fans in der Region

und Aufträge des Vereins. Zudem werden induzierte Effekte analysiert, die durch die Konsumausgaben der beim Verein Beschäftigten entstehen. Diese differenzierte Betrachtung ermöglicht eine umfassende Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung von Mainz 05 für die Stadt Mainz und die Region.

Der zweite Teil konzentriert sich auf die Außenwirkung des Vereins. Mithilfe von umfassenden Online-Umfragen wurden Wahrnehmung und Meinungen der Bevölkerung erfasst, um zu ermitteln, welches Image der Verein in der Gesellschaft hat und inwieweit Mainz 05 das Lebens- und Gemeinschaftsgefühl der Menschen prägt und die Attraktivität der Stadt Mainz und der Region beeinflusst. Ergänzend dazu wird in einer Reichweitenanalyse untersucht, über welche Kanäle der Verein wahrgenommen wird, wie sich seine Sichtbarkeit zusammensetzt und welche Rolle diese für die öffentliche Wahrnehmung der Stadt Mainz spielt.



3 Ökonomische Wirkung

Ein Fußballspiel löst vielfältige wirtschaftliche Impulse aus: Zuschauer tätigen Ausgaben rund um ihren Stadionbesuch, der Verein beauftragt lokale Dienstleister, die wiederum weitere Unternehmen einbinden. Die Vereinsmitarbeiter stärken durch regionalen Konsum die lokale Wirtschaft.

Dieses Kapitel beleuchtet die ökonomischen Dimensionen des Vereins. Im Mittelpunkt steht die Ermittlung der Wertschöpfung, ergänzt um Analysen zu Beschäftigungseffekten und Steuereinnahmen für Stadt und Staat. Dabei wird der konkrete monetäre Mehrwert aufgezeigt, um das Potenzial für (Re-)Investitionen in regionale Infrastruktur und öffentliche Projekte darzustellen. Zugleich wird anerkannt, dass frühere Infrastrukturinvestitionen wesentlich zur heutigen wirtschaftlichen Wirkung beigetragen haben.

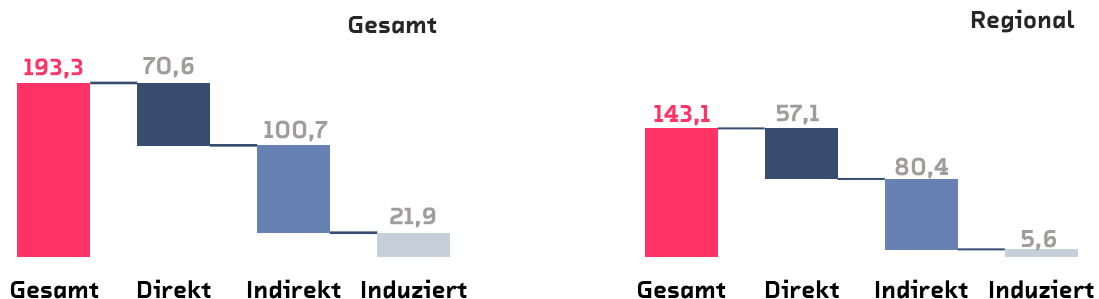
3.1 WERTSCHÖPFUNG

Lokale Unternehmen leisten einen unverzichtbaren Beitrag zum Gelingen eines Spieltags des 1. FSV Mainz 05 e.V. Ob Catering, Technik oder Sicherheitsdienste – sie sorgen für einen reibungslosen Ablauf und schaffen gemeinsam eine besondere Atmosphäre in der MEWA ARENA. Gleichzeitig ziehen die Heimspiele Fans aus ganz Deutschland an, deren Besuch zusätzliche wirtschaftliche Impulse in der Region auslöst. Diese Effekte werden im Rahmen einer Wertschöpfungsanalyse quantifiziert, um die ökonomische Bedeutung in Zahlen zu fassen.

Insgesamt erzeugt Mainz 05 in der Saison 2023/24 eine Wertschöpfung von 193,3 Mio. €

Die Quantifizierung der Wertschöpfung ist ein zentrales Maß in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und berechnet den Beitrag, den ein Unternehmen – in diesem Fall Mainz 05 – zur Wirtschaft leistet. Im Rahmen dieser Studie wurde die Wertschöpfung des Vereins in zwei Dimensionen analysiert.

Wertschöpfung* in Mio. €



Die gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung erfasst den Einfluss des Vereins unabhängig davon, wo er entsteht, während die regionale Wertschöpfung den Anteil der wirtschaftlichen Aktivitäten beschreibt, der unmittelbar in der Region verbleibt. Diese Differenzierung verdeutlicht, wie stark der Verein mit seiner Heimat verwurzelt ist und welche Effekte über die Region hinausreichen.

Die regionale Wertschöpfung beläuft sich auf 143,1 Mio. € und stellt damit 74% der Gesamtwertschöpfung dar.

Die gesamte Wertschöpfung ergibt sich aus drei ineinandergreifenden Effekten: direkten, indirekten und induzierten Effekten.

Der direkte Effekt umfasst den Betriebsüberschuss, der unmittelbar durch den Spielbetrieb entsteht, etwa aus Ticketverkäufen, Sponsoring oder Merchandising. Darunter fallen auch die direkten Personalkosten von Mainz 05. Der indirekte Effekt berücksichtigt die wirtschaftliche Verflechtung des Spielbetriebs. Dazu zählen die Vorleistungen des Vereins, wie Ausgaben für Catering- und Sicherheitsdienstleistungen, sowie die Ausgaben der Fans rund um ihren Stadionbesuch, etwa für Anreise und Verpflegung. Der induzierte Effekt misst die Impulse, die durch die Konsumausgaben der Beschäftigten entstehen, deren Jobs durch den Spielbetrieb gesichert werden. Diese drei Ebenen zeigen die weitreichenden wirtschaftlichen Wirkungen des Vereins und werden im Folgenden näher erläutert.

* Aufgrund von Rundungen können sich geringfügige Abweichungen in der Summenbildung ergeben.

Alle finanziellen und beschäftigungsbezogenen Kennzahlen, die Mainz 05 direkt betreffen, wurden vom Verein zur Verfügung gestellt und basieren auf den Buchhaltungs- und Personalstatistiken der Saison 2023/24.

3.1.1 Direkte Effekte

Wertschöpfung bezeichnet den monetären Mehrwert, der in einem wirtschaftlichen Prozess entsteht. Sie ergibt sich aus dem Wert aller erbrachten Waren und Dienstleistungen abzüglich der für die Produktion benötigten Vorleistungen.¹ Personalausgaben zählen zur Wertschöpfung, da sie direkt zur wirtschaftlichen Leistung beitragen und nicht als Vorleistungen gelten. Die direkte Wertschöpfung umfasst dabei ausschließlich die wirtschaftlichen Aktivitäten, die unmittelbar von einem Wirtschaftsakteur selbst generiert werden.

Im Fall von Mainz 05 bedeutet dies, dass die direkte Wertschöpfung alle Nettoumsätze aus dem Spielbetrieb umfasst – etwa durch Ticketverkäufe, Sponsoring oder Merchandising – sowie die Personalausgaben des Vereins. Die Vorleistungen, die in der Berechnung abgezogen werden, beinhalten alle eingekauften Waren und Dienstleistungen, die für den Spielbetrieb notwendig sind, wie Catering, Sicherheitsdienste oder infrastrukturelle Ausgaben.

Die direkte Wertschöpfung beläuft sich auf 70,6 Mio. €, 37% des Gesamteffekts.

Die Umsätze des Vereins entstehen insbesondere durch Medienerlöse, Einnahmen aus Sponsoringpartnerschaften sowie Spielertransfers. Diese drei Säulen machen den größten Anteil der Einnahmen aus und sind essenziell für die finanzielle Stabilität des Vereins. Darüber hinaus tragen auch Ticketverkäufe, Merchandising sowie Hospitality-Angebote – insbesondere VIP-Tickets, Logen und Business-Seats – wesentlich zu den Erlösen bei. Dem gegenüber stehen jedoch von der Größenordnung ähnlich hohe Ausgaben für Vorleistungen, die den Spielbetrieb überhaupt erst ermöglichen. Der direkte wirtschaftliche Effekt entsteht zusätzlich durch die Personalausgaben, die sowohl in der Verwaltung als auch im Sport anfallen.

Der regionale Anteil der direkten Wertschöpfung, also jener, der unmittelbar in Stadt und Umgebung entsteht, beträgt 57,1 Mio. €.

Die Wertschöpfung, die nach Abzug der Vorleistungen aus den Umsätzen verbleibt, wird nur in dem Maße als regional betrachtet, wie auch die Umsätze anteilig in der Region erwirtschaftet werden. Medienerlöse und Transfererlöse werden hierbei ausgeklammert, da sie nicht unmittelbar aus wirtschaftlicher Aktivität in Mainz resultieren. Innerhalb der Personalkosten wird die Verwaltung vollständig der regionalen Wertschöpfung zugerechnet, da sie hauptsächlich regional tätig ist. Die Gehälter der Sportler und Trainer hingegen werden nur anteilig als regional betrachtet, da ihre Tätigkeit als Bundesligaspieler mit einer überregionalen Präsenz verbunden ist.

Diese Analyse zeigt, dass ein erheblicher Teil der direkten Wertschöpfung – über 80 % – tatsächlich in der Region entsteht und zur wirtschaftlichen Entwicklung beitrug.

3.1.2 Indirekte Effekte

[1] DURCH VORLEISTUNGEN

Indirekte Effekte entstehen durch die wirtschaftlichen Aktivitäten, die der Verein bei anderen Unternehmen auslöst. Diese wirtschaftlichen Aktivitäten werden durch sogenannte Vorleistungen des Vereins angestoßen. Vorleistungen sind alle Güter und Dienstleistungen, die der Verein von externen Unternehmen bezieht, um den Spielbetrieb sicherzustellen. Sie sind ein entscheidender Hebel für die regionale und überregionale Wertschöpfung, denn hinter jedem Spieltag steckt ein komplexes Netz aus Unternehmen und Zulieferern, die indirekt an der Organisation beteiligt sind. Beispielsweise sorgen Sicherheitsdienste für den Schutz der Fans, während Technikfirmen die reibungslose Funktion der Stadionbeleuchtung und Lautsprecheranlagen gewährleisten. Diese externen Unternehmen müssen ihrerseits Betriebsmittel beschaffen, Dienstleistungen einkaufen oder Personal beschäftigen – sie beziehen also selbst wiederum Vorleistungen. Dadurch vervielfacht sich die wirtschaftliche Wirkung des Vereins. Dieser Multiplikatoreffekt geht über den Verein hinaus und erstreckt sich auf zahlreiche Unternehmen in der Region – von Handwerksbetrieben bis hin zu spezialisierten Event-Dienstleistern.



[1] Direkter Effekt

Umfasst den Betriebsüberschuss, der unmittelbar durch den Spielbetrieb entstehen, etwa aus Ticketverkäufen, Sponsoring oder Merchandising, sowie direkten Personalkosten

[2] Indirekter Effekt

Berücksichtigt die wirtschaftliche Verflechtung des Spielbetriebs:

- die extern bezogenen Vorleistungen des Vereins
- die Ausgaben der Fans rund um ihren Stadionbesuch

[3] Induzierter Effekt

Misst die Impulse, die durch die Konsumausgaben der Beschäftigten entstehen, deren Jobs durch den Spielbetrieb gesichert werden

Diese Multiplikatorwirkung wurde anhand der nationalen Input-Output-Tabellen des Statistischen Bundesamts berechnet. Diese Tabellen zeigen, wie stark die verschiedenen Wirtschaftssektoren miteinander verflochten sind und wie sich eine zusätzliche Nachfrage entlang der Lieferkette ausbreitet. Eine detaillierte Beschreibung der methodischen Vorgehensweise sowie der zugrunde liegenden Annahmen ist im Anhang zu finden.

59,6 Mio. € sind dem indirekten Effekt durch Vorleistungen zuzuordnen.

Davon stammen rund € 48,3 Mio. aus regionalem Auftragsvolumen. Über die Jahre hat Mainz 05 ein starkes Netzwerk mit regionalen Unternehmen aufgebaut. Unzählige Betriebe in die wirtschaftlichen Aktivitäten des Vereins eingebunden. Diese langfristigen Partnerschaften sorgen dafür, dass viele Aufträge in der Region bleiben. Lokale Handwerksbetriebe übernehmen Arbeiten an der Stadioninfrastruktur, wie die Wartung von Sanitäreinrichtungen, Elektroinstallationen und die Pflege des Stadionsdachs. Licht- und Tonfirmen aus Mainz sind für die Installation und Wartung von Beleuchtungssystemen, Stadionlautsprechern und Videowänden verantwortlich. Bauunternehmen aus der Region führen größere Projekte wie Tribünenumbauten, die Renovierung von Kabinen oder den Ausbau der Geschäftsräume des Vereins durch. Regional ansässige Anbieter liefern Materialien wie Beton, Stahl und Holz für bauliche Maßnahmen im Stadion oder auf dem

Vereinsgelände. Entsorgungsunternehmen aus Mainz und Umgebung kümmern sich um die umweltgerechte Beseitigung von Abfällen, die an Spieltagen anfallen, wie Verpackungen, Essensreste und Restmüll. Durch diese breite regionale Verteilung der Aufträge entsteht eine enge wirtschaftliche Verflechtung, die Mainz 05 als bedeutenden wirtschaftlichen Akteur in der Region festigt.

(2) DURCH FANAUSGABEN

Neben den Vorleistungen des Vereins generieren auch die Ausgaben der Zuschauer indirekte wirtschaftliche Effekte. Jeder Spieltag zieht Zehntausende von Besuchern nach Mainz, die nicht nur das Stadion füllen, sondern auch die lokale Wirtschaft beleben. Von zusätzlichen Einnahmen profitieren die Gastronomie, die Hotellerie sowie der Einzelhandel und Kulturangebote wie Museen oder Stadtführungen.

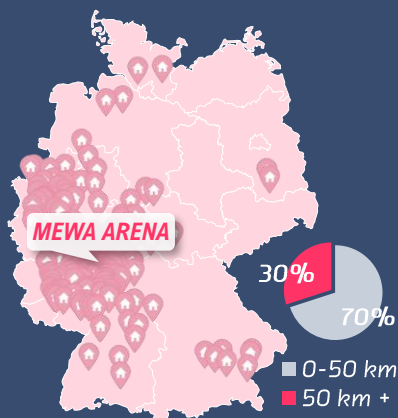
Die Ausgaben der Zuschauer wurden durch Umfragen erfasst, die an fünf Spieltagen zwischen Oktober und Dezember 2024 am Stadion durchgeführt wurden. Die rund 800 erhobenen Antworten liefern Einblicke in das Besuchs- und Ausgabeverhalten der Zuschauer. Die gezielte Auswahl verschiedener Spieltypen erfasst eine möglichst repräsentative Stichprobe der verschiedenen Besuchstypen und bildet eine verlässliche Grundlage zur Schätzung der durchschnittlichen Ausgaben.

Die folgende Übersicht zeigt, wer die Stadionbesucher sind und welche Merkmale ihren Besuch prägen.

Demografie

Die Stadionumfrage zeigt ein Verhältnis von etwa 2:1 zwischen Männern und Frauen. Die Mehrheit der Besucher ist unter 30 Jahre alt, stammt aus dem Umkreis von Mainz und weist vielfältige Bildungs- und Beschäftigungshintergründe auf.

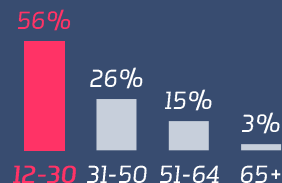
Wohnort



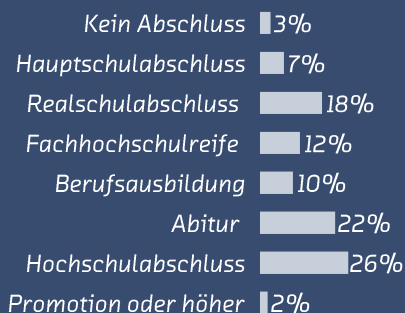
Geschlecht



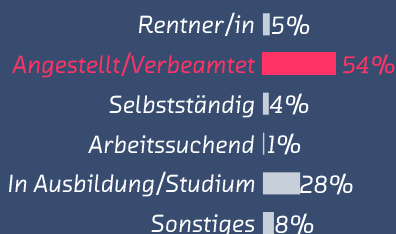
Alter



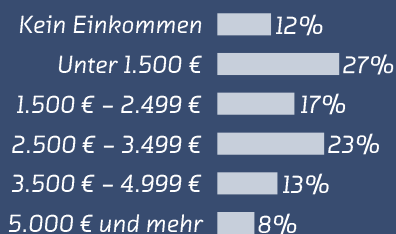
Bildungsabschluss



Beschäftigungsstatus



Netto-Einkommen



Stadionbesuch

Der Stadionbesuch ist überwiegend durch die Fanbindung an eine der Mannschaften motiviert, wobei die Mehrheit der Besucher erwartungsgemäß Mainz-05-Fan ist. Die meisten kommen in Gruppen von drei oder mehr Personen und besuchen regelmäßig Spiele in Mainz – oft mehr als 11-mal pro Saison. Etwa jeder vierte Besucher bringt Kinder mit.

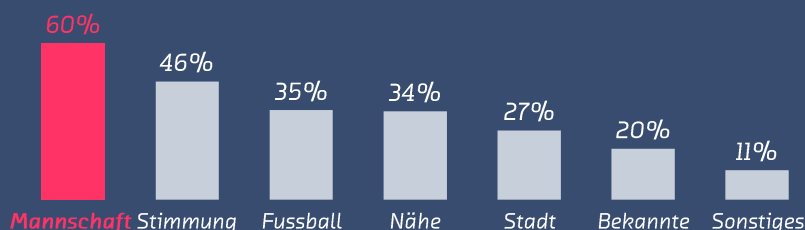
Fantyp

Auswärtsfan Mainz 05 Fan

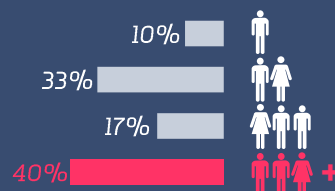


Neutraler Zuschauer
10%

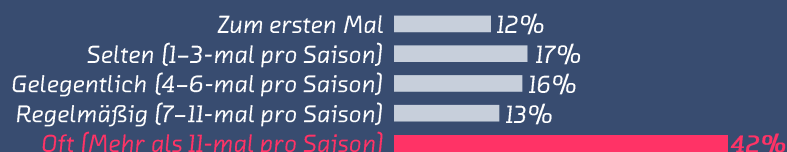
Motivation



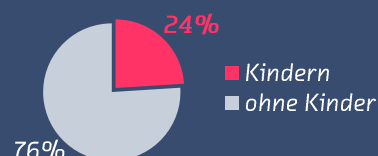
Gruppengröße



Häufigkeit der Besuche von Spielen in Mainz



Besuch mit ...



Der Fokus der Befragung lag auf den Ausgaben in vier zentralen Bereichen: An- und Abreise, Verpflegung, Übernachtung und Freizeit.

Die Datenauswertung zeigt, dass ein Besucher durchschnittlich insgesamt 67,95 € in diesen Bereichen ausgibt.

Im Detail liegen die Ausgaben bei 14,19 € für die Anreise, 3,64 € für die Übernachtung, 30,60 € für die Verpflegung und 19,52 € für sonstige Freizeitausgaben in der Stadt und Umgebung.

Rund 10 % der Besucher übernachten wegen eines Spiels in Mainz oder der Region, wobei ein Großteil privat (und damit kostenfrei) übernachtet. Da nur ein kleiner Teil der Besucher tatsächlich für eine Unterkunft zahlt, fällt der durchschnittliche Übernachtungswert unter allen Stadionbesuchern mit 3,64 € pro Person niedrig aus. Unter denjenigen, die übernachten und für ihre Unterkunft zahlen, betragen die durchschnittlichen Ausgaben pro Person niedrig aus. Unter denjenigen, die übernachten und für ihre Unterkunft zahlen, betragen die durchschnittlichen Ausgaben pro Nacht etwa 100 € pro Person.

In der Saison 2023/24 besuchten über 500.000 Fußballfans die Heimspiele von Mainz 05 in der MEWA ARENA.

Die Gesamtausgaben der Fans belaufen sich auf rund 35,8 Mio. €.*

Ein wesentlicher Teil dieses wirtschaftlichen Effekts geht auf überregional anreisende Fans zurück: 30 % der Besucher kommen aus einer Entfernung von mehr als 50 km nach Mainz. Diese Besucher geben im Schnitt mehr als doppelt so viel aus wie regionale Besucher. Hochgerechnet auf die gesamte Saison entspricht dies 160.000 Menschen, die wegen Mainz 05 in die Region reisen.

Von den Gesamtausgaben der Zuschauer entfallen etwa 28,3 Mio. € auf die regionale Wirtschaft.

Der größte Anteil dieser regionalen Ausgaben entfällt mit 57 % auf Verpflegung, gefolgt von 36 % für Freizeitaktivitäten und 7 % für Übernachtungen – die Gastronomie profitiert somit am stärksten. Ausgaben für die An- und Abreise sind in der regionalen Wertschöpfung zu vernachlässigen, da sie größtenteils außerhalb der Region anfallen. Zudem ist der öffentliche Nahverkehr im Stadionticket enthalten, wodurch zumeist für Fahrten innerhalb der Region keine zusätzlichen Kosten entstehen.

Ein weiterer regionaler wirtschaftlicher Effekt entsteht durch die Ausgaben der Fans innerhalb des Stadions durch das

*Die Ergebnisse wurden zudem inflationsbereinigt, um sie an das Preisniveau der vergangenen Saison anzupassen.

Public Catering. Die Zuschauer generieren hier Einnahmen für die Catering-Unternehmen, die wiederum eine Vielzahl an regionalen Zulieferern einbinden. Ähnlich wie bei der Berechnung der indirekten Effekte durch Vorleistungen wurde auch für die Gesamtheit der Fanausgaben eine Multiplikatorwirkung ermittelt, die die wirtschaftlichen Verflechtungen berücksichtigt.

Dadurch erhöht sich die regionale Wertschöpfung aus den Fanausgaben auf 32,1 Mio. €, während die gesamtwirtschaftliche Wirkung auf 41,2 Mio. € steigt.

Insgesamt erzeugt Mainz 05 indirekte Effekte in Höhe von 100,7 Mio. €, wovon 80,4 Mio. € in der Region Mainz verbleiben.

Der hohe Anteil des regionalen Effekts verdeutlicht, dass zahlreiche Branchen mit dem Spielbetrieb von Mainz 05 verknüpft sind. Dadurch profitieren insbesondere lokale Unternehmen, und die Region wird touristisch belebt.

3.1.3 Induzierte Effekte

Die Gehälter, die an die Spieler und die intern angestellten Mitarbeiter ausgezahlt werden, kehren in Teilen durch Konsum in die Wirtschaft zurück.

Wenn Mitarbeiter ihr Einkommen in der Region ausgeben, sei es durch Lebensmitteleinkäufe oder Freizeit Ausgaben, führt dies zu weiteren Umsätzen in verschiedenen Wirtschaftszweigen und verstärkt den wirtschaftlichen Gesamteffekt. Diese Konsumausgaben wurden anhand der durchschnittlichen Konsumquote sowie jährlichen Personalkosten des Vereins errechnet.

Die durchschnittliche Konsumquote in Deutschland liegt derzeit bei ca. 69%.² Das bedeutet, dass rund zwei Drittel des verfügbaren Einkommens für Konsumzwecke aufgewendet werden, während der verbleibende Teil gespart oder investiert wird. Da Lizenzspieler in der Regel über deutlich höhere Einkommen verfügen als durchschnittliche Arbeitnehmer, wird angenommen, dass ihr sofortiger Konsumanteil geringer ausfällt. Dies basiert auf der Annahme, dass Personen mit hohen Einkommen einen größeren Teil ihres Verdienstes für langfristige Investitionen und Vermögensaufbau verwenden. Zudem ist davon auszugehen, dass ein erheblicher Teil ihres Konsums nicht regional erfolgt. Aus diesem Grund wurden in der regionalen Betrachtung der Wertschöpfung ausschließlich die Konsumausgaben der Verwaltungsangestellten berücksichtigt – nicht jedoch jene der im Bereich Sport beschäftigten.

Entsprechend dieser Annahmen belaufen sich die Konsumausgaben der Beschäftigten von Mainz 05 auf

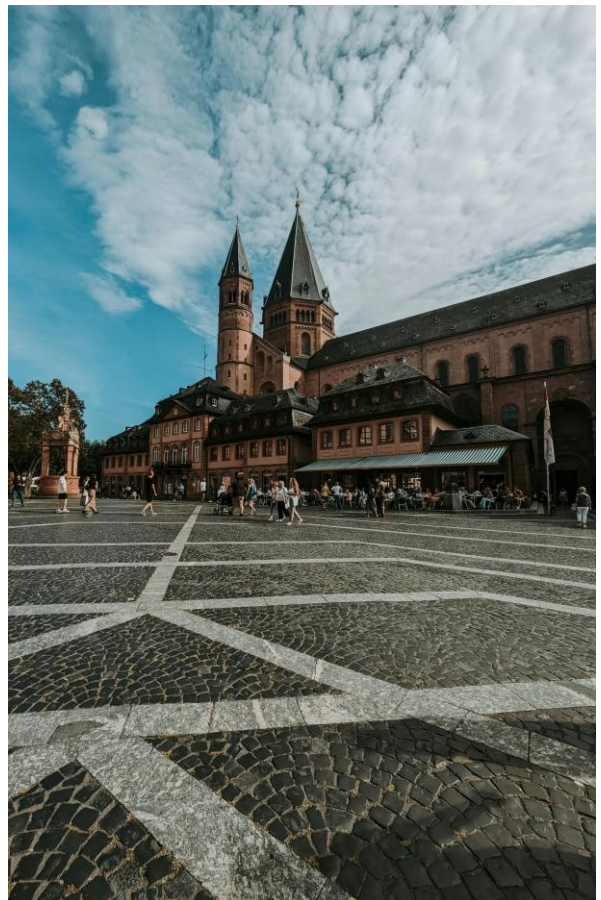
14,19€	An- und Abreise	Ausgaben für Sprit inkl. Parken und Tickets für öffentliche Verkehrsmittel (ohne D-Ticket)	
3,64€	Übernachtung	Ausgaben für Hotels, Pensionen oder AirBnB in und bei Mainz aufgrund des Stadionbesuchs	
30,60€	Verpflegung	Ausgaben für Essen und Trinken außerhalb des Stadionbetriebs in Bars und Restaurants	
19,52€	Freizeit	Ausgaben für sonstige Freizeitaktivitäten in Mainz und Umgebung wie Shopping & Museum	

67,95€ **gibt ein Zuschauer im Schnitt p.P. über den Stadionbesuch hinaus aus**



schätzungsweise 21,9 Mio. € pro Saison. Der rein regionale Effekt beträgt etwa 5,6 Mio. €.

Der Konsumeffekt dieser Personalausgaben führt zu zusätzlicher Beschäftigung und Einkommen, was jedoch in dieser Analyse nicht weiter betrachtet wurde. Dies verdeutlicht jedoch, dass auch die induzierten Effekte zur wirtschaftlichen Entwicklung beitragen.



Infrastrukturinvestitionen als Bestandteil der Wertschöpfung

Über die wertschöpfungsrelevanten Effekte einer Saison hinaus – durch Spielbetrieb, Fan-Ausgaben und Konsum – entstehen zusätzliche ökonomische Impulse durch Infrastrukturinvestitionen, die von Mainz 05 selbst getätigt oder durch den Verein angestoßen wurden und werden. Diese Effekte mit längerem Zeithorizont werden in der vorliegenden Wertschöpfungsanalyse nicht explizit berücksichtigt, ergänzen jedoch das wirtschaftliche Gesamtbild.

Ein zentrales Beispiel ist der Bau der MEWA ARENA, die 2011 eröffnet wurde. Das Gesamtprojektvolumen dieses Projektes lag bei rund 70 Mio. €.³

Zudem hat der Verein in den letzten 20 Jahren ca. 30 Mio. € in den Ausbau des Trainingsgeländes am Bruchwegstadion investiert.* Aktuell ist der Neubau eines Multifunktionsgebäude am Bruchweg für rund 45 Mio. €

geplant, in dem die Funktionalitäten für die Profimannschaft, die Geschäftsstelle und ein Internat für die Nachwuchsförderung untergebracht werden sollen.⁴

Diese Investitionen entfalten zusätzliche ökonomische Effekte und bilden zugleich die Grundlage für aktuelle und zukünftige Mehrwerte – kurzfristig durch Bauaufträge und Beschäftigung, mittelfristig durch verbesserte Infrastruktur für Fans, Mitarbeitende und Nachwuchs sowie langfristig durch Standortbindung, Talentförderung und die allgemeine Stärkung der regionalen Infrastruktur.



3.2 BESCHÄFTIGUNG

Neben den induzierten Beschäftigungseffekten, die durch die wirtschaftliche Aktivität von Mainz 05 in verschiedenen Branchen entstehen, trägt der Verein auch direkt zur regionalen Beschäftigung bei – insbesondere durch die hohe Zahl festangestellter und temporärer Arbeitskräfte. Als personalintensiver Wirtschaftsakteur sichert der Verein nicht nur feste Arbeitsplätze, sondern schafft auch zahlreiche flexible Beschäftigungsmöglichkeiten, die für den regionalen Arbeitsmarkt von Bedeutung sind.

Der 1. FSV Mainz 05 e.V. ist somit nicht nur ein sportliches Aushängeschild der Region, sondern auch ein bedeutender Arbeitgeber. Rund 260 regulär angestellte Mitarbeiter sind in den unterschiedlichsten Bereichen tätig – von Business-to-Consumer (B2C) und Partnermanagement bis hin zu Arenamanagement, Technik, Ordnungsdienst, Trainerstab und dem Nachwuchsleistungszentrum. Ihre Arbeit stellt sicher, dass der Verein professionell agiert und wirtschaftlich erfolgreich bleibt.

An Spieltagen steigt die Zahl der eingesetzten Beschäftigten auf bis zu 2.000 Personen.

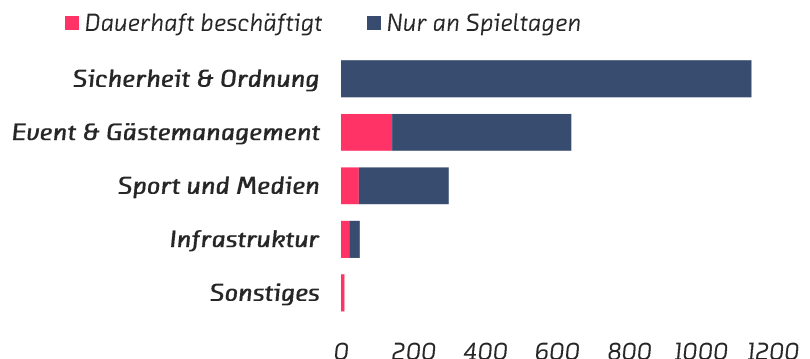
Die Grafik zeigt, auf welche Bereiche sich die Beschäftigten verteilen und ob sie ausschließlich an Spieltagen oder auch dauerhaft für den Verein tätig sind. Zu den dauerhaft Beschäftigten gehören neben den direkt beim Verein Angestellten auch externe Dienstleister, die dauerhaft und über Spieltage hinaus für den Verein im Einsatz sind.

Neben den regulären Mitarbeitern von Mainz 05 sorgen Aushilfen, Ehrenamtliche und externe Dienstleister für einen reibungslosen

Ablauf. Über 100 Hosts und Hostessen betreuen die Hospitality-Bereiche, medizinisches Fachpersonal steht für Notfälle bereit, und öffentliche Einrichtungen wie Polizei, Feuerwehr und Sanitätsdienste tragen zur Sicherheit und Ordnung bei. Fast 30 Beschäftigte betreuen den Shuttlebusdienst für die An- und Abreise der Fans.

Auch über den reinen Spielbetrieb hinaus tragen die Aktivitäten des Vereins zur Beschäftigung bei. Durch soziale und nachhaltige Initiativen sowie das Eventmanagement des Vereins entstehen innovative Konzepte, die die regionale Veranstaltungslandschaft bereichern und das Angebot für die Bevölkerung erweitern. Dadurch werden nicht nur Arbeitsplätze in den unterschiedlichsten Branchen geschaffen, sondern auch die Attraktivität von Mainz als Standort für Sport und Kultur gestärkt.

Aus volkswirtschaftlicher Sicht weist der Verein einen hohen Beschäftigungseffekt auf. Der Betrieb eines Fußballvereins und insbesondere eines Stadions ist personalintensiv, da eine Vielzahl an Arbeitskräften für einen reibungslosen Ablauf erforderlich ist. Darüber hinaus bietet der Verein durch den hohen Bedarf an Dienstleistern auch flexible und temporäre Beschäftigungsmöglichkeiten, die besonders für Studierende und geringfügig Beschäftigte bedeutsam sind.



*Interne Angabe Mainz 05.

3.3 STEUEREINNAHMEN

Als wirtschaftlich aktiver Verein entrichtet Mainz 05 die Gewerbesteuer, die direkt in die Kasse der Stadt Mainz fließt. Diese Mittel tragen zur Finanzierung kommunaler Aufgaben bei und stärken die lokale Wirtschaft. Für jedes verkaufte Ticket oder jeden Fanartikel wird zudem Umsatzsteuer erhoben, die zur Finanzierung öffentlicher Aufgaben beiträgt. Zusätzlich fließt ein erheblicher Teil der Personalkosten in die Sozialversicherungssysteme. Beiträge zur Kranken-, Renten- und Arbeitslosenversicherung stärken das soziale Sicherungssystem und fördern die langfristige wirtschaftliche und soziale Stabilität der Region.

Nach Angaben von Mainz 05 belaufen sich die Steuer- und Sozialabgaben auf über 42 Mio. € pro Jahr.

Zum Vergleich: Die durchschnittlichen Gesamtausgaben einer Kommune in Rheinland-Pfalz liegen bei etwa 8,1 Mio. € pro Jahr.⁵ Somit übersteigen die jährlichen Abgaben von Mainz 05 den durchschnittlichen Haushalt einer rheinland-pfälzischen Kommune um das Fünffache.

Mainz 05 leistet mit Steuerzahlungen und Abgaben einen Beitrag zum öffentlichen Haushalt. Diese Einnahmen könnten Investitionen in den Ausbau und die Modernisierung von Straßen, öffentlichen Verkehrsmitteln, Sportstätten und anderen städtischen Projekten finanzieren, die sowohl der Bevölkerung als auch dem Vereinsumfeld zugutekommen würden.

Darüber hinaus entstehen auch durch indirekte Effekte, also z.B. Ausgaben der Fans für An- und Abreise, sowie im Stadion oder in der Stadt zu Umsatzsteuereinnahmen. Diese resultieren jedoch nicht aus Einnahmen des Vereins Mainz 05, sondern fällt bei externen Unternehmen an, für die keine detaillierten Daten vorliegen. Die erhobene Umsatzsteuer aus Fanausgaben wird zudem nicht ausschließlich der Stadt Mainz oder der Region zugeordnet, sondern über verschiedene Ebenen (Bund, Länder, Kommunen) verteilt. Eine direkte Zuordnung zum regionalen Steueraufkommen wäre daher methodisch nicht belastbar, weshalb diese Posten in der Kalkulation vernachlässigt werden.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Vereins spiegelt sich also auch in den erzielten Steuereinnahmen wider. Zwar sind diese Mittel nicht zweckgebunden, doch sie schaffen finanziellen Spielraum für zukunftsorientierte Investitionen in der Stadt und Region. Zur Veranschaulichung des erforderlichen Finanzbedarfs dient das Beispiel der Investitionen in den öffentlichen Nahverkehr der Stadt Mainz: Seit Ende 2022 sind in Mainz 23 E-Busse eingesetzt, die Kosten von 23 Mio. € wurden von der Stadt Mainz mit 10 Mio. € unterstützt.⁶ Insgesamt sollen in den nächsten vier Jahren (Stand 2023) Investitionen in das Straßenbahnnetz in Höhe von etwa 40 Mio. € getätigt werden.⁷ Dies verdeutlicht den finanziellen Aufwand, der für die Weiterentwicklung der städtischen Infrastruktur und die Lebensqualität in der Region erforderlich ist. Der durch Mainz 05 generierte wirtschaftliche Beitrag unterstützt die Realisierung vergleichbarer Projekte und stärkt langfristige Innovationen in der Stadt.



4 Außenwirkung

Die Außenwirkung wird maßgeblich durch zwei Faktoren bestimmt: Image und Reichweite. Ein positives Image stärkt die Attraktivität für Fans, Sponsoren und politische Entscheidungsträger, während eine hohe Reichweite die Sichtbarkeit erhöht und neue Zielgruppen erschließt. Beides wirkt dabei auch wechselseitig aufeinander.

Die ökonomische Analyse hat gezeigt, welche Rolle Mainz 05 als Wirtschaftsfaktor für die Region spielt – etwa durch direkte Wertschöpfung, Beschäftigungseffekte und tourismusbezogene Impulse. Doch wirtschaftlicher Erfolg entsteht nicht in einem Vakuum. Er ist eng mit der Außenwirkung eines Vereins verbunden – mit der Art und Weise, wie er wahrgenommen wird und wie sichtbar er in der Gesellschaft ist.

Dieses Kapitel beleuchtet, wie sich die Außenwirkung von Mainz 05 zusammensetzt und welche Bedeutung Image und Reichweite für die Sichtbarkeit und Attraktivität der Stadt Mainz hat.

4.1 IMAGE UND WAHRNEHMUNG

Die Außenwirkung eines Vereins wird wesentlich durch sein Image geprägt. Es spiegelt wider, welche Einstellung die Bevölkerung dem Verein gegenüber einnimmt – und was sich im Zusammenspiel von sportlicher Leistung, medialer Präsenz, gesellschaftlichem Engagement und Kommunikation langfristig in der gesellschaftlichen Wahrnehmung verankert. Ein positives Image stärkt nicht nur die Zuschauerbindung, sondern überträgt sich auch auf das Umfeld – zum Vorteil von Partnern, Sponsoren und der Stadt.

Auf Basis von zwei Online-Umfragen wurde die Wahrnehmung des Vereins in der Gesellschaft erfasst. Sie beleuchten das Image von Mainz 05 aus nationaler und regionaler Perspektive.

Da es sich um zwei getrennte und unabhängig voneinander durchgeführte Erhebungen handelt, wird im Folgenden zwischen der „nationalen“ und der „regionalen“ Umfrage unterschieden. Aufgrund der unterschiedlichen geografischen Ausrichtung wurden die Fragestellungen thematisch angepasst: Die regionale Umfrage untersucht detailliert die Wahrnehmung von Mainz 05 und seine Bedeutung für die Region. Die nationale Umfrage hingegen betrachtet den Verein in einem übergeordneten Kontext und bezieht allgemeinere Fragen zum Profifußball ein. Zwar ist die Region um Mainz in beiden Umfragen enthalten, in der nationalen Erhebung spielt sie jedoch eine untergeordnete Rolle, da die Stichprobe gleichmäßig über ganz Deutschland verteilt ist.

ALLGEMEINE WAHRNEHMUNG IN DER BEVÖLKERUNG

Die Ergebnisse zeigen, dass Mainz 05 eine hohe Bekanntheit genießt.

Über die Online-Umfragen



Je knapp 1.000 Teilnehmer (16+)



Abbildung eines repräsentativen Querschnittes der Gesellschaft nach Wohnort, Alter und Geschlecht

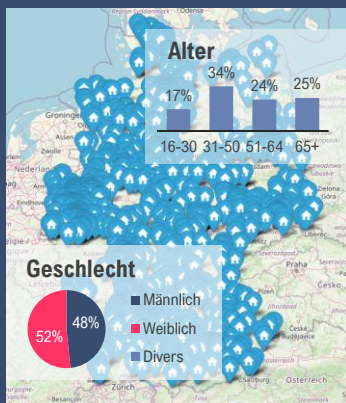


Datenerhebung von Ende November bis Dezember 2024

Nicht nur Fußballfans!

1 Umfrage National

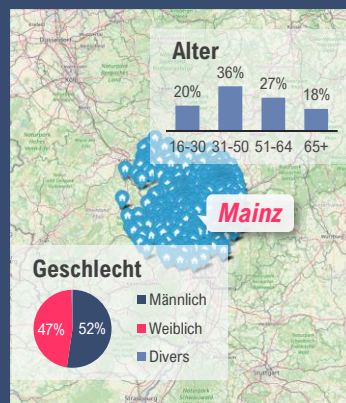
Wahrnehmung von Mainz 05 im gesamten Bundesgebiet



⊕ Erwartungen an Profifußballvereine im Allgemeinen

2 Umfrage Regional

Wahrnehmung von Mainz 05 im Umkreis von 50 km um Mainz



⊕ Beitrag zur regionalen Identität und zum Gemeinschaftsgefühl

Ergebnisse aus den Online-Befragungen

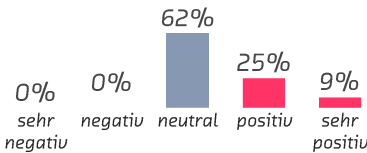


National

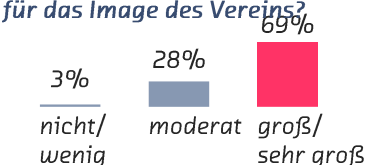


■ Ist Mainz 05 nicht bekannt
■ Ist Mainz 05 bekannt

Welchen Eindruck haben Sie vom Verein?



Wie wichtig ist eine friedlich und respektvolle Fangemeinschaft für das Image des Vereins?

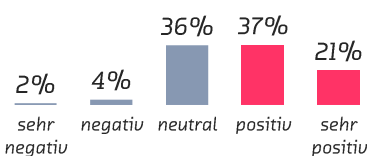


Regional

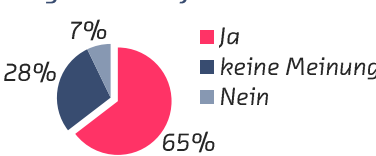


■ Ist Mainz 05 nicht bekannt
■ Ist Mainz 05 bekannt

Welchen Eindruck haben Sie vom Verein?



Denken Sie, Mainz 05 hat eine friedliche und respektvolle Fangemeinschaft?



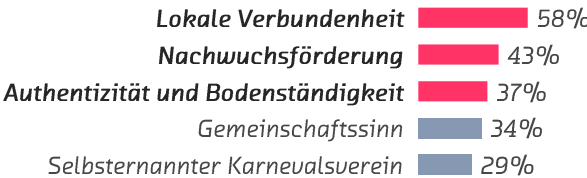
Schätzungsweise zwei von drei Menschen in Deutschland kennen den Verein. In der Region ist Mainz 05 sogar allen Befragten bekannt und 42 % haben bereits ein Spiel in Mainz besucht. Das unterstreicht die starke regionale Präsenz des Vereins und macht deutlich, dass die Hürden für eine aktive Teilnahme niedrig sind – sei es durch einfache Erreichbarkeit, attraktive Angebote oder Identifikation mit dem Verein.

Gleichzeitig gibt es auf nationaler Ebene kaum Kritik. Weniger als 1 % der national befragten Personen nehmen Mainz 05 negativ wahr. Dies spricht für eine breite Akzeptanz und ein überwiegend positives Image. Ein wichtiger Einflussfaktor für das positive Bild ist die friedliche und respektvolle Fangemeinschaft, die wesentlich zur Wahrnehmung des Vereins beiträgt. Dass Mainz 05 im Vergleich zu anderen Bundesligavereinen nur selten für Fanausschreitungen oder sicherheitsrelevante Vorfälle sanktioniert wurde, untermauert dieses Bild zusätzlich.⁸



Regional

Welche Aspekte / Werte verbinden Sie mit dem Verein?*



Sowohl national als auch regional verbinden die Befragten den Verein im Kern mit ähnlichen Werten – allen voran Bodenständigkeit und Heimatverbundenheit. In der Region ist Mainz 05 erwartungsgemäß bekannter, doch diese größere Nähe führt nicht zu mehr Kritik oder Polarisierung. Im Gegenteil: Der Verein wird dort insgesamt positiver wahrgenommen, emotionaler bewertet und deutlich stärker

mit seinen Werten assoziiert als auf nationaler Ebene, wo die Sichtweise distanzierter bleibt.

Die weiterführende Wahrnehmungsanalyse zeigt, dass die Wirkung von Mainz 05 weit über den sportlichen Bereich hinausreicht und eine zentrale Bedeutung für Stadt und Region hat. Im Mittelpunkt stehen drei Funktionen: der Verein als regionales Bindeglied, als gesellschaftlicher Verantwortungsträger und als Impulsgeber für Tourismus und Attraktivität.

(1) MAINZ 05 ALS REGIONALES BINDEGLIED UND IDENTITÄTSSTIFTER

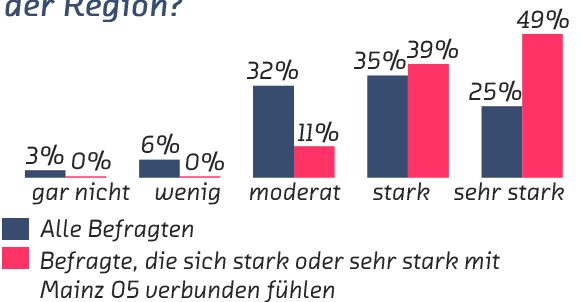
Die Umfrageergebnisse zeigen deutlich, dass Mainz 05 eine verbindende Rolle in der Region einnimmt. 48 Prozent der regional Befragten nehmen durch den Verein eine wesentliche Stärkung des Gemeinschaftsgefühls wahr, weitere 42 Prozent eine mittlere.

Auffällig ist zudem der Zusammenhang zwischen Vereinsbindung und Heimatverbundenheit: Wer sich Mainz 05 nah fühlt, empfindet tendenziell auch eine stärkere Verwurzelung in der Region. Zwischen der Identifikation mit dem Verein und dem Zugehörigkeitsgefühl zur Region besteht eine klare Korrelation.



Regional

Wie stark identifizieren Sie sich mit der Region?



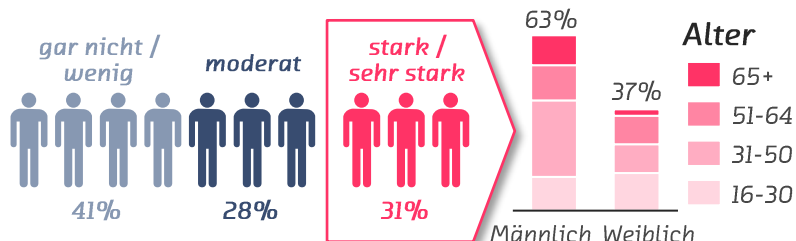
*Mehrfachnennung möglich

Die Korrelation zeigt, dass Mainz 05 mit der regionalen Identifikation verknüpft ist. Eine eindeutige Richtung des Zusammenhangs lässt sich daraus jedoch nicht ableiten. Möglich ist, dass die emotionale Bindung an den Verein die regionale Verbundenheit stärkt – oder umgekehrt, dass ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zur Region die Nähe zu Mainz 05 begünstigt. Denkbar ist auch, dass beide Aspekte auf gemeinsame, bislang nicht berücksichtigte Einflussfaktoren zurückgehen.



Regional

Wie fühlen Sie sich persönlich mit dem Verein Mainz 05 verbunden?



Insgesamt zeigt sich jedoch, dass die persönliche Bindung an Mainz 05 innerhalb der Region unterschiedlich stark ausgeprägt ist. Vermutlich spielt dabei das individuelle Interesse am Fußball eine zentrale Rolle. Gleichzeitig wird deutlich, dass sich die Identifikation mit dem Verein nicht auf eine bestimmte Alters- oder Bevölkerungsgruppe beschränkt. Männer und Frauen verschiedener Generationen fühlen sich persönlich stark mit Mainz 05 verbunden – ein Hinweis auf die breite gesellschaftliche Verankerung des Vereins.

Mainz 05 stärkt das Gemeinschaftsgefühl, steht in engem Zusammenhang mit Heimatverbundenheit und verbindet Menschen über soziale Gruppen hinweg. In dieser Funktion wirkt der Verein als verbindende Kraft innerhalb der Region.

[2] MAINZ 05 ALS GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORT-UNGSTRÄGER

Von Profifußballvereinen wird zunehmend erwartet, über den sportlichen Wettbewerb hinaus Verantwortung zu übernehmen. Die nationale Umfrage bestätigt diesen Trend. 70% der national Befragten wünschen sich stärkeres Engagement von Vereinen in nachhaltigen Projekten. Engagement wird dabei nicht nur eingefordert, sondern auch als imagefördernd wahrgenommen – insbesondere in den Bereichen Nachwuchsförderung, soziale Verantwortung und Fankultur.

Als gesellschaftliche Akteure mit großer Reichweite sprechen Fußballvereine Menschen verschiedenster Herkunft und Generationen an, prägen Einstellungen und bieten Identifikationsmöglichkeiten – insbesondere für junge Menschen. Umso wichtiger ist es, dass sie Haltung zeigen und gesellschaftlich wünschenswerte Werte vertreten.

Als gesellschaftliche Akteure mit großer Reichweite sprechen Fußballvereine Menschen verschiedenster Herkunft und Generationen an, prägen Einstellungen und bieten Identifikationsmöglichkeiten – insbesondere für junge Menschen. Umso wichtiger ist es, dass sie Haltung zeigen und gesellschaftlich wünschenswerte Werte vertreten.

Die Analyse zeigt, dass die von Mainz 05 vertretenen Werte nicht nur im Leitbild verankert sind, sondern sich auch in der öffentlichen Wahrnehmung des Vereins widerspiegeln. Besonders in der Region werden neben Bodenständigkeit, Gemeinschaftssinn und Heimatverbundenheit auch Authentizität, Fanengagement und insbesondere die Nachwuchsförderung stark mit dem Verein in Verbindung gebracht. Auch die Fangemeinschaft verkörpert diese Werte: Sie wird als friedlich, respektvoll und nahbar wahrgenommen und gilt als wichtiger Mitgestalter des Vereinsimages.

Diese Wertewahrnehmung ist eng mit dem sozialen und ökologischen Engagement des Vereins verknüpft, das Mainz 05 insbesondere in der Region in vielfältiger Weise umsetzt. Das Bewusstsein für die einzelnen Initiativen ist jedoch noch ausbaufähig. Eine stärkere Einbindung im lokalen Umfeld könnten sie noch stärker in den Vordergrund rücken.

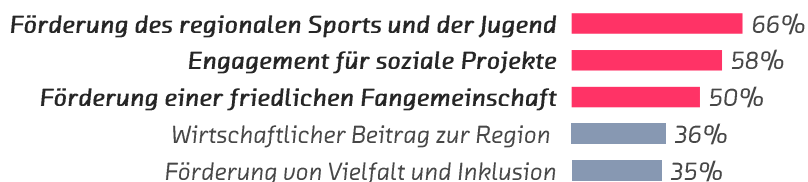
Durch seine klare Werteorientierung und sein breit angelegtes gesellschaftliches Engagement übernimmt Mainz 05 glaubwürdig die Rolle eines gesellschaftlichen Verantwortungsträgers. Daraus ergibt sich ein nachhaltig positiv besetzter Imagewert von dem auch Stadt, Partner oder Sponsoren profitiert.

[3] MAINZ 05 ALS IMPULSGEBER FÜR TOURISMUS UND STANDORTATTRAKTIVITÄT



National

Welche Maßnahmen tragen am meisten zur Imageverbesserung eines Profifußballvereins bei?*



Neben seiner Rolle als regionales Bindeglied und gesellschaftlicher Verantwortungsträger stärkt Mainz 05 auch die Anziehungskraft von Stadt und Region – als Werbe- und Imageträger, Tourismusmagnet und Freizeitangebot. Sowohl regional als auch national sieht knapp die Hälfte der Befragten in Mainz 05 einen maßgeblichen Beitrag zur Attraktivität der Region.

Das wirtschaftliche Potenzial für den lokalen Tourismus, das sich daraus

*Mehrfachnennung möglich

Nachhaltigkeit und soziales Engagement beim Mainz 05

Seit der Saison 2023/24 sind die Vereine der ersten und zweiten Bundesliga im Rahmen des Lizenzierungsverfahrens verpflichtet, eine Nachhaltigkeitsstrategie nachzuweisen. Diese muss die Bereiche Clubführung und -organisation, Umwelt und Ressourcen sowie Anspruchsgruppen abdecken.⁹ Dazu gehören unter anderem die Erfassung von Treibhausgasemissionen, jährliche Messungen des Wasser- und Energieverbrauch sowie eine Mobilitäts- und Verkehrsanalyse.

Mainz 05 erfüllt diese Nachhaltigkeitskriterien der Lizenzierungsordnung der Deutschen Fußball Liga nicht nur, sondern geht sogar darüber hinaus:

Nachhaltigkeit ist für Mainz 05 nicht nur ein Ziel, sondern ein zentraler Orientierungspunkt in allen Prozessen, Leistungen und Beziehungen. Der Verein hat sich verpflichtet, bei Entscheidungen nicht nur sportliche und wirtschaftliche Aspekte zu berücksichtigen, sondern auch soziale und ökologische Auswirkungen bewusst mit einzubeziehen.¹⁰

UMWELT UND NACHHALTIGKEIT

Im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit engagiert sich Mainz 05 unter anderem durch eine energieeffiziente Stadionbewirtschaftung und die Förderung von Klimaschutzprojekten. Ziel ist es, die ökologischen Auswirkungen des Vereins zu minimieren und langfristig einen positiven Beitrag zur Umwelt zu leisten. Seit 2010 verfolgt der Verein gemeinsam mit dem Partnerunternehmen ENTEGA die "Mission Klimaverteidiger". Das Projekt umfasst die Umstellung auf Ökostrom, die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks, die Identifikation von Einsparpotenzialen und die Kompensation unvermeidbarer Emissionen durch den Kauf von Zertifikaten für Klimaschutzprojekte.

GESUNDHEIT, BILDUNG UND BEWEGUNG

Auch im Bereich Gesundheit, Bildung & Bewegung engagiert sich Mainz 05, besonders durch das Projekt "Mainz 05 bewegt". Dieses Programm zielt darauf ab, Kinder und Jugendliche frühzeitig für einen aktiven Lebensstil zu

sensibilisieren. Mit Bewegungsangeboten in Schulen und Kitas trägt der Verein dazu bei, Gesundheit und körperliche Fitness in der Region zu fördern.

GESELLSCHAFT, SOLIDARITÄT UND INTEGRATION

Im Bereich Gesellschaft, Solidarität & Integration ist der karitative Verein "Mainz 05 hilft e.V. ein zentraler Baustein. Seit seiner Gründung 2010 unterstützt der "Verein Bedürftige in der Region mit unbürokratischer Hilfe. Mit über einer Million Euro an gesammelten Spenden konnten zahlreiche soziale Projekte gefördert werden, darunter Hilfen für chronisch Kranke, Demenzerkrankte und Obdachlose.

Das Engagement von Mainz 05 geht jedoch über diese Beispiele hinaus. Der Verein beteiligt sich an zahlreichen weiteren Initiativen.

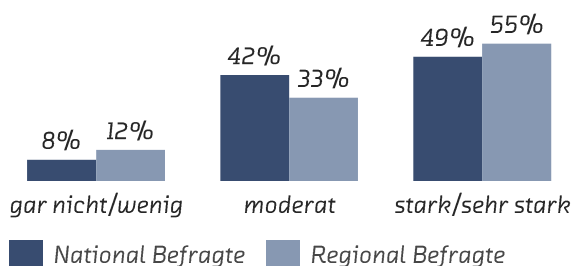
Das Leitbild von Mainz 05 ist geprägt von **Fairness, Respekt und Vielfalt**. Werte wie Chancengleichheit und Antidiskriminierung, beispielsweise im Rahmen von „Kein Platz für Rassismus“, sind dabei fest in der Vereinsidentität verankert.¹¹

Der Verein stellt sich in seinem Engagement breit auf, leitet strategische Handlungsfelder aus seiner Kernkompetenz und seinen Grundwerten ab und übernimmt insbesondere in der Region aktiv Verantwortung.



ergibt, ist erheblich. 9 % der national Befragten gaben an, dass sie sich wahrscheinlich oder sogar sehr wahrscheinlich eine Reise nach Mainz wegen eines Spiels vorstellen können. Hochgerechnet auf die deutsche Bevölkerung ab 16 Jahren entspricht das 6,6 Mio. potenziellen Besuchern, die bereit wären, für den Fußball in die Region zu kommen.

Denken Sie, dass der Mainz 05 zur Attraktivität der Region beiträgt?



National

Knapp jeder 10te würden wegen eines Spiels des Mainz 05 ein Besuch der Stadt Mainz in Betracht ziehen



Zusätzliche Wertschöpfung

702,3 Mio. €

davon 471,5 Mio. € regional

Das Interesse ist vorhanden – nun gilt es, dieses Potenzial auch tatsächlich zu nutzen. Gelingt es, mehr Menschen von außerhalb der Region für Stadionbesuche und damit verbundene Ausgaben in Mainz zu begeistern, könnten daraus erhebliche zusätzliche wirtschaftliche Effekte

entstehen, insbesondere für Gastronomie, Hotellerie und Freizeitwirtschaft. Um dieses Potenzial jedoch voll auszuschöpfen, ist auch die Stadt selbst gefragt. Die Strahlkraft von Mainz 05 allein reicht nicht aus. Es braucht gezielte Maßnahmen, um zusätzliche Gäste anzuziehen und deren Aufenthalt vor Ort attraktiv zu gestalten.

Die Umfragen belegen, dass Mainz 05 spürbar zur Attraktivität der Region beiträgt, das Freizeitangebot erweitert und den Sport vor Ort fördert: Zentrale Standortfaktoren, die weit über den Fußball hinausreichen. Denn auch diese Faktoren können wesentlich zur wirtschaftlichen Entwicklung einer Region beitragen, insbesondere im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte. Carlino & Saiz (2019) zeigen, dass Städte mit hoher Lebensqualität – etwa durch kulturelle und sportliche Angebote – schneller wachsen und überdurchschnittlich viele Fachkräfte anziehen.¹² Laut Institut für Beschäftigung und Employability (2022) bleiben Young Professionals tendenziell nur dann in ihrer Heimatregion, wenn sie diese als attraktiv empfinden.¹³ Standortqualität ist damit ein entscheidender Faktor für regionale Fachkräftebindung. Und wie Arntz et al. (2021) belegen, sind viele Beschäftigte bereit, auf bis zu 8 % ihres Gehalts zu verzichten, wenn die Standortqualität stimmt.¹⁴ Ein klarer Vorteil für Regionen mit hoher Lebens- und Freizeitqualität, wie sie Mainz 05 mitgestaltet.

4.2 REICHWEITE UND MEDIENWIRKUNG

Im vorherigen Kapitel wurde untersucht, wie Mainz 05 von der Gesellschaft wahrgenommen wird – basierend auf den subjektiven Einschätzungen der Befragten. Diese Perspektive wird nun um eine objektive Betrachtung der Reichweite und Medienwirkung des Vereins ergänzt.

Die Reichweite eines Vereins ist ein zentraler Faktor für seine Außenwirkung. Sie bestimmt, wie häufig und in welchem Kontext Mainz 05 in der Öffentlichkeit präsent ist – und prägt damit nicht nur die Bekanntheit des Vereins, sondern auch die der Stadt Mainz. Diese Präsenz macht den Verein zu einem attraktiven Umfeld für Partner und Sponsoren, die von der öffentlichen Aufmerksamkeit profitieren. Mainz 05 erzeugt dadurch einen Werbewert, der lokal wie überregional wirkt. Ohne den Verein und seine Bundesliga-Zugehörigkeit wäre eine solche Strahlkraft nur mit erheblichem finanziellem Aufwand zu erreichen.

Um die verschiedenen Dimensionen der Reichweite von Mainz 05 zu erfassen, werden drei zentrale Bereiche betrachtet: Spiele & Berichterstattung, Soziale Medien sowie Merchandising & sonstige Reichweitenfaktoren. Sie umfassen die Präsenz des Vereins in den klassischen Medien und im Stadion, die gezielte Kommunikation über eigene Kanäle sowie allen weiteren Formen der Alltagspräsenz – von Fanartikeln bis hin zu Veranstaltungen und sozialem Engagement.

4.2.1 Spiele und Berichterstattung

[1] REICHWEITE VOR ORT

Die Reichweite von Mainz 05 zeigt sich vor allem in den Zuschauerzahlen der Heimspiele in der MEWA ARENA. Mit einer Kapazität von 33.305 Plätzen zählt die MEWA ARENA zu den mittelgroßen Stadien der Bundesliga und ist gut ausgelastet:

In der Saison 2023/24 besuchten durchschnittlich 30.200 Zuschauer pro Spiel das Stadion, was einer Auslastung von 91 % entspricht.

Über die gesamte Saison hinweg kamen 513.398 Zuschauer zu den Heimspielen. Insgesamt blieben die Besucherzahlen in den vergangenen Jahren stabil, erholten sich schnell von der Pandemie und zeigen im Moment eine leichte Aufwärtstendenz.

Ein wesentlicher Faktor für die stabile Stadionausslastung ist die Mischung aus Dauerkarteninhabern und flexiblen Tagesbesuchern. In der Saison 2023/24 wurden insgesamt knapp 260.000 Plätze durch Dauerkarteninhaber belegt, 51 % der gesamten Zuschauerzahl. Besonders in den Stehplatzbereichen (38 % aller Dauerkarten) zeigt sich die starke Fanbindung. Gleichzeitig bleibt Mainz 05 auch für Gelegenheitsbesucher attraktiv und sorgt durch den Verkauf von durchschnittlich 15.700 Tageskarten pro Spiel für eine offene und zugängliche Stadionkultur. 5,6 % der Ticketverkäufe entfielen auf Sponsoren- und VIP-Kategorien. Diese Zuschauergruppe leistet einen Beitrag zur Finanzierung des Vereins und unterstreicht die Funktion von Mainz 05 als Plattform für wirtschaftliche Netzwerke in der Region.



**REGIONALES
BINDEGLIED UND
IDENTITÄTSSTIFTER**



**GESELLSCHAFTLICHER
VERANTWORTUNGS-
TRÄGER**



**IMPLUSGEBER FÜR
TOURISMUS UND
STANDORTATTRAKTIVITÄT**





Neben dem Fernsehen spielt auch das Radio eine bedeutende Rolle für die Wahrnehmung des Vereins. Gerade im Sport hat das Medium weiterhin einen hohen Stellenwert, da es Fußballfans ermöglicht, nicht nur die Spiele unterwegs oder ohne Bildübertragung zu verfolgen, sondern auch stets informiert zu bleiben. Die ARD-Bundesligakonferenz zählt zu den meistgehörten Sportsendungen im deutschen Radio und erreicht bundesweit etwa 7 Mio. Hörer pro Sendung.¹⁶ Zusätzlich greifen regionale Sender wie SWR1 Rheinland-Pfalz mit 675.000 und SWR4 Rheinland-Pfalz mit 432.000 täglichen Hörern regelmäßig Themen rund um Mainz 05 auf.¹⁸ Auch

(2) REICHWEITE IN KLASSISCHEN MEDIEN

Die mediale Präsenz von Mainz 05 erstreckt sich über verschiedene Kanäle und vervielfacht die Sichtbarkeit des Vereins weit über die Stadionbesucher hinaus, insbesondere durch die TV-Übertragungen der Spiele.

Während durchschnittlich 30.200 Fans die Heimspiele in der MEWA ARENA besuchen, verfolgen im Fernsehen rund 243.000 Menschen die Partien live.¹⁵

Damit erreicht ein Mainz 05-Bundesliga-Spiel im Schnitt das 8-fache der Stadionbesucher durch die TV-Übertragungen.

Noch größer wird die Reichweite durch Highlight-Sendungen: Die großen Bundesliga-Formate ARD-Sportschau und das ZDF-Sportstudio erreichen zusammen 5,66 Mio. Zuschauer pro Ausgabe.^{16,17} Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere TV-Formate, die regelmäßig über die Bundesliga berichten, darunter regionale Sportsendungen wie SWR Sport, Bundesliga-Diskussionsrunden wie der Sport1-Doppelpass oder verschiedene Analyse- und Talk-Formate im Pay-TV.

Das international tätige Marktforschungsunternehmen Nielsen hat im Auftrag von Infront Sports und Mainz 05 eine TV-Reichweitenanalyse zur Saison 2023/24 durchgeführt.

Demnach liegt die kumulierte TV-Reichweite der medialen Berichterstattung über den Verein bei mehr als 800 Mio. Kontakten.

Dabei wurden die Reichweiten sämtlicher relevanter TV-Formate addiert – ein Zuschauer, der mehrere Sendungen mit Mainz-05-Bezug sieht, wird entsprechend mehrfach gezählt.

wenn diese Zahlen das gesamte Programm umfassen, sorgen Sportsegmente mit Berichten, Analysen und Interviews dafür, dass der Verein über die TV-Übertragungen hinaus medial präsent bleibt und eine breite Zuhörerschaft insbesondere in der Region erreicht.

Die Berichterstattung über den Verein spiegelt sich ebenso in Printmedien wider. Die größte Tageszeitung der Region, die Allgemeine Zeitung Mainz, hat eine Verkaufsauflage von rund 32.600 Exemplaren und veröffentlicht regelmäßig Berichte über Mainz 05.¹⁹ Auch überregionale Medien wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung und die Süddeutsche Zeitung greifen durch die Bundesliga-Präsenz des Vereins immer wieder Themen rund um den Verein auf. Laut der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse erreichen überregionale Abonnementzeitungen täglich rund 3,8 Mio. Leser, wodurch die Berichterstattung über Mainz 05 auch außerhalb der direkten Umgebung eine breite Printleserschaft findet.²⁰

Die Online-Berichterstattung ergänzt die klassischen Medien durch eine schnellere und interaktive Informationsverbreitung. Websites wie kicker.de, transfermarkt.de und bild.de veröffentlichen regelmäßig Artikel über Mainz 05, darunter Spielberichte, Analysen und Transfermeldungen. Diese Plattformen haben eine enorme Reichweite: kicker.de wird monatlich von rund 9 Mio. verschiedenen Personen besucht, während transfermarkt.de in Deutschland etwa 4 Mio. Menschen pro Monat erreicht.^{21,22} Da viele dieser Berichte zusätzlich über soziale Medien geteilt werden, entstehen weitere Berührungspunkte, die die Sichtbarkeit des Vereins zusätzlich erhöhen.

Diese Zahlen verdeutlichen, dass die mediale Reichweite von Mainz 05 die Anzahl der Stadionbesucher bei Weitem übertrifft. Besonders die TV-Übertragungen vervielfachen die Zuschauerzahl, während Radio, Print- und Online-Berichterstattung eine konstante Präsenz des Vereins in der öffentlichen Wahrnehmung gewährleisten und seine Sichtbarkeit insbesondere auf nationaler Ebene erheblich steigern.

4.2.3 Soziale Medien

Soziale Medien sind heute ein zentraler Bestandteil der Vereinskommunikation und tragen wesentlich zur medialen Präsenz von Fußballclubs bei. Sie ermöglichen es Mainz 05, unabhängig von klassischen Medienkanälen eine direkte Verbindung zu den Fans aufzubauen und die eigene Sichtbarkeit über regionale Grenzen hinaus zu steigern. Dabei spielt nicht nur die Anzahl der Follower eine Rolle, sondern vor allem die Impressionen und die Anzahl der Nutzer, die die Beiträge tatsächlich erreichen.

Mit über 633.700 Followern hat TikTok sich zu einer der wichtigsten Plattformen für Mainz 05 entwickelt, insbesondere zur Ansprache junger Zielgruppen. Die Kurzvideos des Vereins erzielen aktuell 2,78 Mio. Impressionen pro Monat. Das ist die Summe aller Aufrufe der Beiträge. Die monatliche Reichweite liegt bei 2,74 Mio. Nutzern. Das sind die einzelnen Personen, die einen Beitrag des Vereins sehen. Erfolgreiche Beiträge erzielen durch hohe Interaktionsraten, sei es durch Likes, Kommentare, das Teilen von Beiträgen oder das Speichern von Inhalten, eine besonders weite Verbreitung.

Instagram spielt eine zentrale Rolle für die visuelle Präsentation und die direkte Interaktion mit der Community. Mit 305.000 Followern hat Mainz 05 hier zwar eine kleinere unmittelbare Community, erzielt jedoch mit 22,2 Mio. Impressionen die höchste Anzahl an Sichtkontakten pro Monat. Die Reichweite liegt bei 3,7 Mio. Nutzern, was die starke Präsenz des Vereins auf der Plattform unterstreicht.

Auch auf Facebook ist Mainz 05 weiterhin mit 442.000 Followern präsent. Der Verein erzielt auf der Plattform derzeit 10,5 Millionen Impressionen und insgesamt 2,9 Millionen Nutzern pro Monat.

Mit 26.900 Abonnenten auf Youtube hat Mainz 05 hier seine kleinste Social-Media-Community. Dennoch werden hier beachtliche 2,27 Millionen Impressionen pro Monat erzielt, die insgesamt 644.600 Nutzer erreichen. Dies zeigt, dass die Inhalte über die Abonnenten hinaus eine breite Sichtbarkeit generieren und von einem Vielfachen an Nutzern konsumiert werden.

Insgesamt zeigt sich, dass der Verein eine starke digitale Präsenz hat: rund 38 Mio. Impressionen und einer Reichweite fast 10 Mio. Nutzern pro Monat.

Während TV-Berichterstattung und Printmedien die öffentliche Wahrnehmung prägen, bieten soziale Netzwerke eine direkte, interaktive Verbindung zur breiten Öffentlichkeit. Mit über 1,4 Mio. Followern hat sich Mainz 05 eine große digitale Community aufgebaut, die kontinuierlich wächst und den Verein weit über das Stadion hinaus nahbar macht.

4.2.3 Merchandising und Sonstiges

Neben der medialen Präsenz trägt auch das Merchandising zur Sichtbarkeit von Mainz 05 im Alltag bei. Fanartikel wie Trikots, Schals oder Jacken sorgen dafür, dass die Vereinsmarke weit über den Stadionbesuch hinaus präsent ist. Besonders Trikots sind ein sichtbares Zeichen der Fanidentifikation und werden auch außerhalb von Spieltagen getragen. Mit einem Trikotumsatz von über € 2 Mio. in der Saison 2023/24 und einem Anstieg um mehr als 130 % zur aktuellen Spielzeit (2024/25) gewinnt das Merchandising zunehmend an Bedeutung als Reichweitenfaktor im Alltag.

Darüber hinaus prägen weitere Faktoren die Wahrnehmung des Vereins abseits klassischer Medien. Mainz 05 engagiert sich in sozialen Projekten (siehe Kapitel 4.2.2) und organisiert zahlreiche Veranstaltungen, darunter Fan-Events, Sponsorenveranstaltungen und städtische Kooperationen. Diese Aktivitäten stärken die Verbindung zur Region und erhöhen die öffentliche Präsenz des Vereins. Zudem sorgen Sponsoring-Partnerschaften und Werbeflächen auf Trikots, Banden oder in der Stadt für eine professionelle Außenwirkung, die sowohl Mainz 05 als auch seine Partner stärkt. Damit bleibt der Verein nicht nur im Fußballkontext, sondern auch im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld ein fester Bestandteil der öffentlichen Wahrnehmung.

Diese Maßnahmen zeigen, dass Mainz 05 nicht nur im Fußballkontext wahrgenommen wird, sondern auch durch seine vielfältigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Aktivitäten.



5 Schlussfolgerungen

Mainz 05 steht für Bundesliga-Fußball, Fairness und Heimatverbundenheit. Tausende verfolgen die Spiele live oder aus der Ferne. Die Analyse zeigt die oft unterschätzte wirtschaftliche, gesellschaftliche und regionale Bedeutung des Vereins – basierend auf Finanzkennzahlen, Befragungen sowie weiteren quantitativen und qualitativen Daten.

5.1 ZUSAMMENFASSUNG

Die wirtschaftliche Analyse der Saison 2023/24 zeigt eine Wertschöpfung von 193 Mio. €, von denen fast 143 Mio. € in der Region verbleiben. Unternehmen profitieren von Aufträgen, Arbeitsplätze werden gesichert, und die Stadt Mainz zieht über Steuereinnahmen direkten Nutzen aus der wirtschaftlichen Aktivität rund um den Verein. Zudem locken die Spiele regelmäßig Besucher aus dem gesamten Bundesgebiet an, die nicht nur das Stadion füllen, sondern auch in der Stadt übernachten, Restaurants besuchen und Freizeitangebote nutzen – ein wichtiger Faktor für den lokalen Tourismus.

Neben der wirtschaftlichen Wirkung hat Mainz 05 auch eine starke regionale und gesellschaftliche Bedeutung, die sich in seinem Imagewert und seiner Wahrnehmung widerspiegelt. Der Verein wird überwiegend positiv gesehen, kritische Stimmen sind im Bundesgebiet kaum vertreten. Er stiftet Identifikation und stärkt das Gemeinschaftsgefühl in Mainz und der Region. Zudem steigert Mainz 05 die Attraktivität der Stadt, indem Spieltage Fans aus dem gesamten Bundesgebiet anziehen.



Die Analyse der Reichweite zeigt, dass Mainz 05 mit einer Stadionauslastung von über 90 % eine konstante Zuschauerschaft anzieht, während die TV-Übertragungen die Reichweite auf das Achtfache steigern. Durch die Sportberichterstattung in TV, Online-Medien und sozialen Netzwerken vervielfacht sich die Sichtbarkeit des Vereins weiter. Das Ergebnis: Rund zwei Drittel der Bevölkerung kennen Mainz 05, was die überregionale Reichweite unterstreicht. Diese macht den Verein nicht nur für Sponsoren attraktiv, sondern rückt auch die Stadt Mainz regelmäßig bundesweit in den Fokus – eine Strahlkraft, die für Städte ohne Bundesligaverein nahezu unerreichbar ist.

Die Studie verdeutlicht, dass Mainz 05 nicht nur sportlich von Bedeutung ist, sondern auch ein zentraler Bestandteil der Mainzer Stadtkultur mit einem klar messbaren wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Beitrag. Gleichzeitig verdeutlichen die Ergebnisse, dass in bestimmten Bereichen noch weiteres Potenzial für den Verein besteht. Auf Basis dieser Erkenntnisse wurden im Folgenden strategische Handlungsempfehlungen ausgearbeitet, die den Mehrwert für die Region noch weiter steigern könnten.





5.2 EMPFEHLUNGEN

[1] NATIONALE POSITIONIERUNG STÄRKEN & REGIONALE BINDUNG VERTIEFEN

Mainz 05 verbindet eine starke regionale Verwurzelung mit einer überregionalen Strahlkraft, die das Image der Stadt bundesweit prägt. Durch eine gezielte Kommunikationsstrategie – etwa durch hochwertige Reportagen, verstärkte Medienkooperationen und Social-Media-Kampagnen – kann der Verein seine Werte wie Bodenständigkeit, Gemeinschaftssinn und Respekt noch stärker im nationalen Bewusstsein verankern. Dies würde nicht nur die Attraktivität für Fans und Sponsoren weiter steigern, sondern auch die Positionierung von Mainz als dynamischem Sport- und Wirtschaftsstandort stärken.

Gleichzeitig kann der Verein seine regionale Verankerung weiter ausbauen, indem er verstärkt mit lokalen Akteuren wie Kulturbetrieben, Schulen und Unternehmen kooperiert. Kulturelle und sportliche Events, Vereinsfeste oder Tage der offenen Tür bieten eine Möglichkeit, die Identifikation mit Mainz 05 in der Stadt und der Region weiter zu festigen. Zudem kann Mainz 05 einen noch größeren wirtschaftlichen Beitrag leisten, indem verstärkt regionale Unternehmen als Zulieferer und Dienstleister einbezogen werden, was langfristig positive Effekte für den Standort mit sich bringt.

[2] DIE GESELLSCHAFTLICHE ROLLE DES VEREINS GEZIELT FÖRDERN

Mainz 05 engagiert sich intensiv in sozialen und nachhaltigen Projekten wie „Mainz 05 hilft“ und „Mission Klimaverteidiger“ und trägt damit aktiv zur Stadtgesellschaft bei. Um diesen Einsatz noch sichtbarer zu machen und eine größere Wirkung zu erzielen, braucht es eine stärkere Unterstützung durch die Stadt.

Eine Möglichkeit wäre, städtische Plattformen und Kommunikationskanäle gezielt zu nutzen, um diese Initiativen einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu machen – etwa durch gemeinsame Kampagnen, öffentliche Veranstaltungen oder eine verstärkte Einbindung in städtische Programme. Die Stadt könnte zudem Kooperationsprojekte mit Schulen, sozialen Einrichtungen und Umweltinitiativen fördern, um die gesellschaftliche Strahlkraft von Mainz 05 in neuen Bereichen zu nutzen.

Auch im Bereich Nachhaltigkeit könnte die Stadt eine noch aktivere Rolle spielen, indem sie Mainz 05 als Vorreiter für umweltfreundliche Stadien und nachhaltige Sportveranstaltungen positioniert. Dazu könnten Maßnahmen wie gemeinsame Klimaprojekte, Recycling-Initiativen oder Mobilitätskonzepte für umweltfreundliche Anreisen zu Spielen gehören.

Viele Menschen wünschen sich ein stärkeres gesellschaftliches Engagement von Fußballvereinen – Mainz 05 geht hier bereits mit gutem Beispiel voran. Doch um das volle Potenzial zu entfalten, sollte die Stadt die bestehenden Projekte gezielt fördern, ihre Reichweite vergrößern und den Verein stärker als Partner für gesellschaftliche Entwicklung und nachhaltige Stadtgestaltung einbinden.

[3] POTENZIALE FÜR ZUSÄTZLICHE WERTSCHÖPFUNG NUTZEN

Die Analyse zeigt, dass Mainz 05 bereits eine zentrale Rolle bei der Förderung des Tourismus in der Stadt und der Region spielt. Besonders die Ergebnisse der Stadionumfrage verdeutlichen das große Interesse der Zuschauer an kombinierten Sport- und Kulturangeboten. Hier besteht ein erhebliches ungenutztes Potenzial. Stadionbesuche könnten mit kulturellen Erlebnissen wie Stadtführungen, Weinproben oder Museumsbesuchen verknüpft werden – doch dafür ist eine aktive Initiative der Stadt erforderlich, um solche Angebote zu koordinieren und zu fördern.

Vor allem überregionale Besucher haben ein enormes Wachstumspotenzial. Sie tragen stärker zur regionalen Wertschöpfung bei als lokale Gäste und könnten durch attraktive Kombiangebote gezielt angesprochen werden. Damit dies gelingt, ist eine enge Zusammenarbeit mit städtischen Kulturveranstaltern, Museen, Weingütern sowie der lokalen Tourismusbranche unerlässlich.

Die Stadt muss eine führende Rolle übernehmen, um entsprechende Pakete zu entwickeln, die Stadionbesuche mit Hotelübernachtungen, Restaurantbesuchen und Freizeitangeboten kombinieren. Nur so lässt sich nicht nur die Zahl der Besucher steigern, sondern auch deren Aufenthaltsdauer verlängern, was letztlich den regionalen Mehrwert erhöht.

6 Anhang

KAPITEL 3: ÖKONOMISCHE WIRKUNG

Direkte Effekte

Die direkte Wertschöpfung umfasst die wirtschaftlichen Effekte, die unmittelbar durch den Spielbetrieb von Mainz 05 entstehen. Sie setzt sich aus dem Betriebsüberschuss des Vereins sowie den Personalkosten zusammen. Der Betriebsüberschuss ergibt sich aus den Umsätzen, abzüglich der Vorleistungen – externe Kosten für beispielsweise Catering, Sicherheitsdienste oder Infrastrukturmaßnahmen – und der Personalkosten.

$$\text{Direkte Wertschöpfung} = \underbrace{(\text{Umsätze} - \text{Vorleistungen} - \text{Personalkosten})}_{\text{Betriebsüberschuss}} + \text{Personalkosten}$$

Vorleistungen werden abgezogen, da sie an externe Dienstleister fließen und nicht direkt im Verein verbleiben. Die Personalkosten hingegen werden wieder hinzugerechnet, da sie nicht nur eine betriebliche Ausgabe sind, sondern über Löhne und Gehälter einen direkten wirtschaftlichen Mehrwert schaffen.

Die für die Berechnung relevanten Daten wurden direkt vom Mainz 05 bereitgestellt.

Indirekte Effekte durch Vorleistungen

Die indirekte Wertschöpfung durch Vorleistungen erfasst die wirtschaftlichen Auswirkungen der vom Mainz 05 getätigten Ausgaben entlang der gesamten Lieferkette. Sie entsteht insbesondere durch Zahlungen an Zulieferer und externe Dienstleister, wie etwa Catering-Unternehmen, Sicherheitsdienste oder Anbieter infrastruktureller Maßnahmen, die den Spielbetrieb unterstützen. Die entsprechenden Kostendaten wurden vom Verein bereitgestellt.

Die Berechnung basiert auf einer volkswirtschaftlichen Betrachtung, wonach Ausgaben für Vorleistungen nicht nur einmalig wirken, sondern entlang der Lieferkette weiterfließen. Die empfangenen Unternehmen verwenden Teile dieser Einnahmen wiederum für eigene Vorleistungen, wie Materialien oder Dienstleistungen, wodurch sich die wirtschaftliche Wirkung über mehrere Stufen hinweg verstärkt. Ein investierter Euro bleibt somit nicht auf der ersten Wirtschaftsstufe, sondern löst weitere Ausgaben entlang der Lieferkette aus, wodurch die gesamtwirtschaftlichen Effekte die ursprünglich investierte Summe übersteigen. Der daraus resultierende Effekt wird durch einen Multiplikator beschrieben, der nach Wirtschaftszweigen für die deutsche Volkswirtschaft in den nationalen Input-Output-Tabellen des Statistischen Bundesamts bestimmt wird.

Für die Berechnung wurde Mainz 05 dem Wirtschaftszweig „93 – Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung“ zugeordnet. Der verwendete Multiplikator stammt aus der Tabelle „Inverse Koeffizienten – Inländische Produktion, 2021“ innerhalb der Input-Output-Rechnung 2021 (Revision 2019, Stand: August 2023). Diese Tabelle bezieht sich nicht direkt auf die Saison 2023/24, sondern basiert auf den zuletzt verfügbaren Daten aus dem Jahr 2021. Sie stellt jedoch zum Zeitpunkt der Analyse die aktuellste Datengrundlage dar. Da sich die sektoralen Verflechtungen der deutschen Volkswirtschaft erfahrungsgemäß nur langsam und nicht abrupt verändern, bleibt sie eine valide Basis für die Berechnung der indirekten Wertschöpfung durch Vorleistungen.

Die indirekte Wertschöpfung durch Vorleistungen ergibt sich demnach ausfolgender Berechnung:

$$\text{Indirekte Wertschöpfung durch Vorleistungen} = \text{Vorleistungen} \cdot \text{Multiplikator}$$

Dabei umfassen die Vorleistungen alle vom Verein getragenen Ausgaben für externe Dienstleister, Materialaufwand und sonstige betriebliche Aufwendungen, während der Multiplikator angibt, in welchem Umfang diese Ausgaben entlang der Lieferkette zusätzliche wirtschaftliche Effekte erzeugen.

Die für die Berechnung relevanten Daten wurden direkt vom Mainz 05 bereitgestellt.

Indirekte Effekte durch Fanausgaben

Fans lösen indirekte wirtschaftliche Effekte aus, indem sie im Zusammenhang mit einem Stadionbesuch Geld für Gastronomie, Anreise, Übernachtungen und Freizeitaktivitäten ausgeben. Diese Wertschöpfung entsteht nicht unmittelbar durch den Verein, wird aber durch seinen Spieltagsbetrieb angestoßen und fließt in die Kassen von Restaurants, Hotels, Transportunternehmen und anderen lokalen Betrieben.

Zur quantitativen Erfassung dieser indirekten wirtschaftlichen Effekte durch Fanausgaben wurde an fünf Spieltagen zwischen Oktober und Dezember 2024 eine Umfrage unter Stadionbesuchern durchgeführt. Dabei wurden rund 800 gültige Antworten erhoben. In der Umfrage erfassten die Teilnehmer ihre individuellen Ausgaben in vier Ausgabenbereichen: Anreise, Verpflegung, Übernachtung und Freizeitaktivitäten. Diese wurden in Intervallen abgefragt (z. B. 10–50 €, 51–100 €). Zusätzlich wurden demografische Merkmale (Alter, Geschlecht, Einkommen) sowie Informationen zum Stadionbesuch (Besuchshäufigkeit, Fantyp, Anreiseart, Übernachtung und Gruppengröße) erfasst, die potenziell das Ausgabeverhalten beeinflussen.

Zur Analyse der Ausgaben wurde für jeden der vier abgefragten Ausgabenbereiche eine ordinale Logit-Regression durchgeführt. Diese Methode schätzt auf Basis relevanter Einflussfaktoren die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Fan in eines der abgefragten Ausgabenintervalle fällt. Dadurch lässt sich das Ausgabeverhalten aller Stadionbesucher in der Saison möglichst präzise modellieren, da nur systematisch relevante Einflussgrößen berücksichtigt werden. Gleichzeitig werden zufällige Schwankungen sowie nicht signifikante Effekte aus den Umfragedaten minimiert

Die Auswahl der Einflussfaktoren erfolgte durch ein schrittweises Selektionsverfahren. Zunächst wurden die naheliegendsten Faktoren in die Regression aufgenommen. Anschließend wurden nur jene Variablen beibehalten, die statistisch signifikant waren und in ihrer Kombination die beste Likelihood-Ratio erzielten, ein Maß für die höchste Erklärungsqualität des Regressionsmodells.

Für die Anreisekosten Y ergab sich z.B. folgendes Regressionsgleichung:

$$\log\left(\frac{P(Y \leq k)}{1 - P(Y \leq k)}\right) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \text{Entfernung} + \beta_2 \cdot \log(\text{Einkommen}) + \beta_3 \cdot \text{Gruppengröße}$$

Hierbei ist $P(Y \leq k)$ die kumulative Wahrscheinlichkeit, dass ein Fan in eine bestimmte Ausgabenkategorie k oder niedriger fällt. Die geschätzten Koeffizienten (β) zeigen die Stärke und Richtung des Einflusses des Faktors auf die Wahrscheinlichkeit, in eine bestimmte Ausgabenkategorie für die Anreise zu fallen.

Für die Anwendung einer ordinalen Logit-Regression müssen mehrere statistische Annahmen erfüllt sein. Im Folgenden werden diese Annahmen erläutert und ihre Plausibilität in dieser Analyse diskutiert.

1. Ordinale Struktur der abhängigen Variable

Die abhängige Variable Y muss eine natürliche Rangfolge aufweisen, bei der höhere Kategorien größere Werte repräsentieren. In dieser Analyse wurden die Ausgaben in aufsteigenden Kategorien (z. B. 0 €, 1–9 €, 10–50 €, 51–100 €) abgefragt, wodurch diese Voraussetzung eindeutig erfüllt ist.

2. Unabhängigkeit der Beobachtungen

Die Antworten der Befragten dürfen nicht voneinander abhängen, sodass keine systematischen Verzerrungen durch die Erhebungsmethode entstehen. Die Umfrage wurde von zuvor geschulten studentischen Umfragehelfern der Universität Mainz durchgeführt, die darauf achteten, zufällig zu rekrutieren und keine Personen mehrfach zu befragen. Zusätzlich bestand die Möglichkeit, online über einen QR-Code auf Flyern teilzunehmen. In der Datenaufbereitung wurde darauf geachtet, doppelte oder unplausible Eingaben zu identifizieren und zu bereinigen.

3. Proportional-Odds-Annahme

Der Einfluss der erklärenden Variablen auf die Wahrscheinlichkeit, in eine höhere Ausgabenkategorie zu fallen, muss über alle Kategorien hinweg konstant sein. Da

die Ausgabenkategorien logisch gestaffelt sind und keine sprunghaften Übergänge aufweisen, ist diese Annahme plausibel.

4. Keine starke Multikollinearität

Die unabhängigen Variablen dürfen nicht stark miteinander korrelieren, da dies die Schätzungen verzerren könnte. Das Modell wurde daraufhin geprüft, und es traten keine kritischen Abhängigkeiten auf, die die Interpretation der Ergebnisse beeinträchtigen könnten.

Ein typischer Stadionbesucher wurde auf Basis der Regression definiert, indem für die als relevant identifizierten Einflussfaktoren – wie Entfernung der Anreise, Einkommen und Gruppengröße für die Anreise – die durchschnittlichen Werte der Befragung herangezogen wurden. Diese Durchschnittswerte wurden in die geschätzten Regressionsmodelle eingesetzt, um für jede der vier Ausgabenkategorien (Anreise, Verpflegung, Übernachtung, Freizeitaktivitäten) einzeln die Wahrscheinlichkeit zu bestimmen, mit der ein Besucher in jede einzelne der abgefragten Ausgabenkategorien fällt. Da die möglichen Kategorien innerhalb einer Ausgabenart alle Stufen abdecken, summieren sich die Wahrscheinlichkeiten innerhalb einer Ausgabenart jeweils zu 1.

Für jede der vier Ausgabenarten wurden die Wahrscheinlichkeiten mit den Mittelwerten der jeweiligen Kategorien gewichtet, um die durchschnittlichen Ausgaben pro Besucher zu berechnen. Die Gesamtausgaben eines typischen Stadionbesuchers ergeben sich dann als Summe der geschätzten Ausgaben über alle vier Ausgabenarten hinweg.

Zur Hochrechnung auf die gesamte Saison 2023/24 wurde folgende Formel angewendet:

$$\text{Gesamtausgaben} = \text{Durchschnittliche Ausgaben pro Besucher} \cdot \text{Gesamtbesucherzahl der Saison 2023/24}$$

Da die Umfrage in der Saison 2024/25 durchgeführt wurde, wurden die geschätzten Ausgaben inflationsbereinigt, indem das durchschnittliche Preisniveau während des Umfragezeitraums ins Verhältnis zum Durchschnitt der Saison 2023/24 gesetzt wurde. Damit sind sie an das Preisniveau der anderen Kennzahlen in der Wertschöpfungsberechnung vergleichbar.

Ein wesentlicher Vorteil der Regressionsmethode ist, dass sie nicht nur eine präzisere Schätzung der durchschnittlichen Ausgaben ermöglicht, sondern auch die Unsicherheiten der Hochrechnung quantifiziert werden kann. Dies erfolgt durch die Berechnung von 95 %-Konfidenzintervallen, die den Bereich angeben, in dem der tatsächliche Wert mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % liegt.

Der Mittelwert der geschätzten Gesamtausgaben dient als bester Punktschätzer, da er die wahrscheinlichste Erwartung für die Gesamtausgaben basierend auf den Regressionsmodellen und den beobachteten Einflussfaktoren darstellt. Dieser Wert fließt in die Wertschöpfungsberechnung als indirekter Effekt durch Fanausgaben ein. Das Konfidenzintervall zeigt hingegen die

Bandbreite möglicher Werte, innerhalb derer sich die tatsächlichen Ausgaben mit hoher Wahrscheinlichkeit befinden.

Die folgende Tabelle zeigt die untere und obere Grenze der geschätzten Gesamtausgaben:

Gesamtausgaben in der Saison in Mio. Euro
(inflationsbereinigt)

		Konfidenzintervall 95%	
Ausgabenart	Punktschätzer	Untere Grenze	Obere Grenze
Anreise	7,5	5,6	9,3
Übernachtung	1,9	0,5	3,3
Verpflegung	16,1	13,9	18,3
Freizeit	10,3	8,1	12,4
Gesamt	35,8	28,2	43,3

Ebenso wie bei den indirekten Effekten durch Vorleistungen wurde auch für die Ausgaben der Fans in den vier eine wirtschaftliche Multiplikatorwirkung berücksichtigt. Grundlage dafür waren erneut die nationalen Input-Output-Tabellen des Statistischen Bundesamts. Die Ausgaben wurden jeweils den passendsten Wirtschaftszweigen zugeordnet und mit den entsprechenden Multiplikatoren multipliziert. Für die Anreise wurde ein Mittelwert aus den inversen Koeffizienten der Wirtschaftszweige „49 – Landverkehrs- und Transportleistungen in Rohrfernleitungen“ und „52 – Lagereileistungen, sonstige Dienstleistungen für den Verkehr“ verwendet. Übernachtung und Verpflegung wurden dem Wirtschaftszweig „55–56 – Beherbergungs- und Gastronomiedienstleistungen“ zugeordnet. Für Freizeitaktivitäten wurde ein Mittelwert aus den Wirtschaftszweigen „47 – Einzelhandelsleistungen“, „90–92 – Dienstleistungen der Kunst, der Kultur und des Glücksspiels“ sowie „93 – Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung“ gebildet. Auch wenn die gewählten Wirtschaftszweige nicht in jedem Fall eine exakte Abbildung der betrachteten Ausgabenbereiche ermöglichen, erlauben sie doch eine realistische und methodisch nachvollziehbare Näherung zur Abschätzung der gesamtwirtschaftlichen Effekte.

Obwohl die Befragung eine breite Besuchergruppe erreichte, könnten bestimmte Fan-Gruppen unterrepräsentiert sein – insbesondere sogenannte „Ultras“, die aufgrund ihrer geschlossenen An- und Abreise unter Polizeibegleitung nicht in die Erhebung einbezogen werden konnten. Zudem fand die Erhebung ausschließlich in den Herbst- und Wintermonaten statt, wodurch saisonale Unterschiede im Ausgabeverhalten nicht vollständig berücksichtigt werden können. Diese Limitationen können zu systematischen Verzerrungen in der Ausgabenabschätzung führen. Die Konfidenzintervalle weisen jedoch auf die statistische Unsicherheit hin und geben eine realistische Spannbreite der möglichen Werte an.

Induzierte Effekte

Die induzierten Effekte zeigen, welcher Teil der Personalaufwendungen von Mainz 05 über Konsumausgaben der Beschäftigten wieder in den Wirtschaftskreislauf zurückfließt. Dazu wurden die Gehälter – nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben – mit der durchschnittlichen Konsumquote multipliziert. Die Konsumquote stammt aus dem Sozialbericht 2024 der Bundeszentrale für politische Bildung und basiert auf Zahlen aus dem Jahr 2022. Für Lizenzspieler wurde aufgrund ihrer überdurchschnittlich hohen Einkommen eine um 15 % reduzierte Konsumquote angesetzt. Diese Annahme basiert auf der Beobachtung, dass mit steigendem Einkommen der Konsumanteil am verfügbaren Einkommen abnimmt, da ein größerer Anteil für Ersparnisse und Investitionen verwendet wird.

KAPITEL 4: AUßENWIRKUNG

Image und Wahrnehmung: Hinweis zu den durchgeführten Online-Umfragen

Zu Beginn der regionalen Online-Umfrage konnten nur Personen teilnehmen, die angaben, in Rheinhessen zu wohnen. Eine Analyse der Postleitzahlen ergab jedoch, dass nur knapp 36 % dieser Gruppe tatsächlich aus Rheinhessen stammten – vermutlich, weil die Gebietsdefinition nicht für alle eindeutig war.

Daher wurde das Erhebungsgebiet während der Umfrage auf einen 50-km-Radius um Mainz erweitert und nach tatsächlichen Postleitzahlen gefiltert. Aufgrund der ursprünglichen Konzeption der Umfrage konnten die Fragen zur Identifikation mit der Region jedoch nur von der Teilgruppe beantwortet werden, die angab, in Rheinhessen zu wohnen (72 % der Gesamtstichprobe) – obwohl sie nicht alle tatsächlich von dort stammten.

Diese Gruppe erwies sich dennoch als groß und gut im 50-km-Radius um Mainz verteilt, sodass sie weiterhin als repräsentativ für die Region betrachtet werden kann. Mögliche Verzerrungen aufgrund der methodischen Abweichung im Verlauf der Umfrage lassen sich jedoch nicht vollständig ausschließen.

7 Literaturverzeichnis

- 1) Statistisches Bundesamt: "Bruttowertschöpfung", in: destatis.de, verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Volkswirtschaftliche-Gesamtrechnungen-Inlandsprodukt/Glossar/bruttowertschoepfung.html> (abgerufen am 18.02.2025).
- 2) Bundeszentrale für politische Bildung (bpb): „Konsumausgaben in Deutschland“, in: bpb.de, verfügbar unter: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/sozialbericht-2024/553197/konsumausgaben> (abgerufen am 1. Dezember 2024).
- 3) Mainz 05: „DATEN & FAKTEN“, in: mainz05.de, verfügbar unter: <https://www.mainz05.de/daten-fakten?accordion=bau> (abgerufen am 1. April 2025).
- 4) SWR: „45-Millionen-Euro Neubau von Mainz 05 vorgestellt“, in: swr.de, verfügbar unter: <https://www.swr.de/swraktuell/rheinland-pfalz/mainz/plaene-fuer-neubau-von-mainz-05-werden-vorgestellt-100.html> (abgerufen am 1 April 2025).
- 5) Rechnungshof Rheinland-Pfalz: „Kommunalbericht 2024“, in: rechnungshof.rlp.de, verfügbar unter: <https://rechnungshof.rlp.de/veroeffentlichungen/kommunalberichte/kommunalbericht-2024/nr-1-haushaltsslage-der-gemeinden-und-gemeindeverbaende> (abgerufen am 19. Februar 2025).
- 6) Der Mainzer: „Investitionen in den Klimaschutz“, in: dermainzer.net, verfügbar unter: <https://www.dermainzer.net/2023/09/investitionen-in-den-klimaschutz/> (abgerufen am 17. Februar 2025).
- 7) Merkurist: „Frühlingspaket der Stadt: Mega-Investitionen – Wie die Stadt Mainz jetzt den ÖPNV stärken will“, in: merkurist.de, verfügbar unter: https://merkurist.de/mainz/fruehlingspaket-der-stadt-mega-investitionen-wie-die-stadt-mainz-jetzt-den-oepnv-staerken-will_Yt3 (abgerufen am 17. Februar 2025).
- 8) Deutscher Fußball-Bund (DFB): „Urteile“, in: dfb.de, verfügbar unter: <https://www.dfb.de/ueber-uns/verbandsrecht/urteile> (abgerufen am 19. Februar 2025).
- 9) Deutsche Fußball Liga (DFL): „Nachhaltigkeit als fester Bestandteil des Lizenzierungsverfahrens“, in: dfl.de, verfügbar unter: <https://www.dfl.de/de/verantwortung/nachhaltigkeit-als-fester-bestandteil-des-lizenzierungsverfahrens/> (abgerufen am 15. Januar 2025).
- 10) Mainz 05: „Gesellschaftliche Verantwortung bei Mainz 05“, in: mainz05.de, verfügbar unter: <https://www.mainz05.de/unsere-verantwortung> (abgerufen am 19. Februar 2025).
- 11) Mainz 05: „Kein Platz für Rassismus“, in: mainz05.de, verfügbar unter: <https://www.mainz05.de/news/mainz-05-kein-platz-fuer-rassismus/> (abgerufen am 10. Februar 2025).
- 12) Carlino, Gerald A.; Saiz, Albert: „Beautiful city: Leisure amenities and urban growth“, in: Journal of Regional Science, verfügbar unter: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/jors.12438> (abgerufen am 19. Februar 2025)
- 13) Rump, Jutta; Ogermann, Anna-Maria: „Attraktivität eines Standortes aus Sicht von Young Professionals“, Institut für Beschäftigung und Employability (IBE), Ludwigshafen 2022, verfügbar unter: <https://www.ibe-ludwigshafen.de/fileadmin/ibe/Medien/Publikationen/Attraktivitaet-eines-Standortes-aus-Sicht-der-Young-Professionals-02.11.22-FINAL.pdf> (abgerufen am 29. Januar 2025).
- 14) Arntz, Melanie; Brüll, Eduard; Lipowski, Cäcilia (2021): „Do Preferences for Urban Amenities Really Differ by Skill?“, ZEW Discussion Paper No. 21-045, Mannheim. Verfügbar unter: <https://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp21045.pdf> (abgerufen am 15. Februar 2025).
- 15) Sportbild: „Wer Letzter ist und wo Meister Leverkusen liegt: Die wahren TV-Quoten der Bundesliga-Klubs“, in: sportbild.bild.de, verfügbar unter: <https://sportbild.bild.de/fussball/1-bundesliga/wer-letzter-ist-und-wo-meister-leverkusen-liegt-die-wahren-tv-quoten-der-bundesliga-klubs-6655e936b8645854e9fb85bf> (abgerufen am 27. März 2025)
- 16) ARD Media: „ARD MEDIA Liga Live – Exklusive Werbung im Umfeld der legendären ARD-Schlusskonferenz“, in: ard-media.de, verfügbar unter: <https://www.ard-media.de/audio/werbeangebote/radio/nationalteiltonational/ard-media-liga-live> (abgerufen am 27. März 2025).
- 17) Digitalfernsehen: „Fußball boomt im TV – Woher rührt der neue Zuschauer-Zuwachs?“, in: digitalfernsehen.de, verfügbar unter: <https://www.digitalfernsehen.de/news/medien-news/maerkte/fussball-boomt-im-tv-woher-ruehrt-der-neue-zuschauer-zuwachs-1114763> (abgerufen am 27. März 2025).
- 18) SWR: „ma 2023 Audio II: SWR Radioprogramme bleiben Marktführer im Sendegebiet“, in: swr.de, verfügbar unter: <https://www.swr.de/unternehmen/kommunikation/presse-meldungen/ma-2023-audio-swr-radioprogramme-bleiben-marktfuehrer-im-sendegebiet-100.html> (abgerufen am 28. März 2025).
- 19) IVW: „Auflagenzahlen Allgemeine Zeitung Mainz“, in: ivw.de, verfügbar unter: <https://www.ivw.de> (abgerufen am 28. März 2025).

-
- 20) agma: „ma 2023 Tageszeitungen: Fast jeder zweite Deutsche über 14 Jahre liest täglich Zeitungen“, in: agma-mmc.de, verfügbar unter: <https://www.agma-mmc.de/presse/pressemitteilungen/pressearchiv/pressemitteilung/ma-2023-tageszeitungen-fast-jeder-zweite-deutsche-ueber-14-jahre-liest-taeglich-zeitungen> (abgerufen am 29. März 2025).
- 21) Taboola: „kicker.de erreicht in der Spitze monatlich 9,93 Millionen Unique User“, in: taboola.com, verfügbar unter: <https://www.taboola.com/press-release/kicker> (abgerufen am 28. März 2025).
- 22) Ströer: „Transfermarkt.de vergibt Digitalvermarktung an Ströer“, in: stroeer.de, verfügbar unter: <https://www.stroeer.de/newsroom/presse/transfermarkt-de-vergibt-digitalvermarktung-an-stroeer/> (abgerufen am 27. März 2025).

Bildnachweise

Bild 1: „Jubel Mannschaft“ © Marcel Lorenz

Bild 2: „Jubel Johnny Burkardt “ © Marcel Lorenz

Bild 3: „Luftaufnahme des Fußballplatzes“

Foto von Mike von Pexels: <https://www.pexels.com/de-de/foto/luftaufnahme-des-fussballplatzes-1171084/>

Bild 4: „Jubel Nadiem Amiri“ © Marcel Lorenz

Bild 5: „Stadt Wahrzeichen Gebäude Kirche“

Foto von Atoosa Ryanne Arfa von Pexels: <https://www.pexels.com/de-de/foto/stadt-wahrzeichen-gebäude-kirche-19836780/>

Bild 6: „Youth League“ © Marcel Lorenz

Bild 7: „Mainz hilft e.V.“ - kein Copyright

Bild 8: „Tribüne während dem Spiel“ © Marcel Lorenz

Bild 9: „Fans im Stadtbild“ © Max Drevermann

Bild 10: „Jubel Mannschaft“ © Marcel Lorenz

Bild 11: „Mainz cathedral aerial view, Germany“

Foto von saiko3p von Adobe Stock: https://stock.adobe.com/de/images/mainz-cathedral-aerial-view-germany/647851900?prev_url=detail

Bild 12: „Luftaufnahme des Fußballplatzes“

Foto von Mike von Pexels: <https://www.pexels.com/de-de/foto/luftaufnahme-des-fussballplatzes-1171084/>

Bild 13: „Mehrfarbiger Fußball Auf Grünem Feld“

Foto von Pixabay von Pexels: <https://www.pexels.com/de-de/foto/mehrfarbiger-fussball-auf-grunem-feld-47730/>

