

M 04.03.03 – Marktanteile der WM 2010 in Südafrika

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Fernsehen

Vor vier Jahren war das Interesse in der Bevölkerung an der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in vielerlei Hinsicht außergewöhnlich: Die Einschaltquoten der übertragenden Fernsehsender erreichten Spitzenwerte, das Bedürfnis, die Spiele in aller Öffentlichkeit auf Großbildleinwänden zusammen mit anderen zu verfolgen, nahm spürbar zu und der Unterstützung der deutschen Mannschaft im „Sommermärchen 2006“ wurde viel mehr Ausdruck verliehen als in den Jahren zuvor. Sind die Beobachtungen von damals Teil einer kontinuierlichen Entwicklung, die mit den nachfolgenden Turnieren ihre Fortsetzung findet, oder muss der WM 2006 ein Ausnahmestatus attestiert werden, der vor allem mit der gastgebenden Rolle Deutschlands zusammenhängt? Was die Dekorierung mit Nationalfarben angeht, schien – ohne über empirisch belastbare Daten zu verfügen – beim diesjährigen Turnier die Anteilnahme ähnlich ausgeprägt gewesen zu sein wie vor vier Jahren. Hinsichtlich des generellen Interesses und der Publikumsgrößen fällt die Antwort unterschiedlich aus. Zur Klärung wurden zwei Datenquellen herangezogen: erstens die gemessenen Akzeptanzzahlen der AGF/GfK Fernsehforschung, die Auskunft über die Fernsehnutzung in Privathaushalten geben; zweitens Ergebnisse mehrerer Umfragen des ZDF zur außerhäuslichen Nutzung der Fußballspiele, da bei Ereignissen dieser Größenordnung ein nicht zu vernachlässigender Teil des Publikums die Spiele außerhalb der eigenen vier Wände verfolgt. Darüber hinaus interessierte, wie die Zuschauer die Qualität der Berichterstattung bei den übertragenden Sendern beurteilten. Daher beauftragte die ARD/ZDF-Medienkommission zusätzlich eine Repräsentativbefragung zur Beurteilung der WM-Berichterstattung durch das Publikum. Alle 64 Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 waren live sowohl im frei empfangbaren Fernsehen, im Ersten, im ZDF oder bei RTL, als auch im Bezahlfernsehen bei Sky zu sehen. Im Einzelnen übertrugen Das Erste 25, das ZDF 24 und RTL neun Begegnungen. Die Digitalsender Einsfestival und ZDFinfo übertrugen je drei der zeitgleichen letzten Vorrundenspiele. (2) Insgesamt berichteten ARD, ZDF und RTL fast 214 Stunden über die Weltmeisterschaft in Südafrika. Zählt man die Übertragungszeiten von Einsfestival und ZDFinfo hinzu, beträgt die gesamte Übertragungsdauer fast 228 Stunden. Dass Das Erste dabei den größten Anteil (101 Stunden 51 Minuten) stellt, liegt daran, dass es ein Spiel mehr als das ZDF und deutlich mehr als RTL übertragen hat. Zudem kam beim Ersten mit „Waldis WM-Club“ eine Sendungsform hinzu, die keine Entsprechung bei den anderen Sendern hatte. Das ZDF (80 Stunden 29 Minuten) übertrug im Vergleich zu 2006 ein Spiel weniger und hatte auch keine satirische Nachbetrachtung (wie noch 2006). Eine deutlich geringere Sendemenge aufgrund der geringeren Anzahl an Spielübertragungen hatte RTL (31 Stunden 27 Minuten) aufzuweisen.

Insgesamt sahen 61,88 Millionen Zuschauer mindestens ein Spiel der WM 2010 bei ARD, ZDF oder RTL (vgl. Tabelle 1). Das entspricht 85,7 Prozent des gesamten Publikumpotenzials und ist die höchste je durch eine Fußball-WM erzielte Nettoreichweite. Bei der WM 2006 in Deutschland hatten 61,48 Millionen (83,7 %) Zuschauer mindestens ein Spiel gesehen. Bei den vorherigen Weltmeisterschaften in Südkorea/Japan 2002, Frankreich 1998 und USA 1994 war das Zuschauerpotenzial deutlich niedriger. Dies lag zum einen an den späten (USA 1994) bzw. frühen (Japan/Südkorea 2002) Anstoßzeiten, zum anderen aber auch am schwächeren Abschneiden der deutschen Nationalmannschaft (1994 und 1998 schied die deutsche Mannschaft jeweils im Viertelfinale aus).

Das grundsätzliche Interesse an der Fußball-WM hat also keinesfalls nachgelassen. Dies gilt besonders im Vergleich zum Jahr 2006, weil die Reichweitendaten beider Turniere sich gut vergleichen lassen. Schließlich liegt Südafrika in der identischen Zeitzone, und die deutsche Auswahl war bei beiden Weltmeisterschaften mit dem dritten Platz gleichermaßen erfolgreich. Das Erste erzielte bei den Übertragungen der WM-Spiele in Südafrika mit 55,53 Millionen Zuschauern eine etwas höhere Nettoreichweite als das ZDF (54,45 Mio), was mit der höheren Zahl an Spielen mit Beteiligung der deutschen Mannschaft zusammenhängt (vgl. Tabelle 2). RTL erreichte dagegen mit den neun Abendspielen und 39,24 Millionen einen deutlich kleineren Zuschauerkreis als die beiden öffentlich-rechtlichen Programme – was in Anbetracht dessen, dass der Privatsender kein Spiel der deutschen Nationalmannschaft übertrug, wenig verwundert. [...]

55 Erwartungsgemäß üben WM-Spiele auf alle Altersklassen und die meisten Bevölkerungsgruppen eine große Attraktivität aus. So ist die Akzeptanz bei den jüngeren und älteren Generationen auf ho- hem Niveau nahezu ausgeglichen. In Zahlen ausgedrückt erreichten die Spiele bei 14- bis 49-Jährigen mit knapp 50,6 Prozent sogar einen etwas höheren Marktanteil als bei ab 50-Jährigen (46,3 %) (vgl. Tabelle 4). Ein immer wieder bei Fußball-Weltmeisterschaften im Fernsehen zu beobachtendes Muster bestätigte sich auch 2010: das hohe Interesse von weiblichen Zuschauern. Über alle Übertragungen hinweg betrachtet, machten Frauen 43 Prozent des Fußballpublikums aus. Bei den Spielen mit deutscher Beteiligung war das Geschlechterverhältnis sogar (fast) ausgeglichen: 51 Prozent Männer, 49 Prozent Frauen. Mit dem Fortschreiten des Turniers und der zwangsläufig steigenden Bedeutung der Spiele wurde auch der Anteil der weiblichen Zuschauer größer. Beim Halbfinale der deutschen Mannschaft saßen – wie bei der vorangegangenen Weltmeisterschaft – sogar wieder etwas mehr Frauen (51 %) als Männer vor dem Fernseher. Relativierend sei dennoch angemerkt, dass der Marktanteil der WM-Spiele bei den weiblichen Zuschauern mit 39,1 Prozent insgesamt deutlich niedriger ausfällt als bei den Männern (58,4 %). Während der Fußball-Übertragungen waren es also vor allem Frauen, die von den Programmalternativen der anderen Sender Gebrauch machten. Ähnliche Unterschiede waren zwischen Ost- und Westdeutschland zu beobachten: Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 40,9 Prozent fand die Fußball-WM in den neuen Bundesländern erneut weniger Aufmerksamkeit als in den westlichen Landesteilen (50,0 %).

60

65

70

75 [...] Die Übertragung der Fußball-WM war wie in den Jahren zuvor ein herausragendes Fernsehereignis. Sowohl vor den Fernsehgeräten zu Hause als auch beim Public Viewing war ein hohes Publikumsinteresse zu registrieren. Bei zwei Spielen der deutschen Mannschaft wurden die bisherigen Höchstwerte bei der Sehbeteiligung und beim Marktanteil für WM-Spiele und für Fernsehsendungen insgesamt übertroffen. Bei den Akzeptanzwerten zeigen sich allerdings einige Differenzierungen. Die Spiele der deutschen Mannschaft erreichten eine nochmals höhere Sehbeteiligung als bei der WM 2006 in Deutschland. Die Spiele der anderen Mannschaften zeigten dagegen eine leicht geringere Sehbeteiligung. Insgesamt ist die durchschnittliche Sehbeteiligung über alle Spiele hinweg gegenüber der WM 2006 leicht zurückgegangen. Das heißt: Das Zuschauerinteresse verlagerte sich mehr zu den Spielen der deutschen Mannschaft. Insofern zeigt sich auf der einen Seite eine hohe Kontinuität des Zuschauerinteresses, auf der anderen

80

85 Seite aber auch die Tatsache, dass die WM 2006 ein besonderes Ereignis war. Seit der WM 2006 scheint sich das Public Viewing bei Fußball-Weltmeisterschaften zu einer kontinuierlichen Nutzungsform zu entwickeln. Auch 2010 sahen viele Millionen Fußballfans die Spiele in der Öffentlichkeit oder bei Freunden und Bekannten. Offensichtlich waren die Zuschauer mit den Übertragungen auch durchweg zufrieden. Die Beurteilungen der WM-Übertragungen von ARD und ZDF fielen fast durchweg sehr positiv aus, etwas verhaltener bei RTL. Im direkten Vergleich der öffentlich- rechtlichen mit den privaten Sendern möchte die große Mehrheit der Zuschauer in Zukunft große Sportevents wie die Fußball-WM weiterhin bei der ARD und im ZDF sehen.

90

Aus: Heinz Gerhard, Bernhard Kessler und Claudia Gscheidle: Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Fernsehen, in: Media Perspektiven 9/2010.

Arbeitsaufträge:

1. Beschreibt, was charakteristisch ist für das Sommermärchen 2006 und die damit verbundenen Fernsehgewohnheiten der Deutschen.
2. Woran kann man festmachen, dass die Weltmeisterschaft ein herausragendes TV-Ereignis darstellt? Beachtet dabei die Sehbeteiligung, den Marktanteil und die Akzeptanzwerte. Welche Rolle spielt dabei das Public Viewing?
3. Bereitet euch für die Talkshow vor, indem ihr euch mit den Argumenten für die Pro-Seite als auch für die Contra-Seite kritisch auseinandersetzt.
4. Bereitet euch anhand eurer Notizen und der **Leitfragen** auf die Talkshow vor, um Fragen beantworten zu können.