

→ Zusammenfassungen

*Stefan Geese/
Claudia Zeughardt/
Heinz Gerhard*
**Die Fußball-Welt-
meisterschaft 2006
im Fernsehen**
Daten zur Rezeption
und Bewertung.
MP 9/2006,
S. 454–464

Bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 wurden 56 der 64 Spiele live im Free-TV ausgestrahlt, davon acht erstmals von einem Privatsender (RTL). Wie haben die Zuschauer die Leistungen der Fernsehsender beurteilt? Wie haben sie die erstmalige Liveübertragung im frei empfangbaren Privatfernsehen wahrgenommen? Und wurden Unterschiede bei den Übertragungen und den Rahmenprogrammen zwischen den Sendersystemen deutlich? Die Studie beantwortet diese Fragen mit Hilfe von Daten der AGF/GfK Fernsehforschung und den Ergebnissen einer telefonischen Repräsentativumfrage unter Fernsehzuschauern ab 14 Jahre.

Die Fußball-WM im eigenen Land war ohne Zweifel auch das Fernsehereignis des Jahres 2006. 83 Prozent der Bundesbürger sahen mindestens ein Spiel, und durchschnittlich verfolgten die Zuschauer zehn Spiele bei ARD, ZDF oder RTL. Mit bis zu 29,7 Millionen Zuschauern (Deutschland gegen Italien) erzielten die Liveübertragungen Spitzenwerte in der Fernsehreichweite. Dabei erreichten die Übertragungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens mit durchschnittlich 12,06 Millionen Zuschauern mehr Menschen als die von RTL (10,07 Mio). Die Reichweite von ARD und ZDF bleibt auch dann höher, wenn man die Spiele der deutschen Mannschaft herausrechnet. Und auch das öffentlich-rechtliche Fußballrahmenprogramm wurde stärker genutzt als das von RTL.

Bei keinem Sportereignis zuvor gab es zusätzlich zu den Zuschauern in den Fernsehhaushalten so viele weitere Zuschauer außer Haus, etwa in Gaststätten, Biergärten, auf den Fanmeilen und Public-Viewing-Plätzen oder bei Freunden und Bekannten. Nach den Ergebnissen einer Telefonumfrage zur Außer-Haus-Nutzung kamen bei mehreren Spielen über 16 Millionen-Außer-Haus-Zuschauer zu den Fans vor den heimischen Bildschirmen hinzu. Dabei überwog insgesamt die Außer-Haus-Nutzung im privaten Rahmen das Public Viewing leicht. Besonders Jüngere schauten Spiele gern außerhalb der eigenen vier Wände.

Wie beurteilen die Zuschauer die Leistungen der Sender im Rahmen der WM? Drei Viertel (ARD) bzw. vier Fünftel (ZDF) der Zuschauer vergaben für die öffentlich-rechtlichen Sender die Bestnoten sehr gut/gut, für RTL waren es 53 Prozent. Hohe Zustimmungswerte gab es für Qualität, Professionalität und Kompetenz der Sender, und auch die Präsentation wurde als hochwertig wahrgenommen. 94 Prozent wollen ARD und ZDF auch künftig als WM-Sender. Kritisch wurden „zuviel geredet“ oder „zuviel Show“ angemerkt, nur eine Minderheit hielt das Volumen der WM-Berichterstattung für überzogen.

Fußball im Fernsehen hat in Deutschland eine lange und erfolgreiche Tradition. Dies hängt auch mit den Erfolgen der deutschen Nationalmannschaft zusammen, die seit 1954 ununterbrochen an allen Weltmeisterschaften teilgenommen hat. Bereits die Weltmeisterschaft 1954 war das erste große Fußballereignis im deutschen Fernsehen, wobei es hier wie auch bei den Weltmeisterschaften bis 1962 noch keine Messung der Einschaltquoten gab. Die Weltmeisterschaften von 1966 bis 1974 waren von deutschen Erfolgen und hohen Einschaltquoten geprägt. So kann die WM 1966 in England durch die steigende Anzahl von Fernsehhaushalten als erste richtige „Fernseh-WM“ bezeichnet werden. Bei der WM 1970 in Mexiko wurden erstmals Livespiele über Satellit ausgestrahlt, und die Spiele wurden in Farbe übertragen. Bei der WM 1974 in Deutschland war die Vollversorgung mit Fernsehgeräten fast erreicht.

Seit der WM 1978 erweiterten ARD und ZDF ihr Einschaltquotenmessverfahren auf die Erfassung von Personenreichweiten. Seit der WM 1986 erhöhte sich die Anzahl der teilnehmenden Mannschaften und somit auch der Spiele und Liveübertragungen. Bei der WM 1994 wurden erstmals die neuen Bundesländer in der Einschaltquotenmessung mit erfasst, es lagen also Zuschauerzahlen für ganz Deutschland vor. Während bei der WM 2002 die Ausstrahlungsrechte für Free-TV und Pay-TV gesplittet wurden und für die Free-TV-Sender nur ein begrenztes Kontingent von Spielen verblieb, was zu deutlich nachlassenden Zuschauerzahlen führte, gab es von der WM 2006 in Deutschland wieder deutlich mehr Übertragungen im Free-TV.

Neben Fußball-Welt- und Europameisterschaften erfreuen sich auch andere Wettbewerbe großer Beachtung, wie etwa der Erfolg der Berichterstattung über die Bundesliga in der „Sportschau“ zeigt. Umfragen haben ergeben, dass die Zuschauer große Sportereignisse wie Fußball-Weltmeisterschaften und Olympische Spiele bei ARD und ZDF und nicht bei den kommerziellen Sendern sehen möchten.

Welchen Stellenwert hatte das Medium Radio bei der Berichterstattung über die Fußball-Weltmeisterschaft 2006? Radio hatte schon in der Berichterstattung zur Bundesliga gezeigt, wie emotional und spannend „Fußball hören“ sein kann. Konnte Radio auch bei der WM seine Position in der Fußballberichterstattung halten, zumal Fernsehen, Public Viewing und Fanmeilen Spitzenwerte bei den Teilnehmerzahlen erzielten? Zur Rezeption und Bewertung der WM-Berichterstattung im Radio wurden vom 17. Juni bis 6. Juli 2006 gut 2000 Personen telefonisch befragt.

Den Ergebnissen zufolge zeigten sich drei Viertel der Befragten an Fußball interessiert, Männer

Heinz Gerhard
**Die Fußball-WM
als Fernsehereignis**
Analyse der
Zuschauerakzeptanz
bei Fußball-
Weltmeisterschaften
1954 bis 2006.
MP 9/2006,
S. 465–474

Lothar Mai
**Die Fußball-Welt-
meisterschaft 2006
im Radio**
Daten zur Rezeption
und Bewertung.
MP 9/2006,
S. 475–477

etwas stärker als Frauen. 70 Prozent haben WM-Berichte im Radio genutzt, 39 Prozent täglich oder fast täglich. Nach Altersgruppen zeigen sich Unterschiede: Bei den unter 50-Jährigen war der Hörfunk nach dem Fernsehen das zweitwichtigste Medium, wenn es darum ging, sich über die Weltmeisterschaft zu informieren. Die über 50-Jährigen informierten sich dagegen stärker in der Tageszeitung.

Die Live-Übertragungen der Spiele im Radio wurden vor allem dann genutzt, wenn man – aus unterschiedlichen Gründen – die Spiele nicht im Fernsehen sehen konnte: Rund ein Viertel der Befragten haben die Begegnungen (zumindest teilweise) live im Radio gehört. Dies geschah nicht nur, wenn man noch außer Haus war, sondern die Hälfte der Hörer verfolgte die WM-Sendungen zu Hause und nutzte damit den Vorteil des Hörfunks aus, dass man nebenbei andere Tätigkeiten ausüben kann.

Die höchsten Reichweiten erzielten Spiele mit deutscher Beteiligung sowie solche, die zu ungünstiger Fernsehzeit ausgetragen wurden. Die Live-Spiele stießen vor allem bei den jüngeren Hörern auf großes Interesse. Der Anteil derjenigen, die wegen der WM mehr Radio gehört haben als üblicherweise, war bei den 14- bis 29-Jährigen dreimal so hoch wie bei den anderen Altersgruppen.

Die Ergebnisse der regelmäßig durchgeführten Radionutzungsstudie Media-Analyse (ma) sind immer auch eine Leistungsbilanz für das Medium Radio. Wenn auch die Nutzungswerte im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig sind, so belegen der Weitesten Hörerkreis von 93,5 Prozent, die nach wie vor hohe Tagesreichweite von gut 77 Prozent, die durchschnittliche Hördauer von 186 Minuten und die Verweildauer von 242 Minuten die konstant wichtige Funktion des Radios im Alltag der Bundesbürger. Im intermedialen Vergleich wird deutlich, dass der Hörfunk neben dem Fernsehen das einzige Medium ist, das täglich mehr als drei Viertel der Bevölkerung erreicht.

Auch bei den jungen Menschen, um deren Aufmerksamkeit das Radio insbesondere in Konkurrenz zu anderen Hörmedien wie CD, MP3-Player oder i-pod kämpfen muss, ist die Radionutzung weitgehend konstant. Vergleicht man die Hörfunknutzung von MP3-Player-Besitzern mit derjenigen aller Befragten, so zeigt sich, dass die Hördauer beider Gruppen ähnlich hoch ist. Die Hypothese könnte lauten, dass MP3-Affine insgesamt mehr Musik/Audios hören als der Durchschnitt der Bevölkerung.

Radio begleitet viele Tätigkeiten und ist ein „Überall-Medium“. Dies bestätigen die Entwicklungen beim Radiohören im Haus und außer Haus. Die Verteilung ist annähernd konstant, wobei nach den Ergebnissen der ma 2006 Radio II 58 Prozent der Radionutzung im Haus erfolgen und 42 Prozent außer Haus.

Die Zahl der Umschaltungen zwischen den Programmen ist auf dem Niveau des Vorjahres stabil. An einem Durchschnittstag nutzen etwa 63 Prozent der Radiohörer nur ein Programm, ein Viertel hört zwei Programme. Innerhalb von 14 Tagen hören die Bundesbürger durchschnittlich vier Programme.

Walter Klingler/
Dieter K. Müller
**ma 2006 Radio II:
Radio behält
zentrale Funktion**
Standardwährung im
Markt.
MP 9/2006,
S. 478–489

