

Rezeption und Bewertung der WM-Berichterstattung

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2018 im Fernsehen

Von Heinz Gerhard* und Claudia Gscheidle**

Frühes Ausscheiden der deutschen Mannschaft mit Folgen für die Übertragungen

Groß waren die Erwartungen der deutschen Fans und Fernsehzuschauer an die deutsche Fußballnationalmannschaft bei der WM 2018 in Russland. Sie war einer der Favoriten. Umso größer war die Enttäuschung über das Abschneiden der Mannschaft. Zum ersten Mal bei einer WM-Teilnahme schied die deutsche Mannschaft nach zwei Niederlagen und nur einem Sieg als Tabellenletzter bereits in der Vorrunde aus. Statt der erhofften sieben deutschen Spiele bis über das Halbfinale hinaus bestritt die deutsche Mannschaft nur drei Vorrundenspiele. Nachdem bei den vorangegangenen WM-Turnieren vor allem aufgrund des Erfolgs der deutschen Mannschaft die Zuschauerzahlen Rekordwerte erzielt hatten, konnten bei der WM in Russland – wohl nicht zuletzt wegen des frühen Ausscheidens der deutschen Mannschaft – diesmal keine neuen Rekordreichweiten erzielt werden.

Bis 1998 alle WM-Spiele exklusiv bei ARD und ZDF

Entwicklung der Rechtesituation seit 1998
Bis zur WM 1998 in Frankreich waren alle Spiele der WM-Turniere ausschließlich bei ARD und ZDF zu sehen gewesen. Seither hat sich die Rechtesituation der übertragenden Sender immer wieder geändert.

Ab 2002 Konkurrenz durch Pay-TV

Bei der WM 2002 in Japan und Südkorea erwarb zum ersten Mal der private Pay-TV-Anbieter Premiere die Übertragungsrechte für den deutschen Markt für alle 64 Spiele im Bezahlfernsehen. ARD und ZDF erwarben damals die Rechte für insgesamt 26 Spiele im Free-TV, darunter alle Spiele der deutschen Mannschaft, das Spiel um Platz 3 sowie das Finale (damals mit der deutschen Mannschaft)

Ab 2006 übertrug auch RTL einige Spiele im Free-TV

Bei der WM 2006 in Deutschland lagen ebenfalls die Rechte für alle 64 Live-Spiele beim Pay-TV-Sender Premiere. ARD und ZDF konnten die Rechte für 48 Spiele erwerben und live im Free-TV übertragen, darunter wiederum alle Spiele der deutschen Mannschaft, die beiden Halbfinals (eines davon mit der deutschen Mannschaft), das Spiel um Platz 3 (erneut mit der deutschen Mannschaft) und das Finale. Neu war bei dieser WM, dass der Privatsender RTL Übertragungsrechte für acht Sonntagsspiele bis zum Viertelfinale von ARD und ZDF als Sublizenz

erworben hatte und im Free-TV zeigte. Die restlichen acht Begegnungen wurden exklusiv von Premiere im Bezahlfernsehen ausgestrahlt. Somit waren bei dieser WM 56 Spiele im Free-TV bei Das Erste, ZDF und RTL zu sehen, acht Spiele nur im Pay-TV bei Premiere.

Kurz und knapp

- Das frühe Ausscheiden der deutschen Mannschaft bei der WM 2018 führte zu einer geringeren Akzeptanz der Übertragungen der Spiele als bei früheren WM-Turnieren.
- Die Seherzahl, die Sehbeteiligung, die Marktanteile und das Public Viewing lagen niedriger als bei der WM 2014 in Brasilien.
- Dennoch war die Akzeptanz insgesamt und über alle Zielgruppen hinweg hoch.
- Das Urteil der Zuschauer über WM-Übertragungen von ARD und ZDF fiel durchweg positiv aus.
- Die große Mehrheit der Zuschauer möchte auch zukünftig große Sportevents im Ersten oder dem ZDF sehen.

Auch bei der WM 2010 in Südafrika besaß der Pay-TV-Sender Sky die Live-Übertragungsrechte für alle 64 Spiele. ARD und ZDF hatten gemeinsam die Rechte für 55 Spiele, davon waren 25 im Ersten Programm der ARD und 24 Spiele im ZDF zu sehen, darunter wiederum alle Spiele der deutschen Mannschaft, die beiden Halbfinals – eines davon erneut mit der deutschen Mannschaft –, das Spiel um Platz 3 mit der deutschen Mannschaft und das Finale. Sechs zeitgleiche Vorrundenspiele wurden bei den öffentlich-rechtlichen Digitalsendern ARD Einsfestival und ZDFinfo übertragen. Neun Spiele – wiederum bis zum Viertelfinale – hatte RTL erneut als Sublizenz erworben.

Bei der WM 2014 in Brasilien waren zum ersten Mal seit 1998 wieder alle 64 Spiele nur bei ARD und ZDF zu sehen, jeweils 28 davon im Ersten und im ZDF-Hauptprogramm, die acht zeitgleichen letzten Vorrundenspiele bei ARD Einsfestival und bei ZDFinfo.

Bei der WM 2018 in Russland übertrugen ARD und ZDF erneut alle 64 Spiele live in SD- und HD-Technik: jeweils 28 davon in den Hauptprogrammen, die acht zeitgleichen letzten Vorrundenspiele liefen bei ARD ONE (früher: Einsfestival) und ZDFinfo. Gegenüber 2014 gab es allerdings eine Abweichung bei den Übertragungsrechten. Während 2014 alle Spiele ausschließlich im öffentlich-rechtlichen Free-TV bei ARD und ZDF zu sehen waren, erwarb 2018 der Pay-TV-Anbieter Sky in einer Sublizenz von ARD und ZDF die Übertragungsrechte für 25 ausgewählte Spiele, parallel zu ARD und ZDF, für eine Ausspielung ausschließlich über Ultra-HD-Übertragungstechnik. Die Marktdurchdringung von Fernsehgeräten mit Ultra-HD-Übertragungstechnik war während der WM 2018 allerdings noch sehr gering, sodass bei ARD und ZDF keine Einschränkungen bei der Akzeptanz erwartbar waren. Sky ent-

WM 2014: Alle Spiele exklusiv bei ARD und ZDF

WM 2018: Alle Spiele bei ARD/ZDF und Sublizenz für Sky

* ZDF-Medienforschung, Mainz.

** Medienforschung Programmdirektion Das Erste, München.

schied sich, für diesen neuen technischen Ausspielweg keine Nutzungsdaten zu den Übertragungen über die AGF/GfK-Messtechnik messen zu lassen. Die zu geringe Fallzahl im AGF/GfK-Fernsehpanel hätte keine validen Daten erbracht.

Aufgrund des sich bei jedem WM-Turnier abwechselnden Ausstrahlungs- und Verteilungsrhythmus der Live-Übertragungen zwischen ARD und ZDF hatte die ARD 2018 das Eröffnungsspiel und das Spiel um Platz 3, das ZDF hatte das Endspiel und zwei der drei Vorrundenspiele der deutschen Mannschaft. Wäre die deutsche Mannschaft weitergekommen, wären der ARD das Achtelfinale und das Halbfinale und dem ZDF das Viertelfinale mit einer deutschen Beteiligung zugefallen. Ansonsten waren alle Wettbewerbsstufen zwischen den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern gleich verteilt.

2018 ungünstigere Anstoßzeiten als bei vorigen Turnieren

Die Anstoßzeiten der Spiele waren bei der WM 2018 in Russland für die deutschen Fernsehzuschauer etwas ungünstiger als bei der WM vier Jahre zuvor in Brasilien. Über das gesamte Turnier verteilten sich die Anstoßzeiten aufgrund der Zeitverschiebung (auch nochmals innerhalb Russlands) über den gesamten frühen und späten Nachmittag, den Vorabend und die frühe Primetime. Der früheste Anpfiff war nach deutscher Zeit um 12.00 Uhr bei einem Vorrundenspiel, darüber hinaus begannen neun Spiele um 14.00 Uhr, eines um 15.00 Uhr, 15 um 16.00 Uhr, elf um 17.00 Uhr, eines um 18.00 Uhr, 26-mal war um 20.00 Uhr Anstoß. Zu den für deutsche Zuschauer ungünstigen Übertragungszeiten waren auch entscheidende und interessante Paarungen im Achtel- und Viertelfinale, außerdem begannen im Halbfinale zwei Spiele bereits um 18.00 Uhr, die beiden anderen um 20.00 Uhr. Auch das Endspiel um 17.00 Uhr und das Spiel um Platz 3 um 16.00 Uhr waren für deutschen Zuschauer deutlich ungünstiger angesetzt als bei den drei vorangegangenen WM-Turnieren. Von den drei Spielen der deutschen Mannschaft fand eines am Nachmittag (um 16.00 Uhr gegen Südkorea) und eines am Vorabend (um 17.00 Uhr gegen Mexiko) statt, nur das Spiel gegen Schweden war in der Primetime um 20.00 Uhr.

Dagegen hatten bei der WM 2014 in Brasilien die Deutschland-Spiele in der Vorrunde und ab dem Achtelfinale, in der Vorabendzeit um 18.00 Uhr und in der zentralen Primetime um 21.00 Uhr sowie in der zweiten Primetime um 22.00 Uhr, zu späteren Sendezeiten stattgefunden. Allerdings gab es 2014 in der Vorrunde auch Spiele anderer Mannschaften, die erst um 00.00 Uhr, eines sogar erst um 3.00 Uhr deutscher Zeit angepfiffen wurden.

Zuschauerakzeptanz der Fußball-WM 2018 im Fernsehen

Im Folgenden wird die Akzeptanz der Fußball-WM 2018 im klassischen linearen Fernsehen und bei den Livestreams von ARD und ZDF sowie beim Public Viewing beschrieben und analysiert. Dafür werden die gemessenen Reichweitendaten der AGF Videoforschung – ermittelt von der GfK – für das

klassische lineare Fernsehen herangezogen. Darüber hinaus werden ergänzend zum ersten Mal die gemessenen Daten der Video-Livestreamnutzung der AGF Videoforschung – ermittelt von Nielsen – berichtet.

Da es bei der Fußball-WM erfahrungsgemäß eine nennenswerte Außer-Haus-Fernsehnutzung (Public Viewing) außerhalb der eigenen Privatwohnung gibt, wird diese zusätzliche Nutzung als dritter Nutzungsindikator dargestellt. Da die Public-Viewing-Nutzung nicht telemetrisch gemessen werden kann, wurde sie wie bei den vorangegangenen WM-Turnieren mit insgesamt sieben repräsentativen Umfragen nach den jeweiligen Deutschland-Spielen und im weiteren Turnierverlauf nach den einzelnen Wettbewerbsstufen von Institut Mindline Media (Berlin/Hamburg) ermittelt. Die Wahrnehmung und Bewertung der Berichterstattung bei ARD und ZDF schließlich wurde mit einer weiteren repräsentativen Umfrage am Ende des WM-Turniers vom IFAK-Institut (Taanusstein) telefonisch ermittelt.

Die Zuschauerakzeptanz der Fußball-WM wird von einigen stets gleichen Faktoren bestimmt. Zunächst ist das Event einer Fußball-WM als Sportgroßereignis so einflussreich, dass die Zuschauerzahlen insgesamt weit über den sonstigen Reichweiten von Fernsehsendungen liegen. Eine weitere zentrale Rolle spielt die Beteiligung der deutschen Mannschaft. Die Deutschland-Spiele erreichen in der Regel die drei- bis vierfache Zuschauerzahl der sonstigen Paarungen. Ein dritter Faktor ist das zunehmende Zuschauerinteresse mit fortschreitendem Turnierverlauf. Zusätzlich spielt die Anstoßzeit eine Rolle: Spielansetzungen am Abend haben eine größere Zuschauerschaft als jene am Nachmittag oder in der Vorabendzeit.

Bei den vorangegangenen WM-Turnieren 2006 in Deutschland und 2010 in Südafrika kamen alle positiven Akzeptanzfaktoren zusammen. Auch bereits 2002 (Südkorea/Japan) waren die Zuschauerzahlen trotz der durchgängig ungünstigen Anstoßzeiten hoch. Am höchsten war das Zuschauerinteresse bei der WM 2014 in Brasilien. 2018 wurde dieser Trend durch das frühe Ausscheiden der deutschen Mannschaft unterbrochen – die Akzeptanzwerte sanken.

Insgesamt sahen 58 Millionen Zuschauer ab 3 Jahren mindestens ein Spiel der Fußball-WM 2018 im Ersten oder im ZDF im linearen Fernsehen. Das waren 76,6 Prozent aller erreichbaren Zuschauer. Alle WM-Turniere bis 2006 hatten jeweils mehr als 60 Millionen Zuschauer erreicht und damit immer über 80 Prozent des Publikumpotenzials. Am größten war das Gesamtpublikum bei der WM 2010 in Südafrika mit 61,8 Mio. (85,7%). (vgl. Tabelle 1).

Repräsentativbefragungen zum Public Viewing und zur Bewertung der Berichterstattung

Akzeptanzfaktoren von Fußballübertragungen im TV

Höhere Publikumsreichweite als bei den WM-Turnieren in den USA und Japan/ Südkorea

Nutzungsmessung von linearem TV und Livestreams

Tab. 1 Reichweiten und Marktanteile der Fußball-WM-Spiele seit 1994
Zuschauer ab 3 Jahren

	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Nettoreichweite in Mio	Nettoreichweite in %
WM 1994 USA	7,01	47,6	47,02	66,5
WM 1998 Frankreich	10,14	47,6	55,26	77,4
WM 2002 Südkorea/Japan	9,24	65,3	48,26	67,8
WM 2006 Deutschland	12,06	52,8	61,48	83,7
WM 2010 Südafrika	10,85	48,2	61,88	85,7
WM 2014 Brasilien	12,33	54,7	61,60	85,3
WM 2018 Russland	10,16	46,3	58,00	76,6

WM 2006 und 2010: Das Erste, ZDF, RTL; sonstige Jahre: Das Erste, ZDF.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP; videoSCOPE (bis 2002 Fernsehpanel D), Nettokumulation Methode p-Wert.

Tab. 2 Nettoreichweiten der Fußball-WM-Spiele 2010, 2014 und 2018 pro Sender
Zuschauer ab 3 Jahren

	2010		2014		2018	
	in Mio	in %	in Mio	in %	in Mio	in %
Das Erste	55,53	76,9	57,59	79,8	48,97	64,7
ZDF	54,45	75,4	54,74	75,8	52,72	69,7
RTL	39,24	54,3	–	–	–	–

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP; videoSCOPE, Nettokumulation Methode p-Wert.

Nur bei den WM-Turnieren von 1994 in den USA und 2002 in Japan und Südkorea lagen die Seherzahlen deutlich unterhalb des 2018 erreichten Wertes. 1994 lag dies an den für deutsche Zuschauer ungünstigen Übertragungszeiten und dem frühen Ausscheiden der deutschen Mannschaft im Viertelfinale, 2002 an den noch ungünstigeren Übertragungszeiten, obwohl die deutsche Mannschaft bis ins Endspiel kam.

Das deutet darauf hin, dass das sehr frühe Ausscheiden der deutschen Mannschaft 2018 zu einer niedrigeren Gesamt-Zuschauerzahl für die Spiele führte. Bei den drei vorherigen WM-Turnieren kam bei den Spielen der deutschen Mannschaft ab dem Achtelfinale jeweils nochmals eine größere Zahl an Zuschauern hinzu, die die Vorrundenspiele nicht verfolgt hatten. Dieser Publikumszuwachs fehlte dieses Mal. Die Seherzahl 2018 war ähnlich hoch wie bei der WM 1998 in Frankreich, als die deutsche Mannschaft im Viertelfinale ausschied: Damals lag sie ebenfalls bei 55,26 Millionen, das waren 77,4 Prozent der Bevölkerung. Bei den WM-Turnieren von 2006 bis 2014 führten der Erfolg der deutschen Mannschaft und die günstigen Übertragungszeiten zu höheren Seherzahlen.

Das Erste erreichte mit seinen 28 Spielen insgesamt 48,97 Millionen Zuschauer (64,7 %), das ZDF mit seinen 28 Spielen insgesamt 52,72 Millionen Zuschauer (69,7 %). Ursache für diesen Unterschied ist die Tatsache, dass das ZDF zwei Spiele der deutschen Mannschaft (gegen Mexiko und Süd-

korea), die ARD nur eines (gegen Schweden) übertragen hat. Bei der WM 2014 in Brasilien erreichte die ARD 57,59 Millionen (79,8 %) und das ZDF 54,74 Millionen (75,8 %) (vgl. Tabelle 2). Der Unterschied begründete sich darin, dass die ARD seinerzeit vier Spiele der deutschen Mannschaft übertrug, darunter das Endspiel, das ZDF zeigte drei Spiele. Dennoch ist es beachtlich, dass auch ohne den „gewohnten“ sportlichen Erfolg der deutschen Mannschaft mehr als drei Viertel der Fernsehzuschauer in Deutschland die Fußball-WM 2018 verfolgten. Nach wie vor erreicht kein anderes Fernsehereignis so hohe Seherzahlen. (1)

Auch die durchschnittliche Zuschauerzahl für alle Spiele war 2018 niedriger als bei den drei vorangegangenen WM-Turnieren. Die 56 Spiele im Ersten und beim ZDF sahen im Schnitt 10,16 Millionen Zuschauer (46,3 % Marktanteil). Das entspricht ungefähr dem Akzeptanzniveau der WM 1998 in Frankreich. 2006 und 2010 lagen die Sehbeteiligungswerte jeweils bei über 12 Millionen und die Marktanteile über der 50-Prozentmarke, am höchsten bisher bei der WM 2014 in Brasilien (12,33 Mio; 54,7 % Marktanteil). Nur 1994 und 2002 lagen die Durchschnittswerte aller im Free-TV übertragenen Spiele deutlich unter dem jetzt erreichten Wert (vgl. Tabelle 1).

Ergänzt man die Daten der Video-Livestream-Nutzung, dann erhöht sich die durchschnittliche Zuschauerzahl für alle Spiele bei ARD und ZDF um 0,38 Millionen auf insgesamt 10,55 Millionen (vgl. Tabelle 5). Die Zuschauerzahl für alle Spiele beim ZDF lag aufgrund der zwei Deutschland-Spiele mit

Durchschnittliche Sehbeteiligung war 2018 geringer

Reichweiten auch abhängig von Zahl übertragener Spiele mit deutscher Beteiligung

Tab. 3 Reichweiten und Marktanteile der Fußball-WM-Spiele 2006, 2010, 2014 und 2018 bei Das Erste, ZDF und RTL
Zuschauer ab 3 Jahren

Live-Spiele in...	2006			2010			2014			2018		
	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
Das Erste	24	12,43	53,6	25	10,89	52,6	28	12,59	55,9	28	9,54	44,7
ZDF	24	12,35	54,4	24	11,36	51,3	28	12,06	53,5	28	10,80	47,8
RTL	8	10,07	45,3	9	9,47	33,2						

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP; videoSCOPE.

Tab. 4 Reichweiten und Marktanteile aller Fußball-WM-Spiele mit und ohne deutsche Beteiligung 2002 bis 2018*
Zuschauer ab 3 Jahren

	Anzahl Spiele	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
Spiele mit deutscher Beteiligung			
Weltmeisterschaft 2002	7	18,08	82,4
Weltmeisterschaft 2006	7	24,04	80,7
Weltmeisterschaft 2010	7	26,58	81,7
Weltmeisterschaft 2014	7	28,91	84,0
Weltmeisterschaft 2018	3	26,32	81,3
Spiele ohne deutsche Beteiligung			
Weltmeisterschaft 2002	19	6,54	54,6
Weltmeisterschaft 2006	49	10,27	47,1
Weltmeisterschaft 2010	51	8,78	41,4
Weltmeisterschaft 2014	49	9,85	47,5
Weltmeisterschaft 2018	56	9,28	43,4

*WM 2006 und 2010: Das Erste, ZDF, RTL; WM 2002, WM 2014 und WM 2018 Das Erste, ZDF.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP; videoSCOPE.

10,80 Millionen (47,8 % Marktanteil) über dem Wert für alle Spiele im Ersten mit 9,54 Millionen (44,7 % Marktanteil) (vgl. Tabelle 3).

2018 durchschnittlich über 26 Mio Zuschauer bei Deutschland-Spielen

Auch die Zuschauerzahlen der drei Deutschland-Spiele waren 2018 mit durchschnittlich 26,32 Millionen (81,3 % Marktanteil) niedriger als bei den sieben Spielen 2014. Den höchsten Wert für die Deutschland-Spiele bei einer WM mit 28,91 Millionen Personen (84,0 % Marktanteil) erreichte die WM in Brasilien (vgl. Tabelle 4). Allerdings lagen die Sehbeteiligungswerte der deutschen Spiele 2010 nur knapp über und die bei der Heim-WM 2006 sogar unter dem Wert von 2018. Die Spiele ohne die deutsche Mannschaft erreichten im Schnitt 9,28 Millionen Personen (43,4 % Marktanteil), ebenfalls etwas weniger als 2014 mit 9,85 Millionen (47,5 % Marktanteil). Am höchsten war das Zuschauerinteresse der Spiele ohne deutsche Beteiligung bisher bei der Heim-WM 2006 (10,27 Mio/47,1 % Marktanteil).

Die höchste Zuschauerzahl eines Spiels erreichte 2018 das Abendspiel (Anstoßzeit 20.00 Uhr) der deutschen Mannschaft gegen Schweden mit 27,53 Millionen Zuschauern (76,3 % Marktanteil) in der ARD (vgl. Tabelle 5). Das Auftaktspiel gegen Mexiko am späten Nachmittag (Anstoßzeit 17.00

Uhr) sahen 25,96 Millionen (81,3 % Marktanteil), das letzte Vorrundenspiel gegen Südkorea (Anstoßzeit 16.00 Uhr) 25,44 Millionen Zuschauer (87,4 % Marktanteil) – beide im ZDF.

Damit konnten die bisherigen Höchstwerte mit 32,54 Millionen Zuschauern bei der WM 2014 im Halbfinale gegen Brasilien und schließlich im Endspiel gegen Argentinien mit 34,57 Millionen nicht erreicht werden. Das meistgesehene Spiel ohne deutsche Beteiligung war bei der WM 2018 das Finale Frankreich gegen Kroatien mit 21,45 Millionen Zuschauern (76,0 % Marktanteil). Über Live-stream kamen noch einmal 0,84 Millionen hinzu, sodass sich die Zuschauerzahl auf insgesamt 22,28 Millionen addiert.

Die letzten acht zeitgleichen Vorrundenspiele, die nicht im Ersten oder im ZDF gezeigt wurden, konnten die Zuschauer bei den beiden öffentlichen Digitalsendern ONE und ZDFinfo sehen. Hier reichte die Bandbreite der Zuschauerzahlen von 0,84 Millionen (2,8 % Marktanteil) beim Spiel Island gegen Kroatien bis zu 0,13 Millionen (0,4 % Marktanteil) beim Spiel Panama gegen Tunesien.

2014 wurden höhere Reichweiten erzielt

Tab. 5 TV-Reichweiten und -Marktanteile, Reichweiten Livestreaming sowie Public Viewing der Fußball-WM-Spiele 2018 bei Das Erste und ZDF
Zuschauer ab 3 Jahren, Rangfolge nach Zuschauerzahlen in Mio; Public Viewing: Erwachsene ab 14 Jahren

Platz	Sender	Begegnung	Datum	Beginn	TV-Reichweite in Mio	TV -Marktanteil in %	Streaming in Mio	TV und Streaming in Mio	Public Viewing in Mio*
1	ARD	Deutschland – Schweden	23.06.18	20:00	27,53	76,3	0,68	28,20	7,21
2	ZDF	Deutschland – Mexiko	17.06.18	17:00	25,96	81,3	0,72	26,69	4,98
3	ZDF	Südkorea – Deutschland	27.06.18	16:00	25,44	87,4	0,67	26,11	6,61
4	ZDF	Frankreich – Kroatien	15.07.18	17:00	21,45	76,0	0,84	22,28	2,79
5	ZDF	Kroatien – England	11.07.18	20:00	19,27	58,3	0,71	19,98	1,87
6	ARD	Frankreich – Belgien	10.07.18	20:00	18,33	53,3	0,27	18,60	2,81
7	ARD	Russland – Kroatien	07.07.18	20:01	14,08	53,1	0,38	14,46	2,87
8	ZDF	Brasilien – Belgien	06.07.18	20:01	13,98	48,3	0,63	14,60	3,16
9	ARD	Portugal – Spanien	15.06.18	20:00	13,25	46,4	0,44	13,69	3,24
10	ZDF	Kroatien – Dänemark	01.07.18	20:00	12,77	41,9	0,56	13,34	1,73
11	ARD	Polen – Kolumbien	24.06.18	20:00	12,68	37,4	0,29	12,97	0,97
12	ARD	Kolumbien – England	03.07.18	20:00	12,49	44,7	0,28	12,78	2,00
13	ARD	Nigeria – Argentinien	26.06.18	20:00	12,24	39,9	0,60	12,83	1,16
14	ZDF	Iran – Portugal	25.06.18	20:00	11,97	38,4	0,60	12,56	1,53
15	ZDF	Brasilien – Schweiz	17.06.18	20:00	11,94	36,3	0,34	12,27	1,87
16	ZDF	Belgien – Japan	02.07.18	20:00	11,24	38,5	0,64	11,89	1,58
17	ZDF	Argentinien – Kroatien	21.06.18	20:00	10,90	36,9	0,51	11,41	1,85
18	ARD	Tunesien – England	18.06.18	20:00	10,14	34,0	0,29	10,42	1,26
19	ARD	Uruguay – Portugal	30.06.18	20:00	10,10	41,0	0,28	10,37	2,07
20	ARD	Russland – Saudi-Arabien	14.06.18	17:01	10,06	51,8	0,37	10,42	3,17
21	ZDF	Serbien – Schweiz	22.06.18	20:00	9,92	34,3	0,54	10,46	1,18
22	ZDF	Russland – Ägypten	19.06.18	20:00	9,88	33,6	0,46	10,34	1,27
23	ZDF	Spanien – Russland	01.07.18	16:00	9,57	52,1	0,52	10,09	2,26
24	ARD	Iran – Spanien	20.06.18	20:00	9,49	34,5	0,38	9,86	1,22
25	ARD	Südkorea – Mexiko	23.06.18	17:00	8,82	47,2	0,43	9,25	1,05
26	ZDF	Uruguay – Frankreich	06.07.18	16:00	8,81	55,2	0,39	9,20	2,44
27	ZDF	Serbien – Brasilien	27.06.18	20:00	8,73	31,2	0,36	9,09	1,18
28	ARD	Schweden – England	07.07.18	16:00	8,68	56,1	0,24	8,92	1,86
29	ARD	Belgien – England	14.07.18	16:00	8,50	52,3	0,12	8,62	2,47
30	ZDF	Kroatien – Nigeria	16.06.18	21:00	8,47	33,4	0,28	8,76	1,54
31	ZDF	Peru – Dänemark	16.06.18	18:00	8,43	47,1	0,27	8,70	1,46
32	ARD	Japan – Senegal	24.06.18	17:00	8,05	36,5	0,40	8,45	0,97
33	ARD	England – Belgien	28.06.18	20:00	8,01	28,1	0,28	8,30	2,23
34	ZDF	Nigeria – Island	22.06.18	17:00	7,74	43,4	0,33	8,07	0,79
35	ZDF	Argentinien – Island	16.06.18	15:00	7,51	54,1	0,23	7,73	1,78
36	ZDF	Brasilien – Mexiko	02.07.18	16:00	7,44	51,6	0,40	7,84	2,12
37	ZDF	Frankreich-Peru	21.06.18	17:00	7,33	42,3	0,32	7,65	0,70
38	ZDF	Polen – Senegal	19.06.18	17:02	7,12	42,3	0,45	7,57	1,16
39	ARD	Frankreich – Argentinien	30.06.18	16:00	6,98	50,1	0,28	7,26	2,26
40	ARD	England – Panama	24.06.18	14:00	6,97	39,9	0,19	7,16	0,98

(Fortsetzung nächste Seite)

**Ungünstigere
Anstoßzeiten trugen
zu niedrigeren
Reichweiten bei**

Während die überwiegende Anzahl Spiele der WM-Turniere 2006, 2010 und 2014 mit wenigen Ausnahmen zu zuschauerfreundlichen Zeiten am (Vor-)Abend live im deutschen Fernsehen gezeigt werden konnte, fanden 2018 deutlich mehr Spiele am Nachmittag zu weniger zuschauerfreundlichen Zeiten statt. Die Spiele am frühen Nachmittag (12.00,

14.00 und 15.00 Uhr) lagen mit 5,43 Millionen Zuschauern (41,7 % Marktanteil) unter dem Akzeptanzlevel der WM-Spiele 2010 (6,41 Millionen; 46,1 % Marktanteil) und noch etwas deutlicher unter den Werten der Heim-WM 2006 (7,09 Mio; 49,5 % Marktanteil) (vgl. Tabelle 6). Die Spiele am späten Nachmittag bzw. Vorabend (16.00, 17.00 und 18.00 Uhr) wurden mit 9,68 Millionen Zuschauern (53,3 % Marktanteil) deutlich schwächer eingeschaltet als 2014 (12,67 Mio; 54,4 % Marktanteil)

Tab. 5 TV-Reichweiten und -Marktanteile, Reichweiten Livestreaming sowie Public Viewing der Fußball-WM-Spiele 2018 bei Das Erste und ZDF (Fortsetzung)
Zuschauer ab 3 Jahren, Rangfolge nach Zuschauerzahlen in Mio; Public Viewing: Erwachsene ab 14 Jahren

Platz	Sender	Begegnung	Datum	Beginn	TV-Reichweite in Mio	TV -Marktanteil in %	Streaming in Mio	TV und Streaming in Mio	Public Viewing in Mio*
41	ARD	Schweden – Schweiz	03.07.18	16:00	6,80	47,9	0,14	6,94	1,22
42	ARD	Belgien – Panama	18.06.18	17:00	6,76	38,9	0,26	7,02	1,12
43	ZDF	Uruguay – Russland	25.06.18	16:00	6,46	44,6	0,35	6,81	1,32
44	ZDF	Costa Rica – Serbien	17.06.18	14:00	6,41	40,8	0,30	6,72	0,83
45	ARD	Dänemark – Frankreich	26.06.18	16:00	6,26	44,0	0,27	6,53	0,71
46	ARD	Belgien – Tunesien	23.06.18	14:00	6,03	42,3	0,38	6,41	0,90
47	ARD	Marokko – Iran	15.06.18	17:02	5,96	39,0	0,27	6,23	1,69
48	ZDF	Brasilien – Costa Rica	22.06.18	14:00	5,90	43,7	0,35	6,25	0,9
49	ARD	Uruguay – Saudi Arabien	20.06.18	17:00	5,80	38,3	0,18	5,98	1,03
50	ZDF	Frankreich – Australien	16.06.18	12:00	5,19	48,6	0,30	5,49	1,84
51	ARD	Schweden – Südkorea	18.06.18	14:00	4,67	39,2	0,21	4,89	2,11
52	ARD	Portugal – Marokko	20.06.18	14:00	4,61	40,8	0,16	4,77	1,63
53	ARD	Ägypten – Uruguay	15.06.18	14:00	4,42	37,9	0,19	4,61	1,59
54	ZDF	Dänemark – Australien	21.06.18	14:00	4,27	37,1	0,22	4,49	0,90
55	ARD	Senegal – Kolumbien	28.06.18	16:00	4,09	31,2	0,27	4,36	1,22
56	ZDF	Kolumbien – Japan	19.06.18	14:01	3,79	33,6	0,34	4,13	1,23
		alle Spiele			10,16	46,3	0,38	10,55	2,63
57	ONE	Island – Kroatien	26.06.18	20:00	0,84	2,8			
58	ZDFinfo	Spanien – Marokko	25.06.18	20:00	0,81	2,6			
59	ZDFinfo	Schweiz – Costa Rica	27.06.18	20:00	0,38	1,4			
60	ONE	Japan – Polen	28.06.18	16:00	0,29	2,2			
61	ZDFinfo	Saudi-Arabien – Ägypten	25.06.18	16:00	0,21	1,5			
62	ONE	Australien – Peru	26.06.18	16:00	0,14	1,0			
63	ZDFinfo	Mexiko – Schweden	27.06.18	16:00	0,14	0,5			
64	ONE	Panama – Tunesien	28.06.18	20:00	0,13	0,4			

* Die telemetrischen Zahlen aus den Panels der AGF Videoforschung und aus der Zusatzbefragung zu Public Viewing sind nebeneinander zu betrachten und können nicht ohne weiteres addiert werden. Bei der im AGF-Panel gemessenen Zahl handelt es sich um einen längen- und personengewichteten Durchschnittswert der Sehbeteiligung, während das Ergebnis der Public-Viewing-Befragung eine Kontaktzahl darstellt.

Quellen: Fernsehen: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP; videoSCOPE. Streaming: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; videoSCOPE 1.1, Marktstandard Bewegtbild. Public Viewing: Umfragedaten im Auftrag der ZDF-Medienforschung zur Außer-Haus-Nutzung von Live-Übertragungen der Spiele der Fußball-WM 2018, sieben Wellen, repräsentativ ausgewählte Personen ab 14 Jahren, Anzahl Befragte: 1.000-1.015, Feldzeit: 18.06.-17.07.2018, CATI, Institut: Mindline Media.

Tab. 6 TV-Reichweiten und -Marktanteile aller Fußball-WM-Spiele 2006, 2010, 2014 und 2018 nach Anstoßzeiten
Zuschauer ab 3 Jahren

Spiele am	2006 ¹⁾		2010 ¹⁾		2014 ¹⁾		2018 ¹⁾	
	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
frühen Nachmittag ²⁾	7,09	49,5	6,41	46,1	–	–	5,43	41,7
späten Nachmittag/Vorabend ³⁾	11,76	57,1	8,60	53,6	12,67	54,4	9,68	53,3
Abend ⁴⁾	14,87	51,6	14,12	46,4	15,46	56,1	12,80	43,0
in der Nacht ⁵⁾	–	–	–	–	3,94	45,2		

1) WM 2006 und 2010: Das Erste, ZDF, RTL; WM 2014 und 2018: Das Erste, ZDF.

2) Früher Nachmittag: 2006: 15.00/16.00 Uhr; 2010: 13.30 Uhr, 2018: 12.00 Uhr u. 14.00/15.00 Uhr.

3) Später Nachmittag: 2006: 17.00/18.00 Uhr; 2010: 16.00 Uhr; 2014: 18.00 Uhr, 2018: 16.00/17.00/18.00 Uhr.

4) Abend: 2006: 20.00/21.00 Uhr; 2010: 20.30 Uhr; 2014: 21.00/22.00 Uhr, 2018: 20.00 Uhr.

5) Nacht: 2014: 0.00 Uhr/3.00 Uhr.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP; videoSCOPE.

und 2006 (11,76 Mio; 57,1 % Marktanteil), allerdings stärker als 2010 (8,60 Mio; 53,6 % Marktanteil). Mit 12,80 Millionen Zuschauern (43,0 % Marktanteil) waren die Abendspiele schwächer als bei den drei vorherigen WM-Turnieren (2006: 14,87

Mio; 51,6 % Marktanteil, 2010: 14,12 Mio; 46,4 % Marktanteil, 2014: 15,46 Mio; 56,1 % Marktanteil).

Tab. 7 Markt- und Strukturanteile der Fußball-WM-Spiele 2018 in verschiedenen Zuschauergruppen
Das Erste und ZDF

	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Strukturanteil in %
Zuschauer ab 3 Jahren	10,16	46,3	100,0
West	7,64	46,0	75,2
Ost	1,90	40,0	24,8
Zuschauer ab 14 Jahren	9,76	46,0	100,0
14 bis 49 Jahre	3,57	50,1	36,6
ab 50 Jahren	6,19	43,9	63,4
Männer	5,76	55,4	59,0
Frauen	4,00	36,9	41,0

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP; videoSCOPE.

Damit zeigt sich, dass das Fehlen der deutschen Mannschaft ab dem Achtelfinale und die veränderten Anstoßzeiten vor allem am späten Nachmittag und am Abend zu einer geringeren Akzeptanz der 2018er WM-Spiele als bei den vorangegangenen Turnieren führten.

Spiele ohne deutsche Beteiligung fanden vergleichsweise hohen Anklang

Richtet man den Blick nur auf die Spiele ohne deutsche Beteiligung, relativiert sich die verringerte Resonanz etwas. Das Interesse am Sportgroßereignis Fußball-WM blieb auch ohne deutschen Erfolg auf hohem Niveau erhalten. Für die in den Hauptprogrammen übertragenen Spiele ohne deutsche Beteiligung ergab sich in der WM 2018 eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 9,28 Millionen Zuschauern je Spiel (vgl. Tabelle 4). Das ist zwar etwas weniger als vier Jahre zuvor (2014: 9,85 Mio Zuschauer), aber mehr als 2010 (8,78 Mio Zuschauer). Die insgesamt zurückhaltendere Gesamtbilanz ist also vornehmlich den fehlenden Spielen der deutschen Nationalmannschaft zuzuschreiben, das Interesse an Spielen ohne deutsche Beteiligung war früheren Turnieren durchaus vergleichbar.

Überdurchschnittliche Akzeptanz in allen Publikumssegmenten

Die Spielübertragungen bei der WM 2018 erreichten erneut bei allen Zuschauergruppen im Vergleich zu „normalen“ Sendetagen überdurchschnittliche Reichweiten und Marktanteile. Der Marktanteil lag bei den Zuschauern von 14 bis 49 Jahren mit 50,1 Prozent erneut über dem der ab 50-Jährigen mit 43,9 Prozent (vgl. Tabelle 7). Beim Strukturanteil – also jenem Wert, der anzeigt, in welcher numerischen Relation die verschiedenen Gruppen im Publikum der Fußball-WM zueinander stehen – überwiegen allerdings die älteren Zuschauer mit knapp zwei Dritteln (63,4 %) gegenüber einem Drittel (36,6 %) bei den 14- bis 49-Jährigen. Der Marktanteil bei den Männern war mit 55,4 Prozent wiederum höher als bei den Frauen mit 36,9 Prozent. Hier ist der Strukturanteil der Männer mit 59,0 Prozent höher als der Frauenanteil mit 41,0 Prozent.

Bei den deutschen Spielen sind der durchschnittliche Marktanteil bei den jüngeren Zuschauern mit 86,0 Prozent gegenüber den älteren mit 77,2 Prozent ebenfalls höher. Bei den Strukturanteilen ist das Verhältnis ältere zu jüngeren Zuschauern mit 58,1 Prozent zu 41,9 Prozent etwas ausgeglichener als bei allen Spielen, was darauf hindeutet, dass die Spiele der deutschen Mannschaft vor allem zusätzliche Zuschauer aus den jüngeren Bevölkerungsgruppen mobilisierten.

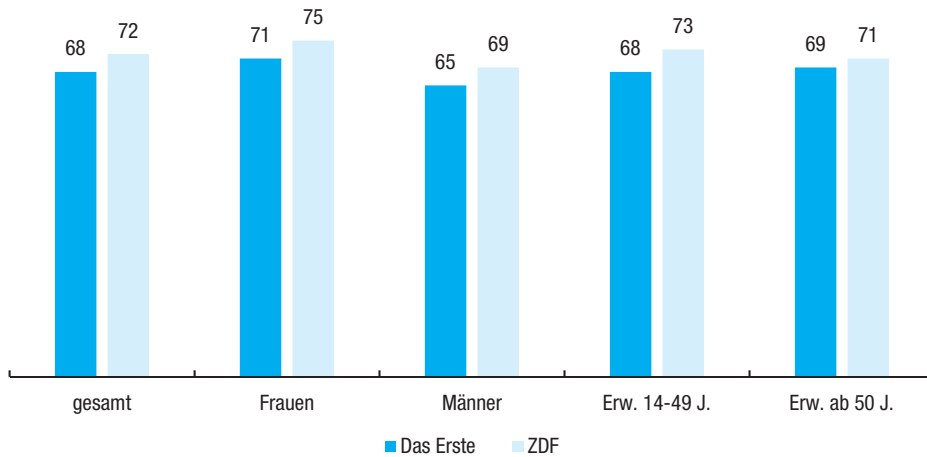
Wegen des frühen Ausscheidens der deutschen Mannschaft war der bei früheren Turnieren sichtbare Trend, dass mit Fortdauer des Turniers der Anteil der Frauen bei den Deutschland-Spielen zunahm und 2014 beim Endspiel mit 49,9 Prozent sogar fast gleichauf mit dem Männeranteil war, nicht zu beobachten. Auch bei der WM 2018 waren wie den vorangegangenen WM-Turnieren die Marktanteile in den westdeutschen Bundesländern mit 46 Prozent höher als in den ostdeutschen Ländern mit 40 Prozent. (2)

Während die „normale“ Fernsehnutzung immer noch fast ausschließlich zu Hause stattfindet, ist das Public Viewing bei der Fußball-WM inzwischen ein fester Bestandteil einer WM. Die AGF/GfK-Reichweitenmessung berücksichtigt für das klassische lineare Fernsehen nach wie vor lediglich die Nutzung in Privathaushalten. Um das zusätzliche Public Viewing zu erfassen, wird seit der WM 2006 zusätzlich die Außer-Haus-Nutzung per Umfrage ermittelt. Bei der WM 2018 befragte Mindline Media in insgesamt sieben repräsentativen Telefonumfragen bei je ca. 1 000 Befragten ab 14 Jahren im Verlauf des Turniers die Seherzahlen beim Public Viewing. Dabei wurden alle Möglichkeiten der Außer-Haus-Nutzung abgefragt. Seit 2011 wird bei der Reichweitenerfassung der AGF/GfK die Gästebeteiligung mitgemessen und ausgewiesen. Aus diesem Grund wird bei den hier dargestellten Public-Viewing-Seherzahlen seit der EM 2012 das Sehen bei Freunden, Nachbarn und Bekannten nicht mehr innerhalb der Public-Viewing-Befragung ausgewiesen. Zudem ist zu beachten, dass es sich bei den gemessenen Reichweiten der AGF/GfK um einen Durchschnittswert der Sehbeteiligung über das gesamte Spiel handelt, während die in der Public-

Deutsche Mannschaft mobilisiert jüngere Zuschauer

Seit 2006 auch Außer-Haus-Nutzung bei der WM ermittelt

Abb. 1 Pauschalbewertung der Senderleistung bei der Fußball-WM 2018 durch die Zuschauer
 "Wie hat Ihnen die Berichterstattung der Sender gefallen?"
 Zusammengefasste Werte für die Noten "sehr gut" und "gut", in %



Basis: Personen, die mindestens ein Spiel bei dem Sender gesehen haben.

Quelle: ARD/ZDF-Umfrage zur Fußball-WM.

Viewing-Befragung ermittelten Werte einen Kontaktwert darstellen. Die gemessenen AGF/GfK-Reichweiten und die erfragten Public-Viewing-Seherzahlen können also nicht ohne Weiteres addiert werden, sie vermitteln aber einen Eindruck über die Größe des Publikums.

Public Viewing geringer als 2014

Auch beim Public Viewing machte sich das frühe Ausscheiden der deutschen Mannschaft bemerkbar. Im Durchschnitt verfolgten 1,89 Millionen Personen ab 14 Jahren beim Public Viewing die 56 Spiele, die im Ersten und beim ZDF übertragen wurden. 2014 waren es durchschnittlich 2,63 Millionen. In der Rangfolge lagen auch beim Public Viewing die drei Deutschland-Spiele vorne. Am größten war die Zuschauerschaft beim Abendspiel gegen Schweden mit 7,21 Millionen, gefolgt von der Partie gegen Südkorea mit 6,61 Millionen (vgl. Tabelle 5). Das Spiel gegen Mexiko verfolgten 4,98 Millionen Personen ab 14 Jahren. Die meisten Zuschauer bei einem Spiel ohne die deutsche Mannschaft hatten beim Public Viewing die Begegnungen Portugal gegen Spanien (3,24 Mio) und Brasilien gegen Belgien (3,16 Mio). Das Endspiel Frankreich gegen Kroatien sahen 2,79 Millionen Fußballfans beim Public Viewing.

Die Sendungen zur Fußball-WM 2018 im Urteil der Zuschauer

Zusätzlich zur reinen Akzeptanz der Übertragungen und Sendungen ist bei einem Ereignis wie der Fußball-Weltmeisterschaft auch die Beurteilung durch das Publikum von Bedeutung. Hierzu wurden in der letzten Woche der Weltmeisterschaft im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission 1 016 Personen um ihr Qualitätsurteil über die WM-Berichterstattung im Fernsehen gebeten. Die telefonische Repräsentativbefragung führte das Markt-

forschungsinstitut IFAK, Taunusstein, durch. Im Ergebnis zeigten sich die Befragten mit der Berichterstattung der Fernsehsender sehr zufrieden: 68 bzw. 72 Prozent der Zuschauer bewerteten die Programmleistung von ARD und ZDF mit den Noten „sehr gut“ oder „gut“ (vgl. Abbildung 1). Dieses positive Gesamturteil wird von allen Zuschauergruppen getragen.

Im Detail betrachtet resultiert das positive Gesamturteil aus der hohen Wertschätzung des WM-Publikums über die professionelle Machart der Sender, der umfassenden Informationsleistung rund um die WM, der guten Spielanalysen sowie der sachkundigen Kompetenz der Reporter. 94 bzw. 93 Prozent der Live-Zuschauer attestierten den Übertragungen im Ersten und dem ZDF, sie seien gut und professionell gemacht (vgl. Tabelle 8). Auch die Reporterleistungen im Stadion wurden von nahezu allen Befragten mit den beiden Bestnoten versehen: 90 Prozent der ARD-Zuschauer waren der Meinung, „die Reporter im Stadion verstehen was von der Sache“. 87 Prozent votierten entsprechend beim ZDF. Neben einer professionellen Übertragung und einer kompetenten Kommentatorenleistung spielt für ein positives Fußballerlebnis im Fernsehen auch die anschließende Analyse der Spiele eine große Rolle. Auch in diesem Bereich konnten die öffentlich-rechtlichen Sender das WM-Publikum überzeugen: 84 bzw. 85 Prozent der Befragten fanden die Spielanalysen im Ersten und dem ZDF aufschlussreich und 83 bzw. 87 Prozent fanden deren grafische Aufbereitung sehr anschaulich. Insgesamt

Professionelle Machart der Sendungen kam an

Rund 70 Prozent
bewerten WM-
Berichterstattung mit
„gut“ oder „sehr gut“

Tab. 8 Detailbewertung der WM-Berichterstattung 2018 durch die Zuschauer
Frage: „Sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen“
zusammengefasste Werte für „voll und ganz“ und „weitgehend“, in %

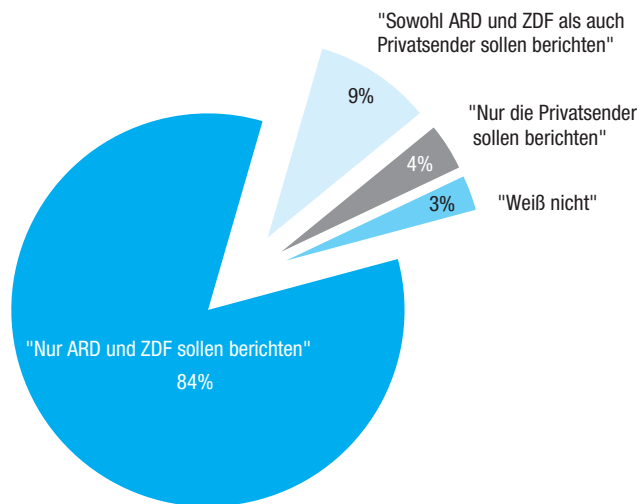
	Das Erste	ZDF
Die Übertragungen sind gut und professionell gemacht	94	93
Hier werde ich umfassend über die Weltmeisterschaft informiert	91	91
Die Reporter im Stadion verstehen etwas von der Sache	90	87
Die Spielanalysen sind aufschlussreich	84	85
Hier sind die grafischen Spielanalysen sehr anschaulich	83	87
Die Sendungen werden sympathisch moderiert	89	91
Die Studiogestaltung gefällt mir gut	84	84
Hier kann man die WM-Stimmung hautnah miterleben	69	74
Durch die zusätzlichen Berichte habe ich Russland besser kennengelernt	46	45
Es wird mir zu viel geredet	44	48

Basis: Mindestens ein Spiel bei dem Sender gesehen.

Quelle: ARD/ZDF-Umfrage zur Fußball-WM 2018.

Abb. 2 Kompetenz für künftige Übertragungen

„Fänden Sie es gut, wenn ARD und ZDF auch in Zukunft von der Fußball-WM berichten, oder sollte diese Aufgabe lieber den Privatsendern überlassen werden?“



Basis: Befragte, die mindestens ein Spiel gesehen haben.

Quelle: ARD/ZDF-Umfrage zur Fußball-WM 2018.

bestätigten 91 Prozent der Befragten, dass sie bei ARD und ZDF „umfassend über die WM informiert“ wurden.

Es waren jedoch nicht nur Faktoren wie Kompetenz und Professionalität, die zu der sehr guten Gesamtbewertung der WM-Berichterstattung beigetragen haben. Auch Sympathie und Gefallen spielten bei der Beurteilung eine wichtige Rolle. So war ein Großteil der Befragten der Meinung, die Sendungen seien sympathisch moderiert worden (Das Erste: 89 %, ZDF: 91 %) und bescheinigten den Sendern eine attraktive Studiogestaltung (Das Erste: 84 %, ZDF: 84 %).

Neben all den positiven Urteilen wurde auch Kritisches angemerkt – wenn dies auch nicht mehrheitlich von allen Befragten mitgetragen wurde: Knapp die Hälfte der Zuschauer fand, dass während der WM „zu viel geredet“ wurde. Dies bescheinigten 44 Prozent der Befragten dem Ersten und 48 Prozent dem ZDF. Offenbar ist es außerdem – anders als bei den vorangegangenen Weltmeisterschaften – dieses Mal nicht so gut gelungen, die WM-Stimmung direkt von den Stadien in die heimischen Wohnzimmer zu holen. „Nur“ 69 Prozent des ARD-Publikums bestätigten die Aussage „hier kann man die WM-Stimmung hautnah miterleben“, für das ZDF stimmten 74 Prozent der Befragten dieser Aussage zu. Bei den letzten vier Weltmeisterschaften lagen diese Werte zwischen 80 und 90 Prozent. Diese verhaltenere Einschätzung des Publikums liegt mutmaßlich zum einen am frühen Ausscheiden der deutschen Mannschaft, was die WM-Stimmung im Land insgesamt getrübt hat. Zum anderen mag es auch daran gelegen haben, dass ARD und ZDF erstmals kein Studio vor Ort hatten, aus dem sie von der WM berichteten. Somit konnte die Stimmung in und um die Stadien nicht gleichermaßen adaptiert und in die hiesigen Wohnzimmer transportiert werden.

Dennoch fällt das Publikumsurteil insgesamt ausgesprochen positiv aus. Die Programmleistungen der beiden öffentlich-rechtlichen Sender wurden überwiegend als sehr gelungen bewertet, die Zuschauer hatten den Eindruck, durch die Berichte der Fernsehsender mitten im Geschehen zu sein und nichts zu verpassen.

Die Wertschätzung der Berichterstattung schlägt sich auch in einer weiteren Aussage nieder: Die Zuschauer votierten in großer Geschlossenheit dafür, auch künftig die Fußball-Weltmeisterschaft im öffentlich-rechtlichen Fernsehen verfolgen zu können. 84 Prozent der Befragten sprachen sich für zukünftige Übertragungen bei der ARD und dem ZDF aus, nur 4 Prozent meinen, dies solle den Privatsendern überlassen bleiben (vgl. Abbildung 2).

Knapp die Hälfte der Zuschauer fand, es wurde „zu viel geredet“

Zuschauer wollen Fußball-WM auch künftig bei ARD/ZDF sehen

**Hohe Wertschätzung
der WM-Bericht-
erstattung trotz
frühen Ausscheidens**

Fazit

Aufgrund des frühen Ausscheidens der deutschen Mannschaft bei der WM 2018 bereits in der Vorrunde waren die Akzeptanzwerte für die Übertragungen der Spiele im Durchschnitt niedriger als bei früheren WM-Turnieren. Sowohl die gesamte Seherzahl, die durchschnittliche Sehbeteiligung und die Marktanteile als auch die Zahlen beim Public Viewing lagen unter den Werten der vorigen Weltmeisterschaften, insbesondere der von 2014 in Brasilien.

Dennoch war die Akzeptanz auch nach dem Ausscheiden der deutschen Mannschaft ab dem Achtelfinale noch sehr hoch – und das über alle Zielgruppen hinweg. Das beweist erneut den hohen Stellenwert der Fußball-WM bei den Fernsehzuschauern. Insgesamt waren die Zuschauer mit der Berichterstattung von der Weltmeisterschaft sehr zufrieden. Die Beurteilungen der WM-Übertragungen von ARD und ZDF fielen durchweg positiv aus. Im direkten Vergleich der öffentlich-rechtlichen mit den privaten Sendern möchte die große Mehrheit der Zuschauer große Sportevents wie die Fußball-WM auch zukünftig im Ersten und im ZDF sehen.

Anmerkungen:

- 1) Während der aktuellen WM wurde im AGF-System auch die Nutzung von Livestreams der übertragenden Sender auf klassischen PCs und Laptops erfasst (sowie auf Mobilgeräten, wenn sie über den Browser und nicht über die App erfolgte). Nimmt man diese Nutzungen hinzu – die für die vorangegangenen Turniere in dieser Form nicht zur Verfügung standen – dann erhöht sich der Publikumskreis leicht auf 59,16 Millionen Seher. Das heißt, etwa eine Million Zuschauer haben ausschließlich über alternative Endgeräte die WM-Spiele live verfolgt.
- 2) Allerdings ist der Eindruck, dass die Fußball-WM im Osten Deutschlands weniger Interesse hervorrief, dem Nutzungsindikator „Marktanteil“ zuzuschreiben. Weil in den östlichen Bundesländern generell mehr ferngesehen wird, der „Markt“ der Zuschauer hier demnach größer ist, entfällt auf das Angebot der Fußball-WM ein geringerer (Markt-)Anteil. Nimmt man als Vergleichsmaßstab hingegen die durchschnittliche Sehbeteiligung in Prozent (also den Anteil an der Bevölkerung, den eine Fernsehsendung oder in diesem Falle eine Fußballübertragung erreicht), dann sind die Werte für Ost (13,5 %) und West (13,4 %) praktisch identisch. Oder anders gewendet: Während im Osten diejenigen, die sich nicht für Fußball interessieren, häufiger fernsehen, wenden sie sich im Westen stärker anderen Tätigkeiten zu.

