

Daten zur Rezeption und Bewertung

→ Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im Radio

Von Lothar Mai*

Die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland im Sommer 2006 geriet zu einem Fest voller Emotionalität und Freude, das fast alle Bürger in seinen Bann zog. Nie zuvor haben so viele Menschen die Spiele verfolgt: Bei den attraktivsten Begegnungen fieberten mehr als 29 Millionen Zuschauer zu Hause vor den Bildschirmen mit. Hinzu kamen weitere rund 17 Millionen Personen, die außerhalb der eigenen vier Wände auf den Fanmeilen und Public-Viewing-Plätzen, in Biergärten und Gaststätten oder bei Freunden und Bekannten den Mannschaften zuschauten (vgl. zur WM-Rezeption im Fernsehen den Beitrag von Stefan Geese, Claudia Zeughardt und Heinz Gerhard in diesem Heft).

Aber wo informierte man sich zwischen den Spielen? Wo hat man sich informiert, wenn man während der Spiele bei der Arbeit oder unterwegs war? Hier kommt das Radio ins Spiel, das den ganzen Tag über die aktuellen Nachrichten und Hintergründe zur WM liefern konnte. 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? Welchen Stellenwert hat Radio bei der Berichterstattung über die WM 2006? Diese Fragen waren die zentralen Inhalte einer Befragung der ARD-Werbung Sales & Services, die während der WM durchgeführt wurde.

Repräsentativumfrage zur Nutzung der WM-Berichterstattung im Radio

Vom 17. Juni bis 6. Juli 2006 wurden 2 002 Personen nach ihrer Nutzung der WM-Berichterstattung im Radio befragt. Damit konnten, bis auf die beiden Endspiele um den ersten und dritten Platz, alle Spiele in die Befragung einbezogen werden. Die Befragung wurde per Telefon computergestützt (CATI) durchgeführt. Die Auswahl der Befragten erfolgte mit Hilfe einer bundesweiten Zufallsstichprobe, die auch nicht eingetragene Telefonnummern berücksichtigt. Die Befragten repräsentieren die erwachsene Bevölkerung in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahre (64,89 Millionen Personen).

Großes Interesse an Fußball bei beiden Geschlechtern

Von diesen ca. 65 Millionen Bundesbürgern sind drei Viertel an Berichten und Informationen über Fußball interessiert. Männer sind zu 81 Prozent und Frauen immerhin zu 70 Prozent an Fußball interessiert. Keine andere Sportart kann hier mithalten. Nur der Wintersport kann bei dieser Frage mehr als 50 Prozent erreichen. Dies ist auch die Sportart, die Frauen mit 57 Prozent mehr interessiert als Männer (51%). Bei allen Sportarten steigt das Interesse mit dem Alter, nur an Berichten über

Fußball sind die 14- bis 29-Jährigen noch mehr interessiert als die Älteren (vgl. Tabelle 1).

Das Interesse an Berichten über Fußball-Weltmeisterschaften oder Europameisterschaften ist natürlich besonders hoch und übersteigt noch das allgemeine Interesse an Fußball. So sind 82 Prozent der Männer und 74 Prozent der Frauen an Berichten über diese Turniere interessiert.

Dieses hohe Interesse erklärt auch, dass über 70 Prozent Berichte zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im Radio gehört haben und 39 Prozent oder 25 Millionen täglich durch das Radio informiert wurden. Das ist natürlich kein Vergleich zum Fernsehen, wo Jung und Alt zu ca. 70 Prozent täglich WM-Berichterstattung gesehen haben. Im Vergleich zu Tageszeitung und Internet kann Radio – außer bei den Älteren – jedoch punkten. So haben zwar insgesamt mehr Personen (49%) täglich in der Tageszeitung über die WM gelesen. Dies waren aber hauptsächlich die älteren Mitbürger, die sich zu fast 60 Prozent in der Tageszeitung informierten. Bei den unter 50-Jährigen kann Radio seinen zweiten Platz hinter Fernsehen klar behaupten. Mit 38 Prozent bei den 14- bis 29-Jährigen und 47 Prozent bei den 30- bis 49-Jährigen war Radio bei den jungen WM-Fans klar vor der Tageszeitung und dem Internet. Das Internet konnte mit 9 Prozent insgesamt und 19 Prozent bei den unter 30-Jährigen nur wenige WM-Interessierte erreichen (vgl. Tabelle 2).

Fernsehen war das Medium, in dem man die Spieler und die Tore sehen wollte. Was waren nun die Gründe, derentwegen man Spiele im Fernsehen versäumt hat? Etwa 25 Prozent der Befragten gaben an, zumindest Teile von Spielen, die sie gerne im Fernsehen gesehen hätten, versäumt zu haben.

70 % haben WM-Berichte im Radio genutzt, 39 % (fast) täglich

Gründe für WM-Nutzung im Radio

① Interesse an Berichten und Informationen über Sportarten

	Gesamt	Geschlecht		Alter in Jahren		
		Männer	Frauen	14-29	30-49	50 und älter
Fußball	75,2	81,0	69,8	84,4	67,4	77,1
Wintersport	54,3	51,1	57,3	40,4	47,9	65,2
Formel 1	49,9	57,2	43,2	46,1	49,1	52,2
Leichtathletik	37,3	37,6	37,1	17,3	28,6	52,7
Boxen	32,5	42,7	23,1	29,4	27,4	37,8
Radsport	25,2	27,6	23,0	13,4	17,7	36,2

Quelle: WM 2006 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2006.

② WM-Berichterstattung gehört, gesehen oder gelesen täglich/fast täglich, in %

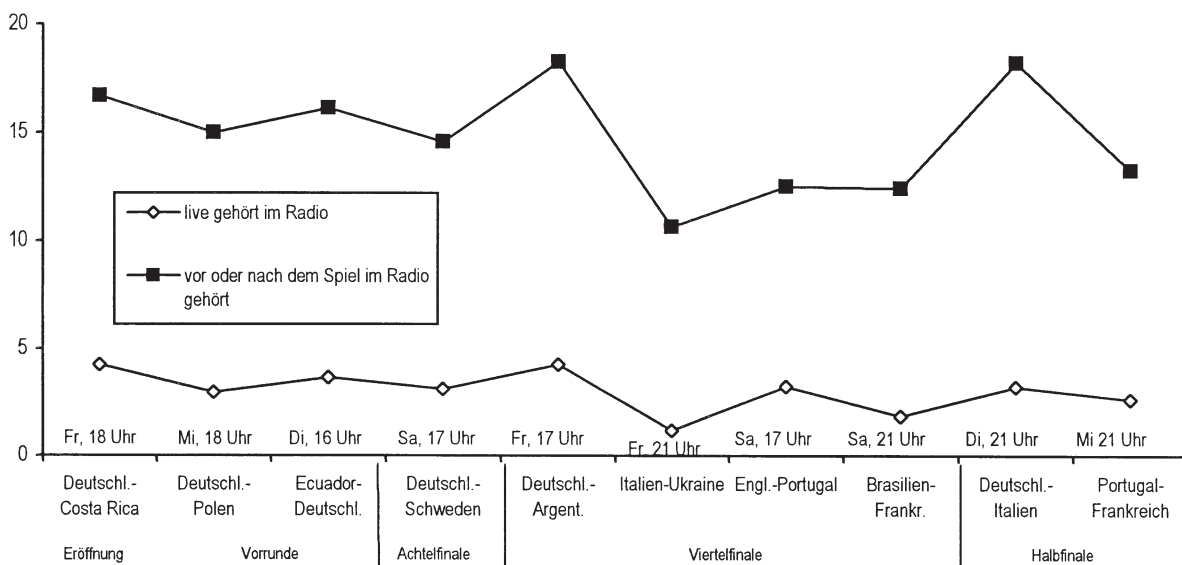
	Gesamt	Geschlecht		Alter in Jahren		
		Männer	Frauen	14-29	30-49	50 und älter
im Fernsehen	71,1	73,1	69,2	72,9	69,3	71,6
im Radio	38,6	35,3	41,7	37,9	46,7	32,7
Tageszeitung	48,5	51,0	46,3	32,4	43,6	59,3
Internet	9,4	14,1	5,1	18,9	10,4	4,5

Quelle: WM 2006 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2006.

* ARD-Werbung SALES & SERVICES, Frankfurt am Main.

Abb. 1 Fußball-WM 2006: Radionutzung im Turnierverlauf

Hörer in Mio



Quelle: WM 2006 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2006.

Über die Hälfte davon konnte aus beruflichen Gründen das gewünschte Spiel nicht im Fernsehen verfolgen. 12 Prozent gaben an, Besuche bei Bekannten und Verwandten gemacht zu haben. Andere Gründe waren Arztbesuch, Einkaufen, Sport und Urlaub. Ein Drittel derjenigen, die nicht fernsehen konnten, haben stattdessen Radio gehört, das sind hochgerechnet 5,3 Millionen Personen. Neben seiner Funktion als aktueller Berichterstatter zwischen den Spielen wird Radio hier also als Ersatz für Fernsehen genutzt.

Radio für WM-Berichte auch zu Hause genutzt

Dies bedeutet allerdings nicht, dass die WM-Spiele nur außer Haus im Radio gehört wurden. Zwar wurde im Vergleich zum sonstigen Radiokonsum weniger zu Hause gehört, aber immer noch die Hälfte der Hörer der WM-Berichterstattung wurde zu Hause erreicht. Berufsarbeit zu Hause, Haus- und Gartenarbeit und Besuch von Freunden und Bekannten waren einige der Gründe, warum man auch hier die Spiele nicht im Fernsehen gesehen hat. So stimmen fast 50 Prozent der Befragten der Aussage zu, wenn man sich Fußballspiele im Radio anhörte, habe das den Vorteil, dass man sich nebenbei mit anderen Dingen beschäftigen könne. Hier macht es kaum einen Unterschied, welches Alter oder Geschlecht der Befragte hat, und selbst die Fußballinteressierten stimmen zu 50 Prozent diesem Statement zu. Am Arbeitsplatz oder im Auto wurde wegen der WM nicht generell mehr gehört, sondern die Zeit, die man auch sonst mit Radiohören an diesen Orten verbrachte, wurde genutzt, um die WM-Berichterstattung zu verfolgen.

Reichweite von verschiedenen Faktoren beeinflusst

Die Reichweite der einzelnen Spiele im Radio wurde von unterschiedlichen Variablen beeinflusst. Am deutlichsten wirkte eine deutsche Beteiligung auf

die Nutzung von Live-Berichterstattungen und begleitenden Informationen im Radio. Selbstverständlich fanden die Spiele mit deutscher Beteiligung die meisten Hörer. Aber auch der Wochentag und die Uhrzeit haben als Variablen direkten Einfluss auf die Radionutzung während der WM. Neben dem allgemeinen Tagesablauf mit Berufsarbeit und Freizeit spielen hier auch die gewohnten Nutzungszeiten von Fernsehen und Radio eine große Rolle. Spiele, die werktags und vor 20.00 Uhr ausgestrahlt wurden, hatten daher besonders viele Radiohörer. Spiele am Wochenende und abends konnten meistens im Fernsehen verfolgt werden (vgl. Abbildung 1).

Das Eröffnungsspiel Deutschland gegen Costa Rica (Freitags 18.00 Uhr) erreichte die größte Anzahl von Zuhörern, nämlich 4,3 Millionen. Deutschland gegen Argentinien, ebenfalls freitags um 17.00 Uhr, kam ungefähr auf dieselbe Anzahl von Hörern. Das Spiel Ecuador gegen Deutschland konnte an einem Dienstag gegen 16.00 Uhr 3,7 Millionen Hörer über Radio erreichen.

Die Spiele Deutschlands gegen Italien, Schweden und Polen fanden nach 21.00 Uhr oder am Wochenende statt. Diese günstigen Fernsehzeiten bewirkten eine etwas geringere Quote für Radio (ca. 3 Millionen Zuhörer). Auch die Viertelfinals ohne deutsche Beteiligung bestätigen diese Interpretation. Da diese Spiele am Freitagabend und Samstag übertragen wurden, konnten sie von vielen Fußballfans auch im Fernsehen verfolgt werden. So hatten die Spiele Italien gegen Ukraine und Brasilien gegen Frankreich, die Freitag bzw. Samstag um 21.00 Uhr übertragen wurden, nur 1,2 bzw. 1,9 Millionen Zuhörer. Italien gegen Ukraine war zudem noch nach dem Spiel Deutschland gegen Argentinien angesetzt, das mit knapp 25 Millionen Zuschauern zu den zehn meistgesehenen

Spiele zu günstiger Fernsehzeit reduzierten Radionutzung

Fernsehsendungen seit 1991 gehört. Auch die Vor- und Nachberichterstattung, die bei deutscher Beteiligung zwischen 14,5 und 18 Millionen Hörer hatte, wurde bei diesen Spielen merklich weniger im Radio verfolgt (10,6 bzw. 12,5 Millionen Hörer) (vgl. Tabelle 3).

Ein Viertel der Bundesbürger hat Spiele (teilweise) im Radio gehört

Insgesamt haben 25 Prozent oder 16,1 Millionen Bundesbürger mindestens Teile der Spiele live im Radio gehört. Spiele mit deutscher Beteiligung wurden von 10,7 Millionen und ohne deutsche Be-

③ Hörer der im Radio übertragenen Deutschlandspiele

Spiel	Datum / Uhrzeit	Reichweite in Mio
Deutschland – Costa Rica	9. Juni, 18.00 Uhr	4,27
Deutschland – Argentinien	30. Juni, 17.00 Uhr	4,26
Ecuador – Deutschland	20. Juni, 16.00 Uhr	3,67
Deutschland – Italien	4. Juli, 21.00 Uhr	3,23
Deutschland – Schweden	24. Juni, 17.00 Uhr	3,12
Deutschland – Polen	14. Juni, 21.00 Uhr	2,96

Quelle: WM 2006 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2006.

④ Nutzung der WM-Berichterstattung im Radio

in %

	Gesamt	Geschlecht		Alter in Jahren		
		Männer	Frauen	14–29	30–49	50 und älter
WM-Berichterstattung gesamt	70,3	58,1	62,3	72,9	78,4	62,8
WM-Berichterstattung täglich/fast täglich	38,6	35,3	41,7	37,9	46,7	32,7
mindestens Teile der Spiele live gehört	24,9	27,3	22,6	39,0	28,3	16,1
Spiele mit deutscher Beteiligung live gehört	16,4	16,5	16,4	26,1	18,0	11,0
Spiele ohne deutsche Beteiligung live gehört	15,2	17,9	12,6	24,6	17,5	9,3
wegen WM mehr Radio gehört	8,6	9,8	7,6	18,6	6,4	6,0

Quelle: WM 2006 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2006.

teiligung von 9,8 Millionen Personen im Radio live verfolgt. 9 Prozent oder 5,6 Millionen haben wegen der WM, um immer aktuell informiert zu sein, mehr Radio gehört als sonst. Frauen haben sich dabei mehr für die allgemeine Berichterstattung über die WM interessiert und weniger die Livespiele im Radio gehört.

Besonders 14- bis 29-Jährige haben wegen WM mehr Radio gehört

Diese Livespiele stießen besonders bei den jungen Hörern auf großes Interesse. So haben 39 Prozent der 14- bis 29-jährigen mindestens Teile der Spiele live im Radio verfolgt. Dabei machte es wenig aus, ob die Spiele mit oder ohne deutsche Beteiligung waren. So war auch der Anteil derjenigen, die wegen der WM mehr Radio hörten, mit 18,6 Prozent dreimal so hoch wie bei den anderen Altersgruppen. Die 30- bis 49-jährigen haben zwar am meisten im Radio Berichte über die WM verfolgt, taten dies jedoch weniger bei den Livespielen, sondern vielmehr bei der Vor- und Nachberichterstattung. Die ab 50-jährigen nutzten insgesamt die Radioberichterstattung zur WM unterdurchschnittlich (vgl. Tabelle 4).

Fazit

Radio hat seine Funktion als Tagesbegleiter auch bei der WM-Berichterstattung erfüllt und wurde

besonders von den jungen und mobilen Zielgruppen auch als Liveberichterstatte genutzt. Es wurde nicht in allen Zielgruppen oder zu allen Gelegenheiten wegen der WM mehr Radio gehört, aber ein großer Teil der Radiohörer nutzte seinen Radiosender, um Informationen zur Fußball-WM zu erhalten. Der Vorteil von Radio, sich aktuell und umfassend über die WM informieren zu können, ohne begleitende Tätigkeiten unterbrechen zu müssen, wurde dabei gerne genutzt. Darüber hinaus war für einen Teil der WM-Interessierten Radio der gewählte Ersatz für die versäumten Livebilder des Fernsehens. Insgesamt hat so ein Viertel der Bevölkerung mindestens Teile der WM-Spiele live im Radio gehört. Vor allem die jungen und mobilen Fußballfans nutzten überproportional das Radio, um live die Fußballspiele zu verfolgen. Radio hat so dazu beigetragen, dass alle an dieser Weltmeisterschaft teilnehmen konnten und es hat einen bedeutenden Anteil daran, dass es ein großes Fußballfest voller Emotionen und Spannung wurde.

