

Daten zur Rezeption und Bewertung

→ **Die Fußball-Europameisterschaft 2008 im Radio**

Von Lothar Mai*

Die Fußball-Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz ist im Sommer 2008 auch in Deutschland wieder ein Fest für die Fußballfreunde geworden. Nach der WM im eigenen Land zwei Jahre zuvor wurde die Tradition des gemeinsamen Erlebnisses auf den so genannten Public-Viewing-Plätzen, in Biergärten und Gaststätten oder bei Freunden und Bekannten fortgeführt. Bis zu 11 Millionen Personen begleiteten auf diese Weise ihre Mannschaft bis ins Finale. Hinzu kamen weitere 26 Millionen Fußballfans vor dem heimischen Fernsehgerät.

Aber wo informierten sich Fußballinteressierte zwischen den Spielen? Woher wurden Informationen bezogen, wenn man während der Spiele bei der Arbeit oder unterwegs war? Hier kommt das Radio ins Spiel, das den ganzen Tag über aktuelle Nachrichten und Hintergründe zur Europameisterschaft 2008 lieferte. Radio hatte schon im Rahmen der Berichterstattung zur WM 2006 gezeigt, wie emotional und spannend „Fußball hören“ sein kann. Konnte Radio auch bei der EM 2008 seine Position in der Fußballberichterstattung halten? Welchen Stellenwert hatte Radio bei der Berichterstattung über die EM 2008? Diese Fragen waren die zentralen Inhalte einer Befragung der ARD-Werbung SALES & SERVICES, die während des Turniers 2008 durchgeführt wurde.

Vom 17. bis 26. Juni 2008 wurden 2 004 Personen nach ihrer Nutzung der EM-Berichterstattung im Radio befragt. Damit konnten, bis auf das Endspiel, alle Spiele in die Befragung einbezogen werden. Die Befragung wurde per Telefon computergestützt (CATI) durchgeführt. Die Auswahl der befragten Haushalte erfolgte mit Hilfe der bundesweiten ADM-Telefonstichprobe, die auch nicht eingetragene Telefonnummern berücksichtigt. Die Bestimmung der Zielperson innerhalb des kontaktierten Haushaltes erfolgte nach dem Quotenverfahren, bei dem auf die repräsentative Verteilung nach Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit und Bundesland geachtet wurde. Die Befragten repräsentieren die erwachsene Bevölkerung in Privathaushalten der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahren (64,82 Millionen Personen).

Von diesen ca. 65 Millionen Bundesbürgern sind 77 Prozent an Berichten und Informationen über Fußball interessiert (vgl. Tabelle 1). Damit hat sich das hohe Interesse an Fußball nach der erfolgreichen WM 2006 leicht erhöht und stabilisiert. Männer sind zu 83 Prozent und Frauen immerhin zu 71 Prozent an Fußball interessiert. Keine andere Sportart kann hier mithalten. Der Wintersport er-

reicht bei dieser Frage nur noch in Bayern, Sachsen und Thüringen mehr als 50 Prozent der Bevölkerung. Im Jahr 2006 hatten sich noch 57 Prozent der Frauen und 51 Prozent der Männer für Berichte und Informationen aus dem Wintersport interessiert. Nur knapp 50 Prozent der Männer interessieren sich für die Autorennen der Formel 1. Fußball erreicht auch und in besonderem Maße das junge Publikum. Bei den meisten Sportarten steigt das Interesse mit dem Alter, dagegen sind an Berichten über Fußball die 14- bis 29-Jährigen noch mehr interessiert als die Älteren.

Auch das Interesse an Berichten über Fußball-Welt- oder Europameisterschaften hat sich seit der WM 2006 erhöht und übersteigt noch das allgemeine Interesse an Fußball. So sind 86 Prozent der Männer und 79 Prozent der Frauen an Berichten über diese Turniere interessiert. Das Interesse der jungen Fans bis 29 Jahre ist auch hier mit 87 Prozent besonders hoch.

Dieses hohe Interesse erklärt auch, dass fast 73 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren Berichte zur Fußball-Europameisterschaft 2008 im Radio gehört haben und rund 40 Prozent oder 26 Millionen täglich durch das Radio informiert wurden. Das ist zwar deutlich weniger als beim Fernsehen, wo Jung und Alt täglich zu ca. 70 Prozent die EM-Berichterstattung gesehen haben. Im Vergleich zu Tageszeitung und Internet kann Radio – außer bei den Älteren – jedoch punkten. So haben zwar insgesamt mehr Personen (48%) täglich in der Tageszeitung über die EM 2008 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 dem Fernsehen klar behaupten. Mit 38 Prozent täglicher Nutzung bei den 14- bis 29-Jährigen und 50 Prozent bei den 30- bis 49-Jährigen lag Radio bei den jungen Fußballfans klar vor der Tageszeitung und dem Internet. Auch wenn das Internet mit 13 Prozent täglich und 25 Prozent bei den unter 30-Jährigen wesentlich mehr Fußballinteressierte erreichen konnte als zur WM 2006, blieb es auch bei jungen Fans hinter der Tageszeitung und dem Radio zurück (vgl. Tabelle 2). Hauptsächlich wurden im Internet Textinformationen über die EM, also Ergebnisse, Nachrichten und Reportagen gelesen. 90 Prozent der Internetnutzer informierten sich auf diesem Weg. Livestreaming, Video- bzw. Podcasts oder Liveticker spielten im Vergleich hierzu kaum eine Rolle. Das Internet hat hier also die Tageszeitung als aktuelles Medium und gleichzeitig zeitunabhängiges Nachschlagewerk bei den jungen Fans noch nicht abgelöst.

Fernsehen war das Medium, in dem man die Spieler und die Tore sehen wollte. Die Spiele der EM 2008 wurden größtenteils abends in der Hauptzeit des Fernsehkonsums übertragen. Im Vergleich zur WM 2006 versäumten dieses Mal weniger Menschen ein Spiel. Nur noch etwa 20 Prozent der Befragten – 2006 waren es noch 25 Prozent – gaben an, zumindest Teile von Spielen, die sie gerne im Fernsehen gesehen hätten, versäumt zu haben. Über die

73 % haben Berichte über die EM 2008 im Radio genutzt, 40 % (fast) täglich

Gründe für Nutzung der EM 2008 im Radio

Repräsentativumfrage zur Nutzung der EM-Berichterstattung im Radio

Großes Interesse an Fußball bei Männern und Frauen

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

Hälfte davon konnte aus beruflichen Gründen das gewünschte Spiel nicht im Fernsehen verfolgen. 15 Prozent gaben an, Besuche bei Bekannten und Verwandten gemacht zu haben. Andere Gründe waren Termine, Sport und Urlaub. Ein Drittel derjenigen, die nicht fernsehen konnten, hat stattdessen Radio gehört, das sind hochgerechnet 4,3 Millionen Personen. Neben seiner Funktion als aktueller Berichterstatler zwischen den Spielen wird Radio hier also als Ersatz für Fernsehen genutzt.

Radio für EM-Berichte auch zu Hause genutzt

Dies bedeutet allerdings nicht, dass die EM-Spiele nur außer Haus im Radio gehört wurden. Zwar wurde im Vergleich zum sonstigen Radiokonsum weniger zu Hause gehört, aber immer noch mehr als die Hälfte der Hörer der EM-Berichterstattung wurde zu Hause erreicht (58%). 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 vor allem die Frauen der Aussage zu, wenn man sich Fußballspiele im Radio anhöre, habe das den Vorteil, dass man sich nebenbei mit anderen Dingen beschäftigen könne. Insgesamt sind es über 70 Prozent der Befragten, die diesen Vorteil schätzen. 54 Prozent der EM-Hörer wurden unterwegs im Auto erreicht, und trotz später Spiele haben 15 Prozent noch gearbeitet. Zu Hause, am Arbeitsplatz oder im Auto wurde wegen der EM 2008 nicht generell mehr Radio gehört, sondern die Zeit, die man auch sonst mit Radiohören an diesen Orten verbrachte, wurde genutzt, um die EM-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 EM 2008. 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.

Das Halbfinale zwischen Deutschland und der Türkei (Mittwoch, 20.45 Uhr) erreichte die größte Anzahl von Zuhörern, nämlich 4,7 Millionen. Deutschland gegen Kroatien, am Donnerstag um 18.00 Uhr, kam auf 4,4 Millionen Hörer, obwohl das Spiel nicht die Bedeutung des Halbfinals hatte (vgl. Abbildung 1).

Spiele zu günstiger Fernsehzeit reduzieren Radionutzung

Die meisten Spiele fanden nach 20.00 Uhr oder am Wochenende statt. Diese günstigen Fernsehzeiten bewirkten eine etwas geringere Quote für Radio (ca. 3 bis 3,5 Millionen Zuhörer). Selbst im Viertelinale Deutschland gegen Portugal (Donnerstag, 20.45 Uhr) konnten so nicht mehr als 3,3 Millionen Hörer erreicht werden (vgl. Tabelle 3). Die rest-

① Interesse an Berichten und Informationen über Sportarten

in %

	Gesamt	Geschlecht		Alter in Jahren		
		Männer	Frauen	14-29	30-49	50 und älter
Fußball	76,8	82,8	71,2	83,4	73,4	76,3
Wintersport	43,9	43,6	44,2	27,7	40,9	53,9
Formel 1	38,8	49,1	29,2	31,7	38,0	42,7
Boxen	33,9	43,5	25,0	35,3	28,2	37,7
Leichtathletik	33,7	38,8	29,0	14,6	28,4	46,9
Radsport	14,6	18,6	10,8	6,1	10,4	21,8

Quelle: EM 2008 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2008.

② EM-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	67,3	72,7	62,3	72,3	66,3	65,7
im Radio	39,6	35,7	43,2	38,1	50,1	32,2
Tageszeitung	47,9	54,1	42,0	34,7	42,1	58,5
Internet	12,8	18,0	8,0	25,1	15,5	4,9

Quelle: EM 2008 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2008.

lichen Viertelfinalsple ohne deutsche Beteiligung fanden am Wochenende statt und konnten so nur 1,3 bis 2,6 Millionen Radiohörer erreichen. Auch die Vor- und Nachberichterstattung, die bei deutscher Beteiligung zwischen 19 und 20 Millionen Hörer hatte, wurde bei diesen Spielen merklich weniger im Radio verfolgt (13 bis 16 Millionen Hörer).

Insgesamt haben 22 Prozent oder 14 Millionen Bundesbürger mindestens Teile der Spiele live im Radio gehört. Spiele mit deutscher Beteiligung wurden von zehn Millionen und ohne deutsche Beteiligung von sieben Millionen Personen im Radio live verfolgt. 8 Prozent oder fünf Millionen haben wegen der EM 2008, um immer aktuell informiert zu sein, mehr Radio gehört als sonst. Frauen haben sich dabei weniger für die Spiele ohne deutsche Beteiligung interessiert und diese Spiele weniger live im Radio gehört.

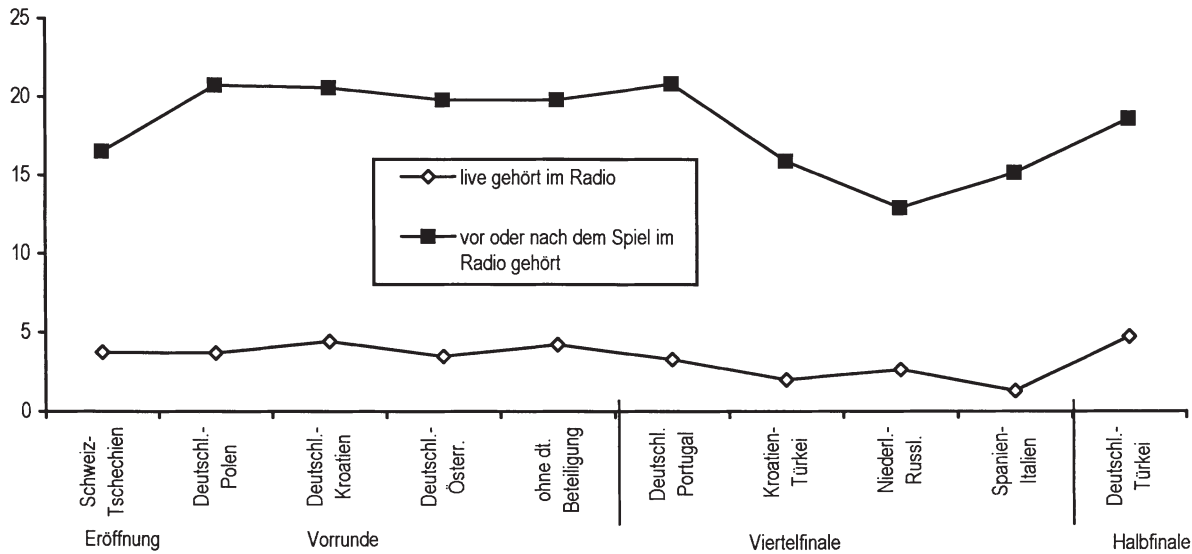
Die Livespiele stießen besonders bei den jungen Hörern auf großes Interesse. So haben 28 Prozent der 14- bis 29-jährigen mindestens Teile der Spiele live im Radio verfolgt. Dabei machte es wenig aus, ob die Spiele mit oder ohne deutsche Beteiligung stattfanden. So war auch der Anteil derjenigen jungen Leute, die wegen der EM mehr Radio hörten, mit 13 Prozent fast doppelt so hoch wie bei den anderen Altersgruppen. Die ab 50-jährigen nutzten insgesamt die Radioberichterstattung zur EM unterdurchschnittlich (vgl. Tabelle 4).

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

Besonders 14- bis 29-Jährige haben wegen EM 2008 mehr Radio gehört

Abb. 1 Fußball-Europameisterschaft 2008: Radionutzung im Turnierverlauf

Hörer in Mio, Erwachsene ab 14 Jahren



n=2 004 Befragte.

Quelle: Telefonumfrage Juni 2008, ARD-Werbung Sales & Services.

③ Hörer der im Radio übertragenen Deutschlandspiele

Spiel	Datum/Uhrzeit	Reichweite in Mio
Deutschland - Polen	8. Juni, 20.45 Uhr	3,69
Kroatien - Deutschland	12. Juni, 18.00 Uhr	4,42
Österreich - Deutschland	16. Juni, 20.45 Uhr	3,48
Portugal - Deutschland	19. Juni, 20.45 Uhr	3,31
Deutschland - Türkei	25. Juni, 20.45 Uhr	4,74

Quelle: EM 2008 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2008.

Fazit

Radio hat bei der EM 2008 wieder besonders die jungen und mobilen Fans angesprochen. Durch die günstigen Spielzeiten am Abend war Fernsehen das dominierende Medium. Radio konnte sich aber als aktuelles Informationsmedium besonders bei den jungen Zielgruppen gegenüber Tageszeitung und Internet klar durchsetzen. Im Radio konnte man sich aktuell und umfassend informieren, ohne begleitende Tätigkeiten unterbrechen zu müssen. Im Gegensatz zum Liveticker im Internet konnte das Radio die Emotionen und die Spannung auf dem Fußballplatz live vermitteln. Radio hat so neben Fernsehen und Public Viewing dazu beigetragen, dass alle Fußballfans die Europameisterschaft 2008 live miterleben konnten.

Vor allem junge und mobile Fußballfans nutzten bei EM 2008 das Radio

④ Nutzung der EM-Berichterstattung im Radio

in %

	Gesamt	Geschlecht		Alter in Jahren		
		Männer	Frauen	14-29	30-49	50 und älter
EM-Berichterstattung gesamt	72,5	71,4	73,6	78,7	80,7	63,4
EM-Berichterstattung täglich/fast täglich	39,6	35,7	43,2	38,1	50,1	32,2
mindestens Teile der Spiele live gehört	21,5	23,2	19,9	27,7	25,8	15,2
Spiele mit deutscher Beteiligung live gehört	15,0	15,1	14,9	17,6	17,7	11,7
Spiele ohne deutsche Beteiligung live gehört	11,0	13,0	9,0	16,2	13,7	6,4
wegen EM mehr Radio gehört	7,8	8,8	6,9	13,0	7,4	5,7

Quelle: EM 2008 im Radio, ARD-Werbung Sales & Services 2008.

