

## ***Pressemeldung***

# **Rechtepoker: Drei Viertel aller deutschen Sportfans an UEFA Champions League interessiert**

### ***Goldmedia Fanmonitor 2017 analysiert Beliebtheit der Sportevents***

*München/Berlin, den 10. Mai 2017.* Wer auch immer im Rechtepoker um die Medienrechte für die UEFA Champions League ab der Saison 2018/19 als Sieger hervorgeht, er kann auf ein breites Interesse in Deutschland bauen. Im Ranking der beliebtesten Sportevents liegt die Königsklasse des europäischen Fußballs bei den deutschen Sportfans noch vor den Olympischen Spielen und nur knapp hinter dem DFB-Pokal.

Von der hohen Relevanz der großen Sportwettbewerbe profitieren die Inhaber der entsprechenden TV-Rechte: Aktuell locken ARD und ZDF aufgrund ihres attraktiven Angebots mit Abstand die meisten Sportfans an, aber reine Sportsender wie Sky und Sport1 überzeugen mit ihren spezialisierten Angeboten insbesondere Fans der Champions League. Auch Bezahlangebote mit klarem Fußball-Fokus aus den Bereichen Print und Digital werden von Champions League-Fans überdurchschnittlich genutzt.

Dies sind Ergebnisse aus dem Fanmonitor 2017 der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia ([www.goldmedia.com](http://www.goldmedia.com)). Die Studie ist eine 360 Grad-Analyse der Sportfans in Deutschland. Sie erfasst die Beliebtheit von 21 Sportarten und eSports und zeigt den Einfluss von Kommerzialisierung und Digitalisierung auf das Informationsverhalten der Sportfans heute. Basis der Analyse ist eine umfangreiche Befragung von Sportfans in Deutschland ab 18 Jahre.

### ***Beliebteste Wettbewerbe: Champions League vor Olympia***

Fußball ist die mit Abstand beliebteste Sportart in Deutschland. Entsprechend führen diverse Fußball-Wettbewerbe die Liste der reichweitenstärksten Sportevents an. Am beliebtesten sind die Spiele der Nationalmannschaft bei Fußball-WM und -EM, für die sich über 82 Prozent aller deutschen Sportfans interessieren. Die Fußball-Bundesliga sowie der DFB-Pokal sind im Schnitt für bis zu 80 Prozent der Sportfans interessant. Auf Rang 4 landet mit fast 72 Prozent Reichweite die UEFA Champions League (siehe Grafik).

### **Öffentlich-rechtliche TV-Sender als erste Anlaufstelle für Sportinhalte**

Wie wichtig die Ausstrahlung großer Sportevents für die TV-Sender ist, zeigt sich am Nutzerverhalten der Fans: Auf die Frage, von welchen Sendern sie Sportinhalte konsumieren, gaben rund 90 Prozent aller Befragten an, ARD und ZDF zu nutzen. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender konnten bislang von den großen Sportevents profitieren, etwa den Olympischen Spielen oder der Fußball-WM und -EM. Zudem werden einzelne Spiele des DFB-Pokals und der Champions League ausgestrahlt sowie umfassend über die Bundesliga sowie internationale Wettbewerbe berichtet.

### **Bei Sportsendern ist UEFA Champions League Zuschauer magnet und sorgt für höhere Abonnentenzahlen**

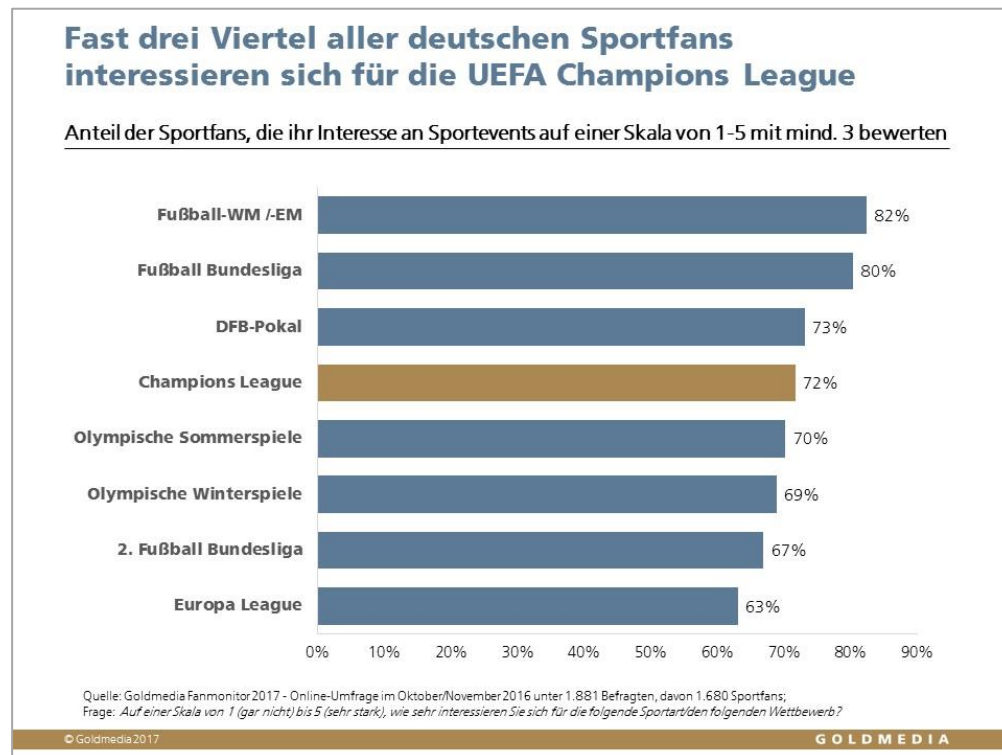
Für Sportfans sind die Sportsender von hoher Relevanz. Sky hält bereits seit über 10 Jahren Rechte an der Champions League, und Sport1 berichtet an Champions League-Spieltagen umfassend im Rahmen des Fantalks. Entsprechend populär sind ihre Angebote bei den Fußballfans: So liegt der Anteil derer, die Inhalte des Sky Sport Pakets nutzen, bei den Champions League-Fans rund 20 Prozent höher als unter allen Sportfans. Auch Sport1 zieht 12 Prozent mehr Champions League-Fans als allgemeine Sportfans an.

Die Champions League sorgt auch für höhere Abonnentenzahlen bei den Bezahlangeboten. Unter den Champions League-Fans gaben rund 35 Prozent an, ein Sky-Abo zu besitzen, bezogen auf alle Sportfans waren das nur knapp 29 Prozent.

Auch die Nutzung der noch relativ jungen Angebote Sky Ticket und der Streaming-Plattform DAZN ist, wenn auch derzeit noch auf niedrigem Level, unter den Champions League-Fans überproportional hoch.

Während Amazon unter allen Sportfans das meistabbonnierte Bezahlangesbot ist, ist der Streaming-Anbieter für die Champions League-Fans bisher weniger relevant gewesen. Eine höhere Reichweite unter den Champions League-Fans erreichen auch die Sportmedien 11FREUNDE und Kicker, während die Sportbild in dieser Zielgruppe sogar an Reichweite verliert.

### Grafik 1: Interesse deutscher Sportfans an Sportevents



#### Quelle: Fanmonitor 2017

Der Fanmonitor 2017 ist eine 360 Grad-Analyse der Sportfans in Deutschland. Die Studie erfasst deren Informations- und Fanverhalten, zeigt den Einfluss von Kommerzialisierung und Digitalisierung im Sport und die Beliebtheit von 21 Sportarten sowie eSports. Die Studie basiert auf einer Onlinebefragung (Oktober 2016) von 1.881 Personen ab 18 Jahre in Deutschland, davon gaben 1.680 an, Sportinteressierte zu sein (=Sportfans). Die Studie richtet sich u.a. an Medien, Sponsoren, Verbände, Ligen, Clubs, Agenturen, Rechthändler. Studieninhalte: soziodemografische Merkmale, genutzte Bezahlangebote und favorisierte TV-Sender, Informationsquellen, Bewertung der Berichterstattung, Interesse an 21 Sportarten, Fanverhalten.

Die 247-seitige Studie (VÖ: Februar 2017) ist kostenpflichtig und kann über die Goldmedia Sport Business Unit [Muenchen@Goldmedia.de](mailto:Muenchen@Goldmedia.de) und über die Goldmedia Homepage bestellt werden: <https://www.goldmedia.com/studien/>

**Goldmedia-Newsletter:** <http://www.goldmedia.com/aktuelles/newsletter.html>

**Pressekontakt:** Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de)

**Goldmedia:** Goldmedia ist eine Beratungs- und Forschungsgruppe mit dem Fokus auf Medien, Entertainment, Sport, Telekommunikation und Handel. Die Unternehmensgruppe unterstützt seit 1998 nationale und internationale Kunden bei allen Fragen der digitalen Transformation. Dazu bietet Goldmedia ein breites Leistungsspektrum in den Bereichen Consulting, Research, Personal- und Politikberatung.

Unsere Leistungen im Bereich der Personalberatung umfassen die Identifikation von Fach- und Führungskräften (Executive Search), die Analyse von Organisation und Management (Management Audit) sowie die Besetzung von Aufsichtsräten, Digital Advisory Boards und sonstigen Beiräten. Standorte sind Berlin und München. Weitere Informationen: <http://www.Goldmedia.com>