

Events im Fernsehen ...

Wiener Neudorf (OTS) - Die Olympischen Spiele und der Ski-Weltcup sind die begehrtesten Groß-Veranstaltungen im heimischen Fernsehen. Eine geringfügige Gebühren-Erhöpfung für die Live-Übertragung bestimmter Events ist dennoch lediglich für jeden Vierten vorstellbar. Fußball-Übertragungen sind eine klar männliche Domäne, nur ein Viertel der Frauen signalisiert zumindest zurückhaltendes Interesse. Bevorzugt werden internationale Begegnungen im ORF, so eine aktuelle Studie von Marketagent.com unter 501 Umfrage-Teilnehmern.

Olympische Spiele (64,6%), der Ski-Weltcup (62,1%), Fußball Welt- und Europameisterschaften (51,2%) und die Vier-Schanzen-Tournee (49,4%) sind die vier wichtigsten Großveranstaltungen, deren Übertragung sich die Gebührenzahler vom ORF erwarten. Die Spiele der österreichischen Bundesliga reihen sich mit rund 40 Prozent noch hinter der Formel 1 und dem Neujahrs-Konzert im Mittelfeld der bevorzugten Fernseh-Events ein. Die Eishockey Bundesliga bildet mit etwas mehr als 20 Prozent das Schlusslicht dieser Hitliste an Veranstaltungs-Übertragungen im heimischen öffentlich-rechtlichen Fernsehen.

Interessant sind in diesem Zusammenhang die Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Während sich beispielsweise knapp 45 Prozent der weiblichen Umfrage-Teilnehmerinnen aus dem Marketagent.com Online Panel eine Übertragung der Oskar-Verleihung erwarten, so sind es bei den Männern lediglich rund 23 Prozent. Ein umgekehrtes Bild zeigt sich durchgängig bei den Sport-Events: So wollen rund 56 Prozent der Männer, aber nur 29 Prozent der Frauen die heimische Fußball Bundesliga im ORF mitverfolgen können.

"So unterschiedlich das TV-Konsumverhalten auch sein mag, ziemliche Einigkeit herrscht bezüglich der Bereitschaft, eine geringfügige Gebühr für eine Live-Übertragung von Großveranstaltungen aus Sport und Kultur in Kauf zu nehmen: 72,6 Prozent der Befragten würden eine solche Gebühr für keines der genannten Events akzeptieren", so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Am ehesten noch für die Übertragung des Ski-Weltcups: Hierfür signalisieren rund 12 Prozent der Befragten eine Bezahl-Bereitschaft.

Fußball-Übertragungen bewertet ganz grundsätzlich nur jeder Fünfte mit "sehr interessant". Dem gegenüber stehen aber knapp 38 Prozent, die dem runden Leder am Bildschirm "überhaupt kein Interesse" entgegenbringen können. Männer sind hier deutlich begeisterungsfähiger: So signalisieren rund 51 Prozent der Männer, aber nur 26 Prozent der Frauen zumindest eher ein Interesse an den "Ball-Artisten" im TV.

Hinterfragt man die Wünsche und Erwartungen der Fußball-Fans und -Interessierten (n=179) ein wenig genauer, offenbart sich ein übergeordnetes Interesse für die internationalen Begegnungen. 87,2 Prozent wollen die Fußball-WM live via TV miterleben, 80,4 Prozent die Fußball-EM und 77,7 Prozent die UEFA Champions League. Die T-Mobile Bundesliga ist mit 71,5 Prozent aber noch immer recht begehrt, die beiden deutschen Ligen stoßen hingegen nur auf wenig Interesse.

Rund 88 Prozent der Probanden, die Fußball-Übertragungen im TV grundsätzlich als zumindest eher interessant einstufen, möchten die Übertragungen bevorzugt im ORF verfolgen. Danach rangiert der Privatsender EUROSPORT mit 30,7 Prozent auf Platz 2.

Dass die Österreichische Bundesliga seit der Saison 2004/2005 nur mehr auf Premiere und ATV+ zu sehen ist, beurteilen 53,1 Prozent der Befragten als "überhaupt nicht gut", nur 6,7 Prozent hingegen als "sehr gut".

Hinsichtlich des bevorzugten Übertragungs-Umfanges der Österreichischen Bundesliga präferieren 69,3 Prozent der Fußball-Interessierten die Live-Übertragungen der Top-Spiele. Etwa die Hälfte würde sich mit einer Zusammenfassung der Highlights pro Runde zufrieden geben und nur rund ein Drittel wünscht sich die Live-Übertragung aller Spiele.

Grafiken und Tabellen können unter t.schwabl@marketagent.com oder 02236 - 205 886 angefordert werden.

Studien-Steckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI), Online-Befragung
- Respondenten: Mitglieder des Marketagent.com Online Access Panels
- Panel-Size: > 70.500 Mitglieder (plus 50 pro Tag)
- Sample-Größe: n = 501 Netto-Interviews

- Grundgesamtheit: web-aktive Österreicher zwischen 14 und 59 Jahren
- Incentives: Gewinnspiel-Teilnahme und geldwerte Bonuspunkte
- Studienleitung: Mag. Thomas Schwabl, Marketagent.com
- Kontakt: t.schwabl@marketagent.com

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Brown Boveristrasse 8/1, A-2351 Wr. Neudorf, Austria

mailto:info@marketagent.com

Tel.: +43 (0)2236 - 205 886, Fax: +43 (0)2236 - 205 886-99

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

OTS0074 2005-06-07/10:28

071028 Jun 05

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20050607_OTS0074