

König Fußball: AGF liefert Vergleichsdaten für die UEFA EURO

Die Fußball-Europameisterschaft startet heute und wird wieder ein Millionen-Publikum begeistern

Frankfurt, 11.06.2021. Ein Jahr lang mussten die Fußballfans warten, nun ist es so weit: Heute Abend startet die UEFA Euro 2020, die wegen der Corona-Pandemie nicht wie geplant im letzten Jahr stattfinden konnte. Ab 21 Uhr überträgt Das Erste das Eröffnungsspiel „Türkei – Italien“ im Stadio Olimpico in Rom. Insgesamt 24 Nationen werden vom 11. Juni bis 11. Juli 2021 an verschiedenen Spielorten gegeneinander antreten. Fußball ist im Fernsehen seit jeher ein Straßenfeger und schafft es wie kaum ein anderes mediales Ereignis die Zuschauer in den Bann zu ziehen und die Massen zu begeistern. Daher liefert die AGF Videoforschung, die täglich TV- und Streaming-Reichweiten ermittelt, zum EM-Auftakt einige Vergleichsdaten aus den letzten Jahren.

„Für einen Vergleich mit früheren Sport-Großereignissen muss stets berücksichtigt werden, in welchen Ländern und damit Zeitzonen die Turniere stattfanden, da die Ausstrahlungszeit auch einen Effekt auf den TV-Konsum und damit auf die Leistungswerte haben kann“, erläutert Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung. „Auch Wochentage spielen in der Analyse eine Rolle und natürlich, welche Mannschaften gegeneinander antreten. So konnten sich die Programmverantwortlichen in der Vergangenheit generell bei Spielen der deutschen Nationalelf über höhere durchschnittliche Sehbeteiligungen freuen, als bei Spielen ohne deren Beteiligung. Zudem steigt das Interesse in der Regel mit dem Fortschreiten des Turniers, so dass Viertel- und Halbfinale und natürlich das Endspiel auf besonders hohes Interesse stoßen.“

Eröffnungsspiele im Vergleich

Die letzte Fußball-Europameisterschaft wurde vom 10. Juni bis 10. Juli 2016 in Frankreich ausgetragen. Das Eröffnungsspiel, bei dem Frankreich und Rumänien gegeneinander antraten, wurde um 21 Uhr angepfiffen und bescherte dem ZDF eine Sehbeteiligung von durchschnittlich 15,473 Millionen Zuschauern sowie einen Marktanteil von 50,0 Prozent bei den Zuschauern ab 3 Jahren. Bei den 14- bis 49-Jährigen waren es 6,158 Millionen beziehungsweise 53,7 Prozent.

Bei der letzten Fußball-Weltmeisterschaft, die vom 14. Juni bis 15. Juli 2018 in Russland ausgetragen wurde, erreichte die Eröffnungspartie „Russland – Saudi-Arabien“ eine Sehbeteiligung von durchschnittlich 10,058 Millionen Zuschauern (51,8 Prozent Marktanteil). Von den 14- bis 49-Jährigen schalteten im Durchschnitt 3,258 Millionen ein, was einem Marktanteil von 52,5% entspricht. Die Übertragung im Ersten aus dem Moskauer Luschniki-Stadion startete um 17 Uhr.

Finale begeistern noch mehr

Das Finalspiel der Euro 2016, bei dem am 10. Juli 2016 um 21 Uhr im Stade de France in Saint-Denis Portugal gegen Frankreich antrat, erreichte im Ersten eine Sehbeteiligung von insgesamt 18,834 Millionen Zuschauern (59,5 Prozent Marktanteil). Bei den 14- bis 49-Jährigen waren es 7,406 Millionen (61,4 Prozent).

Zum Endspiel des Fifa World Cups 2018 traten Frankreich und Kroatien in Moskau im Olympiastadion Luschniki gegeneinander an. Die Übertragung im ZDF startete um 17 Uhr und kam auf eine Sehbeteiligung von 21,446 Millionen (76,0 Prozent) beim Gesamtpublikum und auf 7,693 Millionen bei den 14- bis 49-Jährigen (77,1 Prozent).

Spiele mit deutscher Beteiligung mobilisieren die Zuschauer besonders

Im Durchschnitt erreichten alle Spiele der Euro 2016 eine durchschnittliche Sehbeteiligung von 11,741 Millionen Zuschauern ab 3 Jahren (44,3 Prozent Marktanteil), bei den 14- bis 49-Jährigen waren es 4,598 Millionen (47,6 Prozent). Spiele mit deutscher Beteiligung liegen jedoch nochmals deutlich über diesen Werten und erreichten im Schnitt pro Spiel beeindruckende 27,710 Millionen Zuschauer (76,9 Prozent Marktanteil). Bei den 14- bis 49-Jährigen waren es 11,371 Millionen (81,5 Prozent). Insgesamt trat die deutsche Mannschaft 2016 in sechs Spielen an und schied am 7. Juli im Halbfinale gegen Frankreich aus. Mit 29,847 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 80,3% war diese Spielbegegnung die reichweitenstärkste Partie des gesamten Turniers, die auch durchschnittlich 12,321 Millionen der 14-49-Jährigen in den Bann ziehen konnte (85,2%).

Ähnlich hoch waren die Werte der Weltmeisterschaft Fifa World Cup 2018: Im Schnitt erreichten die Spiele in Russland eine Sehbeteiligung von 10,165 Millionen Zuschauern (46,3 Prozent). Bei den 14- bis 49-Jährigen waren es 3,571 Millionen (50,1 Prozent). Spiele mit deutscher Beteiligung kamen im Gesamtpublikum auf 26,317 Millionen Zuschauern (81,3 Prozent), bei den Jüngeren auf 10,170 Millionen (86,2 Prozent). Allerdings absolvierte die deutsche Mannschaft 2018 nur drei Spiele und schied erstmals in der Geschichte des Turniers bereits nach der Gruppenphase aus.

Tägliche Top-5-Hitlisten auf agf.de

Die fünf erfolgreichsten TV-Sendungen bei den Zuschauern gesamt und für die Zielgruppe Erwachsene 14-49 Jahre weist die AGF immer am Folgetag ab circa 9 Uhr auf www.agf.de/daten/tv-daten aus (vorläufig gewichtete Daten).

Über die AGF Videoforschung GmbH (www.agf.de)

Die AGF Videoforschung GmbH ist ein Unternehmen für neutrale Bewegtbildforschung. Die AGF erfasst kontinuierlich und quantitativ die Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland und wertet die erhobenen Daten aus. Sie entwickelt ihr Instrumentarium mit einem mehrstelligen jährlichen Millionenbetrag kontinuierlich weiter, um dem Markt täglich verlässliche Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern. Dabei steht die AGF im engen Austausch mit allen Marktpartnern, darunter Lizenzsender, Werbungtreibende und Mediaagenturen.

Pressekontakt:

Juliane Paperlein

Leiterin Unternehmenskommunikation | AGF Videoforschung GmbH |

T +49 69 95 52 60 55 | presse@agf.de | www.agf.de