

## "Leuchtturm des linearen Fernsehens"

Veröffentlicht: Juli 2016 | [www.crossmedia.de](http://www.crossmedia.de)

Quelle: new business

**Fußball zieht seit jeher die Massen an, beim Blick auf die Einschaltquoten der gerade zu Ende gegangenen Fußball-Europameisterschaft sieht man: Die TV-Zuschauermassen werden immer größer. Allerdings hängt die Attraktivität sportlicher Großereignisse von vielen äußeren Faktoren ab. [...]**



**Holger Zech:** Fußball-Turniere werden für den Werbemarkt attraktiver, solange die deutsche Mannschaft in Bezug auf Image, Spielweise und Erfolg attraktiv bleibt. Mindestens fünf Halbfinalteilnahmen bei den letzten fünf Turnieren, außerordentliche Quoten bis zu 30 Mio. bzw. Marktanteile von bis zu 80% sprechen für sich. Live-WM/EM-Fußball bleibt die Königsdisziplin, DER Leuchtturm des linearen Fernsehens. Während in den letzten zwei Jahren die Quoten von Spielfilmen um ca.

30% zurückgegangen sind (Sky-, Amazon Prime-, Netflix-Effekt), bleiben die Sport- bzw. Fußballquoten konstant bzw. können bei günstigen Rahmenbedingungen (Image, Spielweise und Erfolg) sogar noch zulegen. Das „Knacken“ der 30 Mio. Grenze ist [war] nur eine Frage der Zeit.

Wenn man in die Zukunft schaut, gibt es zwei unterschiedliche Perspektiven. Was passiert, wenn die WM 2020 in Russland bzw. noch viel mehr 2024 in Katar stattfindet? Sotchi war schon eine erste Erfahrung, Katar, ohne jegliche Fußballkultur, wird die Quoten signifikant sinken lassen. Neben einer fehlenden Fußballkultur, die einen Einfluss haben wird, sind es allein die [kaum veränderten] Anstoßzeiten, die den Werbemarkt nicht beeinflussen werden. Gut bezahlte Profis bei 50 C° in der Mittagssonne spielen zu lassen, wird jedoch keine Euphorie hochkommen lassen, bei den Nationalspielern ebenso wenig wie bei den Fans. Freudige Fußballbilder von vollen Rängen mit begeisterten Fans werden dort Mangelware sein. Die Handball-WM hat schon eine furchtbare Vorahnung sichtbar werden lassen, die Probleme bezüglich Menschenrechtsverletzungen mal vollkommen außen vorgelassen. [...]

**Das gesamte Interview mit Holger Zech und weiteren Experten finden Sie in der new business – Ausgabe 28, Juli 2016.**