



Presse-Information

Kati Wilhelm und Magdalena Neuner sympathischste Wintersportler Biathlon und Skispringen in der Gunst der TV-Zuschauer vorne Ipsos-Studie ermittelt Vorfreude auf Wintersportsaison

Hamburg/Mölln, 06. November 2009. Jeder dritte Deutsche fiebert bereits jetzt dem Saisonstart der Biathleten (33%) und der Skispringer (30%) entgegen. 17 Prozent warten sehnsüchtig auf die ersten TV-Übertragungen der Ski-Alpin- und Eiskunstlaufwettbewerbe, Jeweils 13 Prozent freuen sich bereits auf Nordische Kombination und Bob – so das Ergebnis einer repräsentativen Online-Studie des Marktforschungsinstituts Ipsos unter 1.000 Personen zwischen 16 und 64 Jahren.

Biathlon-Damen schlagen die Männer: Kati und Magdalena vor Martin und Georg

Entsprechend dem hohen Interesse an ihrer Sportart können sich beim Sympathieranking der deutschen Wintersportler vor allem die Biathleten und Skispringer höchster Sympathie erfreuen: Insgesamt 20 Prozent der Bevölkerung nannten eine Sportlerin/ einen Sportler aus dem Biathlon und 16% aus dem Skispringen - gefolgt von Ski-Alpin (8%), Rennrodeln (7%) und Eisschnelllaufen (6%).

Auf dem ersten Platz und somit die sympathischsten deutschen Wintersportler sind die langjährig erfolgreiche Biathletin Kati Wilhelm und ihre junge Teamkollegin Magdalena Neuner. (beide 10% spontane Nennungen). Knapp drei Prozentpunkte dahinter folgen mit Skispringer Martin Schmitt und dem vom aktiven Rodelsport zurückgetretene Georg Hackl (beide 7%) die beliebtesten männlichen Wintersportler.

Besonders die Skispringer Schmitt (11%) und Hannawald (8%) sprechen die jüngere Zielgruppe der 16-29 jährigen an, während Magdalena Neuner höchste Sympathiewerte in den Altersgruppen 30-49 und 50-64 Jahren mit jeweils elf Prozent erreicht. Auch die großen Erfolge des „Hackl Schorsch“ würdigen diese beiden Altersgruppen.

Männer freuen sich mehr auf die Wintersportsaison

Die Studie ermittelte außerdem, dass die Vorfreude auf die Wintersportübertragungen bei Männern etwas größer ist als bei Frauen. Während Sportarten wie Biathlon, Nordische Kombination und Bob bei den Männern hoch im Kurs stehen, erreichen die künstlerischen Darbietungen im Eiskunstlauf speziell die weiblichen Zuschauer vor dem TV. Eiskunstlauf belegt bei den Damen sogar mit 20 Prozent Rang 3 der am meisten erwarteten Wintersportarten. Auch Sportarten wie Skeleton, Snowboarden und Eisschnelllauf können bei den Frauen punkten.

Insgesamt zeigen ältere Befragte (50+ Jahre) das höchste Interesse an den TV-Übertragungen im Wintersport. Die Top-3 der Wintersportarten sowie Bob und Ski-Langlauf erreichen signifikant höhere Werte im Vergleich zu den jüngeren Befragten.

In der Altersgruppe der unter 24jährigen liegt auch Snowboard in der Gunst der Zuschauer und verfehlt nur ganz knapp den Sprung unter die Top-5 in dieser Zielgruppe.

Sponsoringforscher Bastian Groteloh von Ipsos rät daher potentiellen Wintersportsponsoren, die einzelnen Sportarten genau unter die Lupe zu nehmen, bevor sie sich für ein Sponsorship entscheiden.



Presse-Information

Studiensteckbrief:

Feldzeit: 16. bis 19. Oktober 2009
Stichprobengröße: 1000 Personen 16 bis 64 Jahre, repräsentativ für die in privaten Haushalten lebenden deutschsprachigen Internetnutzer in Deutschland
Methode: i:omnibus (standardisierte online Omnibusbefragung)



Vorfreude auf Wintersportdisziplinen im TV für die Saison 2009/ 2010 TOP-3

	TOTAL	Frauen	Männer	16-29	30-49	50-64
Basis	1.000	496	504	251	475	274
Biathlon	33 %	29 %	37 %	24 %	33 %	43 %
Skispringen	30 %	27 %	32 %	23 %	29 %	37 %
Ski-alpin	17 %	15 %	18 %	11 %	16 %	23 %

Sympathiewerte der deutschen Wintersportler/innen TOP-4

	TOTAL	Frauen	Männer	16-29	30-49	50-64
Basis	1.000	496	504	251	475	274
Kati Wilhelm	10 %	8 %	12 %	9 %	9 %	12 %
Magdalena Neuner	10 %	8 %	12 %	7 %	11 %	11 %
Martin Schmitt	7 %	7 %	8 %	11 %	6 %	6 %
Georg Hackl	7 %	7 %	8 %	5 %	7 %	9 %

Basis: 1.000 Personen
(Angaben in Prozent)
Quelle: Ipsos i:omnibus™
Oktober 2009

Ipsos Analyse Wintersportsaison 2009/2010

Über Ipsos:

Die Ipsos GmbH ist ein unabhängiges und weltweit tätiges Marktforschungsunternehmen und ein führender Anbieter auf dem Gebiet der umfragegestützten Forschung und Beratung. Durch ausgefeilte Forschungsmethoden, engagierte Forscher und eine weltweit vernetzte Organisation untersuchen wir die Wirklichkeit von heute, um die Realität von morgen vorauszusehen. So bestimmen wir Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte und Werbung, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Mit präzisen Daten und konkretem Know-how bringen wir die Projekte unserer Kunden zum Erfolg. „Nobody´s unpredictable“ ist weltweit das Leitmotiv von Ipsos.

Kontakt Pressestelle:

Gudrun Witt
Division Manager Communications
Ipsos GmbH
Heidenkampsweg 100
D-20097 Hamburg
Tel. 040-80096-179
Fax. 040-80096-100
Gudrun.witt@ipsos.com

www.ipsos.de