

# UEFA EURO 2008™ – Gesamtevaluation und Effekte auf die nachhaltige Entwicklung:

## Quantitative Medienpräsenz der UEFA EURO 2008 in den Schweizer Print- und TV-Medien

Auftraggeber: Bundesamt für Sport (BASPO)

**Auftraggeber:**

Bundesamt für Sport, Magglingen (BASPO)

**Finanzierung:**

BASPO Ressortforschung

Host Cities UEFA EURO 2008: Basel, Bern, Genf und Zürich

UBS AG

EURO 2008 SA

**Forschungspartner BASPO Ressortforschung:**

ITW Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern - Wirtschaft

Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern

Rütter + Partner, Sozioökonomische Forschung und Beratung

**Projekt:**

Quantitative Medienpräsenz der EURO 2008 in den Schweizer Print- und TV-Medien

Auswertung für das Jahr 2008

**Projektleitung:**

Prof. Dr. Jürg Stettler: HSLU-W ITW (Leitung Projekt Imagebefragung EURO 2008)

Prof. Dr. Hansruedi Müller: FIF Universität Bern (Leitung und Koordination Gesamtprojekt)

**Auswertung:**

Michael Fux, lic.rer.pol., HSLU-W ITW

David Caliesch, lic.rer.soc., HSLU-W ITW

**Erfassung:**

Petra Kaufmann, Studentin HSLU-W

Fabienne Ritter, Studentin HSLU-W

<b>1. Einleitung</b>	<b>4</b>
A. Gesamtprojekt: UEFA EURO 2008 – Gesamtevaluation und Effekte auf die nachhaltige Entwicklung	5
B. Fragestellungen Projekt: Quantitative Medienpräsenz der EURO 2008 in den Printmedien	6
<b>2. Synthese der Ergebnisse</b>	<b>7</b>
<b>3. Quantitative Medienpräsenz der EURO 2008 in den Schweizer Print-Medien</b>	<b>9</b>
<b>4. Quantitative Medienpräsenz der EURO 2008 in den Schweizer TV-Medien</b>	<b>19</b>

# 1. EINLEITUNG

### **Einbettung des vorliegenden Forschungsprojekts in übergeordneten Projektrahmen**

- Verbund verschiedener sozioökonomischer Sportprojekte im Rahmen des Gesamtprojektes: „**Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit im Sportsystem Schweiz**“.
  - Forschungsnetzwerk mit Partnern aus Hochschulen und Privatwirtschaft.
  - Gesamtleitung: ITW Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern - Wirtschaft.
- Vorliegendes Projekt befasst sich mit den **Effekten der EURO 2008** auf die **nachhaltige Entwicklung in der Schweiz**.
  - Gesamtleitung: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern.

### **Forschungsziele der Erfassung der Wirkungen der EURO 2008 auf die nachhaltige Entwicklung in der Schweiz**

- Ganzheitliche Erfassung **ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeitsaspekte**.
- Entwicklung von **Messmethoden** für längerfristige Vergleiche von Sport-Grossveranstaltungen.
- **Thematisierung** der nachhaltigen Bedeutung der EURO 2008 in der Öffentlichkeit.

### **Thematisierung sozialer Aspekte der Nachhaltigkeit der EURO 2008**

- **Quantitative Medienpräsenz der UEFA EURO 2008 in den Schweizer Print- und TV-Medien 2008**

**Wie oft wird in den Schweizer Printmedien über die UEFA EURO 2008 berichtet?**

- Welche Zeitungen/ TV-Sender berichten am häufigsten über die EURO 2008?
- Wie schwankt die Anzahl der Berichte zur EURO 2008 innerhalb der einzelnen ausgewerteten Jahre?
- Welches sind die inhaltlichen Schwerpunkte der Medienberichte zur EURO 2008?
- Wie ist der Grundtenor der Medienberichterstattung gegenüber der EURO 2008?
- Wie verändern sich die inhaltlichen Schwerpunkte über die EURO 2008 in den Jahren 2006 bis 2008?

Dieselben Fragen werden auch auf die Auswertung der quantitativen Medienpräsenz in Deutschland angewendet, welche für die Jahre 2007 und 2008 am IPMZ der Universität Zürich vorgenommen wird.

## 2. SYNTHESE DER ERGEBNISSE

## Umfang der Medienpräsenz

Gesamthaft wurden 16'826 Berichte (exkl. Spiel- und Resultatberichte) mit einem inhaltlichen Bezug zur EURO 2008 in den Schweizer Print-Medien veröffentlicht. Die durchschnittliche Fläche betrug 334 cm<sup>2</sup> und knapp zwei Drittel der Berichte wurde mit Bildern illustriert. In den TV-Medien erschienen 1'123 Beiträge mit einer durchschnittlichen Länge von 222 Sekunden (ohne Spielübertragungen, Resultatberichte u. italienisch-sprachigen Sendern).

## Medienpräsenz im Zeitverlauf

Über alle Monate hinweg betrachtet, konnte eine grosse Schwankung in der Anzahl der Berichte konstatiert werden. Zum Zeitpunkt der Durchführung (Juni 2008) konnte eine markante Steigerung der Medienpräsenz festgestellt werden. Im Vergleich zum monatlichen Durchschnitt wurde die Berichterstattung in den Print-Medien bzw. in den TV-Medien im Juni 2008 um das Achtfache bzw. das Fünffache erhöht.

## Themen der Medienpräsenz und Veränderung im Zeitverlauf

In den Print-Medien war das Thema ‚Fans‘ am dominantesten (20% aller Berichte), während in den TV-Medien die Sicherheit am häufigsten thematisiert wurde (22% aller Ausstrahlungen). Das Thema ‚Fans‘ hatte sowohl in den Print- als auch in den TV-Medien relativ zu den anderen Themen im Zeitverlauf an Bedeutung gewonnen. Die Themen ‚Sicherheit‘ und ‚Finanzierung‘ waren vor allem im Jahr 2006 präsent, haben aber anschliessend kontinuierlich an Bedeutung verloren.

## Grundtenor der Medienpräsenz

Im Jahr der Durchführung wurde mehrheitlich positiv berichtet (66%), während im Jahr 2006 die Medienpräsenz eher neutral gefärbt war (57%). Bei einer Gesamtbetrachtung waren die sportlichen Aspekte und das Thema ‚Fans‘ am positivsten besetzt, während über die Finanzierung in 44% der Fälle negativ berichtet wurde.

**3. QUANTITATIVE MEDIENPRÄSENZ DER EURO 2008  
IN DEN SCHWEIZER PRINT-MEDIEN  
EMPIRISCHE ERGEBNISSE**

## Umfang der Berichterstattung

	Anzahl Artikel	davon mit Bild	Ø Fläche (cm <sup>2</sup> )
<b>Total Print 2008</b>	10'377	7'319 (70%)	351
<b>Total Print 2007</b>	4'767	2'854 (60%)	324
<b>Total Print 2006</b>	1'682	889 (53%)	328
<b>Total</b>	<b>16'826</b>	<b>11'062 (65%)</b>	<b>334</b>

**In den Jahren 2006, 2007 und 2008 gab es total 16'826 Berichte (exkl. Spiel- und Resultatberichte) mit einem inhaltlichen Bezug zur EURO 2008 in den Schweizer Print-Medien.**

Somit wurden 2008 knapp doppelt so viele Artikel publiziert als in den beiden vorangehenden Jahren.

65 % aller Artikel zur EURO 2008 in den Jahren 2006 – 2008 waren von einem Bild begleitet. Der prozentuale Anteil der Beiträge mit Bild war im Jahr 2008 mit 70% am höchsten.

Den Beiträgen wurde durchschnittlich eine Fläche von 334 cm<sup>2</sup> zur Verfügung gestellt. Die durchschnittliche Fläche der Beiträge erreichte im Jahr 2008 den Höhepunkt.

Umfang der Berichterstattung

Vergleich der Entwicklung der Berichterstattung zwischen 2005-2008

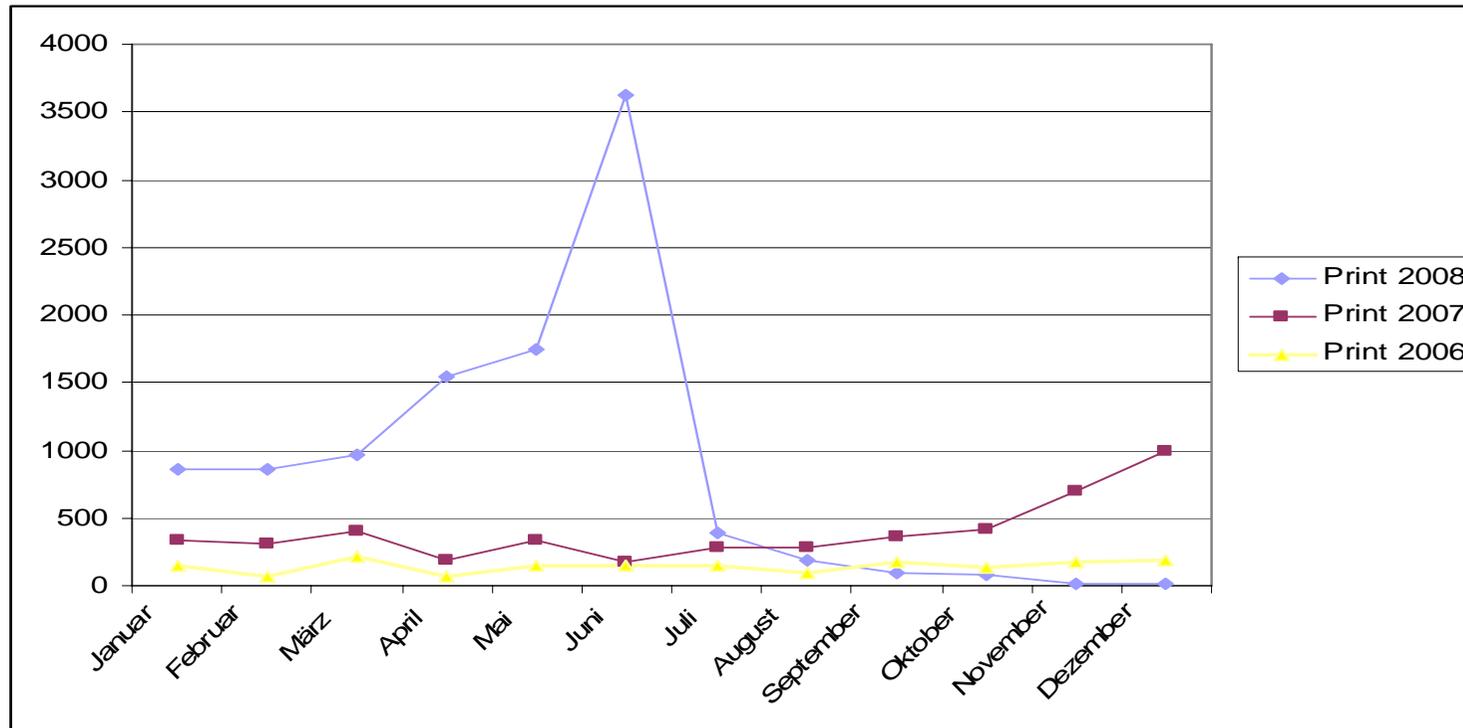
Zeitung	Anzahl Artikel 2005	Anzahl Artikel 2006	Anzahl Artikel 2007	Anzahl Artikel 2008
Tages Anzeiger	77	84	245	430
Basler Zeitung	69	131	289	399
Neue Zürcher Zeitung	59	45	144	280
Der Bund	34	81	156	351
Sonntagszeitung	32	29	83	80
Tribune de Genève	22	49	74	220
Blick	22	37	125	335
NZZ am Sonntag	7	14	38	68
SonntagsBlick	2	20	32	90
<b>Total Anzahl Artikel</b>	<b>324</b>	<b>490</b>	<b>1'186</b>	<b>2'253</b>

**Zwischen 2005 und 2008 hat sich die Berichterstattung in auflagenstarken Zeitungen um das 7-fache erhöht.**

Bei den Tageszeitungen konnte beim Blick die grösste Zunahme verzeichnet werden.

In den 3 auflagestärksten Tageszeitungen – Blick, Tages-Anzeiger und Bund – wurden im Austragungsjahr durchschnittlich 372 Berichte veröffentlicht.

Vergleich der monatlichen Anzahl Print-Berichterstattungen 2006, 2007 und 2008 (relativer Vergleich)



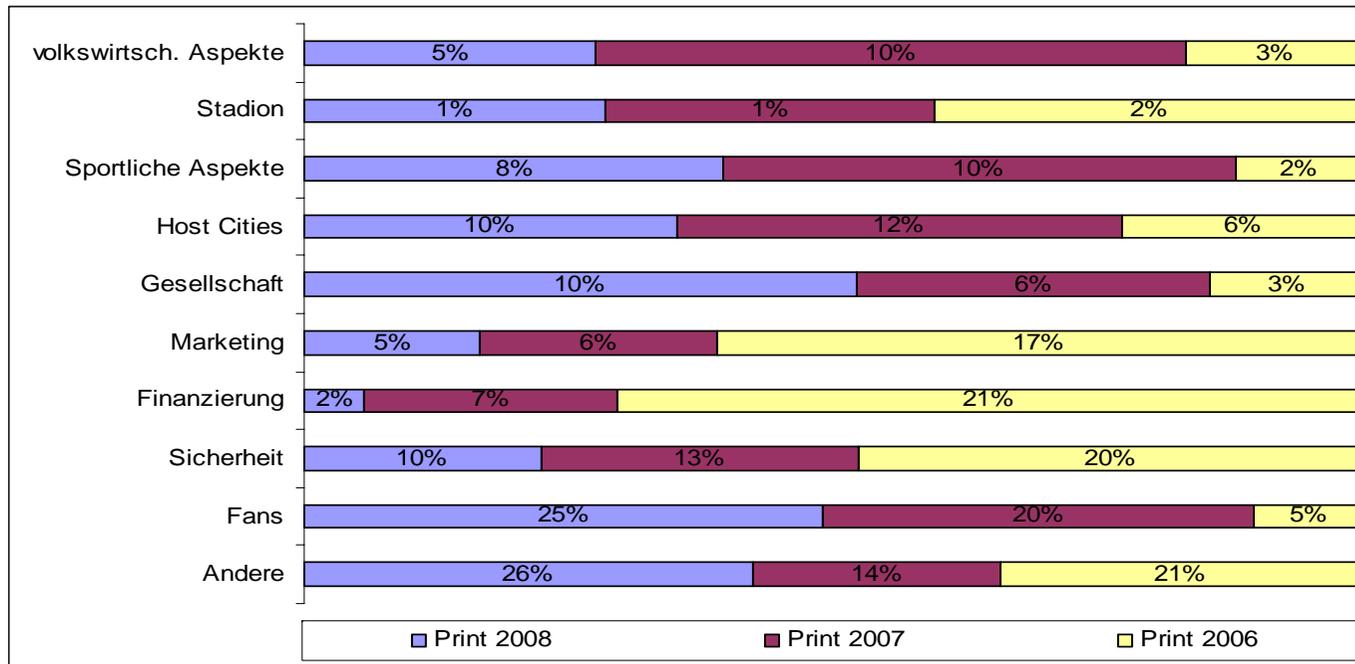
## Der beitragsstärkste Monat in den Print-Medien war Juni 2008.

Ende des Jahres 2007 kann eine markante Zunahme der Print-Berichterstattungen verzeichnet werden, während nach der EURO 2008 die Veröffentlichungen in Print-Medien rasch abnahmen.

Im Dezember 2007 dominierte der Final Draw (Gruppenauslosung), der am 2. Dezember in Luzern stattfand, die Schweizer Medienwelt und lancierte die EURO 2008 in den Medien definitiv.

Im Vergleich zum monatlichen Durchschnitt (467) erhöhte sich die Berichterstattung im Austragungsmonat annähernd (Juni 2008) um das Achtfache.

Vergleich der thematischen Inhalte der Print-Berichterstattung 2006, 2007 und 2008 (relativer Vergleich)

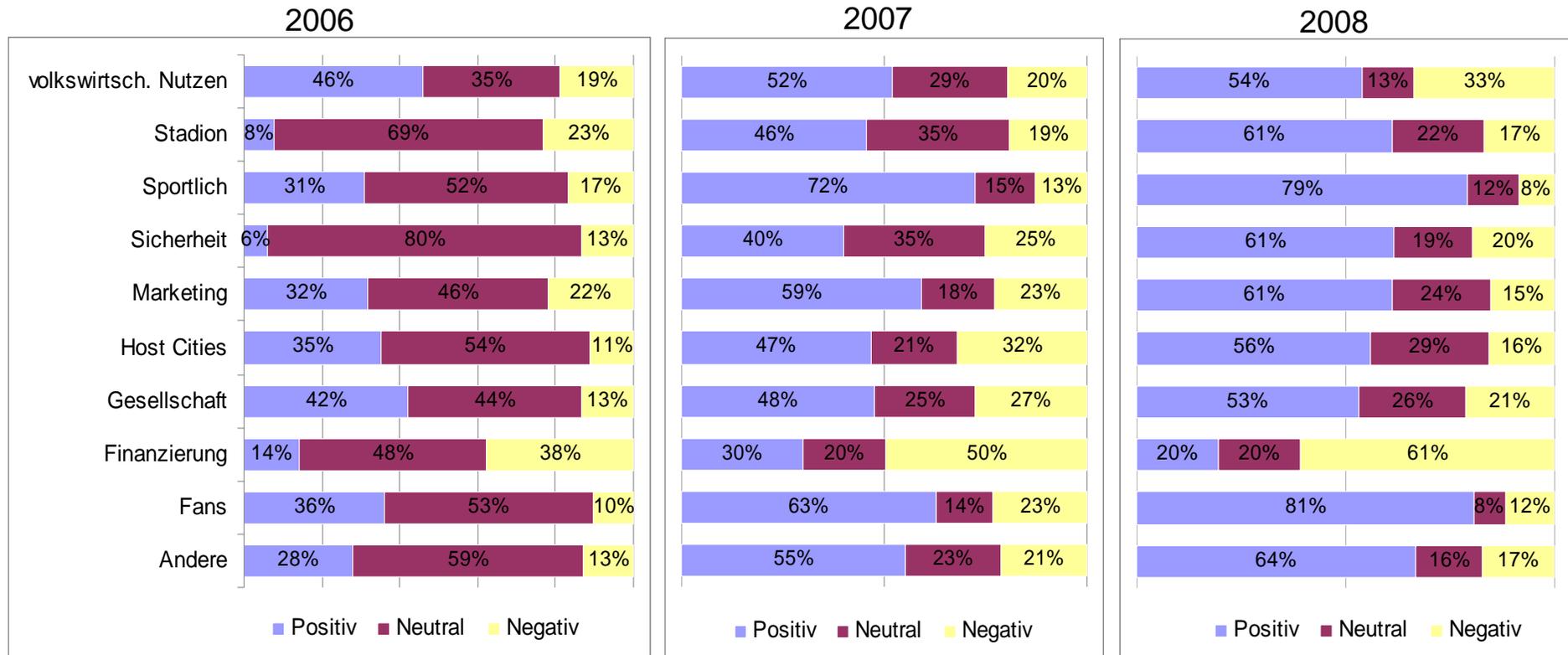


**Das Thema ‚Fans‘ ist das dominierende Thema während der Durchführung, während die Sicherheit vor allem im Vorfeld der EURO 2008 thematisiert wird.**

Zwischen 2006 und 2008 ist eine Verlagerung der thematischen Inhalte in den Schweizer Print-Medien feststellbar. Die Sicherheit wurde im Jahr 2006 häufig thematisiert, jedoch verlor dieses Thema im Jahr der Durchführung deutlich an Bedeutung. Gleich verhalten hat sich auch die Berichterstattung zum Thema Finanzierung. Dagegen waren Aspekte zu den Fans 2006 noch kaum ein Thema, während sie 2008 das am häufigsten aufgegriffene Thema waren.

In allen 3 Jahren waren Artikel zum Thema ‚Stadion‘ am wenigsten vertreten (1%), während ein Fünftel aller analysierten Print-Berichte dem Thema ‚Fans‘ gewidmet waren.

## Thematische Analyse der Berichterstattung



**Knapp zwei Drittel der Berichterstattung zur EURO 2008 war positiv gefärbt. 20% der Artikel hatten einen negativen Grundtenor.**

Im Jahr 2008 hatten 66% der Artikel einen positiven Grundtenor, während dies im Jahr 2006 nur bei 23% der Berichte der Fall war.

Relativ betrachtet sind die Artikel zu sportlichen Aspekten am ehesten positiv gefärbt. Relativ viele negative Artikel erschienen in der Kategorie 'Finanzierung'. Annähernd die Hälfte der Artikel zu diese Thema waren negativ gehalten.

**4. QUANTITATIVE MEDIENPRÄSENZ DER EURO 2008  
IN DEN SCHWEIZER TV-MEDIEN  
EMPIRISCHE ERGEBNISSE**

## QUANTITATIVE MEDIENPRÄSENZ DER EURO 2008 IN DEN SCHWEIZER TV-MEDIEN

16

Umfang der Berichterstattung in den nationalen und regionalen TV-Sendern zur EURO 2008 (ohne Übertragung von Spielen und Resultatberichten sowie ohne italienisch-sprachige Sender)

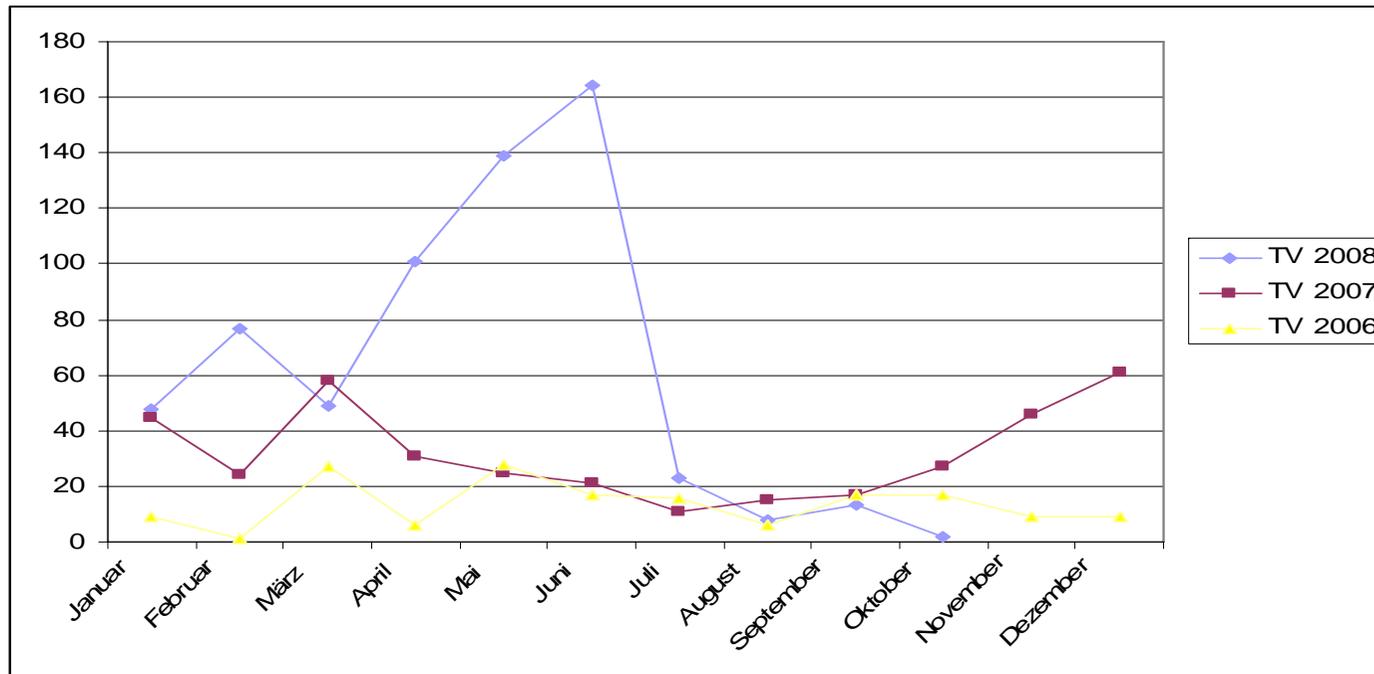
Sender	2008		2007		2006	
	Anzahl Beiträge zur EURO 2008	Ø Beitragsdauer in Sek.	Anzahl Beiträge zur EURO 2008	Ø Beitragsdauer in Sek.	Anzahl Beiträge zur EURO 2008	Ø Beitragsdauer in Sek.
<b>SF 1</b>	206	247	153	144	62	459
<b>SF 2</b>	51	334	17	204	4	129
<b>TSR 1</b>	76	182	66	125	53	244
<b>Tele Basel</b>	76	170	49	143	5	131
<b>Tele Züri</b>	95	222	49	207	14	249
<b>Tele Bärn</b>	59	219	31	156	19	157
<b>Tele Tell</b>	17	115	16	119	5	110
<b>Total</b>	<b>580</b>	<b>212</b>	<b>381</b>	<b>149</b>	<b>162</b>	<b>306</b>

**In den Jahren 2006 bis 2008 gab es total 1'123 TV-Beiträge (exkl. Spiel- und Resultatberichte) mit einem inhaltlichen Bezug zur EURO 2008 in den aufgelisteten TV-Sendern.**

Ein solcher Beitrag dauerte durchschnittlich 222 Sekunden, d.h. etwa 3.5 Minuten.

Die meisten Beiträge wurden vom nationalen deutschsprachigen Sender SF 1 ausgestrahlt (421 Beiträge). Die durchschnittlich längsten Beiträge wurden auch von SF 1 gezeigt (283 Sekunden).

Vergleich der monatlichen Anzahl TV-Berichte 2006, 2007 und 2008 (relativer Vergleich)

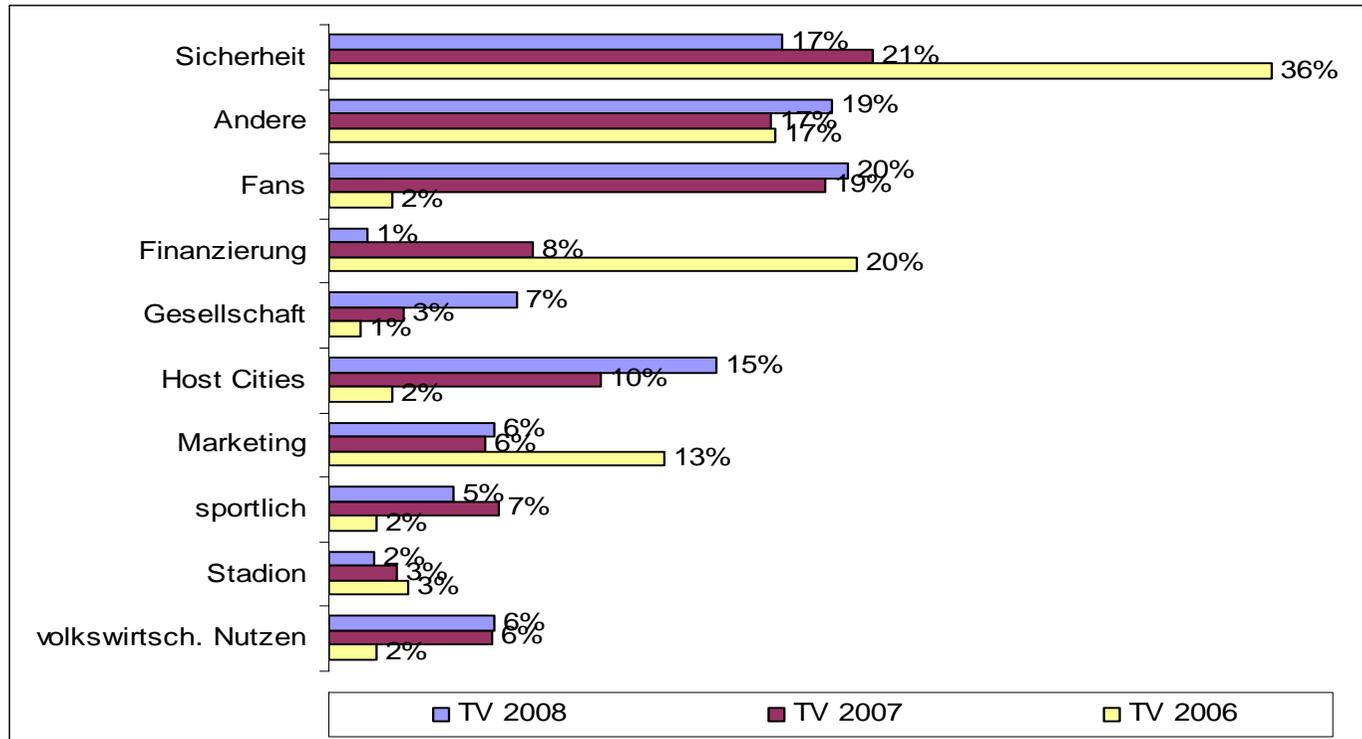


**Zum Zeitpunkt der Durchführung stiegen die TV-Berichte markant an. Im Vergleich zum monatlichen Durchschnitt konnte annähernd eine Verfünffachung der Berichte festgestellt werden.**

Im Jahr 2006 wurden die massive Erhöhung des Bundesbeitrags an die EURO 2008 und die Diskussionen um ein Alkoholverbot in und um die Stadien zur Steigerung der Sicherheit (März) in den eidgenössischen Räten behandelt. Im Mai folgte nach den Ausschreitungen um das Meisterschaftsspiel FC Basel gegen FC Zürich eine neue Sicherheitsdebatte im Hinblick auf die EURO 2008.

Das im März vorgestellte Sicherheitskonzept, die Schulung der Sicherheitskräfte im November, die Krawalle in Bern gegen das SVP-Wahlfest („Marsch auf Bern“) und die damit zusammenhängende Diskussion, ob die Sicherheitskräfte für die EURO 2008 genügend gewappnet sind, sowie die sicherheitspolitischen Konsequenzen der Gruppenauslösung führten im Jahr 2007 zu einer Erhöhung der Berichterstattung.

Vergleich der thematischen Inhalte der TV-Berichterstattung 2006, 2007 und 2008 (relativer Vergleich)



**In den Jahren vor der Austragung (2006 und 2007) waren die meisten TV-Beiträge dem Thema ‚Sicherheit‘ gewidmet. Im Jahr 2008 war das Thema ‚Fans‘ dominant bei der TV-Berichterstattung.**

Analog der Print-Berichterstattung fand aber auch bei den TV-Medien eine Verschiebung der aufgegriffenen Themen statt. Anstelle vom Thema ‚Finanzierung‘, über welches im Jahr 2006 oft berichtet wurde, standen die Host Cities im Austragungsjahr vermehrt im Mittelpunkt der TV-Beiträge.

Bei einer Gesamtbetrachtung über alle drei Jahre waren sportliche Aspekte sowie die Themen ‚Stadion‘ und ‚Gesellschaft‘ am wenigsten vertreten in den TV-Medien.