

Sportevents im TV

Eine Buchungsempfehlung?

August, 2024

GroupM mScience

Olympische Sommerspiele: ein Rückblick

Leichtathletik mit vielen Fans

- Nach der Fußball-Europameisterschaft von Mitte Juni bis Mitte Juli haben am 26.07.2024 die Olympischen Sommerspiele in Paris gestartet.
- Die EURO brachte ServusTV und dem ORF1 wieder großartige Reichweiten.
- Die Olympischen Sommerspiele haben zwar nicht so viele Fans, wie die Fußballspiele der EURO, jedoch können die Leichtathletikbewerbe ebenfalls gute Reichweiten erzielen.
- Im Schnitt haben über 738.000 Personen den 100M Finallauf der Herren gesehen, gefolgt von über 735.000, die das 400M Finale der Herren verfolgt haben.
- Die Eröffnungsfeier liegt bei den Top Bewerben an 19. Stelle.
- Das über 4-stündige TV-Ereignis erreicht eine DRW von fast 467.000. Beachtlicher dabei ist NRW – über 1,5 Mio. Zuseher:innen haben die Eröffnung zumindest 1 Minute durchgehend gesehen.

No.	Sender	Datum	Startzeit	Spiel	DRW (in 1.000) A12+	NRW (in 1.000) A12+
1	ORF 1	04.08.2024	21:53:45	OLYMPIA LIVE LEICHTATHLETIK FINALE HERREN 100M LAUF	738,79	744,94
2	ORF 1	07.08.2024	21:21:14	OLYMPIA LIVE LEICHTATHLETIK HERREN 400M FINALE	735,20	799,35
3	ORF 1	07.08.2024	21:27:35	OLYMPIA LIVE LEICHTATHLETIK HERREN DISKUS	722,10	846,98
4	ORF 1	07.08.2024	20:54:16	OLYMPIA LIVE LEICHTATHLETIK DAMEN 400M SEMIFINALE	708,70	773,14
5	ORF 1	07.08.2024	21:35:28	OLYMPIA LIVE LEICHTATHLETIK DAMEN STABHOCHSPRUNG	679,08	778,65
6	ORF 1	07.08.2024	21:41:26	OLYMPIA LIVE LEICHTATHLETIK HERREN 300M HINDERNIS	649,71	809,75
19	ORF 1	26.07.2024	19:27:24	OLYMPIA EROEFFNUNG	466,99	1.515,05

Werbeblockreichweiten im Vergleich

Übertragungssender profitieren, alle anderen Sender verlieren während der Großereignisse

- Sieht man sich die durchschnittlichen Werbeblockreichweiten im Vergleich zwischen einer Woche im EURO (KW25) bzw. Olympia (KW31) Zeitraum vs. der Woche zwischen den beiden Events (KW29 - ohne Großereignisse) an, zeigt sich, dass sowohl Fußball als auch Olympische Spiele einen negativen Einfluss auf die Reichweiten der anderen privaten Sender* haben.
- Besonders während der EURO sind die Werbeblockreichweiten um -20% gesunken, während Olympia um -7%.
- Die Reichweitenunterschiede sind das eine, doch welche Auswirkung hat dies auf den CPP?

+961%

konnte die ØWerbeblock-Reichweite von ServusTV während der EURO zulegen.

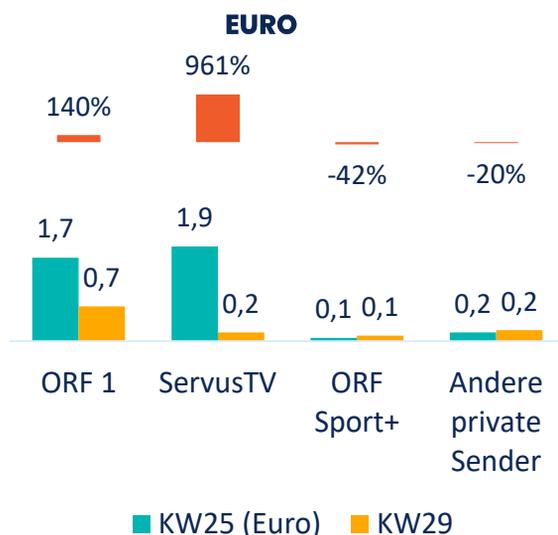
+140%

waren es während der EURO beim ORF 1, +55% während der Olympischen Spiele.

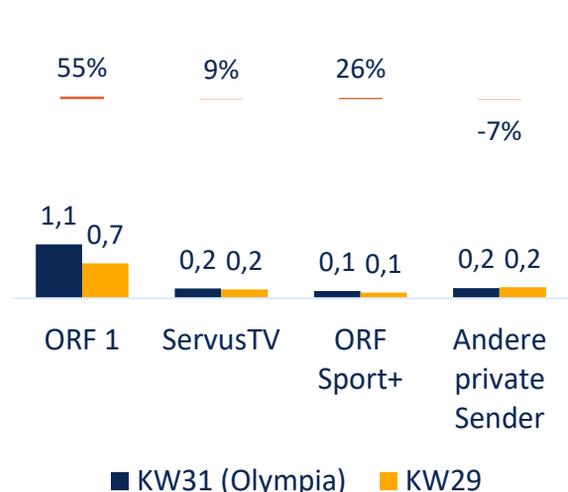
-20%

mussten die anderen privaten TV-Sender während der EURO einbüßen.

ØWB Reichweiten im Vergleich



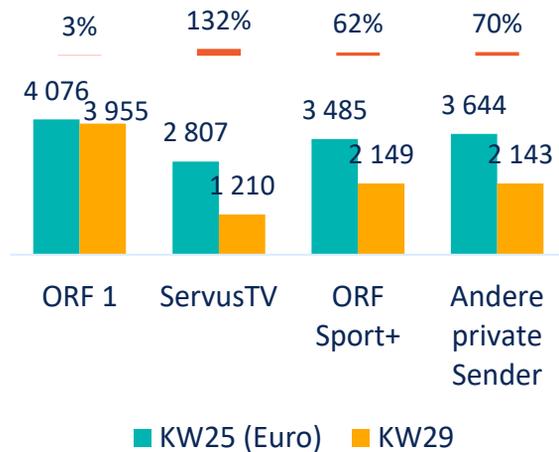
ØWB Reichweiten im Vergleich
Olympische Sommerspiele



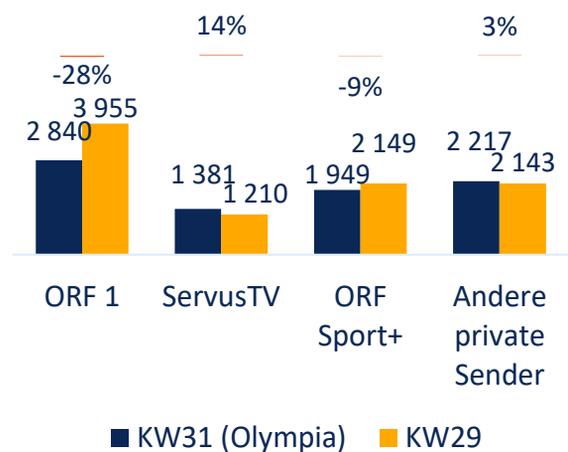
Sender CPP Vergleich EURO und Olympia

CPPs der privaten Sender während der EURO mit deutlichem Anstieg

Ø 30'' CPP im Vergleich
EURO



Ø 30'' CPP im Vergleich
Olympische Sommerspiele



- Das Pricing des ORF 1 war während des EURO Zeitraums mit den Reichweiten im Einklang. Während der Olympischen Sommerspiele zeigt sich sogar ein um -28% niedrigerer CPP.
- ServusTV verzeichnet während der EURO einen um +132% höheren CPP als in der Vergleichswoche.
- Die privaten TV-Sender haben das Pricing während der EURO offensichtlich nicht entsprechend angepasst, was zu einem um +70% höheren CPP geführt hat.

+132%

liegt der CPP bei ServusTV während der EURO über dem Vergleichszeitraum.

+3%

sind es beim ORF 1 während der EURO, -28% während Olympia.

+70%

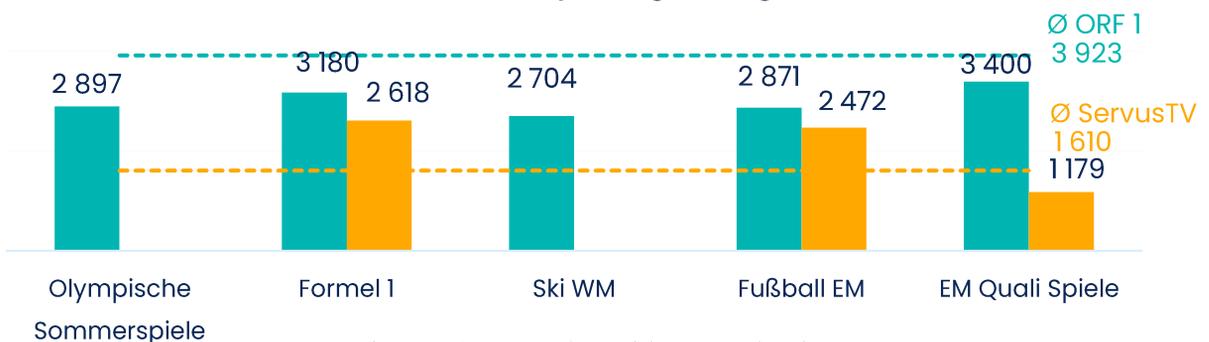
höhere CPPs bei den anderen privaten Sendern im Fußball EURO Zeitraum.

Großereignisse im Reichweiten und CPP-Vergleich

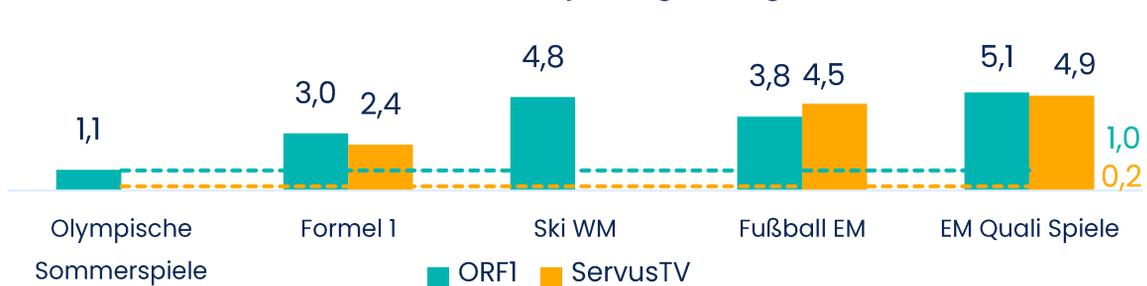
ORF 1 bei Großevents mit höherer Reichweite und niedrigerem CPP als im Senderschnitt

- Im Großereignis-Vergleich zeigen Werbeblöcke auf ORF 1 im Senderschnitt einen niedrigeren CPP und deutlich höhere Reichweiten.
- Bei der Fußball EM lag der CPP um fast 27% unter Senderschnitt, bei zusätzlich fast 4-mal so hoher Reichweite.
- Auch die Ski WM ist sehr lukrativ: im Schnitt ist der CPP um 31% niedriger, bei fast 5-facher Reichweite.
- Bei ServusTV liegen einzig die Werbeblöcke um die EM-Qualifikationsspiele beim CPP unter Senderschnitt (-27%).
- Werbeblöcke um Formel 1 Rennen auf ServusTV verzeichnen einen um 63% höheren CPP, bei fast 12-mal so hoher Reichweite.
- Bei der Fußball-EM waren es in Summe über alle Werbeblöcke +54%, das Finale lag mit 1.267 € unter dem Senderschnitt.
- Jedoch im direkten Sendervergleich zw. ORF 1 und ServusTV, war ServusTV während der Fußball EM und während der Qualifikationsspiele ein attraktiverer Werbepartner.

30" CPP im Umfeld der jeweiligen Ereignisse



DRW WB im Umfeld der jeweiligen Ereignisse



Sportevents als sinnvolle Ergänzung Ihrer TV-Planung

Andere private Sender während der Großereignisse sind weniger attraktiv.

Conclusio

- Großereignisse wie die Fußball Europameisterschaft oder auch die Olympischen Sommerspiele haben einen negativen Einfluss auf die Reichweiten und den CPP der privaten Sender, die keine Großereignisse zeigen.
- Dabei zeigt sich im direkten Vergleich der beiden Großereignissen, dass der Reichweitenverlust der anderen privaten Sender bei der Fußball Europameisterschaft deutlich größer ist, als bei Olympia.
- Sofern der ORF 1 im Sendermix berücksichtigt werden soll, heben sich Werbeblöcke während sportlicher Großereignisse in der Reichweite und im CPP positiv vom Senderschnitt hervor.
- ServusTV verzeichnet bei Großereignissen zwar einen höheren CPP, als im Senderschnitt, zeigt sich aber bei großen Fußballbewerben als ein attraktiverer Werbepartner, verglichen mit dem ORF.
- Die bevorstehende Ski WM 2025 in Saalbach oder auch die Fußball WM-Qualifikationsspiele der Österreichischen Nationalmannschaft könnten eine gute Möglichkeit sein, um für Ihre Marke in der werberelevanten Zielgruppe der 18-49-Jährigen hohe Reichweiten, bei einem lukrativen CPP zu belegen.
- Für Analysen auf Ihre Planungszielgruppe stehen Ihnen Ihre Ansprechpartner:innen Ihrer Agentur jederzeit beratend zur Seite.



Kontakt:

mscience.vienna@groupm.com

Thank you

—