www.pwc.de

Sportrechte

Was Medienkonsumenten in Deutschland von der Sportberichterstattung und vom Sportrechte-Handel erwarten

2018

pwc

Sportrechte

2018

Zusammenfassung

Ergebnisse

Sportberichterstattung

Fußball-Bundesliga

Wichtige Eigenschaften beim Sportfernsehen

Zahlungsbereitschaft für Sportfernsehen

Streaming und Übertragung

US-Sport und eSport

Über die Studie

Zusammenfassung 1/2

Mehr als acht von zehn Deutschen verfolgen **Sportberichterstattung**, Männer (91 %) dabei deutlich häufiger als Frauen (79 %) – jeder zweite Mann sogar regelmäßig. ▶ **US-Sportarten** wie American Football oder Basketball sind dabei für vier von zehn Bundesbürgern von Interesse, ▶ **eSports** noch für jeden Vierten. ▶ Sowohl US-Sportarten als auch eSports sehen sich eher die Jüngeren an.

Die **wichtigsten Medienkanäle** für die Sportberichterstattung sind klassische Medien mit **Free-TV an der Spitze** (87 %). ▶ Auf Social Media, Onlinemedien, Apps und Pay-TV greifen vor allem unter 40-Jährige zurück. ▶ Knapp vier von zehn Bundesbürgern nutzen **Streamingangebote** wie Sky Ticket oder Eurosport 1. ▶

Wenn es um die **Anforderungen** geht, die Sportübertragungen erfüllen müssen, legen Deutsche vor allem Wert auf **Live-Übertragungen** der Spiele (51 %) und eine sehr gute Bildqualität in HD oder UHD (35 %). Zusätzliche Technologien wie Virtual Reality sind bisher noch nicht gefragt (6 %). ▶ Je jünger die Bundesbürger sind, desto häufiger ist ihnen **Flexibilität beim Ansehen** von Sport (z.B. Ortsunabhängigkeit, Verfügbarkeit auf mehrere Arten) wichtig. ▶

Um bestimmte **Services beim Sportfernsehen** zu erhalten, wäre jeder zweite Mann und jede dritte Frau dazu bereit, **Geld auszugeben**. ▶ Für jeden Fünften stellen Live-Übertragungen einen Bezahlgrund dar. Durchschnittlich würden die Sportfans dabei monatlich 15 Euro ausgeben. ▶

Zusammenfassung 2/2

Beim Direktvergleich von Anbietern von Sportübertragungen schneidet das **Free-TV insgesamt am besten** ab. Liebhaber **exklusiver Inhalte** und einer **Vielfalt an Ligen** fühlen sich hingegen beim **Pay-TV** besser aufgehoben. Oftmals haben die Bundesbürger aber auch keinen Favoriten, sondern sehen mehrere oder alle Anbieter als gleichwertig an. ▶

Gleichzeitig sehen die Bundesbürger auch **Vorteile** in der **Verteilung von Sportrechten**. 28 % sind der Meinung, dass so verhindert wird, dass ein Anbieter sämtliche Preise diktiert. ▶ Vor allem Jüngere erwarten, dass sich der **Konkurrenz-kampf** um die Übertragungsrechte positiv auf die **Qualität** der Sportberichterstattung auswirkt. ▶

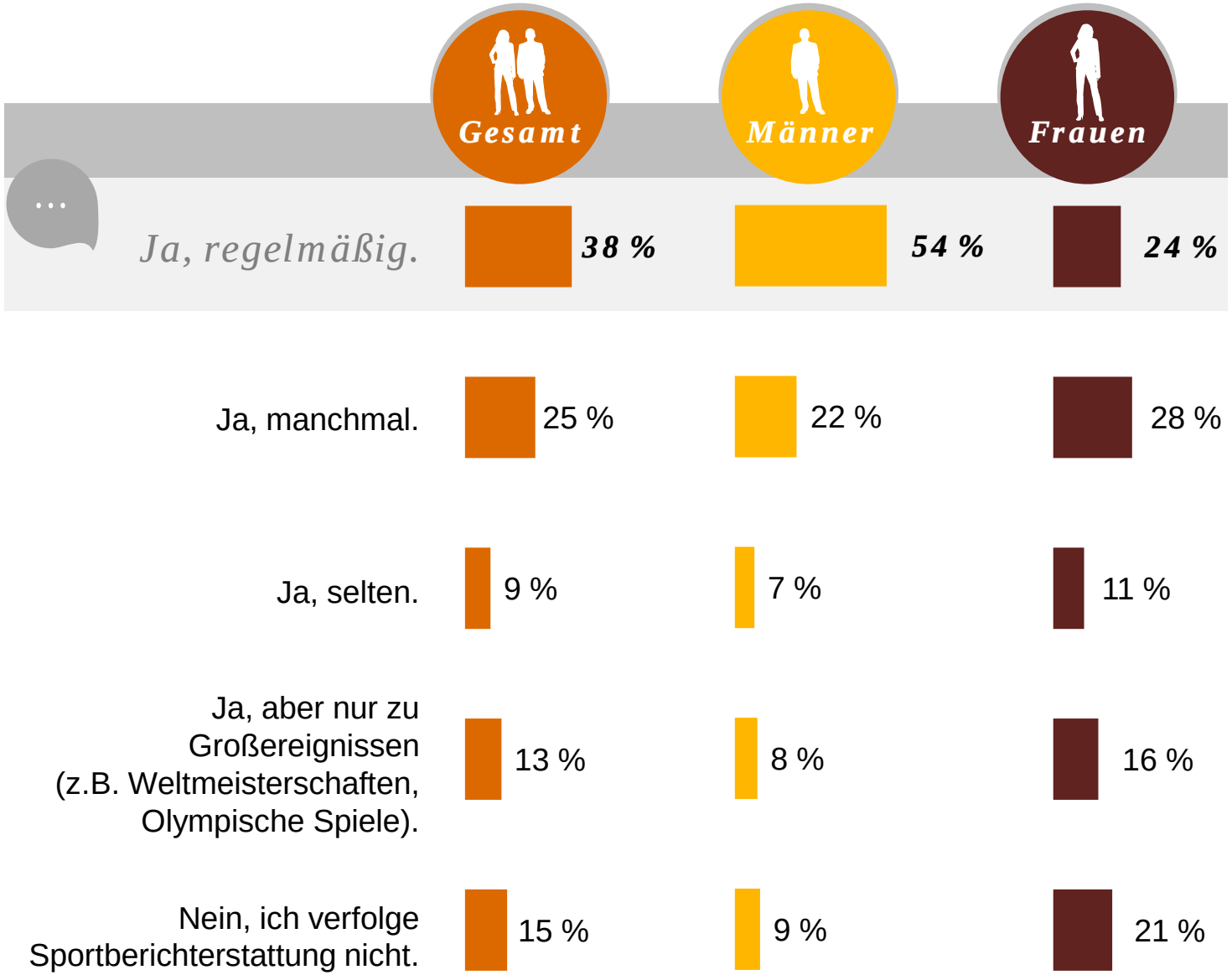
Die Verteilung von Sportrechten ist vor allem für die **Fußball-Bundesliga** ein relevantes Thema. Dass sich die Über-tragungsrechte auf weitere, teils **kostenpflichtige, Anbieter** verteilen könnten, stößt bei mehr als der Hälfte der Deutschen auf Missfallen. ▶ Als größten **Nachteil** der Verteilung werden **zusätzliche Kosten** angegeben (41 %). Ständiges Wechseln von Sendern (36 %) und Anbietern (35 %), um das gewünschte Spiel zu finden, sind weitere unerwünschte Folgen. ▶

Sollten sich die öffentlich-rechtlichen Sender die Sportrechte für die erste und zweite **Fußball-Bundesliga** in Zukunft nicht mehr leisten können, wünscht sich die Hälfte der Deutschen, dass sie gänzlich **aus dem Programm genommen** werden. ▶ Unter 40-Jährige wären stattdessen vergleichsweise häufig an der dritten Bundesliga interessiert. ▶ Auch bei **Montags-spielen** sind die Meinungen zur Bundesliga zwiegespalten: 43 % der Bundesliga-Fans sind dagegen. Während sich ein Drittel der Ablehner durch **Live-Übertragungen im Free-TV** umstimmen lassen würde, ist die Hälfte unter keinen Umständen dazu bereit, Montagsspiele zu akzeptieren. ▶

Ergebnisse

Wie populär ist Sportbericht-erstattung?

85 % der Deutschen verfolgen Sportberichterstattung – Männer deutlich häufiger als Frauen.

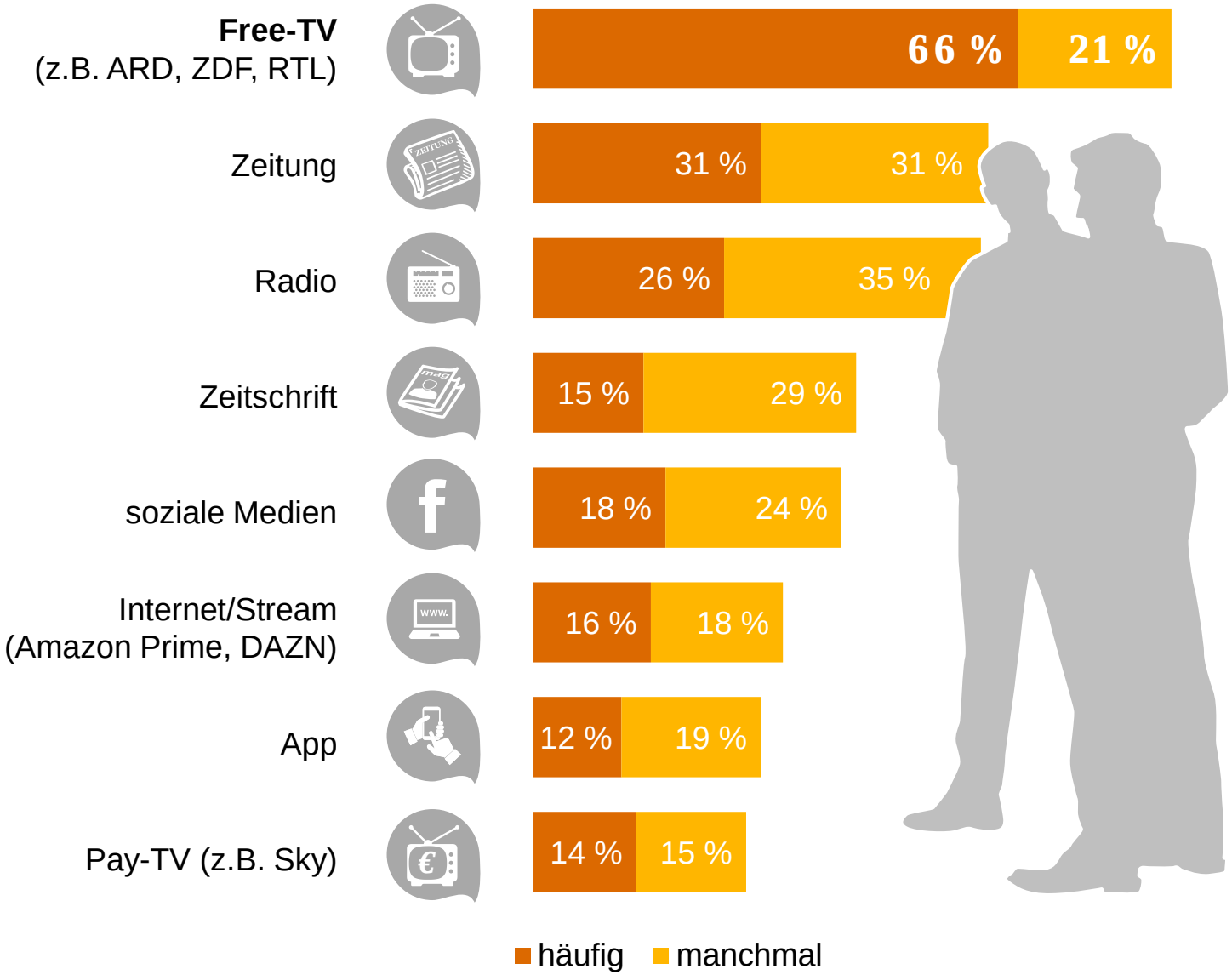


Frage 1: Verfolgen Sie Sportberichterstattung?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Ergebnisse

Über welche Medienkanäle verfolgen die Deutschen Sportberichte?

Klassische Medien werden deutlich häufiger genutzt als Onlinemedien.



Frage 2: Wie häufig nutzen Sie folgende Medienkanäle insgesamt (Zuhause, bei Freunden, usw.), um Sportberichterstattung zu verfolgen? Basis: Befragte, die Sportberichterstattung verfolgen, N = 849 (skalierte Abfrage), Darstellung für Top-2: häufig + manchmal

Ergebnisse

Über welche Medienkanäle verfolgen die Deutschen Sportberichte?

Knapp jeder zweite unter 40-Jährige sieht sich Sport zumindest manchmal über Pay-TV an.

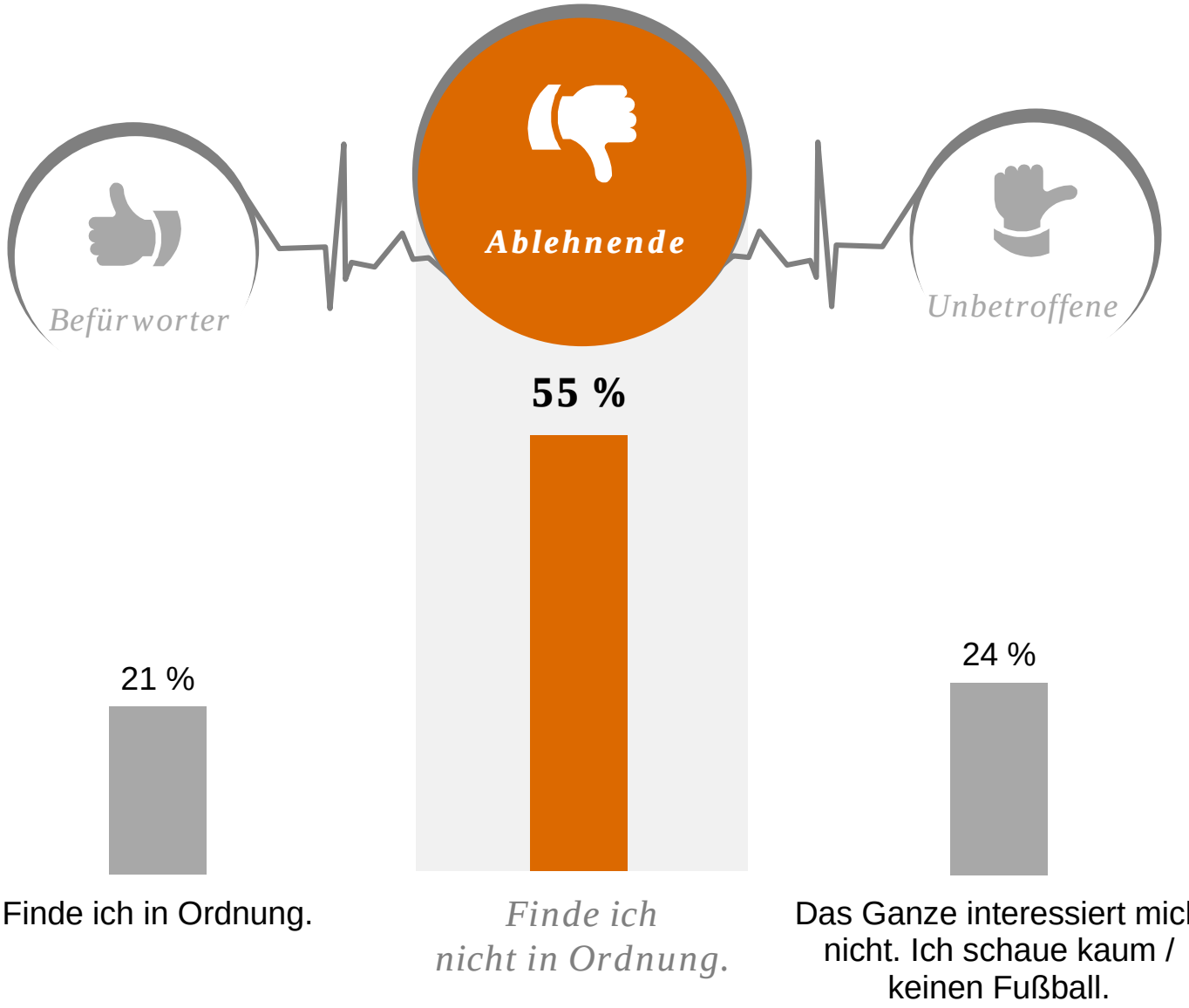
häufig + manchmal	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	849	144	133	132	164	276
Free-TV (z.B. ARD, ZDF, RTL)	**87 %**	85 %	89 %	86 %	90 %	86 %
Zeitung	**62 %**	48 %	58 %	64 %	63 %	70 %
Radio	**61 %**	66 %	69 %	61 %	63 %	53 %
Zeitschrift	**44 %**	42 %	44 %	45 %	44 %	42 %
soziale Medien	**42 %**	67 %	56 %	46 %	31 %	26 %
Internet/Stream (Amazon Prime, DAZN)	**34 %**	54 %	49 %	33 %	32 %	15 %
App	**31 %**	50 %	50 %	32 %	27 %	16 %
Pay-TV (z.B. Sky)	**29 %**	**48 %**	**46 %**	**30 %**	**27 %**	**13 %**

Frage 2: Wie häufig nutzen Sie folgende Medienkanäle insgesamt (Zuhause, bei Freunden, usw.), um Sportberichterstattung zu verfolgen? Basis: Befragte, die Sportberichterstattung verfolgen, N = 849 (skalierte Abfrage), Darstellung für Top-2: häufig + manchmal

Ergebnisse

Wie stehen die Deutschen zur Verteilung der Übertragungs-rechte?

Mehr als jeder Zweite lehnt die Weiterverteilung von Übertragungsrechten ab.

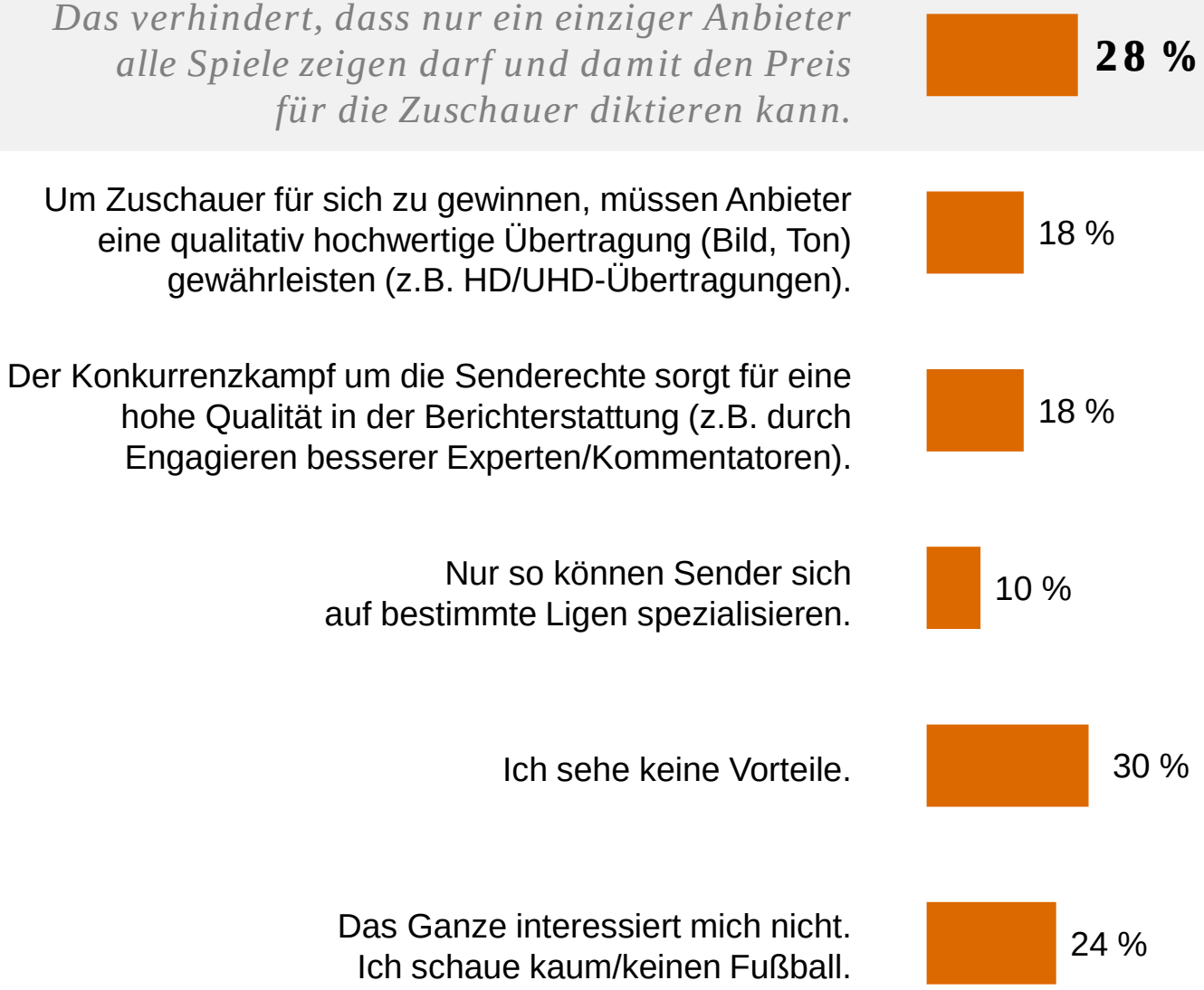


Frage 3: Bereits jetzt ist es nicht mehr möglich, alle Spiele der Fußball-Bundesliga in voller Länge bei nur einem Anbieter zu sehen. Mit zukünftigen Bundesligasaisons könnten die Übertragungsrechte sich auch auf neue, teils kostenpflichtige, Anbieter weiterverteilen. Wie finden Sie das?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Ergebnisse

Welche Vorteile hat die Aufteilung der Übertragungs-rechte?

28 % der Deutschen sehen in der Aufteilung den Vorteil, dass ein einzelner Anbieter nicht alle Preise festlegen kann.



Frage 4: Welche Vorteile sehen Sie in dieser Aufteilung von Fußball-Bundesligaspielen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Ergebnisse

Welche Vorteile hat die Aufteilung der Übertragungs-rechte?

Vor allem jüngere Deutsche erwarten, dass sich der Konkurrenzkampf um die Sportreche positiv auf die Qualität auswirkt.

	Total	Alter (Jahre) 18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	1000	169	149	161	191	330
Das verhindert, dass nur ein einziger Anbieter alle Spiele zeigen darf und damit den Preis für die Zuschauer diktieren kann.	**28 %**	30 %	37 %	26 %	25 %	26 %
Um Zuschauer für sich zu gewinnen, müssen Anbieter eine qualitativ ***hochwertige Übertragung*** *(Bild, Ton)* ***gewährleisten***[1]	**18 %**	**24 %**	**24 %**	**16 %**	**20 %**	**14 %**
Der Konkurrenzkampf um die Senderechte sorgt für eine ***hohe Qualität in der Berichterstattung***[2]	**18 %**	**24 %**	**21 %**	**18 %**	**15 %**	**14 %**
Nur so können Sender sich auf bestimmte Ligen spezialisieren.	**10 %**	16 %	14 %	12 %	7 %	5 %
Ich sehe keine Vorteile.	**30 %**	22 %	22 %	29 %	34 %	35 %
Das Ganze interessiert mich nicht. Ich schaue kaum/keinen Fußball.	**24 %**	21 %	17 %	29 %	22 %	27 %

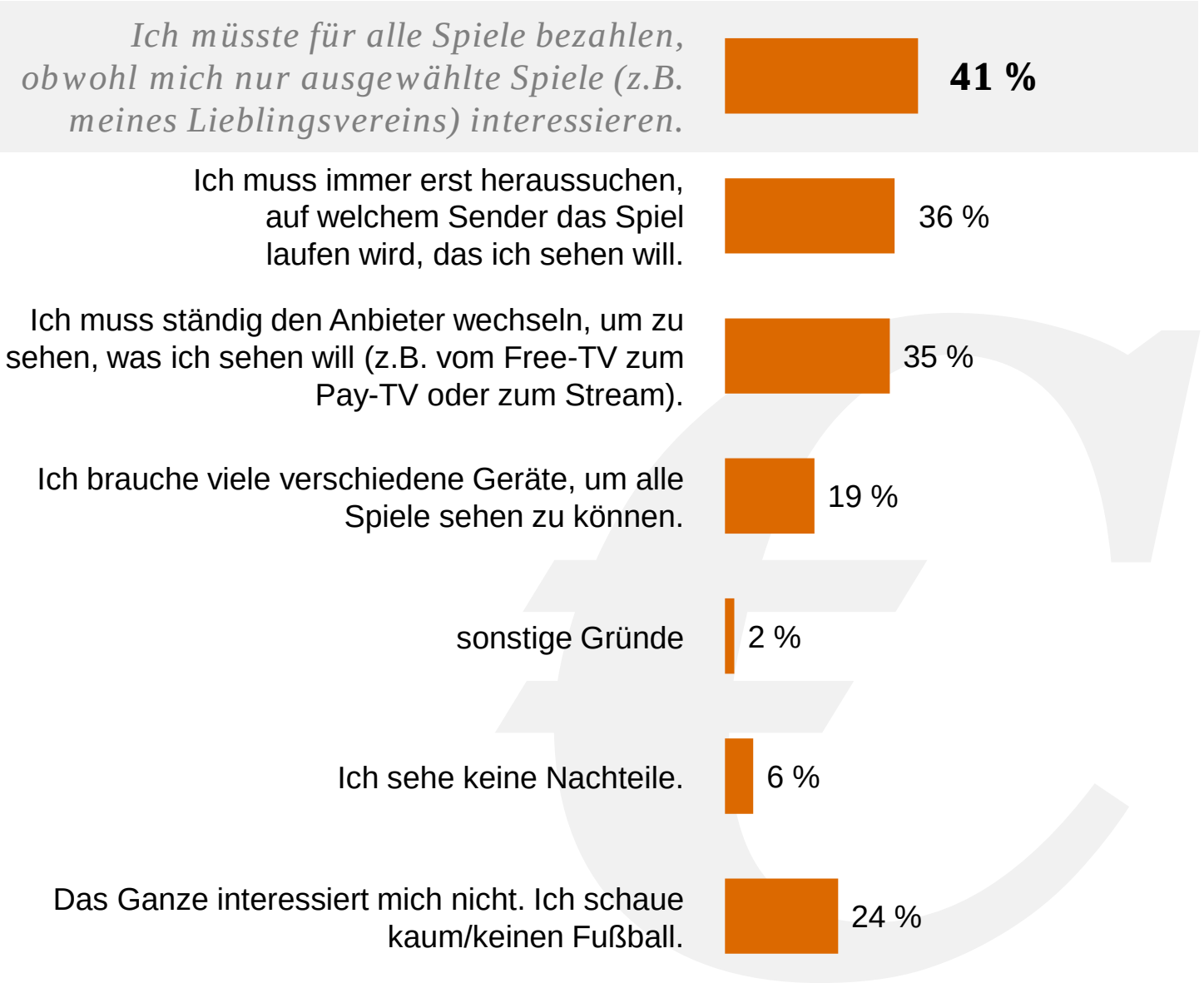
Frage 4: Welche Vorteile sehen Sie in dieser Aufteilung von Fußball-Bundesligaspielen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

1) (z.B. HD/UHD-Übertragungen)
2) (z.B. durch Engagieren besserer Experten/Kommentatoren)

Ergebnisse

Welche Nachteile hat die Aufteilung der Übertragungs-rechte?

Vier von zehn Deutschen befürchten zusätzliche Kosten.



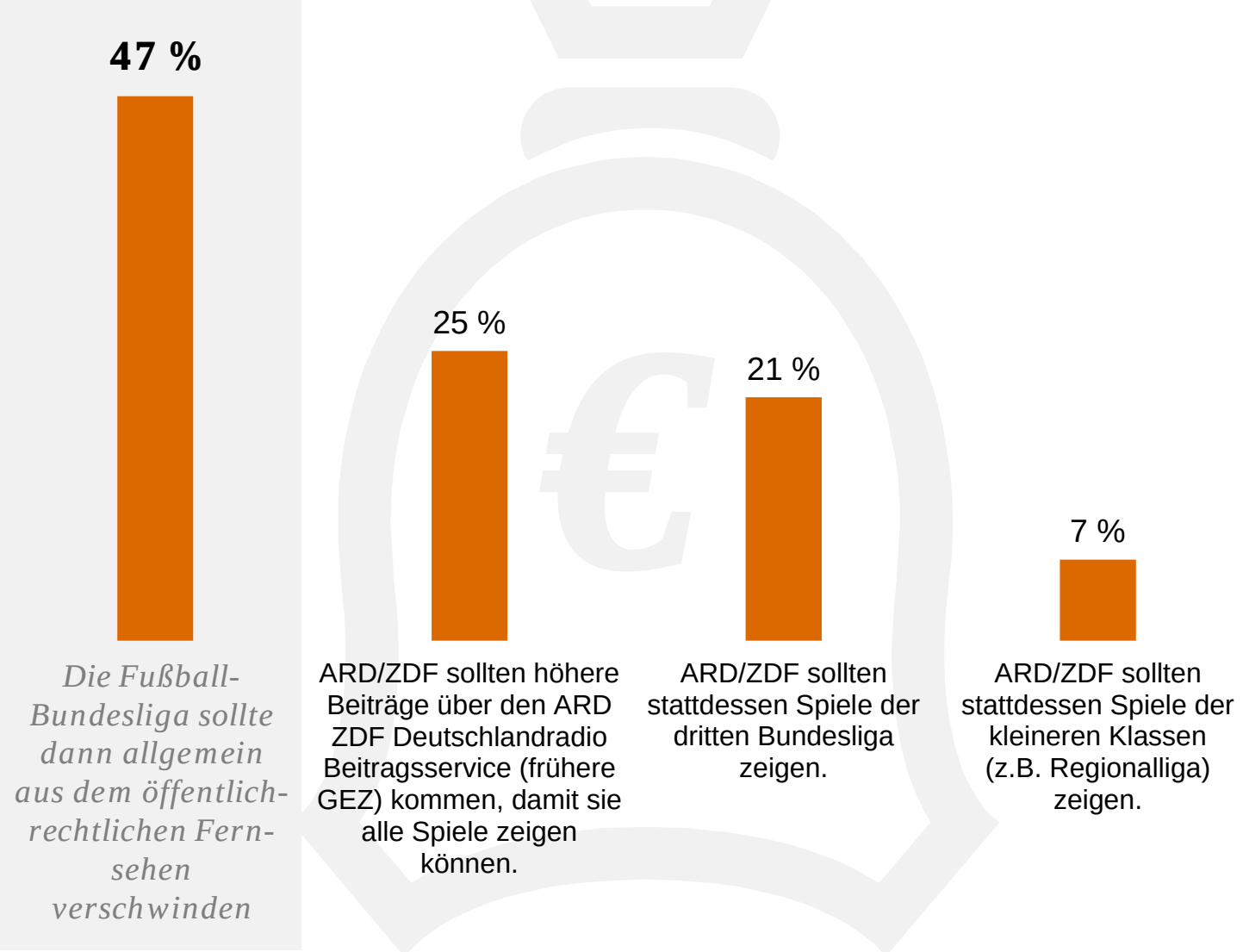
Frage 5: Welche Nachteile sehen Sie in dieser Aufteilung von Fußball-Bundesligaspielen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Ergebnisse

Was sollten ARD und ZDF tun, wenn Sportrechte zu teuer werden?

Knapp jeder Zweite wünscht sich in diesem Fall, dass die Fußball-Bundesliga aus dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen verschwindet.

Frage 6: Sportrechte sind bereits jetzt sehr teuer. Wenn große Unternehmen immer weiter in den Markt einsteigen, wären die öffentlich-rechtlichen Sender (ARD, ZDF), die mittlerweile nur noch wenige Spiele vollständig zeigen können, unter Umständen nicht länger in der Lage, sich Übertragungsrechte für die erste und zweite Bundesliga zu sichern und die Spiele kostenlos zu zeigen. Was sollte Ihrer Meinung nach in einem solchen Fall geschehen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)



Ergebnisse

Was sollten ARD und ZDF tun, wenn Sportrechte zu teuer werden?

Jüngere Deutsche interessieren sich vergleichsweise häufig für die dritte Bundesliga.

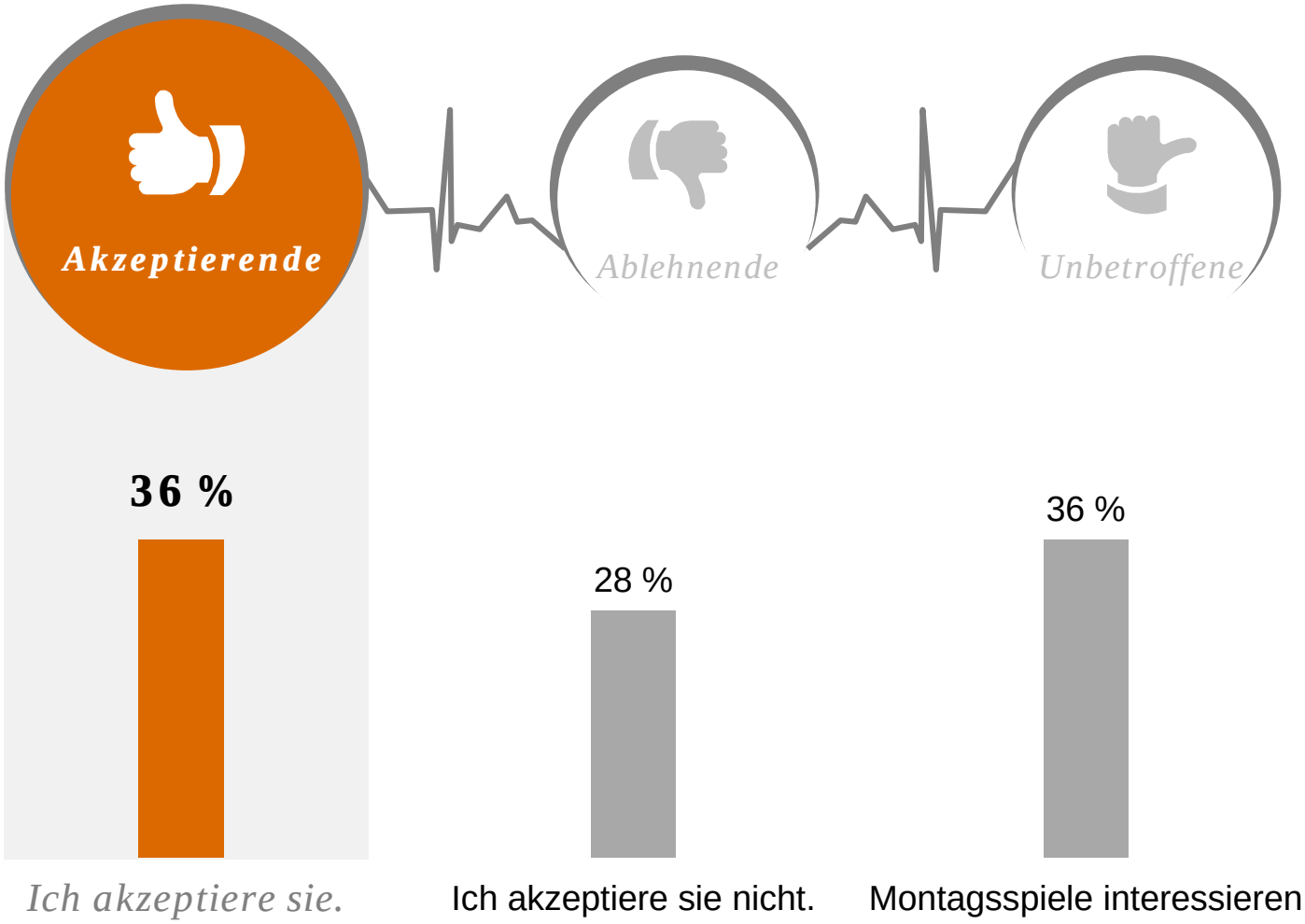
	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	1000	169	149	161	191	330
Die Fußball-Bundesliga sollte dann allgemein aus dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen verschwinden.	**47 %**	36 %	44 %	56 %	51 %	49 %
ARD/ZDF sollten höhere Beiträge über den ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (frühere GEZ) bekommen, damit sie alle Spiele zeigen können.	**25 %**	29 %	19 %	23 %	23 %	27 %
*ARD/ZDF sollten stattdessen **Spiele der dritten Bundesliga zeigen**.*	**21 %**	**28 %**	**29 %**	**15 %**	**20 %**	**17 %**
ARD/ZDF sollten stattdessen Spiele der kleineren Klassen (z.B. Regionalliga) zeigen.	**7 %**	7 %	8 %	6 %	6 %	7 %

Frage 6: Sportrechte sind bereits jetzt sehr teuer. Wenn große Unternehmen immer weiter in den Markt einsteigen, wären die öffentlich-rechtlichen Sender (ARD, ZDF), die mittlerweile nur noch wenige Spiele vollständig zeigen können, unter Umständen nicht länger in der Lage, sich die Übertragungsrechte für die erste und zweite Bundesliga zu sichern und die Spiele kostenlos zu zeigen. Was sollte Ihrer Meinung nach in einem solchen Fall geschehen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Ergebnisse

Wie stehen die Deutschen zu Montagsspielen

Zwei Drittel der Bundesbürger haben eine Meinung zu Montagsspielen. Akzeptanz überwiegt nur geringfügig.



Frage 12: Montagsspiele der Bundesliga, die in der Saison 2017/18 eingeführt wurden, sind unter Fans ein sensibles Thema. Wie stehen Sie persönlich zu Montagsspielen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Ergebnisse

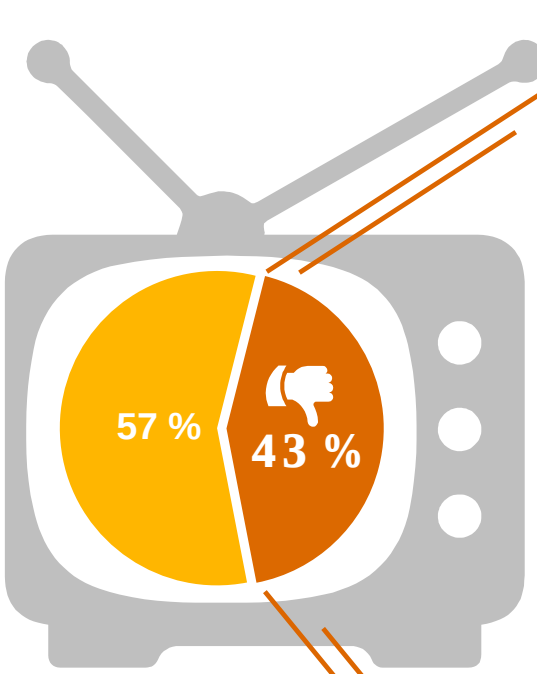
Wie stehen die Deutschen zu Montagsspielen?

43 % der Bundesliga-Fans akzeptieren Montagsspiele nicht. Live-Übertragungen im Free-TV würden ihre Meinung am ehesten ändern.

Frage 12: Montagsspiele der Bundesliga, die in der Saison 2017/18 eingeführt wurden, sind unter Fans ein sensibles Thema. Wie stehen Sie persönlich zu Montagsspielen? Basis: Befragte, die Bundesliga-Fans sind N = 637 (Einfachnennung)

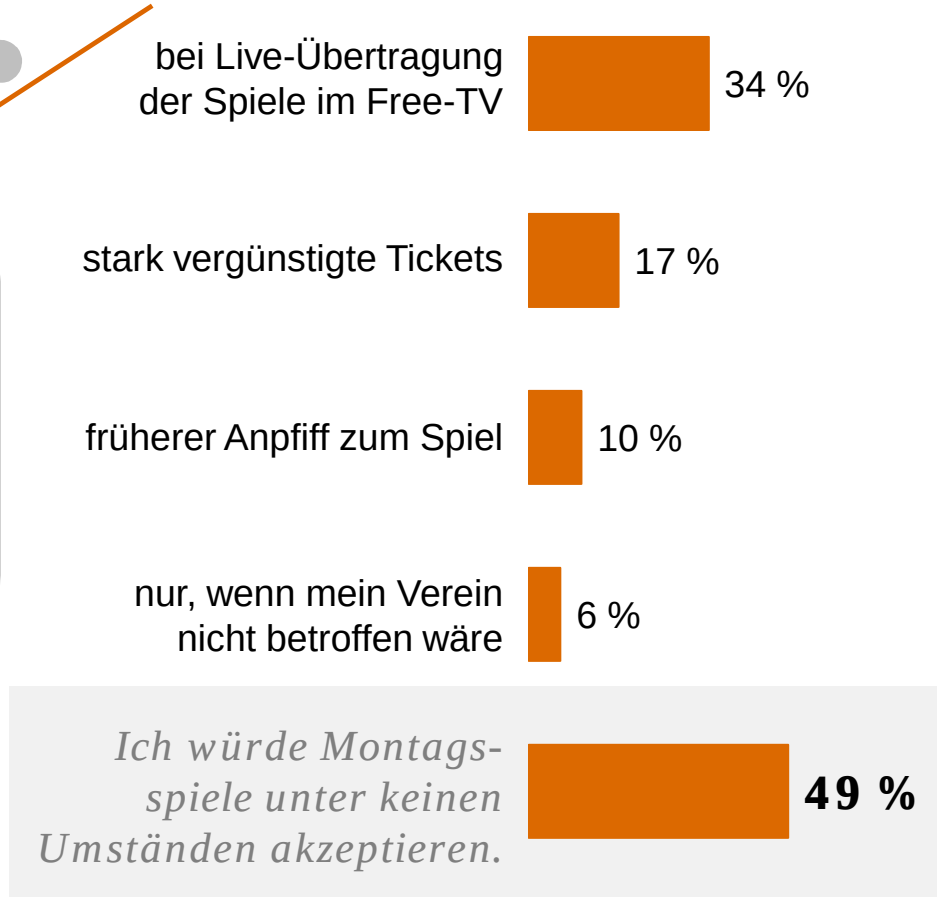
Frage 13: Unter welchen Voraussetzungen würden Sie Montagsspiele akzeptieren? Basis: Befragte, die Montagsspiele nicht akzeptieren, N = 274 (Mehrfachnennung)

Einstellung zu Montagsspielen



- Ich akzeptiere sie.
- Ich akzeptiere sie nicht.

Voraussetzungen für Akzeptanz von Montagsspielen



Ergebnisse

Wie stehen die Deutschen zu Montagsspielen?

Mit steigendem Alter nimmt die Akzeptanz von Montagsspielen bei den Fans ab.

	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	637	121	105	102	119	190
Ich akzeptiere sie.	**57 %**	**68 %**	**68 %**	**54 %**	**52 %**	**49 %**
Ich akzeptiere sie nicht.	**43 %**	32 %	32 %	46 %	48 %	51 %

Frage 12: Montagsspiele der Bundesliga, die in der Saison 2017/18 eingeführt wurden, sind unter Fans ein sensibles Thema. Wie stehen Sie persönlich zu Montagsspielen?
Basis: Basis: Befragte, die Bundesliga-Fans sind N = 637 (Einfachnennung)

Ergebnisse

Wie stehen die Deutschen zu Montagsspielen?

Vor allem unter 30-Jährige würden Montagsspiele akzeptieren, wenn diese früher beginnen würden.

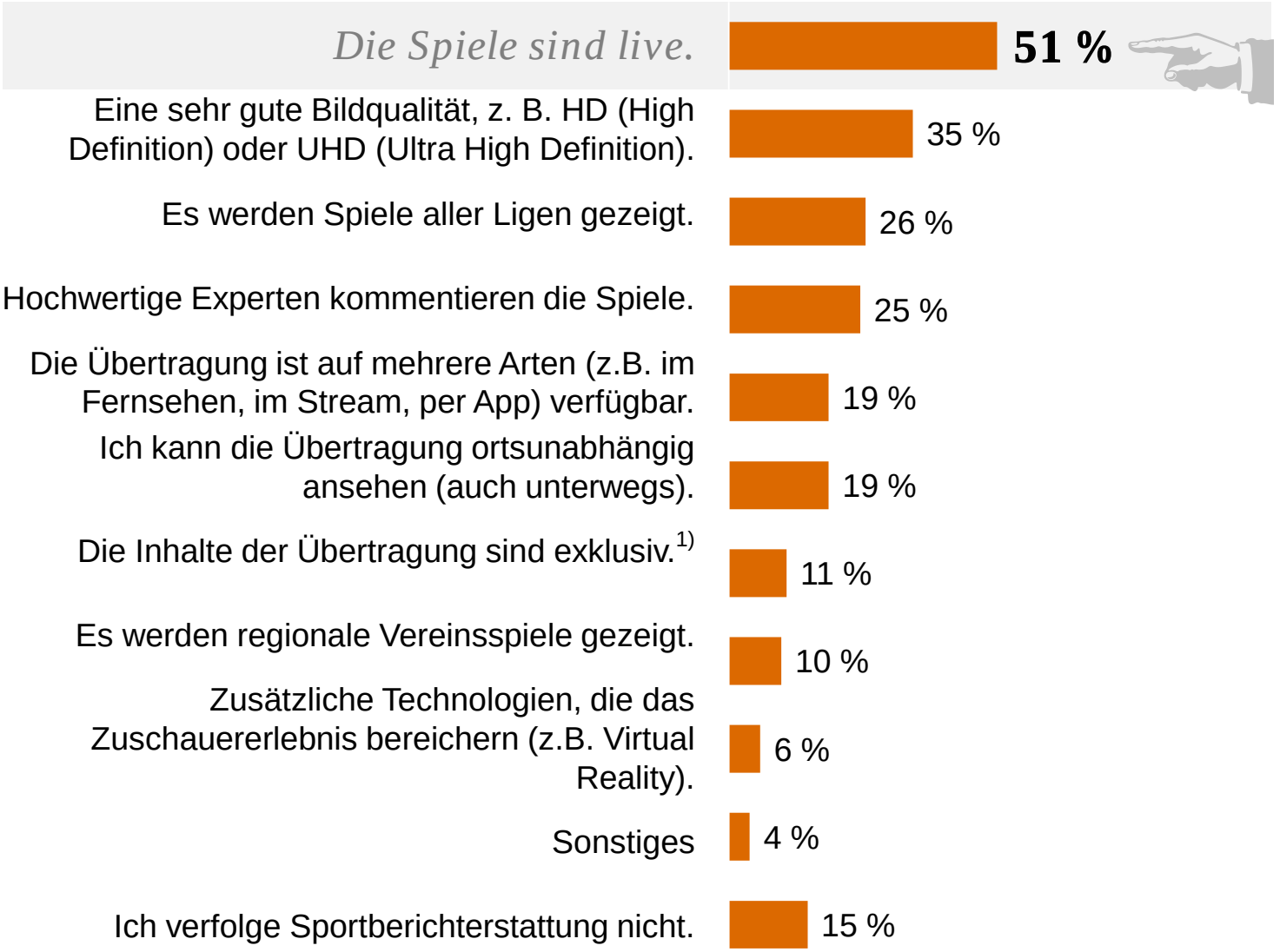
	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	274	39	34	47	57	97
bei Live-Übertragung der Spiele im Free-TV	**34 %**	28 %	41 %	34 %	35 %	33 %
stark vergünstigte Tickets	**17 %**	28 %	24 %	21 %	14 %	10 %
früherer Anpfiff zum Spiel	**10 %**	**23 %**	**9 %**	**11 %**	**11 %**	**4 %**
nur, wenn mein Verein nicht betroffen wäre	**6 %**	10 %	9 %	6 %	7 %	2 %
Ich würde Montagsspiele unter keinen Umständen akzeptieren.	**49 %**	36 %	38 %	45 %	51 %	58 %

Frage 13: Unter welchen Voraussetzungen würden Sie Montagsspiele akzeptieren?
Basis: Befragte, die Montagsspiele nicht akzeptieren
(Mehrfachnennung)

Ergebnisse

Was ist beim Sportfernsehen besonders wichtig?

Deutsche legen besonders hohen Wert auf Live-Übertragungen und hohe Bildauflösungen.



Frage 7: Welche Eigenschaften beim Sportfernsehen sind Ihnen besonders wichtig?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

1) (z.B. werden Sportarten gezeigt, die es sonst nirgendwo zu sehen gibt)

Ergebnisse

Was ist beim Sportfernsehen besonders wichtig?

Je jünger die Sportfans, desto häufiger legen sie Wert auf Flexibilität beim Ansehen von Sport.

	Total	Alter (Jahre)				
		18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Basis	1000	169	149	161	191	330
Die Spiele sind live.	**51 %**	50 %	50 %	52 %	57 %	48 %
Eine sehr gute Bildqualität, z. B. HD (High Definition) oder UHD (Ultra High Definition).	**35 %**	46 %	34 %	31 %	38 %	28 %
Es werden Spiele aller Ligen gezeigt.	**26 %**	26 %	19 %	24 %	29 %	29 %
Hochwertige Experten kommentieren die Spiele.	**25 %**	28 %	28 %	26 %	25 %	20 %
Die Übertragung ist auf mehrere Arten (z.B. im Fernsehen, im Stream, per App) verfügbar.	**19 %**	**30 %**	**23 %**	**20 %**	**19 %**	**12 %**
Ich kann die Übertragung ortsunabhängig ansehen (auch unterwegs).	**19 %**	**27 %**	**21 %**	**16 %**	**19 %**	**14 %**
Die Inhalte der Übertragung sind exklusiv[1)]	**11 %**	9 %	13 %	11 %	11 %	12 %
Es werden regionale Vereinsspiele gezeigt.	**10 %**	8 %	15 %	12 %	12 %	8 %
Zusätzliche Technologien, die das Zuschauererlebnis bereichern[2)]	**6 %**	11 %	9 %	4 %	5 %	3 %
Sonstiges	**4 %**	1 %	2 %	4 %	2 %	7 %
Ich verfolge Sportberichterstattung nicht.	**15 %**	15 %	11 %	18 %	14 %	16 %

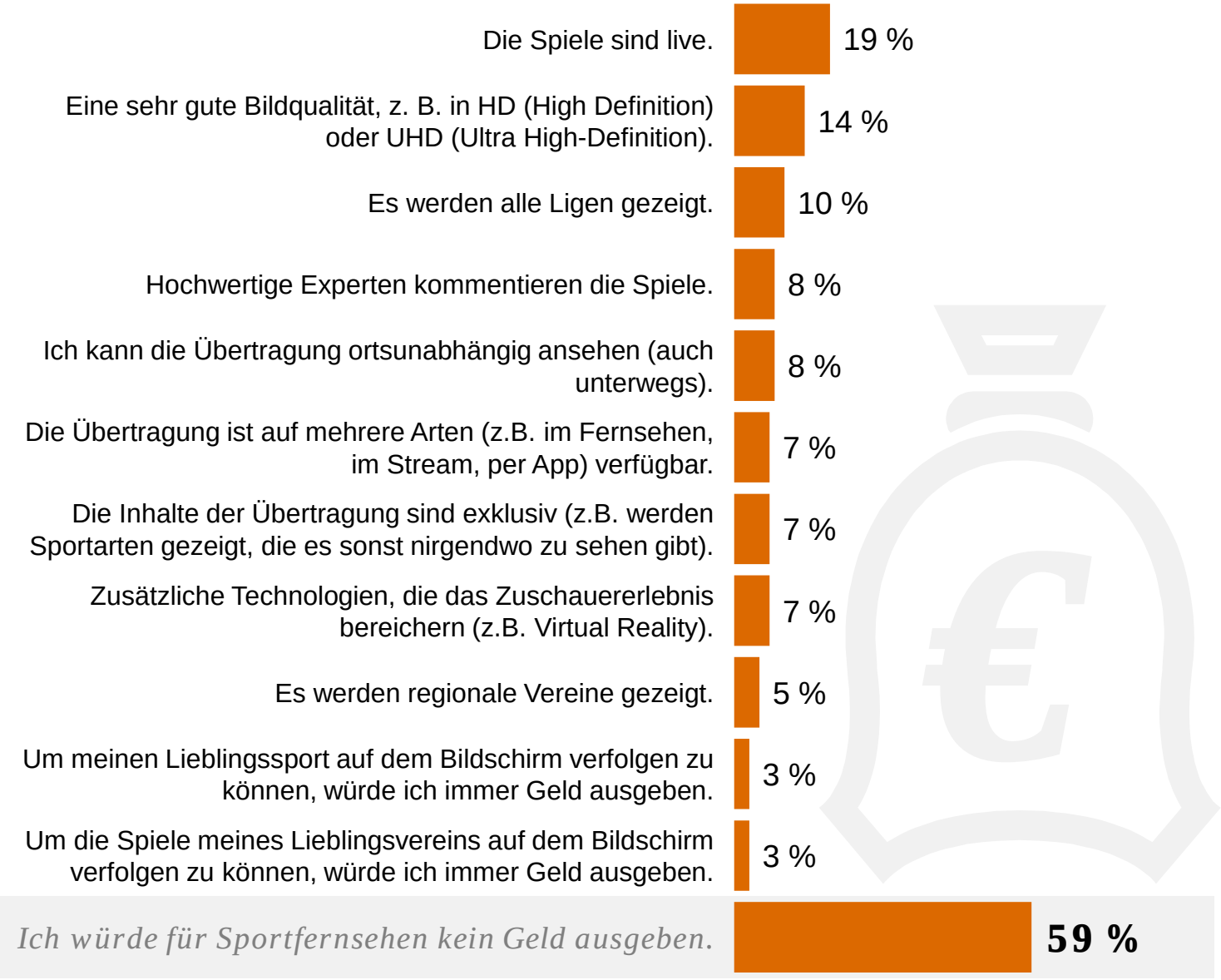
1) (z.B. werden Sportarten gezeigt, die es sonst nirgendwo zu sehen gibt)
2) (z.B. Virtual Reality)

Frage 7: Welche Eigenschaften beim Sportfernsehen sind Ihnen besonders wichtig?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Ergebnisse

Wofür würden die Deutschen Geld ausgeben?

59 % der Deutschen sind nicht bereit, für Sportfernsehen zu bezahlen.



Frage 8: Und für welche Eigenschaften beim Sportfernsehen wären Sie bereit Geld auszugeben?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Ergebnisse

Wofür würden die Deutschen Geld ausgeben?

Jeder zweite Mann wäre bereit, für Sportübertragungen Geld auszugeben.

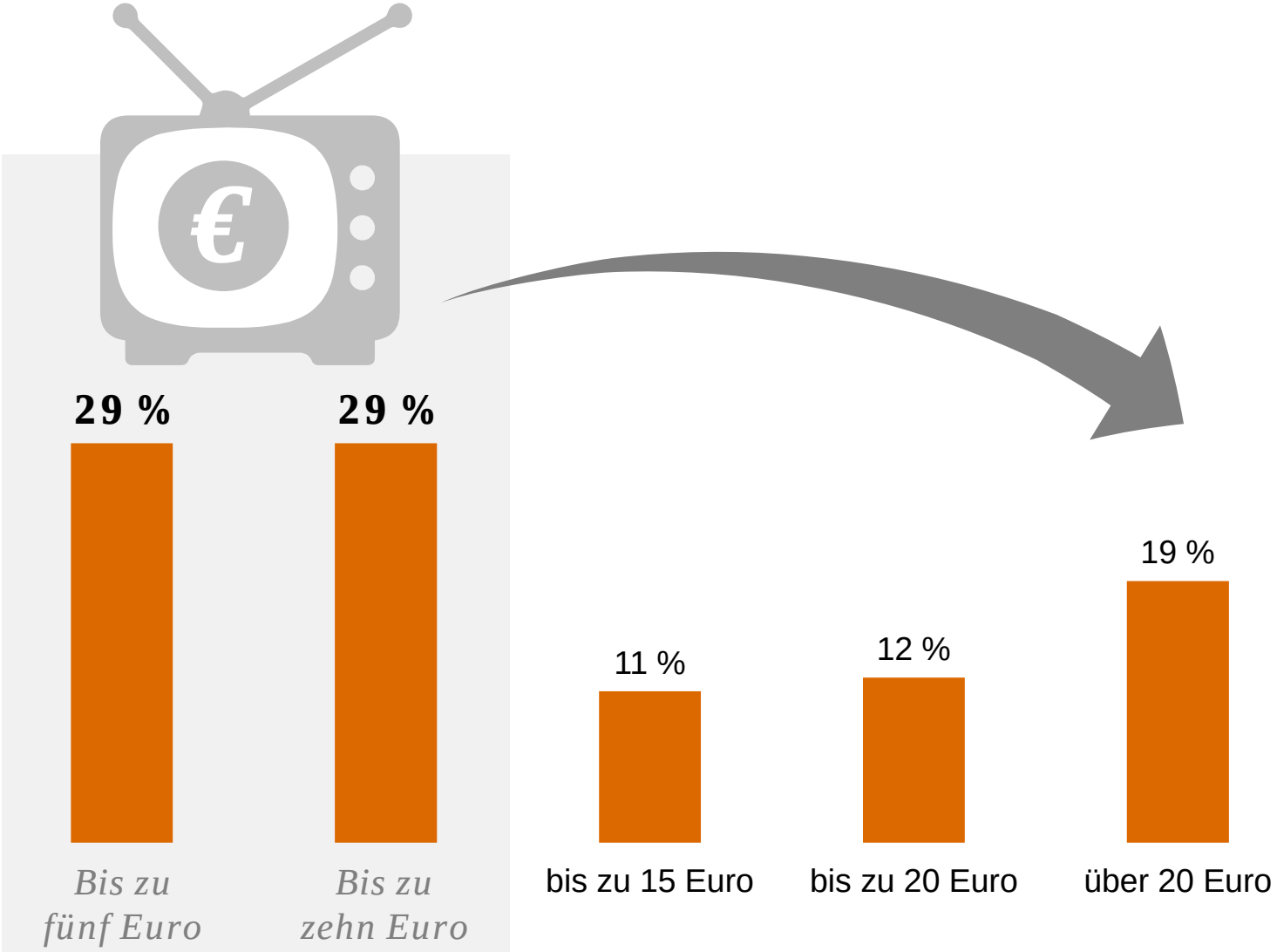
	Total	Geschlecht	
		Männer	Frauen
Basis	1000	489	511
Die Spiele sind live.	**19 %**	23 %	15 %
Eine sehr gute Bildqualität, z. B. in HD (High Definition oder UHD Ultra High-Definition.	**14 %**	19 %	9 %
Es werden alle Ligen gezeigt.	**10 %**	14 %	6 %
Hochwertige Experten kommentieren die Spiele.	**8 %**	10 %	6 %
Ich kann die Übertragung ortsunabhängig ansehen (auch unterwegs).	**8 %**	9 %	6 %
Die Übertragung ist auf mehrere Arten (z.B. im Fernsehen, im Stream, per App) verfügbar.	**7 %**	9 %	6 %
Die Inhalte der Übertragung sind exklusiv (z.B. werden Sportarten gezeigt, die es sonst nirgendwo zu sehen gibt).	**7 %**	8 %	6 %
Zusätzliche Technologien, die das Zuschauererlebnis bereichern (z.B. Virtual Reality).	**7 %**	9 %	4 %
Es werden regionale Vereine gezeigt.	**5 %**	7 %	4 %
Um meinen Lieblingssport auf dem Bildschirm verfolgen zu können, würde ich immer Geld ausgeben.	**3 %**	3 %	3 %
Um die Spiele meines Lieblingsvereins auf dem Bildschirm verfolgen zu können, würde ich immer Geld ausgeben.	**3 %**	4 %	2 %
Ich würde für Sportfernsehen kein Geld ausgeben.	**59 %**	**50 %**	**67 %**

Frage 8: Und für welche Eigenschaften beim Sportfernsehen wären Sie bereit Geld auszugeben?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Ergebnisse

Wie viel würden die Deutschen für Sportfernsehen ausgeben?

Deutsche, die Geld für Sport-berichterstattung ausgeben würden, wären bereit, durchschnittlich 15 Euro im Monat dafür zu zahlen.



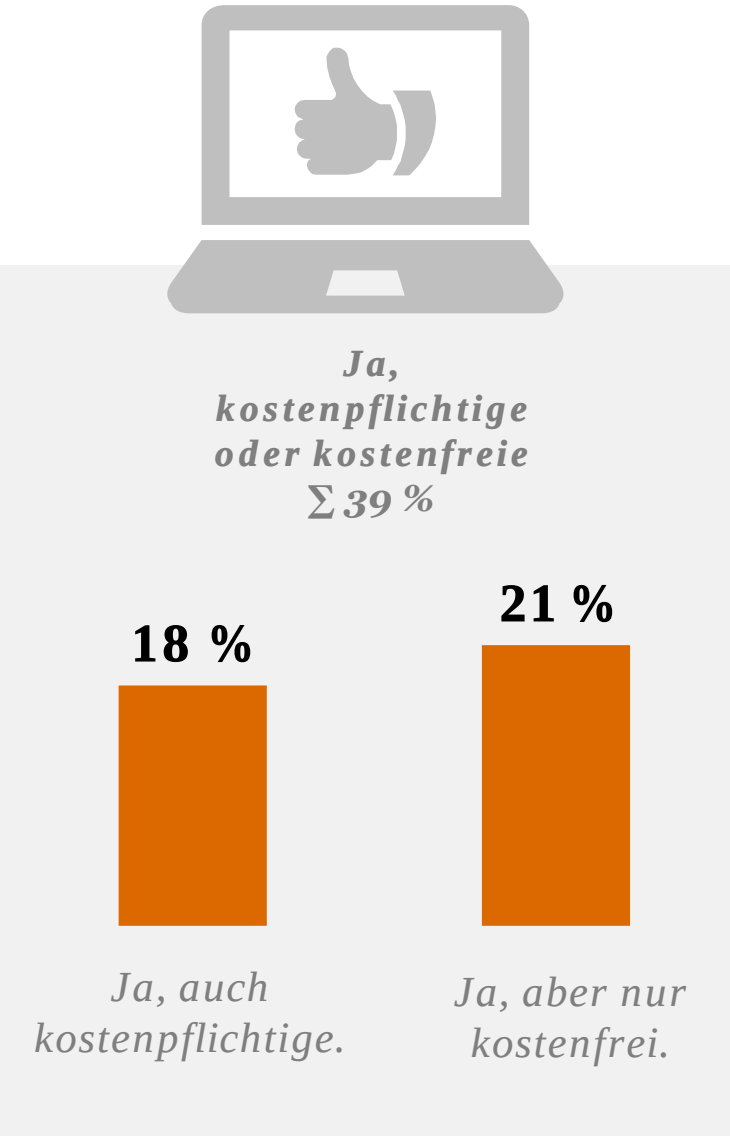
Mittelwert: 15 Euro

Frage 9: Welchen Betrag wären Sie bereit monatlich für Sportfernsehen auszugeben?
Basis: Befragte, die Geld für Sportfernsehen ausgeben würden, N = 411 (offene Zahlenangabe)

Ergebnisse

Wie populär ist Sport-Streaming?

39 % der Deutschen nutzen bereits Streaming-Angebote für Sportsendungen.



Frage 10: Streaming ist bereits ein fester Bestandteil der Freizeitgestaltung der Deutschen. Nutzen Sie Streaming-Angebote (z.B. Sky Ticket, Eurosport 1) auch für Sportsendungen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Ergebnisse

Wie populär ist Sport-Streaming?

Männer streamen deutlich häufiger als Frauen.

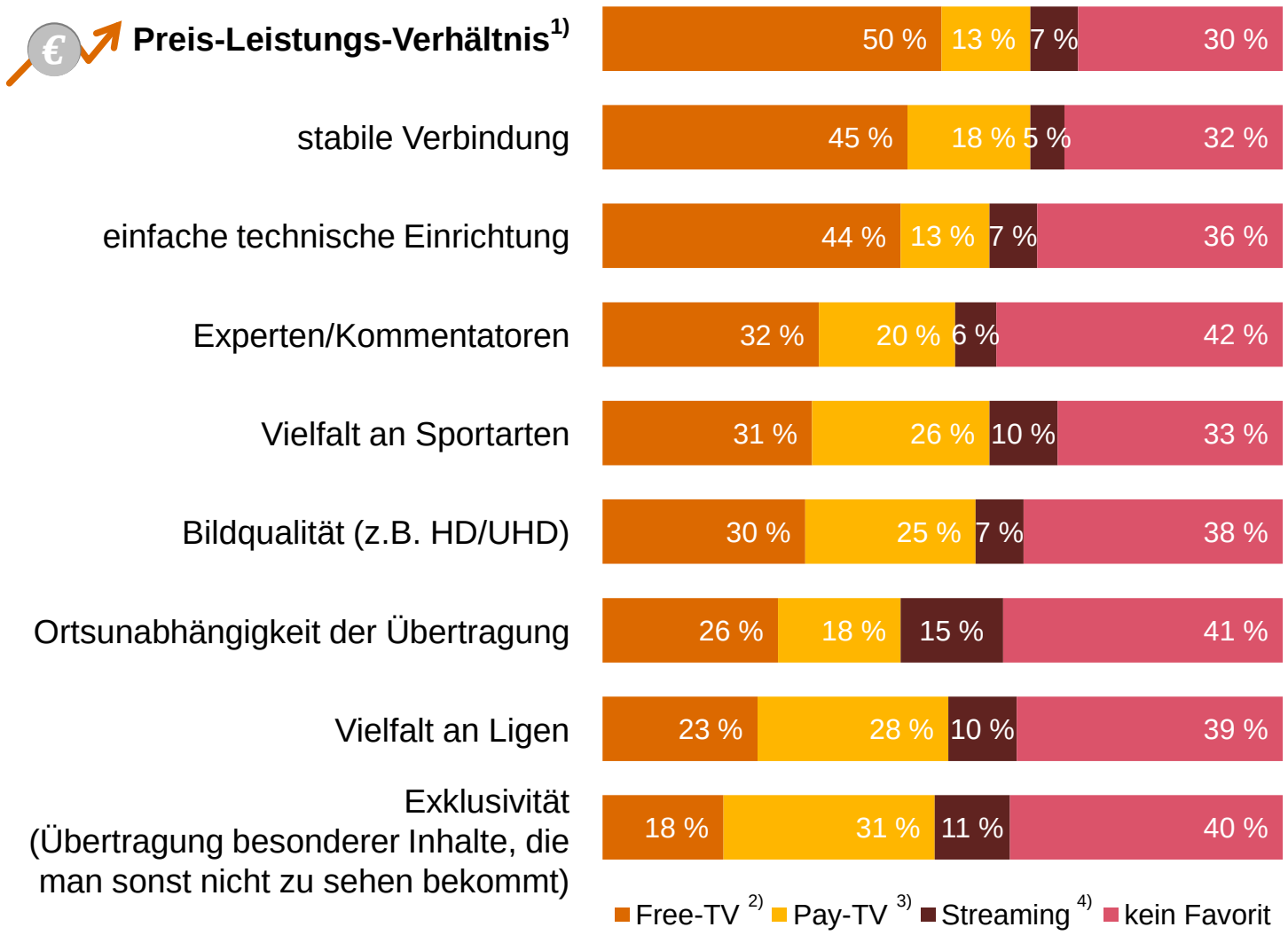
	Total	Geschlecht	
		Männer	Frauen
Basis	1.000	489	511
Ja, auch kostenpflichtige.	**18 %**	**24 %**	**13 %**
Ja, aber nur kostenfreie.	**21 %**	**24 %**	**17 %**
Nein, ich nutze Streaming nicht für Sportsendungen.	**19 %**	18 %	20 %
Nein, ich nutze allgemein kein Streaming.	**42 %**	34 %	50 %

Frage 10: Streaming ist bereits ein fester Bestandteil der Freizeitgestaltung der Deutschen. Nutzen Sie Streaming-Angebote (z.B. Sky Ticket, Eurosport 1) auch für Sportsendungen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Ergebnisse

Welcher Anbieter überzeugt Sportfans?

Free-TV schneidet insgesamt am besten ab, oft haben Sport-begeisterte aber auch keinen Favoriten.



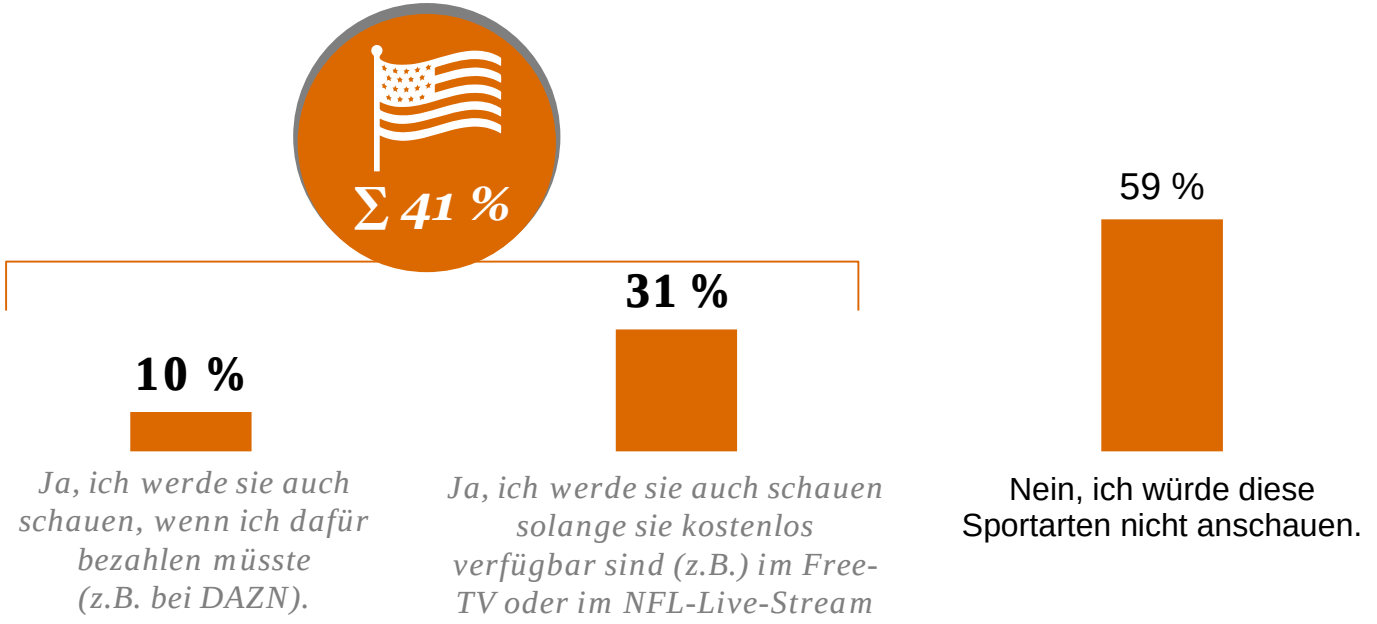
Frage 11: Welcher Anbieter von Sportübertragungen ist Ihrer Meinung nach in den folgenden Bereichen am besten?
Basis: Befragte, die Sportberichterstattung verfolgen, N = 849 (skalierte Abfrage)

1) (Sportübertragungen öffentlich-rechtlicher Sender gelten zwar als Free-TV, werden aber zum Teil durch Gebühren des ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservices (frühere GEZ) finanziert)
2) wie z. B. ARD, ZDF, RTL, SAT 1, ProSieben, etc.
3) wie z. B. Sky Sport, Sport1+, Eurosport 2, etc.
4) wie z. B. Amazon Prime (z. B. Eurosport-Channel), DAZN, etc.

Ergebnisse

Wie stehen die Deutschen zu US-Sport?

41 % der Deutschen haben Interesse an US-Sportarten. Jüngere wären vergleichsweise häufig dazu bereit, für ihre Übertragung zu bezahlen.



	Total	Alter (Jahre)				
		18–29	30–39	40–49	50–59	60 +
Basis	1.000	169	149	161	191	330
Ja, ich würde sie auch schauen, wenn ich dafür bezahlen müsste (z.B. bei DAZN).	**10 %**	**25 %**	**19 %**	**11 %**	**5 %**	**2 %**
Ja, ich würde sie schauen, solange sie kostenlos verfügbar sind (z.B. im Free-TV oder im NFL-Live-Stream).	**31 %**	36 %	39 %	26 %	34 %	25 %
Nein, ich würde diese Sportarten nicht anschauen.	**59 %**	39 %	42 %	63 %	61 %	73 %

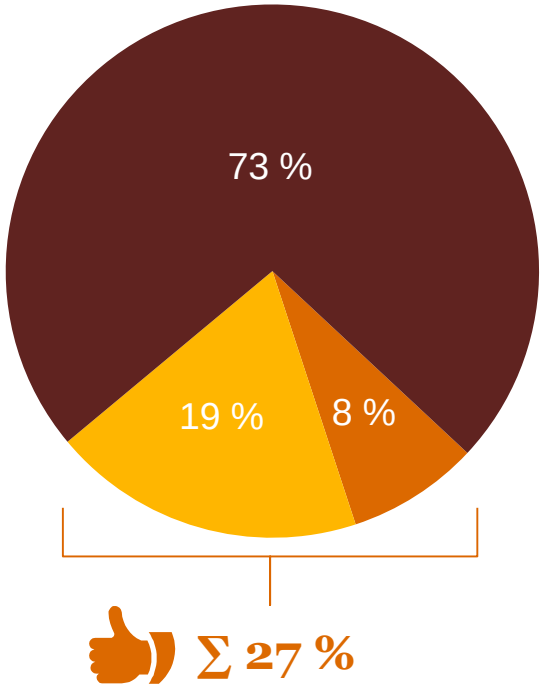
Frage 14: Die großen US-Sportarten (American Football, Basketball, Eishockey und Baseball) erfreuen sich auch in Deutschland wachsender Beliebtheit. Hätten Sie Interesse, sich diese Sportarten ebenfalls anzusehen?
Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Ergebnisse

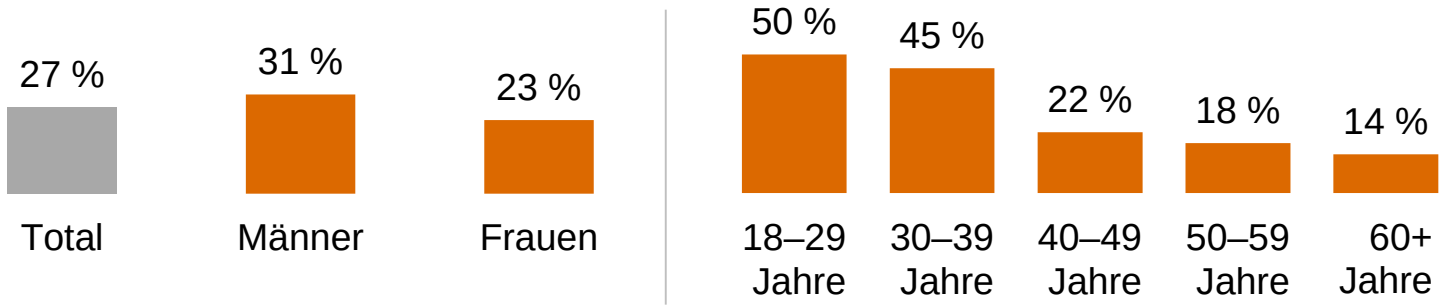
Welchen Stellenwert hat eSport?

Etwa jeder Zweite unter 40 Jahren würde sich eSport-Ereignisse ansehen.

Interesse an eSports



- Ja, ich würde sie mir ansehen, auch wenn sie kostenpflichtig wären.
- Ja, ich würde sie mir ansehen, wenn sie kostenfrei verfügbar wären.
- Nein, ich interessiere mich nicht für eSport.



Frage 15: Vor allem in Südkorea füllen eSport-Ereignisse (professionelles oder semi-professionelles Spielen von Computer- oder Videospielen) seit Jahren große Hallen mit Fans. In Deutschland bewegt sich die Fangemeinde zwar in einem kleineren Rahmen, hat aber auch zahlreiche Anhänger. Würden Sie sich eSport-Ereignisse ansehen?
Basis: alle Befragten (Einfachnennung)

Hintergrund und Untersuchungs-ansatz

Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Online-bevölkerungsbefragung zum Thema ***„Sportrechte“*** dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers GmbH durchgeführt wurde.

Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: Onlinepanelbefragung
- Zielgruppe: Deutsche ab 18 Jahren, bevölkerungsrepräsentativ.
- Stichprobengröße: N = 1.000
- Erhebungszeitraum: Juli 2018
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

Statistik

Geschlecht	Total
männlich	49 %
weiblich	51 %

Alter	Total
18-29 Jahre	17 %
30-39 Jahre	15 %
40-49 Jahre	16 %
50-59 Jahre	19 %
60 Jahre und älter	33 %

Haushaltsnettoeinkommen	Total
unter 1.000 Euro	9 %
1.000 bis unter 2.000 Euro	25 %
2.000 bis unter 3.000 Euro	27 %
3.000 bis unter 4.000 Euro	17 %
4.000 Euro und höher	13 %
keine Angabe	9 %

Bundesland	Total
Baden-Württemberg	13 %
Bayern	16 %
Berlin	4 %
Brandenburg	3 %
Bremen	1 %
Hamburg	2 %
Hessen	7 %
Mecklenburg-Vorpommern	2 %
Niedersachsen	10 %
Nordrhein-Westfalen	22 %
Rheinland-Pfalz	5 %
Saarland	1 %
Sachsen	5 %
Sachsen-Anhalt	3 %
Schleswig-Holstein	3 %
Thüringen	3 %

Basis: alle Befragten (N = 1.000), Einfachnennung

Statistik

Höchster Schulabschluss	Total
Volks- / Hauptschulabschluss	14 %
Mittlere Reife	35 %
Fachhochschulreife / Abitur	24 %
abgeschlossenes Studium	27 %
keinen allgemeinen Schulabschluss	0 %
keine Angabe	0 %

Berufssituation	Total
voll oder teilweise berufstätig	55 %
in Ausbildung (Schüler, Student, Lehrling)	5 %
in Umschulung	0 %
vorübergehend arbeitslos	4 %
Rentner / Pensionär	29 %
Hausfrau / Hausmann	7 %

Haushaltsgröße	Total
Einpersonen-Haushalt	29 %
Mehrpersonen-Haushalt ohne Kind	51 %
Mehrpersonen-Haushalt mit Kind(ern)	20 %

Familienstand	Total
ledig	26 %
verheiratet / mit Partner(in) zusammenlebend	57 %
Geschieden / verwitwet / getrennt lebend	17 %
keine Angabe	0%

Basis: alle Befragten (N = 1.000), Einfachnennung

Ihre Ansprechpartnerin

Julia Wollschläger
PwC Communications

Moskauer Straße 19
40227 Düsseldorf
Telefon: +49 211-9815095
Mobil: +49 160-96987497
E-Mail: julia.wollschlaeger@pwc.com

© August 2018 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten. „PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.