



Presse-Information

Handball wird in Deutschland einen Aufschwung erleben

Laut Ipsos-Studie wird das Zuschauerinteresse an der Sportart Handball in Zukunft deutlich zunehmen. Henning Fritz ist unangefochten der beste Akteur des deutschen Weltmeisterteams. Erima und Kempa sind die spontan bekanntesten Sponsoren der vergangenen Handball-WM.

Hamburg, Mölln, 09. Februar 2007. Das sind die Kernergebnisse einer Repräsentativbefragung des Marktforschungsinstituts Ipsos, bei der 500 Personen ab 14 Jahren direkt nach dem Finale der Handball-WM telefonisch befragt wurden.

20,61 Millionen TV-Zuschauer in der Spitze und 16,17 Millionen Zuschauer im Durchschnitt sahen am vergangenen Sonntag das Endspiel zwischen Deutschland und Polen, was einem Marktanteil von 60 Prozent entspricht. Wird diese Euphorie anhalten? 34 Prozent der Befragten geben an, sich in Zukunft mehr Handballspiele anzusehen, live in der Halle oder vor dem Fernseher. Männer und Frauen sind dabei gleich stark interessiert und überdurchschnittlich zieht es die über 55-Jährigen zum verstärkten Handballschauen. In der deutschen Handball-Hochburg der nördlichen Bundesländer liegt der künftige Handballkonsum erwartungsgemäß ebenfalls über dem Durchschnitt (38%).

Henning Fritz – der deutsche Handballheld

Nach dem besten Spieler dieser WM gefragt, setzen die Deutschen eindeutig Henning Fritz an die Spitze. Jeder dritte Befragte (33%) honoriert so die spektakuläre Torwartleistung des Welthandballers 2004. Mit großem Abstand nennen sieben Prozent Christian Schwarzer und jeweils drei Prozent votieren für Pascal Hens und Florian Kehrmann, zwei Prozent sprechen sich für Michael Kraus als bestem Spieler der WM aus.

Erima und Kempa mit der höchsten Erinnerung – spontane Erinnerung auf niedrigem Niveau

Von Bekanntheitswerten wie beim Fußball sind die Handball-Sponsoren noch weit entfernt. Vielleicht bedingt durch die mangelnden Kommunikationsaktivitäten der Sponsoren im Vorfeld der WM, können 84 Prozent der Befragten spontan überhaupt keinen Sponsor nennen. Spitzenreiter im Ranking der Handball WM-Sponsoren hinsichtlich der spontanen Sponsoringbekanntheit sind mit jeweils drei Prozent Awareness die beiden Sportartikelunternehmen Erima (Presenter) und Kempa (Ausrüster) sowie der offizielle WM-Sponsor Eurohypo. Der offizielle Hauptsponsor und Ausstatter Adidas wird von zwei Prozent der Befragten spontan erinnert. 43 Prozent und damit mit Abstand Platz 1 erreicht der allgegenwärtige Sportsponsor bei der Abfrage mit konkreten Markenvorgaben.

Es bleibt zu abzuwarten, ob der Handballsport die Steilvorlage durch den WM-Gewinn im eigenen Land nutzt und die Sportart im Sinne von Bekanntheit, Interesse und Sympathie für Zuschauer und Sponsoren weiter an Attraktivität gewinnen kann.



Presse-Information

Werden Sie in Zukunft mehr Handballspiele live in der Halle bzw. im TV verfolgen?

Potenzial für Handballsport

Gesamtbevölkerung (n=500)	Angaben in %			
	Gesamt	-34 Jahre	-35 Jahre	55+
	500	138	174	188
1. Ja	34	29	31	40
2. Nein	64	71	67	57
3. Weiß nicht	2	-	2	2

Welcher Handballspieler ist Ihrer Auffassung nach der beste deutsche Spieler dieser Handball-Weltmeisterschaft?

Bester deutscher WM-Spieler

Gesamtbevölkerung (n=500)	Prozent
1. Henning Fritz	33
2. Christian Schwarzer	7
3. Pascal Hens	3
4. Florian Kehrmann	3
5. Michael Kraus	2
Weiß nicht	39

Welche Handball-Sponsoren fallen Ihnen spontan ein, sei es als offizieller WM-Sponsor oder als Teamsponsor?

Spontane Antworten ohne Vorgabe der Sponsoren der Handball-WM

Wahrnehmung der Sponsoren der Handball-WM (spontan)?

Gesamtbevölkerung (n=500)	Prozent
1. Erima	3
2. Kempa	3
3. Eurohypo	3
4. adidas	2
5. Hamburg-Mannheimer	1
Weiß nicht	84



Presse-Information

Welche der folgenden Unternehmen sind Ihnen als Sponsoren der Handball-WM aufgefallen?

Gestützte Abfrage mit Vorgabe der WM-Sponsoren

Wahrnehmung der Sponsoren der Handball-WM (gestützt)?

Gesamtbevölkerung (n=500)

	Prozent
1. adidas	43
2. Intersport	28
3. Hamburg Mannheimer	27
4. Lufthansa	18
5. Kia Motors	17
Weiß nicht	35

Studiensteckbrief:

Feldzeit: 05 - 07.02.2007

Stichprobe: 500 Personen ab 14 Jahren

Methode: Telefonischen Repräsentativbefragung mit Ipsos Express TM

Kontakt:

Bärbel Bolten, Ipsos Observer: Tel. 04542-801-222, baerbel.bolten@ipsos.de

Gudrun Witt, Ipsos GmbH, Communications: 040-80096-179 Gudrun.Witt@ipsos.de

Über Ipsos:

Die Ipsos GmbH ist ein Tochterunternehmen der Ipsos SA, einem börsennotierten Unternehmen mit Hauptsitz in Paris. Mit über 6.000 Mitarbeitern weltweit hat die Ipsos-Gruppe Niederlassungen in fast 50 Ländern. Als umfragebasiertes Institut forscht Ipsos weltweit in fünf Spezialisierungen: Werbeforschung, Marketingforschung, Kundenzufriedenheitsforschung, Mediaforschung und Sozial- und Politikforschung. In Deutschland gehört Ipsos zu den führenden Instituten. 80 Prozent unserer Kunden sind DAX-Unternehmen. Für sie und für alle anderen liefern wir "Wissen aus Daten".

Ipsos GmbH
Heidenkampsweg 100
D-20097 Hamburg
Tel. 040-80096-0
Fax. 040-80096-100

www.ipsos.de