



Presse-Information

Großevents beflügeln Wintersport – Milka bleibt Nummer 1

Ipsos Wintersportspezial über Interesse an Wintersportarten und Bekanntheit von Sponsoren

Hamburg/Mölln, 06. Februar 2008. Das Interesse am Wintersport ist aktuell sehr groß – 37 Prozent der Deutschen zeigen starkes Interesse an mindestens einer Wintersportart. Damit generiert der Wintersport in den Winterwochen ein ähnlich großes Interesse wie Fußball und höheres Interesse als Formel 1. Grundsätzlich spricht der Wintersport aber eine leicht andere Zielgruppe an: Während der Fußball insbesondere bei jüngeren Personen bis 34 Jahre auf ein breites Interesse stößt, haben die Wintersportarten die meisten Fans unter den älteren Personen ab 55 Jahren.

Nummer 1 in punkto Interesse ist derzeit Biathlon. Jeder vierte Befragte (25%) und damit ein deutlich höherer Anteil als noch im Dezember interessiert sich für die Kombination aus Ski-Langlauf und Schießen, sicher auch ein Ergebnis der überragenden Erfolge der deutschen Biathleten um Magdalena Neuner, Kati Wilhelm, Andrea Henkel, Michael Greis & Co. Entsprechend beflügelte sicher der überraschende Bronzerang von Michael Neumayr bei der diesjährigen Vierschanzentournee das Interesse am Skispringen, das jeder fünfte Befragte (21%) bekundet. Allerdings ist das Skispringen trotz des derzeitigen Aufschwungs weit entfernt von dem Interesse zu den goldenen Zeiten von Hannawald und Schmitt. Vor exakt sechs Jahren, unmittelbar nach dem historischen Vierfach-Triumph von Sven Hannawald bei der Vierschanzentournee 2001/02 waren noch 36 Prozent der Bundesdeutschen vom Skispringen begeistert.

Der Alpine Skisport komplettiert die Top-3 der beliebtesten Wintersportarten. Auch hier ist seit Saisonbeginn ein deutlicher Aufwärtstrend in punkto Interesse zu verzeichnen. Die traditionsreiche Wintersportart hofft nach einer wenig erfolgreichen letzten Saison dabei vor allem auf einen weiteren Aufschwung durch Erfolge der deutschen Vorzeigethleten Maria Riesch und Felix Neureuther.

Gesteigertes Interesse weckt Begehrlichkeiten: Zunehmend nutzen Sponsoring treibende Unternehmen die wachsende Wintersportplattform für unterschiedliche Maßnahmen und leisten sich dabei einen derart harten Wettkampf um die Gunst der Verbraucher, wie es in keiner zweiten Sportart der Fall ist.

Zur Normalität geworden sind dabei Namingrights: Besonders in der ersten Januar-Woche bekam der Verbraucher s komprimiert mit der Jack Wolfskin 4-Schanzen-Tournee, der Viessmann Tour de Ski, dem AUDI FIS Alpin Ski Weltcup, dem Warsteiner Grand Prix und dem E.ON Ruhrgas IBU Biathlon Weltcup zu tun. Der Ipsos SPONSOR CHECK hat direkt im Anschluss an diese Großevents die Sieger ermittelt. Wer setzt sich beim Verbraucher am stärksten durch?

Die Nummer 1 des Wintersports ist keiner der genannten Namensgeber der Wintersport Großevents. Dank des jahrelangen Sponsorships im Alpinen Skisport und Skispringen ist Milka nach wie vor der bekannteste Wintersportsponsor. Fast die Hälfte der bundesdeutschen Bevölkerung nennt die Schokoladenmarke und Kopfsponsor von Martin Schmitt und Maria Riesch in mindestens einer der fünf abgefragten Wintersportdisziplinen.

Langjährige Partnerschaft, konsequentes Personensponsoring in Kombination mit sportlichem Erfolg zahlt sich auch für die Nummer 2 im Wintersport aus: Viessmann belegt aktuell knapp vor Audi den zweiten Platz im Ranking der spontan bekanntesten Wintersportsponsoren.

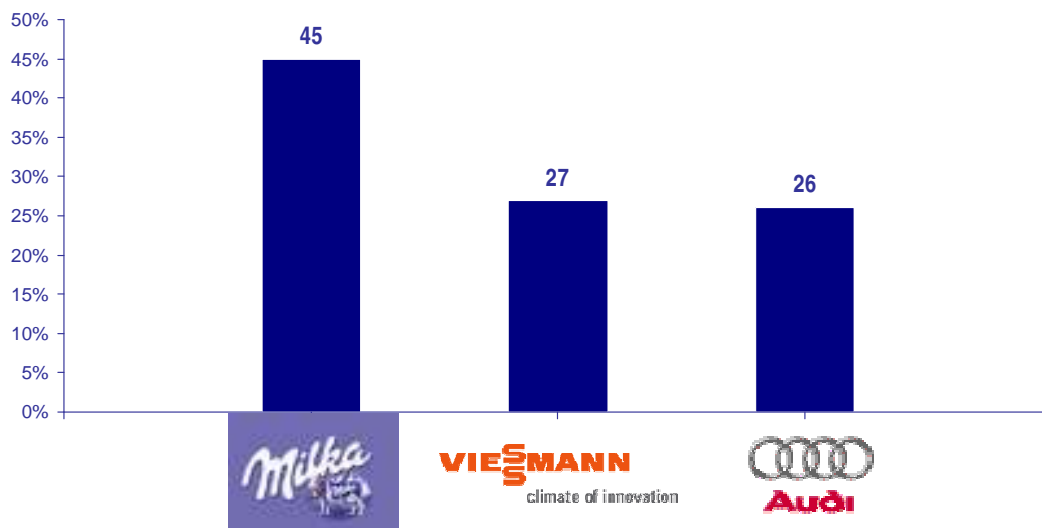


Presse-Information

Während sich Milka den Disziplinweltcup im Skispringen und Alpinen Skisport sichert, liegt Viessmann im Biathlon, Ski Langlauf und in der Nordischen Kombination ganz vorne. Mit einer Ausnahme – E.ON erreicht im Biathlon Platz 3 – belegen diese drei Marken in allen fünf untersuchten Wintersportarten die Podiumsplätze. Diese Werte zeigen einmal mehr, dass sich kontinuierliches Sponsoring auszahlt. Auf einem guten Weg dahin sind auch E.ON Ruhrgas und die DKB, die insbesondere in der Zielgruppe der Biathlon-Interessierten sehr gute Werte erreichen.



SPONSOR CHECK: Wintersport-Special Top 3 der Wintersport-Sponsoren



Quelle: Ipsos SPONSOR CHECK Januar 2008
Basis: 1.000 Personen ab 14 Jahren
Werte: in %; Nettozählung Wintersportsponsor (über 5 Wintersportarten; spontan ohne Antwortvorgaben)

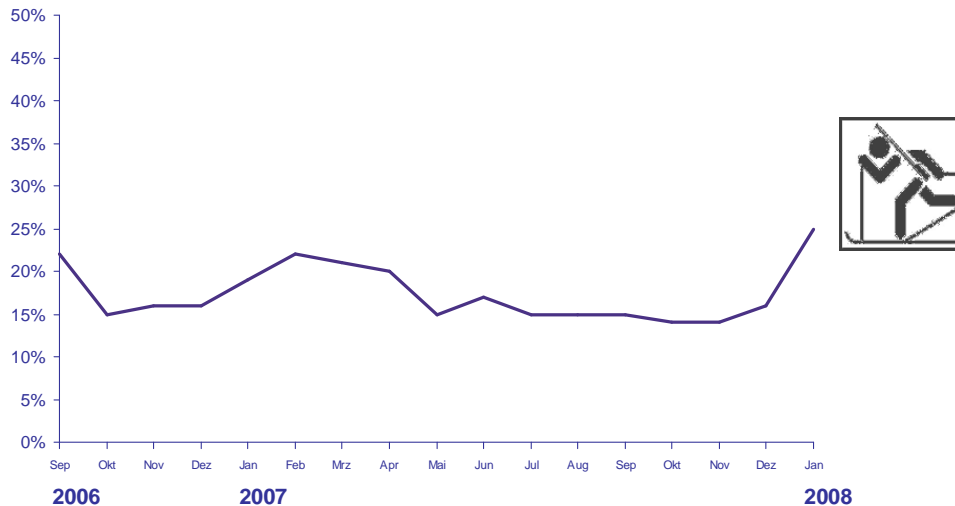
SPONSOR CHECK: Wintersport-Special



Presse-Information



SPONSOR CHECK: Wintersport-Special Interesse am Biathlon (Trend)



Quelle: Ipsos SPONSOR CHECK 2006-2008
Basis: monatlich 1.000 Personen ab 14 Jahren
Werte: in %; Interesse am Biathlon (Top 3 einer 7er Skala)

SPONSOR CHECK: Wintersport-Special

Ipsos SPONSOR CHECK:

Der Ipsos SPONSOR CHECK misst monatlich die Bekanntheit von Sponsoren in 15 Sportarten sowie die Bekanntheit von Trikot- und Bandenwerbern und Programmsponsoren von Sport- / Non-Sportsendungen unter 1.000 Personen ab 14 Jahren repräsentativ für die bundesdeutsche Bevölkerung. Im Fokus des Wintersport-Specials stehen das Interesse und die spontane Sponsorenbekanntheit in den 5 beliebtesten Wintersportarten der bundesdeutschen Bevölkerung (Alpiner Skisport, Biathlon, Skispringen, Nordische Kombination und Ski-Langlauf) sowie disziplinübergreifend die gestützte Awareness der Sponsoren der großen Wintersportevents. Aufgrund der großen Fallzahl sind hierbei auch Analysen in der Zielgruppe der Wintersportinteressierten möglich.

Untersuchungssteckbrief:

Titel: SPONSOR CHECK Januar 2008
Studiendesign: Repräsentative face-to-face Befragung von 1.000 Bundesbürgern ab 14 Jahren, Feldzeit 07.-11.01.2008

Ansprechpartner Sponsoring Research:

Bärbel Bolten	Ulrich Sauer
Department Manager	Junior Research Executive
Telefon: 04542 / 801-222	-213
Email: baerbel.bolten@ipsos.de	ulrich.sauer@ipsos.de



Presse-Information

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 über 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. Über 60 Prozent der DAX-Unternehmen sind unsere Kunden. Für sie und für alle anderen liefern wir "Wissen aus Daten".

Kontakt Pressestelle:

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

www.ipsos.de