

größten weltweiten Kampagnen unseres Hauses in diesem Jahr. Das gilt auch für das Investmentlevel in Österreich.“

### Eigenartiges

Mit den Sponsoren aus dem asiatischen Raum muss der Fußballfan leben. Immerhin erachtet man Asien als fußballerischen Wachstumsmarkt. Dort leben mehr Menschen als in den großen Fußballzentren in Südamerika und Europa zusammen. Und der kritischen Öffentlichkeit fallen dort auch einige eigenartige Dinge während der WM wohl nicht so auf. Nach dem emotionsgeladenen Duell zwischen Serbien und der Schweiz, die mit vielen albanisch-stämmigen Spielern angetreten war, sagte der serbische Coach Mladen Krstajic Richtung Schiedsrichter: „Ich würde ihn nach Den Haag schicken.“ Also dorthin, wo die Kriegsverbrecher aus dem Jugoslawien-Krieg verurteilt wurden. Der Trainer musste 4.340 € zahlen. Der mexikanische Verband musste 8.630 € an Strafen zahlen, da die Fans homophobe Fangesänge angestimmt hatten. Ein Nazi-Banner bedeutet 8.640 € Strafe für den russischen Verband. Aber: Weil die Schweden und Kroaten nicht-autorisierte Logos auf der Aus-

rüstung trugen, mussten über 60.000 € gezahlt werden. Beim Schweden waren Socken eines falschen Herstellers sichtbar: ebenfalls rund 60.000 € Strafe. Das illustriert wohl ganz gut, welche Themen der FIFA *wirklich* wichtig sind.

Dem Zuschauerzuspruch tut das keinen Abbruch. In Österreich freuen sich die Zuwanderer-Communities über Erfolge, wie etwa den kroatischen Finaleinzug, der die Ottakringer Straße zur Partyzone werden ließ. Und es gibt auch viel Völkerverbindendes. Der schwedische Teamspieler Jimmy Durmaz wurde aufgrund seiner türkischen Herkunft rassistisch angefeindet. Das Nationalteam

antwortete mit einem Video und dem Spruch: „Fuck Racism.“ Oder Superstar Cristiano Ronaldo, der den Achtelfinal-Doppelschützen Edinson Cavani aus Uruguay nach dessen Verletzung vom Spielfeld humpelnd stützte – obwohl die Südamerikaner da mit 2:1 gegen Portugal in Front waren. Diese Bilder machen den Fußball aus. Das gemeinsame Schauen der Spiele an öffentlichen Orten ist ebenfalls mehr als in, wie beispielsweise eine riesige Leinwand vor der SCS beweist. Es zeigt sich: Es scheint egal, ob Österreich dabei ist oder nicht. Vor allem die heimischen Broadcaster jubeln.

### Millionenpublikum

„Wir sind sehr zufrieden. Bis zum Viertelfinale wurde 18 Mal die Millionenmarke übertroffen. Bei der Vielzahl von Quoten jenseits der Million ist es die Breite, die beeindruckt, aber auch die Tatsache, dass etwa ein Spiel wie Iran gegen Portugal bis zu 1,2 Millionen Zuschauer erreicht hat“, erklärt ORF-Sportchef Hans-Peter Trost gegenüber medianet. Doch nicht nur im linearen TV gibt es Jubelmeldungen. So erzählt ORF-Online-Chef Thomas Prantner: „Die Live-Streams und on demand-Angebote auf der ORF-TVthek, sport.

”

*Beeindruckend: Ein Spiel wie Iran gegen Portugal hat bis zu 1,2 Millionen Zuschauer erreicht.*

**Hans-Peter Trost**  
ORF-Sportchef

“

”

*Es ist unser Anspruch, diesen Content zu bieten. Wir haben 35 Prozent mehr User als in einem Nicht-WM-Zeitraum*

**Dominik Beier**  
Laola1.at

“

ORF.at und dem ORF-Fußball-Special brachten im Web und via App bis inklusive Viertelfinale großartige zehn Mio. Nettoviews (zusammenhängende Nutzungsvorgänge) und 23,3 Mio. Bruttoviews (registrierte Videostarts). Insgesamt haben die Fans bis dahin 291 Mio. Minuten Fußball via Online-Bewegt看 geschaut. Das sind fünf Prozent des gesamten TV- und Online-Nutzungsvolumens zusammen – ein hoher Wert!“

### oe24.tv zeigt Spiele

Zeigte bei der WM 2014 der Privatsender ATV neben dem ORF noch WM-Spiele, so war es diesmal oe24.tv. Dort ist man nicht nur zufrieden, sondern quasi begeistert von den Zahlen: „Die WM-Rechte, die uns von FIFA und ORF weitergegeben wurden, konnten wir durch Werbeeinnahmen vollständig refinanzieren – das ganze WM-Abenteuer hat sich für uns also wirtschaftlich mehr als gelohnt“, gibt Nikolaus Fellner, Geschäftsführer von oe24.at, an. Der Sender der Österreich-Gruppe holte sich die Lizenzen für acht Livespiele des dritten Gruppenspieltags. Diese laufen parallel ab. Dazu war noch Re-Live im Angebot. „In der kumulierten Reichweite hatten wir bei den acht Livespielen an vier Tagen 264.000 Seher. Bis zum Viertelfinale hatten wir bei den zeitversetzten Wiederholungen über alle WM-Tage hinweg im linearen TV eine kumulierte Reichweite von 637.000 Zuschauern.“ Das entspreche genau den Erwartungen. Während der ORF

## WM-Money-Facts

### 12 Sponsoren

Visa, Adidas, Coca-Cola, Gazprom, Hyundai/Kia, Qatar Airways und Wanda zahlen 32 Mio. € jährlich für die FIFA-Partnerschaft; McDonald's, Budweiser, Hisense, Mengniu und Vivo zwischen 8 und 12 Mio. €.

### Milliarden

Das Handelsblatt geht von Gewinnen in der Höhe von 6,5 Mrd. € für die FIFA aus. Drei Mrd. kommen aus den Fernsehrechten. Gegenüber der WM 2006 soll sich der Umsatz um 150% steigern.



© ORF/Roman Zach-Kiesling