

Frauen prägen nun das Schweizer Tennis

Diese Premiere hat für die Schweiz ein unschönes Ende genommen. An der erstmaligen Austragung des Billie-Jean-King-Cups, des ehemaligen Fed-Cups, unterlagen die Schweizerinnen im Final gegen Russland. Und dies mit fadem Beigeschmack: Kurz vor dem Einzel mit Belinda Bencic ersetzten die Russinnen ihre angestammte Nummer 1 – wegen einer angeblichen Verletzung – durch die im Ranking schwächer platzierte Ludmilla Samsonova. Der Clou dabei: Samsonova hatte Bencic bisher stets besiegt. So kam es erneut: Die Schweizerin verlor und Russland sicherte sich den Billie-Jean-King-Cup. Gross war der Ärger im Schweizer Lager nach der Niederlage über den wohl taktischen Kniff der Russinnen. Es wäre der erste Schweizer Triumph in diesem Teamwettbewerb der Frauen gewesen.

Hohe Sponsorenpräsenz

Die Experten für Media Monitoring und -Analyse von Pressrelations Schweiz haben untersucht, wie die grössten Schweizer Printmedien vom Finalturnier des Billie-Jean-King-Cups berichtet haben. Die Analyse zeigt, dass das Turnier auf grosses Medienecho stiess. Bereits vier Tage bevor die Schweiz ins Geschehen eingriff, erschienen die ersten Artikel. Das höchste Artikelaufkommen wurde am Montag nach dem Final registriert (31 Artikel), gefolgt vom Tag nach dem Finaleinzug (24). In den Vorberichten am Starttag und zum Turnierende hin lag der Bildanteil zudem bei 50 Prozent und mehr, ein hoher Wert (Grafik 1).



von
Melk von Flüe
Product Manager
Analyse,
Pressrelations
Schweiz AG

melk.vonfluee@pressrelations.ch



Das Interesse der Medien zeigt sich ausserdem an der Artikelgrösse: In den Sonntagszeitungen erschienen grosse Berichte zum Billie-Jean-King-Cup. Die Artikelgrösse in den Tageszeitungen nahm mit Turnierverlauf tendenziell auch immer weiter zu. Am Montag nach dem Final erhielten die Berichte im Durchschnitt rund ein Drittel einer Seite Platz. Der Hauptsponsor des Schweizer Teams profitierte ebenfalls vom Medieninteresse. Fast auf der Hälfte aller Bilder war er sichtbar und insgesamt in 29 Prozent aller Artikel.

Neue Generation rückt nach

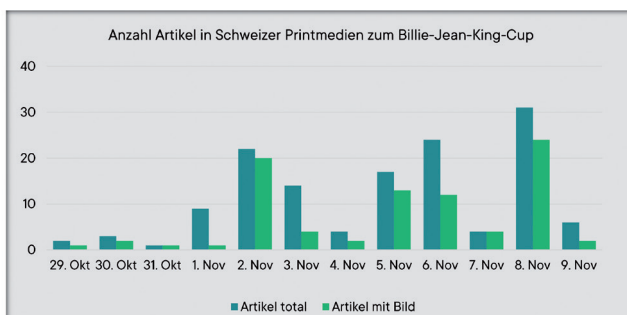
Der perfekte Jahresabschluss blieb dem Schweizer Frauenteam zwar verwehrt. Trotzdem sind es Olympiasiegerin Belinda Bencic und Co., die momentan das Schweizer Tennis prägen. Bei den Männern sieht es nach den grandiosen vergangenen zwei Jahrzehnten weniger rosig aus. Sowohl Roger Federer wie

auch Stan Wawrinka sind verletzt und es ist fraglich, ob sie an die Weltspitze zurückkehren. Ein Generationenwechsel im Schweizer Männertennis steht bevor: Anlass zur Hoffnung gibt die junge Garde um Dominic Stricker, der bereits auf ATP-Stufe auf sich aufmerksam gemacht hat. Bei den ATP-Finals im November war aber zum zweiten Mal in Serie kein Schweizer dabei. Immerhin durfte Jérôme Kym in Turin als Sparringspartner mit den Weltbesten trainieren.

ATP-Finals im Quotientief

Pressrelations Schweiz hat untersucht, ob sich die Absenz von Schweizer Spielern an den ATP-Finals auf das Zuschauerinteresse ausgewirkt hat. Der Vergleich der TV-Quoten der Jahre 2018 bis 2021 zeigt, dass sich immer weniger Leute die Liveübertragungen auf SRF angeschaut haben. In den Jahren mit Beteiligung von Roger Federer (2018 und 2019) lag der Quoten-Durchschnitt bei über 100'000. Und selbst wenn man die Spiele Federers nicht miteinbezieht, lag der Schnitt höher als in den Jahren 2020 und 2021. Vor allem in diesem Jahr wurde ein Quotientief verzeichnet. Durchschnittlich schauten sich nur 34'000 Personen Live-Tennis aus Turin an (Grafik 2). Tendenziell hat das Interesse am Männertennis also abgenommen. Anders bei den Frauen: Das entscheidende Spiel des Billie-Jean-King-Cups liessen sich auf SRF 117'000 Personen nicht entgehen. Auch wenn es nicht zum Titel gereicht hat: Vom Schweizer Frauentennis darf in den kommenden Jahren viel erwartet werden.

Schweizer Team erhält verdient hohe Medienresonanz

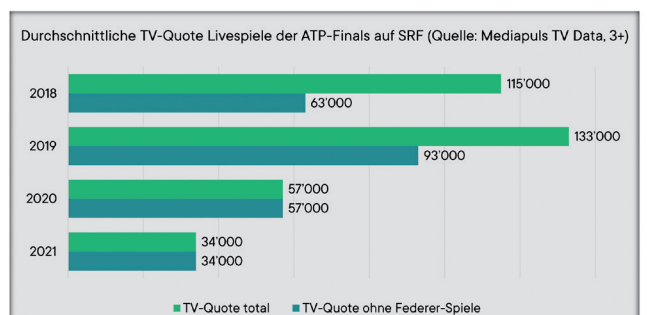


Nach dem Ruhetag (4. Nov.) und sonntags (31. Okt. & 7. Nov.) sackt die Artikelzahl ab.

Grafik 1



Männertennis verliert ohne Schweizer an TV-Publikum



Die Livespiele ohne Schweizer Beteiligung büsstes vor allem 2021 an TV-Zuschauer ein.

Grafik 2

