

# Erliegt die Schweiz dem American-Football-Hype?

Alle Jahre wieder zieht der Superbowl die Sportwelt in ihren Bann. Das finale Spiel um den Titel in der National Football League (NFL) ist ein Spektakel, bei dem die traditionell originellen Werbespots und die pompöse Halbzeitshow schon fast wichtiger sind als das Geschehen auf dem Spielfeld. Das Duell zwischen den Kansas City Chiefs und den Philadelphia Eagles, das die Chiefs mit 38:35 gewannen, schauten in den USA durchschnittlich 113 Millionen Menschen am TV oder via Stream. Während der Halbzeitshow von Rihanna waren es sogar fast 119 Millionen.



von  
**Melk von Flüe**  
Product Manager  
Analyse,  
Pressrelations  
Schweiz AG

melk.vonfluee@pressrelations.ch



## Millionen wollten ins Stadion

Im deutschsprachigen Raum erfreut sich American Football steigender Beliebtheit. Rund 1,8 Millionen TV-Zuschauer verfolgten den Superbowl mitten in der Nacht auf Pro7. Das hohe Interesse hat auch die NFL bemerkt und im vergangenen Jahr zum ersten Mal eine Partie in Deutschland ausgetragen. Das Spiel in München war so erfolgreich – bis zu drei Millionen Ticketanfragen gab es –, dass es 2023 bereits zwei NFL-Begegnungen in Deutschland geben wird.

In den Schweizer Onlinemedien ist das NFL-Spielgeschehen mittlerweile regelmässig ein Thema. Die Experten für Media Monitoring und -Analyse von Pressrelations Schweiz haben die Anzahl der Onlineartikel zur NFL über drei Monate erfasst und mit den Zahlen aus der Saison 2018/19 verglichen. Das Artikelvolumen ist 2022/23 höher als in der Vergleichsperiode. Vor allem im Vorfeld des Superbowls wurde

heuer deutlich mehr berichtet als noch vor vier Jahren (Grafik 1), was auch mit dem Rücktritt von Superstar Tom Brady zusammenhängt. Ein Ausreisser nach oben ist zum Beginn des Jahres 2023 auszumachen. Der Herzstillstand eines NFL-Profis während eines Spiels warf damals hohe mediale Wellen.

## Ein Team aus dem Nichts

In Europa möchte man vom NFL-Boom profitieren. Die European League of Football (ELF) wird auf die Saison 2023 hin erweitert. Ab Juni nehmen 17 Teams aus neun Ländern am Meisterschaftsbetrieb teil. Neu mit dabei ist auch ein Team aus der Schweiz: die Helvetic Guards. Das ist nicht etwa eine bestehende Mannschaft. Das Team wird komplett

neu zusammengestellt. Die Medienresonanz im Vorfeld ist schon mal gut, wie Pressrelations Schweiz herausgefunden hat. Die «NZZ», «Le Matin Dimanche», «20 Minuten» oder die diversen TA-Media-Titel berichteten bereits ausführlich in ihren Printausgaben über die Helvetic Guards. Der Vergleich mit den American-Football-Clubs der NLA der Männer zeigt: In den vergangenen zwölf Monaten waren die Helvetic Guards in den untersuchten Schweizer Printmedien die am zweitmeisten genannte Mannschaft (Grafik 2). Einzig die Calanda Broncos wurden in mehr Artikeln genannt – dank guter Abdeckung in der lokalen Presse.

## Attraktiv für Sponsoren?

Wie hoch das mediale Interesse an den Helvetic Guards sein wird, wenn der Spielbetrieb angelaufen ist, steht in den Sternen. Das Team trägt seine Heimspiele nicht in einer der grössten Schweizer Städte aus, sondern in Wil. Das könnte sich auf die Zuschauerzahlen auswirken. Doch schwappt der NFL-Boom auf die ELF über, könnten die Guards durchaus für Schlagzeilen sorgen und so für potenzielle Sponsoren attraktiv werden. Die Schweizer American-Football-Fans werden die Entwicklung bestimmt mit Interesse verfolgen. Die ELF-Saison (Juni bis September) konkurriert zeitlich nämlich nur kurz mit der NFL-Saison (September bis Februar). Und Pro7 Maxx überträgt 30 Spiele der ELF live im Free-TV. Die Voraussetzungen für einen guten Start der Helvetic Guards sind sicherlich gegeben.

### Onlinemedien berichten häufiger über American Football

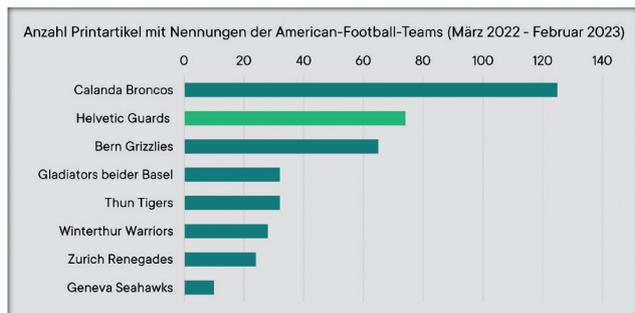


In der Superbowl-Woche ist das Interesse riesig, danach erscheinen fast keine Artikel mehr.

Grafik 1



### Meiste Schweizer NLA-Teams mit geringer Medienpräsenz



Nur der NLA-Vizemeister aus Chur übertrumpft die neugegründeten Helvetic Guards.

Grafik 2

