

Tour de Suisse bietet der Euro 2020 die Stirn

Die Tour de Suisse 2021 hat den Schweizer Radsportfans viel Freude bereitet. Von Anfang an spielten die einheimischen Profis eine wichtige Rolle in der grössten Rundfahrt der Schweiz. Das Duell Stefan Küng gegen Stefan Bissegger um den Sieg in der 1. Etappe, Küng zwei Tage im Leadertrikot, Bisseggers Jubel nach dem Etappensieg an Tag 4 und Gino Mäder's Triumph in der Schlussetappe – sportlich sorgten die Schweizer für viele Höhepunkte. Und auch emotional: Mathias Frank bestritt seine letzte Tour de Suisse und liess seine Karriere mit allen Hochs und Tiefs Revue passieren.



von
Melk von Flüe
Product Manager
Analyse,
Pressrelations
Schweiz AG

melk.vonfluee@pressrelations.ch



Kleines Tief wegen der Nati?

Aus Schweizer Sicht war die 84. Tour de Suisse also ein Anlass, der für viele aufregende Geschichten sorgte. Entsprechend gross fiel die Resonanz in den einheimischen Medien aus. Die Experten für Media Monitoring und -Analyse von Pressrelations Schweiz haben die Berichterstattung zur Schweizer Landesrundfahrt untersucht. Im Vergleich der Anzahl Artikel in den Print- und Onlinemedien zeigt sich der übliche Verlauf: In den gedruckten Medien geht die Anzahl der publizierten Artikel am Wochenende zurück, da weniger Zeitungen erscheinen – vor allem Sonntags (6. und 13. Juni). In den Onlinemedien hingegen ist die Artikelanzahl praktisch jeden Tag konstant hoch (Grafik 1).

Die grosse Ausnahme zeigt sich am 12. Juni. An diesem Tag knickt die Anzahl der Artikel zur Tour de Suisse ein.

An allen anderen Etappen-Tagen (6. bis 13. Juni) erschienen 120 oder mehr Artikel, am besagten Samstag allerdings nur deren 67. Der Grund ist wahrscheinlich König Fussball: Am 12. Juni startete die Schweizer Fussball-Nati gegen Wales in die Europameisterschaft und drängte alle anderen Sportarten in den Hintergrund. Und dies nicht nur online: Die Tour de Suisse musste auch am TV weichen. Die Euro 2020 vertrieb sie vom angestammten Platz auf «SRF zwei», die Liveübertragung des Zeitfahrens über den Oberalp-Pass wurde auf «SRF Info» ausgestrahlt – und dies erst noch zeitgleich wie der Match zwischen der Schweiz und Wales.

Grössere Artikel trotz EM

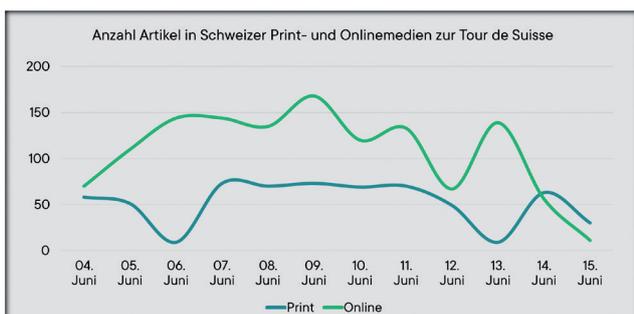
In den untersuchten Printmedien hatte der Beginn der Fussball-EM nur wenig Einfluss auf die Berichterstattung zur Tour de Suisse. Dies zeigt der Vergleich der Medienresonanz in den Montagsausgaben vom 7. Juni (vor der EM) und 14. Juni (während der EM). An beiden Tagen konnten die Printmedien über einen Schweizer Etappensieg berichten. Am 7. Juni erschienen zwar zehn Artikel mehr als am Vergleichstag, bei der durchschnittlichen Artikelgrösse (Zeitungsfäche) wies die Berichterstattung vom 14. Juni aber einen höheren Wert auf. Der Tour de Suisse wurde somit trotz gleichzeitig stattfindender Europameisterschaft mehr Platz eingeräumt als eine Woche zuvor.

Hohe Bild- und Sponsorenpräsenz

Bei der Bild- und Sponsorenpräsenz schnitt der 7. Juni ein wenig besser ab. Drei Viertel aller Printartikel wiesen ein Bild auf. Dieser hohe Wert kam dem Hauptsponsor der Landesrundfahrt entgegen: In jedem dritten Artikel war der Sponsor auf dem Bild erkennbar (Grafik 2). Eine Woche später fielen diese Werte tiefer aus, aber immer noch auf einem guten Niveau.

Die Tour de Suisse ging im Rummel rund um die Fussball-EM also nicht unter. Verantwortlich dafür sind zu einem grossen Teil die Schweizer Radprofis, die mit ihren Spitzenresultaten beste Werbung für den Radsport gemacht haben.

Schweizer Medien berichten auf konstant hohem Niveau

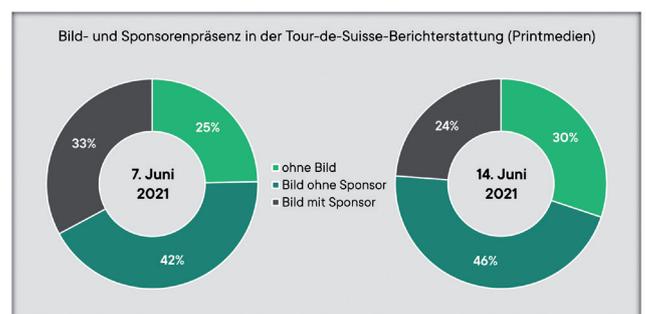


Während der Tour fällt die Onlinekurve nur am Tag der EM-Partie Schweiz gegen Wales ab.

Grafik 1



Etappensiege der Schweizer sorgen für viel Bildpräsenz



Der Hauptsponsor der Tour ist am 7. Juni in jedem dritten Printartikel im Bild erkennbar.

Grafik 2

