

# MARKETAGENT.COM

## PRESSEINFORMATION

### „Let the games begin“

*Gedämpfte Vorfreude auf die Olympischen Winterspiele unter den Österreichern*

**Die Olympischen Winterspiele in Pyeongchang stehen kurz bevor. Das hat das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com zum Anlass genommen das Stimmungsbild in Österreich zu erfassen und stellt fest: Die Euphorie ist etwas gebremst. Dass die Winterspiele in Südkorea ausgetragen werden, stößt hierzulande nicht bei allen auf Begeisterung. Viel lieber würde man diese wieder nach Österreich holen. Wenn es um Österreichs Medaillenchancen geht, blitzt aber doch wieder der Optimismus durch und so werden unsere Athleten nach Einschätzung der Österreicher in Summe 13 Mal Edelmetall für unser Land gewinnen.**

Lediglich rund ein Drittel sieht den Winterspielen in Pyeongchang mit großer Freude entgegen (34,0%), knapp die Hälfte signalisiert neutrales Interesse (44,6%) und 21,4% outen sich als Olympia-Muffel. Wenig überraschend zeigt der Blick auf die Geschlechter eine typische Verteilung für Sportevents. Während 40,6% der Männer bereits Vorfreude auf die Spiele verspüren, sind es bei den Frauen lediglich 27,5%.

Die Olympischen Spiele werden allen voran als wichtiger Wirtschaftsfaktor gesehen (67,0%), eine Entspannung der weltpolitischen Situation wird hingegen kaum erwartet (28,6%). Für rund 6 von 10 der Befragten werden durch Olympia die Sportler in den Mittelpunkt gerückt (59,0%).

In der Gegenüberstellung Sommer- vs. Winterspiele hat der Kampf um Edelmetall in der kalten Jahreszeit klar die Nase vorne. Im Direktvergleich präferieren lediglich 11,1% die Olympischen Sommerspiele, 4 von 10 bringen mehr Interesse für die Winterspiele auf (39,7%). „Hier sieht man einen schönen Zusammenhang mit den Edelmetall-Chancen bzw. eine Korrelation zwischen Medaillenpotenzial und Interesse. Wir Österreicher wollen unser Team am Stockerl sehen und daher die klare Präferenz für die Winterspiele“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com.

### **Die Österreicher würden die Winterspiele gerne wieder ins eigene Land holen**

8,4% bewerten den Austragungsort Pyeongchang mit dem obersten Podestplatz, nämlich sehr gut. Das Einlaufen von Nord- und Südkorea unter Gesamt-koreanischer Flagge und das gemeinsame Damen-Eishockey-Team wird nach Ansicht der Österreicher nicht zu einer nachhaltigen Entspannung zwischen den beiden Nationen beitragen. So sind rund 4 von 10 der Meinung, dass dies zu keiner nachhaltigen Annäherung führen wird (42,0%). Nichtsdestotrotz liegt Pyeongchang noch vor Peking, wo die Spiele im Jahr 2022 stattfinden werden. China als Austragungsort finden nur 6,5% sehr gut.

Viel lieber hätte man die Spiele wieder im eigenen Land. Die Bewerbung von Graz/Schladming für 2026 stößt auf breite Rückendeckung durch die Bevölkerung. 40,6% goutieren diese Initiative und fänden eine Austragung in Graz/Schladming sehr gut. Nur 15% können der Idee von Olympia in Österreich nichts abgewinnen.

## **Ski Alpin bleibt die klare Nummer 1**

Hinsichtlich des Interesses an den einzelnen Disziplinen liegt unumstritten Ski Alpin mit 57,4% auf Platz 1. Auf den weiteren Rängen folgen Skispringen (43,5%), Biathlon (21,0%), die Nordische Kombination (19,1%) und Snowboard (19,0%). Short Track (2,7%), Skeleton (3,4%) und Curling (4,9%) stoßen beim heimischen Publikum nur auf zurückhaltende Begeisterung.

Mehr als 4 von 10 planen bewusst zumindest einige Bewerbe mitzuverfolgen (42,0%), 34,7% überlassen es dem Zufall und rund 23% verweigern den Passivsport vor dem Fernseher. 35,7% lassen sich auch von der Zeitverschiebung zwischen Österreich und Südkorea nicht davon abhalten, die Bewerbe live mitzuverfolgen, wenn diese nachts stattfinden.

In Summe blicken die Österreicher optimistisch auf die Olympia-Bilanz und legen die Latte für Marcel Hirscher & Co mit 13 erwarteten Medaillen wieder hoch (4x Gold, 4x Silber, 5x Bronze). Damit prognostizieren die Umfrage-Teilnehmer ein ähnlich hohes Ergebnis wie 2014 in Sotschi, wo es 17 Mal Edelmetall für Österreich gab.

## **Die Schattenseiten der Winterspiele**

Das Internationale Olympische Komitee (IOC) kämpft schon seit Längerem mit massiven Imageproblemen. Auch unsere aktuelle Untersuchung gibt hier unmittelbar vor den Spielen keine Entwarnung. Nur 6,5% attestieren dem IOC sehr gute Imagewerte, weitere 27% haben zumindest ein eher gutes Bild von der Veranstalterorganisation. Assoziationen, die im Zusammenhang mit dem IOC genannt werden sind vor allem mächtig (83,9%), profitorientiert (76,6%) oder finanzstark (75,4%). Das Schlusslicht bilden Glaubwürdigkeit, Kompromissbereitschaft (jeweils 22,9%) und Sympathie (21,7%).

Im Umgang mit dem russischen Dopingskandal aus dem Jahr 2014 plädieren rund 3 von 10 dafür, dass Russland wie jedes andere Land bei den heurigen Olympischen Spielen vertreten sein sollte. Knapp die Hälfte befindet die derzeitige Lösung des IOC für gut, dass russische Sportler als neutrale Athleten starten dürfen (48,6%), sofern sie nachweisen können, nicht Teil des Dopingsystems gewesen zu sein. Rund jeder Fünfte wäre für einen Komplett-Ausschluss der russischen Mannschaft.

Apropos Doping: Dopingfreie Spiele erwartet nur die Minderheit. Mehr als zwei Drittel befürchten, dass auch 2018 in Pyeongchang leistungssteigernde Medikamente zum Einsatz kommen. Insbesondere Männer sind desillusioniert, was Fairplay und saubere Spiele betrifft und so rechnen 73,4% der männlichen Befragten mit einem Dopingskandal und teilen sich ihre Ansicht mit 62,4% der Frauen.

Baden, 5. Februar 2018

Rückfragehinweis:

**Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

[l.eberhardsteiner@marketagent.com](mailto:l.eberhardsteiner@marketagent.com)

tel.: +43 (0) 2252 - 909 009

### **Studiensteckbrief:**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 25.01.2018 – 31.01.2018
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 1.008 Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 18 offene/geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Silke Hirschberger

### **Über Marketagent.com**

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor, München und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 950.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.