

Datum: 29.07.2008

Medienmitteilung – 76

## Die Euro 2008 SA zieht Bilanz

Zürich/Wien – Auf den Tag genau einen Monat nach dem Endspiel der UEFA EURO 2008™ wurde in Zürich und Wien Bilanz gezogen. „Wir hatten den Anspruch, die beste Europameisterschafts-Endrunde zu organisieren. Die Resultate von Studien und Umfragen zeigen, dass dies gelungen ist“, meinten ÖFB-Präsident Friedrich Stickler, SFV-Präsident Ralph M. Zloczower und Euro 2008 SA-Geschäftsführer Martin Kallen unisono.

Zahlen, die bislang vorliegen:

- Nicht weniger als 62 Millionen Besucher(-innen) und 1,3 Milliarden Seitenzugriffe wurden auf der offiziellen Website [www.euro2008.com](http://www.euro2008.com) registriert;
- Mindestens 155 Millionen Fernsehzuschauer haben jedes der 31 Spiele live verfolgt;
- 9 von 10 Schweizern(-innen) haben zumindest ein EURO-Spiel live mitverfolgt, in Österreich waren es 8 von 10 Personen.
- Die Fernsehzahlen in der Schweiz stiegen im Vergleich zur EURO 2004 um 29,9 Prozent, jene in Österreich um 33,9 Prozent.
- Das Vorrundenspiel Österreich - Deutschland war mit 2,1 Millionen Zuschauern das meistgesehene Fussballspiel in der ORF-Geschichte.
- In Spanien gab es einen neuen TV-Zuschauer-Rekord: Das Endspiel verfolgten 14,5 Millionen (zum Vergleich: beim WM-Finale waren es 12,2 Mio.), in Deutschland wurde jedes EURO-Spiel von mindestens 15,8 Millionen verfolgt. Den (deutschen) Bestwert erzielte das Halbfinale Deutschland - Türkei mit 29,6 Mio. (bester WM-Wert: 29,7 Mio.).
- Die Werbebande der Austragungsorte war während der Live-Übertragungen mehr als 7 Stunden lang im Bild. Das entspricht einem Werbewert von ungefähr EUR 90 Mio.

Euro 2008 SA-Geschäftsführer Martin Kallen, in dieser Funktion schon beim letzten Turnier zuständig, zog den direkten Vergleich mit Portugal 2004: „Man kann sagen, dass wir uns organisatorisch in nahezu allen Bereichen stark weiterentwickelt und gesteigert haben.“

Die wichtigsten Erfolgsfaktoren im Überblick:

Die Einnahmen sind in sämtlichen Bereichen – von den TV-Rechten über die Sponsorengelder bis hin zu den Eintrittskarten – deutlich gestiegen. Gesamteinnahmen: EUR 1,3 Milliarden (davon 800 Mio. aus Medien-, 280 Mio. aus kommerziellen Rechten, 90 Mio. aus Eintrittskarten, 130 Mio. aus der Corporate Hospitality); dazu im Vergleich die Zahlen der EURO 2004: gesamt: 852 Mio., davon 560 Mio. aus Medienrechten, 183 Mio. aus kommerziellen Rechte, 80 Mio. aus Eintrittskarten, 29 Mio. aus der Corporate Hospitality. Die Einnahmen kommen vollumfänglich dem europäischen Fussball zugute – zum Teil werden damit Junioren- und Frauen-Endrunden finanziert, der andere Teil wird in Form von Fixzahlungen und Projektfördergeldern an die 53 europäischen Fussballverbände verteilt.

Beim Thema Nachhaltigkeit wurden im Bereich des öffentlichen Verkehrs dank dem Kombiticket neue Massstäbe gesetzt. Die Eintrittskarte galt für die An- und Abreise zum Spiel als



Part of the UEFA EURO 2008™ Experience



Ticket für den öffentlichen Verkehr, die Kosten für die Euro 2008 SA beliefen sich auf EUR 5 Mio. Insgesamt wurden während der Endrunde – seitens ÖBB und SBB – 4,4 Millionen zusätzliche Gäste befördert (AUT: 2,4 Mio.; CH: 2 Mio.) sowie knapp 8 700 zusätzliche Züge eingesetzt (AUT: 3 977; SUI: 4 700).

Im Sinne der Respekt-Kampagne wurden im Rahmen der Endrunde eine Reihe von sozialen Projekten neu eingeführt: allen voran die „Football for All“-Spiele mit körperlich und geistig behinderten Sportlern, das Audio-Deskriptions-Angebot für sehbehinderte Menschen und nicht zuletzt EUROSCHOOLS 2008 – Fairplay-Fussball-Turniere kombiniert mit interkulturellem Dialog, an dem mehr als 10 000 Schülerinnen und Schüler aus insgesamt 200 Schulen aus der Schweiz, Österreich und Liechtenstein teilnahmen.

**Für Informationen zur UEFA EURO 2008™**

Euro 2008 SA, Media Desk

Tel.: +41 (0)22 707 2001

E-Mail: [media@euro2008.com](mailto:media@euro2008.com)



Part of the UEFA EURO 2008™ Experience