

Ein Duell prägt die Ski-Klassiker

Sie verlangen den Athleten alles ab und gelten als die Klassiker schlechthin im Skirennsport: die Lauberhorn- und die Hahnenkamm-Abfahrt. Die beiden Prestigerennen finden stets an aufeinanderfolgenden Wochenenden im Januar statt. Zuerst müssen die Abfahrer im Berner Oberland das längste Rennen im Weltcup bestreiten. Eine Woche später folgt dann die Revanche in Kitzbühel – auf der wohl schwierigsten Piste überhaupt.

Heuer wurden an beiden Orten jeweils zwei Abfahrten ausgetragen. Die herausragenden Protagonisten dabei: Marco Odermatt und Cyprien Sarrazin. Während der Schweizer beide Abfahrten in der Heimat für sich entschied, gelang dem Franzosen das Kitzbühel-Double. Sarrazins Resultate in Wengen? Zwei zweite Plätze. Odermatts Rangierungen in Kitzbühel? Einmal Zweiter, einmal Dritter. Das Duo lieferte sich einen packenden Zweikampf um die Prestigesiege – und feierte im Anschluss an die zweite Hahnenkammabfahrt gemeinsam.

Millionengrenze geknackt

Wengen und Kitzbühel sind für die Medien stets Grossereignisse. Die Print- und Onlinemedien sind voll mit Vor- und Rennberichterstattung und die TV-Stationen dürfen sich über Ratings der Extraklasse freuen. Bis zu 1,13 Millionen Zuschauer sahen auf SRF Odermatts Triumph in der Lauberhorn-Abfahrt vom Samstag. Im Durchschnitt verfolgten über 800'000 Menschen das Rennen live. Gar über 1,2 Millionen TV-Zuschauer wies der ORF im Durch-



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



schnitt für die samstägliche Hahnenkamm-Abfahrt aus. Bei SRF waren es immerhin fast 550'000.

Medienliebling Odermatt

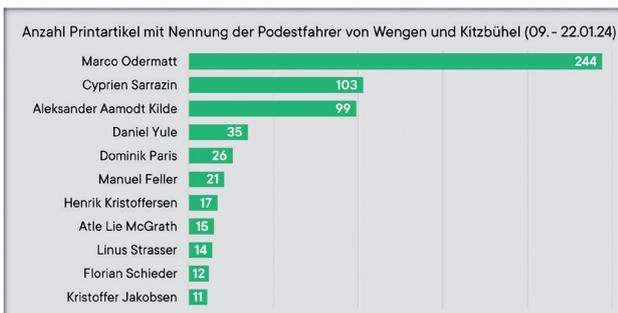
In den Schweizer Printmedien überstrahlte der Überflieger im Skirennsport alles andere. In den zwei Wochen rund um die Abfahrtsklassiker war Marco Odermatt fast täglich das grosse Thema auf den Sportseiten. Die Experten für Media Monitoring und -Analyse von Pressrelations Schweiz haben untersucht, in wie vielen Artikeln die Podestfahrer von Wengen und Adelboden erwähnt waren. Grundlage der Analyse bildeten 20 grosse Tages- und Sonntagszeitungen aus der Deutsch- und Westschweiz zwischen dem 9. und dem 22. Januar 2024. Die klare Num-

mer eins: Marco Odermatt. In 244 Artikeln stand der Name des Nidwaldners. Dahinter folgen sein momentan grösster Rivale Cyprien Sarrazin (103 Artikel) und Aleksander Aamodt Kilde (99), der nach zwei dritten Plätzen in Abfahrt und Super-G in der zweiten Wengen-Abfahrt schwer stürzte. Daniel Yule (Rang 3 im Slalom von Kitzbühel) wurde in 35 Artikeln erwähnt, während die beiden Slalomsieger Manuel Feller (Wengen) und Linus Strasser (Kitzbühel) auf 21 respektive 14 Artikel kamen (Grafik 1).

Koffeinhaltige Brands fahren mit

Vom riesigen medialen Interesse an den beiden Klassikern profitieren die Skisportsponsoren. Besonders begehrt ist die Sponsorenlage auf den Startnummern bei den Samstagsabfahrten. In Wengen wie auch in Kitzbühel war jeweils das Logo eines koffeinhaltigen Getränks auf den Startnummern aufgedruckt. Pressrelations Schweiz hat analysiert, welches Logo in den fünf grössten Schweizer Sonntagszeitungen und tags darauf in deren dazugehörigen Tageszeitungen öfter sichtbar war. Das Schweizer Produkt im Becher hatte gegenüber dem Dosengetränk aus Österreich knapp das Nachsehen: In den Sonntagsausgaben erblickten die Leserinnen und Leser auf 12 Bildern den Schweizer Brand und auf deren 14 den österreichischen. In den Montagsausgaben hingegen hatte das Kaffeegetränk knapp die Nase vorn (Grafik 2). Auf der Piste ist das Duell Schweiz gegen Österreich eine klare Sache – dank Marco Odermatt.

Seriensieger Odermatt ist in den Medien omnipräsent

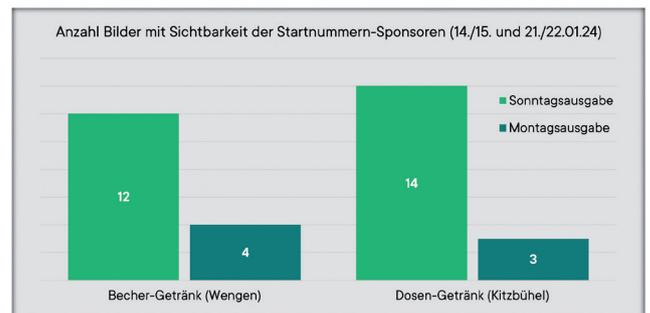


Slalomfahrer: Seltener erwähnt als die Speedfahrer, haben aber weniger Rennen bestritten

Grafik 1



Abfahrtsklassiker bringen den Sponsoren viel Präsenz



In einigen Montagsausgaben waren noch Bilder der Samstagsabfahrten abgedruckt

Grafik 2

