

PRESSEMITTEILUNG

Fulda, 31. Januar 2023 – 3165 Zeichen (inkl. Leerzeichen) – zur sofortigen Freigabe

Zahlreiche Rekorde bei Liebherr Pokal-Finale: TTBL erreicht Millionenpublikum

Neue Rekorde auf allen Kanälen: Das Liebherr Pokal-Finale war für die ausrichtende Tischtennis Bundesliga (TTBL) ein voller Erfolg und hat sowohl bei den Live-Übertragungen auf den Kanälen von Spontent auf Twitch und den Nachberichten im TV als auch bei der Social-Media-Reichweite neue Bestwerte gebracht.

Knapp acht Stunden Live-Tischtennis hatten am 8. Januar beim Final Four im Deutschen Tischtennis-Pokal auf die Fans gewartet. Erstmals wurde das Event live auf den Kanälen von Spontent auf Twitch übertragen – und dieses Angebot wurde begeistert angenommen. Knapp 70.000 Aufrufe erzielte das Liebherr Pokal-Finale und sorgte damit für einen neuen Rekordwert im Livestream. Auch in der ratiopharm arena Ulm/Neu-Ulm hat es eine neue Bestmarke gegeben: 5000 Fans strömten in die Arena, womit die bisherige Bestmarke deutlich geknackt wurde. Schon wenige Tage vor dem Event waren alle Tickets vergriffen gewesen.

Große Reichweiten erzielte die ausrichtende Tischtennis Bundesliga (TTBL) außerdem mit den Nachberichten auf verschiedenen Sendern. So berichteten die ARD-Sportschau und die Sportstudio-Reportage im ZDF jeweils in rund fünfminütigen Beiträgen vom Final Four. Der Saarländische Rundfunk (SR) zeigte eine viertelstündige Sondersendung vom Event; der SWR berichtete in seinen Nachrichtenformaten vom ersten Pokalsieg des TTC Neu-Ulm. Eine rund 45-minütige Zusammenfassung des Final Four wurde auf SPORT1 gezeigt. Insgesamt schalteten mehr als 4,5 Millionen Zuschauer bei diesen Formaten ein und verhalfen dem Liebherr Pokal-Finale damit ebenfalls zu Rekord-Reichweiten. Hinzu kommen die verschiedenen On-demand-Formate in den Mediatheken sowie auf den Kanälen von Spontent und der TTBL.

Mehr als 5 Millionen User auf Social Media erreicht

„Vielen Dank an alle, die eingeschaltet oder uns in der ratiopharm arena besucht haben“, sagt Nico Stehle, Geschäftsführer der Tischtennis Bundesliga GmbH.

„Die Zahlen zeigen einerseits, dass wir mit unseren Events und unserem Sport ein attraktives Format anbieten, das sowohl im TV als auch live vor Ort sehr gut funktioniert. Andererseits zeigen sie, dass wir mit Dyn Media und Spontent eine starke und zuverlässige Partnerschaft geschmiedet haben, die auch von den Fans sehr gut angenommen wird und noch viel Potenzial für die Zukunft bietet.“

Das große öffentliche Interesse am Final Four hat sich auch auf Social Media widerspiegelt. Zu dem Event wurden mehr als 300 Posts abgesetzt, die insgesamt mehr als 5 Millionen User erreichten und mehr als 160.000 Interaktionen erzielten. Dabei zeigte sich erneut der Erfolg der TTBL-Strategie auf TikTok: Erst im November ins Leben gerufen, folgen dem Kanal der TTBL bereits mehr als 60.000 Fans; mit den Posts zum Final Four wurden mehr als 4 Millionen User erreicht und rund 125.000 Interaktionen erzielt. „Unser Sport ist auch für ein junges Publikum hochattraktiv, was sich an den Erfolgen auf Social Media zeigt“, sagt Nico Stehle. „Im Rahmen unserer Strategie wollen wir ein ganzheitliches Tischtennis-Erlebnis schaffen und die verschiedenen Kanäle bestmöglich miteinander verknüpfen.“