

Press release**Friedrich-Schiller-Universität Jena****Axel Burchardt**

04/04/2013

<http://idw-online.de/en/news526671>Research results
Sport science
transregional, national**Fernsehen kann bewegen****Forscher der Universität Jena analysieren Auswirkungen der Tanz-Show „Let’s Dance“**

Ab morgen (5. April 2013) werden Gülcan Kamps, Simone Ballack, Marijke Amado, Tetje Mierendorf und Co. wieder mehr oder weniger elegant über das Parkett gleiten – in der Tanz-Show „Let’s Dance“. RTL startet dann die 6. Staffel des Tanz-Wettbewerbs, bei dem in verschiedenen Standard- und lateinamerikanischen Tänzen erneut zehn Persönlichkeiten mit professionellen Tanzpartnern ihr Können unter Beweis stellen. Es werden wieder Millionen vor dem Fernseher sitzen, denn Tanzen liegt im Trend. So erreichte RTL mit der Sendereihe 2011 durchschnittlich 5,56 Millionen Menschen, was einem Marktanteil von 18,1 Prozent entsprach.

Wissenschaftler der Friedrich-Schiller-Universität Jena haben sich die Frage gestellt, ob die Sendung nur die Füße unter dem Couchtisch wippen lässt oder tatsächlich Zuschauer dazu bewegt, sich bei Tanzkursen oder in Tanzvereinen anzumelden. „Auf Grund des großen Interesses an der Sendung und den positiven Entwicklungen im deutschen Tanzsport seit dem Start von Let’s Dance, wollten wir wissen, ob es da einen Zusammenhang gibt“, sagt Projektleiter Prof. Dr. Frank Daumann.

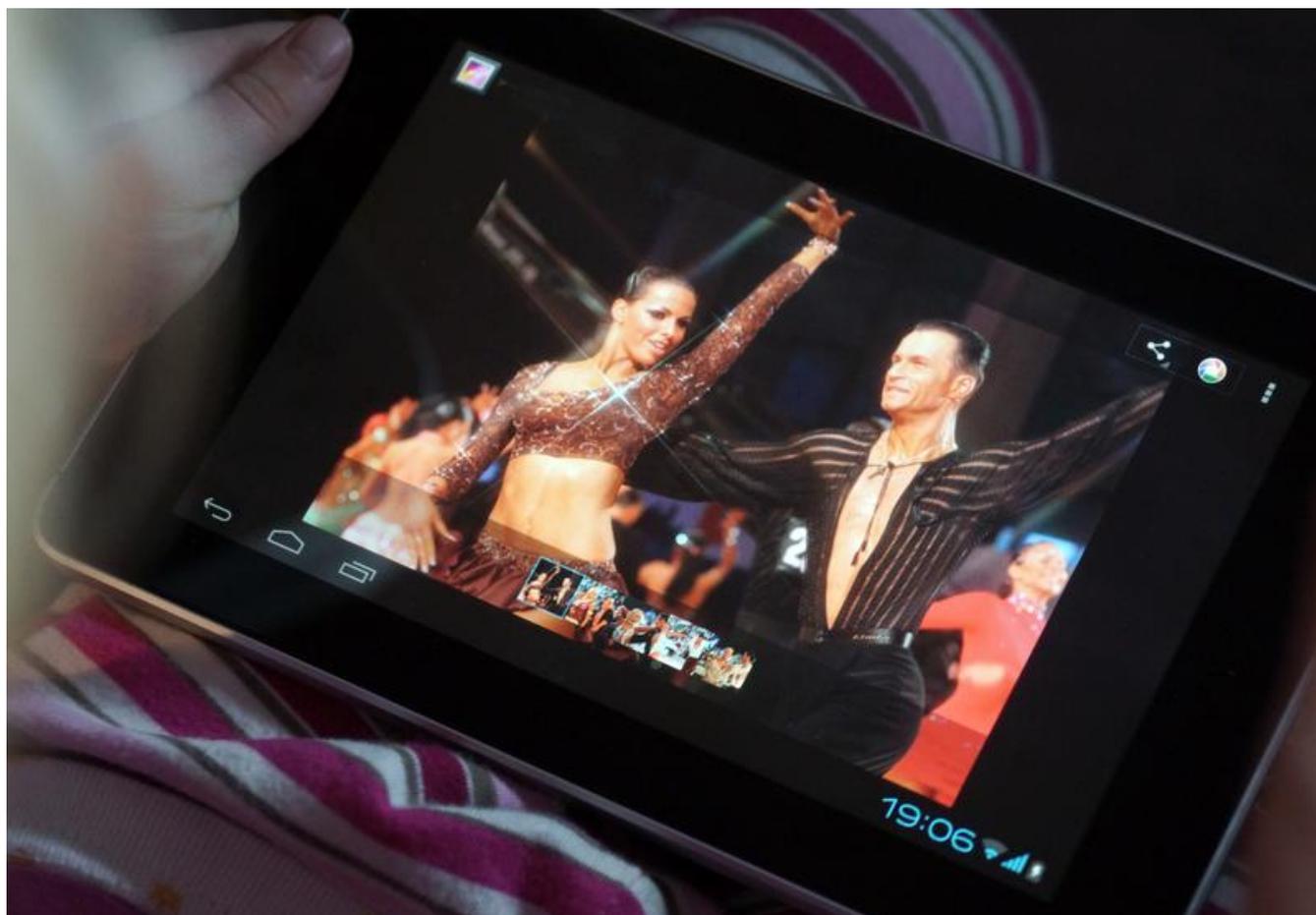
Sein Team vom Lehrstuhl für Sportökonomie und Gesundheitsökonomie der Friedrich-Schiller-Universität Jena hat dazu im Sommer 2012 in einer empirischen Untersuchung 552 Menschen befragt. „Die Ergebnisse sind eindeutig“, sagt Projektmitarbeiter Robin Heinze. Sie haben ihn zwar nicht in der Tendenz, aber schon in der Deutlichkeit überrascht, gibt der Sportökonom zu, dem auch die Bedeutung der prominent besetzten Jury bewusst ist.

Laut der Jenaer Studie haben „Let’s Dance“-Zuschauer ein größeres Interesse an einem Kurs teilzunehmen als Nicht-Zuschauer. Zudem ermittelten die Wissenschaftler von der Friedrich-Schiller-Universität „einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Anzahl der gesehenen Sendungen und dem Wunsch, tanzen zu gehen“, sagt Heines Kollege Lev Esipovich. 66 Prozent der Zuschauer, die mehr als acht Sendungen verfolgt haben, können sich vorstellen, bald einen Tanzkurs zu absolvieren. Im Gegensatz dazu ist es bei den Befragten, die weniger als vier Sendungen verfolgt haben, nur jeder Dritte (33,3 Prozent). Tanzsport und -schulen profitieren also davon, wenn die Sendereihe erfolgreich ist. Denn auch der Zusammenhang zwischen Tanzbegeisterung und Zuschauen lässt sich belegen: Von den Tänzern wurden 19,3 Prozent direkt durch „Let’s Dance“ zum Tanzen motiviert. Rund 48 Prozent der Befragten sind überzeugt, dass „Let’s Dance“ eine positive Wirkung auf den deutschen Tanzsport hat. Und auch das ist wenig erstaunlich, jetzt aber faktisch nachgewiesen: Besonders Frauen sind von der positiven Beeinflussung der Zuschauer durch die Sendung überzeugt.

Die Ergebnisse der Jenaer Untersuchung zeigen auch, dass mit zunehmender Anzahl gesehener Sendungen Personen häufiger von der Wirkung der RTL-Show überzeugt sind. Besonders interessant: Während ein Großteil der Frauen auch ohne prominente Tänzer und Jurymitglieder die Sendung verfolgen würden, sind die Stars für Männer ein wichtiger Grund, den Fernseher anzuschalten. Ob Kamps, Amado und Co. diese Prominenz haben, wird also auch die Zuschauer-Quote der neuen Staffel beweisen.

Kontakt:
Robin Heinze
Institut für Sportwissenschaft der Friedrich-Schiller-Universität Jena
Seidelstraße 20
07749 Jena
Tel.: 03641 / 945677
E-Mail: Robin.Heinze[at]uni-jena.de

URL for press release: http://www.spowi.uni-jena.de/Jenaer_Sportmanagement_Survey.html - Die vollständige Studie.



Tanzen im Fernsehen, wie bei der Tanz-Show „Let's Dance“, motiviert Zuschauer dazu, sich bei Tanzkursen oder in Tanzvereinen anzumelden, hat eine Studie der Universität Jena belegt.
Foto: Jan-Peter Kasper/FSU