

Presseinformation

TV/Audio & Display » Samsung enthüllt, wie deutsche Fans die Fußball-Highlights des Sommers anschauen wollen

Gemeinsam, groß, gestochen scharf: Samsung enthüllt, wie deutsche Fans die Fußball-Highlights des Sommers anschauen wollen

Eine neue Studie von Samsung zeigt, was es für einen unvergesslichen Fußballabend braucht.

- 94% der befragten Deutschen fühlen sich durch gemeinsame Fußball-Momente einer Gemeinschaft zugehörig¹
- Am liebsten schauen die Deutschen Fußball im eigenen Zuhause mit Familie (52,6%) oder Freund*innen (47,4%)
- Mehr als 70% der Befragten haben in den letzten 4 Jahren Beeinträchtigungen bei Bild- oder Tonqualität beim Fußball erlebt



Eschborn – 5. Mai 2026 – Der Sommer 2026 ist vollgepackt mit Fußball-Highlights, die Fans mit Spannung erwarten. Dann ist es wieder Zeit für große Emotionen, um jeden Sieg zu feiern, jede Niederlage zu betrauern und gemeinsam auf den Titel zu hoffen. Ein Großteil der Fußballfans eint dabei, dass sie die Spiele ihrer Lieblingsmannschaften in den meisten Fällen außerhalb des Stadions anfeuern werden. Welche Vorlieben die Deutschen beim Home- und Public Viewing haben und was sie dabei von anderen europäischen Fans unterscheidet, zeigt eine aktuelle Studie, die Censuswide im Auftrag von Samsung durchgeführt hat.

Richtige Atmosphäre, richtige Begleitung, richtiger Ort

Dass Fußball mehr ist als nur irgendein Sport, ist für eingefleischte Fans selbstverständlich. Auch ohne selbst auf dem Platz zu stehen, entstehen aus den Spielen lebenslange Erinnerungen und

¹ Alle in der Meldung zitierten Ergebnisse stammen aus der Umfrage von Censuswide bei der 8.008 Fußballfans in Großbritannien, den Niederlanden, Frankreich, Deutschland, Spanien, Italien, Dänemark, Finnland, Schweden und Norwegen im Auftrag von Samsung befragt wurden. Die Daten wurden zwischen dem 23.03.2026 und dem 30.03.2026 erhoben. Censuswide ist Mitglied der Market Research Society (MRS) und des British Polling Council (BPC) sowie Unterzeichner des Global Data Quality Pledge. Sie halten sich an den MRS-Verhaltenskodex und die ESOMAR-Grundsätze.

ein Gefühl von Zugehörigkeit. Letzteres bestätigen knapp 94%² der befragten Deutschen. Darauf angesprochen, welche Faktoren am stärksten zu ihren liebsten Fußball-Erinnerungen beigetragen haben, gab knapp die Hälfte an, dass das Ergebnis den Ausschlag gab. Doch nicht allein der Endstand zählt: Auch die Menschen, mit denen wir das Fußballerlebnis teilen (42,4%)³, die gemeinsamen Reaktionen (39,8%)⁴ und die Atmosphäre (39,0%)⁵ tragen entscheidend dazu bei, bleibende Erinnerungen an den Fußball zu schaffen.

Es wundert deswegen wenig, dass die Befragten in Deutschland große Turniere besonders gerne im eigenen Zuhause mit der Familie (52,6%) oder mit Freund*innen (47,4%) erleben. Fast jede*r Vierte genießt sportliche Highlight auch gerne nur für sich. Was im europäischen Vergleich außerdem auffällt, ist, dass die Deutschen ihrem Ruf als Public-Viewing-Nation gerecht werden: Mehr als 16% der befragten Deutschen schaut große Matches häufig beim Public Viewing – mehr als in den anderen befragten europäischen Ländern. Ähnlich einzigartige Vorlieben haben die Engländer*innen und Spanier*innen. Während die englischen Fans Fußball besonders gerne in Pubs oder Sports Bars erleben (40,76%), mögen es die Spanier*innen gediegener. Hier stehen Restaurants und Cafés ungewöhnlich hoch im Kurs (17,3%).

Was zählt: gemeinsame Zeit oder Bildqualität?

Ob im eigenen Zuhause, in einer Sports Bar oder beim Public Viewing – die Entscheidung, wo sie das nächste Spiel anschauen, machen die meisten Deutschen von der Atmosphäre (85%), der Bildschirmgröße (80,8%) und der Bildqualität (79,9%) abhängig. Etwas mehr als 80% der Befragten bestätigt, dass Bild- und Sound-Qualität beeinflussen, wie sehr sie das Spiel genießen können. Gleichzeitig gaben mehr als 70%⁶ der befragten Deutschen an, dass sie in den letzten 4 Jahren bereits Qualitätseinbußen bei einem großen Fußball-Turnier erlebt haben, darunter:

- Störende Blendungen oder Sonnenreflexionen, die die Sichtbarkeit des TV-Bildschirms beeinträchtigen, erlebten 28,2%
- Über Ton, der nicht synchron zum Geschehen läuft, ärgerten sich 24,7%.
- An unklarer oder ungleichmäßiger Lautstärke des Kommentars störten sich 21,6%.
- Dass der TV-Bildschirm bei Tageslichtspielen nicht hell genug war, gaben 20,4 % an.
- 19,7% hatten Schwierigkeiten, den Ball klar zu verfolgen.

Diese Beeinträchtigungen beeinflussen nicht nur das unmittelbare Erlebnis, sondern auch die Entscheidung der Fans, wo sie sich die kommenden Spiele ansehen. Schlechte Bild- und Soundqualität haben mehr als zwei Drittel der Befragten (68%)⁷ schon mindestens einmal dazu veranlasst, eine Location zu verlassen und einen Ort mit besserem Seherlebnis zu suchen. Gleichwohl kann eine positive Erfahrung bleibenden Eindruck hinterlassen: 40,4% haben schon

² Antworten „sehr stark“ und „in gewissem Maße“ zusammengefasst

³ Anteil der Befragten, die angaben, dass die Menschen in ihrer Umgebung entscheidend zu ihren unvergesslichsten Fußball-Momenten beigetragen haben.

⁴ Anteil der Befragten, die angaben, dass die gemeinsamen Reaktionen (Jubel, Anspannung, Anfeuerungen) entscheidend zu ihren unvergesslichsten Fußball-Momenten beigetragen haben.

⁵ Anteil der Befragten, die angaben, dass die Atmosphäre entscheidend zu ihren unvergesslichsten Fußball-Momenten beigetragen haben.

⁶ Anteil der Befragten, die angaben, dass sie in den vergangenen vier Jahren mindestens eine der genannten Bild- oder Tonstörungen erlebt haben.

⁷ Anteil der Befragten, die angaben, dass sie sich auf Grund der Bild- und Sound-Qualität schon mindestens einmal für einen anderen Veranstaltungsort entschieden haben.

einmal darüber nachgedacht das eigene Geräte-Set-up zu verbessern, weil sie ein Spiel auf einem anderen TV-Screen besonders genossen haben.

Das Samsung Setup für ein rundes Fußballerlebnis

Fußball-Fans in Deutschland, aber auch in anderen europäischen Ländern, suchen nach Fußball-Momenten, die Atmosphäre und Qualität vereinen. Für ein solches Erlebnis würden beinahe 70% auf Samsung setzen.

Mit den neuesten Micro RGB, OLED und Neo QLED Modellen verfolgt Samsung den Anspruch, das Stadiongefühl nach Hause zu holen und jedes Spiel lebendig, mitreißend und unterhaltsam zu machen. Dafür sorgen diverse Features, die auf die Bedürfnisse der Fans ausgerichtet sind. So sorgt die Glare Free-Technologie⁸ mit mattem, entspiegeltem Display dafür, dass ein ablenkungsfreies Seherlebnis auch bei direkter Sonneneinstrahlung möglich ist, während smarte AI Features Fußball-Erlebnisse nach den individuellen Vorlieben ermöglichen:

- Wer beim Fußballfinale lieber den Torjubel der Fans als das Fachsimpeln der Kommentator*innen genießen möchte, hat mit dem **AI Sound Controller** volle Entscheidungsfreiheit. Über die Funktion kann die Stimme des Kommentators, der Jubel des Publikums oder der Sound auf dem Spielfeld separat verstärkt oder abgeschwächt werden – wie ein virtueller Sound Mix.
- Der **AI Soccer Mode** passt zugleich Kontrast, Farben und Schärfe an, damit das Spielfeld, die Trikots und die Bewegungen der Spieler*innen scharf wiedergegeben werden.
- Der **Color Booster Pro** sorgt für lebendige, natürliche Farben in Spielszenen und Sportdokumentationen, indem Bildinhalte analysiert und kategorisiert werden.
- Wer gern historischen Sport-Content schaut, profitiert von **AI Upscaling Pro**. Hier kommt AI zum Einsatz, die Inhalte mit niedriger Auflösung in Echtzeit analysiert, um mehr Details, Tiefe und Kontrast zu erzielen.

Innovationen, die direkt auf die Bedürfnisse der Fans ausgerichtet sind – egal ob zuhause oder in der Sportkneipe – tragen dazu bei, dass Samsung seit 20 Jahren in Folge die weltweit führende TV-Marke ist.⁹

Diesen Meilenstein feiert Samsung zusammen mit Fußballlegende Thierry Henry in der gemeinsamen Kampagne „Watch it on a Samsung“: „Beim Fußball geht es darum, Menschen zusammenzubringen, egal ob man das Spiel im Stadion, zu Hause oder in der Stammkneipe verfolgt. Doch in jedem Spiel kann sich in Sekundenbruchteilen alles ändern. Deshalb ist die Qualität, in der Du das Spiel schaust, genauso wichtig wie das Spiel selbst“, sagt Thierry Henry.

⁸ Die Verifizierung durch UL bestätigt die Behauptung „blendfrei“. Dazu wurden die Produkte nach dem UGR-Teststandard (Unified Glare Rating) der Internationalen Beleuchtungskommission (CIE) sowie dem Teststandard der Internationalen Organisation für Normung (ISO) bewertet. Die Ergebnisse basieren auf Tests unter Innenbeleuchtung. <https://verify.ul.com/verifications/732>

⁹ Quelle: Informa Tech, „TV Sets (Emerging Technologies) Market Tracker, Q4 2025“. Der Report zeigt den weltweiten TV-Marktanteil nach Hersteller basierend auf der jährlichen Stückzahl und dem Jahresumsatz. Abrufbar unter <https://omdia.tech.informa.com/om143687/tv-sets-emerging-technologies-market-tracker-history-4q25-database>. Die Ergebnisse stellen keine Empfehlung für Samsung dar.

Die Umfrage macht deutlich: Das gemeinsame Erleben bleibt das Herzstück des Fußballs. Trotzdem entwickeln sich die Ansprüche der Fans stetig weiter. Samsung setzt genau hier an und verbindet technologische Exzellenz mit emotionaler Nähe zum Spiel. So werden Fernseherlebnisse möglich, die ein Gemeinschaftsgefühl stiften und ein Leben lang positiv in Erinnerung bleiben.

Die Presseinformation und Bildmaterial finden Sie im Samsung Newsroom unter:

<https://news.samsung.com/de/gemeinsam-gros-gestochen-scharf-samsung-enthullt-wie-deutsche-fans-die-fusball-highlights-des-sommers-anschauen-wollen>

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern sollen. Das Unternehmen setzt Standards mit intelligenten Lösungen bei Fernsehern, Digital Signage, Smartphones, Wearables, Tablets, Hausgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher- und Halbleiterprodukten sowie System-LSI-Lösungen. Samsung treibt zudem die Entwicklung von Technologien in den Bereichen medizinische Bildgebung, Klimageräten und Robotik voran, während bei der Tochtergesellschaft Harman smarte Lösungen für Automotive- und Audiot Technologien entstehen. Mit dem SmartThings-Ökosystem, der Integration von AI in das gesamte Portfolio und der offenen Zusammenarbeit mit Partnern bietet Samsung intelligente, nahtlos vernetzte Erlebnisse. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de

Pressekontakt Samsung
TV/Audio & Display
Samsung Electronics GmbH
Emmi Dushi
Maryam Kiausch
IT Communication
Frankfurter Straße 2
65760 Eschborn
e.dushi@samsung.com
m.kiausch@samsung.com

Pressekontakt Agentur
TV/Audio & Display
Ketchum GmbH
Florian Krieger-Aderhold
Breitscheidstraße 4
70174 Stuttgart
0172 / 7207904
presse.samsung@ketchum.de