

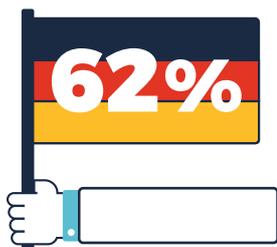
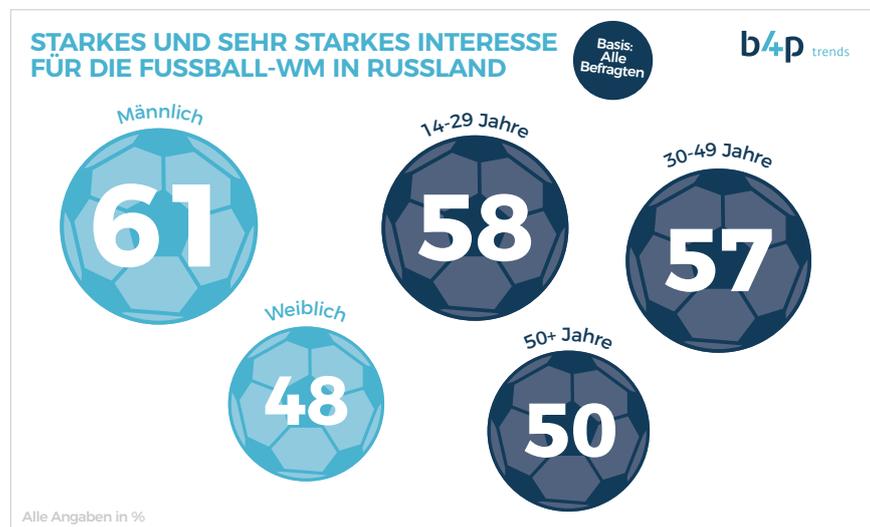
#03 - Juni 2018

FUSSBALL-WM 2018 IN RUSSLAND

DIE SPANNUNG STEIGT

Deutschland ist auch dieses Jahr wieder im WM-Fieber. Daran kann selbst der umstrittene Austragungsort Russland wenig ändern. Diejenigen, die sich schon trauen eine Prognose abzugeben, sehen das deutsche Team als deutlichen Favoriten.

Auch wenn es vorher undenkbar erschien: Die 21. Fußballweltmeisterschaft vom 14. Juni bis 15. Juli 2018 in Russland wird ohne die italienische und die niederländische Mannschaft stattfinden. Die Deutschen freuen sich dennoch auf das Turnier: 61% der Männer interessieren sich für die WM, das entspricht fast exakt dem Anteil der generell an Fußball Interessierten. Bei den Frauen ist fast die Hälfte (48%) im WM-Fieber – deutlich mehr als das Drittel, das sich generell für Fußball interessiert.

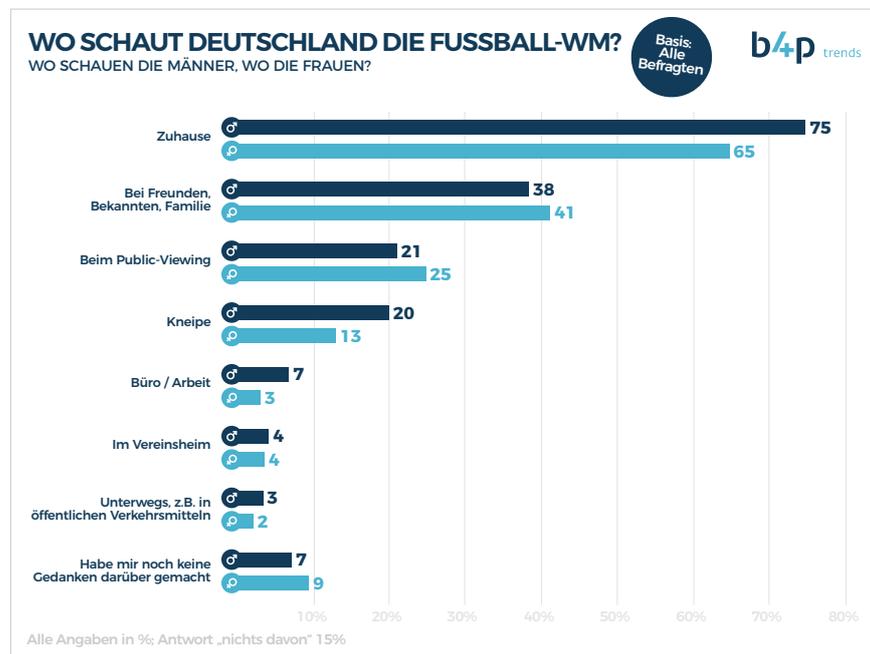


glauben an einen WM-Sieg der deutschen Nationalmannschaft

Der Ausgang ist dabei für die meisten noch offen: Über die Hälfte (54%) der im Rahmen einer repräsentativen Studie der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) Befragten, sah sich noch nicht in der Lage, einen Tipp abzugeben. Von denjenigen, die eine Prognose wagten, glauben 62% an einen WM-Sieg der deutschen Nationalmannschaft. 10% tippen auf Spanien als Weltmeister, Frankreich und Brasilien folgen nahezu gleichauf mit jeweils rund 9%. Nicht immer beruhen die Tipps dabei auf profunder Sachkenntnis: So tippen manche auch auf einen WM-Sieg von Italien (2%)

oder den Niederlanden (1%) – obwohl diese sich gar nicht für die WM qualifizieren konnten. Auch beim Interesse punktet die deutsche Elf: Zwar interessiert sich mit 39% ein großer Teil für alle Spiele, 15% gaben jedoch an, nur die Spiele mit deutscher Beteiligung anzuschauen. Etwa jeder vierte Befragte interessiert sich nur für die Spiele der Endrunde. Nur wenige als ein Fünftel der Bevölkerung (19%) will von der WM überhaupt nichts wissen.

Wie die Deutschen eine Fußball-WM verfolgen und oft regelrecht zelebrieren, hat sich maßgeblich mit dem Turnier 2006 im eigenen Land verändert: Gemeinsames Jubeln (oder Trauern) beim Public Viewing, Fahnen an Autospiegeln, Landesfarben ins Gesicht geschminkt – all das gehört seither zu einem WM-Sommer. Auch dieses Jahr wollen 23% mindestens ein Spiel bei einem Public-Viewing-Event verfolgen. Unangefochten auf Platz 1 der Orte liegt dennoch mit 70% die heimische Couch. 40% wollen gemeinsam mit Freunden oder Familie schauen (Mehrfachnennungen hier und bei anderen Fragen möglich) und 17% in der Kneipe. Flagge zeigen wollen an Auto oder Balkon 28% derjenigen, die sich für die WM interessieren. Fast ebenso viele (26%) planen, die Spiele im Trikot ihrer Lieblingsmannschaft oder mit einem Fan-Accessoire (23%) wie Schal, Tröte oder Schminke in Nationalfarben zu verfolgen.

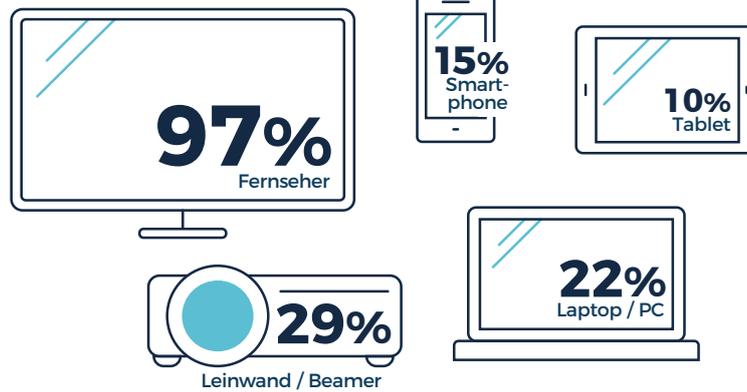


Für die WM-Begeisterten bleibt das klassische Fernsehgerät mit 97% unangefochten das Medium der Wahl. Beamer und/oder Leinwand kommen bei 29% zum Einsatz, während 22% der Befragten angaben, Spiele auf dem Laptop oder PC zu verfolgen. Als Mannschaftssport mit vielen Totalen eignet sich Fußball schlecht für kleine Bildschirme: Kein Wunder also, dass Smartphones (15%) und Tablets (10%) nur in Ausnahmefällen genutzt werden.

AUF WELCHEN GERÄTEN WIRD DIE WM GESCHAUT?

Basis: WM-Fans

b4p trends



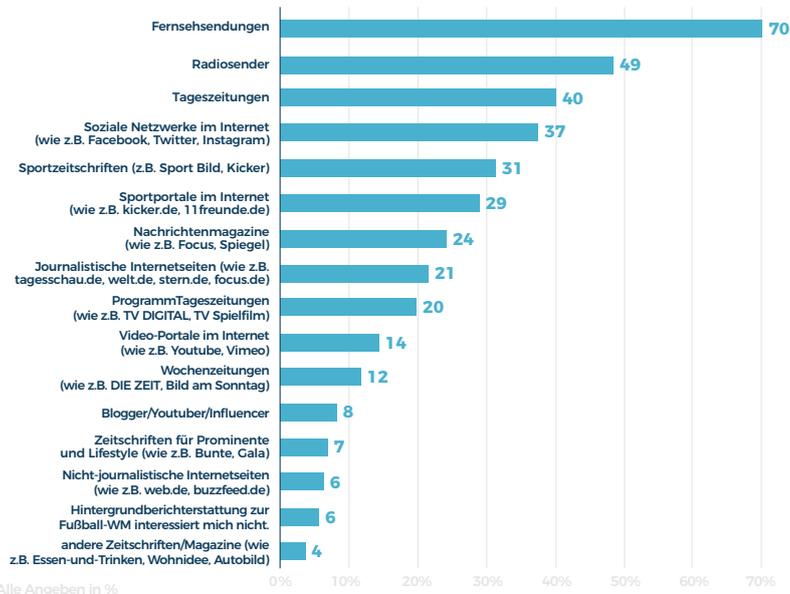
17%
der WM-Fans investieren zur WM in einen neuen Fernseher

Interessant: 17% der WM-Interessierten gaben an, den Anlass zu nutzen, in einen neuen Fernseher zu investieren. Auch wenn sie mit Live-Übertragungen nicht dienen können: Printmedien spielen bei der Hintergrundberichterstattung eine wichtige Rolle. 40% der WM-Interessierten informieren sich in Tageszeitungen über das Geschehen rund um das Turnier. Sportzeitschriften wie SPORT BILD oder kicker werden von 31% gelesen, ihre Onlineportale nutzen 29%. Influencern oder Youtubern wird hingegen offenbar wenig Fußballfachverstand zugetraut: Bei ihnen wollen sich nur 8% der WM-Interessierten mit Hintergrundinformationen versorgen.

GENUTZTE INFORMATIONSQUELLEN ZUR HINTERGRUNDBERICHTSERSTATTUNG ZUR FUSSBALL-WM

Basis: WM-Fans

b4p trends



Aufgrund der russischen Militäreinsätze in der Ukraine und Syrien sowie wegen eines mutmaßlichen Giftanschlags auf einen ehemaligen russischen Doppelagenten in Großbritannien gab es im Vorfeld der WM zahlreiche Diskussionen über den Austragungsort der WM in Russland. Von einem Spieler-Boycott der WM halten die Befragten jedoch wenig. Nur 8% der



**der Befragten finden,
dass die Politik
sich aus dem Fußball
raushalten soll**

Deutschen befürworten ein Fernbleiben der Mannschaften. Höher im Kurs steht ein Besuchsboykott durch deutsche Politiker (15%) oder eine klare Stellungnahme durch den DFB (20%). Rund ein Viertel aller Befragten (23%) befürchtet zudem, dass die russische Regierung die Sportveranstaltung zu Propagandazwecken nutzt. Bei den WM-Interessierten überwiegt der Pragmatismus: Zwar sagen 2%, dass autoritäre Länder wie Russland oder Katar (Austragungsort 2022) sie davon abhalten, die Spiele anzusehen. Der mit 54% größte Teil gibt jedoch an, dass er sich zwar über die politische Lage in den Gastgeberländern ärgert, sich die Spiele aber trotzdem ansehen wird. 23% finden den völkerverständigenden Aspekt einer solchen Sportveranstaltung wichtiger als eventuelle Bedenken.

Executive Summary:

Vier von fünf Deutschen interessieren sich für die WM, vor allem die Frauen holen in Sachen Fußballbegeisterung in dieser Zeit stark auf. Rund die Hälfte der Befragten will sich noch nicht auf einen Sieger festlegen, von der anderen Hälfte setzen 62% auf die deutsche Mannschaft. Die Spiele werden vorwiegend Zuhause geschaut, gerne auch mit Freunden und Verwandten. 17% wollen dafür sogar in einen neuen Fernseher investieren oder haben das bereits getan. Ein Public-Viewing-Event wollen zumindest 23% mindestens einmal besuchen. Neben den Live-Übertragungen sind in Sachen Hintergrundinformationen auch die Printmedien gefragt: 40% der WM-Interessierten informieren sich in Tageszeitungen über das WM-Geschehen, 31% in Sportzeitschriften. Einen WM-Boykott, sei es durch die Spieler (8%) oder durch Politiker (15%), wollen die wenigsten. 39% der Befragten denken, dass sich die Politik aus dem Fußball heraushalten soll. Für 23% überwiegt der völkerverständigende Aspekt der WM die Bedenken aufgrund des Gastgeberlandes Russland.

Basis: n=1.005 Personen, repräsentativ für die Online-Gesamtbevölkerung nach Alter, Geschlecht, Bildung laut ma Presse 2018 (Onliner in den letzten 3 Monaten).