

# Umfrage zur Fußball-Weltmeisterschaft: So denken die Deutschen über die WM

**Berlin, 8. Juni 2018. Noch sind es sechs Tage bis zum Start der Fußball-Weltmeisterschaft am 14. Juni. Schon jetzt aber fiebern 41,9 Prozent der Deutschen der WM entgegen. Viele werden das Turnier vom heimischen Sofa aus im Fernsehen verfolgen. Und obwohl die meisten Deutschen Jogi Löws Team die Daumen für die Titelverteidigung drücken, rechnen vier von zehn mit dem vorzeitigen Aus. Das sind einige der Ergebnisse, die das Verbraucherforum mydealz.de Anfang Juni bei einer Umfrage mit 3.500 Teilnehmern ermittelt hat. Die wichtigsten Aussagen zur Bedeutung der WM und zum Medien- und Konsumverhalten im Überblick.**

## ***1. Neun von zehn Deutschen interessieren sich für die WM***

Die Fußballweltmeisterschaft in Russland ist das Mega-Event in diesem Jahr und lässt kaum einen Deutschen kalt. Gerade einmal jeder Zehnte der 3.500 von mydealz Befragten erklärte, die Weltmeisterschaft (1,1 Prozent) oder Fußball generell (9,3 Prozent) interessiere ihn nicht. Jeder Zwölfte fremdelt noch ein wenig mit dem Turnier und lässt sich „vielleicht mitreißen“. Vier von zehn Befragtem (39,5 Prozent) wollen sich immerhin das „eine oder andere Spiel“ ansehen und 41,9 Prozent antworten auf die Frage, ob sie die WM interessiere mit „Ja absolut, ich fiebere dem Start schon entgegen“.

## ***2. Acht von zehn Deutschen drücken Jogis Team die Daumen***

Noch hat das Team von Bundestrainer Jogi Löw keine Minute bei der WM gespielt, doch schon jetzt drücken acht von zehn Deutschen (81,9 Prozent) der deutschen Nationalmannschaft die Daumen für die Titelverteidigung: „Als Deutscher muss man schließlich zu seinem Team halten“, bekannten 41,2 Prozent der 3.500 von mydealz Befragten. 40,7 Prozent erklärten: „Es wäre schon schön, wenn wir wieder Weltmeister werden“. Jeder Fünfundzwanzigste hält indes zu einer anderen Nationalmannschaft (4,3 Prozent) und jeder Zehnte gibt sich diplomatisch: „Nein, der Bessere soll gewinnen“ antworteten 9,4 Prozent auf die Frage, ob sie dem deutschen Team die Daumen für den Gewinn der Fußball-WM drücken.

### **3. 60 Prozent der Befragten glauben an die Titelverteidigung**

So klar die Sympathien verteilt sind, so skeptisch sind viele, was den Ausgang der WM angeht. Zwar glauben 65,9 Prozent der Befragten, dass das deutsche Team am 15. Juli in Moskau im Finale spielt. Nur 60,0 Prozent halten aber einen Sieg für möglich. Jeder Siebte (14,6 Prozent) rechnet sogar nur mit dem dritten Platz und jeder Zehnte (9,2 Prozent) befürchtet ein Aus im Viertelfinale. Immerhin: Dass sich das deutsche Team bei der WM blamieren wird, glauben die wenigsten. Nur 1,6 Prozent der Befragten denken, dass Deutschland schon nach der Vorrunde ausscheidet.

### **4. Den Gastgeber Russland sehen nur wenige in der Favoritenrolle**

Neben dem deutschen Team sehen viele Fußballfans auch die Nationalmannschaften von Frankreich (12,5 Prozent), Brasilien (7,3 Prozent) und Spanien (6,8 Prozent) in der Favoritenrolle. Jeder fünfzigste rechnet mit einem Triumph der Nationalmannschaften von Argentinien (2,5 Prozent) und Portugal (1,8 Prozent). An einen Sieg des Gastgebers Russland glauben hingegen nur wenige. Nur 0,5 Prozent aller 3.500 Befragten sehen im russischen Team den zukünftigen Weltmeister.

### **5. Neun von zehn Befragten verfolgen die WM in den Medien**

Die Fußball-Weltmeisterschaft ist ein Medienereignis. Nur jeder fünfzigste von mydealz Befragte (2,6 Prozent) fährt eigens nach Russland, um ein Spiel live im Stadion zu sehen. Neun von zehn Befragten (89,8 Prozent) verfolgen die WM hingegen in den Medien. Wenig überraschend, wollen die meisten Fußballfans (86,1 Prozent) die Spiele im Fernsehen sehen. Am zweithäufigsten – Mehrfachantworten waren bei dieser Frage möglich – informieren sich die Deutschen mithilfe von sozialen Netzwerken über den Spielverlauf (36,1 Prozent), am dritthäufigsten mithilfe der Internetseiten von Tageszeitungen und Zeitschriften (30,4 Prozent). Das Radio findet sich nur auf Rang vier wieder: 20,4 Prozent verfolgen die Spiele im Radio.

### **6. Experten-Talks und Interviews kommen bei 70 Prozent der Fans an**

„Das Spiel dauert 90 Minuten“, stellte der frühere Bundestrainer Sepp Herberger einst fest. Recht hat er damit noch immer – auch wenn die Vor- und Nachberichte zum eigentlichen Spiel inzwischen klar an Beliebtheit gewonnen haben. Jeder Achte (12,9 Prozent) nutzt die Analysen und Interviews regelmäßig „um sich auf das Spiel einzustimmen“, jeder Fünfte (21,5 Prozent) nutzt sie „bei wichtigen Spielen“ und gut jeder Dritte (35,7 Prozent) schaltet ein, wenn es die Zeit zulässt. Andere Medien nutzen 6,8 Prozent der Befragten, um sich am Spieltag über das Match zu informieren und nur knapp jeder Vierte (23,1 Prozent) interessiert sich nur für das Spiel.

### **7. Abseits der Spiele sind Online-Medien die wichtigste Informationsquelle**

Wer sich abseits der Spiele über das WM-Geschehen informieren möchte, nutzt hierfür vor allem die Internetseiten von Tageszeitungen und Zeitschriften. 50,5 Prozent der Befragten nennen sie als wichtigste Informationsquelle. Ähnlich hohe Werte erzielten bei der Umfrage einzig soziale Netzwerke (50,1 Prozent) und das Fernsehen (45,8 Prozent). Mithilfe des Radios (25,6 Prozent) hält sich hingegen nur jeder Vierte rund um die WM auf dem Laufenden, mithilfe von gedruckten Zeitungen und Zeitschriften sogar nur jeder Fünfte (20,9 Prozent).

### **8. Die WM verbindet – nur 4,1 Prozent sehen die Spiele alleine**

Die Fußball-Weltmeisterschaft ist nicht nur ein Medien-, sondern auch ein soziales Ereignis: Nur 4,1 Prozent der von mydealz Befragten erklärten, die Spiele mit deutscher Beteiligung alleine zu sehen. 2,6 Prozent verfolgen die Partien mit ihren Arbeitskollegen, 11,7 Prozent mit ihrem Partner und 22,3 Prozent mit der Familie. Mehr als jeder Zweite (51,6 Prozent) plant indes, sich die Spiele mit seinen Freunden anzusehen.

### **9. Das Turnier verfolgen die meisten Deutschen vom Sofa aus**

Sofas und Sessel haben in den nächsten Wochen Hochkonjunktur – zumindest bei Fußballfans: Gut jeder Dritte (36,7 Prozent) möchte die Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft überwiegend vom heimischen Sofa aus sehen, 23,4 Prozent verfolgen das Turnier meist zu Gast bei Freunden und 9,1 Prozent bei Familienangehörigen. In die Kneipe oder zu Public Viewing-Events zieht es indes nur wenige: Nur 6,5 Prozent wollen Fußball vor allem in der Kneipe gucken, 13,6 Prozent zieht es regelmäßig auf die Fanmeile. 7,8 Prozent gaben bei der mydealz-Umfrage hingegen an, sich gar kein Spiel angucken zu wollen.

### **10. Fanmeilen locken nur noch jeden Dritten**

„Public Viewing“ und Fanmeilen waren 2006 während der WM in Deutschland *der* Trend und haben für viele unvergessliche Bilder gesorgt. Heute, zwölf Jahre später, haben Fanmeilen ihren Glanz weitgehend verloren. Nur noch 13,6 Prozent der Befragten wollen dieses Jahr für mehrere Spiele eine der Fanmeilen besuchen und sagen: „Dort ist die Stimmung einfach am besten“. 13,7 Prozent wollen sich dort „zumindest ein Spiel“ angucken und weitere 3,1 Prozent würden notgedrungen mitkommen, wenn ihre Freunde oder die Familie sie darum bitten. Ganze 69,8 Prozent bleiben den Fanmeilen dieses Jahr aber fern – und das aus verschiedenen Gründen: Für jeden Zehnten (9,3 Prozent) ist die nächste Fanmeile schlicht zu weit weg. 6,9 Prozent fühlen sich dort nicht sicher und für 28,0 Prozent herrscht auf Fanmeilen einfach „zu viel Trubel“.

### ***11. Nur wenige Arbeitnehmer können das Spiel gegen Südkorea sehen***

Die Organisatoren der diesjährigen WM sind gnädig mit den deutschen Fans: Die ersten beiden Gruppenspiele gegen Mexiko (17. Juni, 17 Uhr) und Schweden (23. Juni, 20 Uhr) finden am Wochenende statt. Das dritte Gruppenspiel gegen Südkorea wird allerdings am 27. Juni, einem Mittwoch, um 16 Uhr deutscher Zeit angepfiffen. Ob sie das Match verfolgen können, wissen aktuell die wenigsten Arbeitnehmer. 31,4 Prozent geben an, ihr Chef habe sich dazu noch nicht geäußert. 1,7 Prozent der Befragten dürfen Fußball am Arbeitsplatz eigentlich erst ab dem Achtelfinale sehen. Und die übrigen Befragten teilen sich in zwei etwa gleich große Lager: Gut jeder Vierte (26,4 Prozent) darf keinen Fußball im Büro sehen, gut jeder Fünfte (20,5 Prozent) darf die Spiele des deutschen Teams auf Arbeit sehen. Jeder Zehnte (9,9 Prozent) hat sogar das Glück, dass sein Chef eigens eine Leinwand oder einen Fernseher im Büro aufstellen lässt.

### ***12. Knapp jeder Zweite hat kein Problem mit Russland als Gastgeberland***

Russland steht spätestens seit der Annexion der Krim im März 2014 wieder verstärkt in der Kritik. Die politischen Querelen wirken sich jedoch kaum auf die Laune der deutschen Fußball-Fans aus. Nur 13,5 Prozent der von mydealz Befragten erklärten, ein Turnier wie die Fußball-WM dürfe nicht in einem Land wie Russland stattfinden. Jeder Vierte (23,8 Prozent) mahnte, die FIFA hätte ihre bereits 2010 getroffene Entscheidung noch einmal überdenken sollen. Jeder Achte (13,2 Prozent) hat, der Umfrage zufolge, keine Meinung zum Thema. Und ganze 49,5 Prozent erklärten: „Ich finde, das sollte man trennen – Fußball ist Fußball und Politik ist Politik“.

### ***13. Die WM wirkt sich kaum auf das Konsumklima aus***

Unternehmer, die auf ein Umsatzplus durch die WM hoffen, könnten dieses Jahr enttäuscht werden. Zumindest plant kaum ein Verbraucher, mehr Geld als sonst auszugeben. Gefragt, ob sich ihre Ausgaben durch die WM verändern werden, antworteten ganze 56,2 Prozent der Umfrageteilnehmer, sie würden genauso viel ausgeben wie sonst. 9,9 Prozent können noch nicht einschätzen, ob sich ihre Ausgaben verändern werden und nur 3,1 Prozent erklärten, gegenüber einem normalen Monat über 50 Prozent mehr ausgeben zu wollen. 6,1 Prozent planen, zwischen 25 und 50 Prozent mehr auszugeben und jeder Fünfte (20,0 Prozent) rechnet mit Mehrausgaben in Höhe von bis zu 25 Prozent. Immerhin: Der Anteil der Verbraucher, die während der WM weniger ausgeben als sonst, hält sich in Grenzen: Gerade einmal jeder Zwanzigste (4,8 Prozent) gibt „weniger“ und jeder Fünfzigste (1,9 Prozent) „deutlich weniger“ aus als sonst.

#### ***14. Vor allem Lebensmittelhändler und Gastronomen verdienen an der WM***

Von steigenden Ausgaben profitieren vor allem Anbieter von Getränken und Lebensmitteln sowie Gastronomen. 55,7 Prozent der Befragten, die während der WM mehr ausgeben möchten, nennen „private Fußball-Partys“ als Kostenfaktor und 46,8 Prozent rechnen mit Mehrausgaben für „Kneipenbesuche“. Ähnlich oft wurden bei der mydealz-Umfrage Fanartikel als Kostenfaktor genannt: Für sie möchte jeder Dritte mehr ausgeben als sonst. Jeder Achte (13,0 Prozent) plant zudem, sich extra für die WM einen neuen Fernseher oder Beamer zu kaufen und jeder Fünfzigste (2,0 Prozent) gibt mehr Geld aus, um vorm WM-Trubel in den Urlaub zu flüchten.

#### ***15. Trikots von Thomas Müller, Marco Reus und Toni Kroos dürften Bestseller sein***

Trikots der deutschen Nationalmannschaft und speziell von Thomas Müller, Marco Reus und Toni Kroos dürften sich in diesem Sommer besonders gut verkaufen. Jeder Sechste (16,4 Prozent) möchte, der mydealz-Umfrage zufolge, Fanartikel des deutschen Teams kaufen und bei 70 Prozent der Fanartikelkäufer stehen Trikots mit (35,8 Prozent) und ohne Spielernamen (34,4 Prozent) auf dem Einkaufszettel. Thomas Müller (14,5 Prozent), Marco Reus (8,6 Prozent) und Toni Kroos (8,6 Prozent) sind dabei hinter Torwart Manuel Neuer (18,0 Prozent) die beliebtesten Spieler des deutschen Teams. Neben Trikots sind sonst Fahnen (35,2 Prozent), T-Shirts und Fähnchen fürs Auto (beide: 32,2 Prozent) besonders beliebt. Die Ausgaben für Fanartikel bewegen sich überwiegend unter 100 Euro (85,7 Prozent) und meist zwischen 26 und fünfzig Euro (27,8 Prozent).

## ***16. Gut jeder Zwanzigste plant, einen neuen Fernseher zu kaufen***

Dass die WM ein Fernsehereignis ist, zeigt sich auch daran, wie viele Deutsche sich einen neuen Fernseher, Beamer oder eine neue Soundbar zulegen möchten. 6,3 Prozent der von mydealz Befragten erklärten, eigens für die WM einen neuen Fernseher kaufen zu wollen. 3,9 Prozent liebäugeln mit einer neuen Soundbar und 2,9 Prozent planen, sich einen Beamer zu kaufen. Vor allem Fernseher dürften dabei die Kasse der Elektronikhändler klingen lassen: Jeder dritte Fernsehkäufer (29,5 Prozent) plant, mehr als 1.000 Euro für den Fernseher auszugeben während nur 15,4 Prozent der Beamer-Käufer soviel ausgeben möchten. Das mittlere Budget für eine ohnehin preiswertere Soundbar fällt hingegen geringer aus. 46,3 Prozent planen für den Kauf einer Soundbar weniger als 500 Euro, 27,0 Prozent sogar weniger als 250 Euro ein.

## ***17. Das Finale von Rio de Janeiro bleibt in guter Erinnerung***

1:0 gewann die deutsche Nationalmannschaft am 13. Juli 2014 durch ein Tor von Mario Götze in der 113 Minute im Finale gegen Argentinien und sicherte sich damit zum vierten Mal den Titel des Fußball-Weltmeisters. Ein historischer Moment, an den sich auch heute noch viele erinnern: Auf die Frage, ob sie noch wissen, wo sie das Finale von Rio de Janeiro gesehen haben, antworteten nur 7,3 Prozent mit „Nein“, 92,3 Prozent hingegen mit „Ja“. Die meisten haben das Spiel bei Freunden (29,5 Prozent) oder zuhause auf der Couch (27,7 Prozent) verfolgt während jeder Sechzehnte (5,8 Prozent) den Triumph von Jogi Löws Team verpasst hat.

---

### **Über die Umfrage:**

Die oben genannten Zahlen sind Ergebnisse einer Umfrage, die das Verbraucherforum mydealz.de in der Zeit vom 4. bis zum 6. Juni 2018 online mit 3.500 Teilnehmern durchgeführt hat.

---

**Über mydealz ([www.mydealz.de](http://www.mydealz.de)):**

mydealz (www.mydealz.de) wurde im Jahr 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 35,5 Millionen Sessions pro Monat das größte deutsche Social-Commerce-Netzwerk. 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) nutzen mydealz, um Angebote einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Seit 2014 ist mydealz Teil der Pepper.com-Gruppe, die als weltweit größte Shopping-Community 25 Millionen Verbraucher pro Monat erreicht und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minuten beeinflusst. Zu Pepper.com zählen neben mydealz die Plattformen Buenosdeals (USA), CholloMetro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), HotUKDeals (Großbritannien), NL.Pepper.com (Niederlande), Pelando.com.br (Brasilien), Pelando.sg (Singapur), Pepper.co.kr (Süd-Korea), Pepper.pl (Polen), Preisjäger (Österreich) und Promodescuentos (Mexiko).

—

## Pressekontakt:



### Germany

Michael Hensch

Public Relations Manager

[pr\\_de@pepper.com](mailto:pr_de@pepper.com)

+49 176 633 47 407

---

## ÜBER PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in twelve countries on three continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as **BuenosDeals** (North America), **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **HotUKDeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **Pelando.sg** (Singapore), **Pepper.co.kr** (South-Korea), **Pepper NL** (The Netherlands), **Pepper PL** (Poland), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). These platforms are currently used by more than 25 million smart shoppers and influence 12,000 buying decisions every minute.

---



Pepper Media Holding Pressemitteilungen