

Studie zeigt: WM positiv für Konsumklima: Jeder Dritte plant, mehr auszugeben

Berlin, 20. Juni 2018. Null zu eins verlor Deutschland am Sonntag gegen Mexiko. Fürs deutsche Team war es der denkbar schwächste Start ins Turnier, für die deutsche Wirtschaft der Beginn einer besonders umsatzstarken Zeit. Jeder Dritte (29,2 Prozent) plant, während der WM mehr auszugeben als sonst. Vom besseren Konsumklima profitieren vor allem Gastronomen und die Getränkeindustrie. Dies zeigt eine Umfrage des Verbraucherforums mydealz.de unter 3.500 Teilnehmern.

Wenn der Ball rollt, klingelt die Kasse. Das trifft auch in diesen Tagen wieder zu: Pünktlich zum Beginn der Fußball-Weltmeisterschaft (14. Juni bis 15. Juli) steigen die Umsätze vieler Unternehmen. Zwar gehen 56,2 Prozent der 3.500 von mydealz Befragten davon aus, während der WM „genauso viel auszugeben wie sonst“. 29,2 Prozent der Verbraucher planen aber, mehr Geld als in einem „normalen Monat“ auszugeben. Jeder Fünfte (20,0 Prozent) rechnet mit Mehrausgaben von bis zu 25 Prozent, jeder Sechzehnte (6,1 Prozent) plant zwischen 25 und 50 Prozent mehr auszugeben und immerhin noch 3,1 Prozent der 3.500 von mydealz befragten Verbrauchern gehen von einem deutlichen Ausgabenplus von mehr als 50 Prozent aus.

Vor allem Gastronomen und die Getränkeindustrie profitieren

Vom besseren Konsumklima dürften vor allem Gastronomen und Hersteller sowie Händler von Getränken profitieren, denn die Fußball-Weltmeisterschaft ist vor allem eins: ein soziales Event. 51,6 Prozent sehen sich die Spiele mit ihren Freunden an, 22,3 Prozent mit der Familie und 11,7 Prozent mit dem Partner. Entsprechend viele Verbraucher nennen „Private Fußball-Partys“ (55,7 Prozent), „Kneipenbesuche“ (46,8 Prozent) und Besuche auf der Fanmeile (31,7 Prozent) als Kostenfaktoren.

Aber auch Händler von Fanartikeln und Elektronikprodukten dürften von der Fußball-Weltmeisterschaft profitieren. Der mydealz-Umfrage zufolge, nennt immerhin jeder Dritte (33,0 Prozent) den Kauf von Fanartikeln und jeder Achte (13,0 Prozent) den Kauf von Fernsehern, Beamern oder Soundbars als Grund für Mehrausgaben.

Fußballfans kaufen vor allem Trikots und Fahnen und geben selten mehr als 100 Euro aus

Trikots und Fahnen stehen in diesem Sommer weit oben auf dem Einkaufszettel – zumindest bei Fußballfans, die Fanartikel kaufen möchten. Und davon gibt es einige: 16,4 Prozent der 3.500 von mydealz Befragten planen, Fanartikel des deutschen Teams zu kaufen. 2,9 Prozent planen, Fanartikel einer anderen Nationalmannschaft zu kaufen und jeder Dritte (31,8 Prozent) möchte spontan entscheiden, ob er Fanartikel kauft. Die Wahl dürfte in vielen Fällen auf Trikots fallen. Trikots mit Spielernamen (35,8 Prozent) und ohne Spielernamen (34,4 Prozent) stehen zumindest insgesamt bei sechs von zehn Fanartikelkäufern auf dem Einkaufszettel. Ähnlich begehrt sind größere Fahnen (35,2 Prozent) und Fahnen fürs Auto (32,2 Prozent) – gefolgt von Fanschminke (26,6 Prozent) und Mützen (19,4 Prozent). Fanschals (17,0 Prozent) und Pullover (8,0 Prozent) sind angesichts der hohen Temperaturen allerdings – weniger überraschend – nicht allzu begehrt.

Für Fanartikel greifen die wenigsten Fans tief in die Tasche. Nur jeder Siebte (14,3 Prozent) plant, mehr als 100 Euro auszugeben, und nur jeder Zwanzigste (5,4 Prozent) möchte mehr als 150 Euro investieren. Die meisten sind deutlich sparsamer. Jeder Zweite (54,2 Prozent) möchte weniger als 50 Euro und jeder Vierte (26,4 Prozent) sogar weniger als 25 Euro für Fanartikel ausgeben.

Jeder Achte kauft einen neuen Fernseher oder Beamer für die WM

Dass die Fußball-Weltmeisterschaft vor allem ein Fernseh-Ereignis ist, zeigt auch der Blick auf einen anderen Aspekt der Umfrage: Jeder Achte der 3.500 von mydealz befragten Konsumenten kauft einen neuen Fernseher, Beamer oder eine neue Soundbar, um die Spiele der WM in besserer Qualität sehen zu können. Vor allem Fernseher (6,3 Prozent) sind dabei besonders begehrt, Soundbars (3,9 Prozent) folgen auf dem zweiten Platz und einen neuen Beamer möchte sich immerhin gut jeder Fünzigste (2,9 Prozent) der 3.500 Befragten zulegen.

Je nach Warengruppe schwanken die durchschnittlichen Budgets. Während nur knapp jeder Vierte (23,9 Prozent) für eine neue Soundbar mehr als 500 Euro ausgeben möchte und 27,0 Prozent mit Ausgaben von bis zu 250 Euro planen, greifen Verbraucher für Fernseher und Beamer tiefer in die Tasche. Für einen neuen Beamer investiert etwa jeder Dritte (29,5 Prozent) mehr als 500 Euro und immer noch jeder Siebte (15,4 Prozent) mehr als 1.000 Euro. Und für einen neuen Fernseher möchten sogar 63,5 Prozent mehr als 500 Euro und 28,8 Prozent mehr als 1.000 Euro ausgeben.

—

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. Die wichtigsten Kernaussagen sind in [dieser Pressemitteilung](#) zusammengefasst. Rohdaten zum Konsumverhalten finden Sie [hier](#).

—

Über mydealz (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:

Pepper Media Holding GmbH

Michael Hensch

Public Relations & Communications Manager

E-Mail: michael@pepper.com

Telefon: +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