

WM 2018: Deutschland kein Sommermärchen

Zusätzliche Ausgaben während der WM

2/3

der Deutschen haben keine zusätzlichen Ausgaben im Zusammenhang mit der WM getätigt.



bis zu 50 Euro



zwischen 51 und 100 Euro



der Deutschen geben mehr als 100 Euro aus

Hoffnungsschimmer für den Handel: **Konsumfreudige Millennials**

44% der 18- bis 24-Jährigen geben zusätzliches Budget aus, bei den Befragten ab 55 Jahren sind es nur 15%.



Jüngere Fußball-Fans sind enthusiastischer und geben eher Geld rund um die WM aus, zum Beispiel mehr für...



20% Grillgut



13% Fanartikel



18% Alkoholische Getränke wie Bier



14% Event mit Freunden oder Kollegen geplant für das Spiel gegen Südkorea



12% Rabattaktionen

Vergleich mit allen Befragten:

Nur 5% der Befragten haben spezielle Shopping- und Rabattaktionen zur WM ausgenutzt.

Multitasking bei den Spielen

Das haben die Deutschen während der Vorrundenspiele noch nebenbei gemacht:

Auf Social Media Kanälen surfen (10%)

Kochen oder grillen (8%)

Den Haushalt erledigen (8%)

Arbeiten, lernen oder lesen (8%)

Spielen (7%)

Online-Shopping (6%)

Telefonieren (5%)

Sonstiges (6%)

1/3

Nur ein Drittel

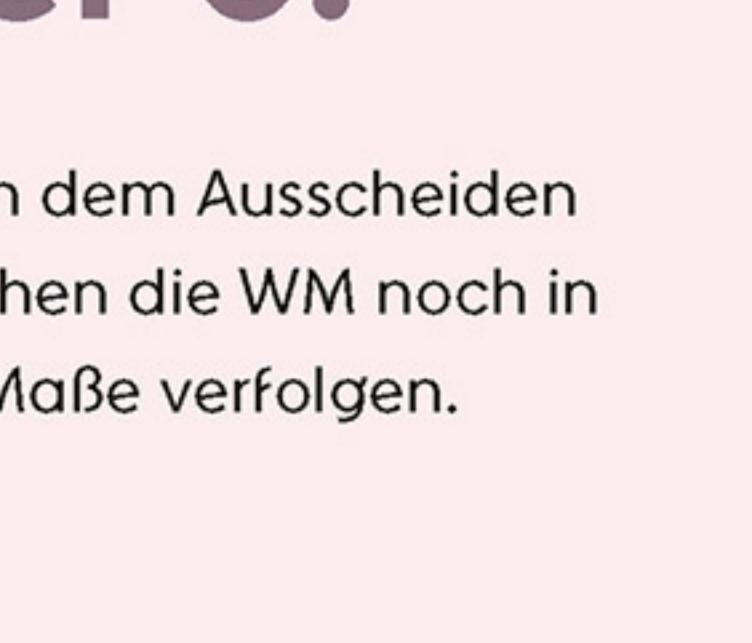
konzentriert sich auf das Spiel



Ein Fünftel interessiert sich nicht für Fußball und hat das Spiel nicht geschaut.

26%

der Frauen



16%

der Männer

Großer Unterschied bei den Geschlechtern
gaben an, die Spiele nicht gesehen zu haben, weil sie sich für Fußball nicht interessieren.

Nur jeder 3.

wollte nach dem Ausscheiden der Deutschen die WM noch in gleichem Maße verfolgen.



Ein Fünftel der Befragten will sich zumindest die Halbfinalspiele sowie das Finale ansehen.



Für jeden Zehnten spielte die WM ohne die eigene Nationalmannschaft **keine Rolle mehr** – darunter vor allem Frauen mit 12% im Vergleich zu den männlichen Befragten mit 7%.