Jede dritte Frau schaut WM erst ab Achtelfinale

Männer sind in der Vorrunde unter sich

Im Gegensatz zu den Frauen seien die Männer zu 81% bereits in der Vorrunde der Weltmeisterschaft live mit dabei. Die Studie nutzte das mobile Panel von Streetspotr , in dem über 250.000 Smartphone-User registriert sind. Das Durchschnittsalter der Teilnehmer lag bei 28 Jahren.

Über 30 bleiben die Deutschen lieber zu Hause

Ein weiteres Ergebnis der Studie: Über 30-Jährige sehen sich die Spiele lieber vor dem heimischen TV-Gerät an, als zum Beispiel beim Public Viewing. 62% aller Teilnehmer genießen die WM aber zumindest zusammen mit Freunden, 14,1% mit der Familie. Nur 1,6% sitzen ganz alleine vor den Bildschirmen.

Einfluss der WM 1990 prägend

Auch bei der Frage, ob Deutschland die FIFA-WM 2014 gewinnen wird, ist das Alter der Befragten entscheidend: Nur 34% der 18-29-Jährigen glauben daran. Wer allerdings die Fußball-WM 1990 und den damaligen deutschen Sieg bewusst miterlebt hat, ist sich bei Schwarz-Rot-Gold eher sicher: 42% der über 45-Jährigen sehen die deutsche Mann-schaft ganz oben auf dem Siegertreppchen.

Wer Deutschland trägt, trinkt Bier

Ein kurioses, wenn auch einleuchtendes Ergebnis: 62% der Träger eines Deutschland-trikots trinken zur WM am liebsten Bier, bei den Trägern eines anderen Trikots sind es nur 38%. Viel Alkoholisches werden die Deutschen zu den Spielen zumindest in den ersten beiden Wochen sowieso nicht konsumieren können: Nur 5% haben eigens für die WM Urlaub eingereicht.

And the winner is...

Auf die spannende Frage, wer gewinnen soll, antworteten 73% aller Teilnehmer, dass sie dem deutschen Team die Daumen drücken. Allerdings glauben nur 37%, dass Deutschland auch wirklich den 1. Platz erreichen wird. Bei Brasilien sieht das Verhältnis anders aus: Nur 4% der Teilnehmer wünschen dem Gastgeberland den Sieg, aber ganze 25% glauben daran, dass die Südamerikaner gewinnen. Egal, wer auf dem Siegertreppchen ganz oben steht, in Deutschland wird beim Anfeuern der Lieblingsmannschaft ein- oder andernorts auch wieder die vielfach verhasste Vuvuzela erklingen, die ja eigentlich Fanartikel der südafrikanischen WM vor vier Jahren war: 12% der 18-29-jährigen Befragten zücken das ungewöhnliche Blechblasinstrument auch zur diesjährigen WM.

Pressekontakt

Streetspotr GmbH

Frau Dorothea Utzt
Klingenhofstraße 5
90411 Nürnberg

streetspotr.com
dorothea.utzt@streetspotr.com

Firmenkontakt

Streetspotr GmbH

Frau Dorothea Utzt
Klingenhofstraße 5
90411 Nürnberg

streetspotr.com
dorothea.utzt@streetspotr.com

Über Streetspotr

Die Streetspotr GmbH wurde 2011 in Nürnberg gegründet und bietet "Europas größte mobile Workforce" mit über 250.000 Smartphone-Usern. Unternehmen aus dem Konsumgüter- und Marktforschungsbereich nutzen die Verfügbarkeit dieses Panels, um auf Informationen und Bildbeweise an den unterschiedlichsten Orten zurückgreifen zu können. Die Streetspotr-Nutzer verdienen sich durch die Smartphone-Jobs quasi "im Vorbeigehen" nebenbei Geld.

Pressekontakt:
Dorothea Utzt
Tel.: +49 911 14878 490
Fax: +49 911 14878 498
E-Mail: dorothea.utzt@streetspotr.com

Über Blauw

Die Blauw Research GmbH ist die deutsche Repräsentanz der international tätigen Full-Service Marktforschungsgruppe Blauw Research. Die eigenständige GmbH mit Sitz in Nürnberg ist seit 2005 in Deutschland aktiv und ist für internationale Unternehmen weltweit in den Bereichen Innovation

und Customer Experience Design tätig. Als Beratungsunternehmen sieht sich Blauw als Vermittler zwischen Unternehmen und deren Kunden und unterstützt sie dabei, ihre Kunden besser zu verstehen.

Pressekontakt:
Steffen Engelhardt
Tel.: +49 911 217738 30
Fax: +49 911 217738 49
E-Mail: steffen.engelhardt@blauw-research.de