Presse-Information

Deutschland wird Europameister!

Hamburg, 07. Juni 2012. In wenigen Tagen beginnt die Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine. Deutschland ist sich sicher: „**Wir werden Fußball-Europameister**!“

45 Prozent aller Deutschen glauben, dass Deutschland die Europameisterschaft gewinnen wird. Damit liegt Deutschland mit Abstand auf dem ersten Platz. Laut einer repräsentativen Studie des Marktforschungsinstituts Ipsos folgt Welt- und Europameister Spanien mit deutlichem Abstand auf dem zweiten Rang: 16 Prozent glauben an einen Sieg der Iberer. Die klassischen Favoriten vergangener internationaler Turniere wie die Niederlande, Portugal oder Frankreich haben, so die Meinung der Deutschen, diesmal keine Siegeschancen. Immerhin mehr als jeder vierte Bundesbürger kann oder möchte den Europameister (noch) nicht benennen.

Deutschland ist bereit für ein Fußball-Fest

Die Euphorie in Deutschland ist entsprechend groß: 89 Prozent aller Deutschen werden die Spiele der Europameisterschaft verfolgen. Mehr als ein Drittel der Bevölkerung wird versuchen, möglichst viele Spiele zu sehen, unabhängig davon, ob Deutschland beteiligt ist oder nicht. Dabei beabsichtigen Männer generell, möglichst viele Spiele zu verfolgen, wohingegen Frauen sich eher für die Spiele der deutschen Nationalmannschaft sowie ausgewählte Highlights wie das Endspiel interessieren.

Sollte Deutschland frühzeitig ausscheiden, würde für sieben Prozent aller Deutschen auch die EM enden. Etwa jeder Sechste interessiert sich eigentlich nicht für Fußball, betrachtet jedoch ein Großereignis wie die Europameisterschaft als Ausnahme.

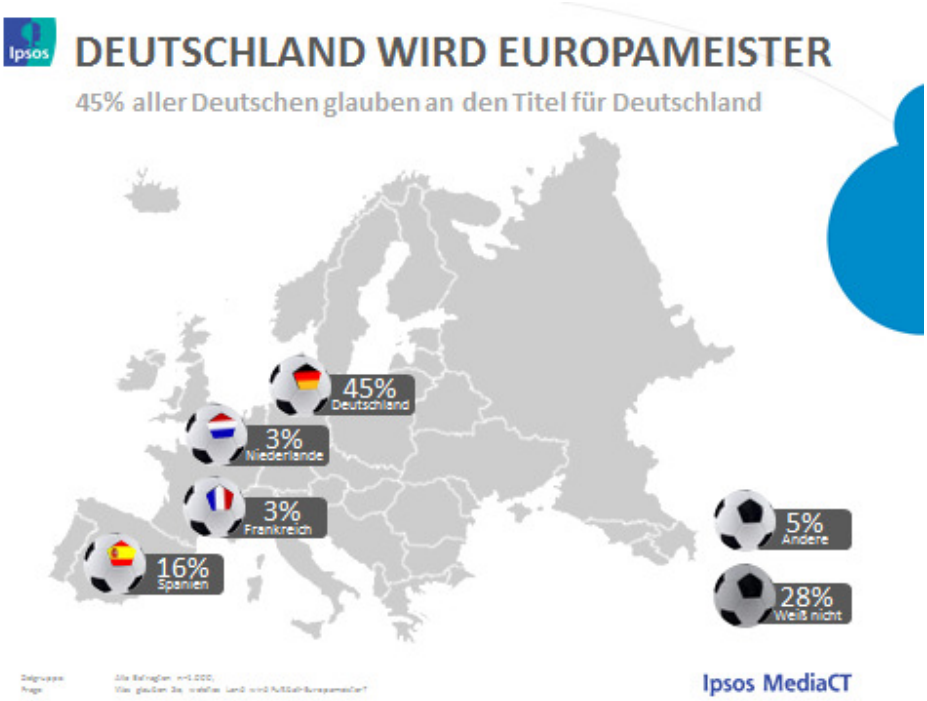
Die Fußball-Europameisterschaft ist ein Gruppenerlebnis

Gemeinsam mit Freunden, Bekannten und Kollegen, zuhause, in Gaststätten oder beim Public Viewing, das sind die typischen Orte, an denen man die Europameisterschaft verfolgen wird. Lediglich sechs Prozent geben an, dass sie die Spiele bei der Arbeit bzw. im Büro anschauen werden.

Erwartungsgemäß spielt die technische Ausstattung des Haushalts eine Rolle, wie stark man das Turnier zuhause vor dem eigenen Fernseher verfolgt. Besitzer von 3D-Fernsehern sind tendenziell öfter alleine zuhause vor dem eigenen Fernseher als der Bundesdurchschnitt. Wer keinen Fernseher im Haushalt besitzt, lässt sich davon nicht abhalten, die Europameisterschaft zu verfolgen. Gemeinsam mit Freunden oder beim Public Viewing werden zumindest die wichtigsten Spiele verfolgt.

Presse-Information

Bundesweit betrachtet erscheint die Nutzung mobiler bzw. internetgebundener Dienste zum Anschauen der Spiele mit sechs Prozent eher gering zu sein, jedoch fällt der Anteil mit 13 Prozent bei Besitzern von Smartphones und Tablets deutlich höher aus. Jeder dritte Nutzer von MobileTV-Lösungen, d.h. ca. drei Prozent aller Deutschen, gibt an, die Spiele der Europameisterschaft auch auf einem mobilen Endgerät verfolgen zu wollen.



Presse-Information

Steckbrief:
Die Ergebnisse stammen aus einer Kooperation von Ipsos Observer mit dem Ipsos MediaCT-Tracker, der vom 30. Mai bis 05. Juni 2012 durchgeführt wurde. Der MediaCT-Tracker ist eine monatliche Telefonumfrage im Ipsos Observer Omnibussystem zum Thema Medien und Technologien, die repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren mit einer Stichprobe von 1.000 Personen im Auftrag von Ipsos MediaCT durchgeführt wird.

Über Ipsos, Ipsos MediaCT und Ipsos Observer:
Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Dienstleistungsunternehmen, das weltweit Services rund um die Markt- und Meinungsforschung anbietet. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in sechs Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Seit Oktober 2011 gehört Synovate zu Ipsos. Damit sind wir in 84 Ländern auf allen Kontinenten vertreten und in Deutschland und weltweit nach Umsätzen das drittgrößte Marktforschungsinstitut.

Der Forschungsbereich **Ipsos MediaCT** bietet die Kompetenz für die konvergierenden Bereiche Media, Content und Technology. Damit verbindet Ipsos MediaCT das Marktforschungswissen mit tiefreichenden Branchenkenntnissen der Bereiche Medien, Inhalte, Telekommunikation und Technologien.
Eine weitere Säule von MediaCT ist die Sponsoring- und Event-Forschung. Seit über 20 Jahren ist die Ipsos Sponsoring- und Eventforschung strategischer Partner von Sponsoren, Vermarktern, Agenturen, Veranstaltern oder Vereinen und Verbänden.

Der Forschungsbereich **Ipsos Observer** steht für B-Q-C „Better-Quicker-Cheaper“ und hat immer die richtige Antwort auf Ihre Fragen. Ipsos Observer hat den Zugang zu allen relevanten Zielgruppen und Märkten national und international, BtC oder BtB. Für jedes Untersuchungsziel finden wir den passenden Ansatz. Wir befragen bevölkerungsrepräsentativ oder Nischen-Zielgruppen. Wir bedienen uns standardisierter Tools oder erarbeiten exklusive Designs für Sie, online oder offline und national oder international. Unser Leistungsspektrum wird abgerundet durch unser Omnibussystem. Unsere nationalen und internationalen Omnibusse bringen Sie mehrmals wöchentlich, schnell und zielsicher zu Ihren Zielgruppen!

Kontakt:

Ipsos MediaCT
Alper Aslan
Sachsenstrasse 6
20097 Hamburg
Tel. 04542 – 801 294
Alper.Aslan@ipsos.com

Ipsos Observer
Sigrid Möller
Papenkamp 2-6
23879 Mölln
Tel. 04542 – 801 223
Sigrid.moeller@ipsos.com