



OVK-Trendstudie Fußball-EM 2024

Interesse und Verhalten der Online-
Nutzerinnen und -Nutzer

Mai 2024

Vorwort

In wenigen Wochen findet das Eröffnungsspiel der Fußball-EM Deutschland gegen Schottland in München statt. Ist Deutschland bereits im EM-Fieber? Und wie wirkt sich das Sportereignis auf die Stimmung und das Verhalten der Deutschen aus? Diese und weitere Fragen beleuchtet der vorliegende Bericht.

In einer Trendbefragung im Rahmen der 17. Welle des Online-Vertrauens-Kompass hat der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. rund 3.000 Internet-Nutzende zum Thema „Fußball-EM“ befragt und legt die Ergebnisse hiermit vor.

Die Befragung wurde im April 2024 durchgeführt. Befragt wurden Nutzer*innen digitaler Medien-Angebote. Die Ergebnisse sind online-repräsentativ nach Geschlecht, Alter und Bildung (Studiensteckbrief siehe Seite 11).

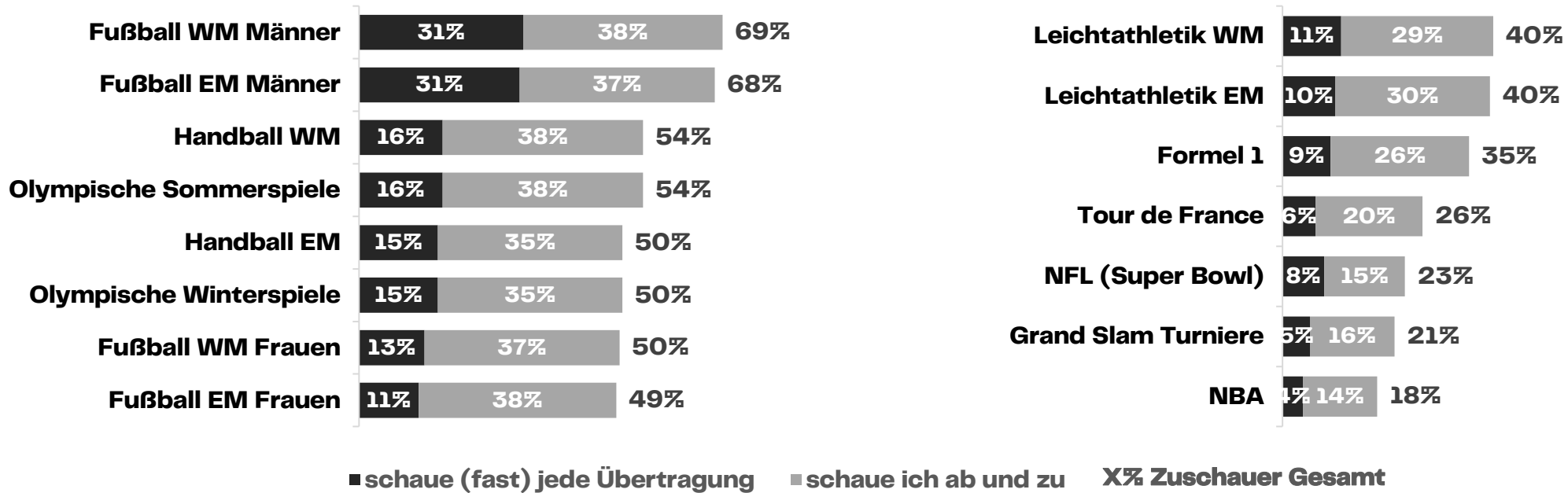


Management Summary

- Die Fußball-Weltmeisterschaft und die Fußball-Europameisterschaft der Männer sind die Sportereignisse mit den meisten Interessenten: Über zwei Drittel der Online-Nutzerinnen und Nutzer verfolgen Spiele der Fußball-Welt- (70 Prozent) oder –Europameisterschaften (68 Prozent) der Männer mindestens ab und zu. Werbung in Umfeld der Berichterstattung trifft auf eine große Zielgruppe.
- Die 68 Prozent aller Befragten, die mindestens ab und zu Spiele der Fußball-EM der Männer schauen, bilden die Gruppe der Fußball-EM-Interessierten, die dieser Bericht näher beleuchtet.
- Vier von zehn Fußball-EM-Interessierten können den Beginn des Turniers zum Zeitpunkt der Befragung im April 2024 kaum erwarten, sie sind Fußball-EM-Enthusiasten.
- Ein großer Teil aller Fußball-EM-Interessierten und insbesondere der Enthusiasten freut sich schon jetzt darauf, sich von der positiven Stimmung und Energie, der Lebensfreude und dem Sportsgeist begeistern zu lassen. Werbliche Maßnahmen im Umfeld der Berichterstattung werden sicherlich von diesen Emotionen profitieren.
- Zwei von drei Fußball-EM-Interessierten haben schon einmal Fanartikel gekauft. Mit Trikots, Caps, Schals oder ähnlichen Produkten zeigen Fans gern, welches Team sie favorisieren, zwischen 36% und 53% haben schon einmal entsprechende Artikel gekauft. Fahnen und Sticker werden von 31 Prozent aller EM-Interessierten und 41 Prozent der Enthusiasten erworben. Einer von vier Interessierten und fast jeder Dritte Enthusiast hat Sammelkarten oder-alben. Etwa jeder fünfte Fan kauft EM-Editionen von Produkten.

Fußball-WM und -EM der Männer sind die Sportereignisse mit den meisten Interessenten

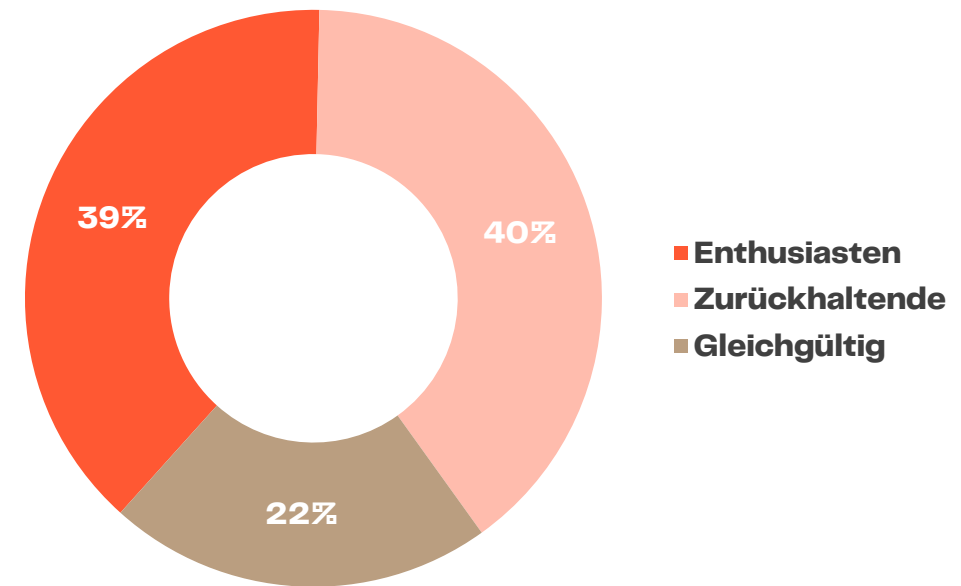
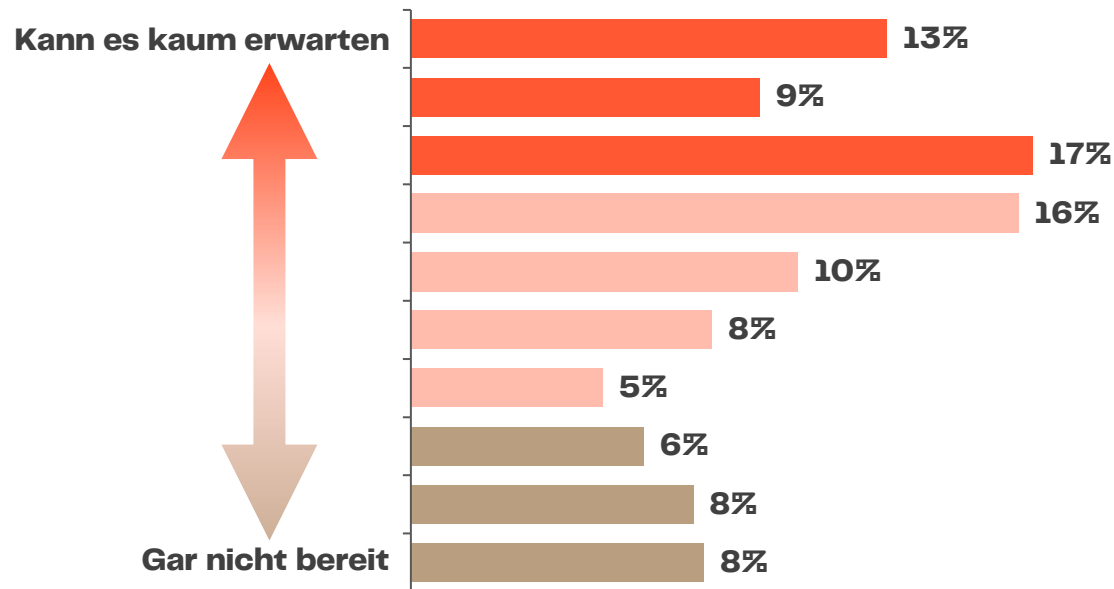
Über zwei Drittel der Online-Nutzerinnen und Nutzer verfolgen Spiele der Fußball-Welt- oder -Europameisterschaften der Männer mindestens ab und zu. Etwa die Hälfte oder mehr interessieren sich auch für entsprechende Meisterschaften im Frauen-Fußball, für Handball und für Olympische Spiele. Auf den folgenden Seiten werden die 68% der Nutzenden, die sich für die Fußball-EM der Männer interessieren, genauer beleuchtet.



4 von 10 Fußball-EM-Interessierten können den Beginn des Turniers kaum erwarten

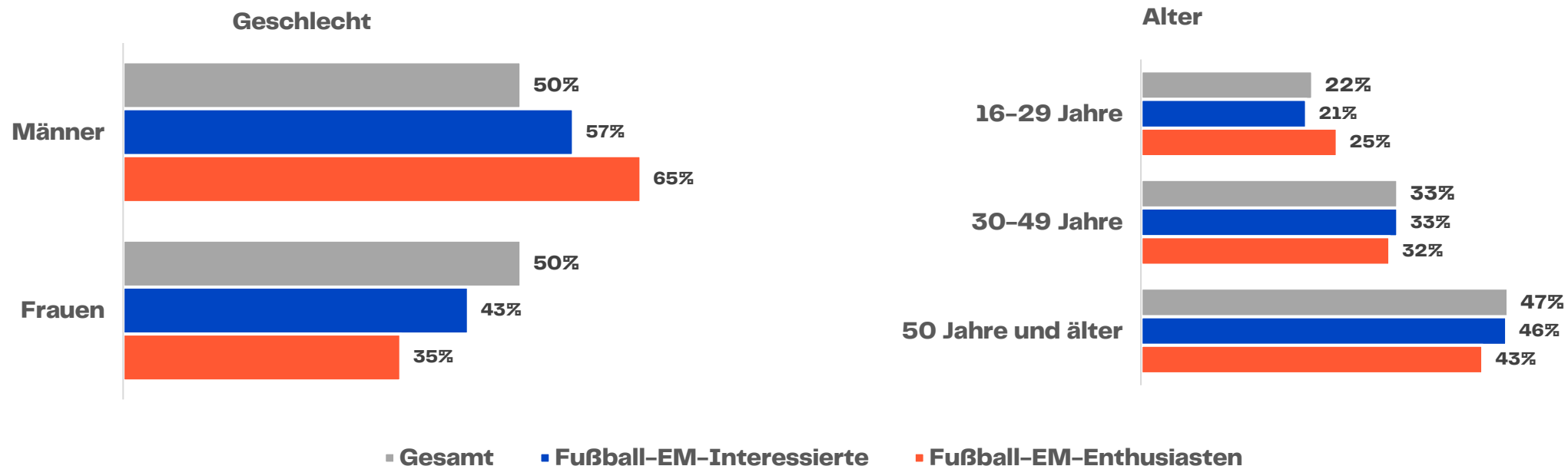
Zum Zeitpunkt der Befragung im April 2024 freuen sich bereits 39 Prozent der Fußball-EM-Interessierten auf das Fußballfest im eigenen Land. 40 Prozent sind noch zurückhaltend und 22 Prozent sind noch nicht bereit. Kommunikationsmaßnahmen der Veranstalter und Sponsoren werden sicherlich auch diese Nutzerinnen und Nutzer aktivieren.

Interessierte Fußball-EM der Männer: Wie bereit sind Sie für das internationale Fußballturnier?



Die Fußball-EM spricht Menschen aller Altersgruppen an, auch Frauen zeigen Interesse

Die Fußball-EM-Interessierten und insbesondere die Enthusiasten, die den Beginn kaum erwarten können, sind zum größeren Teil männlich, aber etwas mehr als ein Drittel der Enthusiasten ist weiblich. Die Verteilung über die Altersgruppen entspricht in etwa dem Durchschnitt, unter den Fußball-EM-Enthusiasten sind jüngere Menschen etwas häufiger vertreten.



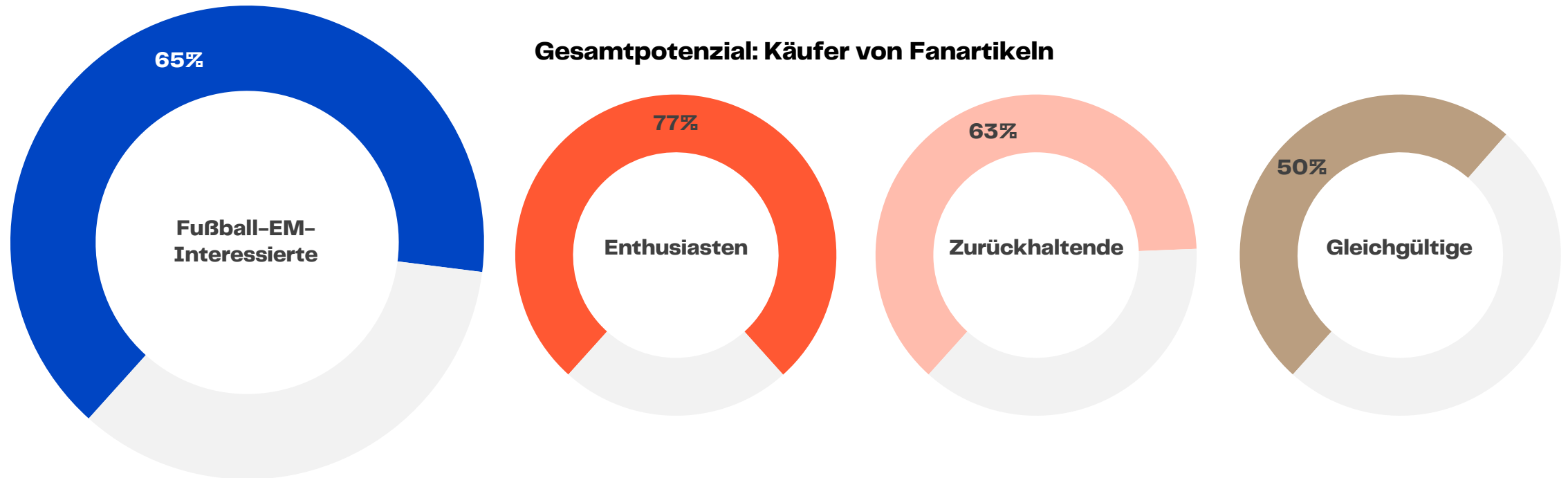
Die Fans freuen sich auf die positive Stimmung und Lebensfreude des Fußball-Turniers

Die Kraft der Emotionen: Die Fußball-EM-Interessierten und insbesondere die Enthusiasten freuen sich schon jetzt darauf, sich von der positiven Stimmung und Energie, der Lebensfreude und dem Sportsgeist begeistern zu lassen. Sie glauben, dass die positive Stimmung uns als Gesellschaft und der Fan-Tourismus Deutschland als Reiseland gut tun wird. Sie lassen sich von der Stimmung anstecken und identifizieren sich mit ihrem Team. Ungefähr die Hälfte läßt sich motivieren, selbst wieder mehr Sport zu treiben.



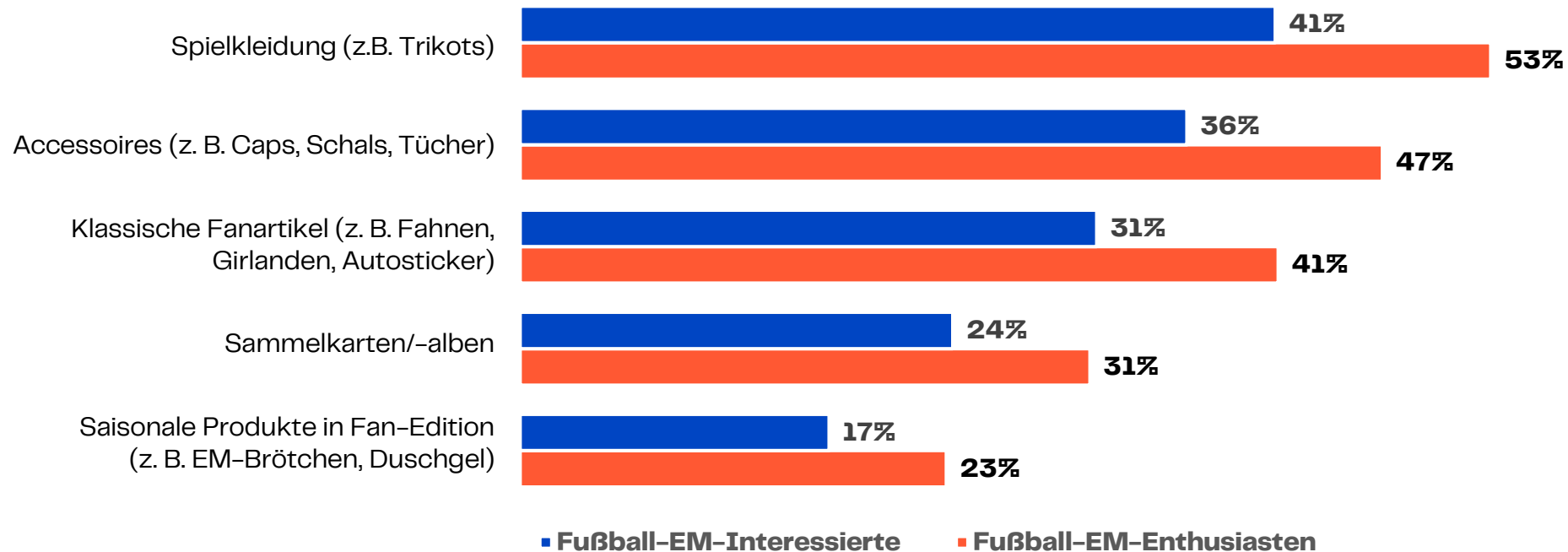
Zwei von drei Fußball-EM-Interessierten haben schon einmal Fanartikel gekauft

65 Prozent aller Fußball-EM-Interessierten und mehr als drei Viertel der Fußball-EM-Enthusiasten haben schon einmal Fanartikel gekauft. Auch aus der Gruppe der Gleichgültigen, die zum Zeitpunkt der Befragung noch gar nicht in EM-Stimmung waren, hat die Hälfte schon einmal Trikots, Fahnen, Sticker oder ähnliche Artikel gekauft.



Bekleidung und Accessoires sind die beliebtesten Fanartikel

Mit Trikots, Caps, Schals oder ähnlichen Produkten zeigen Fans gern, welches Team sie favorisieren, zwischen 36% und 53% haben schon einmal entsprechende Artikel gekauft. Fahnen und Sticker werden von 31% aller EM-Interessierten und 41% der Enthusiasten erworben. Einer von Vier Interessierten und fast jeder Dritte Enthusiast hat Sammelkarten oder -alben. Etwa jeder fünfte Fan kauft EM-Editionen von Produkten.





Studiensteckbrief



Studiensteckbrief

Der Online-Vertrauens-Kompass des Online-Vermarkterkreises (OVK) untersucht quartalweise das Vertrauen in die Werbeträger-Kategorien OVK-Angebote, Social Media und News Aggregatoren. In bisher 17 Wellen wurden jeweils 37 digitale Angebote analysiert:

- Onlinebefragungen
- Stichprobe: Nutzer*innen digitaler Angebote; Personen zwischen 16 und 85 Jahren; 100% Onliner (Nutzung Internet an einem stationären oder mobilen Endgerät); mindestens 1 der 37 abgefragten Angebote genutzt
- Den Teilnehmer*innen werden jeweils zufällig max. 3 der von ihnen genutzten Angebote zur Detailbewertung vorgelegt.
- Gewichtung: Online-repräsentativ nach Geschlecht, Alter und Bildung für Gesamt und in der Detailbewertung je Angebot nach b4p.
- Welle 17: April 2024 (08.04. – 15.04.) mit n = 2.998 Fällen
- Durchführendes Institut: DCORE
- Feldinstitute: respondi/bilendi, horizoom

Studiensteckbrief

Feldzeiten und Fallzahlen – Die Befragung wird jeweils im ersten Monat eines Quartals durchgeführt:

- Welle 9: April 2022 (04.04.–15.04.) mit n = 3.048 Fällen
- Welle 10: Juli 2022 (11.07.–19.07.) mit n = 3.034 Fällen
- Welle 11: Oktober 2022 (10.10.–19.10.) mit n = 2.996 Fällen
- Welle 12: Januar 2023 (23.01.–31.01.) mit n = 3.000 Fällen
- Welle 13: April 2023 (11.04. – 19.04.) mit n = 3.000 Fällen
- Welle 14: Juli 2023 (10.07. – 21.07.) mit n = 3.000 Fällen
- Welle 15: Oktober 2023 (09.10. – 19.10.) mit n = 3.000 Fällen
- Welle 16: Januar 2024 (15.01. – 25.01.) mit n = 3.000 Fällen
- Welle 17: April 2024 (08.04. – 15.04.) mit n = 2.998 Fällen



THANK YOU!