

Die Deutschen im Fußballfieber: „Zu Gast bei Freunden“ wird wörtlich genommen

WM-Dörfer, Gastronomie-Meilen und Ladenöffnungszeiten bis 22.00 Uhr: Die Fußball WM 2006 kann zum Open-Air-Festival in Deutschland werden und die Alltagsgewohnheiten der Deutschen verändern: „Out“ ist „in“! Vom 9. Juni an spielt sich die Konsum- und Freizeitszene draußen vor der Tür oder um die Ecke ab. Jeder neunte Bundesbürger (11,5%) will das Wir-Gefühl live mit anderen vor der Großbildleinwand miterleben. Fast genauso viele (10,7%) entdecken die Kneipe als Gemeinschaftserlebnis bei Fußballübertragungen wieder. Mehr als die Hälfte der Bevölkerung (54,0%) will sich die Spiele mit Freunden ansehen, 44 Prozent im Familienkreis. Dies geht aus einer aktuellen Repräsentativbefragung des BAT Freizeit-Forschungsinstituts hervor, in der bundesweit 2.000 Personen ab 14 Jahren danach befragt wurden, wo und mit wem sie die Spiele der Fußballweltmeisterschaft anschauen wollen.

„Die Deutschen nehmen die WM-Werbung ‚Die Welt zu Gast bei Freunden‘ wörtlich: Sie schauen die WM-Spiele lieber gemeinsam mit Freunden als mit dem Partner oder der Familie“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Wissenschaftliche Leiter des Instituts. „Auch ein Comeback der netten Nachbarn steht bevor: Jeder siebte Fußballbegeisterte lädt Nachbarn ein oder lässt sich einladen.“

FUßBALLBEGEISTERUNG IN GRENZEN: JEDER VIERTE BUNDESBÜRGER INTERESSIERT SICH ÜBERHAUPT NICHT DAFÜR

Gut ein Viertel der Bevölkerung (27,8%) will von dem sportlichen Mega-Event in Deutschland wenig wissen: „Interessiert mich nicht“ sagen 34 Prozent der Frauen und 21 Prozent der Männer. „Die WM-Muffel werden sich anderen Dingen zuwenden oder als Couch-Potatoes Alternativprogramme im Fernsehen anschauen“, so Dr. Ulrich Reinhardt, der Projektleiter der BAT WM-Studie. Bemerkenswert ist auch dies: Fast jeder fünfte Fußballfan (19,4%) will das Ereignis möglichst „allein“ genießen und während der Übertragung von niemandem gestört werden – auch nicht von dem eigenen Partner. Beim Fußball hat die Zweisamkeit offensichtlich ihre Grenzen: Fast jeder fünfte Fan in einem Zwei-Personen-Haushalt (17,7%) schließt sich regelrecht während der TV-Übertragung im Zimmer ein.

Herausgeber

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH
Alsterufer 4
20354 Hamburg

Wissenschaftlicher Leiter

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

Kontakt

Dr. Ulrich Reinhardt
Telefon (040) 4151-2448
www.bat.de
freizeitforschung@bat.de

LIVE IM STADION – MÄNNER DOPPELT SO OFT DABEI WIE FRAUEN

Ein Spiel der WM live im Stadion mitzerleben, bleibt für viele Fußballfans ein Traum. Nur eine Minderheit der Deutschen (3,4%) gibt derzeit an, ein Ticket für die Spiele erworben zu haben. Reinhardt: „Dieses sind hochgerechnet über zwei Millionen, was etwa Zweidrittel aller Eintrittskarten entspricht. Hierbei entfallen doppelt so viele Karten auf Männer (4,6%) wie auf Frauen (2,3%) - ein Verhältnis, das im Bundesligaalltag noch extremer ausfällt“. Bei Ticketpreisen bis zu 600 Euro muss man sich eine Karte aber auch leisten können. Mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen steigt auch der Anteil der Karteninhaber. Innerhalb der Altersstruktur liegt der Anteil der jüngeren Stadiongänger (bis 34 Jahre: 6,2%) deutlich über dem der älteren Zuschauer (über 55 Jahre: 2,0%).

WÄHREND DER ARBEIT ODER IM URLAUB – FUßBALL WIRD ÜBERALL GESEHEN

Eine repräsentative Untersuchung des BAT Freizeit-Forschungsinstituts hatte bereits im Februar 2006 ergeben, dass nur etwa jeder zehnte Deutsche (9,7%) während der Fußballweltmeisterschaft verreisen will. Die Annahme, diese Urlauber würde die WM nicht interessieren, erweist sich als falsch. Fast zwei Drittel von ihnen wollen auch zwischen Sonne, Strand und Meer die Spiele im Fernsehen verfolgen. Und wer arbeiten muss, will deshalb nicht auf das Mitfiebers verzichten. Immerhin 3,3 Prozent planen – meistens gemeinsam mit Kollegen – die Arbeit ruhen zu lassen und das Geschehen am Bildschirm zu verfolgen. Viele Arbeitgeber stellen Bildschirme auf und planen Events. Vielleicht kann hierdurch die Zusammengehörigkeit gestärkt, der Krankenstand reduziert und auch sichergestellt werden, dass der Chef die Spiele nicht alleine im Büro anschaut.