

+++ Pressemitteilung vom 08. Juni 2010 +++

Fußball in der Werbeansprache

Mehrheit der Deutschen von König Fußball in der Werbung bereits genervt

Köln, 08. Juni 2010. Köln Nicht nur die offiziellen Partner der DFB-Elf nutzen derzeit alle Möglichkeiten, das Thema Fußballweltmeisterschaft kommunikativ in ihre Werbeansprache einzubinden, auch diverse andere Firmen springen auf den Zug auf. Während einige Werbeschaffende dafür sogar so weit gehen, bereits verstorbene Fußball-Legenden per Mausclick wiederaufstehen lassen, begnügt sich die Mehrzahl der TV-Spots, Anzeigen und Plakate mit diversen WM-Aktionen und WM-Gewinnspielen. Das Problem dabei: Die Deutschen zeigen sich schon vor Beginn der WM mehrheitlich genervt von der Omnipräsenz des Themas Fußball, zumindest in der Werbeansprache. Dies ergab eine aktuelle Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov unter 1000 befragten Bundesbürgern ab 18 Jahren. Diese wurden hierfür im Juni 2010 befragt.

55 Prozent aller Befragten sind demnach bereits genervt und finden, die Themen Fußball und Weltmeisterschaft tauchten zu oft in der Werbung auf. 59 Prozent aller befragten Frauen, aber auch mehr als jeder zweite Mann (51%) teilt derzeit diese Meinung. Vor allem die älteren Semester zeigen sich vom Fußball-Hype genervt: Annähernd zwei Drittel aller Befragten aus der Altersgruppe der über 50-Jährigen geben an, sie fühlten sich mit dem Thema überfrachtet, in den Altersgruppen der 30 bis 39 und 40 bis 49-Jährigen ist das Verhältnis etwa 50:50. Die unter 30-Jährigen sind noch am ehesten aufnahmebereit für eine fußball-orientierte Werbeansprache. Unter den 18 bis 20-Jährigen und unter den 20 bis 29-Jährigen klagen jeweils nur etwa zwei von fünf Befragten über ein Zuviel an Fußball in der aktuellen Werbeansprache.



+++ +++ +++

Über YouGov Panel Deutschland:

Das YouGov Panel Deutschland erfragt regelmäßig die Meinung der Deutschen zu unterschiedlichsten Themen aus Politik, Wirtschaft, Sport und Zeitgeschehen. Ähnliche Befragungen führt YouGov in Großbritannien, den USA, Skandinavien, Russland, Polen, Kanada, dem Baltikum und dem Nahen Osten durch. In Deutschland wird das YouGov Panel vom Marktforschungs-Institut YouGovPsychonomics betrieben.

Weitere Informationen finden Sie unter <https://my.yougov.de>.

Über YouGov:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe aktuell Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland, Österreich und dem Nahen Osten. Darüber hinaus betreibt YouGov weitere Meinungs-Communities in Russland, Polen, Kanada und im Baltikum. In Deutschland wird YouGov durch das Marktforschungsinstitut YouGovPsychonomics vertreten.

Weitere Informationen finden Sie unter www.yougov.com.

Pressekontakt:

YouGovPsychonomics AG

Simon Wolf

Tel.: +49 0221 / 42061 - 596

E-Mail: simon.wolf@psychonomics.de