Expensive Football Summer: World Cup will cost German fans 136 euros each

9 in 10 men and three quarters of the women will watch the World Cup. 17 per cent will invest in new electronic equipment – in average about 376 euros. Nerve-wrecking WC: 1 in 4 smokers will smoke more - but 11 per cent of football fans want to watch their health during the WC.

- 9 von 10 Männern und drei Viertel der Frauen wollen sich die WM anschauen
- 17 Prozent investieren in neue Technik – durchschnittlich rund 376 Euro
- WM zehrt an den Nerven: Jeder vierte Raucher raucht mehr
- Allerdings: 11 Prozent wollen während WM auf Gesundheit achten

Berlin, 11. Juni 2014. Bier, Snacks & Fähnchen: Was kostet die WM den deutschen Fan? 136 Euro wird der fußballbegeisterte Deutsche durchschnittlich während der Weltmeisterschaft in Brasilien zusätzlich ausgeben, wie deals.com (http://www.deals.com), das Portal für kostenlose Gutscheine und Rabatte, in einer aktuellen Studie herausfand. Das stolze Sümmchen setzt sich zusammen aus: Kosten für Getränke zu Hause (durchschnittlich 34 Euro) und außer Haus (im Schnitt 21 Euro), Essen zu Hause (im Schnitt 42 Euro) und außer Haus (im Schnitt 20 Euro), WM-Outfit (im Schnitt elf Euro) und Fanartikel (im Schnitt acht Euro). Kein Wunder also, dass nur sechs Prozent beim Kauf eines Fußballtrikots darauf achten, dass es auch tatsächlich das Original ist – so lassen sich wenigstens ein paar Euro sparen.

17 Prozent der Deutschen planen zur WM zudem die Anschaffung neuer technischer Geräte: Jeder fünfte Mann will sich einen neuen Fernseher, Beamer oder eine Heimkinoanlage zulegen. Das WM-taugliche Multimedia-Erlebnis darf dabei rund 376 Euro kosten.

Die Hälfte der Deutschen freut sich auf WM nonstop – Berliner vorneweg

Die Fußballbegeisterung der Deutschen kennt zur WM 2014 keine Grenzen. Neun von zehn Männern und drei Viertel der Frauen wollen sich die WM (zumindest in Teilen) anschauen. Jeder Zweite will sogar alle oder die meisten Spiele gucken – und das trotz spätnächtlicher Spielanpfiffe. Jeder zehnte Mann und jede fünfte Frau gibt sich hingegen mit den Partien zufrieden, bei denen die deutsche Mannschaft antritt. Doch nicht nur bei den Geschlechtern, sondern auch zwischen den Bundesländern sind Unterschiede bei der Fußballbegeisterung auszumachen: Während sich in Berlin jeder Vierte (24 Prozent) alle Spiele ansehen will, dominieren in anderen Regionen die Fußballmuffel. In Hessen, Hamburg, Bremen und Rheinland-Pfalz können sich je nur sechs Prozent wirklich für jedes Spiel begeistern.

WM steigert Laster: Jeder Vierte Raucher raucht mehr

Zur WM befindet sich die Nation im Ausnahmezustand – das gilt auch für die typischen Partylaster: Jeder vierte Raucher gibt an, während der Weltmeisterschaft mehr zu rauchen als sonst. Dem Alkohol ist vor allem das starke Geschlecht mehr zugewandt: 17 Prozent der Herren gaben an, während dieser Tage mehr zu trinken, bei den Frauen sind es noch 13 Prozent. Während die einen im Fußballrausch ihren Alkohol- und Zigarettenkonsum kräftig steigern, wollen die anderen bei der diesjährigen WM ein wenig mehr auf gesunde Ernährung achten: Elf Prozent haben vor, während der WM mehr Gemüse und weniger Chips zu essen.

Zur Umfrage:

Die Studie wurde von deals.com im Mai 2014 unter 530 Befragten aus Deutschland durchgeführt. Alle Ergebnisse der Umfrage sind unter folgendem Link einzusehen: http://www.deals.com/fussball-weltmeisterschaft-umfrage-ergebnisse.

Über deals.com

deals.com bietet auf einer Plattform übersichtlich und tagesaktuell Gutscheine und Rabatte von über 1.500 Online-Händlern. Markenartikel aus zahlreichen Branchen wie Mode, Elektronik, Restaurants oder Reisen können mit Hilfe von Gutscheincodes, Rabattangeboten oder anderen Aktionen sofort günstiger erworben werden. deals.com ging im Mai 2012 an den Start und hat seinen Hauptsitz in Berlin. deals.com gehört zu RetailMeNot, Inc., dem weltweit größten Marktplatz für digitale Gutscheine. RetailMeNot, Inc. wurde 2009 in Austin, Texas (USA), gegründet und betreibt neben deals.com führende Gutscheinportale in den USA und Kanada (RetailMeNot), UK (VoucherCodes), den Niederlanden (Actiepagina) und Frankreich (Bons-de-Reduction, Poulpeo und ma-Reduc). RetailMeNot, Inc. ging im Juli 2013 an die Börse und ist an der NASDAQ unter dem Kürzel „SALE“ gelistet.

Pressekontakt deals.com

Juliane Saleh-Büttner

presse@deals.com

PR-Agentur deals.com

markengold PR

Katarzyna Rezza Vega / Christof Wisniewski

Münzstr. 18

10178 Berlin

Tel: +49 (0)30 – 219 159 60

Fax: +49 - 30 - 219 159 - 69

deals.com@markengold.de

---

https://retailmenot.mediaroom.com/dealscom-world-cup