



IDH Konsumentenreport: Über die Hälfte der Deutschen freut sich auf die Fußball-Europameisterschaft

- **Der Handel trägt seinen Teil zur EM-Begeisterung bei**
- **Wer die EM verfolgt, tut dies vor allem mit Freunden und Familie, Pils und vielerorts auch vegetarischen Produkten auf dem Grill**
- **52 Prozent trauen Deutschland den Titel zu**

Berlin, 07. Juni 2021 – Die Initiative Digitale Handelskommunikation (IDH), angeführt von Bonial, Markt guru und Offerista, veröffentlicht heute ihren vierteljährlichen Konsumentenreport für das zweite Quartal 2021. Anlässlich der ab 11. Juni stattfindenden Fußball-Europameisterschaft, offiziell “UEFA Euro 2020”, wird der Report in diesem Quartal vorgezogen. Vom 28. Mai bis 2. Juni wurden bundesweit 5.124 Personen befragt. Ziel war es, herauszufinden, wie sich die Menschen im Land über Angebote des Handels informieren und ob die EM ihren Konsum beeinflusst. Mit diesem aktuellen Lagebild können Industrie, Politik und Verbände besser verstehen, wie die Kommunikation des stationären Einzelhandels wahrgenommen wird.

Wichtigste Erkenntnis: Langsam kommt das Land in Fahrt. Über die Hälfte der Befragten gaben an, dass sie sich auf die Fußball-Europameisterschaft freuen. Fast ein Viertel der EM-Begeisterten nehmen die Europameisterschaft sogar zum Anlass, um etwa Fernseher, Fanartikel oder spezielle Lebensmittel zu kaufen. Danach gefragt, was während eines Fußballspiels nicht fehlen darf, antworteten 64 Prozent Familie und Freunde, mit denen man das Spiel verfolgt. Bier, Chips und ein großer Fernseher sind ebenfalls wichtige “Zutaten”. Zum Spiel trinkt fast die Hälfte der Befragten gerne Pils, gefolgt von Bier-Mixgetränken und Weizen. Beim Grillen zeigt sich über die Hälfte offen für Vegetarisches wie Gemüse, Grillkäse und vegane Würste. Für 19 Prozent der Befragten ist Thomas Müller ihr Lieblingsspieler. Unser Torwart Nr. 1 – Manuel Neuer – kommt bei der Beliebtheit mit 16 Prozent auf den 2. Platz. Allerdings gaben 34 Prozent an, gar keinen Lieblingsspieler zu haben. Ganz klar ist den Befragten, wer Europameister wird. Über die Hälfte antwortet hier: Deutschland! Frankreich und Spanien trauen 19 beziehungsweise 12 Prozent zu, die EM für sich zu entscheiden.

Der quartalsweise erscheinende IDH-Konsumentenreport untersucht zudem auch immer, wie sich die Verbraucher über Angebote des Handels informieren. Für etwas über die Hälfte der Befragten haben digitale Angebote die gedruckten Prospekte bereits ersetzt. 55 Prozent sagen sogar, dass sie gedruckte Prospekte im Vergleich zu digitalen als “unnötige Umweltbelastung empfinden”. Doch es gibt einen harten Kern von Print-Fans unter den Befragten. 45 Prozent informieren sich auch mittels gedruckter Medien wie Beilagen und Prospekte. Druck hat somit weiterhin seine Berechtigung, die Vorteile der digitalen Handelskommunikation werden jedoch immer bedeutender.

Dr. Marc-Etienne Geser, Geschäftsführer des Portals markt guru und Mitinitiator der Initiative Digitale Handelskommunikation, kommentiert: „Das EM-Fieber steigt und Hersteller und Handel tragen ihren Teil dazu bei. Besondere Aktionen kommen bei den Konsumenten zunehmend über Online-Kanäle gezielt an. Gleichzeitig gibt es einen kleinen aber treuen Fanblock für gedruckte Angebote.“



PRESSEMITTEILUNG

Eine **Infografik** zum aktuellen Konsumentenreport finden Sie hier:

https://drive.google.com/file/d/10pepU_evzsCv26iILDndVQrMNzcyq8d6/view?usp=sharing

Weiteres **Pressematerial** (inklusive anderer Dateiformate der Infografik) finden Sie hier:

https://drive.google.com/drive/folders/1pTePJOv80LCXzhF_p1lwlf6uFHdOZxI3?usp=sharing

Über die IDH

Die Initiative Digitale Handelskommunikation, kurz IDH, ist eine Initiative führender Anbieter im Bereich der digitalen Handelskommunikation. Sie wurde im Jahr 2021 ins Leben gerufen. Die Initiatoren der IDH sind die zur Axel Springer SE gehörende Bonial GmbH mit Sitz in Berlin, die zu Seven.One Entertainment Group gehörende markt guru Deutschland GmbH mit Sitz in München und die in Berlin gegründete Offerista Group GmbH. Ziel der Initiative ist es, das Thema digitale Handelskommunikation als zukunftsweisenden Industriezweig breiter in die öffentliche Wahrnehmung zu bringen. Dazu analysiert und beobachtet die IDH den Markt und steht als Informationsquelle auch anderen Marktteilnehmern sowie Verbänden, Politik und Medien zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation>

Kontakt

IDH - Initiative Digitale Handelskommunikation

% VONROEDER COMMUNICATIONS | Belforter Str. 29 | D-10405 Berlin

idh@vonroeder-communications.com

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation/>