



GERMAN CONSULTING GROUP

WM 2006 - Stimmungsbild Deutschland -

Wie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen, das Image der Deutschen und der Brand "Made in Germany" im Jahr der WM eingeschätzt. Ein Bild zur Stimmung und Lage in Deutschland wenige Wochen vor der Weltmeisterschaft.

**Befragung beweist:
Deutsche erwarten mehr als nur Tore zur WM
Kein Finale – kein Imagegewinn**



Mai 2006 - Diese Studie könnte unsere Nationalkicker wirklich nervös machen... Eine repräsentative Befragung der German Consulting Group unter 580 Bundesbürgern hat ergeben, dass von unseren Fußballern weit mehr erwartet wird, als „nur“ Tore zu schießen. 48 % der Deutschen sind davon überzeugt, dass es nicht ausreicht, die WM im eigenen Land zu haben, um das Image deutscher Produkte international zu verbessern und die Wirtschaft anzukurbeln. Vielmehr sei dies direkt abhängig davon, ob die Deutschen nicht „wenigstens“ das Finale erreichen.

Immerhin 53 % gehen davon aus, dass allein Deutschland als Austragungstätte für einen Imagegewinn des Brands „Made in Germany“ im Ausland sorgen wird. Nur 8 % gaben an, dass das internationale Image deutscher Produkte nichts mit der Fußball-WM zu tun hat.

Besonders hoch sind die Erwartungen in Ostdeutschland. Nur 39 % geben an, dass alleine Deutschland als Gastgeberland einen Imagegewinn für Deutschland bedeute (Westdeutschland 52 %). 52 % im Osten des Landes (Westen 41 %) sagen: „Das kommt allein auf das Abschneiden der Nationalmannschaft an“.

Sollte Deutschland Weltmeister werden, geht die Mehrzahl der Deutschen (65 %) davon aus, dass dies entscheidend zum wirtschaftlichen Aufschwung beiträgt und eine euphorische Stimmung auslöst. Erreichen die Kicker nicht wenigstens das Finale, stimmen dieser Aussage nur noch 42 % der Befragten zu.

Eins hat die WM schon vor Beginn bewirkt. Das Nationalbewusstsein der Deutschen scheint deutlich gestiegen zu sein. 80 % der Deutschen identifizieren sich mit den „Du bist Deutschland“- und „Die Welt zu Gast bei Freunden“-Kampagnen. 47 % der Befragten gaben an, sich bereits für die Weltmeisterschaft mit Fanartikeln wie Deutschlandfahnen, schwarz-rot-goldenen Schals, oder T-Schirts mit Bundesadler ausgestattet zu haben oder dies noch zu planen. Mit 74 % haben beim Kaufrausch hier übrigens die Männer die Nase vorn. Diese Freude kann nach eigenen Angaben jedoch ziemlich schnell wieder zu Ende sein.

Denn 55 % der Befragten gaben zu, dass ein schlechtes Abschneiden der deutschen Mannschaft bei der Fußball-WM das persönliche Selbstwertgefühl negativ beeinflussen würde. 72 % der Männer und 37 % der Frauen nehme demzufolge das Abschneiden der Nationalmannschaft persönlich.

Gefragt wurde zum Glück nicht nach dem Zusammenhang zwischen Politik und dem Abschneiden der deutschen Nationalmannschaft. Ein Vorschlag, dass ein Tor bei der WM automatisch einen Sitz im Bundestag für den Schützen bedeutet, bleibt demnach ein Gerücht.

Kontakt:

German Consulting Group
Oliver Wontke

Tel.: 0721.94549910
Fax: 0721.4067037
Mail: Oliver.Wontke@gcg.ag

WM 2006 - Stimmungsbild Deutschland -

Wie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen, das Image der Deutschen und der Brand "Made in Germany" im Jahr der WM eingeschätzt. Ein Bild zur Stimmung und Lage in Deutschland wenige Wochen vor der Weltmeisterschaft.



GERMAN CONSULTING GROUP

StatusQuo:

Das Image der Deutschen im Ausland ist alles in allem eher positiv als negativ gefärbt. Aber in allen Ländern existiert ein hoher Anteil an Personen, die den Deutschen gegenüber neutral eingestellt sind. (GfK, 2002)

Die allgemeine Wahrnehmung des Brands "Made in Germany" verliert im Rahmen einer Globalisierung der Produktionsstandorte immer mehr an Bedeutung.

Vorgehen/ Methodik

PROFIL Befragt wurden insgesamt 580 Bundesbürger

Interview/ Befragung

Arbeitshypothesen:

->

A. Das Abschneiden der Nationalmannschaft hat maßgeblichen Einfluß auf die gesellschaftliche und wirtschaftliche Stimmung in Deutschland.

->

B. Auch nach der WM hält der begonnen wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland an. Die euphorische Stimmung springt auf die Wirtschaft über.

->

C. Deutschland gewinnt durch ein sportliches Großereignis sowohl im Land als auch an positivem Image.

->

D. Der Brand " Made in Germany" wird wieder an Wert/Image zulegen und sowohl national, als auch international positiver wahrgenommen.

FAZIT - SHORT -

- 1: *80% der deutschen Bevölkerung kann sich mit den Kampagnen "Du bist Deutschland" oder "Die Welt zu Gast zu Freunden" identifizieren. So glauben 80% im Westen Deutschlands (60% in Ostdeutschland) dass die Deutschen dadurch weltoffener und toleranter wirken und sind. Auch glauben 56% der westdeutschen Bevölkerung, dass dadurch eine "höfliche Stimmung erzeugt wird.*
- 2: *Das Abschneiden der Nationalmannschaft hat, nach Einschätzung von 55% der Bevölkerung, Einfluß auf das persönliche Selbstwertgefühl der Deutschen.
72% der Männer und 37% der Frauen nehmen sich demzufolge das Abschneiden der Nationalmannschaft persönlich.*
- 3: *42% der Bevölkerung sind sich sicher, dass die WM dazu beiträgt, dass es einen dauerhaften wirtschaftlichen Aufschwung in Deutschland geben wird. Der Wert verbessert sich auf 62%, falls die dt. Nationalmannschaft das Finale erreicht oder Weltmeister wird.*
- 4: *44% der Befragten sind sich einig, dass das Image deutscher Produkte im Allgemeinen zunehmen wird. 8% hingegen sind der Meinung, dass dies nichts mit der WM zu tun hat und diese keinen Einfluß darauf hat.
Die nationale Wahrnehmung des Brands "Made in Germany" wird auch nach der WM kaum an Bedeutung zunehmen. Wobei 53% der Bevölkerung glauben, dass "Made in Germany" international eine höherer Stellenwert beigemessen wird.*

WM 2006 - Stimmungsbild Deutschland -

Wie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen, das Image der Deutschen und der Brand "Made in Germany" im Jahr der WM eingeschätzt. Ein Bild zur Stimmung und Lage in Deutschland wenige Wochen vor der Weltmeisterschaft.

PROFIL DER STICHPROPE

->

Befragt wurden 580 Bundesbürger mit deutscher Staatsbürgerschaft im gesamten Bundesgebiet.

Länderzuordnung und Geschlechterzuordnung

Von 580 Befragten ...

<i>Westdeutschland</i>		<i>Ostdeutschland</i>	
männl.	weibl	männl.	weibl
53%	47%	51%	49%
54%		46%	

Alterszuordnung und Geschlechterzuordnung

Von 580 Befragten ...

<i>von 15 - 25 Jahre</i>		<i>von 25 - 40 Jahre</i>		<i>von 40 - 55 Jahre</i>		<i>> 55 Jahre</i>	
männl.	weibl	männl.	weibl	männl.	weibl	männl.	weibl
68%	32%	52%	48%	46%	54%	35%	65%
14%		36%		32%		18%	

WM 2006 - Stimmungsbild Deutschland -

Wie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen, das Image der Deutschen und der Brand "Made in Germany" im Jahr der WM eingeschätzt. Ein Bild zur Stimmung und Lage in Deutschland wenige Wochen vor der Weltmeisterschaft.

Gesellschaftliche Ansichten und Auswirkungen

->

Inwieweit halten Sie die folgenden Attribute und Eigenschaften für typisch deutsch?

	Attribute/Eigenschaften	Zuordnung			
		typisch deutsch	eher deutsch	eher nicht deutsch	typisch undeutsch
1	höflich/freundlich	23%	18%	48%	11%
2	weltoffen/tolerant	19%	29%	43%	9%
3	bürokratisch	73%	15%	10%	2%
4	zuverlässig/pünktlich/ordentlich	52%	29%	9%	10%
5	arbeitsorientiert/strebsam	27%	21%	35%	17%
6	flexibel	38%	32%	28%	2%
7	wehleidig	20%	40%	18%	22%
8	pessimistisch	29%	49%	15%	7%
9	fortschrittlich/innovativ	18%	42%	36%	4%
10	humorlos	10%	55%	31%	4%
11	prinzipientreu/penibel	33%	52%	8%	7%
12	kontaktfreudig/kommunikativ	17%	23%	43%	17%

->

Hat das Abschneiden der deutschen Nationalmannschaft einen Einfluss auf das "deutsche Selbstwertgefühl"?

	ja	nein
Einfluss des Abschneidens der dt. Nationalmannschaft auf das dt. Selbstwertgefühl	55%	46%

<i>Auswertung</i>	<i>Männer</i>		<i>Frauen</i>	
	ja	nein	ja	nein
	72%	28%	37%	63%
<i>Auswertung</i>	<i>Westdeutschland</i>		<i>Ostdeutschland</i>	
	ja	nein	ja	nein
	58%	42%	52%	48%

WM 2006 - Stimmungsbild Deutschland -

Wie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen, das Image der Deutschen und der Brand "Made in Germany" im Jahr der WM eingeschätzt. Ein Bild zur Stimmung und Lage in Deutschland wenige Wochen vor der Weltmeisterschaft.

"Du bist Deutschland" und die "Welt zu Gast bei Freunden" ...

->

Gewinnt Deutschland über die WM und über die gestarteten Kampagnen an Image?

	ja	nein	kommt auf das Abschneiden der Nationalmannschaft an			
Imagegewinn für Deutschland über die WM ansich	46%	8%	47%			
Auswertung	<i>Westdeutschland</i>			<i>Ostdeutschland</i>		
	ja	nein	kommt auf das Abschneiden der Nationalmannschaft an	ja	nein	kommt auf das Abschneiden der Nationalmannschaft an
	52%	7%	41%	39%	9%	52%

	ja	nein	nicht sicher			
Identifikation der Deutschen mit den laufenden Kampagnen	80%	16%	5%			
Auswertung	<i>Westdeutschland</i>			<i>Ostdeutschland</i>		
	ja	nein	nicht sicher	ja	nein	nicht sicher
	83%	11%	6%	77%	20%	3%

->

"Du bist Deutschland" und die "Welt zu Gast bei Freunden" ...
Was Ändern die verschiedenen gestarteten WM-Kampagnen an der
Einstellung der deutschen Bevölkerung ?

Verlaufseinschätzung:

	Attribute/Eigenschaften	Status Quo		Auswirkung			Auswirkung		
		(aus Frage 1)		Westdeutschland			Ostdeutschland		
		deutsch/ eher deutsch	undeutsch/ eher	bleibt gleich	verbessert sich	Tendenz	bleibt gleich	verbessert sich	Tendenz
1	höflich/freundlich	41%	59%	44%	56%		55%	45%	
2	weltoffen/tolerant	48%	52%	20%	80%		40%	60%	
3	bürokratisch	88%	12%	90%	10%		80%	20%	
4	zuverlässig/pünktlich/ordentlich	81%	19%	95%	5%		89%	11%	
5	arbeitsorientiert/strebsam	48%	52%	85%	15%		80%	20%	
6	flexibel	70%	30%	80%	20%		83%	17%	
7	wehleidig	60%	40%	40%	60%		50%	50%	
8	pessimistisch	78%	22%	50%	50%		45%	55%	
9	fortschrittlich/innovativ	60%	40%	48%	52%		55%	45%	
10	humorlos	65%	35%	80%	20%		88%	12%	
11	prinzipientreu/penibel	85%	15%	30%	70%		30%	70%	
12	kontaktfreudig/kommunikativ	40%	60%	40%	60%		72%	28%	

WM 2006 - Stimmungsbild Deutschland -

Wie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen, das Image der Deutschen und der Brand "Made in Germany" im Jahr der WM eingeschätzt. Ein Bild zur Stimmung und Lage in Deutschland wenige Wochen vor der Weltmeisterschaft.

Wirtschaftliche Auswirkungen

->

Kann Deutschland als Exportweltmeister wirtschaftlich von diesem Image profitieren?

	ja	nein	nicht sicher
Wirtschaftlicher Imagegewinn im Ausland	58%	7%	35%

->

Ist durch die WM ein dauerhaft wirtschaftlicher Aufschwung zu erwarten?

	ja	nein	hängt vom Abschneiden der Nationalmannschaft ab (*)			
Dauerhaft wirtschaftlicher Aufschwung	42%	35%	23%			
davon	Westdeutschland			Ostdeutschland		
	ja	nein	hängt vom Abschneiden der Nationalmannschaft ab (*)			
	47%	30%	23%	37%	40%	23%

(*) nur bei Finalteilnahme oder WM-Sieg der deutschen Mannschaft

->

Nimmt der Brand "Made in Germany" an Stellenwert wieder zu?

Wahrnehmung "Made in Germany"

Das Image dt. Produkte wird allein durch die Austragung der WM ...	***		
	zunehmen	bleibt gleich	hat nichts mit der WM zu tun
	44%	48%	8%

Stellenwert des Brands "Made in Germany" durch die Fußball WM ...	<i>national</i>			<i>international</i>		
	nimmt zu	nimmt ab	bleibt gleich	nimmt zu	nimmt ab	bleibt gleich
	10%	5%	85%	53%	3%	44%

WM 2006 - Stimmungsbild Deutschland -

Wie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen, das Image der Deutschen und der Brand "Made in Germany" im Jahr der WM eingeschätzt. Ein Bild zur Stimmung und Lage in Deutschland wenige Wochen vor der Weltmeisterschaft.

Die Meinung über die Weltmeisterschaft

-> Empfinden Sie die Losvergabe der WM-Tickets als gerecht?

	Ja	Nein	nicht sicher
<i>Losvergabe</i>	23%	57%	20%

-> Euphorie? Haben Sie sich schon mit Fanartikel für die Weltmeisterschaft ausgestattet?

	Ja	Nein	hab`s noch vor			
<i>Fanartikel</i>	38%	53%	9%			
davon	<i>Männer</i>			<i>Frauen</i>		
	ja	nein	hab`s noch vor	ja	nein	hab`s noch vor
	74%	13%	13%	11%	84%	5%

->

Trauen Sie es der deutschen Nationalmannschaft zu, Weltmeister zu werden? Wer wird Weltmeister?

	ja	nein
<i>Wird Deutschland Weltmeister?</i>	15%	85%

Wer wird Ihrer Meinung nach Weltmeister

Weltmeister wird

