

Pressemitteilung

Hamburg, 06. Juni 2016

Jeder dritte Deutsche gibt Geld für die EM aus

Laut repräsentativer Studie wollen sogar 51 Prozent der Männer mit Kaufabsicht mehr als 50 Euro ausgeben. Auch auf otto.de steigt die Nachfrage nach EM-Artikeln – im Shop gehen pro Minute allein bei den Trikots bis zu 9,7 Bestellungen ein.

Im Auftrag des Onlinehändlers OTTO befragte Statista 1.000 Deutsche ab 18 Jahren in der letzten Maiwoche zum Einkaufsverhalten vor der Fußball-Europameisterschaft. Die Ergebnisse der repräsentativen Studie im Überblick:

- **EM steigert Shoppinglaune:** Rund ein Drittel (31 Prozent) aller Deutschen plant anlässlich des Fußball-Events kleinere oder größere Anschaffungen. Insbesondere die 35- bis 49-Jährigen (43,9 Prozent) wollen zur EM einkaufen.
- **Fanartikel hoch im Kurs:** Jeder fünfte Deutsche mit Kaufabsicht (22,7 Prozent) plant, sich ein Trikot, eine Fahne, eine Tröte oder einen Fan-Schal zu kaufen.
- **Männer geben mehr Geld aus:** 51,2 Prozent der deutschen Männer mit Kaufabsicht planen mehr als 50 Euro anlässlich der EM auszugeben. Bei den Frauen sind es hingegen nur 34,7 Prozent.
- **Optimistische EM-Stimmung:** Knapp 70 Prozent der Deutschen freuen sich auf das Turnier. Über 82 Prozent trauen der Nationalmannschaft sogar den Titelgewinn zu.
- **Couch statt Public Viewing:** Am liebsten schauen die Deutschen die EM-Spiele im eigenen Wohnzimmer (71,3 Prozent). Jeder Fünfte will mindestens einmal zum Public Viewing gehen.
- **Fußballfest im Heimkino:** Für den gelungenen Fußballabend wünschen sich die Deutschen vor allem einen Fernseher mit bester Ton- und Bildqualität (64,3 Prozent).

Otto (GmbH & Co KG) * Unternehmenskommunikation * Werner-Otto-Straße 1-7 * 22179 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 6461 8732 * Fax +49 (0) 40 6464 8732

AG Hamburg, HR A 62 024, Persönlich haftend: Verwaltungsgesellschaft Otto mbH, Hamburg, AG Hamburg, HR B 13 762
gesetzlich vertr. durch: Hans-Otto Schrader (Vorsitzender) * Dr. Rainer Hillebrand (Stellvertretender Vorsitzender) * Alexander Birken (Sprecher) * Neela Montgomery * Petra Scharner-Wolff * Hanjo Schneider * Dr. Winfried Zimmermann *
Bereichsvorstände OTTO: Alexander Birken (Sprecher) * Dr. Michael Heller (stellvertretender Sprecher) * Dr. Michael Müller-Wünsch * Marc Opelt * Katy Roewer (jeweils Handlungsbevollmächtigte) * Aufsichtsrat: Dr. Michael Otto (Vorsitzender)

Gutes Wetter (54,8 Prozent) oder die Gesellschaft von anderen jubelnden Fans (41,1 Prozent) sind deutlich weniger wichtig.

OTTO bestätigt diese Umfrageergebnisse auf Basis einer aktuellen Analyse des Einkaufsverhaltens auf otto.de unmittelbar vor der EM. Die Ergebnisse des Monats Mai im Überblick:

- **Der Trikotverkauf boomt:** In Spitzenzeiten gehen auf otto.de bis zu 9,7 Bestellungen pro Minute ein. Zum jetzigen Zeitpunkt hat der Onlinehändler bereits 25 Prozent mehr Trikots verkauft als während der gesamten WM 2014.
- **Publikumsliebliche:** Die Trikots von Müller, Reus und Schweinsteiger werden am häufigsten über otto.de verkauft.
- **Grillen, Bier trinken, Fußball gucken:** Die OTTO-Kunden gaben bisher für Zapfanlagen (+145 Prozent), Fernseher (+20 Prozent) und Grills (+8 Prozent) mehr Geld aus als im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

„Mit dem Fußballfieber steigt auch die Begeisterung für das Online-Shopping. Dank unseres breiten Sortiments, schneller Lieferzeiten und zuverlässiger Services sind wir der ideale EM-Ausstatter für unsere Kunden“, sagt Dr. Michael Heller, OTTO-Bereichsvorstand Categories und stellvertretender Sprecher OTTO.

Während des Turniers wird OTTO weitere Statistiken rund um das Thema Onlinehandel und Fußball-EM bereitstellen. Die ‚Snippets‘ finden Sie im Newsroom auf der [Corporate Website](#) und im neuen [Newsletter von OTTO](#), für den Sie sich hier anmelden können.

Nähere Informationen zur Studie, Infografiken und weiteres Bildmaterial finden Sie im Internet unter www.otto.de/unternehmen.

Pressekontakt:

Frank Surholt, +49 (0) 40 64 61-8065, frank.surholt@otto.de

Nick Marten, +49 (0) 40 6461-4336, nick.marten@otto.de