

## Infografik

# Der deutsche Fußball-Fan kauft Milch statt Bier

**Hamburg, 22. Juni 2018** – Der deutsche Fußball-Fan kauft mehr Milchprodukte als der Durchschnittsdeutsche, sein Bierkonsum liegt allerdings deutlich unter dem Durchschnitt. Auch bei Limonade, Trinkwasser und Spirituosen greift der Fußball-Fan in überdurchschnittlichem Maße zu. Im Einkaufskorb der Fußball-Enthusiasten landen zu dem mehr Reinigungs- und Küchenprodukte sowie Mundpflege und Badprodukte. Zu diesem Ergebnis kommt ein Audience Insights Report des Datenspezialisten **emetriq**.

### **Fußball ist längst kein Prolisport mehr**

Der deutsche Fußball-Fan ist männlich. Er verzeichnet ein überdurchschnittlich hohes Einkommen, ist entsprechend besonders kaufkräftig und gehört zu einem sozial gehobenen Milieu. Autos, Gaming und Telekommunikation sind die Top-Interessen der Fußball-Enthusiasten. Sie haben aber auch eine soziale Ader und ein besonderes Interesse für Charity. Als Reisender schätzt der Fußball-Fan Kultur und Genuss. Er wandert gern und ist heimatverbunden.

+++

### **Anhang: Bildmaterial** (Bildnachweis: emetriq)

- emetriq\_INFOGRAFIK\_Der\_deutsche\_Fußball\_Fan
- emetriq\_GRAFIK\_Soziodemographie\_Fußball\_Fans
- emetriq\_GRAFIK\_Kaufverhalten\_Fußball\_Fans
- emetriq\_GRAFIK\_Interessen\_Fußball\_Fans

*Die Verwendung der Bilder ist unter Nennung der Quelle für redaktionelle Zwecke freigegeben.*

### **Zu den Analysen:**

Der **Audience Insights Report** von emetriq zeigt die Verteilung der deutschen Fußball-Enthusiasten im Vergleich zum gesamten emetriq Datenpool. Untersucht wurde das Surf-Verhalten von über 104 Mio User-Profilen des emetriq Datenpools aus über 22.000 Domains von Deutschlands größten Vermarktern und Advertisern. Verglichen wurden die Merkmale Geschlecht, Typen, Alter und Haushaltsnettoeinkommen. Zusätzlich werden die User auf Interessen, Travel, Job-Status und Sinus-Geo-Milieus analysiert. Des Weiteren wird auf Heavy Buyer, Kreditwürdigkeit und Finanzinteresse eingegangen. Analysezeitraum KW 23/2018. Der Audience Insights Report ist ein Produkt von emetriq, das Agenturen und Werbetreibenden eine Analyse über Website-Besucher und Zielgruppen ermöglicht.

## Über emetriq

emetriq macht Online-Werbung relevanter, präziser und fairer. Die Telekom-Tochter ist Initiator des größten kollaborativen Datenpools Deutschlands. So bündelt das Hamburger Unternehmen die Daten der führenden deutschen Daten-Lieferanten und Webseiten und ermöglicht Werbetreibenden einen fairen Zugang zu Zielgruppeninformationen in einzigartiger Qualität und Quantität. Publisher sowie Datenanbieter können auf diese Weise ihre eigenen Informationen monetarisieren und veredeln. Auf Basis des Datenpools entwickelt das 80-köpfige Team datengetriebene Lösungen, die für mehr Effizienz im Mediaeinkauf sorgen. Dazu gehören u. a. hochwertige, reichweitenstarke Zielgruppensegmente für intelligentes Targeting sowie Branding- und Performance-Kampagnen basierend auf programmatischem Media-Buying. Namhafte Marken und Agenturen sowie führende AGOF-Vermarkter und Data-Provider setzen auf die Zusammenarbeit mit emetriq. [www.emetriq.com](http://www.emetriq.com)

## Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ GmbH  
Tel.: +49 (0) 4032904738-0  
E-Mail: [emetriq@frauwenk.de](mailto:emetriq@frauwenk.de)

emetriq GmbH  
Sandra Ceko, Marketing & PR Manager  
Tel.: +49 (0) 40 80813-7091  
E-Mail: [s.ceko@emetriq.com](mailto:s.ceko@emetriq.com)  
[www.emetriq.com/presse](http://www.emetriq.com/presse)