

15.06.2022

Über 75% der Fans lehnen Marketingslogan „Die Mannschaft“ ab

Auch der Nations League steht man kritisch gegenüber – die Leistung gegen Italien konnte überzeugen

FanQ-Umfrage: Die DFB-Elf steht nach den vier Nations-League-Partien teils in der Kritik. Neben den zunächst dürftigen sportlichen Leistungen, konnte der Auftritt gegen Italien überzeugen. Mit der Nations League sowie mit dem Marketingclaim „Die Mannschaft“ können die Fans wenig anfangen.

Köln. Nach drei durchwachsenen Unentschieden meldet sich die DFB-Elf mit dem 5:2-Sieg gegen Italien eindrucksvoll zurück. Dennoch erfreut sich die UEFA Nations League im Allgemeinen und die deutsche Nationalmannschaft im Besonderen derzeit bei den Fans nicht allzu großer Beliebtheit. Der umstrittene Slogan „Die Mannschaft“ ist bei den Anhängern alles andere als populär. In dieser Debatte hat DFB-Direktor Bierhoff in der „Welt am Sonntag“ zuletzt eine Entscheidung gefordert, „die danach intern nicht mehr zur Diskussion gestellt wird“. FanQ hat im Auftrag des SID über 1.000 Fußballfans in Deutschland zur Leistung des DFB-Teams in der Nations League sowie zu ihrer Meinung zum Wettbewerb an sich befragt. So finden 66,0 % die Nations League nicht attraktiv. Der Begriff „Die Mannschaft“ wird sogar von 76,1 % negativ bewertet.

Zwei Drittel der an der Umfrage teilnehmenden Personen (66,7 %) bewerten die Frage nach dem umstrittenen Slogan „Die Mannschaft“ mit „sehr negativ“ und weitere 9,4% mit „eher negativ“, während nur 14,5 % dem Claim eher positiv oder sehr positiv gegenüberstehen. Über drei Viertel der Fans (76,6 %) sind also für die Abschaffung dieses Slogans. Über die Hälfte der Anhänger (56,0 %) ist dabei der Meinung, dass man auch keinen alternativen Marketing-Begriff brauche.

Ähnlich verhält es sich mit der Beliebtheit der Nations League. Hier gaben lediglich 10,2 % der an der Befragten an, den Wettbewerb eher attraktiv beziehungsweise sehr attraktiv zu finden, während 66,0% der Fans angeben, den Wettbewerb eher oder sehr unattraktiv zu finden.

Die sportliche Leistung der DFB-Elf in der Gruppenphase der Nations League wird nur von 8,1 % der Befragten positiv bewertet. Fast die Hälfte (47,7 %) bewertet die gezeigten Leistungen negativ, während diese vom Rest (44,2 %) als durchschnittlich bewertet wird. Einzig den 5:2-Erfolg gegen Italien bewerten 61,1% der deutschen Fußballfans als eher positiv oder gar sehr positiv sowie weitere 32,3% als durchschnittlich. Mehr als vier von fünf Personen (82,2 %) fanden die Leistung des deutschen Teams gegen Italien in der Gruppenphase der Nations League am besten.

Die größten Probleme sehen die deutschen Anhänger dabei mit Abstand auf der Mittelstürmerposition. Über die Hälfte der Befragten (54,7 %) gab an, hier am meisten Bedarf zu sehen. Am ehesten wird noch Chelsea-Angreifer Kai Havertz zugetraut, auf dieser Position zu überzeugen (20,2 %). Die Leistungen des neuen Dortmunder Abwehrduos Schlotterbeck und Süle bewerten die meisten Fußballfans in Deutschland (46,4 %) durchschnittlich, immerhin 31,3 % fanden die beiden Innenverteidiger sogar eher gut bis sehr gut. Am meisten überzeugt haben jedoch Manuel Neuer (37,3 %) sowie Jonas Hofmann (26,4%), die in dieser Kategorie die mit Abstand meisten Stimmen erhielten.

Trotz all der Kritik tippen die meisten an der Umfrage teilnehmenden Personen (46,5 %) darauf, dass Deutschland angesichts der aktuellen Tabellensituation die Nations-League-Gruppe 3 noch gewinnt. Des Weiteren denken 62,3 %, dass die DFB-Elf bei der WM in Katar mindestens ins Viertelfinale kommt, allerdings glaubt nur in etwa jeder Zwanzigste (5,4 %) an den Weltmeistertitel.

Das ist FanQ

FanQ ist die "Stimme der Fans". Es ist die einzige Fußball-Plattform, bei der die Meinung der Fans im Mittelpunkt steht. Erfahrene FanQ-Redakteure stellen täglich aktualisierte Umfragen online. Fans können zu ihren Lieblingsclubs und allen relevanten Themen des Fußballs ihre Stimme abgeben. FanQ ist interaktiv. Fans können Meinungen austauschen, sozial interagieren und eigene Fragen stellen. Daraus entsteht ein repräsentatives Stimmungsbild zu relevanten Themen im Fußball. Außerdem erstellt FanQ Langzeitstudien, um komplexe Themen zu erforschen. Die FanQ-App ist kostenlos in allen relevanten Stores. Außerdem kann man sich für die FanQ-Web-Community registrieren. FanQ hat seinen Sitz in Köln.

Kontakt

FanQ Im Mediapark 5
50670 Köln

info@fanq-app.com

0163-5293000

Kilian Weber/Joachim Lammert
Geschäftsführer