

Düsseldorf, 11. April 2006

Fußball Genuss pur: Rund 7% der Verbraucher planen zur WM den Kauf eines neuen TV-Flachbildschirms

Wie viele Deutsche wollen die nahende Fußball-Weltmeisterschaft zum Anlass nehmen, sich einen neuen LCD- oder Plasma-Fernseher zu gönnen? Hierzu hat das Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT im April insgesamt 1.009 Verbraucher zu ihren konkreten Anschaffungsplänen befragt. Immerhin 1,9% der Befragten wollen sich extra zur WM auf jeden Fall einen TV-Flachbildschirm kaufen. Weitere 5,2% werden dies wahrscheinlich tun. Zusammen sind es somit gut 7% der deutschen Verbraucher, die vor der WM ein neues LCD- oder Plasma-TV-Gerät für ihren Haushalt anschaffen wollen.

Erwartungsgemäß zeigen sich Männer bezüglich dieser Anschaffung deutlich kauffreudiger als Frauen: 10% der Männer, aber nur 4% der Frauen planen den Kauf eines LCD- oder Plasma-TVs zur Fußball WM. Neben den 20 bis 29 Jährigen sind es dabei vor allem ältere Verbraucher zwischen 50 und 59 Jahren, die die WM zum Anlass nehmen wollen, sich einen neuen Flachbildschirm zu kaufen.

Weitere Informationen zu dieser Befragung erhalten Sie bei der INNOFACT AG bzw. unter www.innofact.de.

Ansprechpartnerin:

Karin Hagemann, Senior Projektleiterin/Consultant
INNOFACT AG Research & Consulting
Neuer Zollhof 3
D-40221 Düsseldorf
Tel: 0211 / 86 20 29 - 0
Fax: 0211 / 86 20 29 - 10
k.hagemann@innofact.com

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der Kompetenz zu Offline-Befragungen verfügt INNOFACT seit 1998 über verschiedene eigene Onlinepanel aus dem Consumer- und B2B-Bereich. Im B2B-Bereich hat INNOFACT beispielsweise Zugriff auf Ärzte, IT-Entscheider oder High-Potentials. Außerdem wird das Consumerpanel www.meinungsplatz.de von der INNOFACT AG genutzt. Damit gehört das Institut zu den führenden europäischen Anbietern von Online-Marktforschung. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus allen relevanten Branchen, z.B. für Markenartikler, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Consultants oder Medien.

www.INNOFACT.com; www.netexpress48.de; www.international-samples.de