

Essen und Trinken während der WM

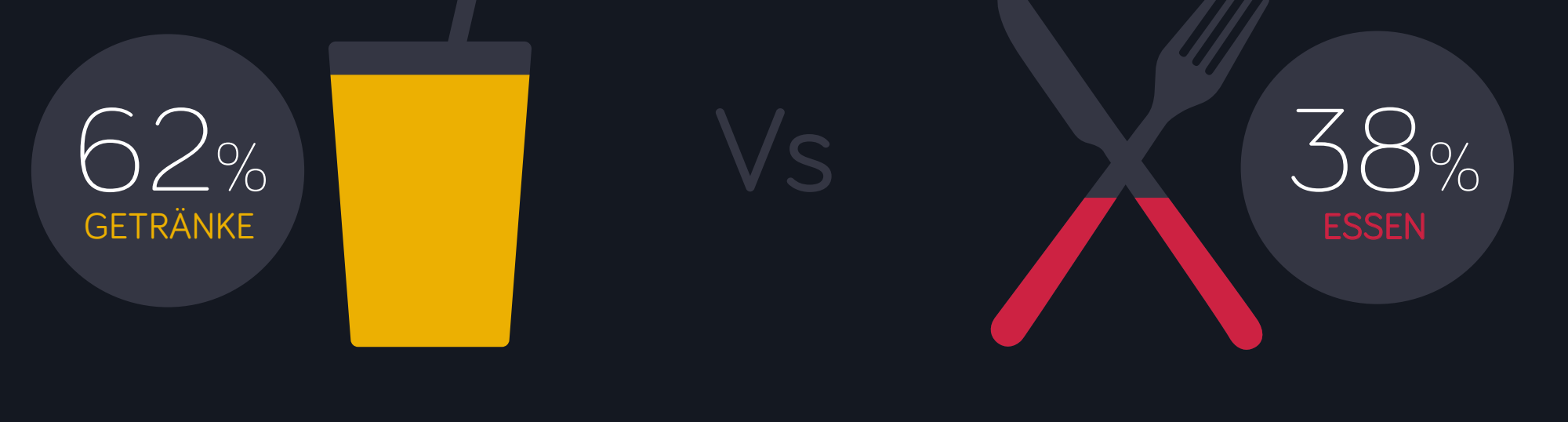


Deutschlands beliebteste Fußball-Snacks und Drinks

Was wäre ein Fußball-Abend ohne Leckereien für das leibliche Wohl? Fast 8.000 Erwähnungen des deutschsprachigen WM-Buzz drehen sich ausschließlich um Essen und Getränke. Diese Infografik verrät, was besonders im Trend liegt.

Drinks dominieren die Gespräche

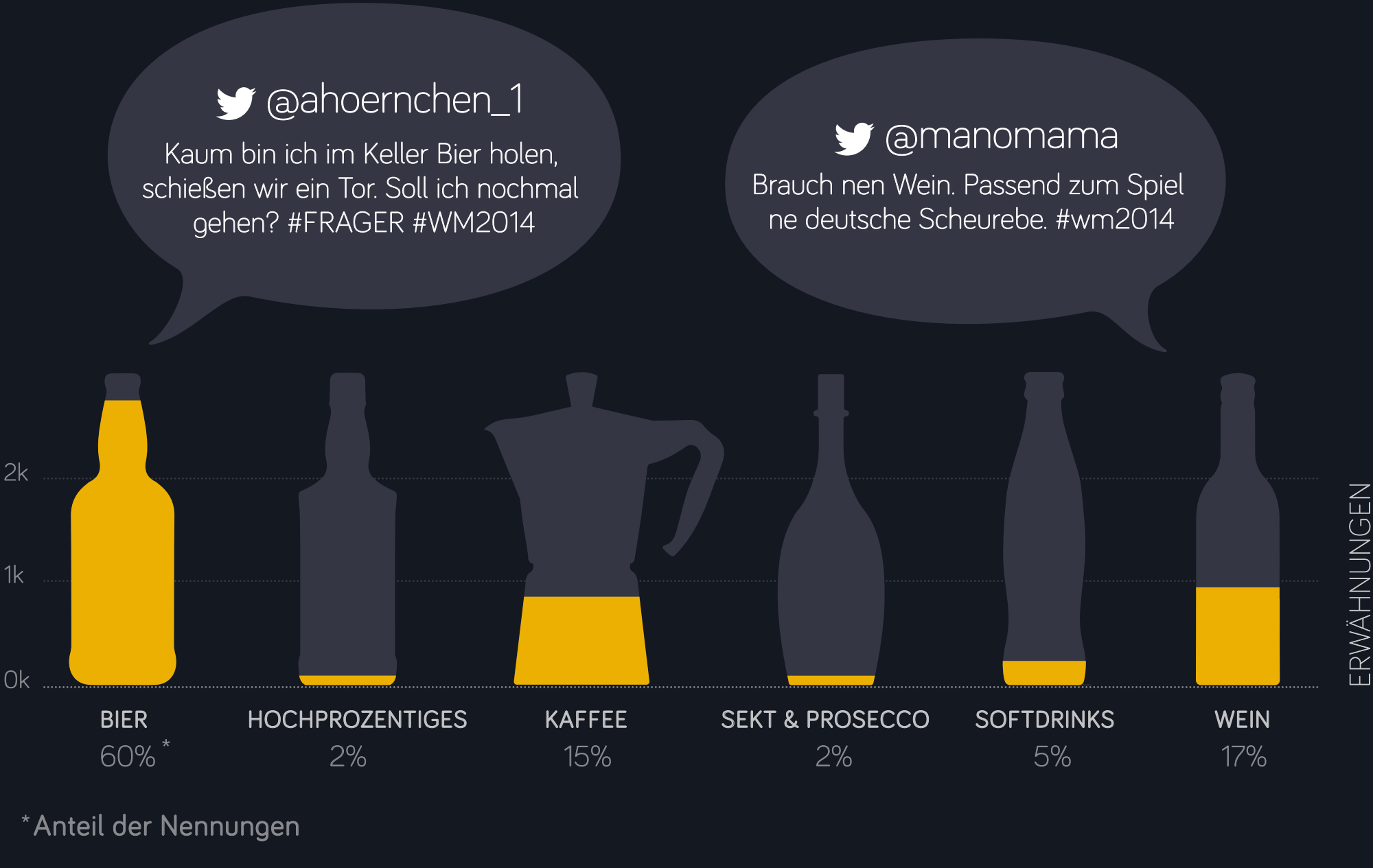
Im heißen Fußballsommer wird wohl lieber getrunken als gegessen. Vor allem während der Deutschland-Spiele und an den Tagen zuvor gab es viele Diskussionen, was ins Glas und auf den Tisch kommt.



Bier und Wein – für die WM fein!

Das Fußball-Klischee wird erfüllt: Über die Hälfte des Getränke-Buzz wird vom Bier dominiert. Bei den Frauen kommt auch ab und zu ein Gläschen Wein auf den Tisch – gerne passend zum jeweils spielenden Land.

4800 ERWÄHNUNGEN INSGESAMT

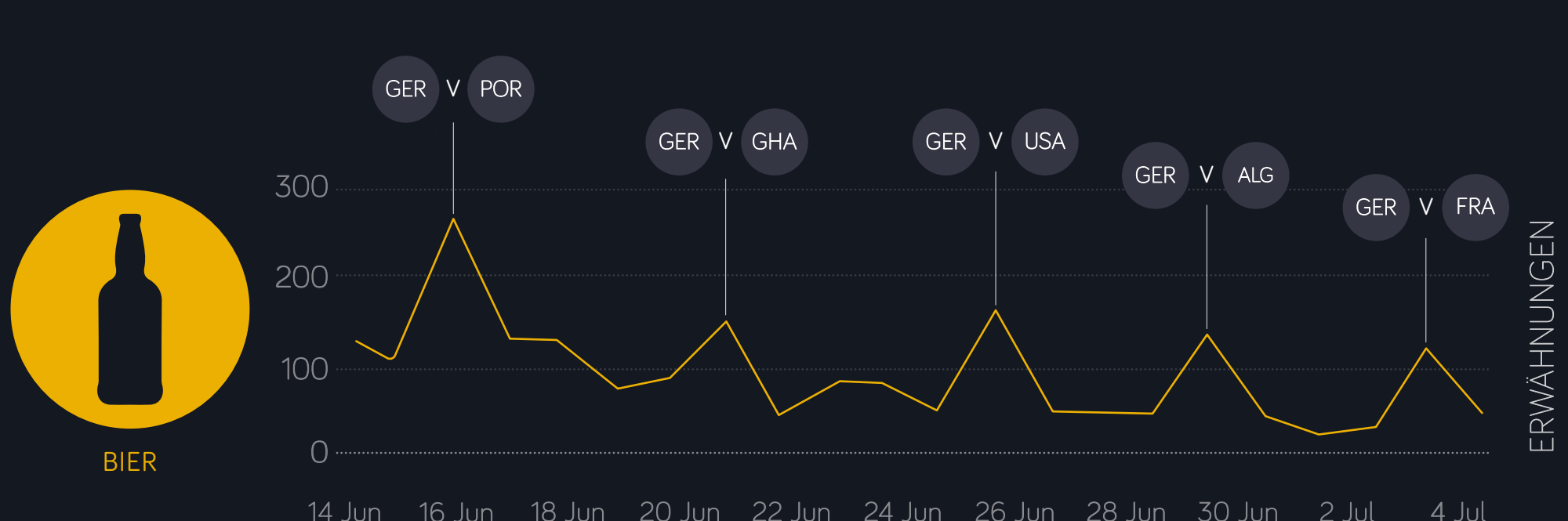


Kaffee – das neue In-Getränk beim Fußball



Die Bierkurve ebbt ab

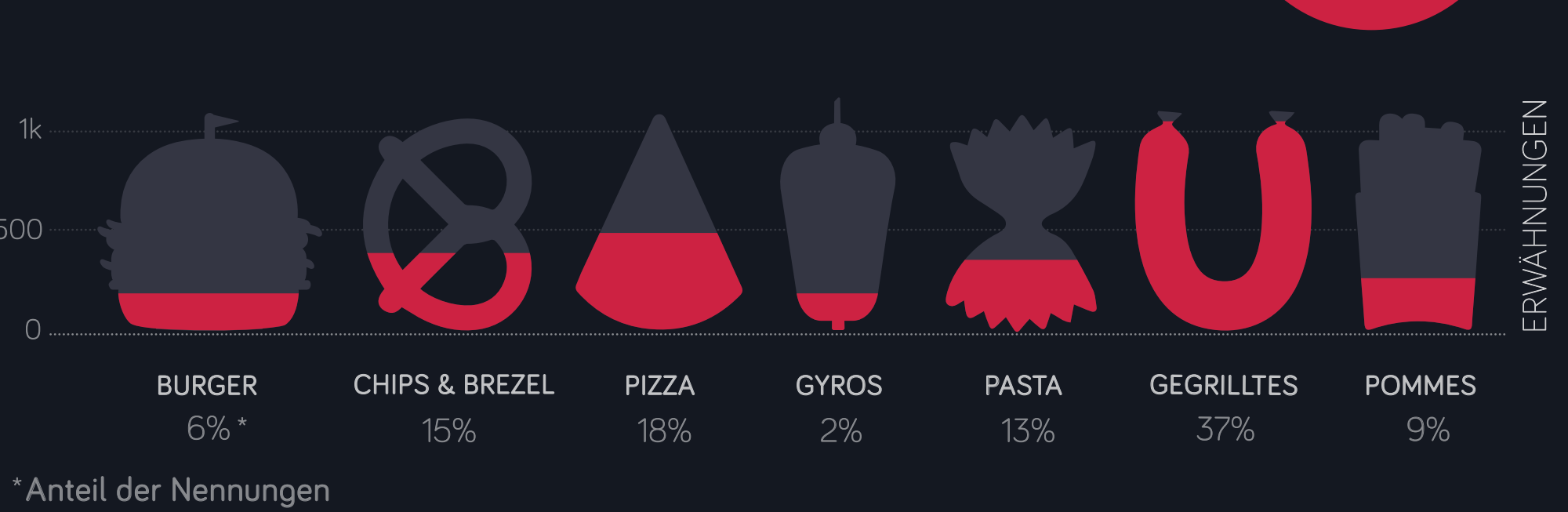
Zum WM-Auftakt am 12.06. wurde am meisten über das „Kühle Nass“ gesprochen. Zu jedem Deutschland-Spiel ist das Bieraufkommen besonders hoch – jedoch mit einer sinkenden Tendenz im Zeitverlauf.



Grillweltmeister sind wir schon!

Wenn alle Stricke reißen, so sind wir zumindest BBQ-Weltmeister. Mit 37% Share of Buzz sind Würstchen, Steaks & Co. vom Rost das beliebteste Essen beim Fußballschaun.

2900 ERWÄHNUNGEN INSGESAMT



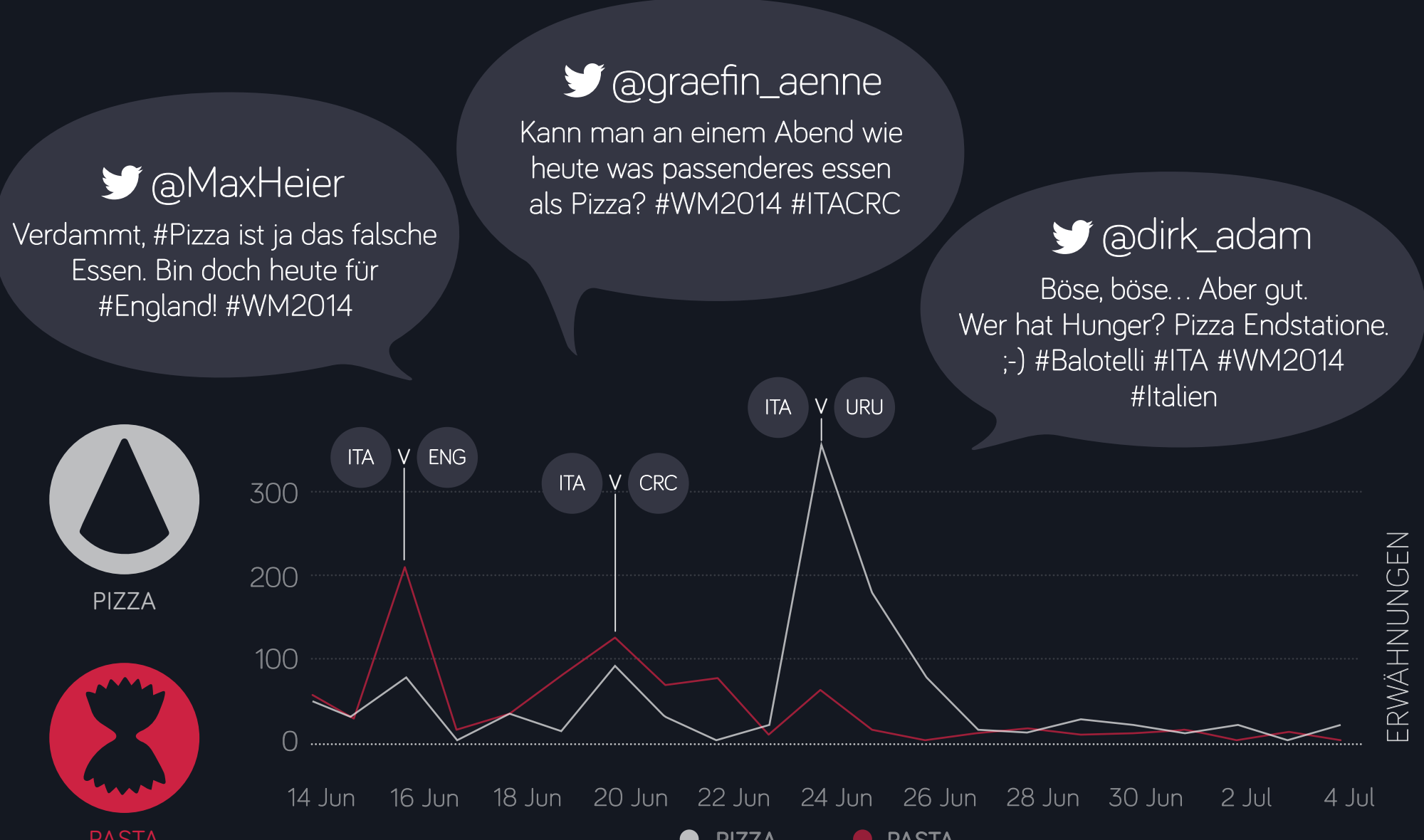
Der Bratwurst-Peak bei #GERALG

Das Deutschland-Spiel gegen Algerien stand unter dem Zeichen der Bratwurst. Schuld daran ist vor allem ein witziger Neuer-Tweet von @NichtTomJones, der über 250 Retweets erhielt.

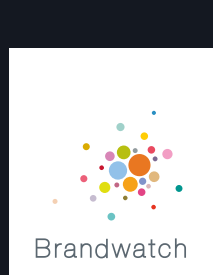


Pasta, Pizza, Endstation

Die Italiener mussten in dieser WM einiges einstecken: Am 24.06. in der Vorrunde ausgeschieden und dann auch jede Menge Pasta- und Pizza-Witze von der Online Community. Mamma mia!



Powered by



Vizeum
Connections that Count



Über die Daten

Zur Erstellung dieser Datenvisualisierung wurden die deutschsprachigen Konversationen rund um die WM im Zeitraum 12.06. bis 07.07.2014 analysiert.

Die Erfassung und Auswertung der Daten erfolgte mit dem Social Media Monitoring Tool Brandwatch. Aus dem generierten Datenpool (rund 738.000 Treffer insgesamt) mit allen Erwähnungen zur Weltmeisterschaft wurden relevante Treffer, die im

Zusammenhang mit dem Thema „Essen und Trinken“ stehen, gefiltert und kategorisiert.

Anschließend erfolgte eine detaillierte Analyse sowie eine themenbezogene Auswertung. Danach wurden passende Tweets zu den jeweiligen Themen anhand ihrer Anzahl an Re-Tweets bzw. dem Impact Score des Autoren ausgewählt. Die Zahlen in der Infografik sind gerundet.