



Polscy internauci o Mistrzostwach Świata w piłce nożnej – Niemcy 2006



Maj 2006



Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych





Spis treści

O badaniu	3
Oglądanie transmisji meczy	4
Oglądanie transmisji meczy w ramach Mistrzostw Świata w piłce nożnej – Niemcy 2006	4
Zamiar oglądania rozgrywek Mistrzostw Świata w piłce nożnej – Niemcy 2006 a demografia respondentów	5
Typowani zwycięzcy	6
Typowani zwycięzcy Mistrzostw Świata w piłce nożnej – Niemcy 2006 (TOP 10)	6
Typowanie Brazylii jako zwycięzcy Mistrzostw Świata w piłce nożnej – Niemcy 2006 a demografia respondentów	7
Typowanie Polski jako zwycięzcy Mistrzostw Świata w piłce nożnej – Niemcy 2006 a demografia respondentów	8
Grupa A – typowani zwycięzcy	9
Grupa B – typowani zwycięzcy	10
Grupa C – typowani zwycięzcy	11
Grupa D – typowani zwycięzcy	12
Grupa E – typowani zwycięzcy	13
Grupa F – typowani zwycięzcy	14
Grupa G – typowani zwycięzcy	15
Grupa H – typowani zwycięzcy	16
Udział reprezentacji Polski	17
Zakłady bukmacherskie	18
Czy zamierza Pan(i) zawierać zakłady bukmacherskie dotyczące Mistrzostw Świata w piłce nożnej – Niemcy 2006?	18



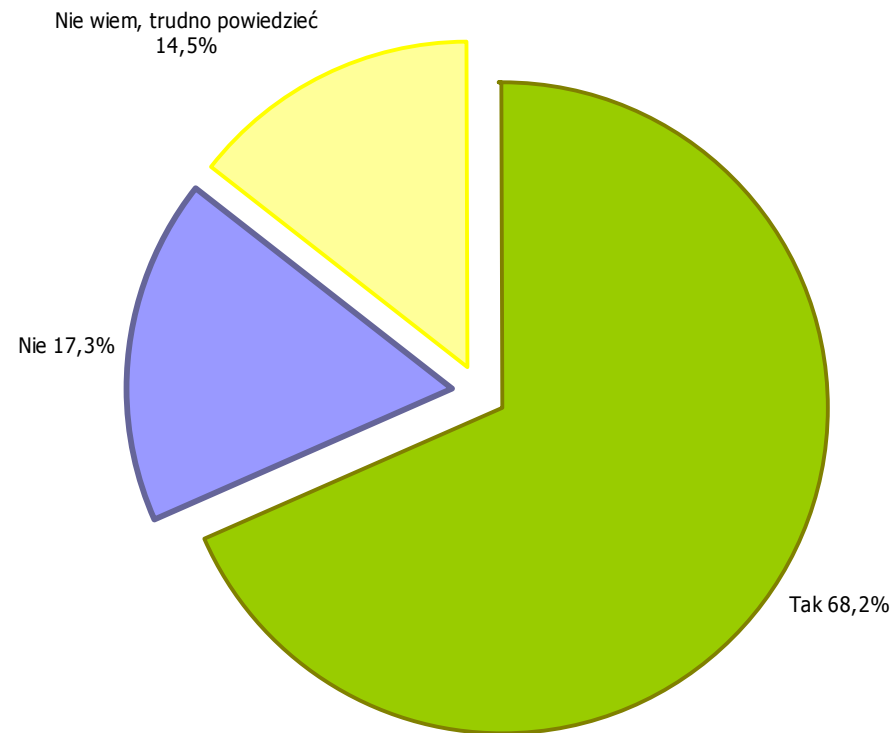
O badaniu

Badanie zostało zrealizowane w dn. 22 - 23 maja metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) na próbie 1674 użytkowników internetu 15+.



Oglądanie transmisji meczy

Zamiar oglądania transmisji meczy w ramach Mistrzostw Świata w piłce nożnej - Niemcy 2006



Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

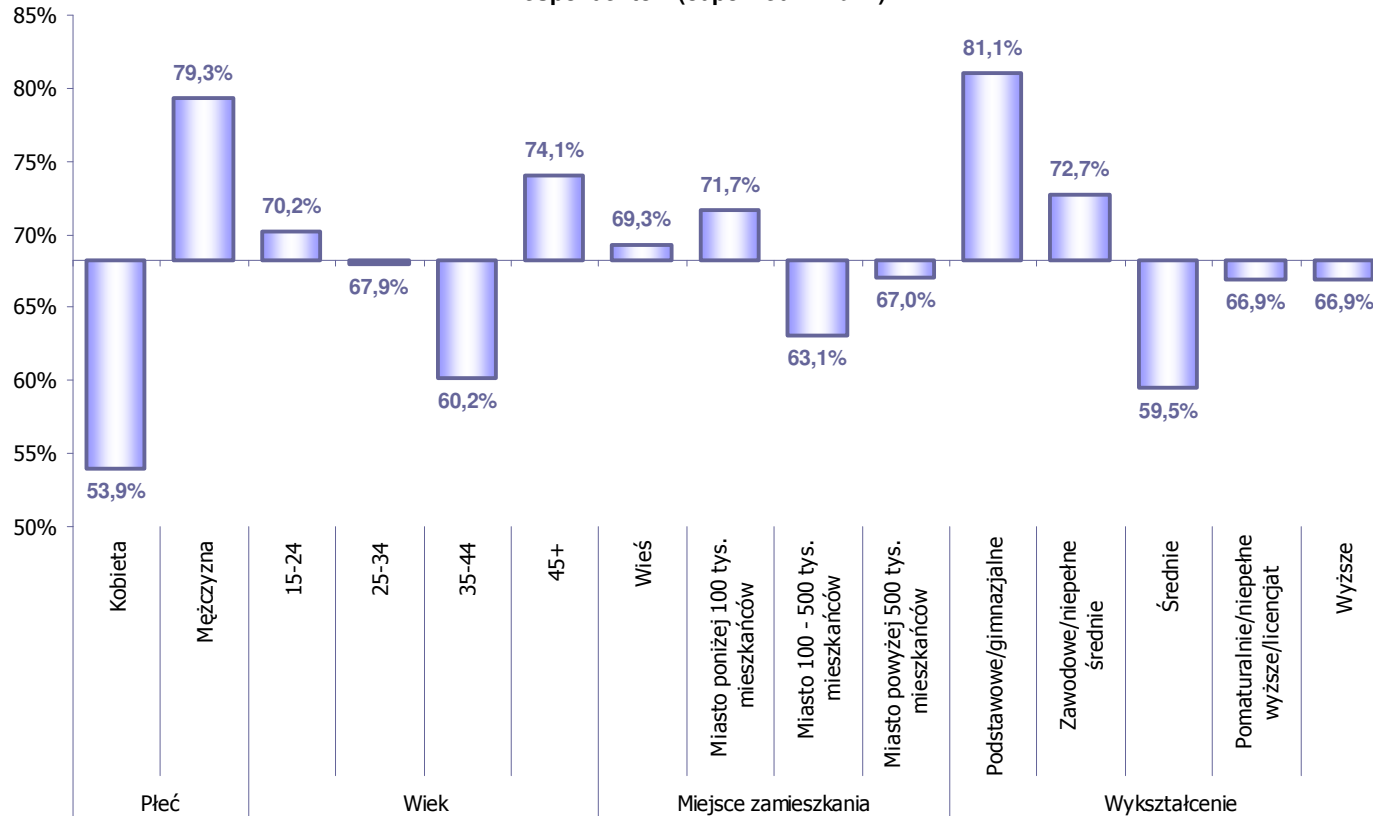
Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Oglądanie transmisji meczy

Zamiar oglądania rozgrywek Mistrzostw Świata w piłce nożnej - Niemcy 2006 a demografia respondentów (odpowiedzi "Tak")



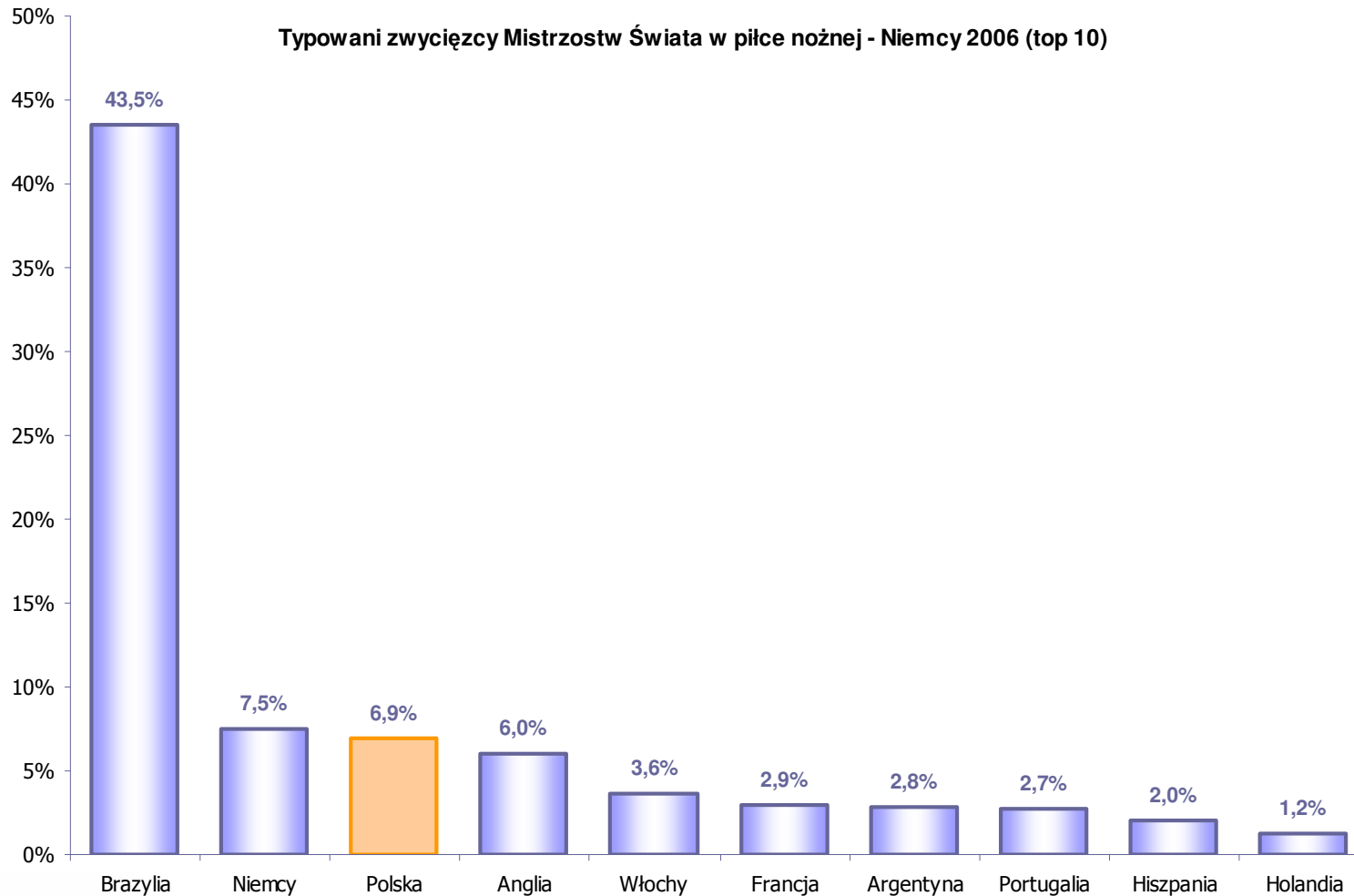
Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Typowani zwycięzcy



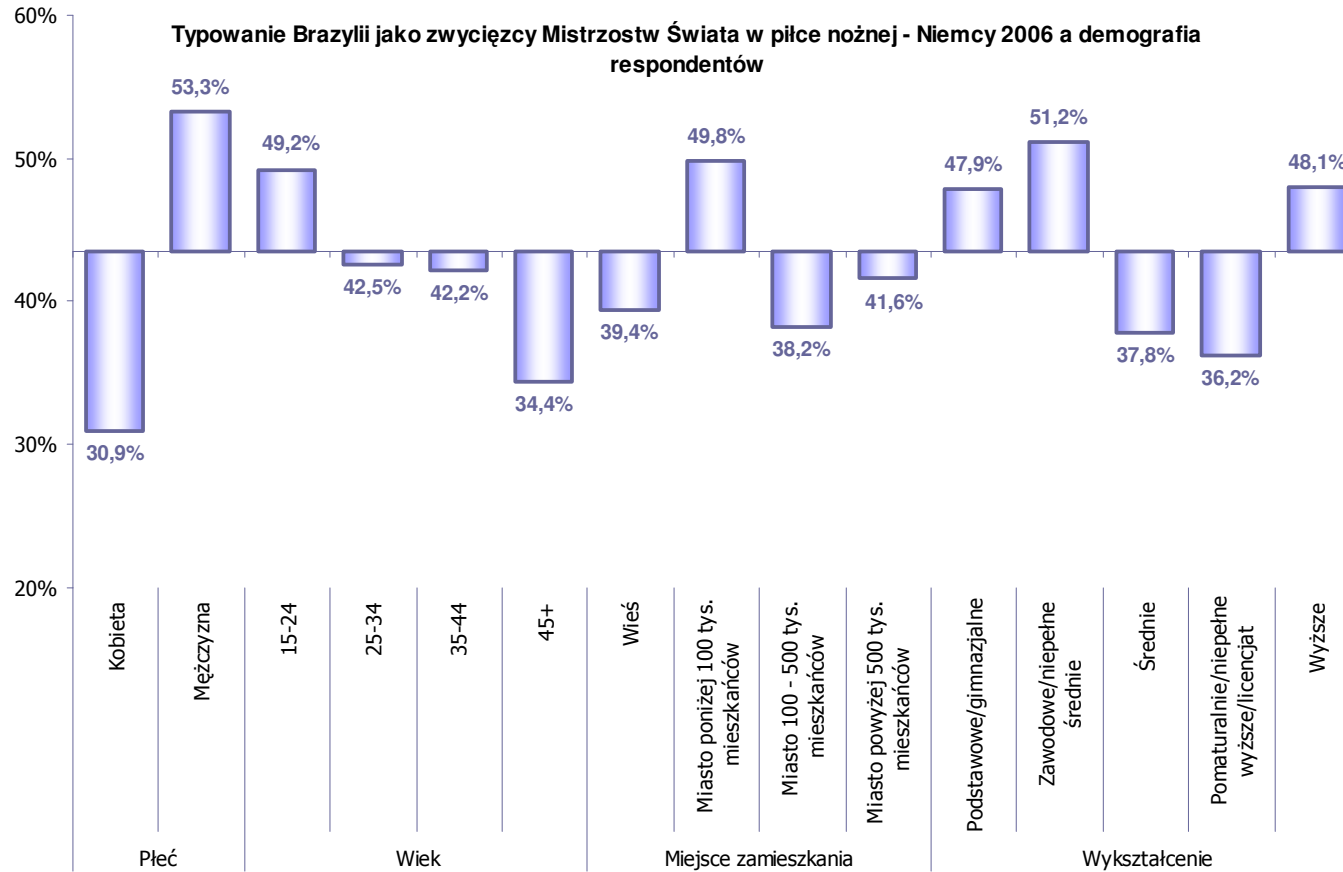
Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Typowani zwycięzcy



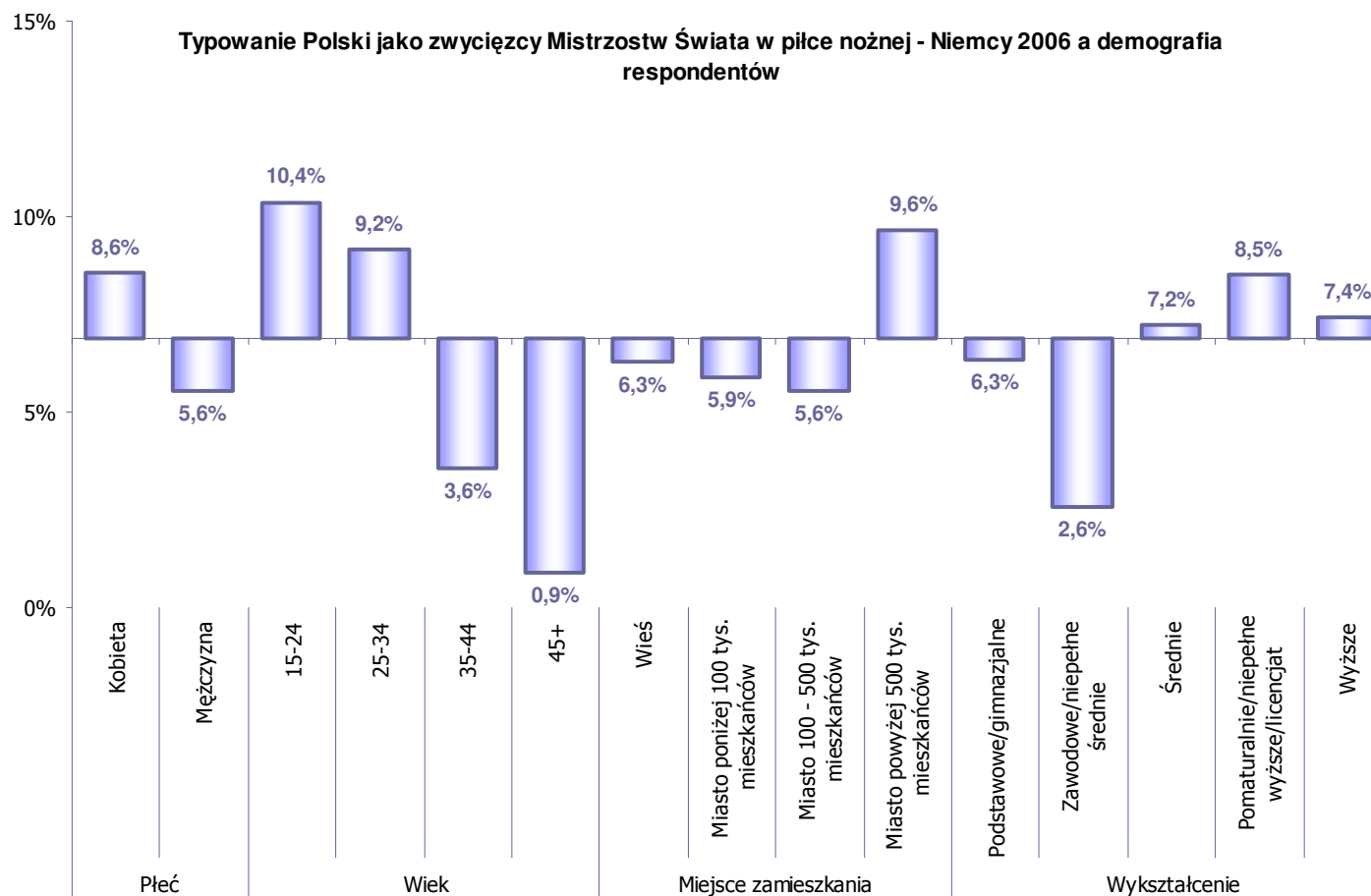
Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Typowani zwycięzcy



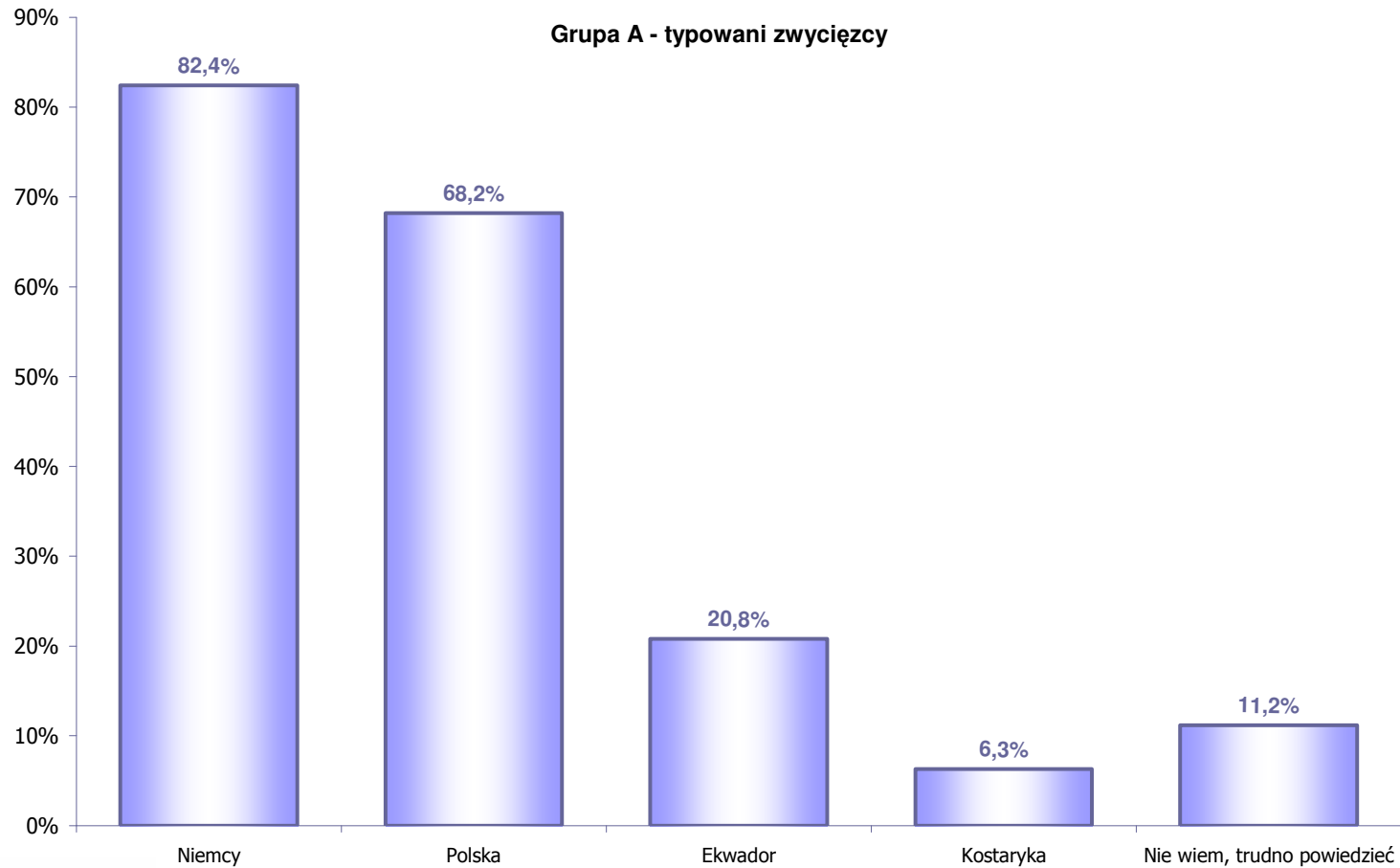
Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Grupa A – typowani zwycięzcy



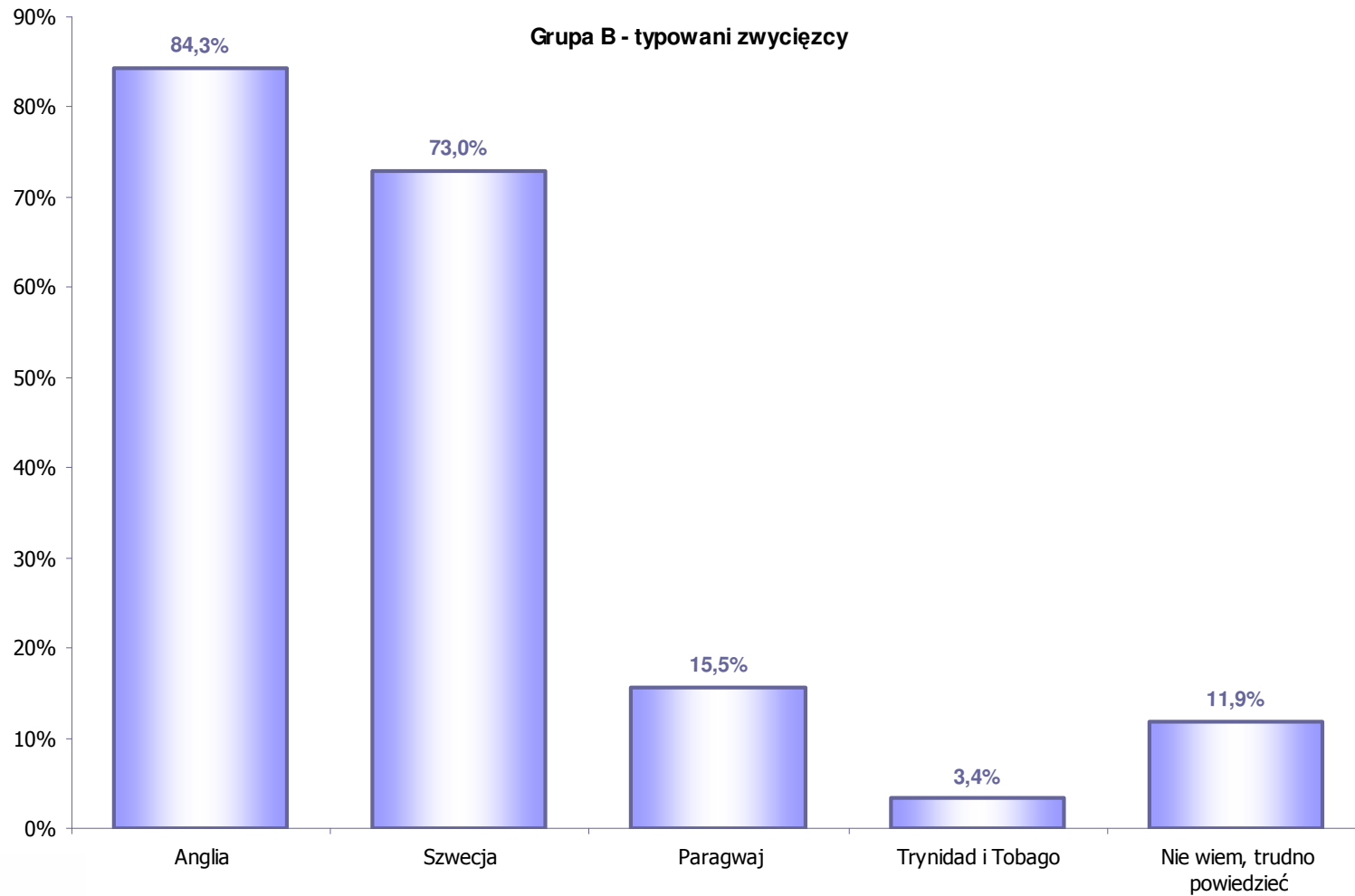
Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Grupa B – typowani zwycięzcy



Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.

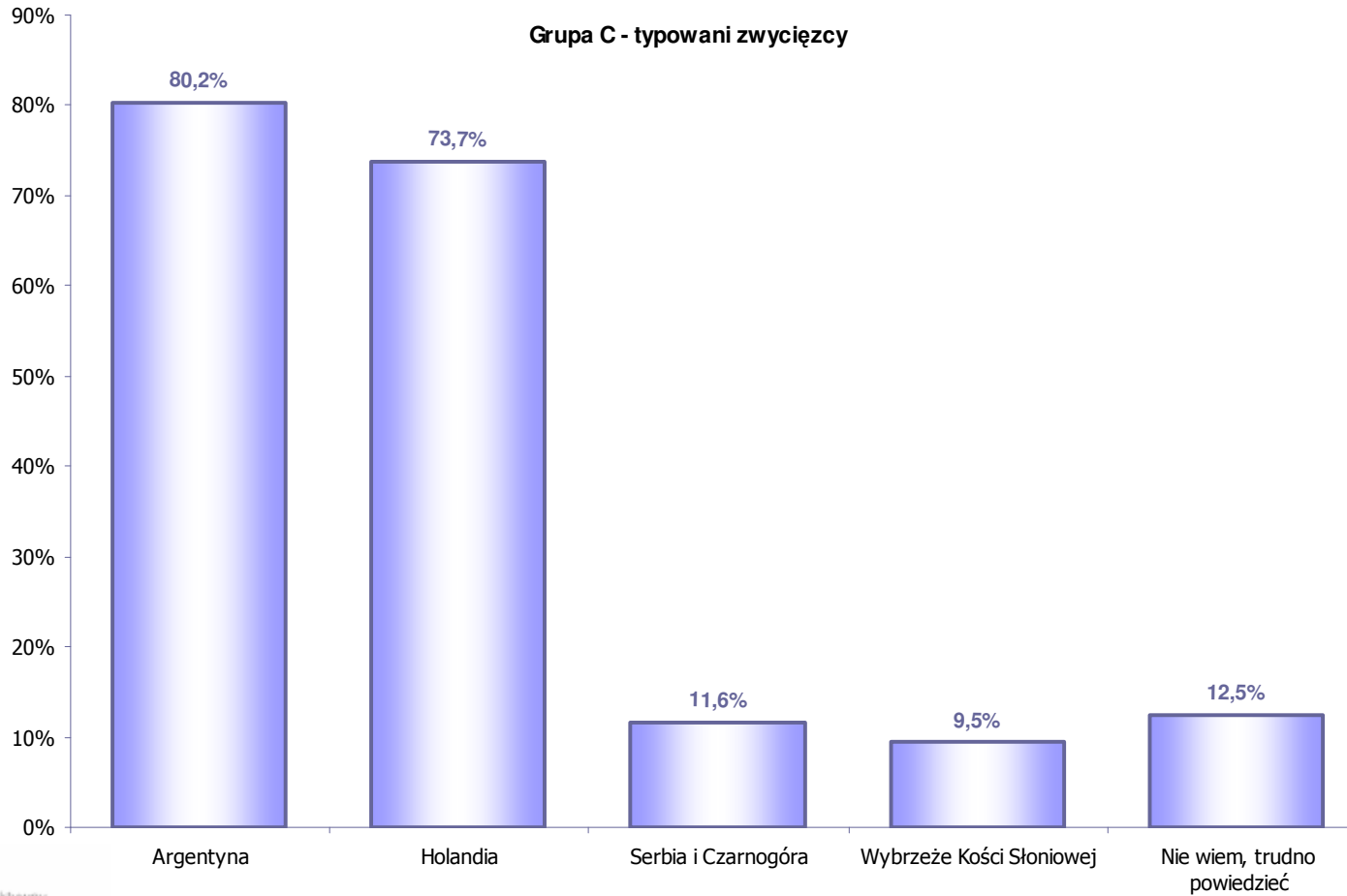


Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych





Grupa C – typowani zwycięzcy



Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.

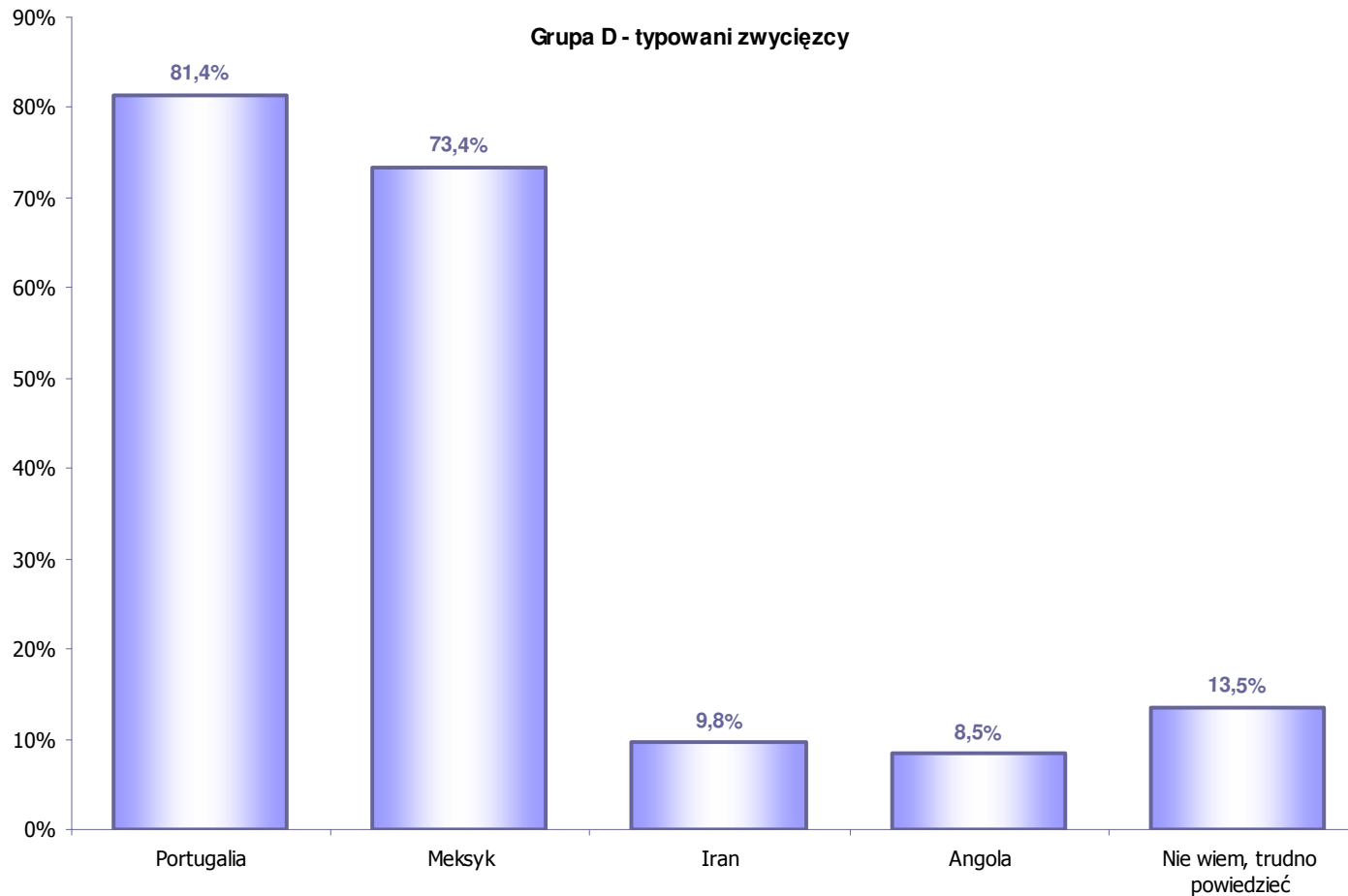


Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych





Grupa D – typowani zwycięzcy



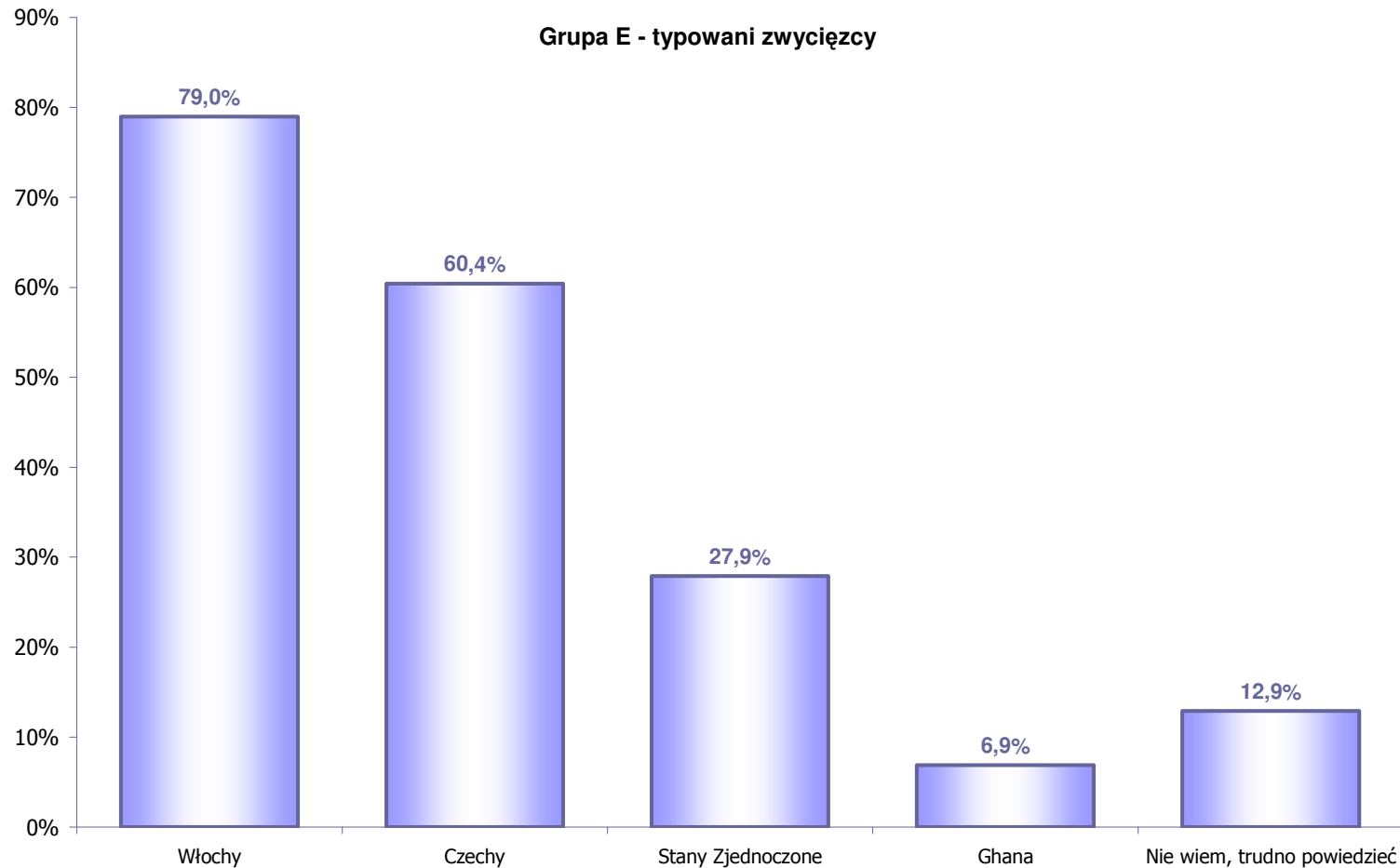
Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Grupa E – typowani zwycięzcy



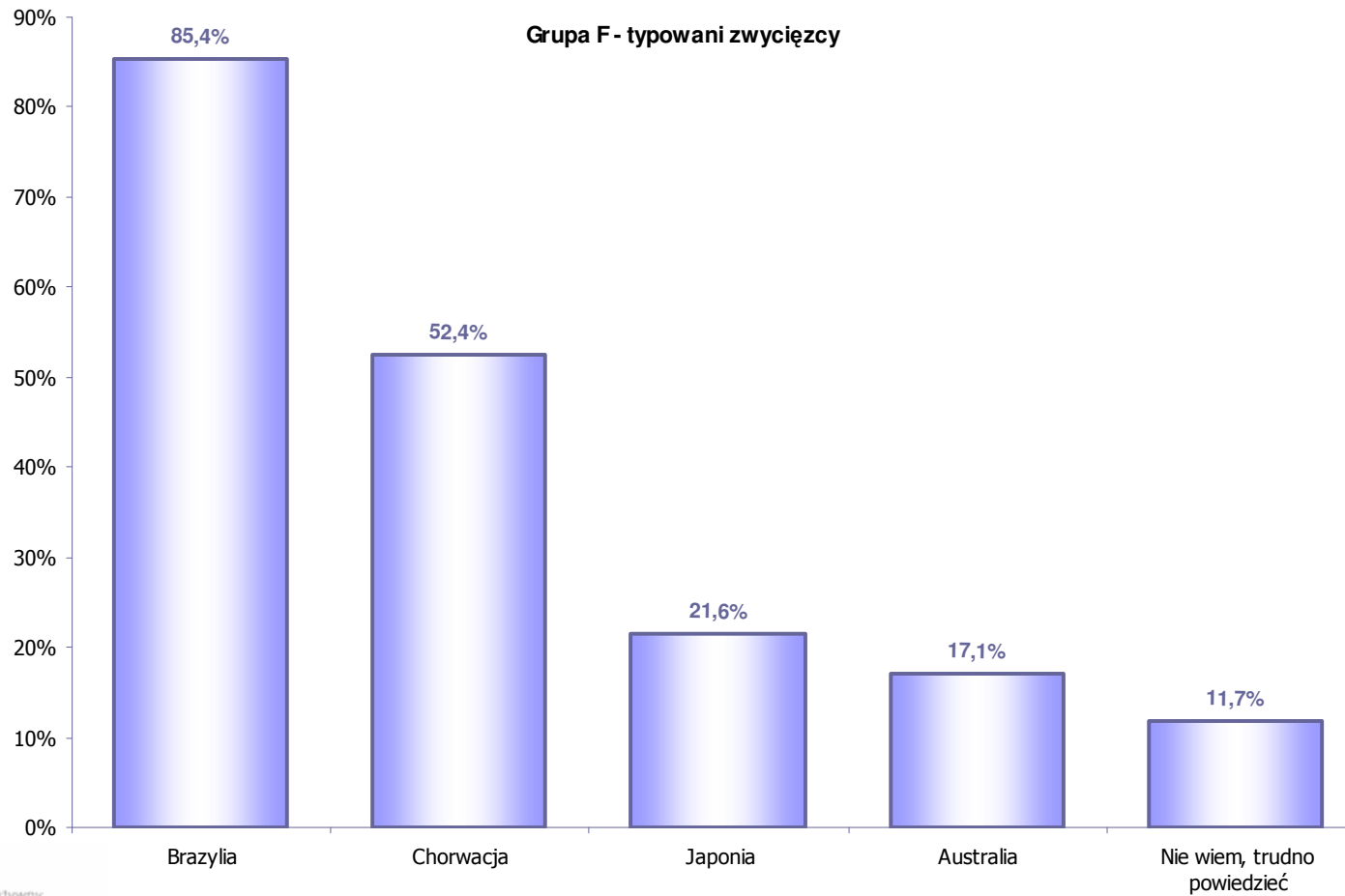
Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Grupa F – typowani zwycięzcy



Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.

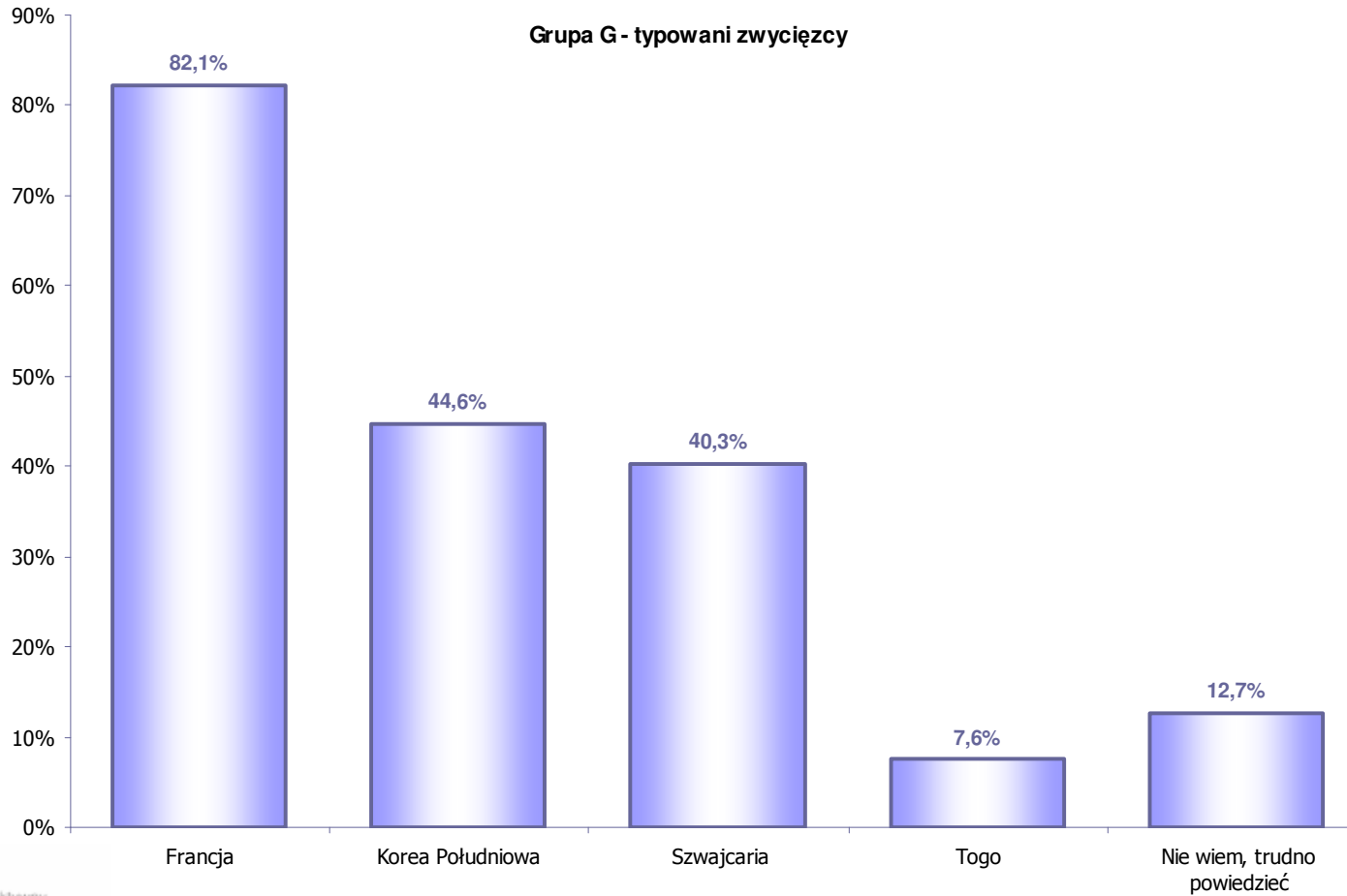


Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych





Grupa G – typowani zwycięzcy



Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.

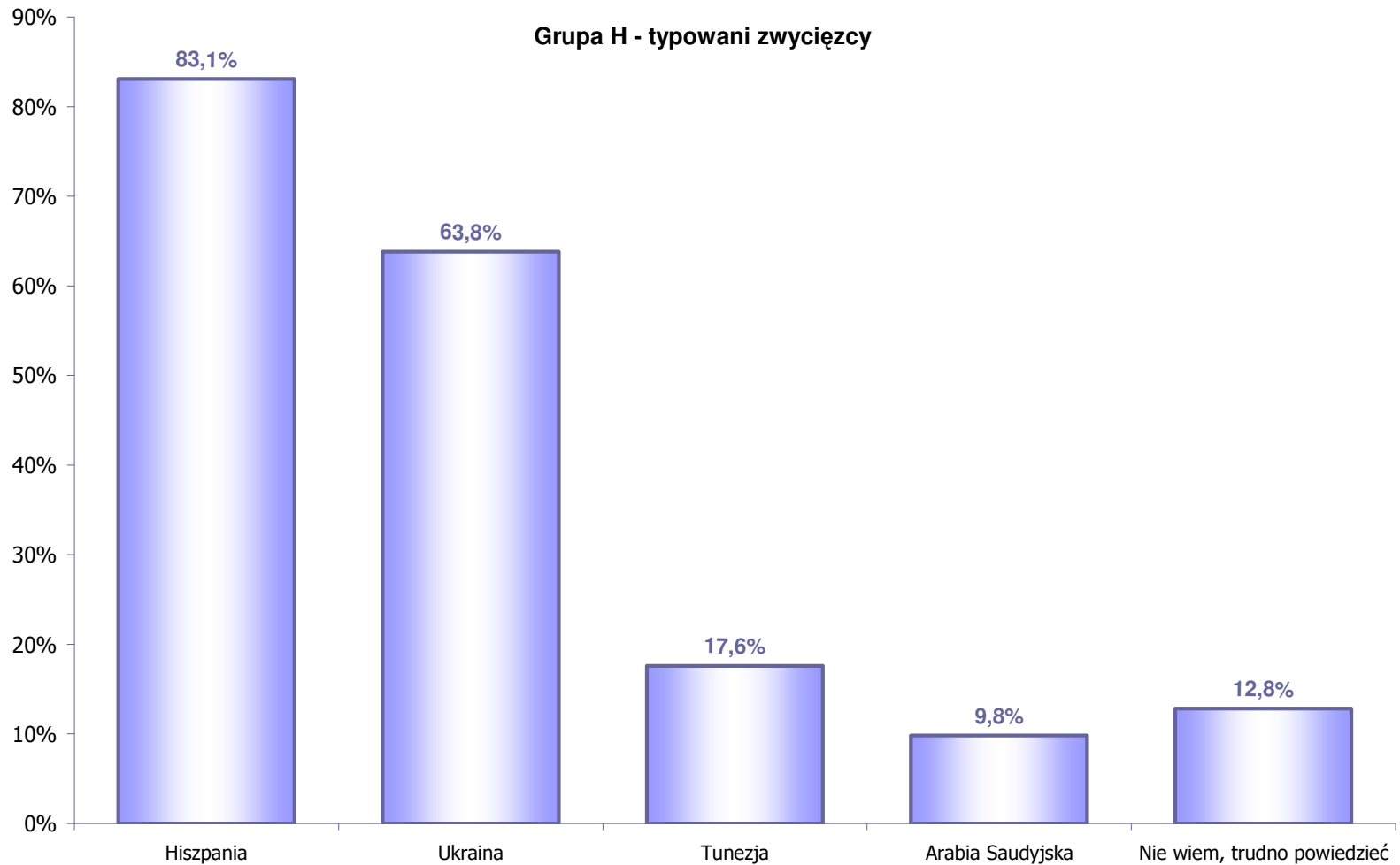


Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych





Grupa H – typowani zwycięzcy



Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

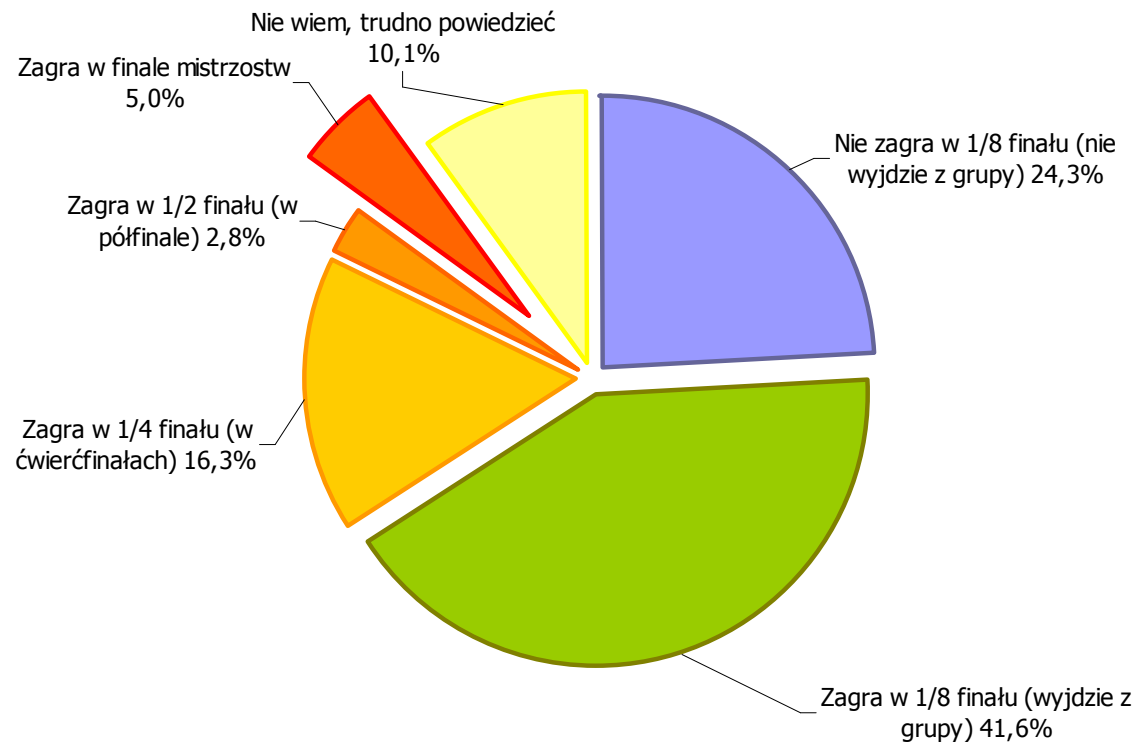
Źródło: Gemius SA/IIBR, maj 2006.





Udział reprezentacji Polski

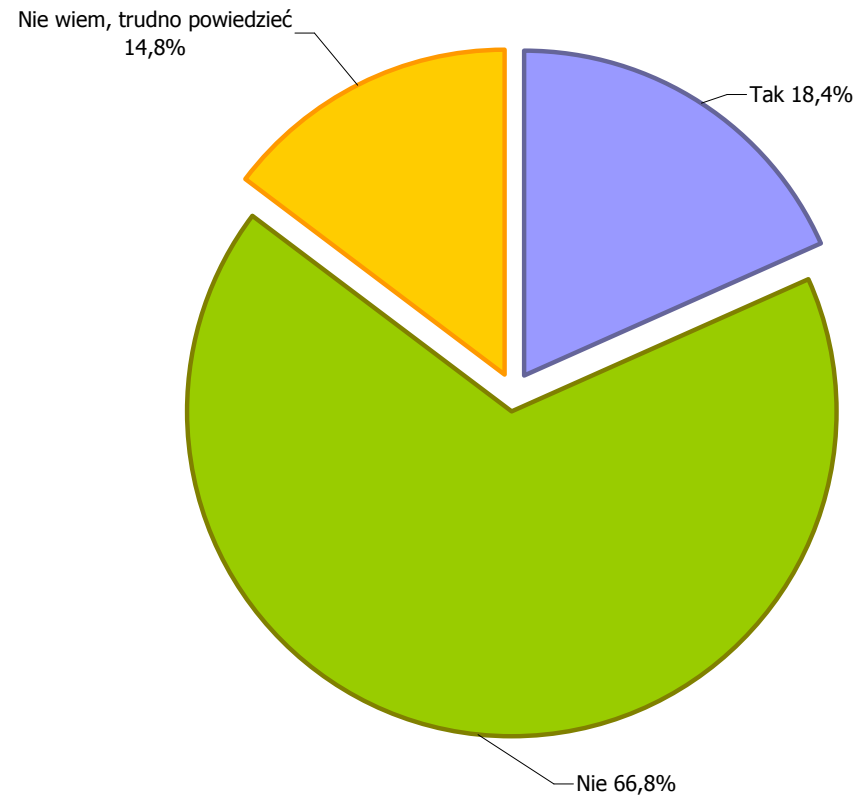
Udział reprezentacji Polski w Mistrzostwach Świata w piłce nożnej - Niemcy 2006





Zakłady bukmacherskie

Czy zamierza Pan(i) zawierać zakłady bukmacherskie dotyczące Mistrzostw Świata w piłce nożnej - Niemcy 2006?





Kontakt

Kontakt w sprawie badania:

Maciej Milewski - Interaktywny
Instytut Badań Rynkowych
maciej.milewski@iibr.pl

Kontakt prasowy:

Sylwia Szmalec – Gemius SA
sylwia.szmalec@gemius.pl

tel. (0 22) 874 41 00
fax. (0 22) 874 41 01



Interaktywny
Instytut
Badań
Rynkowych

