

#THENOD: GATORADE UND MANCHESTER-CITY-SPIELER LÜFTEN DAS GEHEMNIS DES NICKENS ALS SUPERKRAFT IM FUSSBALL

London (ots/PRNewswire) -

- Gatorade ist jetzt offiziell bei der UEFA Champions League und bei EA SPORTS FC™25 an der Seitenlinie vertreten, wo die reale und virtuelle Welt des Fußballs miteinander verschmelzen.
- Im Rahmen seiner erweiterten Partnerschaft mit zwei der angesagtesten Fußballplattformen der Welt unterstützt Gatorade Sportler von der Seitenlinie aus beim Erbringen körperlicher und mentaler Höchstleistungen. Eine wichtige Rolle spielt dabei #TheNod – das Nickens als symbolischen Geste, die Teamwork und Erfolge auf dem Spielfeld fördert.
- #TheNod ist laut Gatorade, Manchester-City-Spielern und Sportpsychologen eines der wirkungsvollsten Kommunikationsmittel, mit denen sich Fußballer einen Vorteil gegenüber ihren Gegnern verschaffen können.
- Bei der Analyse der von Manchester-City-Spielern verwendeten nonverbalen Kommunikation (NVK) ließ sich ein klarer Zusammenhang zwischen derartigen Gesten und der Teamleistung feststellen. Während der UEFA Champions League 2023/2024 wurden pro gewonnenem Spiel über 100 NVK verzeichnet.
- City-Spieler İlkay Gündoğan, Ruben Dias und Rodri, der 68. Gewinner des Ballon d'Or, hoben in einem Interview mit Gatorade die Bedeutung des Nickens und anderer nonverbaler Kommunikationsformen hervor.

Gatorade wird in dieser Saison bei der UEFA Champions League und bei ausgewählten In-Game-Spielen von EA SPORTS FC™ 25 an der Seitenlinie vertreten sein. In Form eines Brückenschlags zwischen der realen und der virtuellen Welt des Fußballs wird Gatorade Kühlgeräte und Quetschflaschen präsentieren, um die entscheidende Rolle der Flüssigkeitszufuhr bei der Steigerung der mentalen und körperlichen Leistungsfähigkeit hervorzuheben. Die Präsenz der Marke Gatorade wird durch spezielle LED-Tafeln unterstrichen. Die globalen Sponsoring-Aktivitäten von Gatorade machen deutlich, dass eine optimale Flüssigkeitszufuhr zu Höchstleistungen anspornen und jeden Einzelnen dazu befähigen kann, sein Bestes zu geben und sein Potenzial voll auszuschöpfen.

Im Rahmen seiner erweiterten Partnerschaft mit zwei der weltweit größten Marken im Fußball lüftet Gatorade gemeinsam mit Manchester City und den Spielern Rodrigo Hernández Cascante (Rodri), İlkay Gündoğan und Rúben Dias das Geheimnis für Höchstleistungen im Spiel: #TheNod – die Geste des Nickens. Als ein Getränk, das sowohl die mentale als auch die körperliche Leistungsfähigkeit unterstützt, gibt Gatorade Spielern das Selbstvertrauen und die Energie, die sie brauchen, um #TheNod einzusetzen, wenn es am meisten darauf ankommt. Ob an der Seitenlinie oder im Strafraum: Für Fußballspieler ist ein Kopfnicken viel mehr als nur eine einfache Geste. Es ist ein aussagekräftiges Signal, das Vertrauen, Einsatzbereitschaft und Entschlossenheit vermittelt und den Unterschied zwischen einem Sieg und einer Niederlage ausmachen kann.

Laut David Young, Sportpsychologe bei Manchester City, ist die nonverbale Kommunikation (NVK) für Profifußballer eine effektive Methode, um auf dem Spielfeld strategisch miteinander zu kommunizieren. Das Scannen des Spielfeldes, ein erhobener Arm und ein ausgestreckter Finger sind bekannte Formen der taktischen nonverbalen Kommunikation im Sport. Heute hat Gatorade jedoch verraten, dass die wahre Geheimwaffe für Fußballer auf dem Spielfeld ein einfaches Kopfnicken ist. Im neuesten Film von Gatorade ([HIER KLICKEN](#)) erklären Rodri, Gündoğan und Dias die Bedeutung dieser oft übersehenen Taktik auf dem Spielfeld.

Um den Erfolg der Spieler von der Seitenlinie aus unterstützen zu können, führte Gatorade eine gründliche Analyse durch, bei der der Einsatz des Kopfnickens bei Manchester City untersucht wurde. Dabei wurde ein klarer Zusammenhang zwischen dem Teamerfolg und der Häufigkeit nonverbaler Gesten auf dem Spielfeld festgestellt. Durch die Förderung der mentalen und körperlichen Leistungsfähigkeit stärkt Gatorade auch das Selbstvertrauen, das hinter diesen entscheidenden Gesten steht, und verhilft Spielern zu Höchstleistungen auf dem Spielfeld.

Im Rahmen der Studie wurden die Häufigkeit, der Kontext und die Muster nonverbaler Kommunikation während der UEFA-Champions-League-Spiele von Manchester City in der Saison 2023/2024 untersucht. Dabei wurde Folgendes festgestellt:

- **Taktische Zeichensprache:** In den acht Spielen der Saison verwendeten die „Boys in Blue“ über 1.000 nonverbale Signale, was von einer vielfältigen Körpersprache mit unterschiedlichen Kommunikationsformen (Scannen, Zeigen, Nicken und erhobene Arme) zeugt.
- **Nicken für den Sieg:** Bei Spielen, in denen Manchester-City-Spieler mehr als 100 nonverbale Signale verwendeten, war das Team bei 100 % der Spiele siegreich. Die Häufigkeit des Kopfnickens war dabei um 33 % höher.
- **„Der Mittelfeld-Radar“:** Mittelfeldspieler wie der Ballon-d'Or-Gewinner Rodri und Bernardo Silva sind mit etwa 20 bzw. 15 Scans pro Spiel die Top-Scanner des Teams.
- **Gesten für Tortreffer:** Wenn drei oder mehr Tore erzielt wurden, nahm der Einsatz nonverbaler Signale im Team um 19 % zu.
- **Taktische Telepathie:** Verteidiger und Mittelfeldspieler tauschen die meisten stillen Gesten aus: Über 50 % aller aufgezeichneten nonverbalen Signale betrafen mindestens einen Spieler dieser Positionen.
- **Erfolgreich in der Defensive:** Bei Manchester City nahm die Häufigkeit nonverbaler Kommunikation in jenen Spielen um 13,2 % zu, in denen das Team kein oder nur ein Tor kassierte.
- **Geheime Superkraft:** Die fünf Spieler, die am häufigsten nonverbale Kommunikationsformen nutzten – Rodri, Rúben Dias, Phil Foden, Bernardo Silva und Kyle Walker – gaben im Durchschnitt 45 nonverbale Hinweise pro Spiel und erzielten im

Durchschnitt 7,5 % mehr Punkte als Spieler, die derartige Gesten weniger häufig einsetzten.

Rodri, der 68. Gewinner des begehrten Ballon d'Or-Preises, spricht im Gatorade-Film über seine Verwendung von #TheNod und nonverbaler Kommunikation. Der Spieler, der derzeit als der beste der Welt gilt, sagt: „Die nonverbale Kommunikation spielt in unserem Sport eine sehr wichtige Rolle. Gesten zwischen Spielern helfen dabei, den Einsatz und die Mentalität des Teams zu stärken. Wenn man sieht, dass jemand leidet, können Gesten sehr hilfreich sein. Wir sind alle Menschen, und es macht einfach Mut, ein selbstbewusstes Gesicht zu sehen. Das ist sehr wichtig.“

Der Sportpsychologe von Manchester City, David Young, sagt: „Nonverbale Signale werden oft übersehen. Sie können uns jedoch einen Einblick in den emotionalen Zustand einer Person geben und möglicherweise den Zusammenhalt und die Leistung einer Gruppe verbessern. Untersuchungen haben gezeigt, dass bestimmte auf dem Spielfeld beobachtete Verhaltensweisen wie Nicken, Scannen und andere Körperbewegungen die Leistung des Einzelnen und des Teams beeinflussen können. Sie helfen dabei, das Zusammengehörigkeitsgefühl im Team zu stärken, und können von Sportlern und Trainern wirksam eingesetzt werden, um während des Trainings und bei den Spielen wichtige Botschaften zu übermitteln – besonders in Wettkampfsituationen, in denen der Gegner nicht wissen soll, was man vorhat.“

Manchester City möchte das Selbstvertrauen im Team stärken. Der wirkungsvolle Einsatz von NVK ist ein wichtiger Teil davon. Die nonverbale Kommunikation vermittelt den Spielern die Gewissheit, dass sie sich gegenseitig den Rücken freihalten und dass alle die vor ihnen liegende Herausforderung verstehen. Wir wissen alle, wie intensiv Spiele sein können, besonders in der UEFA-Champions-League-Saison. Ob an der Seitenlinie oder mitten im Geschehen – ein Nicken kann wirklich einen entscheidenden Unterschied machen.

Im Rahmen seiner mehrjährigen Partnerschaft appelliert Gatorade an die Sport- und Gaming-Community, dieser oft übersehenen Geste mehr Aufmerksamkeit zu schenken und zu zeigen, wie nonverbale Signale wie Nicken Spieler zum Erfolg anspornen können. Gatorade treibt Spieler von der Seitenlinie aus zu mentalen und körperlichen Höchstleistungen an und inspiriert sie dazu, ihr Bestes zu geben.

Adam Warner, Vice President of Global Sports and Entertainment Partnerships, sagt: „UEFA und EA SPORTS FC™ 25 sind zwei der bekanntesten Marken im Fußball. Wir freuen uns, an der Seitenlinie dabei zu sein und zu zeigen, wie wichtig die Flüssigkeitszufuhr für die mentale und körperliche Höchstleistung der Spieler ist. Unsere unverkennbaren Trinkflaschen werden auch am Spielfeldrand zu sehen sein – sowohl in der realen als auch in der virtuellen Welt. Wir bei Gatorade wissen, was Spieler auf dem Spielfeld antreibt. Durch unsere Zusammenarbeit mit Manchester City konnten wir nun die Bedeutung dieser unterschätzten Taktik nachweisen. Wir hoffen, dass diese Erkenntnis sowohl Gaming- als auch Fußball-Communities dazu inspiriert, ihr Spiel durch die Macht des Nicken zu verbessern.“

Weitere Informationen finden Sie unter: [Instagram](#)

1Gatorade führte eine Spieldatenanalyse der UEFA-Champions-League-Spiele von Manchester City ab der Saison 2023/2024 durch. Bei der Analyse wurden die Verwendung nonverbaler Signale (z. B. Nicken, Scannen, Handzeichen usw.) durch das Team, die Leistung der einzelnen Spieler und der Erfolg des Teams in den acht Spielen gemessen: Die Analyse wurde zwischen September und Oktober 2024 manuell durchgeführt.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an: gatoradelondon@golin.com

Über PepsiCo

Verbraucher in über 200 Ländern und Gebieten in aller Welt genießen mehr als eine Milliarde Mal am Tag Produkte von PepsiCo. Im Jahr 2023 erzielte PepsiCo einen Nettoumsatz von mehr als 91 Milliarden US-Dollar, dank eines Portfolios an Getränken und Convenience-Foods, das die Marken Lay's, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker und SodaStream umfasst. PepsiCo bietet eine breite Auswahl an schmackhaften Lebensmitteln und Getränken, darunter viele Kultmarken, die geschätzte jährliche Einzelhandelsumsätze von jeweils über 1 Milliarde US-Dollar erwirtschaften.

PepsiCo hat es sich zum Ziel gesetzt, der globale Marktführer für Getränke und Convenience-Foods zu werden, mithilfe seiner Strategie pep+ (PepsiCo Positiv). pep+ steht für die strategische Rundum-Transformation des Unternehmens: Wir rücken Nachhaltigkeit und Humankapital in den Mittelpunkt unserer Wert- und Wachstumsschöpfung, indem wir die Grenzen unserer Umwelt achten und zu positiven Veränderungen für unseren Planeten und die Menschheit inspirieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com; folgen Sie uns auf [X \(Twitter\)](#), [Instagram](#), [Facebook](#) und [LinkedIn](#) @PepsiCo.

Video - <https://mma.prnewswire.com/media/2564632/Gatorade.mp4>

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2564566/Gatorade_2.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2564607/Gatorade_3.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2564606/Gatorade_4.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2564605/Gatorade_5.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/thenod-gatorade-und-manchester-city-spieler-luften-das-gehemnis-des-nickens-als-superkraft-im-fussball-302314409.html>

Pressekontakt:

//www.webcorgo.net/l/1oaWdcs60K/

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100059880/100926086> abgerufen werden.