

Pressemitteilung

Borussia Dortmund vs. FC Bayern München: 1:0 bei den Fan-Farben im Auto

Berlin, 05.11.2020 - Borussia Dortmund gegen den FC Bayern München – das Duell am kommenden Samstag 7. November ist ein Highlight im Kalender vieler Fußballfans. Auch wenn keine Fans im Stadion sein können, ist die Vorfreude groß – und spaltet große Teile der Republik in ein schwarz-gelbes und rot-weißes Farbenmeer. Und zumindest hier haben die Borussen die Nase vorn: 42 % der Dortmund Fans, die ein Auto besitzen, dekorieren ihr Fahrzeug mit Fanartikeln. Bei den Bayern-Fans sind es mit 27 % nur circa ein Viertel - Punkt für Schwarz-Gelb. Das ist das Ergebnis einer Umfrage von [hey-car.de](https://www.hey-car.de). Interessant ist auch: Bayern-Fans sagen fast doppelt so oft wie BVB-Fans, sie würden um ihr Auto beneidet werden. Ist die Münchner Schickeria etwa mehr als nur ein Klischee?

Dortmund und München: Fußball und Auto

Egal ob „Mia san mia“ oder „Echte Liebe“, beide Slogans stehen für die Hingabe, Unterstützung und auch das Selbstbild der Fans. Und die tragen die treuen Fans gerne im Auto zur Schau – gerade in Zeiten wie diesen, wenn sie Corona-bedingt nicht ins Stadion können. Dabei bekennen sich die Dortmund-Fans, die ein Auto besitzen, stärker zu ihrem Verein als ihre Gegenspieler bei den Münchnern: 42 % der befragten Borussia-Fans mit Auto hübschen ihr Fahrzeug mit Aufklebern, Schals oder Wimpeln auf. Der Rekordmeister dagegen verfehlt hier klar die Tabellenspitze: Bei ihm sind es lediglich 27 %.

In der Umfrage zeigten sich zudem weitere Unterschiede: So gaben die Bayern-Fans mit Auto deutlich häufiger an, schon einmal für ihr Fahrzeug beneidet worden zu sein - mit 70 % sind es hier 14 Prozentpunkte mehr als bei den BVB-Fans (56 %). Steht der FCB etwa nicht nur für teure Spieler, sondern auch für Fans mit teuren Autos? In Dortmund scheinen andere Kriterien Trumpf zu sein: 43 % der befragten Autofahrer sagen, ihr Auto würde man in erster Linie als „praktisch“ bezeichnen. Damit ist die Ruhrmetropole nicht nur deutlich vor der bayrischen Landeshauptstadt (35 %), sondern auch vor dem Gesamtwert von 38 % aller befragten Fans von Erst- und Zweitliga-Clubs.



Einigkeit auf dem Weg zum Stadion

Auch wenn die Vereinszugehörigkeit sie trennt, verbindet sie die Liebe zum Fußball - und der Weg dahin: Die klare Präferenz bei den Fans beider Lager, um zu Auswärtsspielen zu kommen, ist das eigene Auto. Das werde sich nach dem zweiten Lockdown weiter festigen, erwartet man bei heyCar Deutschland: „Wir sehen einen klaren Bedeutungsanstieg des Autos. Das gilt natürlich nicht nur beim Weg ins Stadion, aber auch da“, sagt Nicolas Köhn, Marketingleiter bei heyCar Deutschland. Auch über die beiden Fanlager hinaus ist das eigene Auto als Anreisemittel für Auswärtsspiele beliebt: Fast zwei Drittel (62 %) aller befragten Fußball-Fans reisen mindestens „oft“ mit dem eigenen Auto als Gruppe an.

Laut Köhn verbindet heyCar aber noch mehr mit dem Auto: „Wie der Fußball ist das Auto eine sehr geschätzte und emotionale Angelegenheit in Deutschland. Als stolzer Sponsor des frisch aufgestiegenen Zweitligisten Eintracht Braunschweig bringen wir beide Leidenschaften zusammen. Für uns ist es wichtig, wie die Teams auf dem Platz, alles zu geben und uns immer weiter zu entwickeln. Letztendlich wird das Spiel auf dem Platz entschieden und da freuen wir uns auf ein faires Spiel am kommenden Samstag,“ erklärt Köhn: „Wir haben stets das Ziel unseren Kunden mit weiteren Innovationen den Gebrauchtwagenkauf zu erleichtern.“

Zur Befragung

Die Umfrage wurde im Oktober 2020 im Auftrag von heyCar Deutschland durch das Marktforschungsunternehmen Appinio in der Bundesrepublik Deutschland durchgeführt. Es handelt sich um eine Stichprobe von 1005 Fußballfans im Alter von 18 bis 72 Jahren aus dem internetrepräsentativen Appinio-Online-Panel.

Über heyCar

heyCar ist die neue, benutzerfreundliche Online-Plattform für geprüfte Gebrauchtwagen aller Klassen und bekannten Marken. Kaufinteressierte finden hier ausschließlich Gebrauchtwagen, die höchstens acht Jahre alt sind und maximal 150.000 km Laufleistung aufweisen. Auf der Plattform hilft ein klares, einfaches und umfangreiches Filtersystem den Nutzern dabei, genau den Gebrauchten zu finden, der wirklich passt. Derzeit bietet heyCar rund 300.000 gelistete Fahrzeuge von ca. 2.000 Händlergruppen an rund 4.000 Standorten an. heyCar arbeitet ausschließlich mit geprüften Händlern zusammen, die definierten



Qualitätskriterien entsprechen. Das Startup mit Sitz in Berlin wurde 2017 gegründet, CEO von hey car Deutschland ist Dr. Reinhard Schmidt. Mehr Informationen auf www.hey car.de

--

Pressekontakt

hey car: Pressekontakt

Carsten Riedel

Müllerstraße 153

13353 Berlin

+ 49 160 8421035

carsten.riedel@hey.car

Ketchum

Rashid Mlis

Blumenstraße 28

80331 München

+ 49 160 7197908

rashid.mlis@emanatepr.com