

Presse-Information

14. Dezember 2020

Hyundai Studie zum Amateurfußball: Aktive schätzen familiäre Stimmung

- Große Umfrage in Kooperation mit der Voting-App FanQ
- Amateurfußball wird als familiär, authentisch, traditionell und ehrlich angesehen
- Hyundai engagiert sich seit 2017 im Amateurfußball

Die Hyundai Motor Deutschland GmbH hat in Zusammenarbeit mit der Voting-App FanQ in einer groß angelegten Umfrage-Studie den Amateurfußball in Deutschland untersucht. Mit rund 6,5 Millionen aktiven Fußballerinnen und Fußballern in 27.000 Vereinen bildet gerade diese Gruppe das „Rückgrat des Fußballs“, wie es in der Studie heißt. Hyundai und FanQ wollten mit der Umfrage, bei der vor Beginn der Corona-Krise knapp 6.000 Personen 31 Fragen beantwortet hatten, herausarbeiten, was die Menschen in den Amateurvereinen bewegt und welche alltäglichen Probleme es zu bewältigen gilt.

„Hyundai ist seit Jahren in verschiedenen Bereichen im Amateurfußball unterwegs. Die umfassende Studie zeichnet ein eindeutiges Bild der Aktiven und des Vereinslebens, das voll und ganz zu den Werten passt, die Hyundai vertritt. Wir wollen mit der Umfrage herausfinden, welche Bedürfnisse und Herausforderungen bei den Vereinen bestehen, um zukünftig noch gezielter unterstützen zu können“, sagte Jürgen Keller, Geschäftsführer von Hyundai Motor Deutschland.

Mehr als vier von zehn Aktiven zusätzlich ehrenamtlich tätig

Ganz deutlich geht aus der Studie hervor, dass die Amateurfußball-Freunde die Nähe zu Verein und Spielern sowie die familiär-freundschaftlichen Beziehungen schätzen. Knapp zwei Drittel der Teilnehmer betonten, dass es für sie sehr wichtig sei, Zeit im Amateurfußball zu verbringen. Mehr als vier von zehn Aktiven fühlen sich dabei derart wohl im Verein, dass sie sich ehrenamtlich betätigen.

Aggressives Verhalten auf dem Platz, schlecht gepflegte Fußballplätze sowie schlechte Leistungen der Schiedsrichter wurden von den Befragten hingegen als besonders störend empfunden.

Traditionelle Werte und Mobilitätsgewohnheiten

Insbesondere die störenden Verhaltensweisen stehen im krassen Gegensatz zu den Attributen, die den Amateurfußball aus Sicht der Studienteilnehmer am besten beschreiben: So ist für viele der Befragten der Amateurfußball familiär (64,7 Prozent), traditionell (56,8 Prozent), authentisch (48,2 Prozent) und ehrlich (45,6 Prozent).

Traditionell sind auch die Mobilitätsgewohnheiten der Amateurfußballer. So fahren 62,2 Prozent der Befragten mit dem Pkw zu den Fußballplätzen, etwa ein Viertel bildet eine Fahrgemeinschaft.

Zudem nehmen die Ergebnisse des jeweiligen Spieltages eine signifikante Komponente im Amateurfußball ein. Knapp 90 Prozent der Teilnehmer rufen die Nachrichten digital ab, knapp elf Prozent nutzen dabei die Plattform sporttotal, die Hyundai seit über drei Jahren als Mobilitätspartner unterstützt.

In der aufgrund der Coronavirus-Pandemie spielfreien Zeit hatte Hyundai unter dem Motto **#gestärktzurück** ein Maßnahmen-Bündel unter anderem mit der Verlosung von zwei Hauptsponsoring-Paketen im Wert von 50.000 Euro oder dem Angebot günstiger Trikotsätze geschnürt, um die Vereine tatkräftig zu unterstützen. „Als langjähriger Förderer sind wir uns bewusst, wie wichtig die Basis im Fußballsport ist“, sagte Keller.

Hyundai vielfältiger Förderer des Amateurfußballs

Bereits seit 2017 ist Hyundai im Amateurfußball aktiv, zunächst als Partner der Multisports-Streaming-Plattform sporttotal und dem Fußballshop Outfitter. Seit diesem Jahr existieren weitere Partnerschaften mit dem Fußballportal FuPa, der Teamsport-App SpielerPlus, dem Deutschen Kleinfeld-Fußball-Verband, der Uni-Liga und Kreisligafußball.de. So wird das Hyundai-Versprechen „Vom Amateur- bis zum Weltmeister“ gelebt. Zudem hat Hyundai Deutschland den neuen Social-Media-Kanal „Hyundai liebt Fußball“ errichtet, der auf [Instagram](#) und [Facebook](#) als digitale Heimat für alle Amateurfußball-Aktivitäten des Automobilherstellers in Deutschland dient. Darüber hinaus setzt das Unternehmen mit dem Hyundai Cup, Deutschlands größtem Fußball-Turnierformat, neue Maßstäbe im Kleinfeldfußball.

FanQ

Die Voting-App FanQ arbeitet wie eine Bewertungsplattform im Fußball und greift mehrfach täglich aktuelle Themen auf, zu denen Fans befragt werden. FanQ wertet die Meinungen aus und visualisiert die Ergebnisse auf ihrer Plattform.

Die vollständigen Studienergebnisse lassen sich hier einsehen und herunterladen: <https://fang-app.com/wp-content/uploads/2020/10/fang-studie-zum-status-quo-des-amateurfuballs.pdf>

Ansprechpartner für redaktionelle Rückfragen

Nicole Welscher, Tel.: (069) 380767-472; E-Mail: nicole.welscher@hyundai.de

Michael Krämer, Tel.: (069) 380767-474; E-Mail: michael.kraemer@hyundai.de

Über Hyundai Motor Deutschland

Die Hyundai Motor Deutschland GmbH mit Sitz in Offenbach am Main ist seit 2012 eine 100-prozentige Tochter der südkoreanischen Hyundai Motor Company. In Deutschland hat Hyundai im Jahr 2019 mit 129.508 Zulassungen einen Marktanteil von 3,6 Prozent erreicht. Damit bleibt Hyundai stärkste asiatische Marke in Deutschland. Hyundai erhielt bei den Automotive Innovation Awards 2019 zwei Preise für die zukunftsorientierte Ausrichtung seiner Antriebstechnologien. Auch der Rat für Formgebung zeichnet Hyundai Technologien mit dem German Innovation Award aus. Kunden bestätigen Hyundai ein attraktives Design und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Einzigartig ist das 5-Jahres-Garantiepaket ohne Kilometerbegrenzung. Im Europäischen Forschungs-, Entwicklungs- und Designzentrum in Rüsselsheim werden 70 Prozent aller in Europa verkauften Fahrzeuge entworfen, konstruiert und getestet. Im Fußball engagiert sich Hyundai in allen Bereichen – von den Amateuren bis zu den Profis.

Informationen und Fotos auch im Internet-Pressebereich unter www.hyundai-presselounge.de.