



Europäische Studie: Kein Land reist weiter für Fußball als Deutschland

Laut einer neuen Studie sind die deutschen Fußballfans die engagiertesten unter den großen europäischen Fußballnationen.

Das Umfrageportal OnePoll hat im Auftrag von Enterprise Rent-A-Car, dem Sponsor der UEFA Europa League und der UEFA Conference League, eine neue Umfrage über Fankulturen in Europa durchgeführt. Diese ergibt unter anderem, dass deutsche Fußballfans bereit sind, im Schnitt mehr als viereinhalb Stunden zu reisen, um ihre Mannschaft anzufeuern. Jeder Vierte der Befragten ist sogar bereit, eine Reise von sieben Stunden oder mehr auf sich zu nehmen, um 90 Minuten Action zu sehen.

Für die Studie wurden insgesamt 5.000 Fußballfans befragt, jeweils 1.000 Fans in Frankreich, Spanien, England, Deutschland und Italien – Heimat der fünf großen europäischen Fußball-Ligen. Bei der Reisebereitschaft liegen die deutschen Fans mit Abstand an der Spitze, wobei sie auf Auswärtsfahrten am liebsten mit dem Auto unterwegs sind. Weitere Ergebnisse:

- Die deutschen Fans belegen in mehreren Kategorien die vorderen Plätze. Sie sind mit Gesängen oder Sprechchören während durchschnittlich 32 % der Spielzeit zum Beispiel die Zweitlautesten in Europa. Damit liegen sie nur knapp hinter den französischen Fans (33 %).
- Mehr als die Hälfte von ihnen gibt an, sie würden „nie“ ein Spiel vor dem Abpfiff verlassen. Dies ist ebenfalls der zweithöchste Wert unter allen an der Umfrage teilnehmenden Ländern – auch dieser wird nur von den Franzosen übertroffen (56 %).
- Die deutschen Fans schätzen auch die Stadionatmosphäre mehr als alle anderen Nationen: 54 % bezeichnen sie als das wichtigste Element bei einem Auswärtsspiel in Europa.
- Trotz grauen Himmels und regnerischen Wetters wählen die deutschen Fußballfans England (25 %) als beliebtestes Zielland für Fußballtourismus im Ausland, gefolgt von Spanien an zweiter Stelle (19 %) und Italien an dritter Stelle (10 %). Barcelona (23 %) steht bei den Städten ganz oben auf der Reisewunschliste der deutschen Fans und liegt damit knapp vor dem zweitplatzierten London (22 %).

Die neue Studie begleitet den Start der **Enterprise Real Club Legends-Kampagne**. Die Kampagne rückt in dieser Saison die treuen Fans und stillen Helden ins Rampenlicht, die ihre Mannschaft quer durch Europa begleiten und am Spieltag ein wesentlicher Bestandteil ihres Vereins und ihrer Gemeinschaft sind.

Diese Botschaft findet in Deutschland großen Anklang. 91 % glauben, dass diejenigen, die sich am Spieltag ehrenamtlich für ihren Verein engagieren oder für ihren Verein arbeiten, nicht die Aufmerksamkeit erhalten, die sie verdienen. 84 % sind der Meinung, dass diese Menschen außerhalb des Spielfelds genauso wichtig für ihren Verein sind wie die Spieler, wenn nicht sogar wichtiger.



Kyle Sanborn, Vice President für die globale Markenstrategie und Marketingaktivierung bei

Enterprise Mobility, sagt dazu: „Unsere neue Studie unterstreicht das unglaubliche Gemeinschaftsgefühl und die Loyalität der Fans für ihre Fußballvereine in Europa. Auch wenn sie nicht immer so viele Lieder und Schlagzeilen inspirieren wie die Spieler, wächst spürbar der Wunsch, die stillen Helden des Fußballs zu ehren – und wir freuen uns, unseren Beitrag dazu zu leisten.“

Die Umfrage unterstreicht die große Hingabe der Fans, die ihrer Mannschaft quer durch das eigene Land und durch Europa bei jedem Wetter (und unabhängig vom Ergebnis!) folgen. So geben 62 % der Befragten an, die Leistung auf dem Spielfeld sei für sie nicht das Wichtigste an ihrem Verein, und nennen dafür andere Faktoren wie Geschichte, Atmosphäre und das Gemeinschaftsgefühl.

Über Enterprise Mobility

Enterprise Mobility ist ein führender Anbieter von [Mobilitätslösungen](#). Diese umfassen u. a. Autovermietung, Fuhrparkmanagement, flexible Fahrzeugvermietung, Carsharing, Vanpooling, LKW-Vermietung, Luxusmietwagen, Fahrzeugverkauf und Fahrzeugabonnements sowie weitere Dienstleistungen und Lösungen im Bereich der Verkehrstechnologie, die das Reisen für Kunden einfacher und bequemer machen. Enterprise Mobility, einschließlich seiner Tochtergesellschaften und Franchisepartner, und die Tochtergesellschaft [Enterprise Fleet Management](#) verwalten eine vielfältige Flotte von mehr als 2,4 Millionen Fahrzeugen über ein integriertes Netzwerk von mehr als 9.500 voll ausgestatteten Mietstationen in Städten und an Flughäfen in mehr als 90 Ländern und Regionen. Enterprise Mobility befindet sich im Privatbesitz der Familie Taylor aus St. Louis und verwaltet die Marken [Enterprise Rent-A-Car](#), [National Car Rental](#) und [Alamo](#).

Über die Umfrage

Die Online-Umfrage unter 1.000 deutschen und insgesamt 5.000 Fußballfans in Europa wurde im Auftrag von Enterprise Rent-A-Car vom Umfrageportal OnePoll gemäß dem Verhaltenskodex der Market Research Society durchgeführt. Die Daten wurden zwischen dem 18. und 22. Dezember 2025 erhoben. Alle Teilnehmenden haben ihre Teilnahme an der Forschung im Rahmen eines Double-Opt-in-Verfahrens bestätigt und erhalten eine Vergütung entsprechend der Dauer und Komplexität der Umfrage. Diese Umfrage wurde vom OnePoll-Forschungsteam betreut und bearbeitet. OnePoll ist Unternehmenspartner von MRS, Unternehmensmitglied von ESOMAR und Mitglied des British Polling Council.