

## WM-Finale daheim statt Matroschka-Tattoo für ein Ticket – die Liebe der Deutschen zum Fußball hat Grenzen

Die Fußball-Weltmeisterschaft ist in aller Munde – ab heute geht es wieder um den bedeutsamen Pokal in der beliebtesten Volkssportart der Deutschen. Doch inwiefern sind sie bereit, etwas Ungewöhnliches für ein Ticket zum Finale unter Beteiligung der Nationalmannschaft zu tun? Das Buchungs- und Bewertungsportal [HolidayCheck](#) hat bei über 1.000 Deutschen nachgefragt. Das Ergebnis zeigt, dass ihre Liebe zum Fußball eindeutig Grenzen kennt.



### Wodka-Wetttrinken für ein Final-Ticket

Seit hunderten von Jahren wird in Russland der klare Schnaps aus Roggen oder Kartoffeln getrunken. Wenn es darum geht, mit einem Einheimischen um die Wette zu trinken, scheinen viele Deutsche das Risiko eines unliebsamen Katers am nächsten Morgen zu scheuen: Nur knapp 16 Prozent würden für ein Ticket inklusive Reisekosten zum Finale der diesjährigen Weltmeisterschaft mit einem Russen Wodka um die Wette trinken. Damit liegt der Konsum von Hochprozentigem dennoch auf Platz eins der außergewöhnlichen Dinge, die Befragte bereit sind, zu tun.

### Ein Konzert in der Fußgängerzone

Ein Ticket für ein kleines Ständchen in der Öffentlichkeit – keine Option für den Großteil der Befragten. Nur 15 Prozent würden sich für ein Ticket in eine Fußgängerzone stellen, um dort den Titel „Moskau“ der Band „Dschinghis Khan“ zu singen und ein Konzert auf dem typisch russischen Zupfinstrument „Balalaika“ zu geben.

### Unter einer Pelzmütze oder in der Sauna schwitzen

Ist die gegen extreme Kälte schützende und in Russland gerne getragene Pelzmütze „Uschanka“ selbst im milden Winter Deutschlands für den ein oder anderen zu warm, bringt sie ihren Träger im Sommer ordentlich ins Schwitzen. Genau das würden rund elf Prozent der Befragten zwei Wochen lang in Kauf nehmen, um Jogis Elf live zu unterstützen. Ebenso viele (elf Prozent) würden für ein Final-Ticket mit ihrem Erzfeind in eine 100 Grad heiße „Banja“-Sauna gehen und sich traditionsgemäß gegenseitig mit Birkenzweigen quästen.

## Tattoo gegen Ticket

Für eine „Matroschka“ werden immer kleiner werdende Puppen aus Holz gefertigt und ineinandergesteckt. Die Schachtelpuppe im Stil einer russischen Bäuerin erfreut sich besonders bei Touristen großer Beliebtheit. Allerdings wären nur knapp sechs Prozent der Umfrageteilnehmer bereit, sich eine russische Schachtelpuppe tätowieren zu lassen, um sich im Gegenzug das letzte Spiel der Fußballweltmeisterschaft vor Ort in Russland anschauen zu können. Überraschenderweise ist die Bereitschaft für eine bleibende Erinnerung auf der Haut nur unwesentlich geringer als die, sich eine Woche lang von russischem Schichtsalat „Hering im Pelzmantel“ zu ernähren (sieben Prozent).

## WM-Finale daheim statt in Moskau

Die Mehrheit der Befragten (knapp 60 Prozent) würde keine der genannten Taten vollbringen, um ein Ticket inklusive Reisekosten zu erhalten. Auch, wenn es sich um den Lieblingssport der Deutschen handelt, hat die Euphorie offensichtlich ihre Grenzen. Sogar die Liebe zum eigenen Auto scheint da größer: Nur knapp sieben Prozent der Befragten würden ihren Wagen gegen ein Fahrzeug der russischen Marke „Lada“ aus den 1970er tauschen. Damit steht es – zumindest bei dieser Umfrage – 1:0 für Deutschland gegen Russland.

## Informationen zur Umfrage

Alle Daten wurden, soweit nicht anders angegeben, von der Statista GmbH bereitgestellt. An der Befragung im April 2018 nahmen 1.026 Personen teil. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die Umfrageteilnehmer konnten auf die oben genannte Frage aus den im Text beschriebenen sowie folgender Antwortmöglichkeit mehrere auswählen: „Im eiskalten Seliger-See zwischen Moskau und St. Petersburg schwimmen“.

---

### Hinweis zur Bildnutzung

Die Grafik zur Umfrage steht Ihnen im [HolidayCheck-Newsroom](#) zum Download zur Verfügung. Sie darf zur einmaligen Nutzung im Zusammenhang mit der übermittelten Pressemitteilung „WM-Finale daheim statt Matroschka-Tattoo für ein Ticket – die Liebe der Deutschen zum Fußball hat Grenzen“ verwendet werden.

### Information für Journalisten

Gerne stellen wir Ihnen Informationen aus unserer umfassenden **Datenbank** zur Verfügung. Hier sind individuelle Bewertungen zu Hotels und Schiffen hinterlegt, Fotos und Videos, sowie etliche Reisetipps. Diese authentischen Stimmen lassen sich für Recherchewecke nach Ländern, Städten und Themengruppen sortieren. Gerne stellen wir Ihnen exklusive Informationen und aufbereitete Daten zur Verfügung. Weitere Themen basieren auf dem Wissen unserer **Experten**, die sich tagtäglich mit Destinationen und Hotels in aller Welt befassen. Auf Anfrage stellen wir gerne den Kontakt her – ob für Interviews, Statements, Kommentare oder Diskussionsrunden. Sie benötigen weitere Informationen? Wir unterstützen Sie gerne in Ihrer **Recherche!** Rufen Sie uns an oder mailen Sie uns.

### Über HolidayCheck

[HolidayCheck](#) ermöglicht es jedem Urlauber, dank authentischer Bewertungen, der Expertise des eigenen Reisebüros und dem Wissen der Community, den individuell passenden Urlaub zu finden und zu buchen. Grundlage sind über 8,7 Millionen Hotelbewertungen, ein eigenes TÜV-zertifiziertes Online-Reisebüro mit rund 180 Reiseexperten sowie die Angebote von mehr als 100 Reiseveranstaltern und weiteren touristischen Anbietern. Viele hilfreiche Informationen und Inspiration finden Urlauber auch im [Reiseforum](#) mit bis zu 2,3 Mio. Besuchern pro Monat, im HolidayCheck [Online-Magazin Away](#) und auf der neuen HolidayCheck [Kreuzfahrtplattform](#). Die HolidayCheck AG ist eine Tochter der HolidayCheck Group, wurde im Jahr 2003 gegründet und hat ihren Sitz im schweizerischen Bottighofen nahe der deutschen Grenzstadt Konstanz.

### Pressemitteilung im Newsroom lesen

### Pressekontakt

Lena Mildner  
Interims-Pressesprecherin  
+41 (0) 71 686 9001  
lena.mildner@holidaycheck.com

Isabelle von Kirch  
Junior Public Relations Manager  
+41 (0) 71 686 5381  
isabelle.kirch@holidaycheck.com