



30. Juni 2020

## Volkswagen versorgt Journalisten mit Zahlen, Daten und Fakten zum DFB-Pokalfinale

- Als offizieller Partner des Pokal-Wettbewerbs unterstützt Volkswagen die Arbeit der Sportjournalisten rund um das Endspiel zwischen dem FC Bayern München und Bayer Leverkusen
- Zahlen, Fakten und Rekorde: Die digitale Pressemappe kann ab sofort im Volkswagen Newsroom heruntergeladen werden
- Seit 2012 ehrt Volkswagen zudem den Pokalhelden der Saison auf dem „Walk of Fame“ am Berliner Olympiastadion

**Wolfsburg – Am kommenden Samstag findet im Berliner Olympiastadion das Endspiel um den DFB-Pokal zwischen dem FC Bayern München und Bayer 04 Leverkusen statt. Als offizieller Partner dieses traditionsreichen Wettbewerbs und des Deutschen Fußball-Bundes wird Volkswagen die Sportjournalisten wie in den Vorjahren mit einer umfangreichen Datenmappe versorgen. Diese steht ab sofort unter [www.volkswagen-newsroom.de](http://www.volkswagen-newsroom.de) zum Download bereit, und zwar sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache.**

### Medienkontakt

Gerd Voss  
Leiter Sportkommunikation  
Tel: +49 5361 977074  
[gerd.voss@volkswagen.de](mailto:gerd.voss@volkswagen.de)

Ingo Roersch  
Sportkommunikation  
Tel: +49 172 1332640  
[ingo.roersch@volkswagen.de](mailto:ingo.roersch@volkswagen.de)



In Zusammenarbeit mit den Datenexperten von Stats Perform hat Volkswagen eine mehr als 30-seitige Infomappe erstellt, in der wertvolle Zahlen, Fakten, Überraschendes und Rekorde rund um das DFB-Pokalfinale zwischen dem Titelverteidiger FC Bayern München (19 x Pokalsieger) und Bayer Leverkusen, dem Gewinner von 1993, übersichtlich zusammengefasst sind.



Mehr unter  
[volkswagen-newsroom.com](http://volkswagen-newsroom.com)

Zum Beispiel: Kein Pokalfinale in den letzten 46 Jahren wurde zu einem späteren Zeitpunkt im Jahr angepfiffen als das am kommenden 4. Juli. Das Endspiel 1974 zwischen Eintracht Frankfurt und dem Hamburger SV (3:1 n.V.) fand seinerzeit erst am 17. August statt. Grund dafür: Es wurde nach der Weltmeisterschaft ausgetragen. Denn der DFB wollte damals alle Nationalspieler früh im Trainingslager dabei haben.

### Außerdem: Volkswagen und die Pokalhelden des Walk of Fame

In seiner jahrzehntelangen Historie hat der DFB-Pokal viele Fußballer zu unvergessenen Helden gemacht. Um diese zu ehren, hat Volkswagen 2013 gemeinsam mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und dem TV-Sender SPORT1 den „DFB-Pokal Walk of Fame“ ins Leben gerufen. Am Berliner Olympiastadion werden die größten Pokalhelden der Vergangenheit und Gegenwart mit ihren Fuß- oder (bei Torhütern und Trainern) Handabdrücken verewigt. Bis heute sind 24 Akteure aufgenommen worden, die im DFB-Pokal ihre Spuren hinterlassen haben. Darunter Oliver Kahn, Kevin de Bruyne oder Thomas Radlspeck. Im vergangenen Jahr wurde Bayern-Stürmer Robert Lewandowski als Pokalheld ausgezeichnet. Die komplette Liste gibt es [hier](#).



Die Kandidaten für die Pokalsaison 2019/2020 bis zum Finale lauten: Ante Rebic (Eintracht Frankfurt/1. Runde), Lennart Grill (1. FC Kaiserslautern/2. Runde), Daniel Baatz (1. FC Saarbrücken/Viertelfinale) und Thomas Müller (FC Bayern München/Halbfinale). Nach dem Finale wird eine Jury den Pokalhelden 2019/2020 wählen.

---

Möchten Sie auch künftig Presseinformationen der Volkswagen Sportkommunikation und zur Volkswagen Media Lounge bei DFB-Länderspielen erhalten?

Dann schicken Sie uns bitte eine formlose Mail zum neuen Registrierungsprozess

[Ihre-Daten@volkswagen-kommunikation.de](mailto:Ihre-Daten@volkswagen-kommunikation.de)

Vielen Dank!

---

#### **Über die Marke Volkswagen:**

Die Marke Volkswagen Pkw ist weltweit in mehr als in 150 Märkten präsent und produziert Fahrzeuge an mehr als 50 Standorten in 14 Ländern. Im Jahr 2019 hat Volkswagen rund 6,3 Millionen Fahrzeuge ausgeliefert. Hierzu gehören Bestseller wie Golf, Tiguan, Jetta oder Passat. Derzeit arbeiten weltweit 195.878 Menschen bei Volkswagen. Hinzu kommen mehr als 10.000 Handelsbetriebe mit 86.000 Mitarbeitern. Volkswagen treibt die Weiterentwicklung des Automobilbaus konsequent voran. Elektromobilität, Smart Mobility und die digitale Transformation der Marke sind die strategischen Kernthemen der Zukunft.

---