

Sportprofile AWA 2025: Volleyball

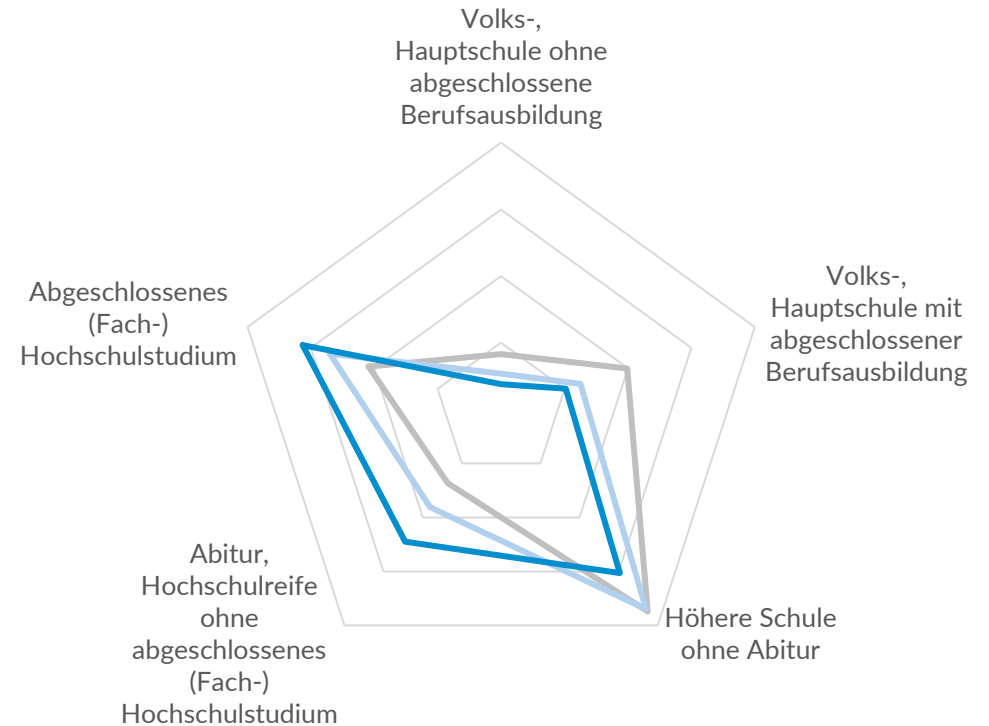
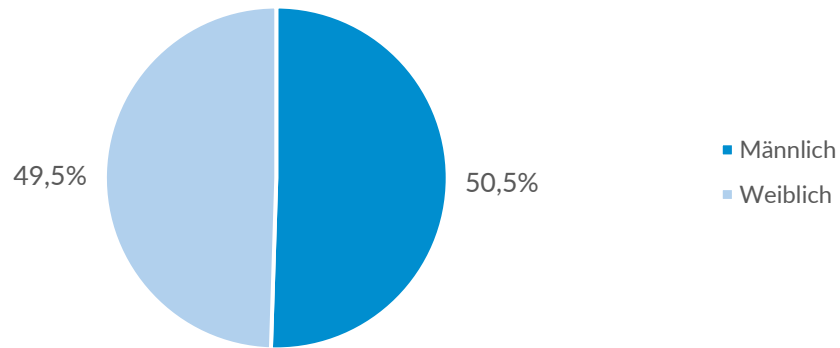
Die Besonderheiten der Volleyballinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (71 Mio.)

Soziodemographie: Sponsoren treffen im Volleyball auf eine große Zielgruppe mit einem hohen Bildungsgrad

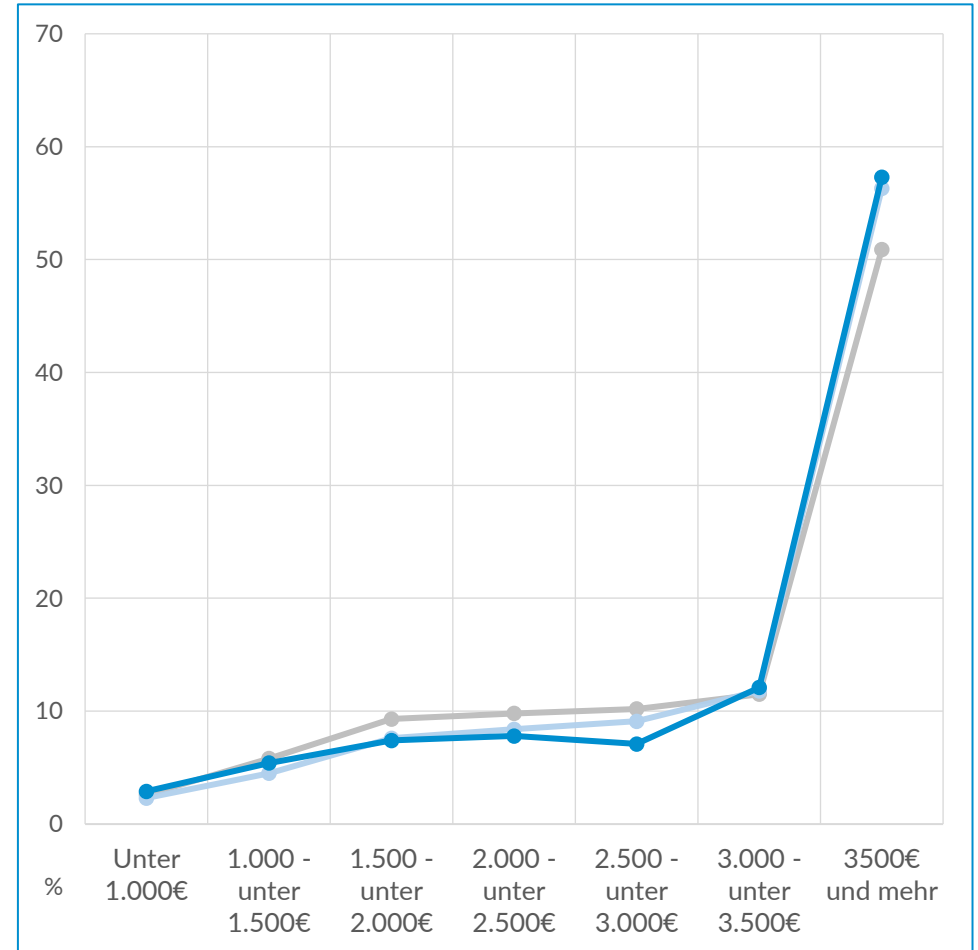
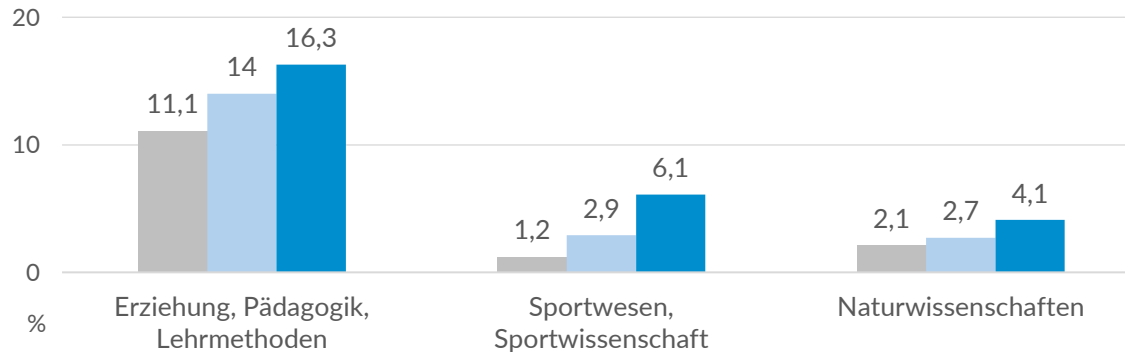
In Deutschland interessieren sich **14,91 Mio.** Menschen und damit **21%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Volleyball. **2,65 Mio.** (4%) sind sogar ganz besonders interessiert. Frauen stellen mit **49,5%** fast die Hälfte der Zielgruppe dar. Volleyballinteressierte verfügen über ein **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 20,9 % der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es unter den besonders Volleyballinteressierten **31,1%.**



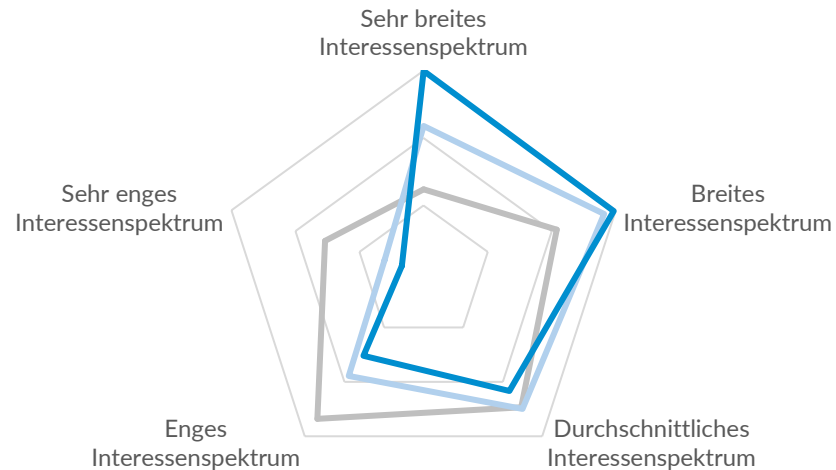
Soziodemographie: Volleyballinteressierte sind in allen Berufsgruppen vertreten und haben ein vergleichsweise hohes Haushaltsnettoeinkommen

Die Volleyballinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Gruppen vertreten. Ein Großteil arbeitet in **pädagogischen Berufen**. Auch das Sportwesen und Naturwissenschaften sind überdurchschnittlich stark vertreten.

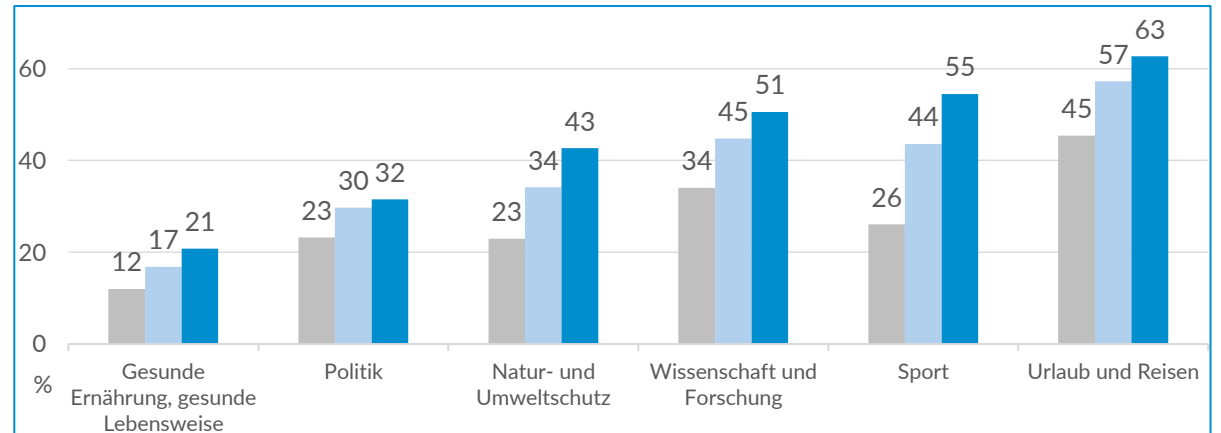
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Volleyballinteressierten liegt vergleichsweise etwas höher als in der Gesamtbevölkerung.



Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders in den Bereichen Urlaub und Reisen sowie Sport

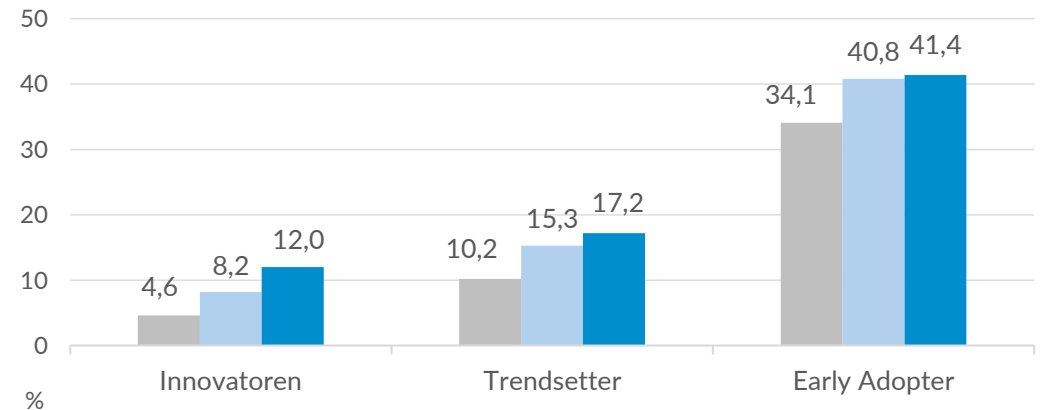
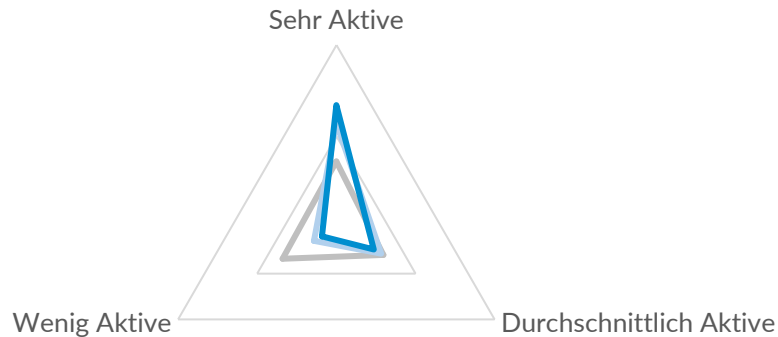
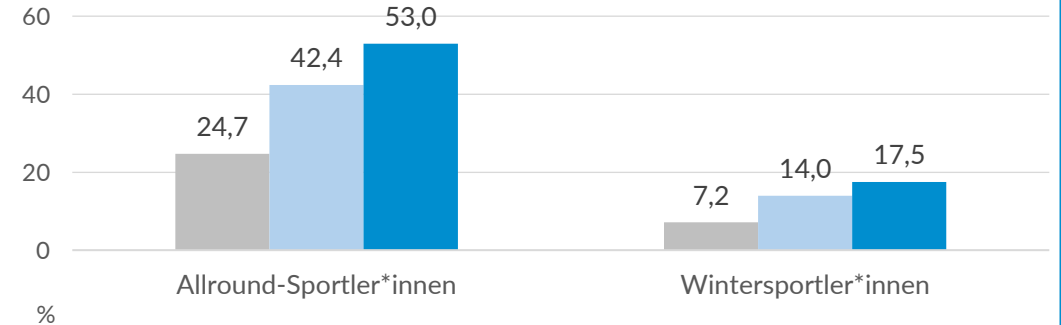


Volleyballinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Urlaub und Reisen**. Auch **Sport** und **Natur- und Umweltschutz** spielen bei den Volleyballinteressierten eine große Rolle. Des Weiteren ist das Interesse an **Wissenschaft und Forschung** vergleichsweise ausgeprägt.

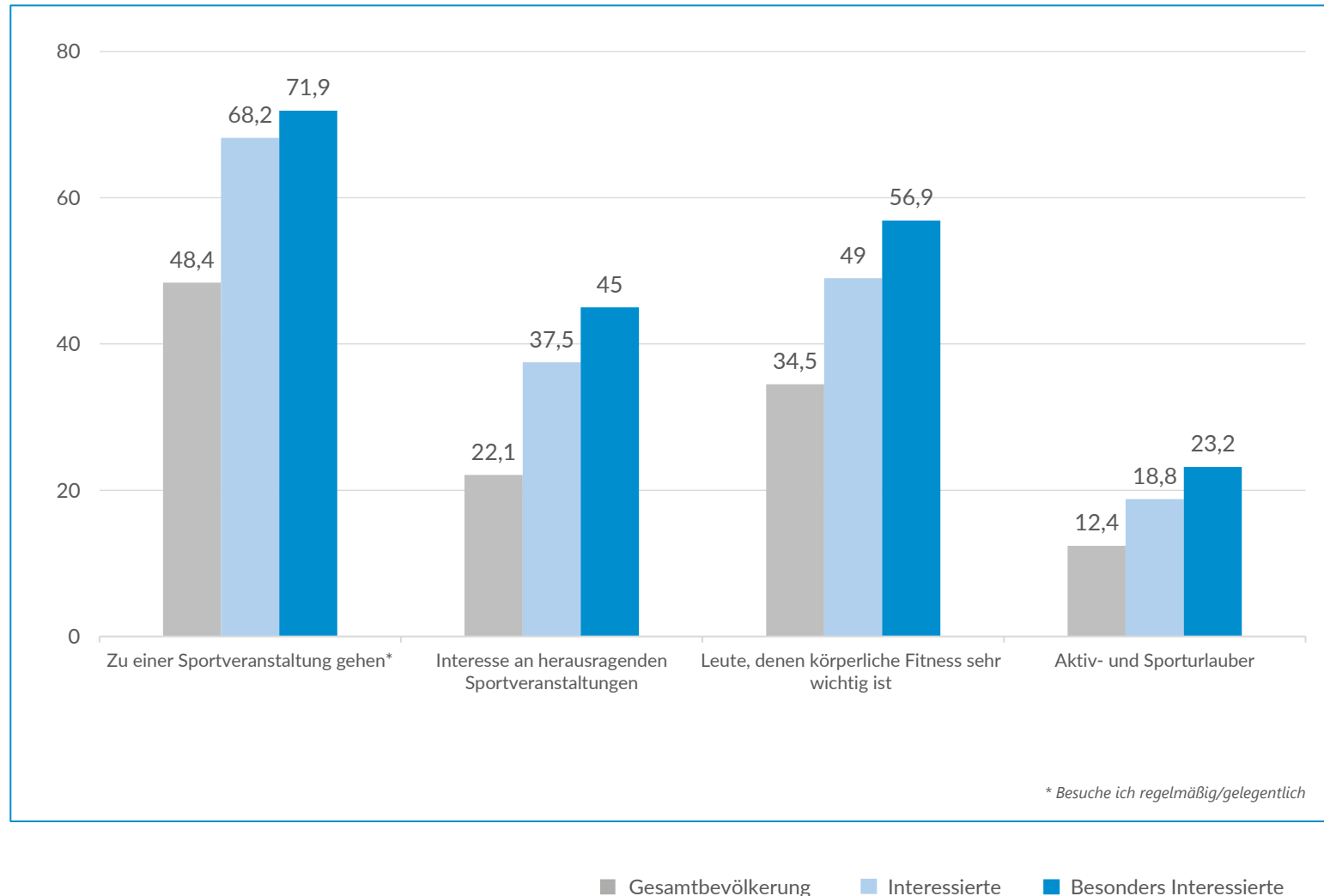


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Volleyballinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allround-Sportler*innen** und sind besonders aktiv. Die Zielgruppe der Volleyballinteressierten sind zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung **Innovatoren, Trendsetter und Early Adopter**.

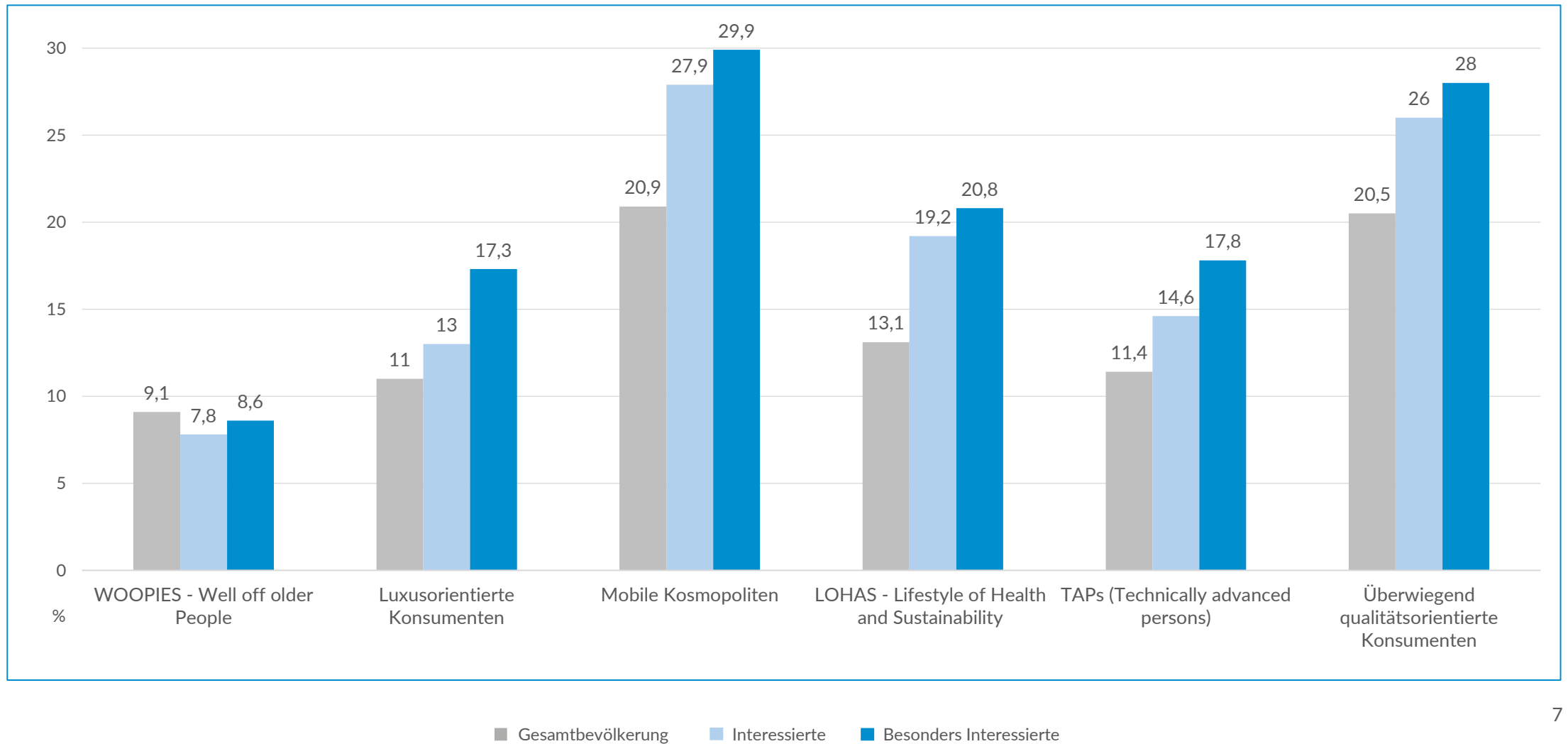


Freizeit: Die Zielgruppe verbringt ihre Freizeit gerne mit Fitness und Sportevents. Weiterhin interessiert sie sich auch für andere Sportarten



Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Volleyballinteressierte gehen deutlich häufiger zu **Sportveranstaltungen**. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem für Fußball, Basketball, Fußball und Tennis aber auch Leichtathletik und Wintersportarten.

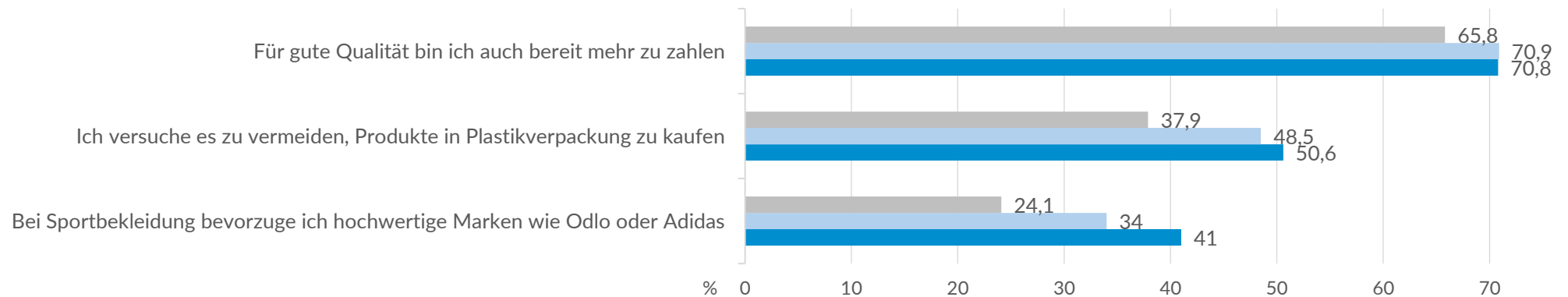
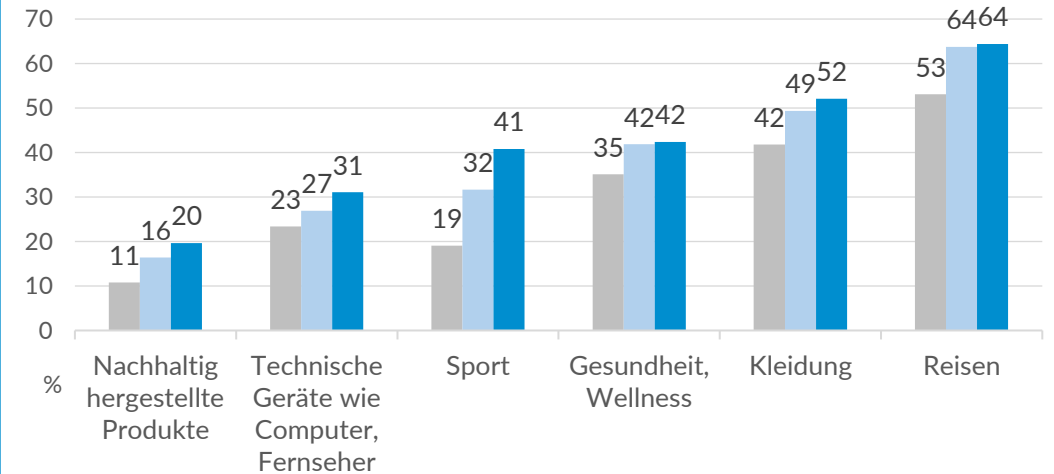
Volleyballinteressierte als Konsumenten: Unter den Volleyballinteressierten finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien sowie Sonderzielgruppen wieder



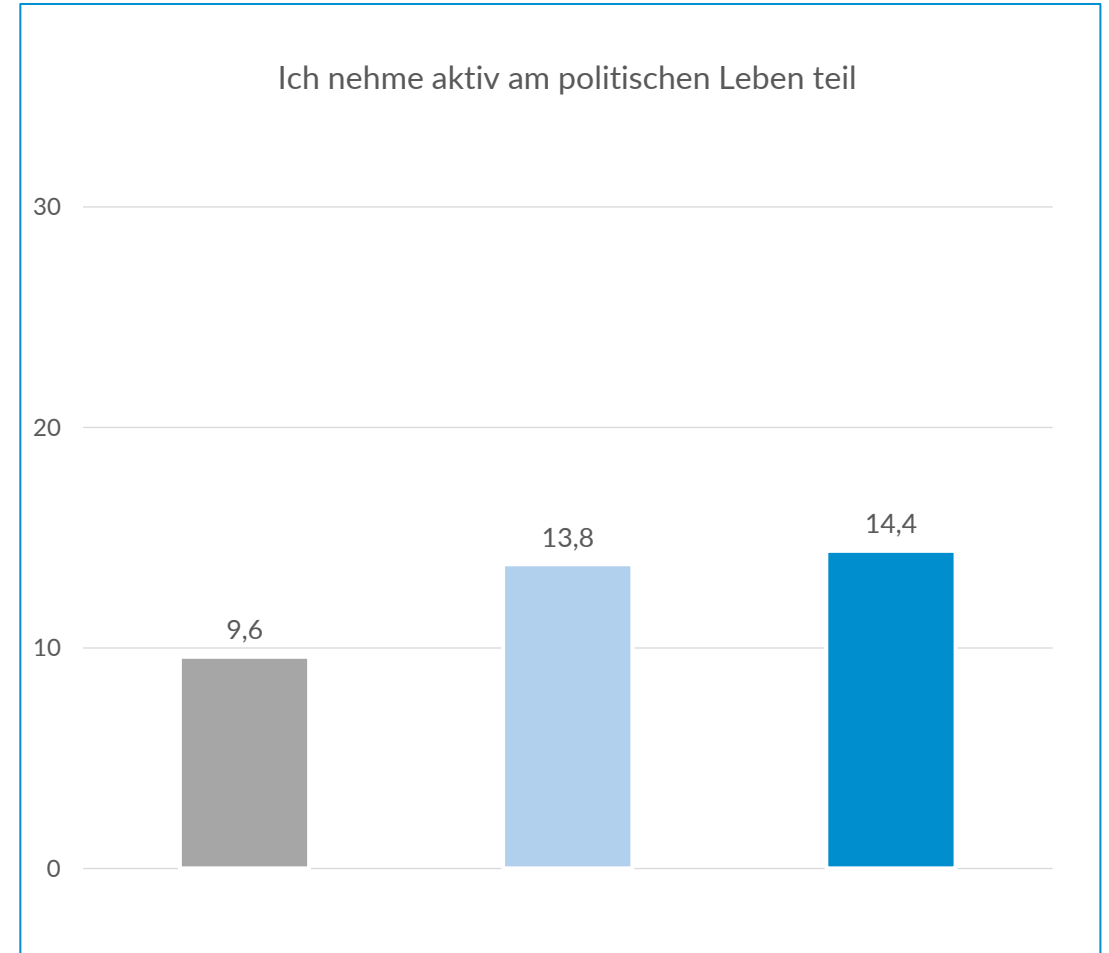
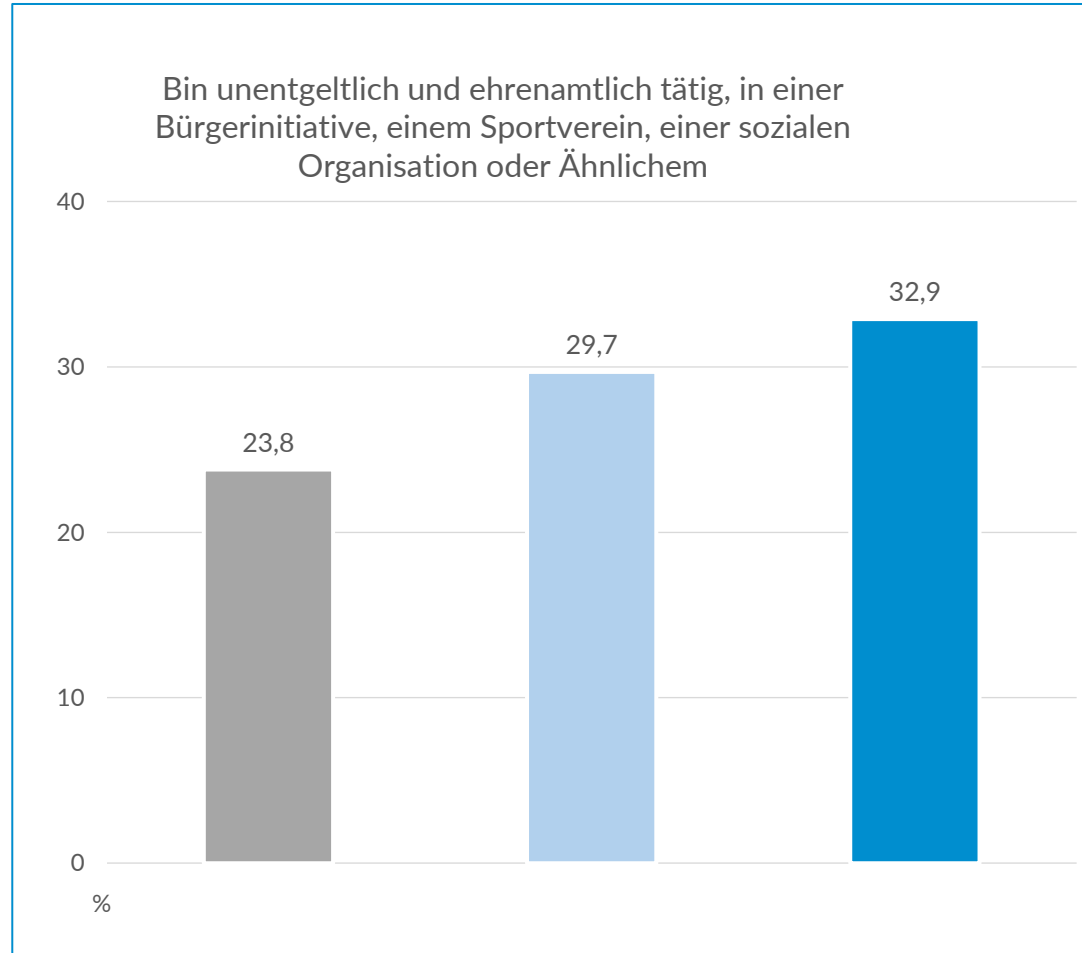
Volleyballinteressierte als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Hobbies und Freizeitbeschäftigung trifft auf erhöhtes Qualitätsbewusstsein

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte, Kleidung und Reisen ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht.

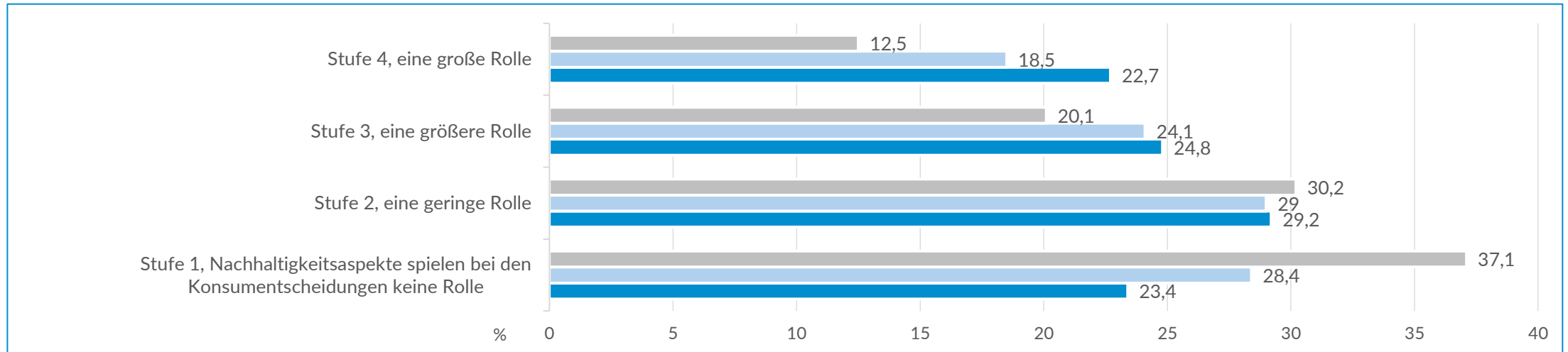
Der Konsumstil und die Käufertypologie der Volleyballinteressierten zeigt außerdem, dass sie für hohe **Qualität** und **Marken** gerne mehr ausgeben. Wichtig ist auch die Nachhaltigkeit der Produkte.



Ehrenamt: Volleyballinteressierte engagieren sich ehrenamtlich und sind politisch aktiv

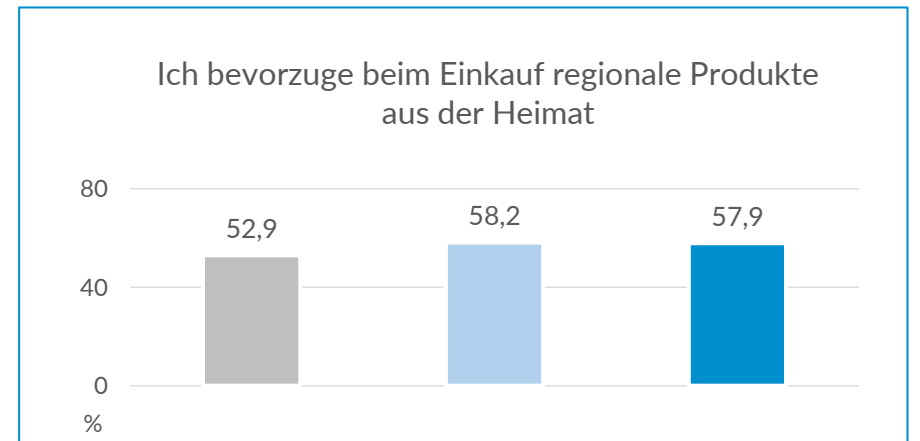


Nachhaltigkeit im Fokus: Volleyballinteressierte kaufen vermehrt regionale Produkte und sind auf Nachhaltigkeit bedacht

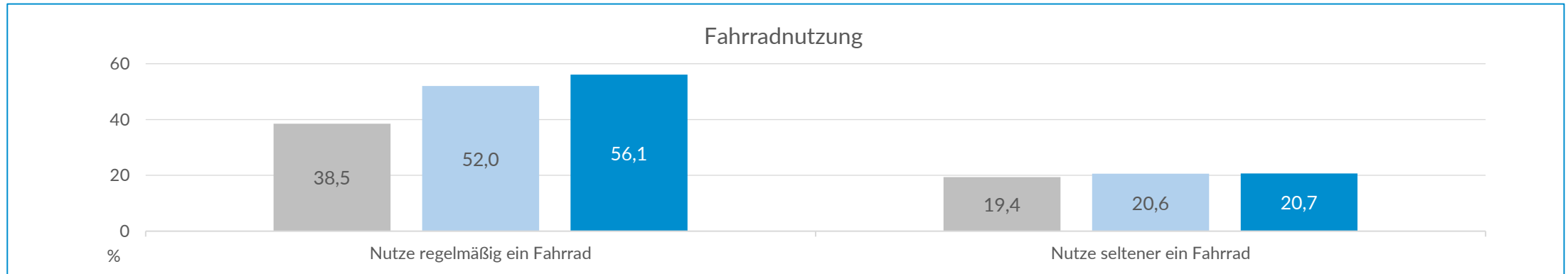
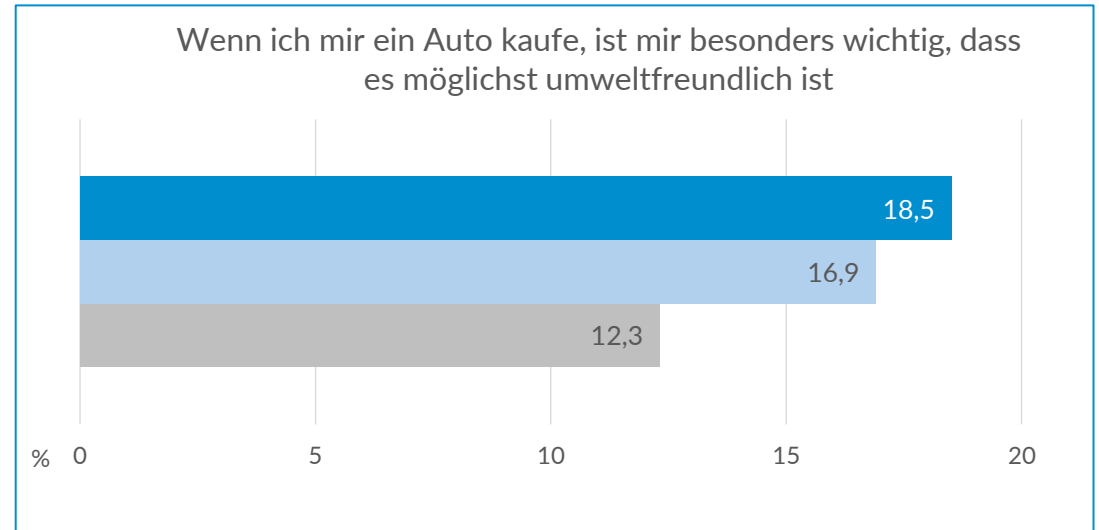
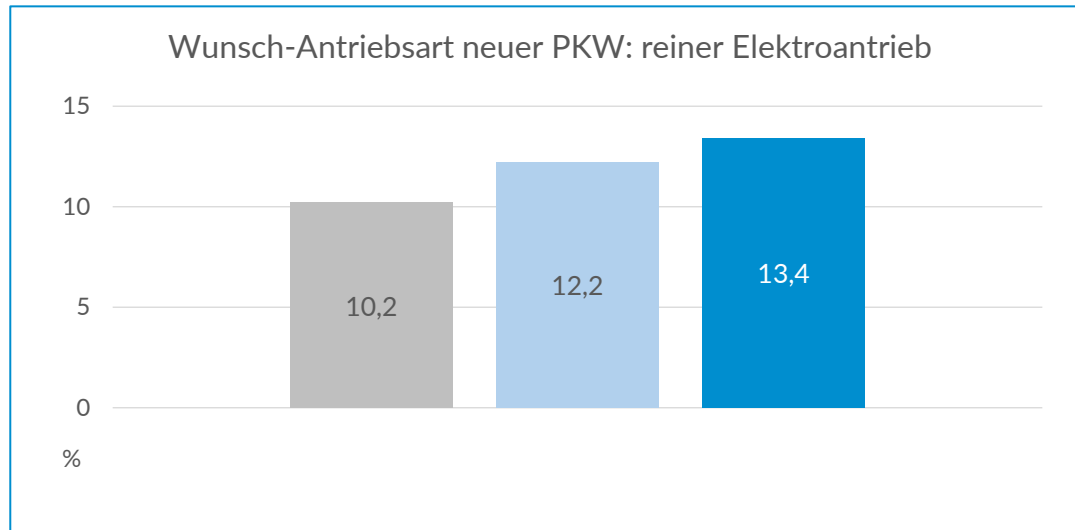


Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Volleyballinteressierte bei Konsumententscheidungen deutlich mehr auf **Nachhaltigkeit**.

58,2 % der Volleyballinteressierten ist es auch wichtig beim Einkauf regionale Produkte zu kaufen.



Mobilität im Fokus: Volleyballinteressierte sind in der Regel nachhaltiger mobil als die Gesamtgesellschaft



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Volleyball ist vergleichsweise groß und fast zur Hälfte weiblich. Sponsoren treffen im Volleyball auf ein Publikum, das überdurchschnittlich **gut gebildet** und häufig in **pädagogischen Berufen** tätig ist sowie über ein hohes **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **sehr breites Interessenspektrum** und ist darüber hinaus häufig in **Ehrenämtern** tätig. **Forschung** und **Wissenschaft**, **Urlaub** und **Reisen** sowie **Sport** stoßen auf großes Interesse. Außerdem liegt den Volleyballinteressierten viel an **Natur-** und **Umweltschutz**. Beim Kauf von Lebensmitteln, Kleidung und Autos achten Volleyballinteressierte besonders auf **Qualität** und **Nachhaltigkeit**.
- Aus diesen Gründen versuchen sie ein **nachhaltiges** und **gesundes** Leben zu führen. Darüber hinaus ist die Zielgruppe **kosmopolitisch**, **technikbegeistert** sowie **qualitätsorientiert** und gehört zur Sonderzielgruppe der **LOHAS** (Lifestyle of Health and Sustainability).

