

AWA SPORTPROFILE 2026: Fußball

Die Besonderheiten der Fußballinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2026
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,03 Mio.)



Vereinigung
Sportmarketing-
Anbieter e.V.

Fotocredits: Leon Kuegeler/Bundesliga

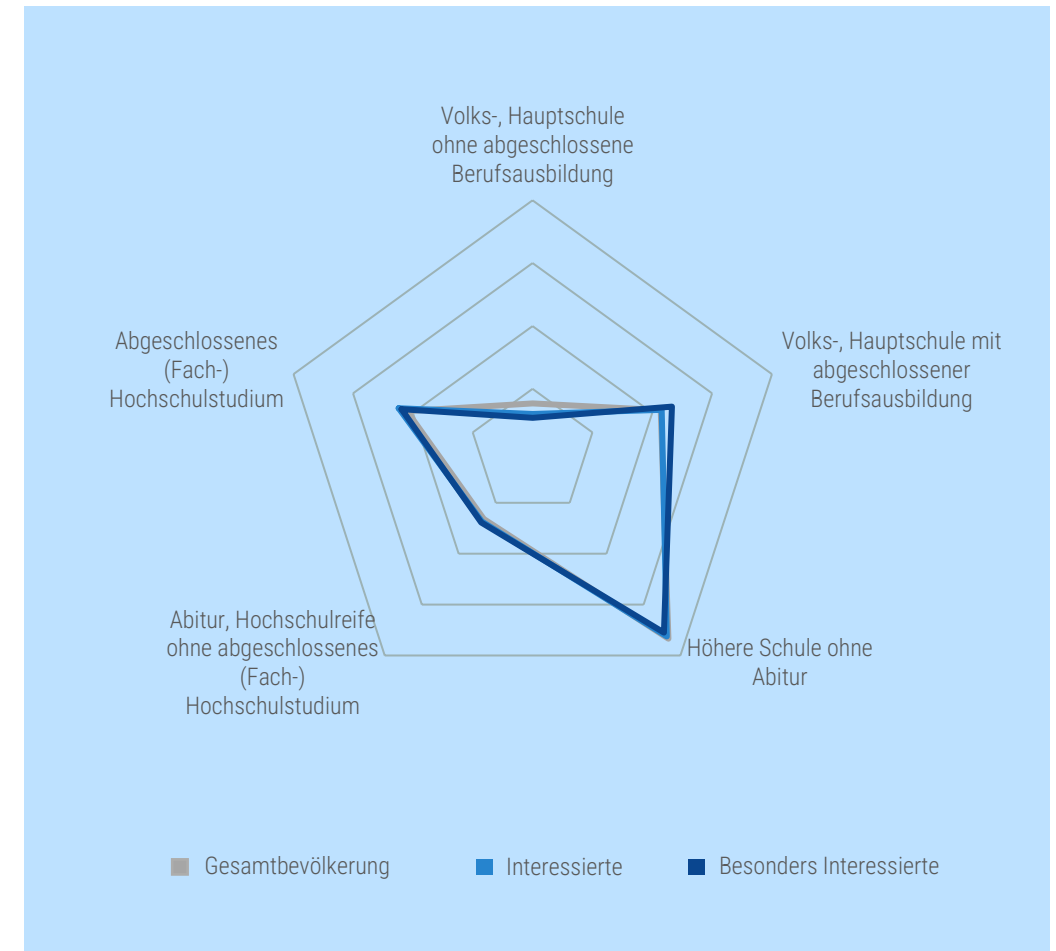
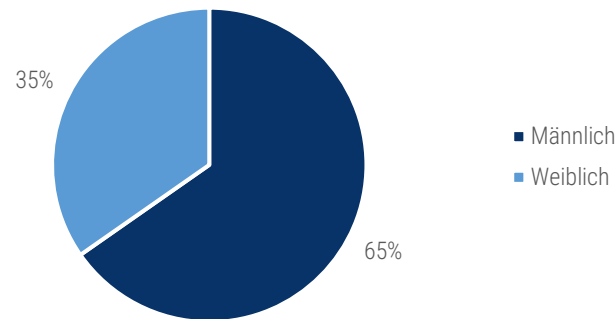
SOZIODEMOGRAPHIE: SPONSOREN TREFFEN BEIM FUSSBALL AUF EINE GROSSE ZIELGRUPPE MIT ABGESCHLOSSENER BERUFSAUSBILDUNG



In Deutschland interessieren sich **37,38 Mio.** Menschen und damit **54%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Fußball.
19,63 Mio. (28%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

Frauen bilden mehr als ein Drittel der Zielgruppe.

Fußballinteressierte spiegeln das Bildungsniveau der Gesamtbevölkerung wider.

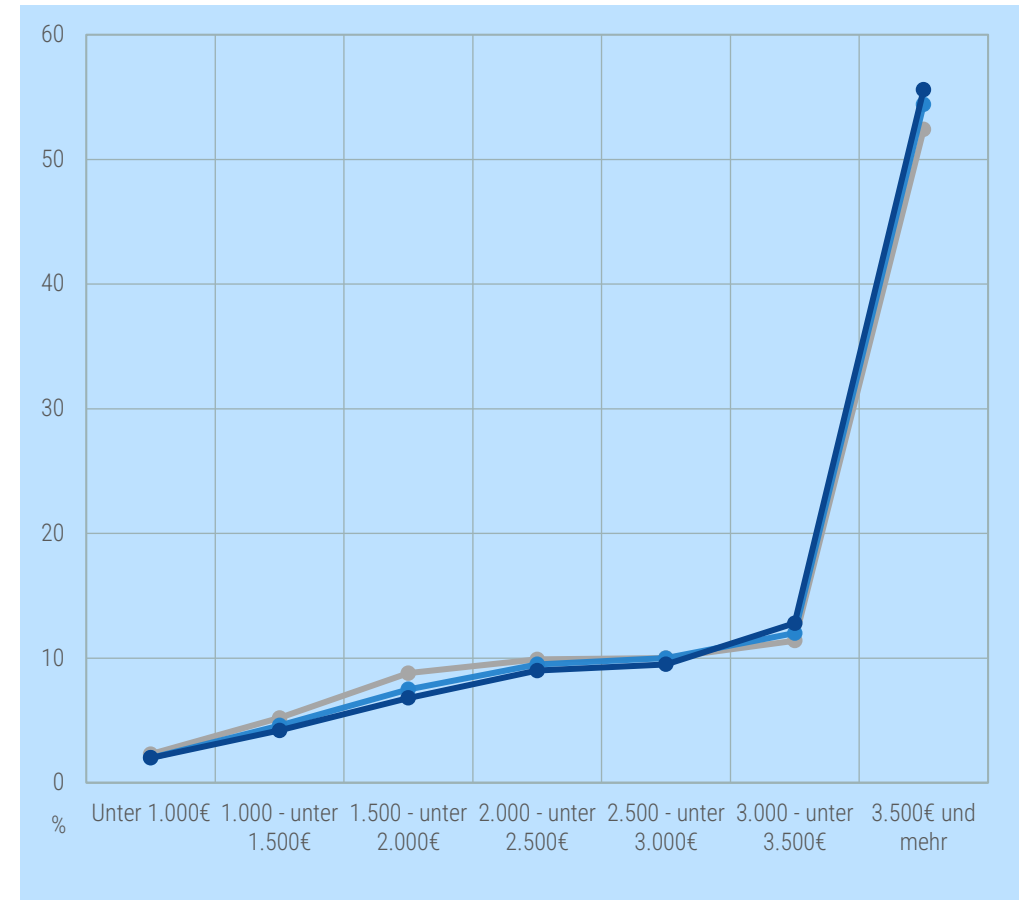
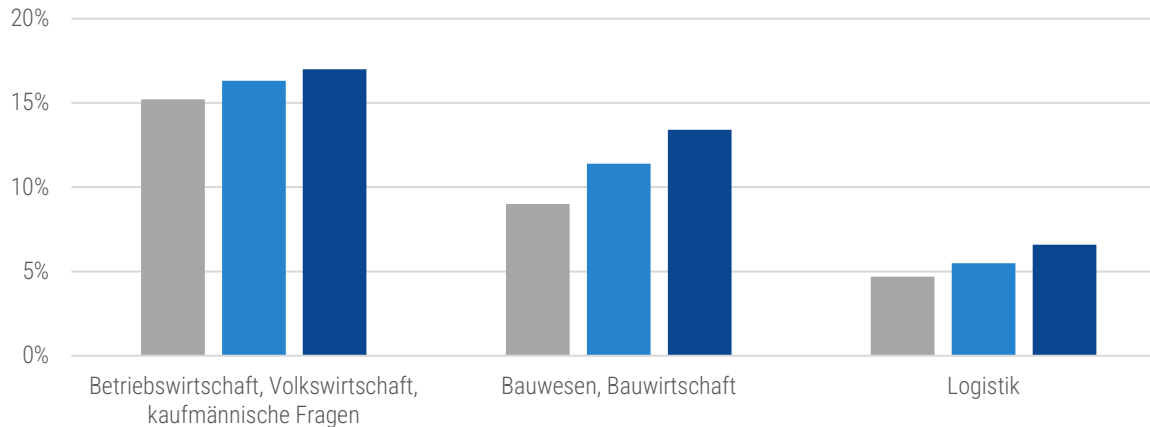


SOZIODEMOGRAPHIE: FUSSBALLINTERESSIERTE VERFÜGEN ÜBER EIN VERGLEICHBARES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN WIE DIE GESAMTBEVÖLKERUNG



Die Fußballinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in **kaufmännischen Berufen**. Auch die Bereiche **Logistik** und **Bauwesen** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.

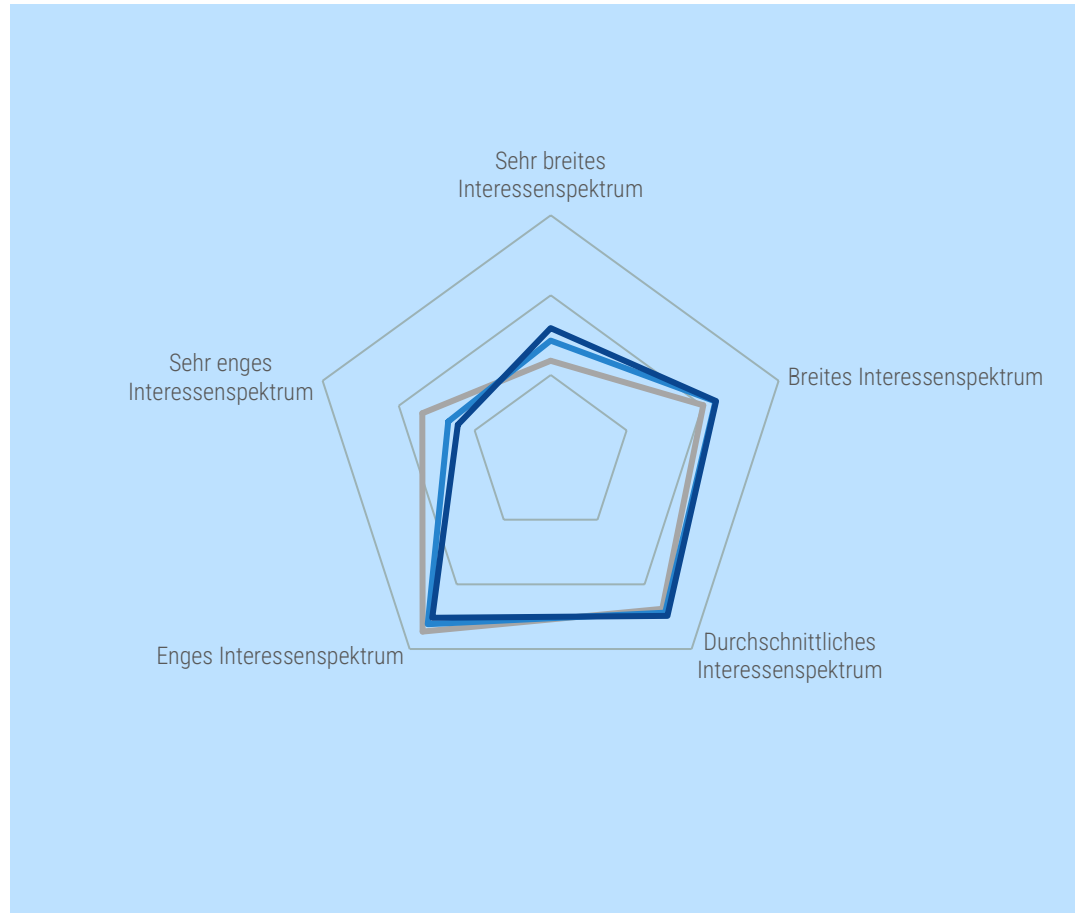


■ Gesamtbevölkerung

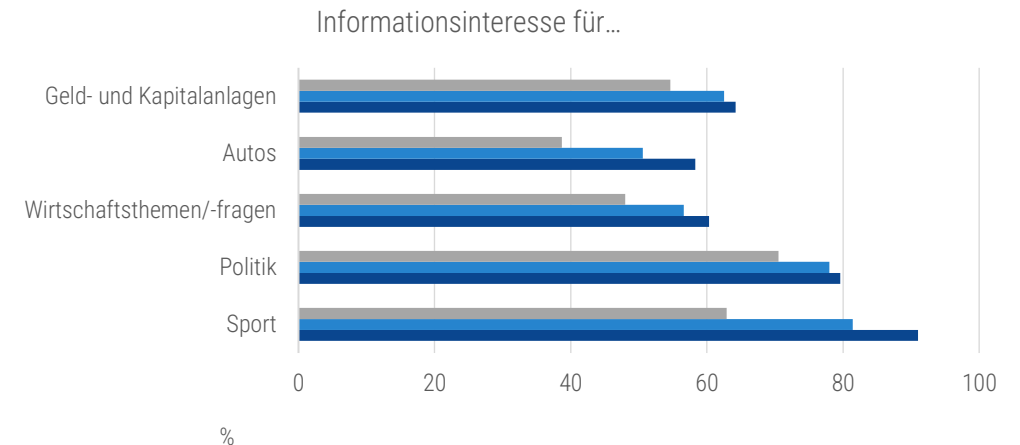
■ Interessierte

■ Besonders Interessierte

INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE

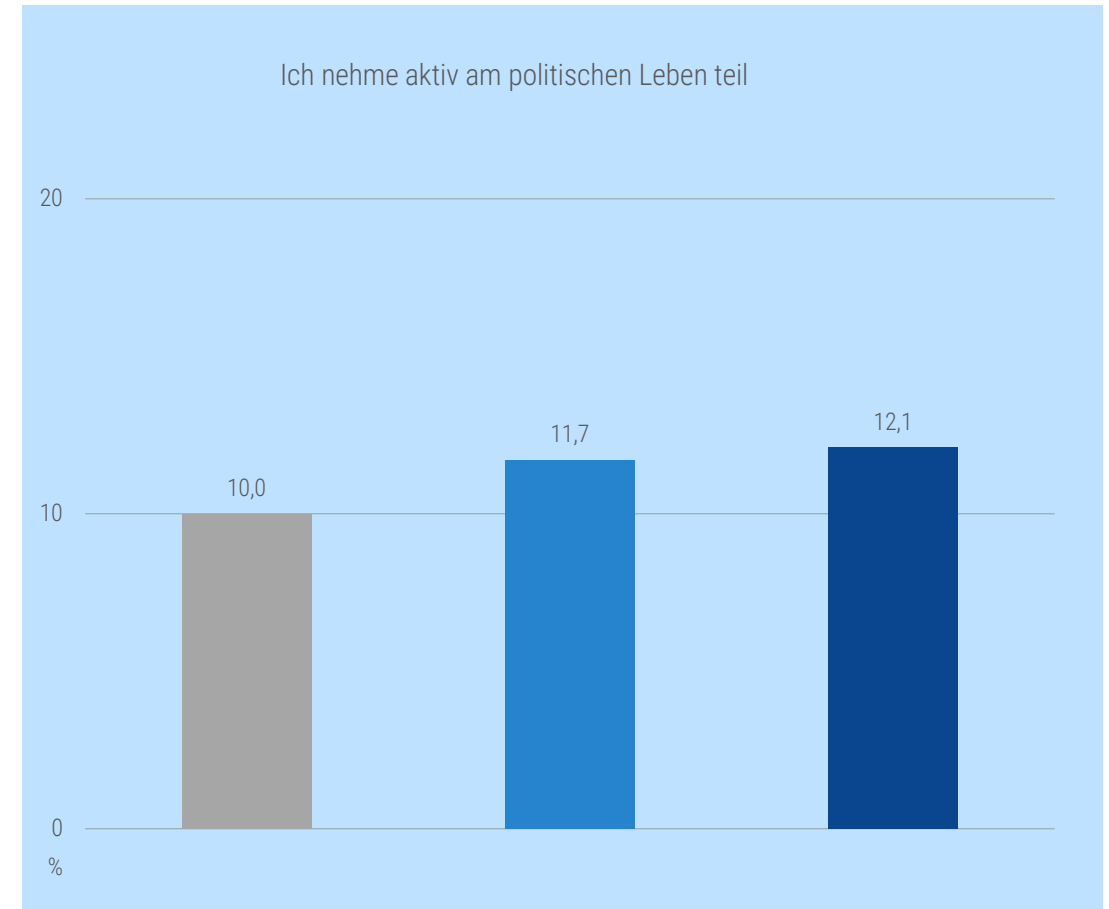
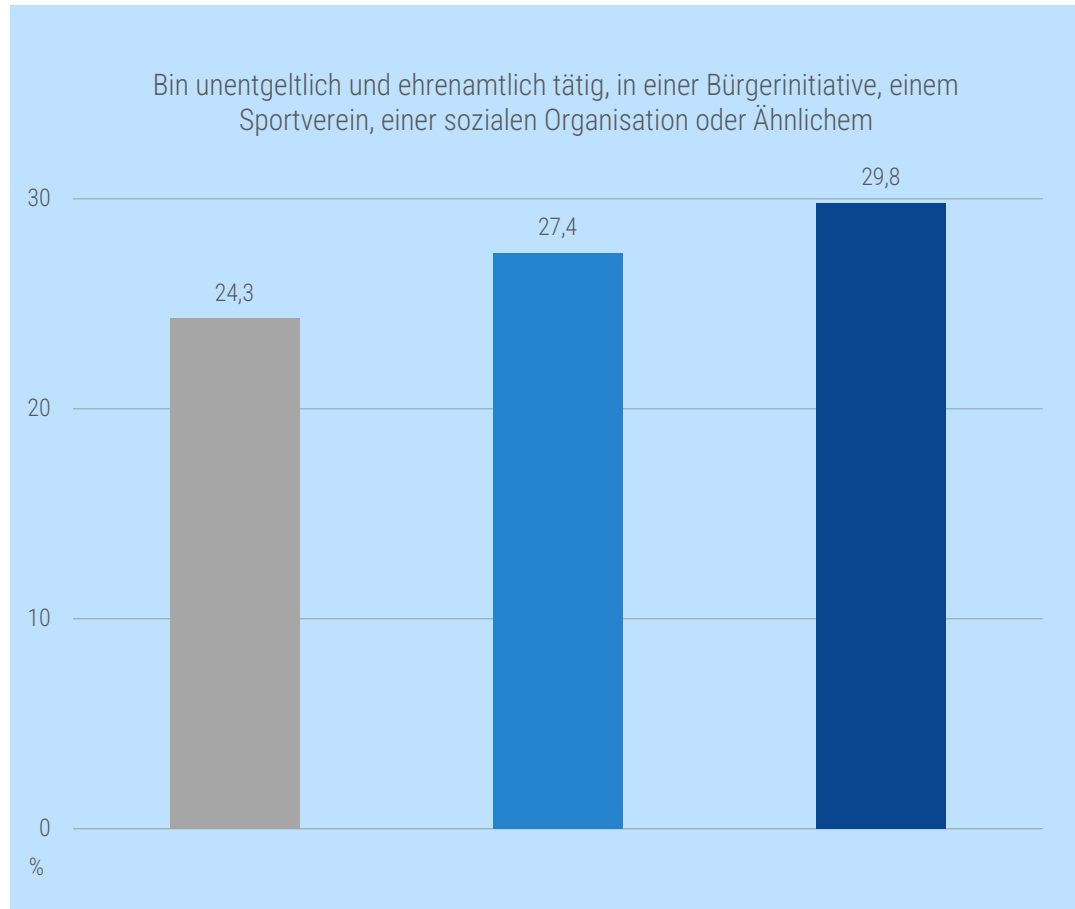


Fußballinteressierte Personen weisen ein breites **Interessensspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Politik** und **Sport**. Auch **Autos**, **Geld- und Kapitalanlagen** und **Wirtschaftsthemen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.



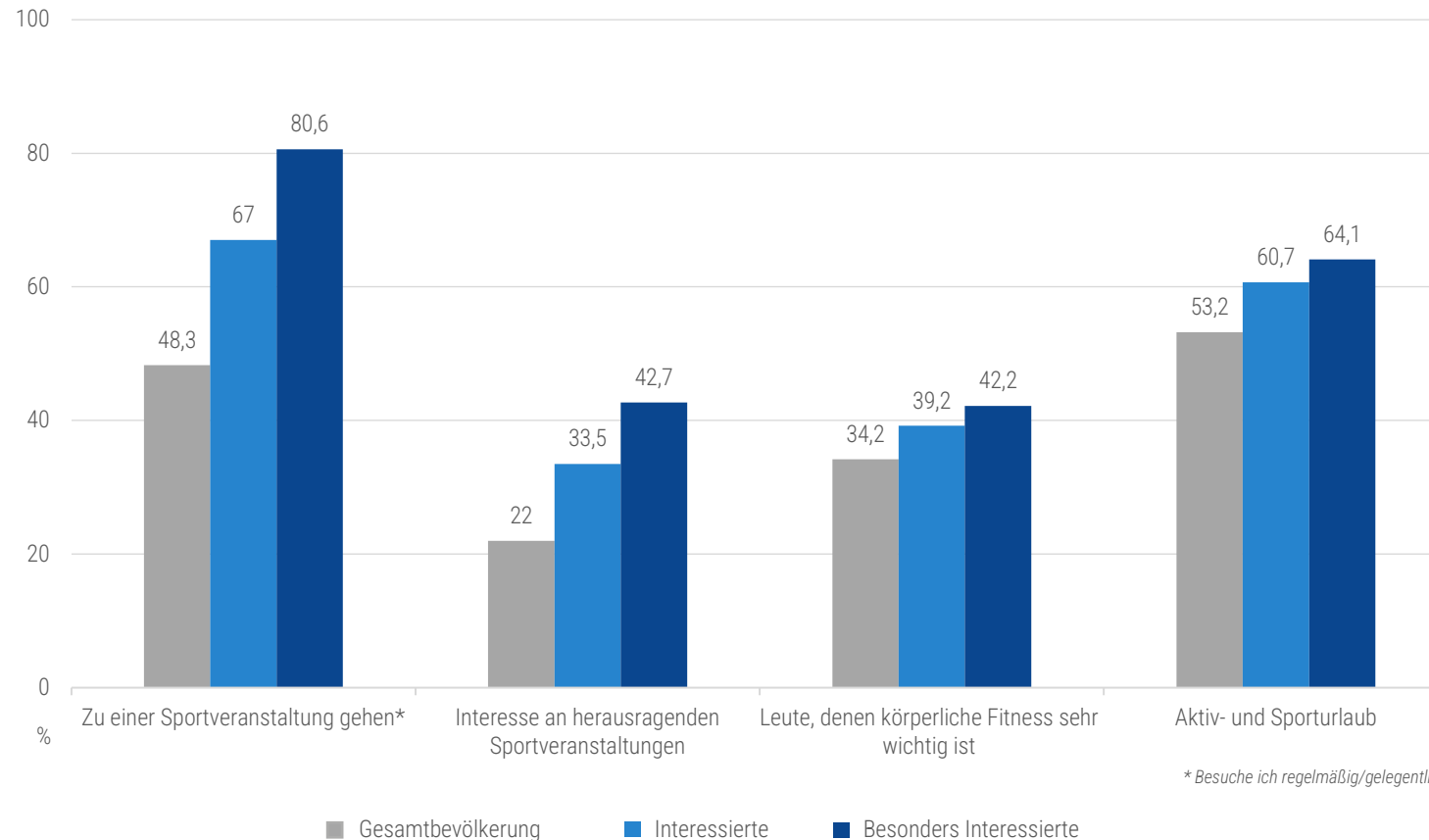
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

EHRENAMT: FUSSBALLINTERESSIERTE ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH UND SIND POLITISCH AKTIV



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH



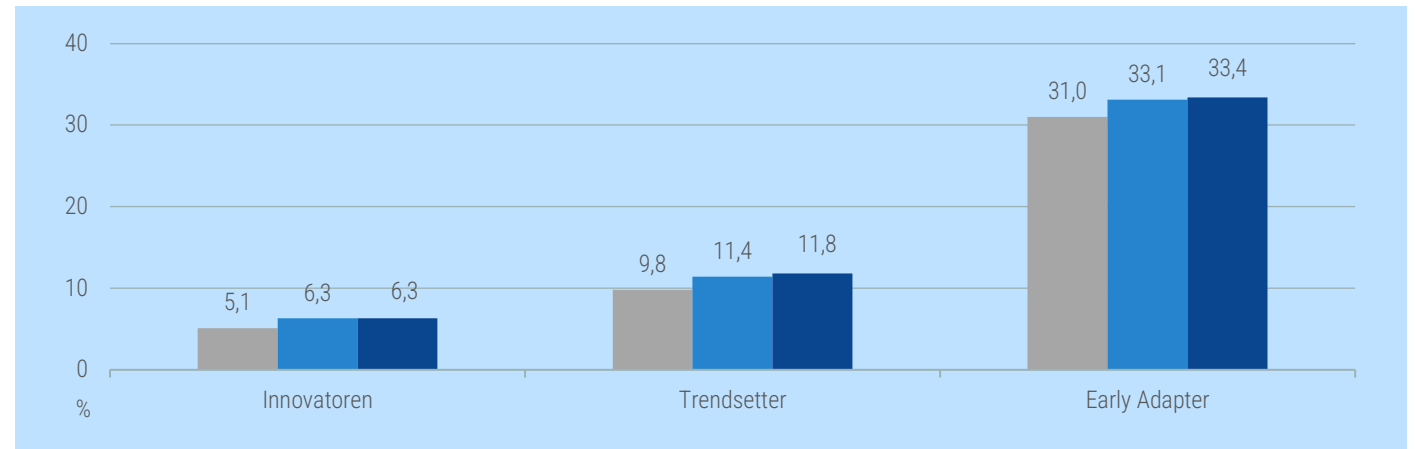
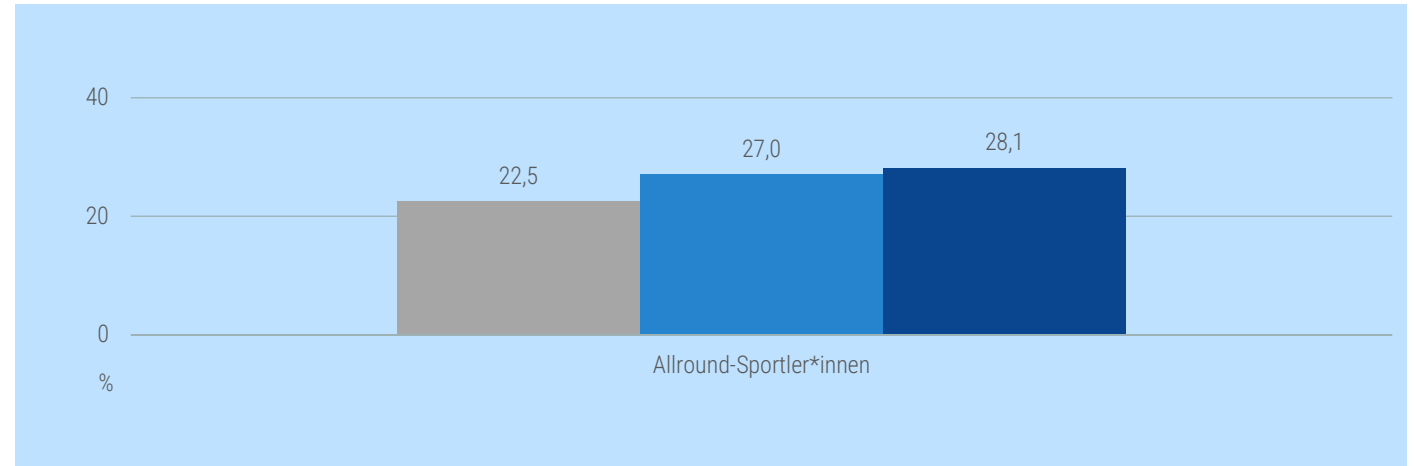
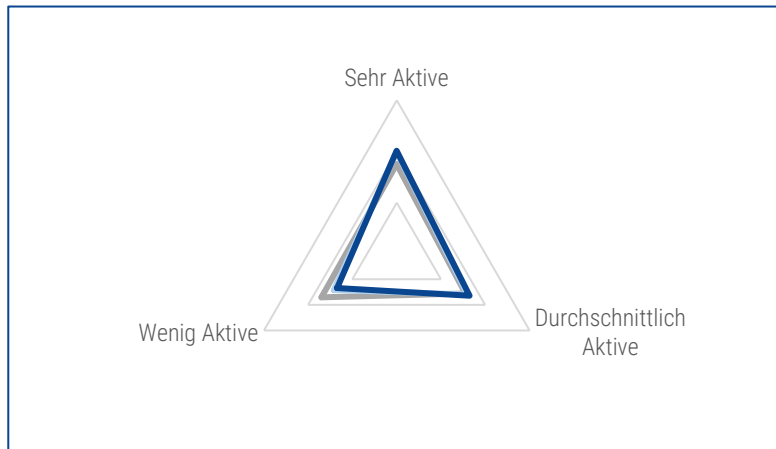
Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Fußballinteressierte gehen sehr gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist **körperliche Fitness** wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Golf, Handball, Radsport, Eishockey und diverse Wintersportarten, wie bspw. Skispringen.

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE FUSSBALLINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV



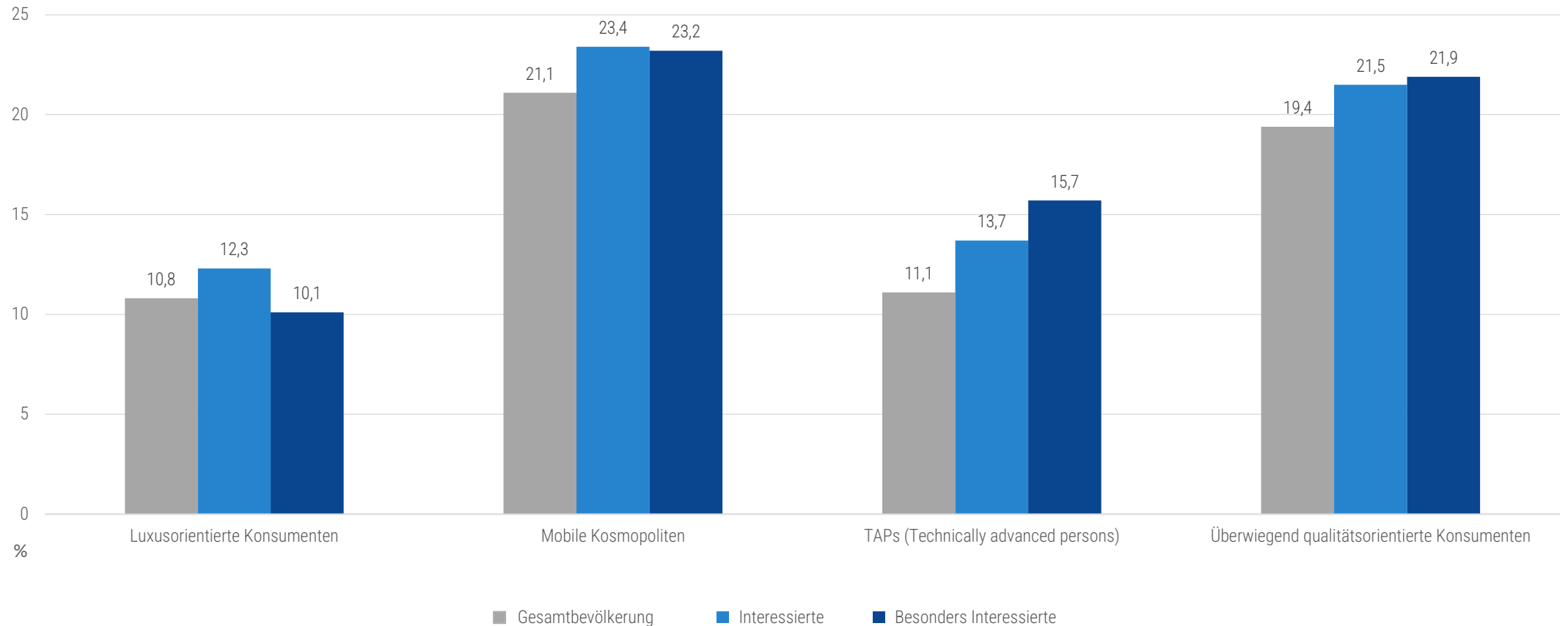
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

Die Zielgruppe der Fußballinteressierten sind zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung vermehrt **Innovatoren** und **Trendsetter**.



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

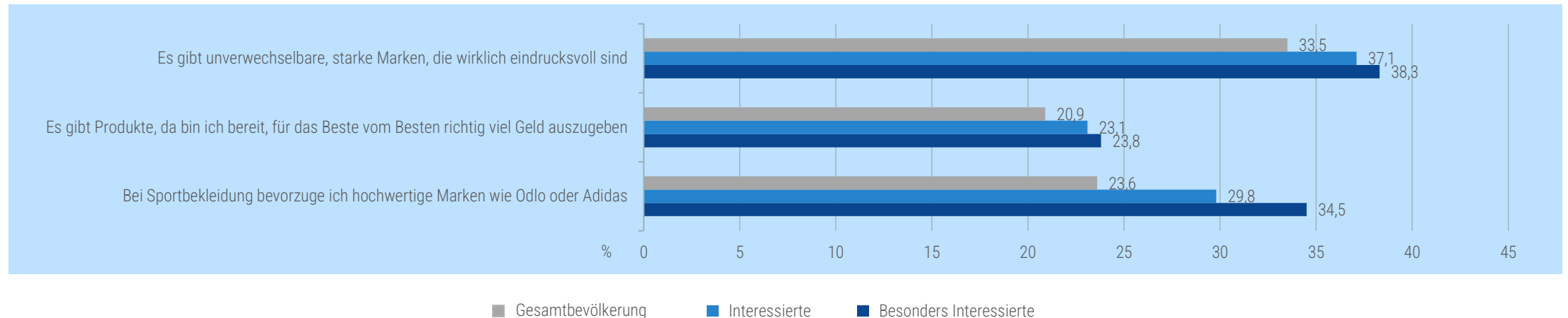
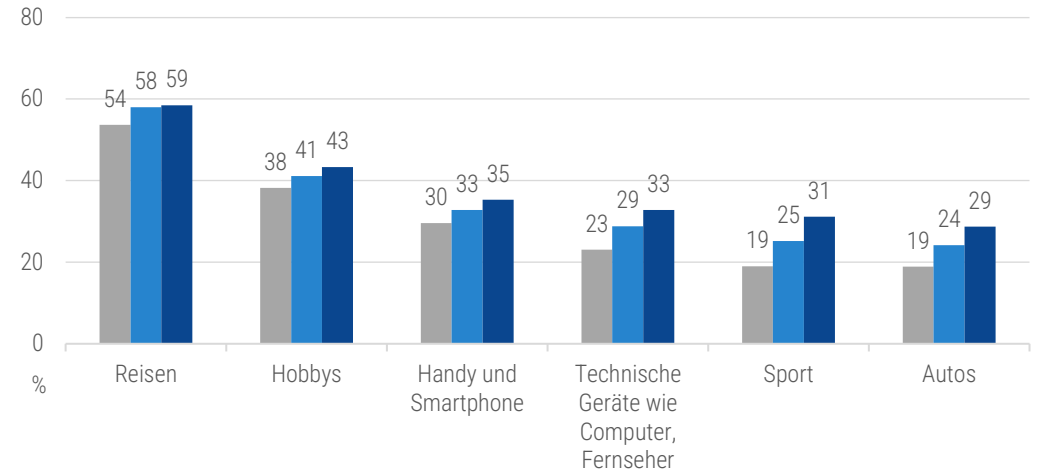
FUSSBALLINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



FUSSBALLINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR HOBBYS UND FREIZEITBESCHÄFTIGUNG



Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Reisen, Sport, technische Geräte und Autos ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Fußballinteressierten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und „das Beste vom Besten“ aus. Beim Kauf neuer Sportkleidung bevorzugen sie **hochwertige Marken**.



- Rund **37,4 Millionen Menschen interessieren sich für Fußball**, davon fast **19,6 Millionen besonders** stark. Die Zielgruppe umfasst mehr als die Hälfte der Bevölkerung ab 14 Jahren und bildet damit einen Querschnitt der Gesellschaft ab. Auch hinsichtlich Bildung und Einkommen entspricht sie weitgehend der Gesamtbevölkerung.
- Fußballinteressierte verfügen über ein **breites Interessenspektrum**. Neben Sport interessieren sie sich überdurchschnittlich häufig für Politik, Wirtschaftsthemen, Autos sowie Geld und Kapitalanlagen. Damit verbindet die Zielgruppe **sportliche Leidenschaft mit gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Interessen**. Fußballinteressierte besuchen regelmäßig Sportveranstaltungen, legen Wert auf körperliche Fitness und interessieren sich überdurchschnittlich für weitere Sportarten.
- Fußballinteressierte weisen eine **erhöhte Ausgabebereitschaft** für Reisen, Sport, technische Geräte, Smartphones, Hobbys und Autos auf. Sie bevorzugen **hochwertige Marken**, schätzen **starke Markenauftritte** und sind überdurchschnittlich häufig **qualitätsorientierte Konsumenten**.
- Für Sponsoren bietet Fußball damit Zugang zur **größten Sportzielgruppe Deutschlands**. Die Zielgruppe verbindet enorme Reichweite mit hoher Sportaffinität, gesellschaftlichem Engagement, überdurchschnittlicher Aktivität und einer ausgeprägten Marken und Konsumorientierung.



Vereinigung
**Sportsponsoring-
Anbieter e.V.**