



AWA SPORTPROFILE 2026: Skisport

Die Besonderheiten der Skisportinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2026

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,03 Mio.)



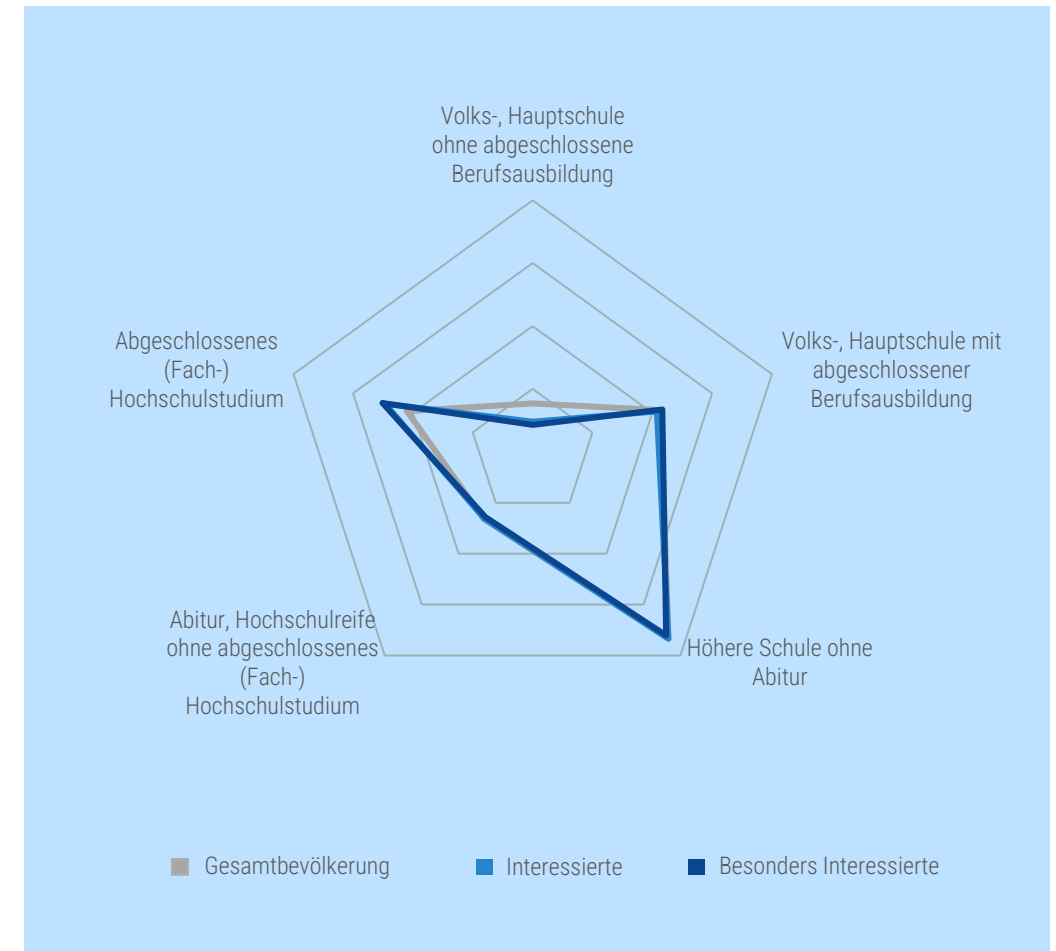
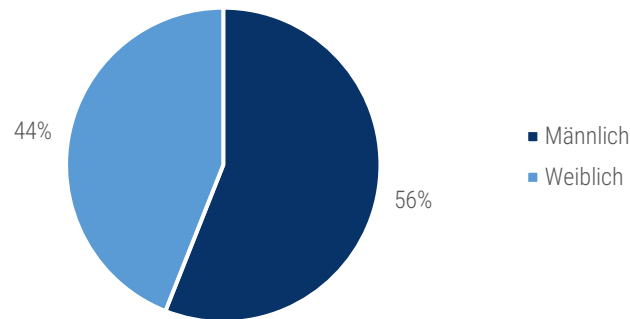
Vereinigung
Sportmarketing-
Anbieter e.V.

SOZIODEMOGRAPHIE: SPONSOREN TREFFEN BEIM SKISPORT AUF EINE GROSSE ZIELGRUPPE MIT ABGESCHLOSSENEM STUDIUM



In Deutschland interessieren sich **31,84 Mio.** Menschen und damit **45%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für den Skisport.
13,03 Mio. (19%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.
Frauen bilden **44%** der Zielgruppe.

Skisportinteressierte verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht erhöhtes Bildungsniveau. Während nur **21%** der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei der Zielgruppe **25,1%**.

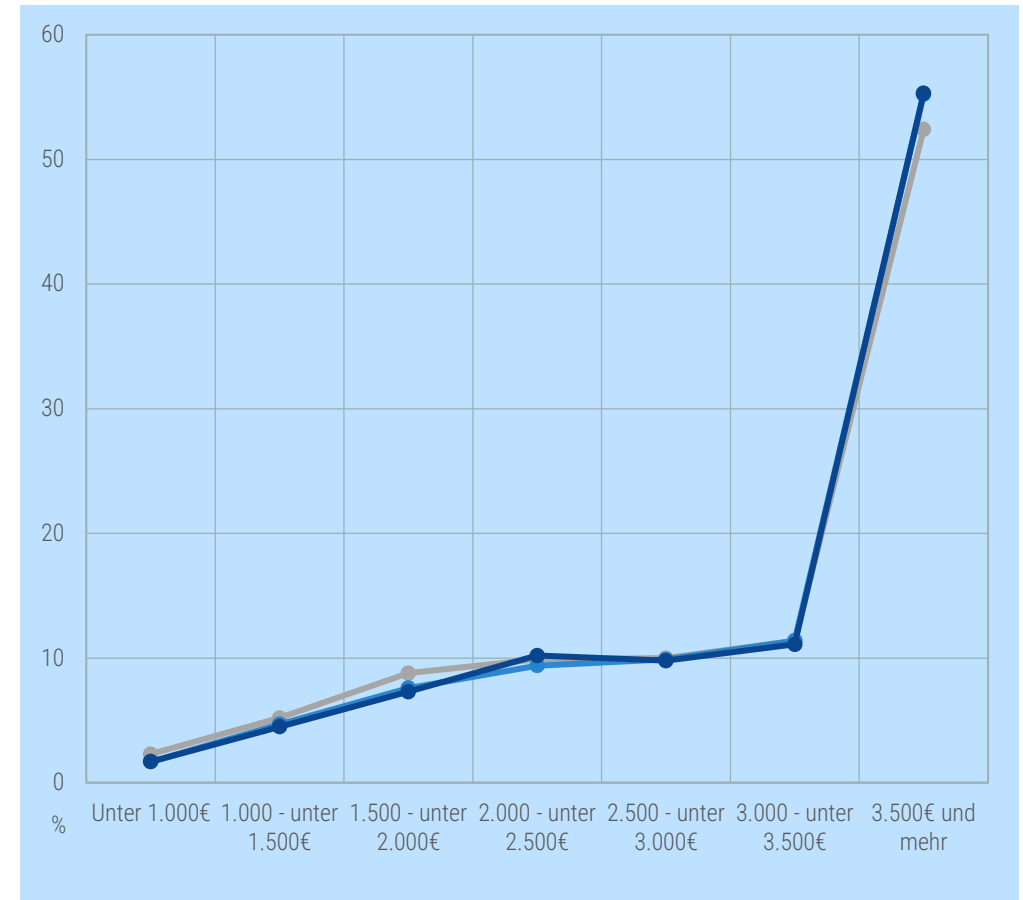
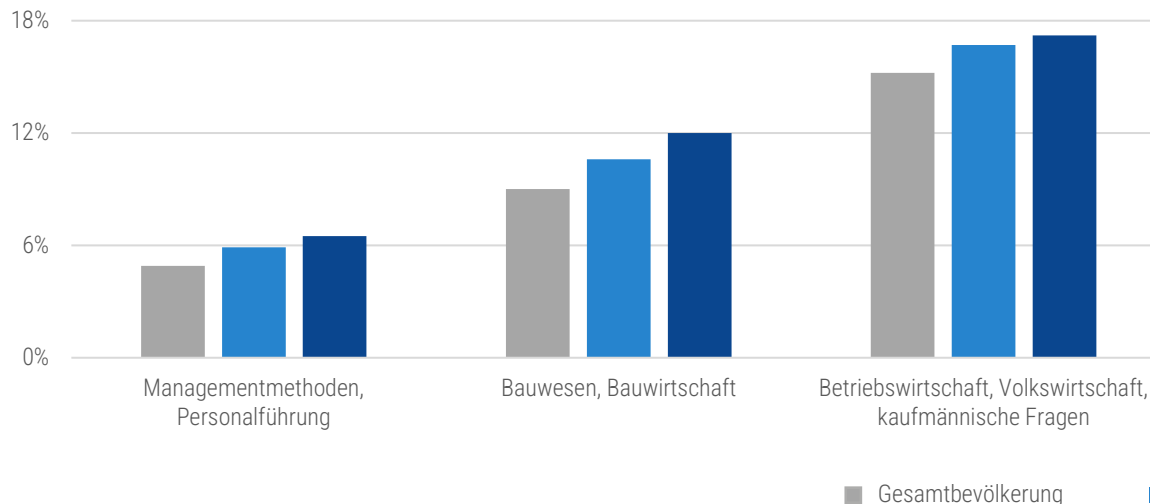


SOZIODEMOGRAPHIE: SKISPORTINTERESSIERTE VERFÜGEN ÜBER EIN VERGLEICHBARES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN WIE DIE GESAMTBEVÖLKERUNG

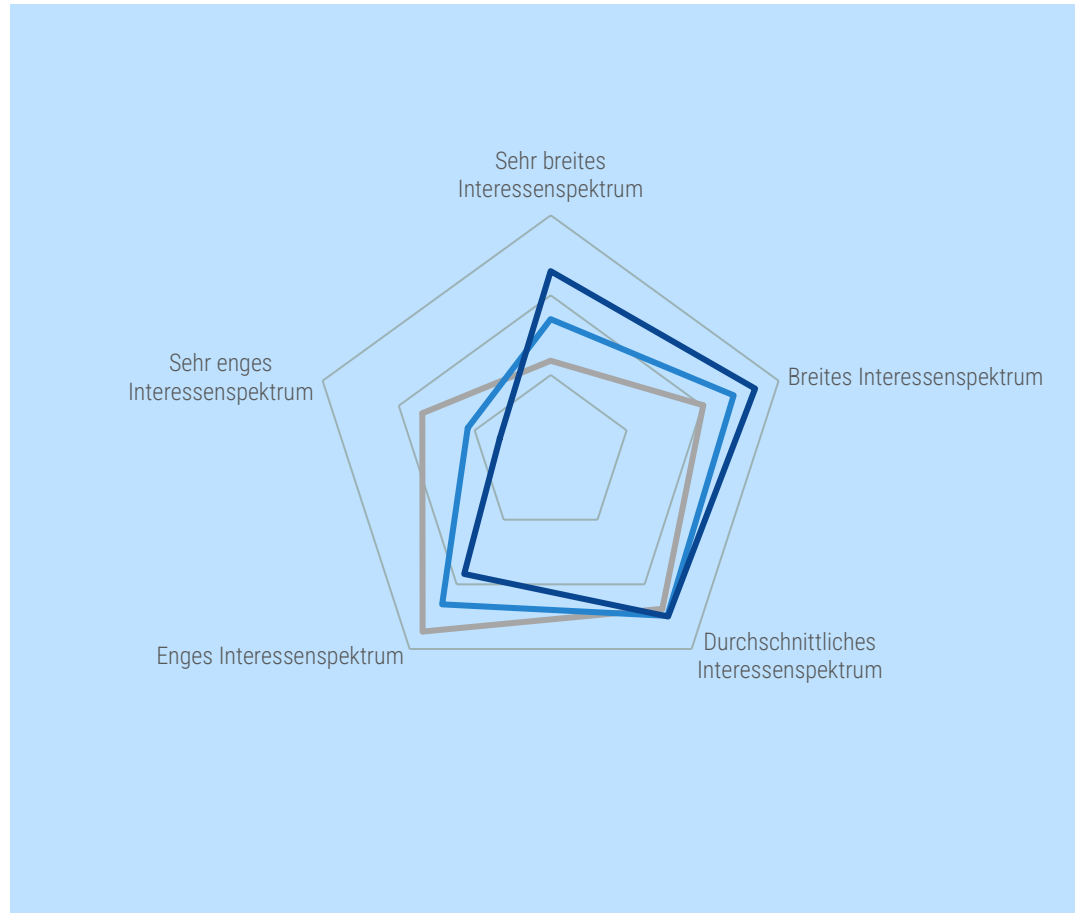


Die Skisportinteressierte sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in **kaufmännischen Berufen**. Auch die Bereiche **Management** und **Bauwesen** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

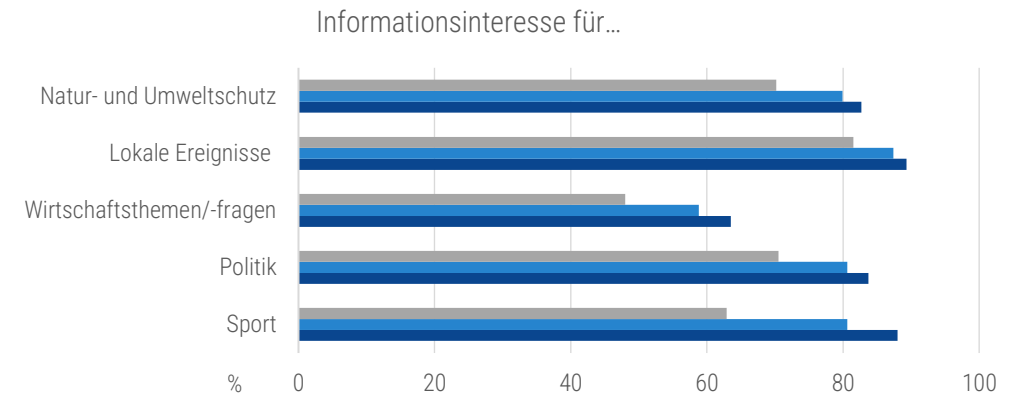
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE



Skisportinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessensspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **lokalen Ereignissen** und **Sport**. Auch **Natur- und Umweltschutz, Politik** und **Wirtschaftsthemen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.



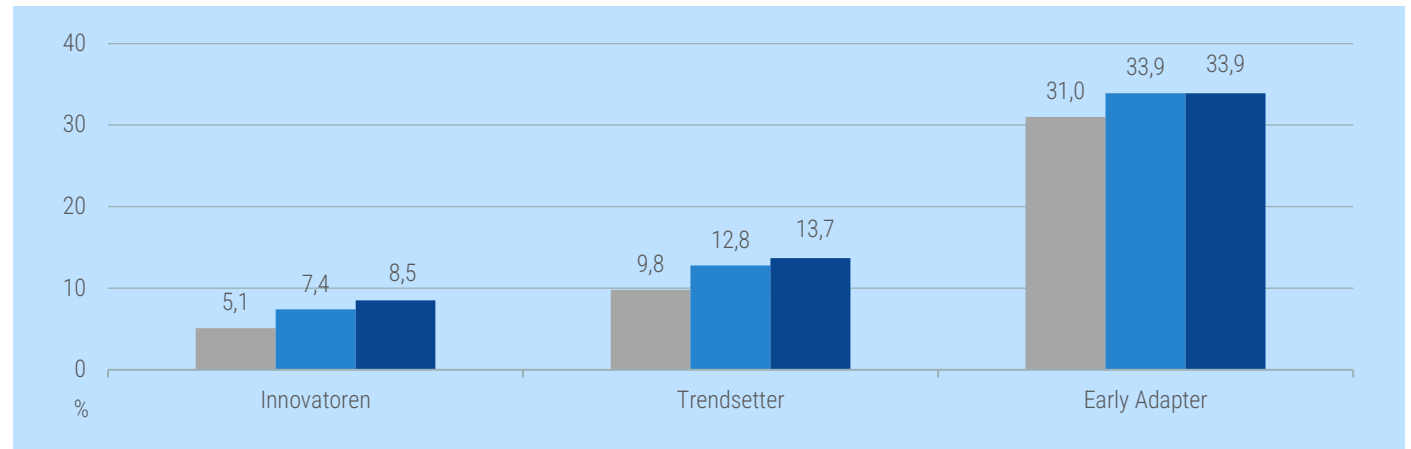
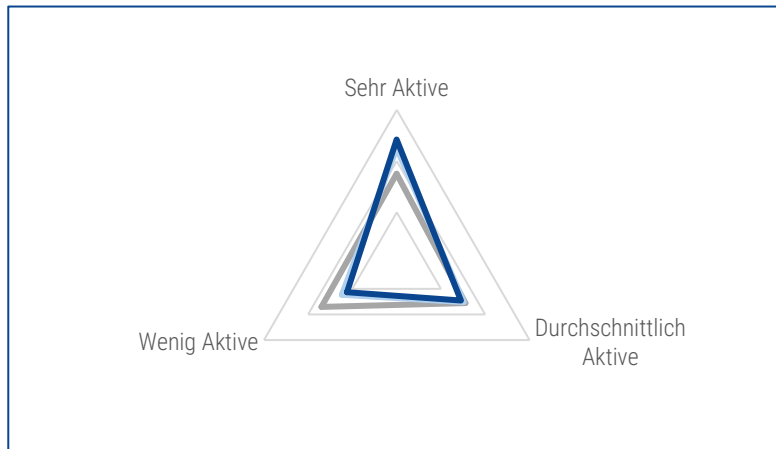
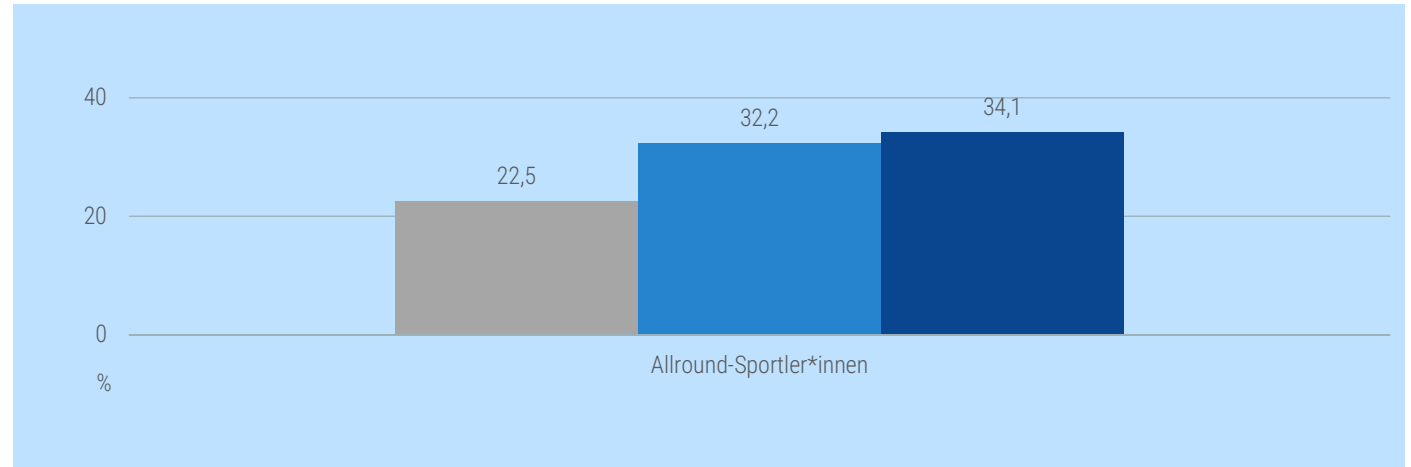
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE SKISPORTINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV



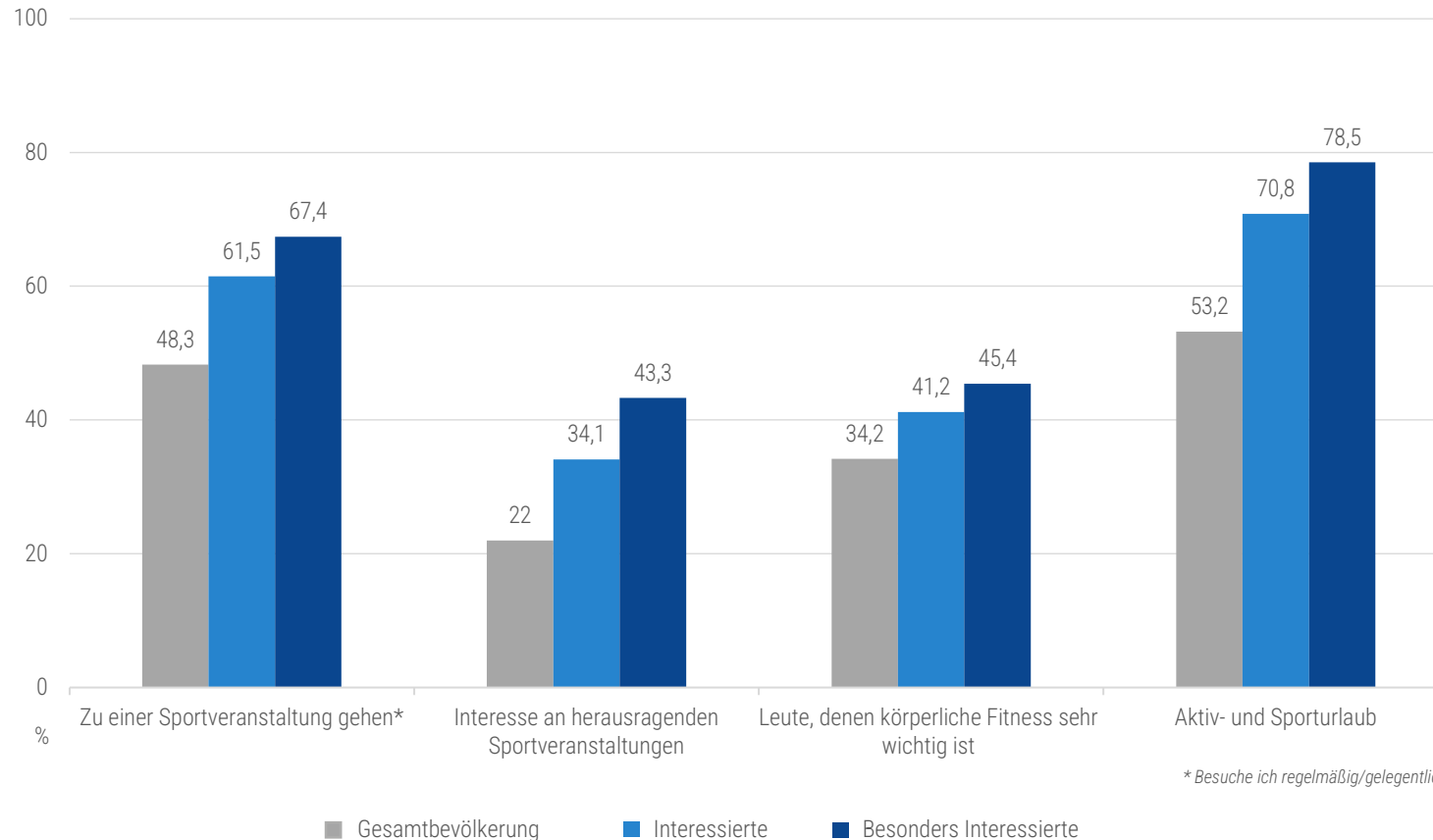
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

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



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH

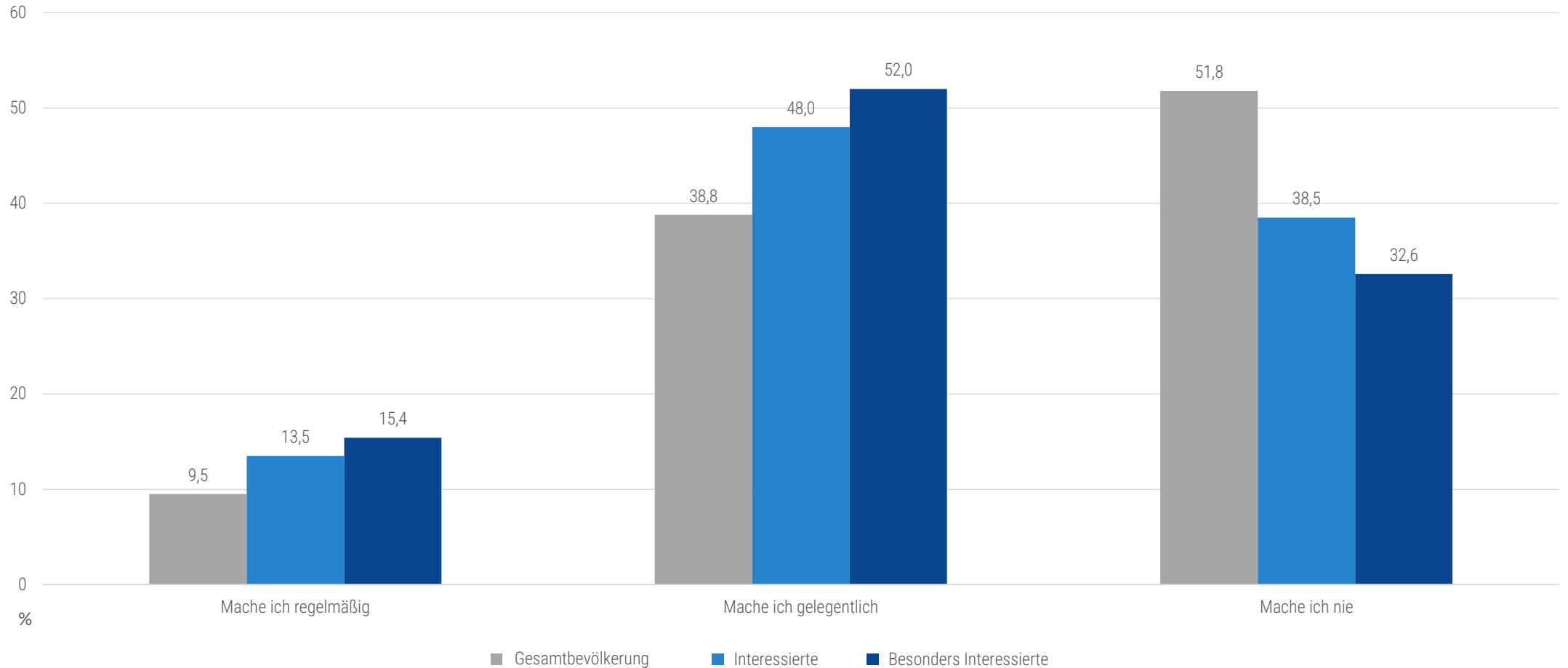


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Skisportinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist **körperliche Fitness** wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Leichtathletik, Radsport sowie die Ballsportarten Handball, Basketball und Fußball.

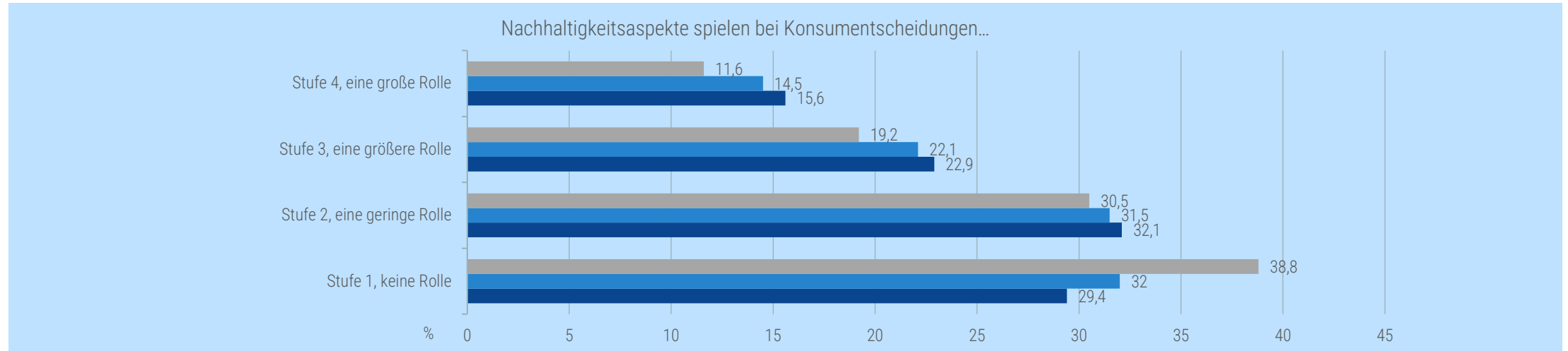
SPORTVERANSTALTUNGEN: SKISPORTINTERESSIERTE BESUCHEN VERMEHRT SPORTVERANSTALTUNGEN



Besuch von Sportveranstaltungen



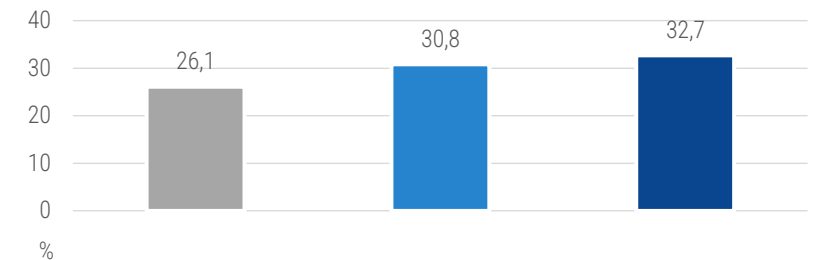
NACHHALTIGKEIT IM FOKUS: SKISPORTINTERESSIERTE BERÜCKSICHTIGEN NACHHALTIGKEIT IN IHREN KONSUMENTSCHEIDUNGEN



Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Skisportinteressierte bei Konsumententscheidungen eher auf **Nachhaltigkeit**.

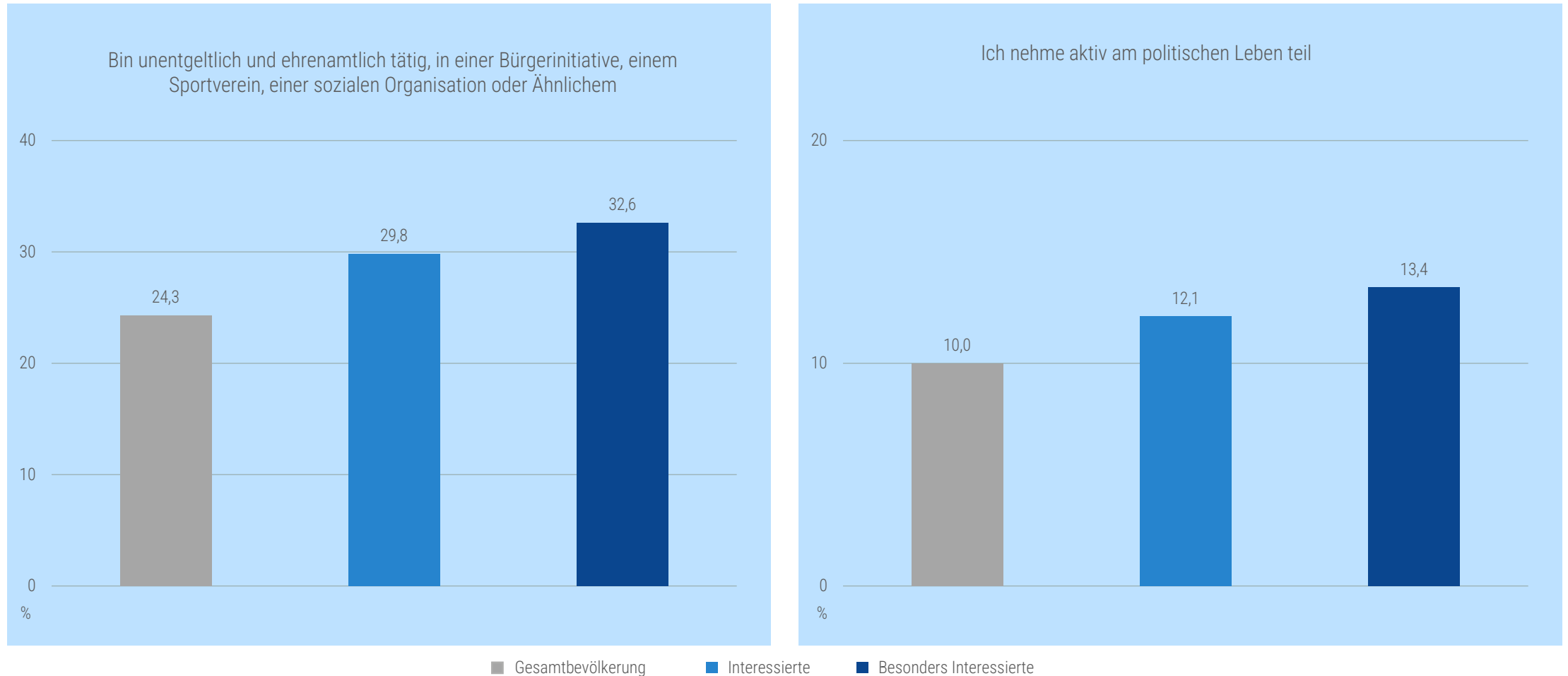
32,7% der Skisportinteressierten leben nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen.

Ich lebe nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

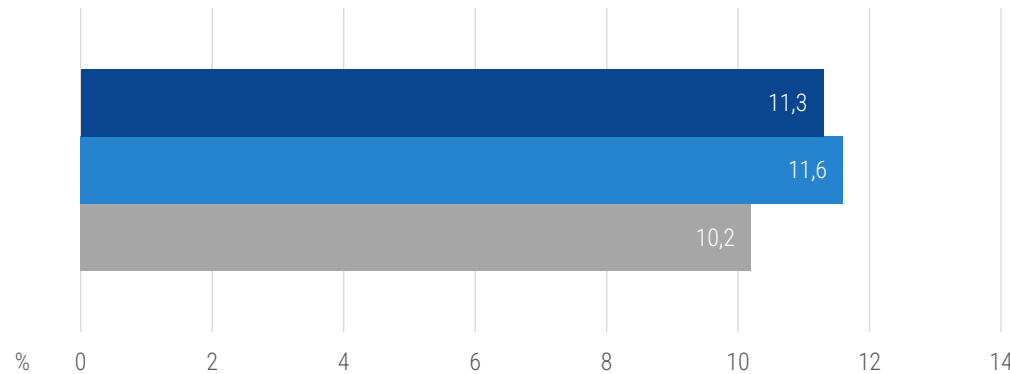
EHRENAMT: SKISPORTINTERESSIERTE ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH UND SIND POLITISCH AKTIV



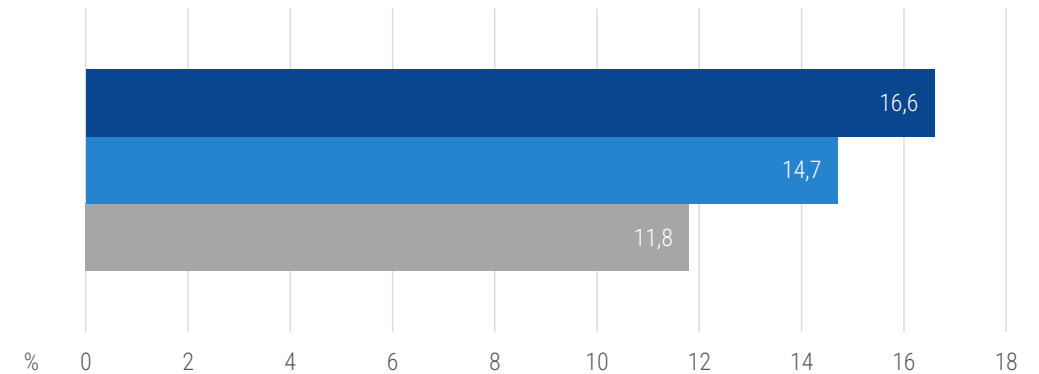
MOBILITÄT IM FOKUS: SKISPORTFANS FAHREN REGELMÄSSIG FAHRRAD UND BEVORZUGEN UMWELTFREUNDLICHE AUTOS



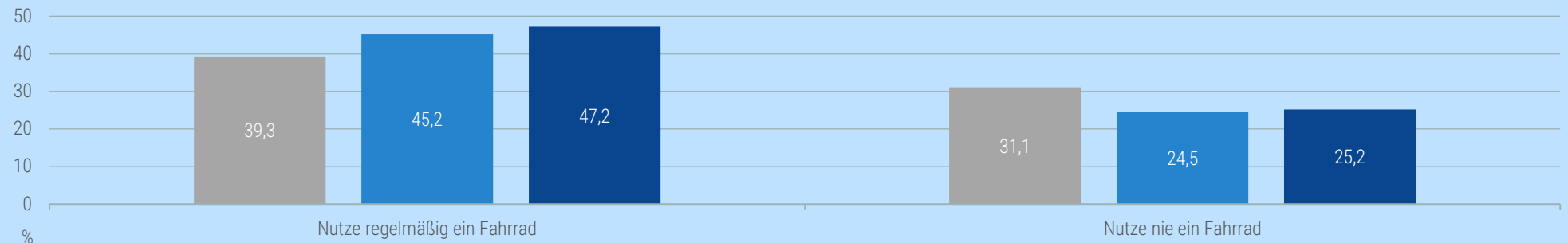
Wunsch-Antriebsart neuer PKW: reiner Elektroantrieb



Wenn ich mir ein Auto kaufe, ist mir besonders wichtig, dass es möglichst umweltfreundlich ist

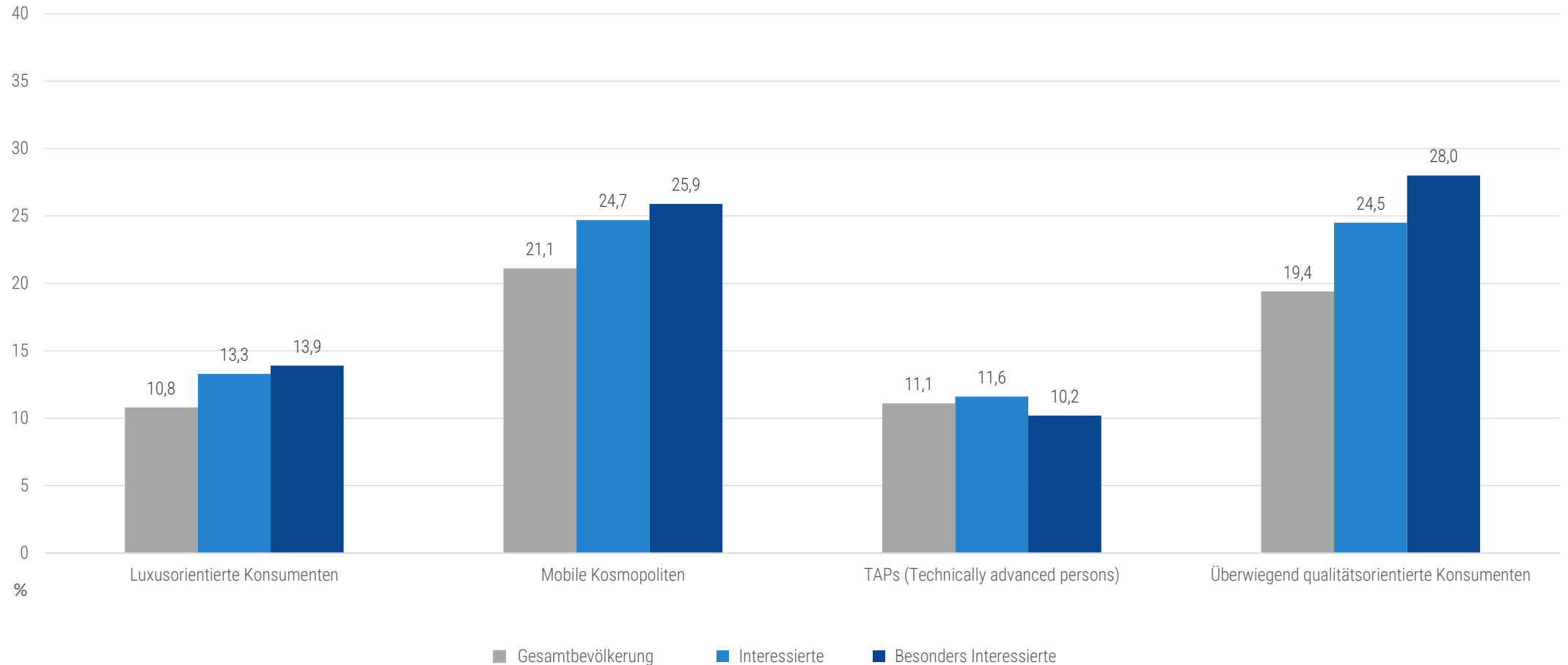


Fahrradnutzung



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

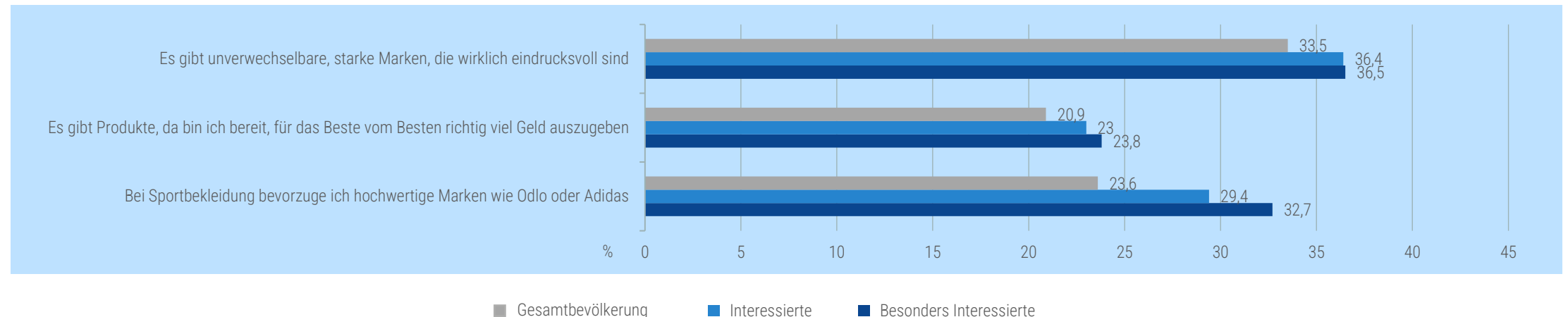
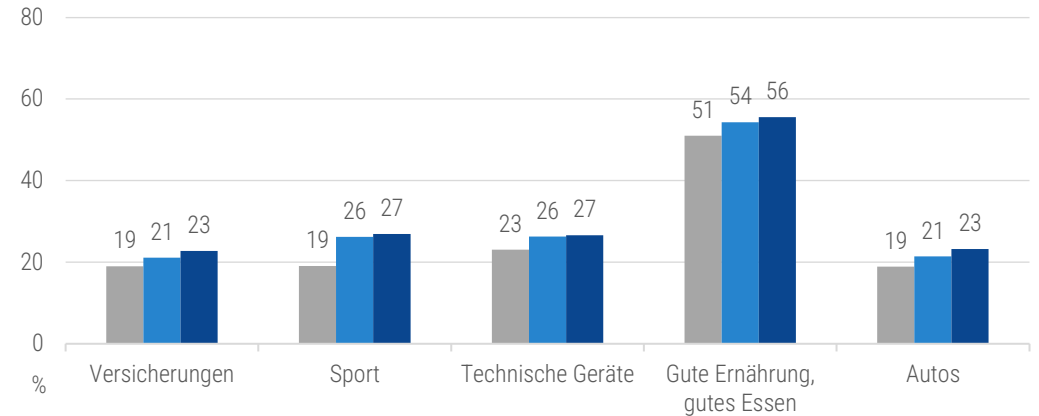
SKISPORTINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



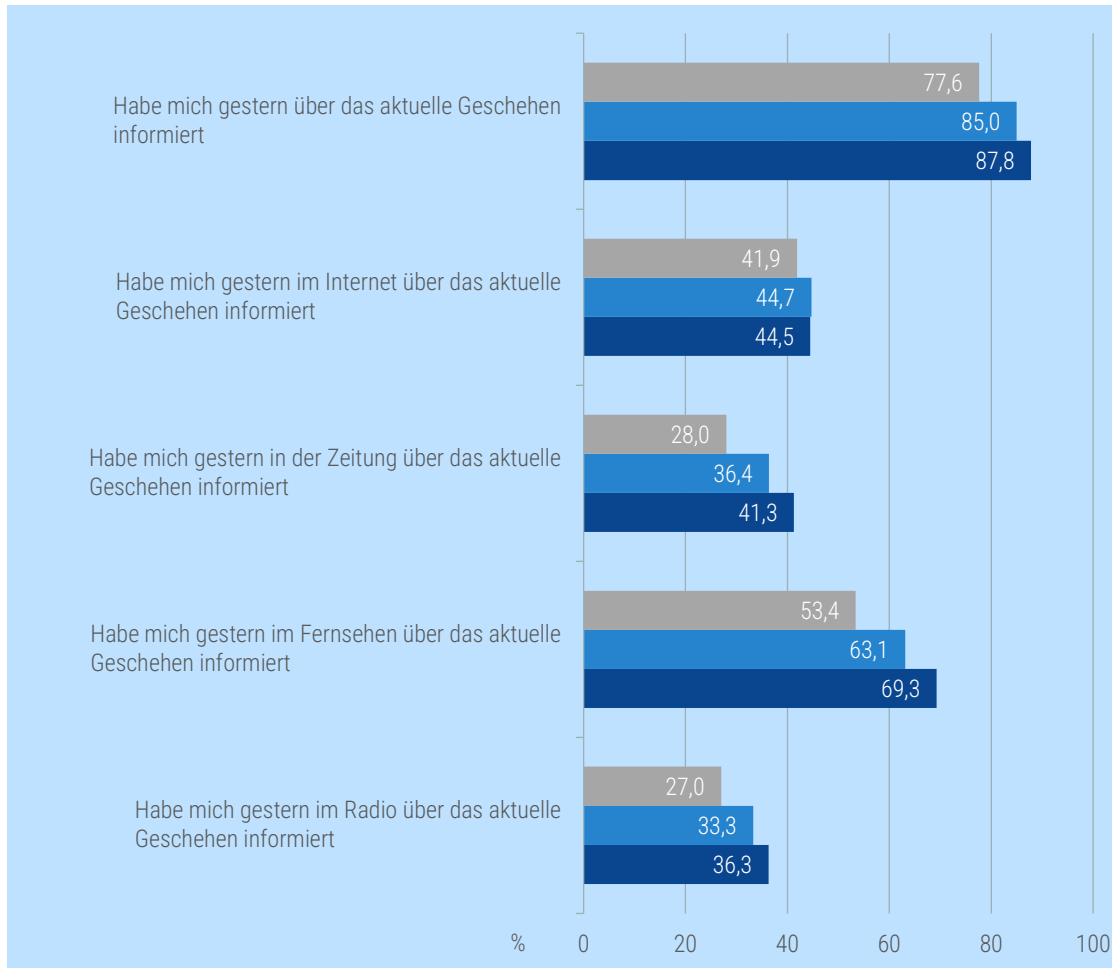
SKISPORTINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR HOBBIES UND FREIZEITBESCHÄFTIGUNG



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



NACHRICHTEN: SKISPORTFANS INFORMIEREN SICH IM FERNSEHEN UND ÜBER DAS INTERNET

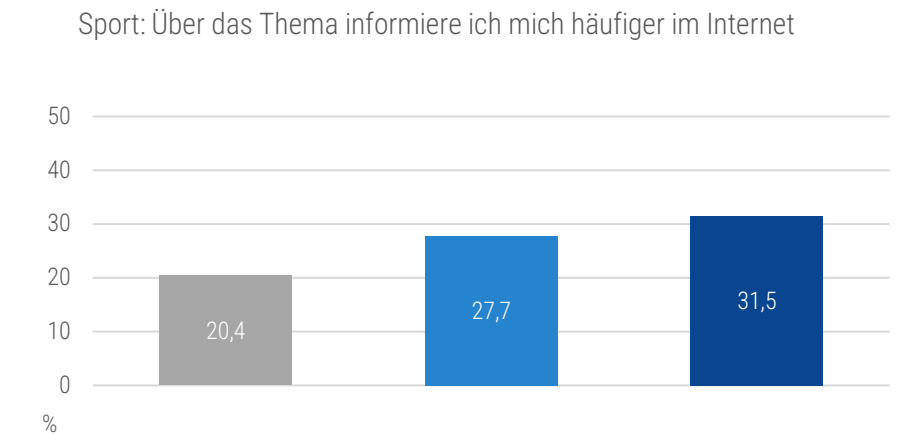
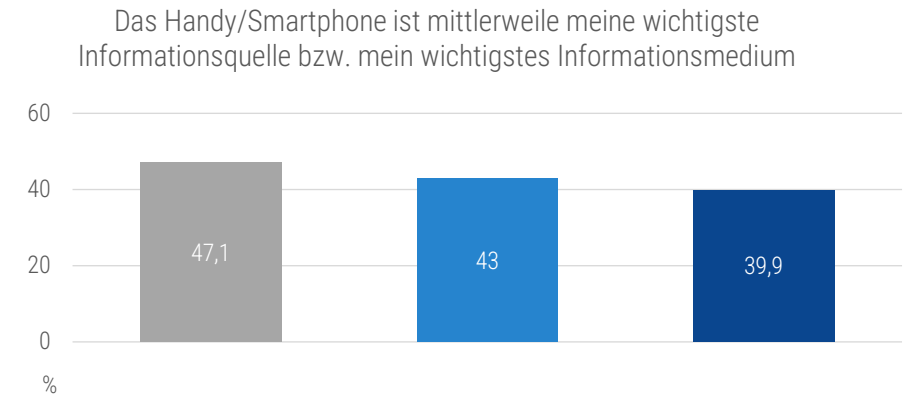


■ Gesamtbevölkerung

■ Interessierte

■ Besonders Interessierte

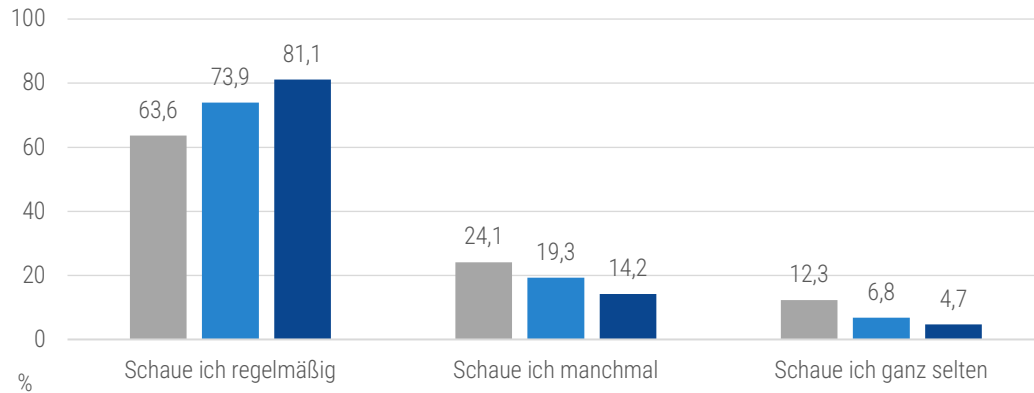
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2026



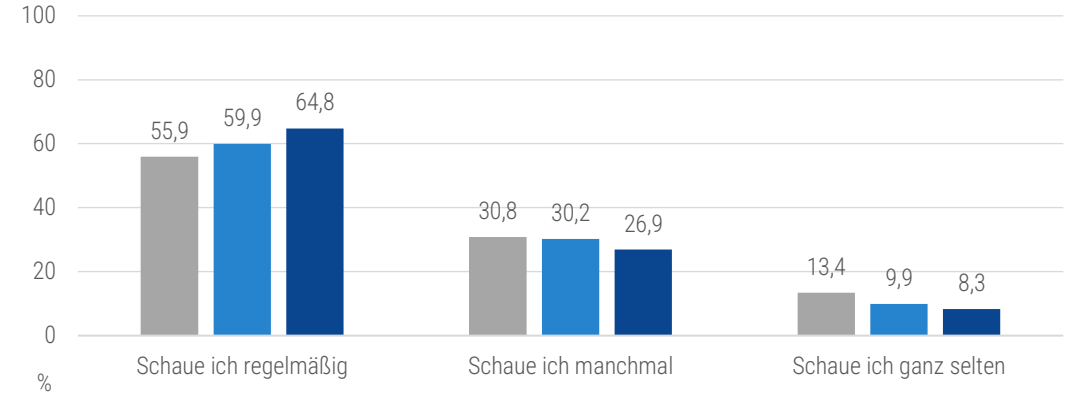
BEWEGTBILD: SKISPORTINTERESSIERTE SCHAUEN REGELMÄSSIG ÖFFENTLICHE UND PRIVATE FERNSEHPROGRAMME



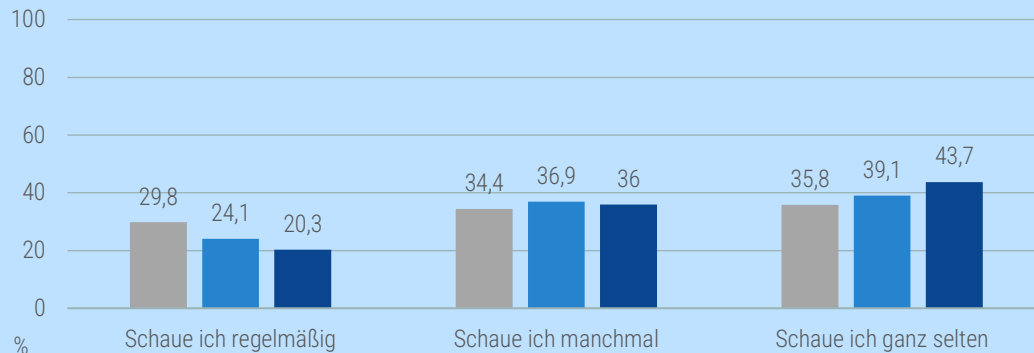
Öffentlich-rechtliches Fernsehprogramme



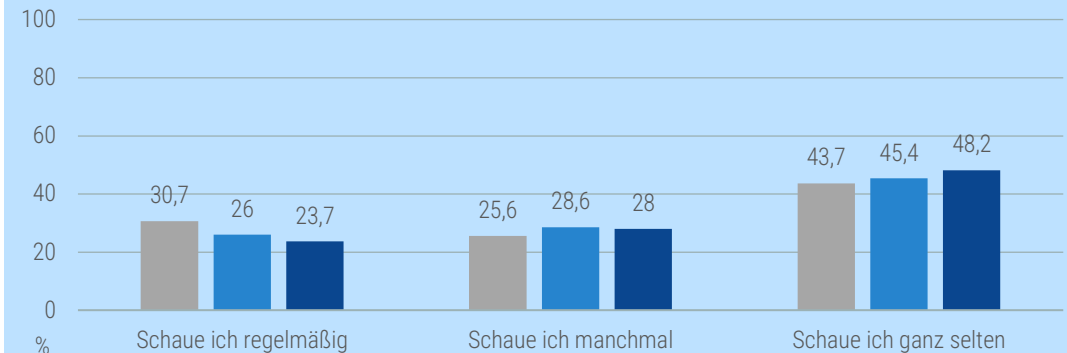
Private Fernsehprogramme



YouTube



Streaming-Dienste



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

- Rund **31,8 Millionen Menschen** interessieren sich für den Skisport, davon **13 Millionen besonders** stark. Die Zielgruppe ist ausgewogen zwischen Männern und Frauen verteilt, verfügt über ein **leicht überdurchschnittliches Bildungsniveau**.
- Skisportinteressierte zeichnen sich durch ein **breites Interessenspektrum** aus. Die Zielgruppe ist besonders aktiv, zählt überdurchschnittlich häufig zu **Allroundsportlern** und gehört verstärkt zu **Innovatoren, Trendsettern und Early Adopters**. Auch **Nachhaltigkeit und gesellschaftliches Engagement** spielen für die Zielgruppe eine wichtige Rolle.
- Als Konsumenten weist die Zielgruppe eine **überdurchschnittliche Marken- und Qualitätsorientierung** auf. Skisportinteressierte geben häufiger Geld für **Sport, technische Geräte, hochwertige Ernährung und Autos** aus und sind überdurchschnittlich häufig **mobile Kosmopoliten sowie qualitätsorientierte Konsumenten**.
- Für Sponsoren bietet der Skisport damit Zugang zu einer **großen, aktiven und wertorientierten** Zielgruppe, die **Nachhaltigkeit, Sportbegeisterung und Innovationsbereitschaft** mit einer **hohen Markenaffinität** verbindet.



Vereinigung
**Sportmarketing-
Anbieter e.V.**