



AWA SPORTPROFILE 2026: Basketball

Die Besonderheiten der Basketballinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2026

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



Vereinigung
Sportsponsoring-
Anbieter e.V.

SOZIODEMOGRAPHIE: SPONSOREN TREFFEN BEIM BASKETBALL AUF EINE GROSSE ZIELGRUPPE MIT HOHEM BILDUNGSNIVEAU

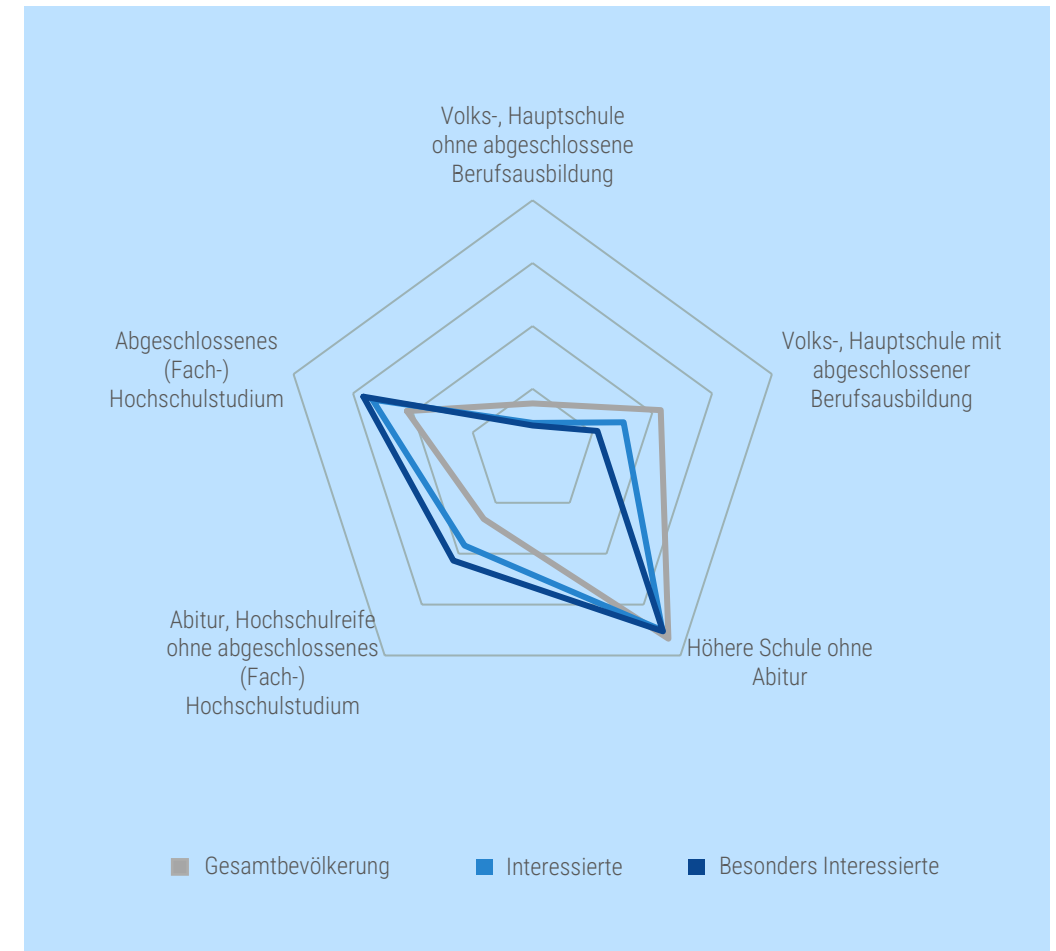
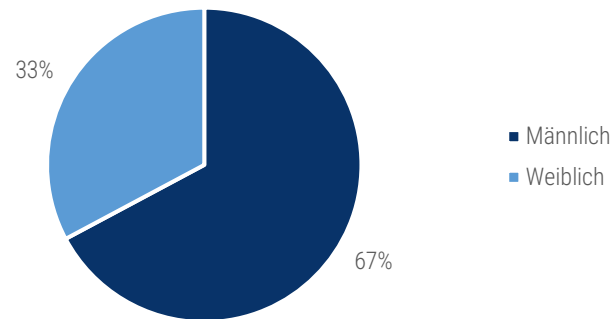


In Deutschland interessieren sich **18,14 Mio.** Menschen und damit **26%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Basketball.

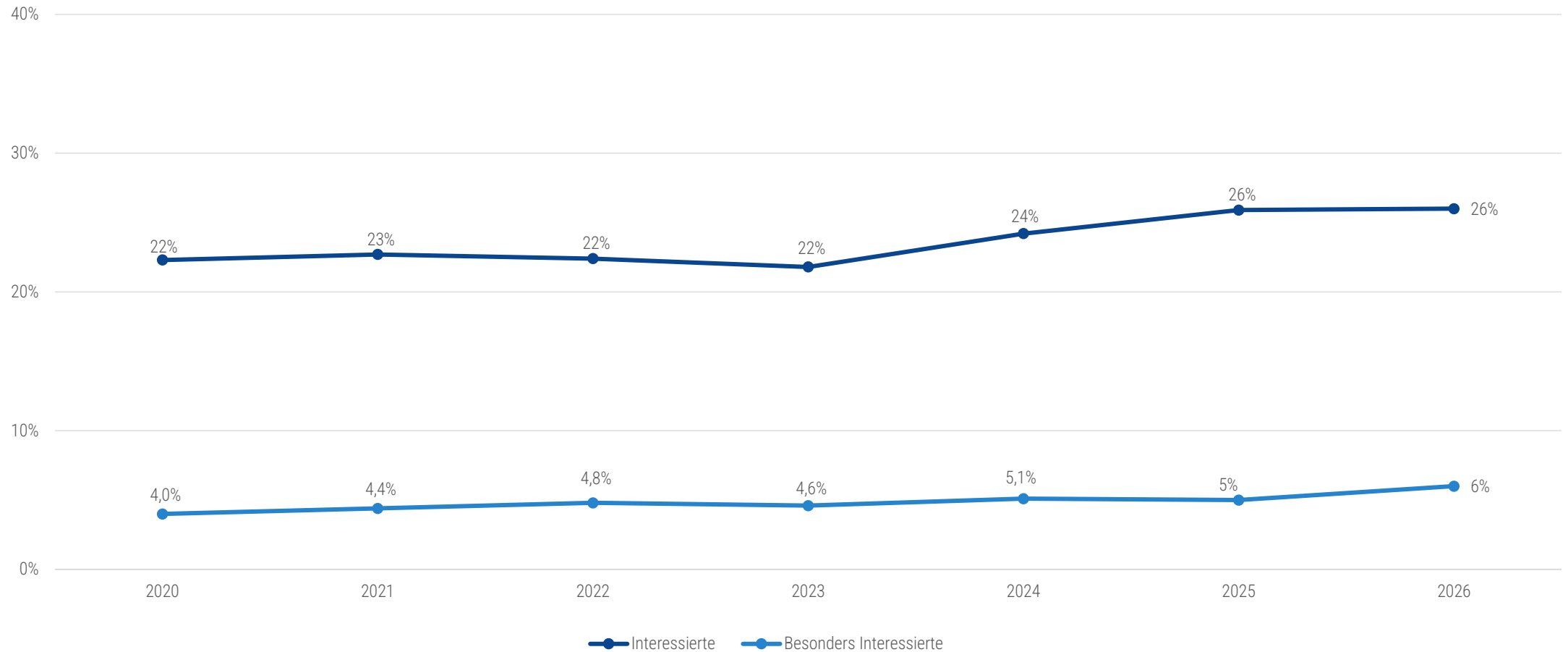
4,03 Mio. (6%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

Frauen bilden ein Drittel der Basketballinteressierten.

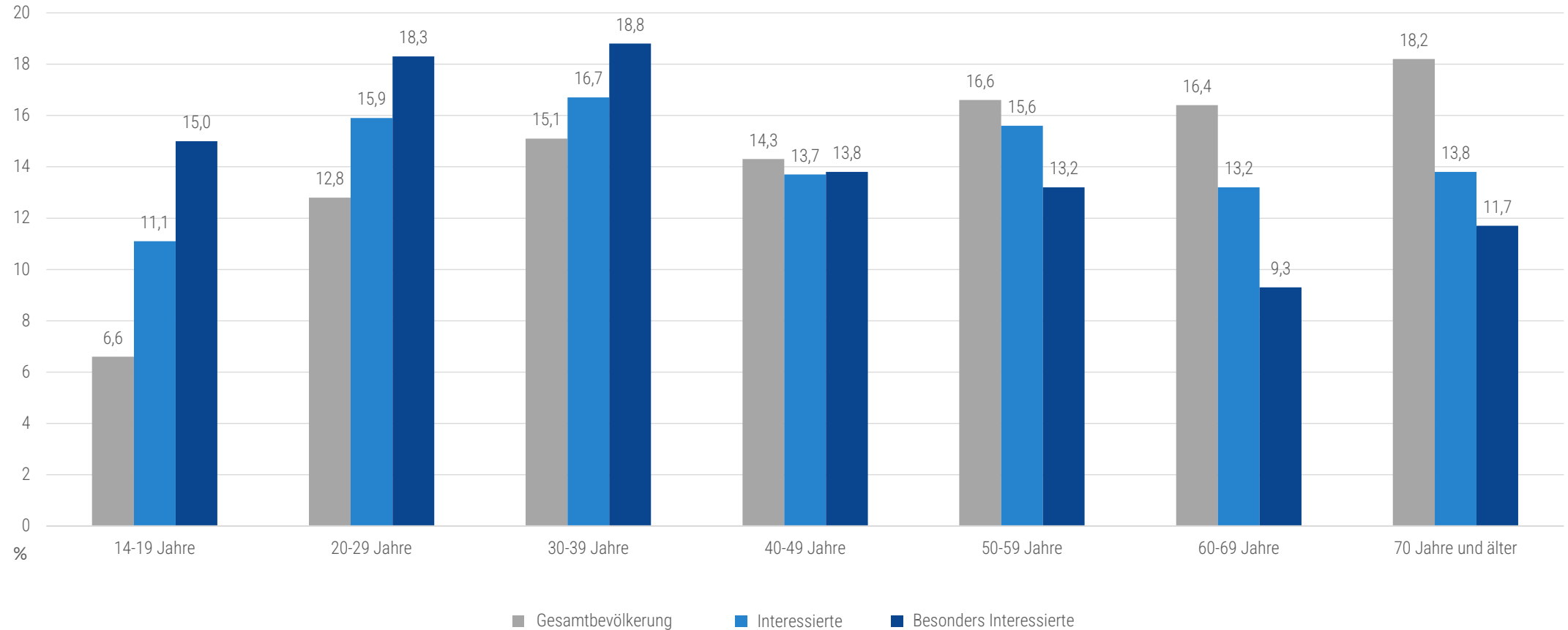
Basketballinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein **leicht erhöhtes Bildungsniveau**: während nur **21%** der **Gesamtbevölkerung** ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei den **besonders Basketballinteressierten 28,3%**.



TRENDAUSWERTUNG: DIE ENTWICKLUNG DER LETZTEN JAHRE ZEIGT EIN STEIGENDES INTERESSE AM BASKETBALL



DAS ALTER DER INTERESSIERTEN IM BLICK: BASKETBALLINTERESSIERTE SIND EINE JUNGE ZIELGRUPPE

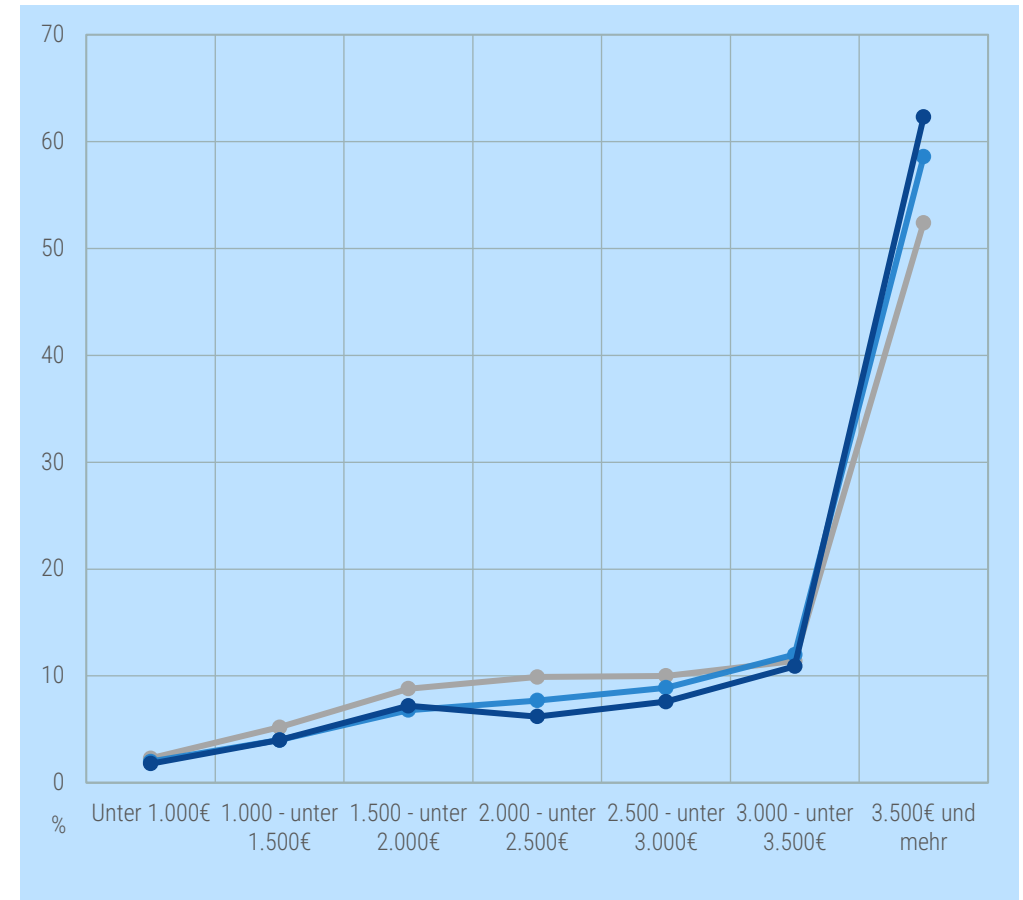
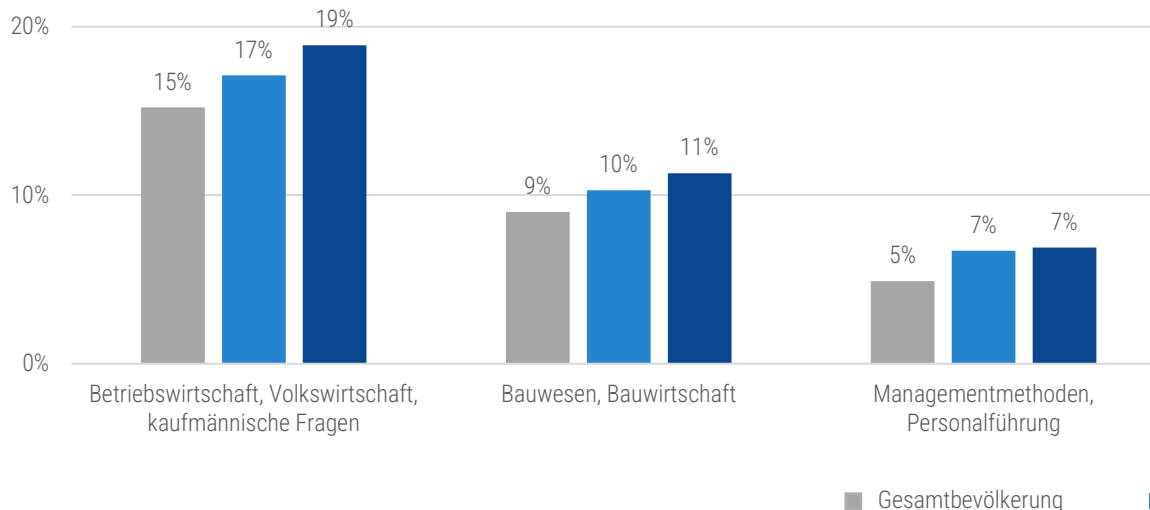


SOZIODEMOGRAPHIE: BASKETBALLINTERESSIERTE HABEN EIN VERGLEICHSWEISE HOHES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN

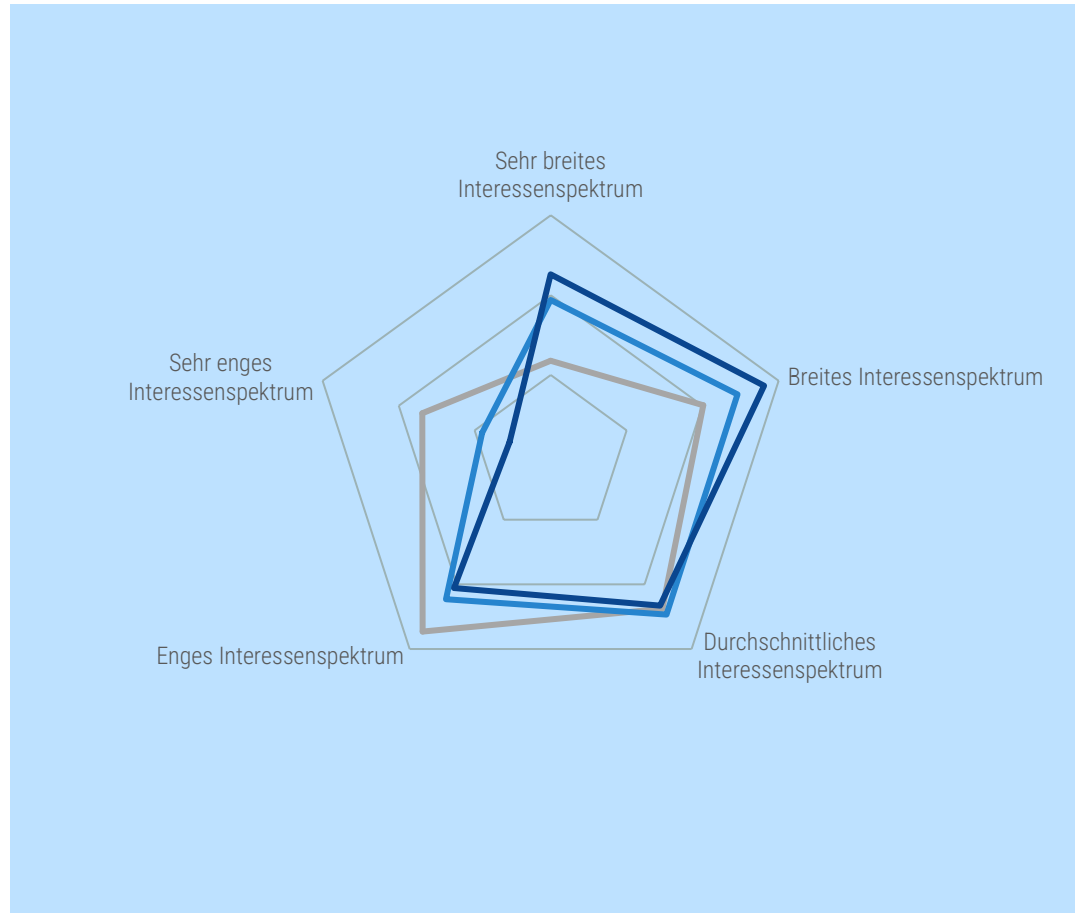


Die Basketballinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in **kaufmännischen Berufen**. Auch die Bereiche **Bauwesen** und **Management** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

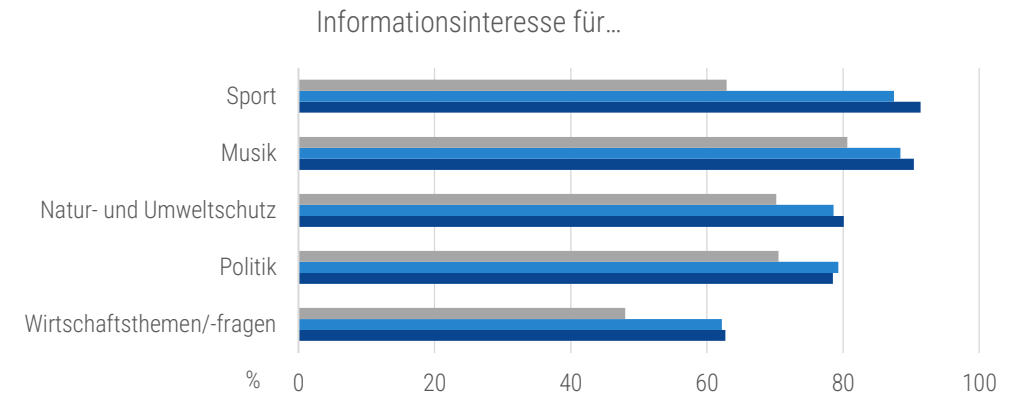
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist höher als das durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE



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



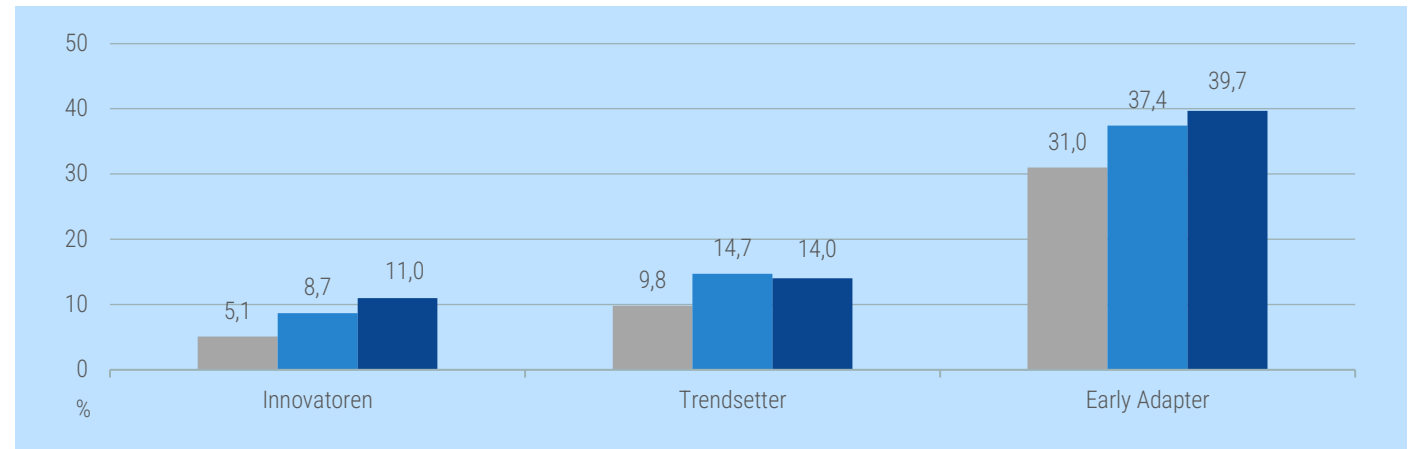
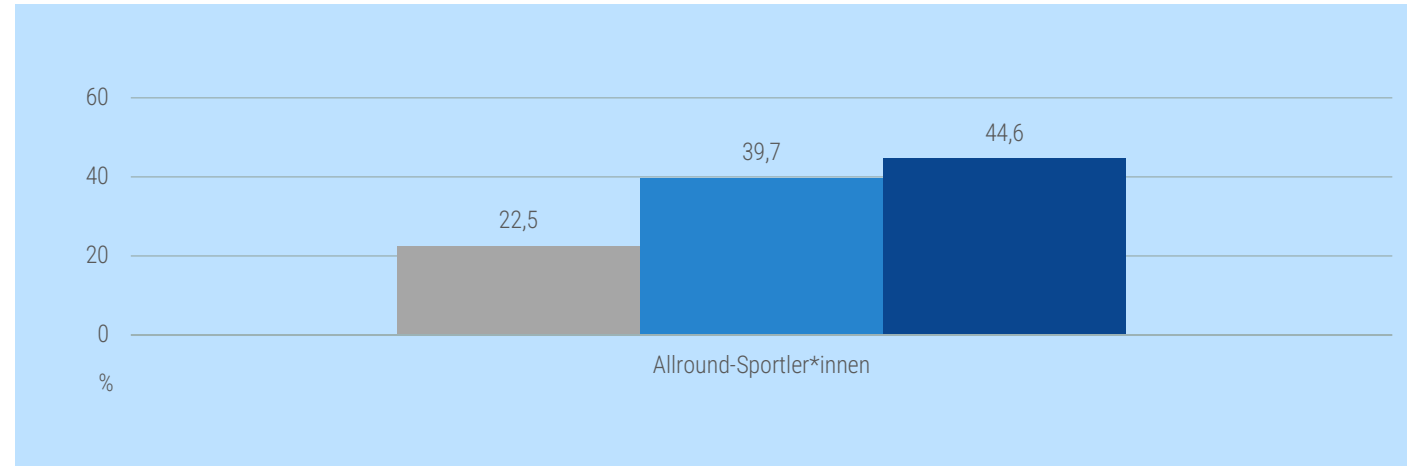
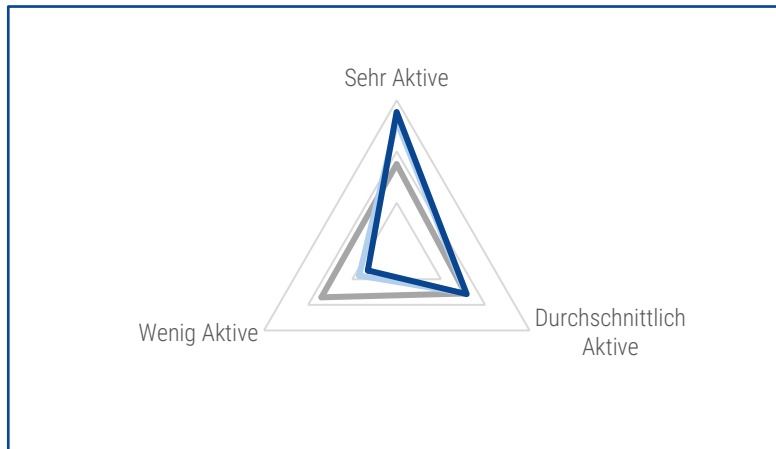
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE BASKETBALLINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV



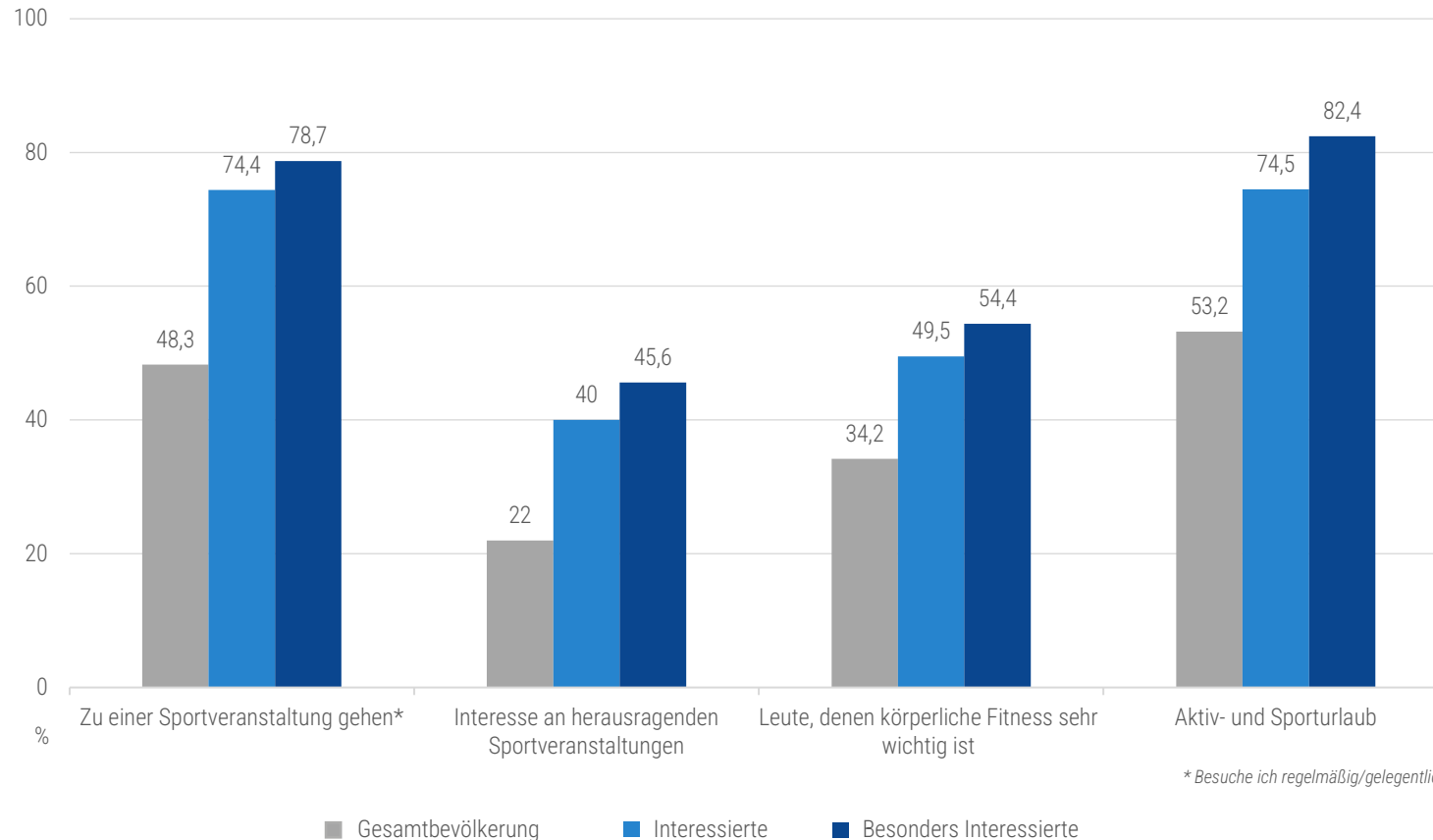
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

Die Zielgruppe der Basketballinteressierten ist zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung vermehrt **Innovator** und **Trendsetter**.



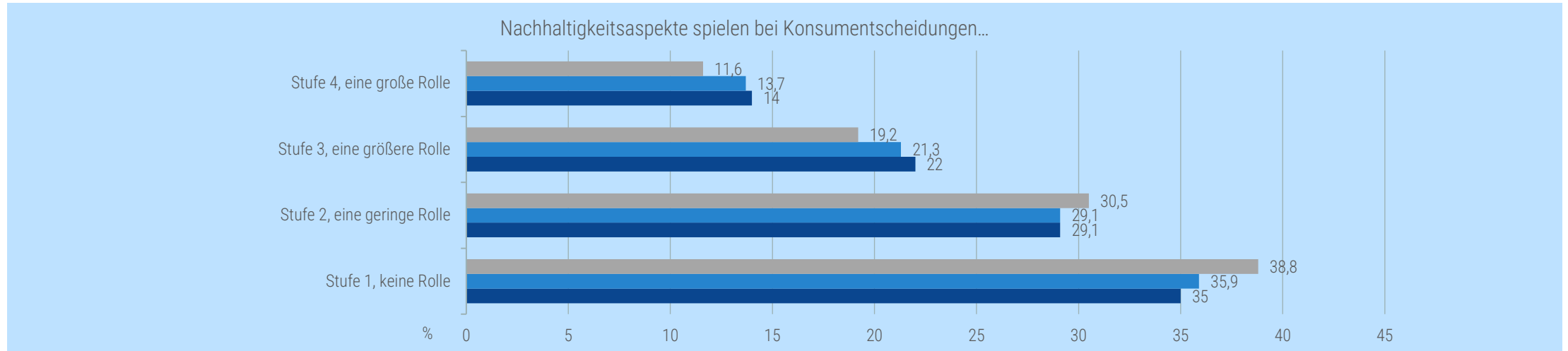
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH



Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Basketballinteressierte 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 Fußball, Fahrrad fahren, Leichtathletik, Joggen und diverse Wintersportarten, wie bspw. Ski-Abfahrtslauf.

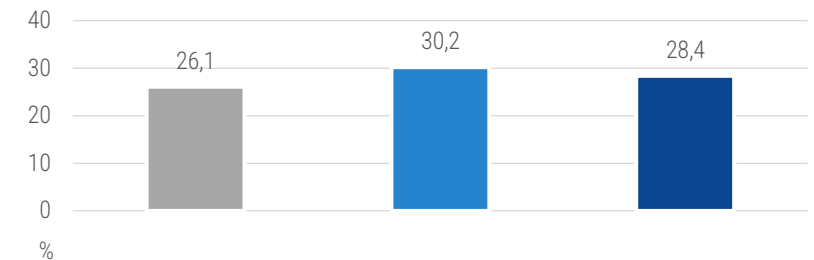
NACHHALTIGKEIT IM FOKUS: BASKETBALLINTERESSIERTE LEBEN ÜBERDURCHSCHNITTLLICH NACHHALTIG



Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Basketballinteressierte bei Konsumentenscheidungen eher auf **Nachhaltigkeit**.

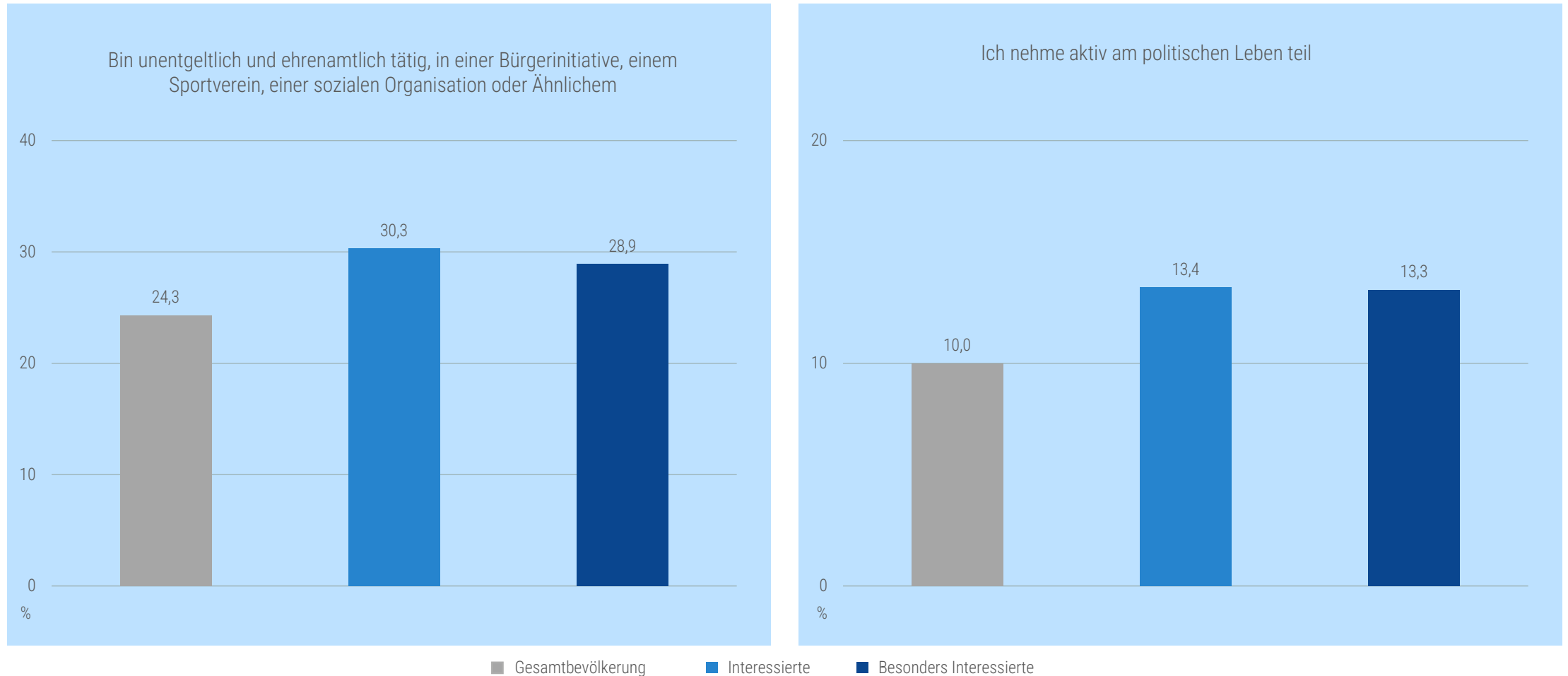
28,4% der Basketballinteressierten leben nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen.

Ich lebe nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen

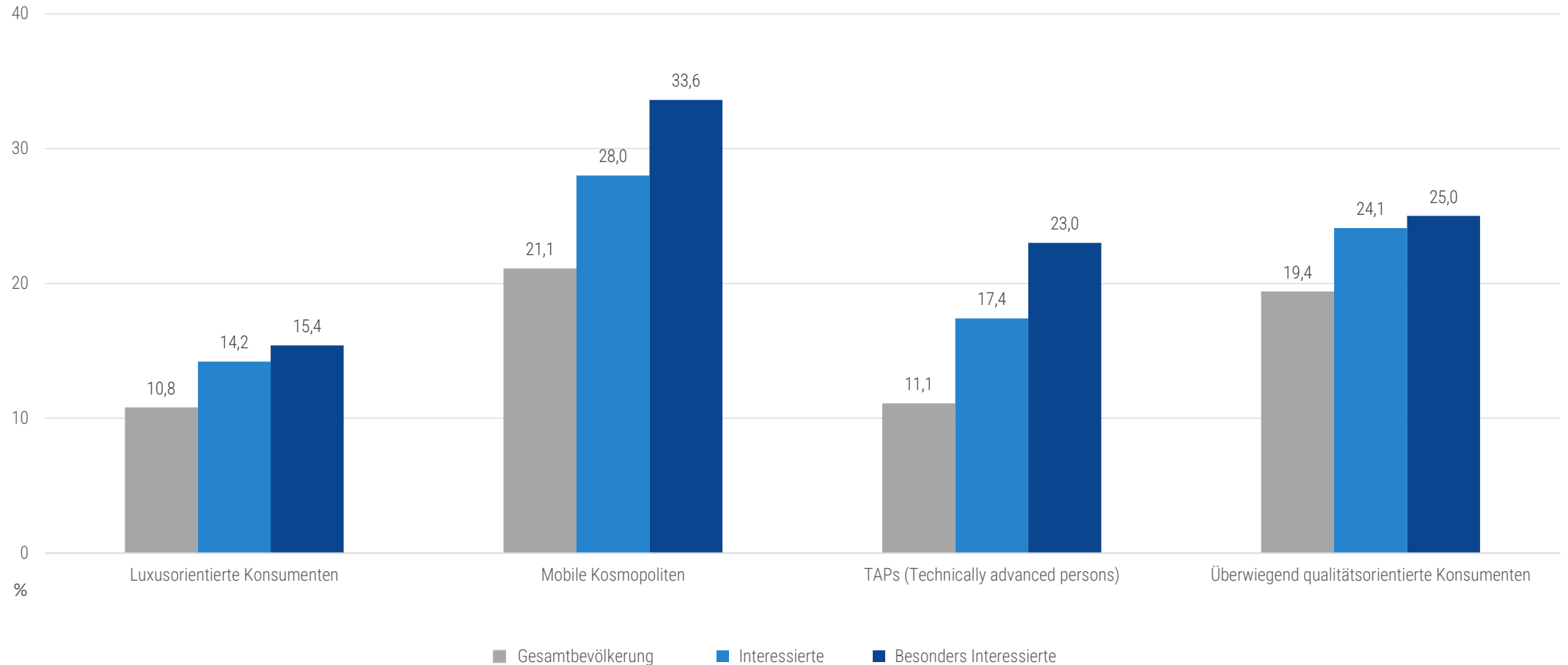


■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

EHRENAMT: BASKETBALLINTERESSIERTE ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH UND SIND POLITISCH AKTIV



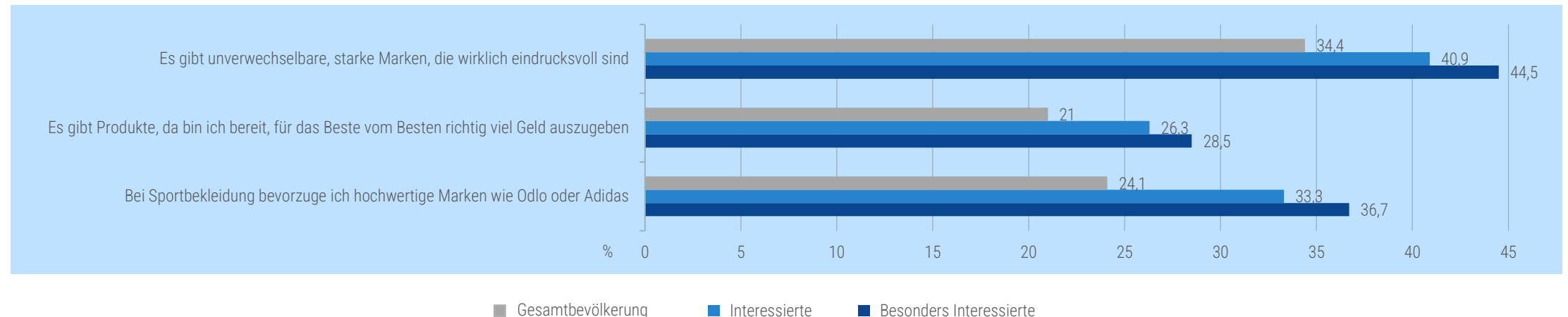
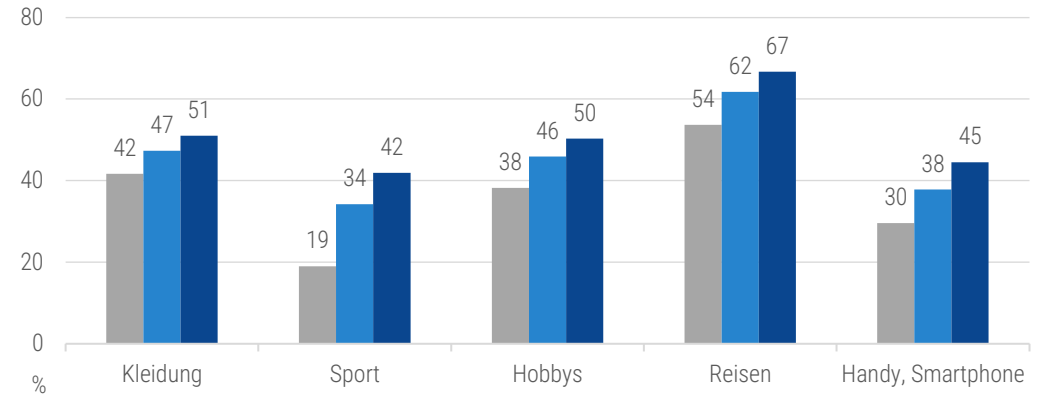
BASKETBALLINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



BASKETBALLINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR HOBBYS UND FREIZEITBESCHÄFTIGUNGEN



Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte und Autos ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Basketballinteressierten 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**.



- **Basketball** erreicht in Deutschland eine große und attraktive Zielgruppe: Rund **18,1 Millionen Menschen** interessieren sich für Basketball, davon **4 Millionen besonders**. Die Zielgruppe ist überdurchschnittlich **jung, gut gebildet und verfügt über ein vergleichsweise hohes Haushaltsnettoeinkommen**. Frauen stellen rund ein Drittel der Basketballinteressierten.
- Basketballinteressierte zeichnen sich durch ein **breites Interessensspektrum** aus. Die Zielgruppe besucht regelmäßig Sportveranstaltungen, legt großen Wert auf **körperliche Fitness** und zeigt ein starkes Interesse an weiteren Sportarten sowie an Aktiv und Sporturlauben. Damit bietet Basketball Sponsoren Zugang zu einer **engagierten und erlebnisorientierten Community**.
- Basketballinteressierte weisen eine hohe **Marken- und Qualitätsorientierung** auf, geben überdurchschnittlich viel Geld für Sport, Hobbys, Reisen, Kleidung und technische Produkte aus und sind bereit, für hochwertige Angebote mehr zu bezahlen. Gleichzeitig finden sich in der Zielgruppe überdurchschnittlich viele mobile Kosmopoliten sowie **qualitätsorientierte Konsumenten**.
- Für Sponsoren bietet Basketball damit Zugang zu einer **großen, kaufkräftigen, aktiven und innovationsorientierten Zielgruppe**, die Sport intensiv lebt, offen für neue Produkte ist und eine **hohe Affinität zu starken Marken besitzt**.



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