

AWA SPORTPROFILE 2026: Volleyball

Die Besonderheiten der Volleyballinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2026

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



Vereinigung
Sportmarketing-
Anbieter e.V.

FOLEY
HEBEZEUGSHOP.DE

Fotocredits: Justus Stegemann

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



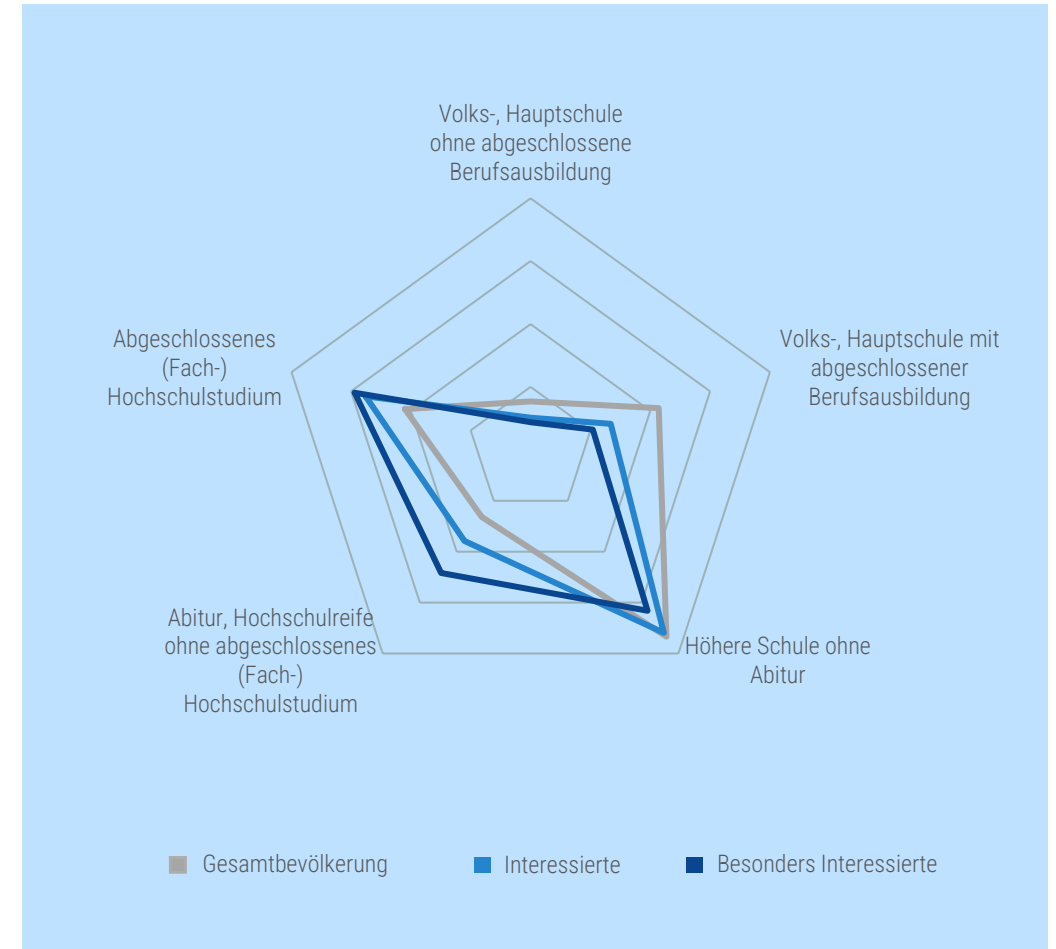
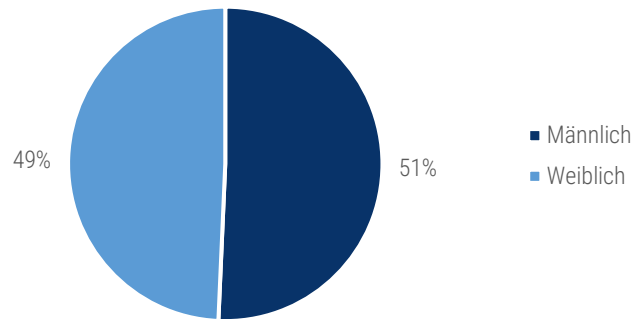
In Deutschland interessieren sich **14,64 Mio.** Menschen und damit **21%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Volleyball.

2,67 Mio. (4%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

Frauen stellen mit **49%** fast die **Hälfte der Zielgruppe** dar.

Volleyballinteressierte verfügen über ein **erhöhtes Bildungsniveau.**

Während nur **21%** der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es unter den besonders Volleyballinteressierten **29,4%.**

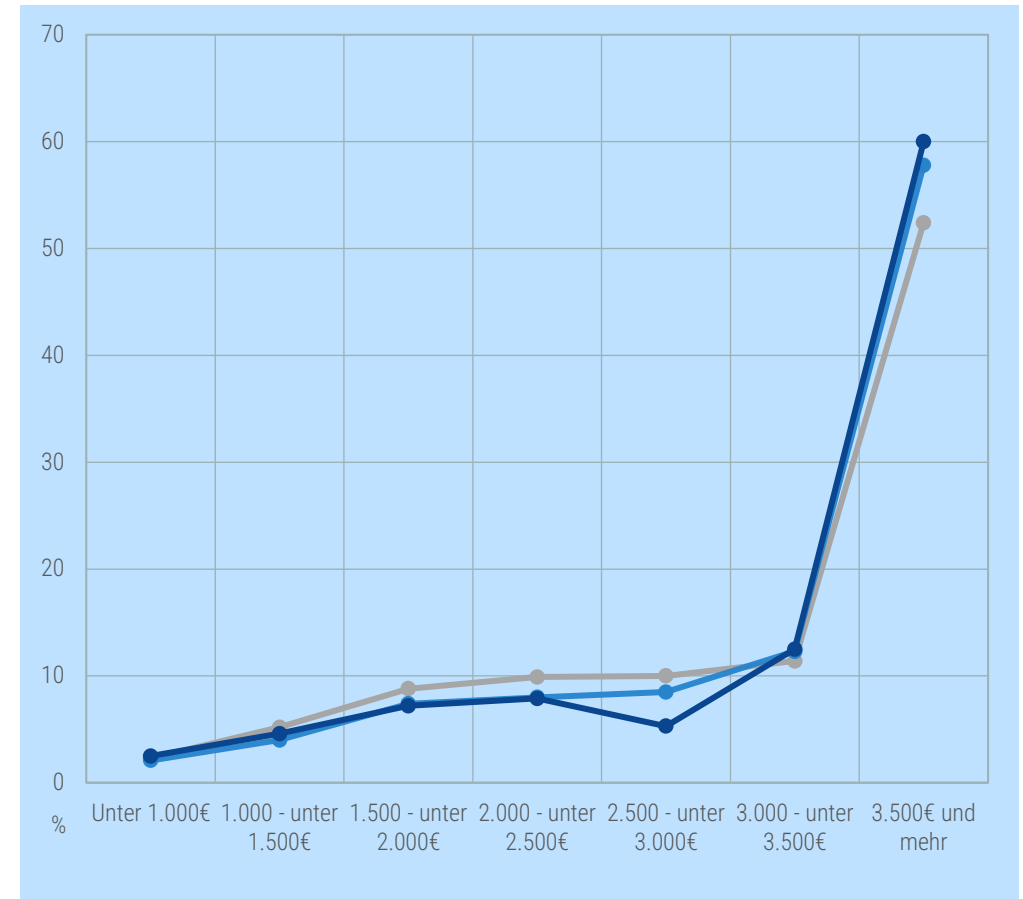
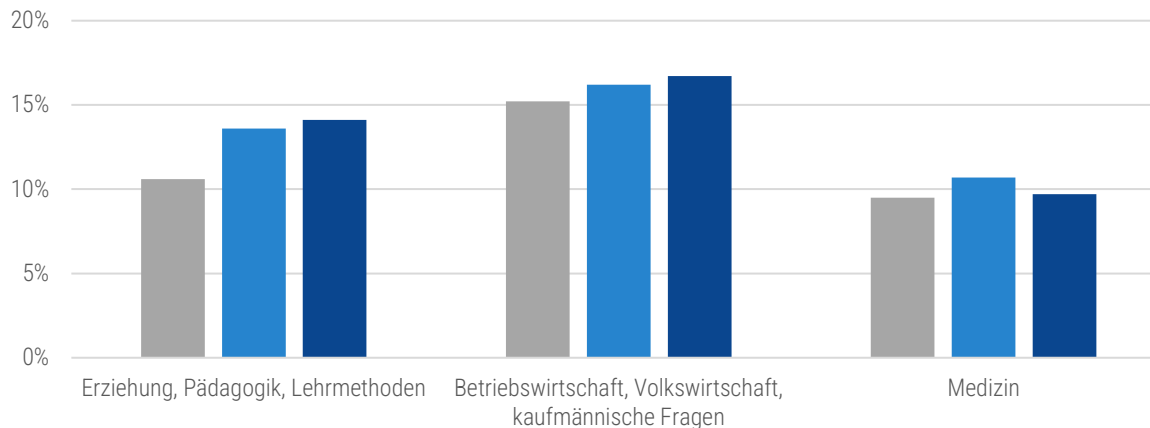


SOZIODEMOGRAPHIE: VOLLEYBALLINTERESSIERTE VERFÜGEN ÜBER EIN HÖHERES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN ALS DIE GESAMTBEVÖLKERUNG



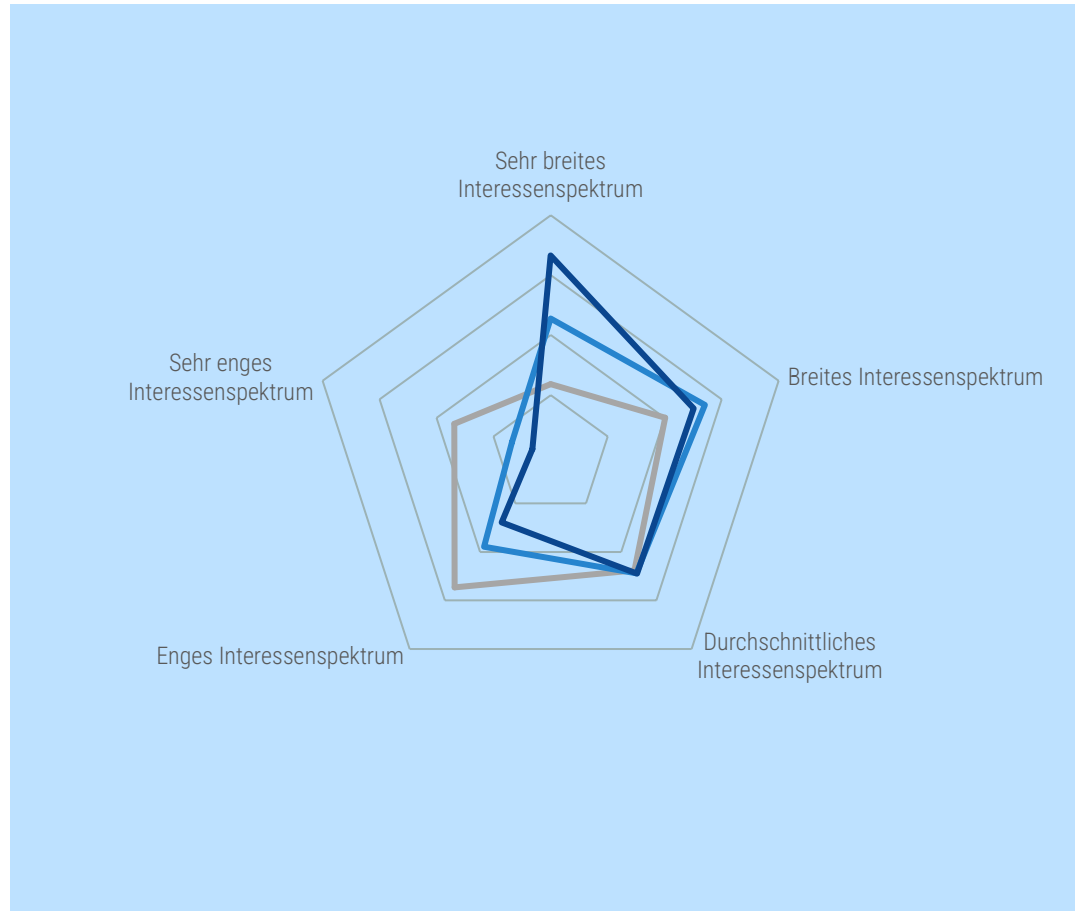
Die Volleyballinteressierte sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in der **kaufmännischen Berufen**. Auch die Bereiche **Pädagogik** und **Medizin** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist im Vergleich mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung höher.

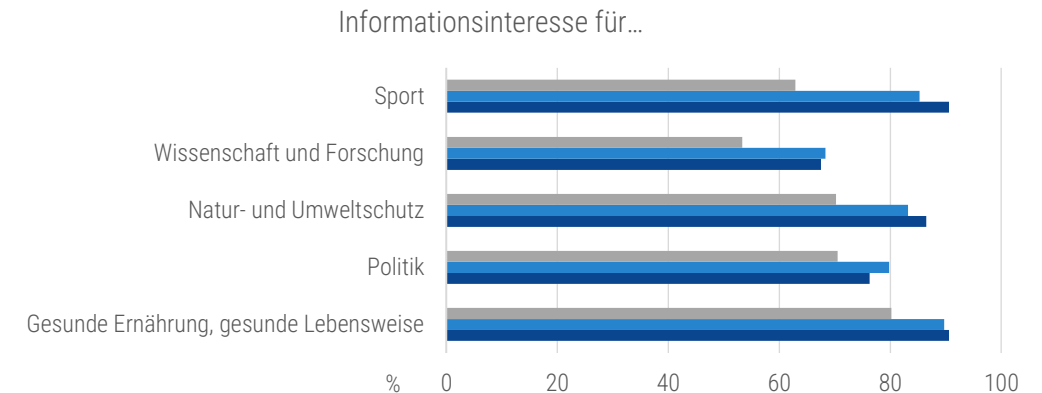


■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE



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



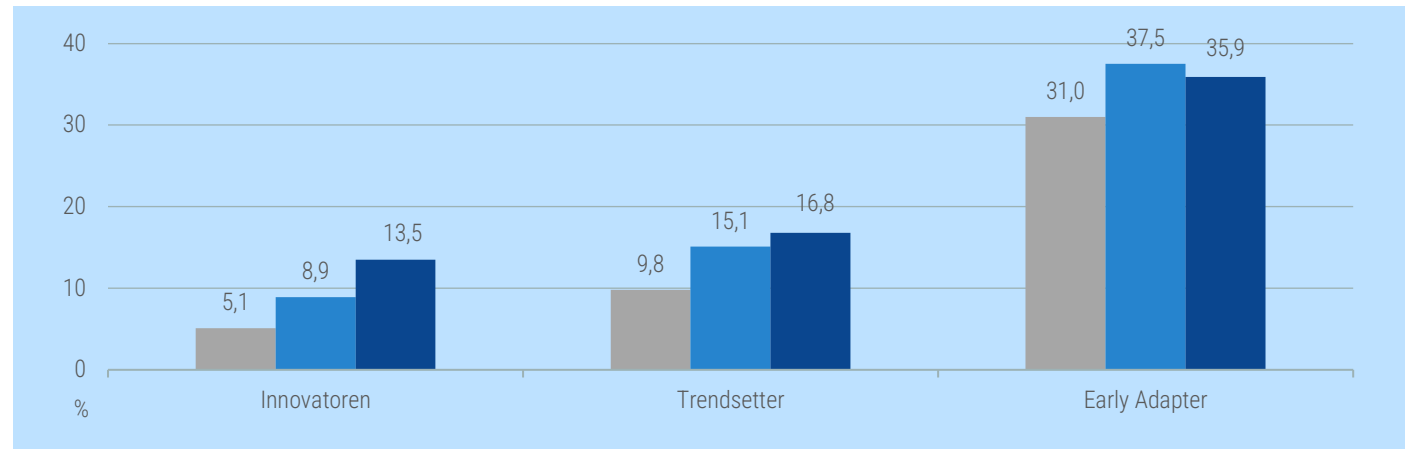
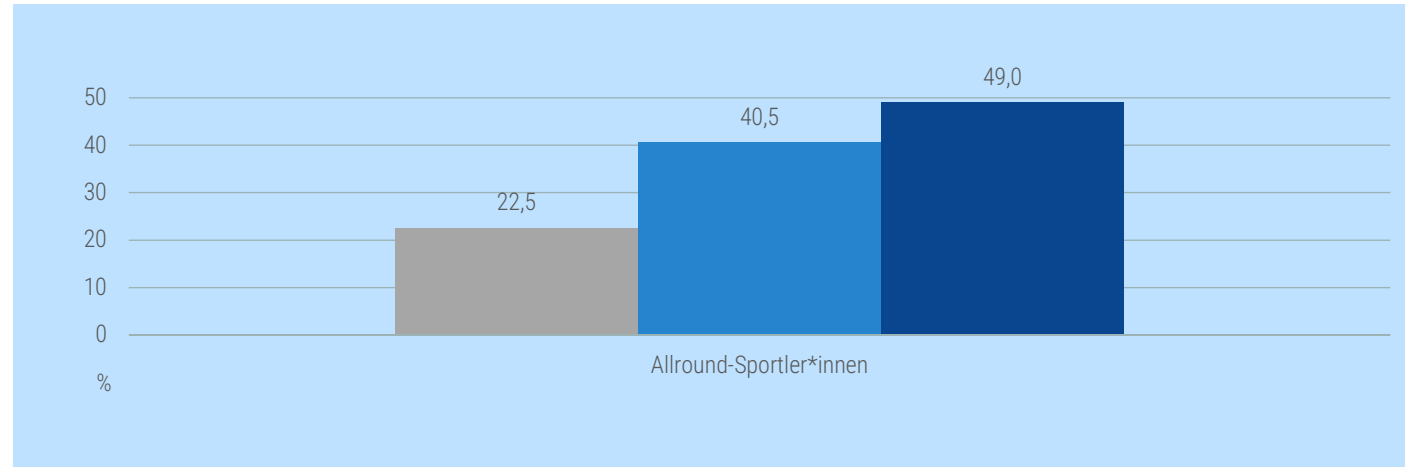
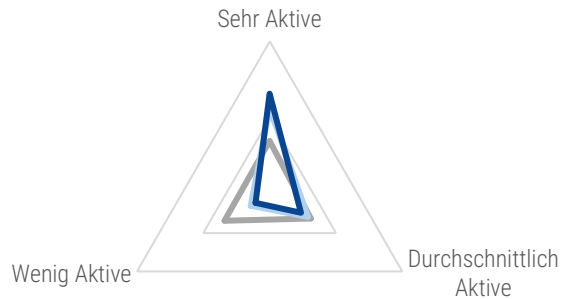
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE VOLLEYBALLINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV



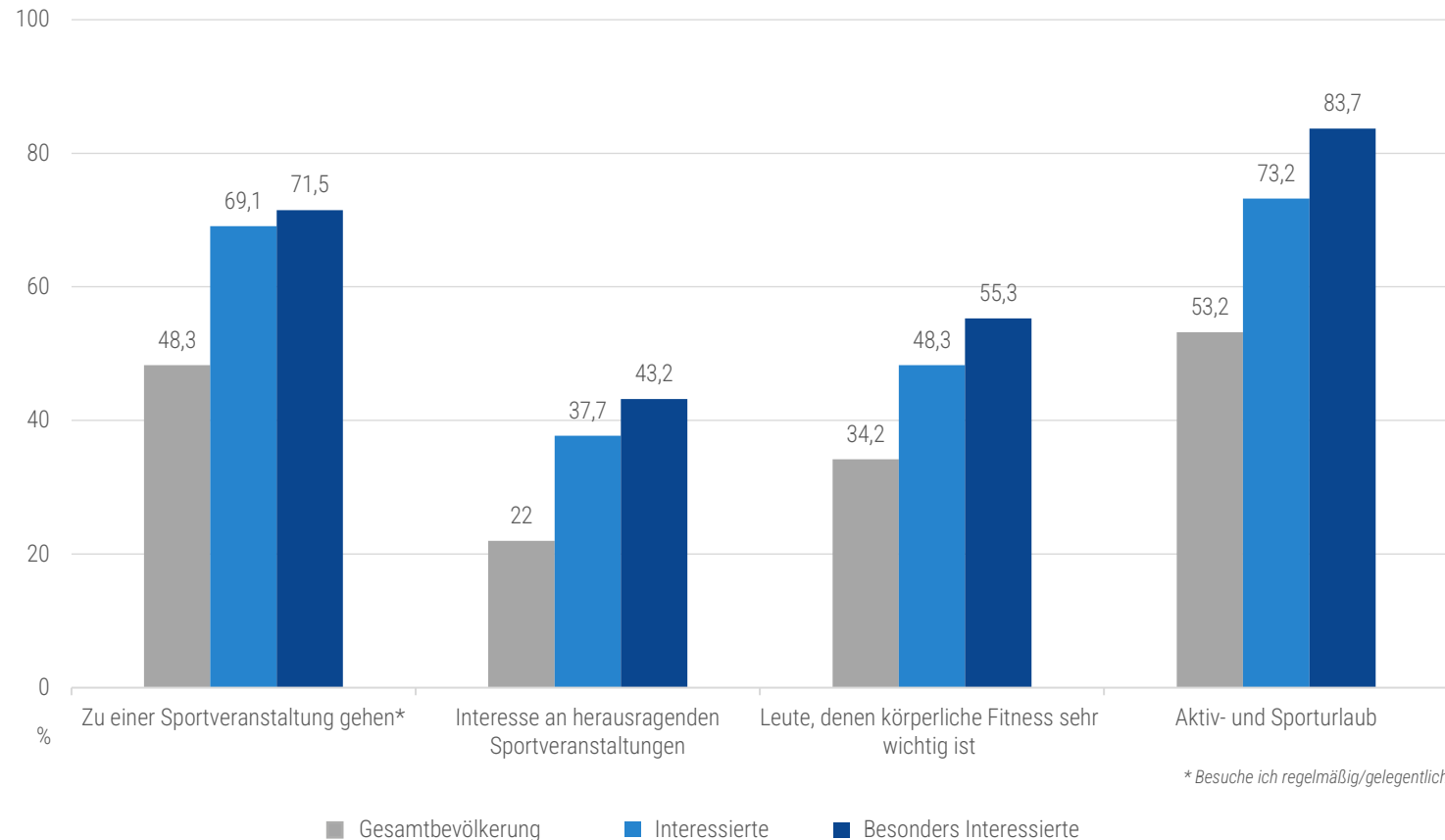
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

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



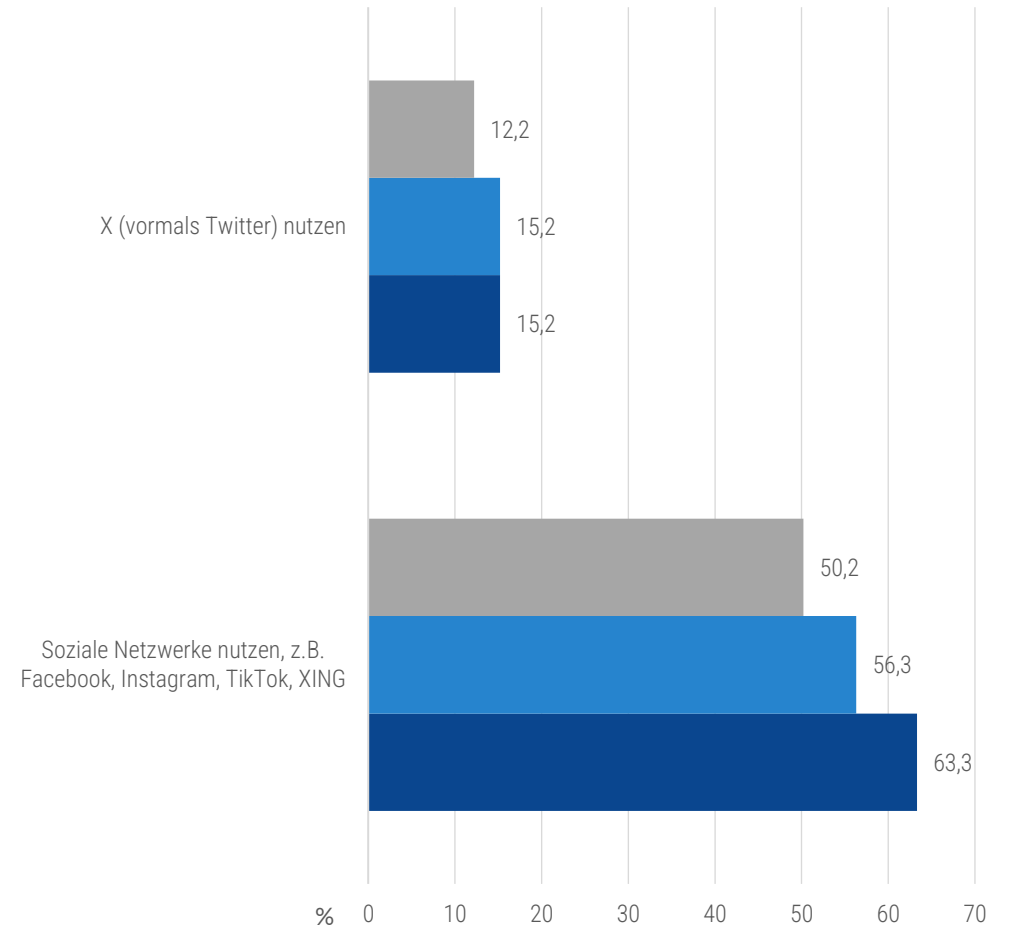
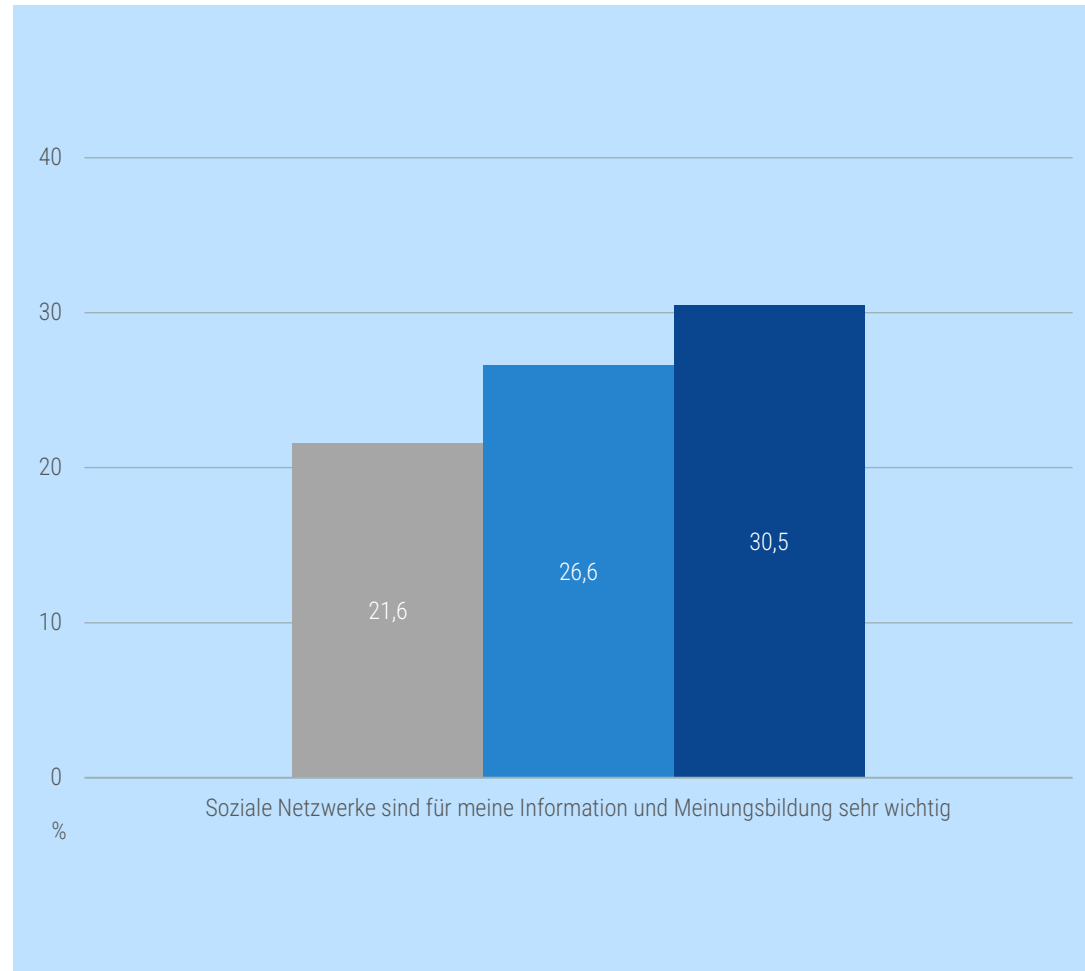
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH



Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Volleyballinteressierte 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, Basketball, Handball und Tennis aber auch Leichtathletik und Wintersportarten.

SOZIALE NETZWERKE: VOLLEYBALLINTERESSIERTE NUTZEN SOZIALE NETZWERKE ZUR INFORMATIONSGEWINNUNG UND MEINUNGSBILDUNG



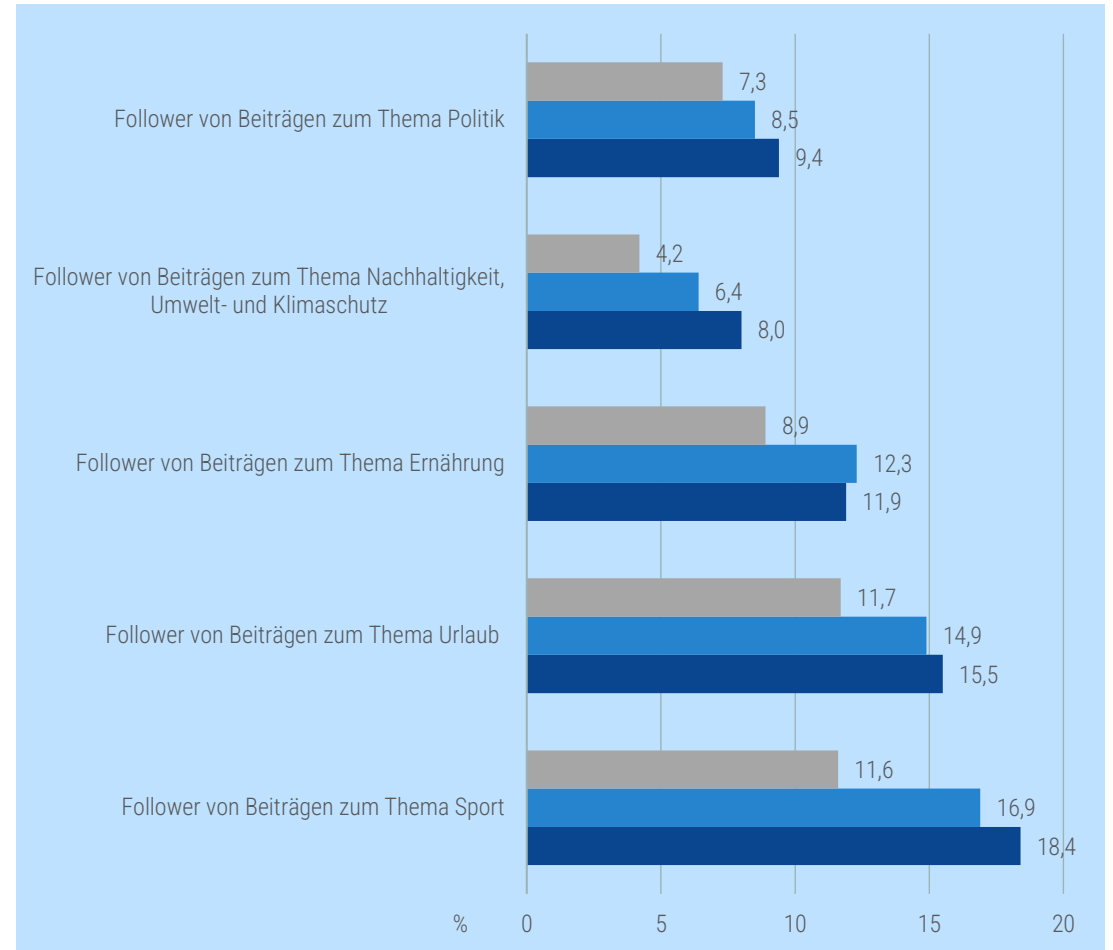
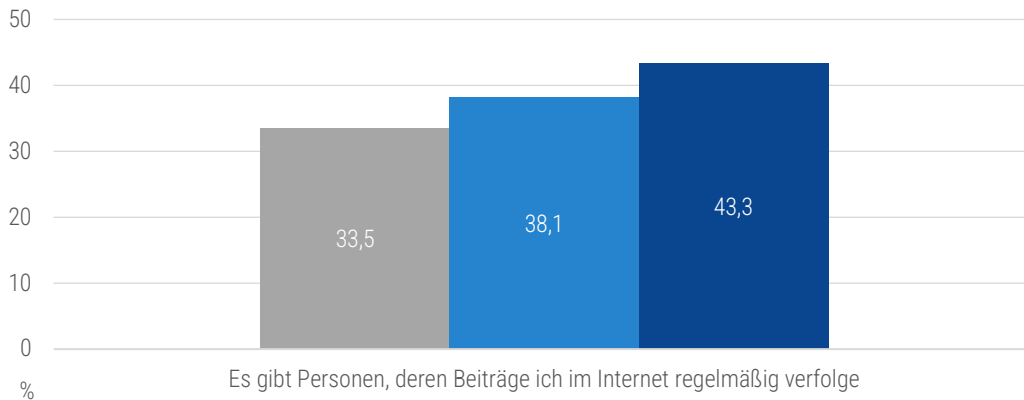
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

INFLUENCER UND FOLLOWER: VOLLEYBALLINTERESSIERTE FOLGEN BEVORZUGT INFLUENCERN UND BEITRÄGEN ZU DEN THEMEN SPORT UND URLAUB

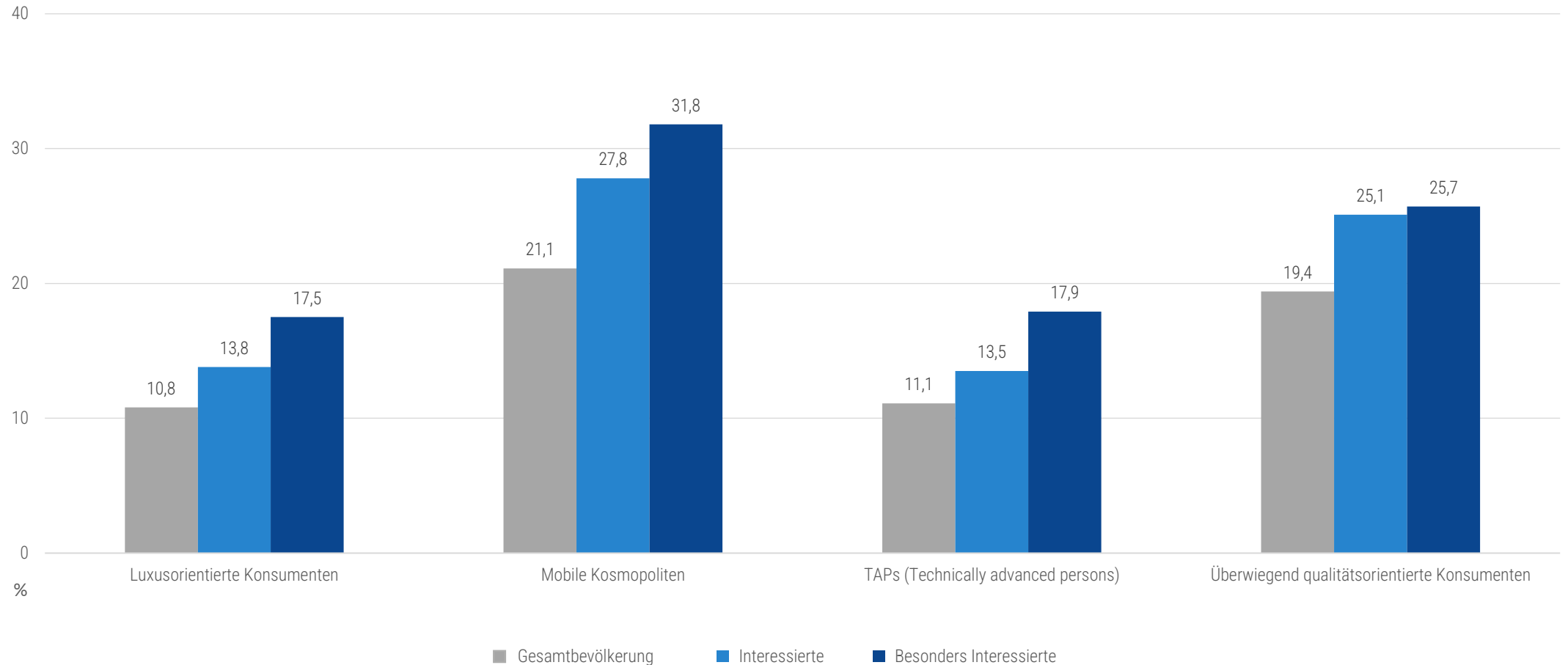


Der Anteil der Personen, die **Beiträge von Influencern** regelmäßig verfolgen, ist unter den Volleyballinteressierten höher als in der Gesamtbevölkerung.

Influencer, die über **Sportthemen** oder **Urlaubsthemen** berichten, werden besonders von der Zielgruppe überdurchschnittlich oft verfolgt.



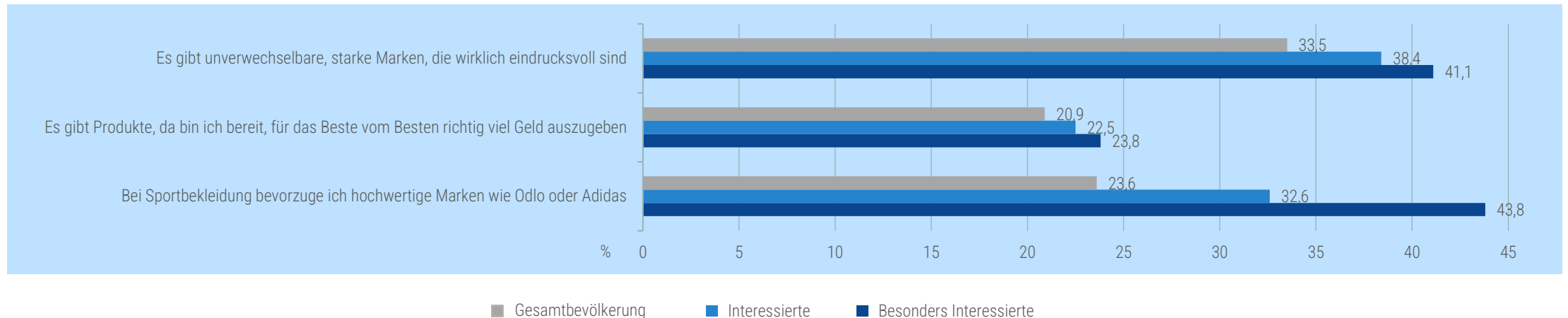
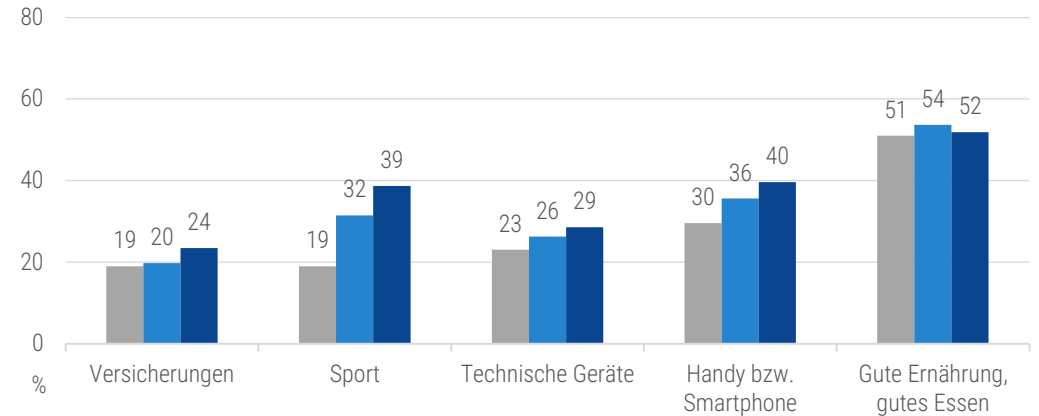
VOLLEYBALLINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



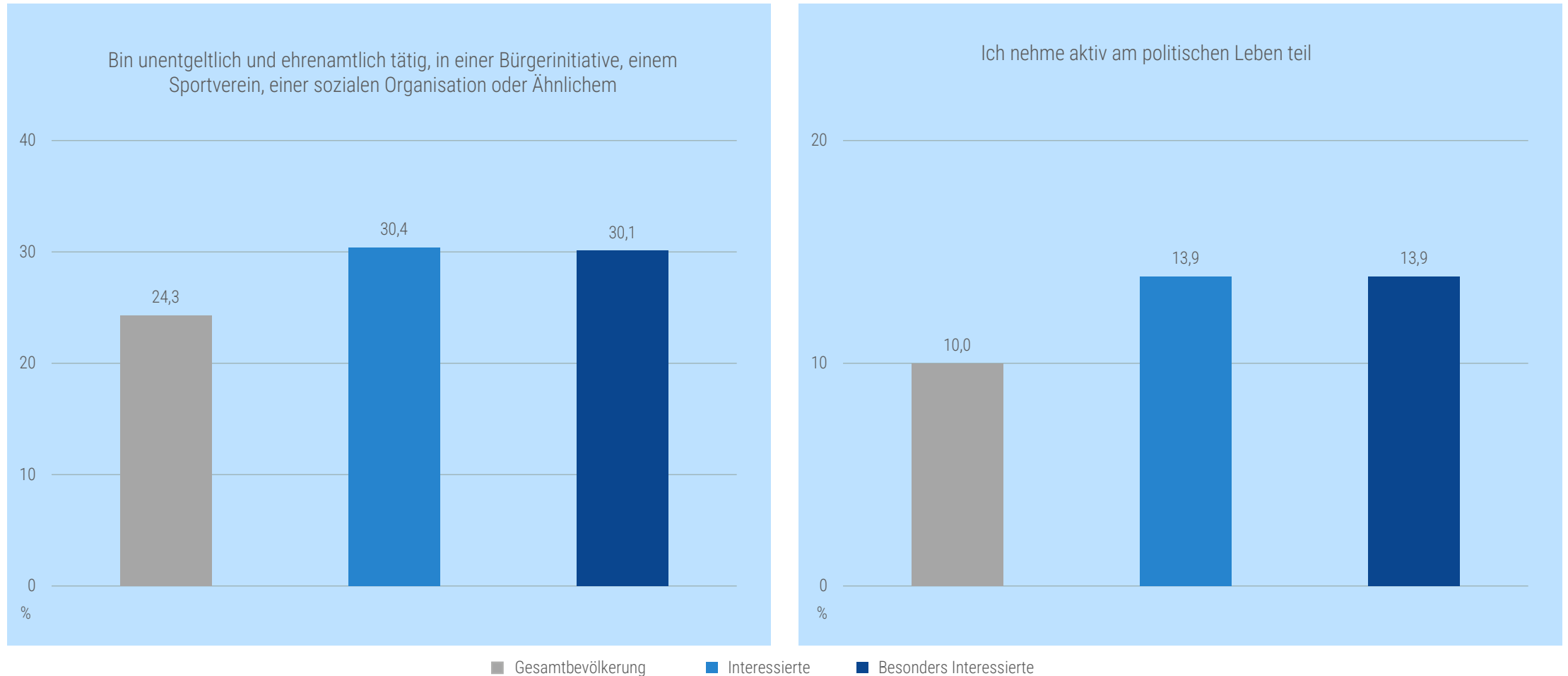
VOLLEYBALLINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR HOBBIES UND FREIZEITBESCHÄFTIGUNG



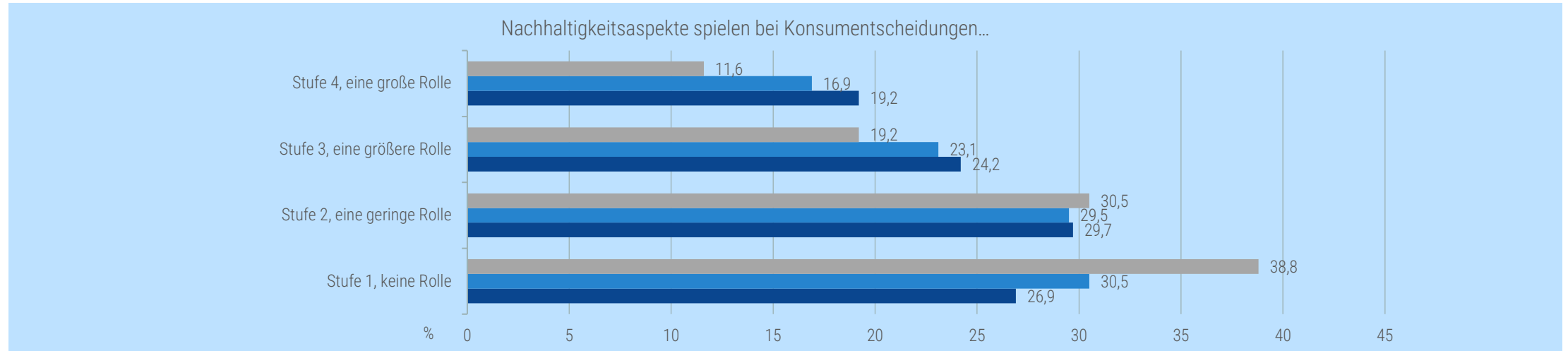
Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte und gute Ernährung ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Volleyballinteressierten spiegeln ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und „das Beste vom Besten“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



EHRENAMT: VOLLEYBALLINTERESSIERTE ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH UND SIND POLITISCH AKTIV



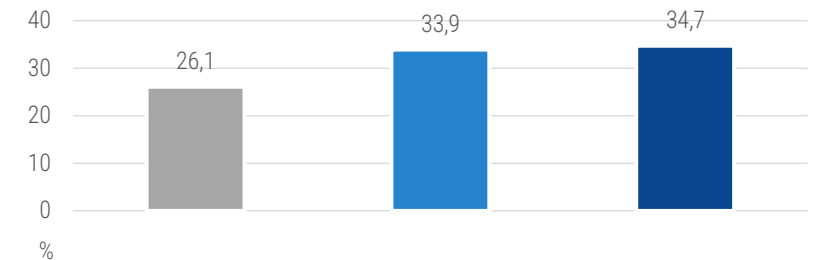
NACHHALTIGKEIT IM FOKUS: VOLLEYBALLINTERESSIERTE BERÜCKSICHTIGEN NACHHALTIGKEIT IN IHREN KONSUMENTSCHEIDUNGEN



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

34,7% der Volleyballinteressierte leben nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen.

Ich lebe nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen

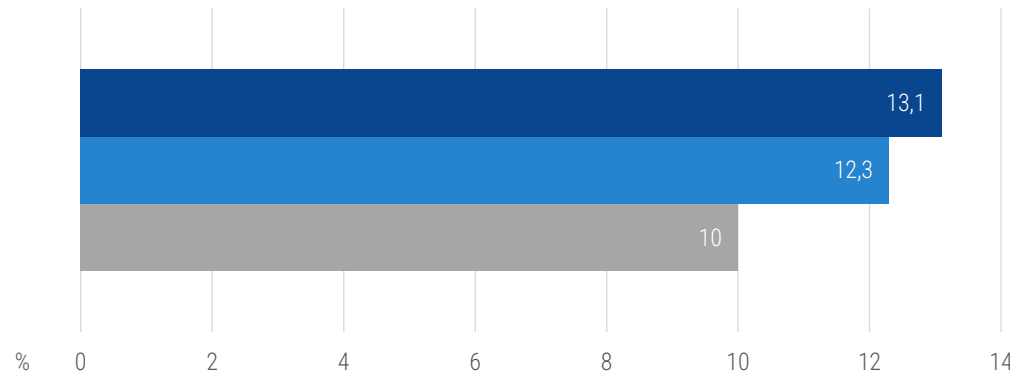


■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

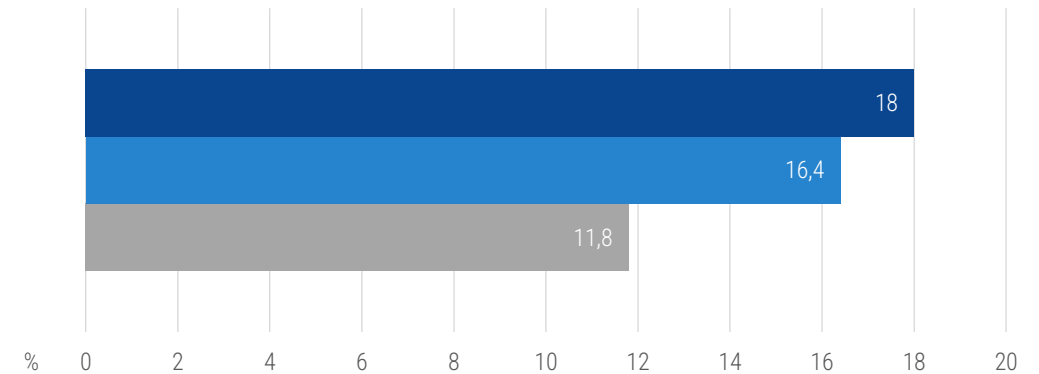
MOBILITÄT IM FOKUS: VOLLEYBALLFANS FAHREN REGELMÄSSIG FAHRRAD UND BEVORZUGEN UMWELTFREUNDLICHE AUTOS



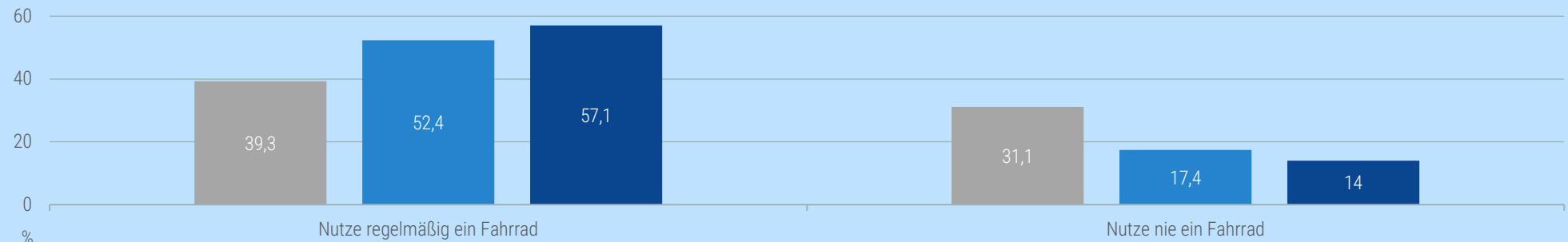
Wunsch-Antriebsart neuer PKW: reiner Elektroantrieb



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

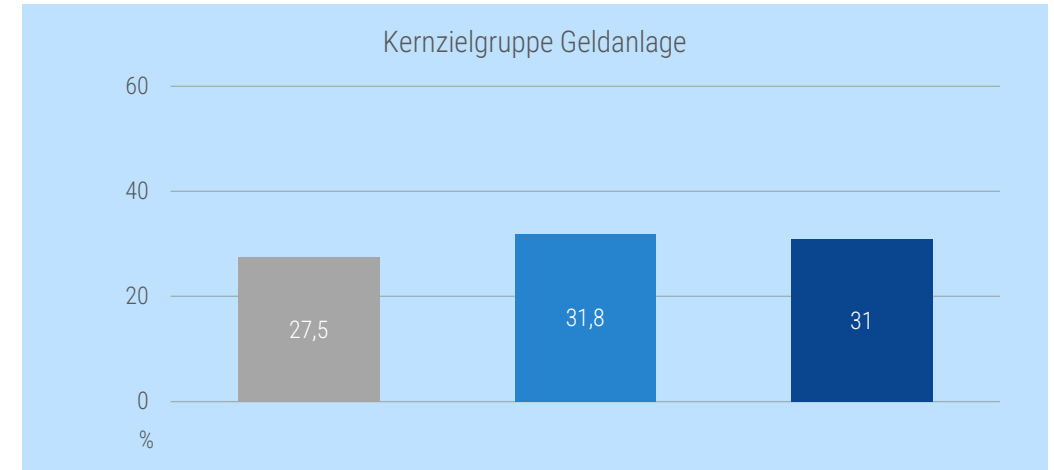
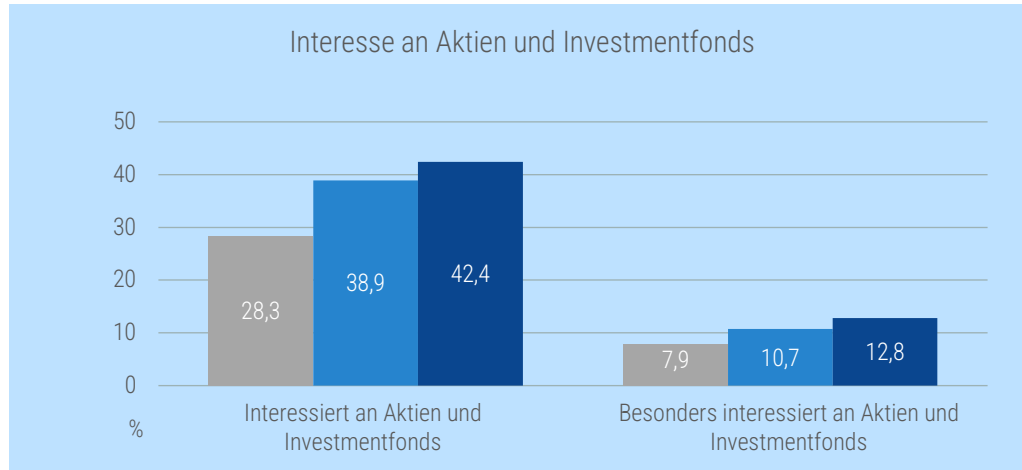


Fahrradnutzung



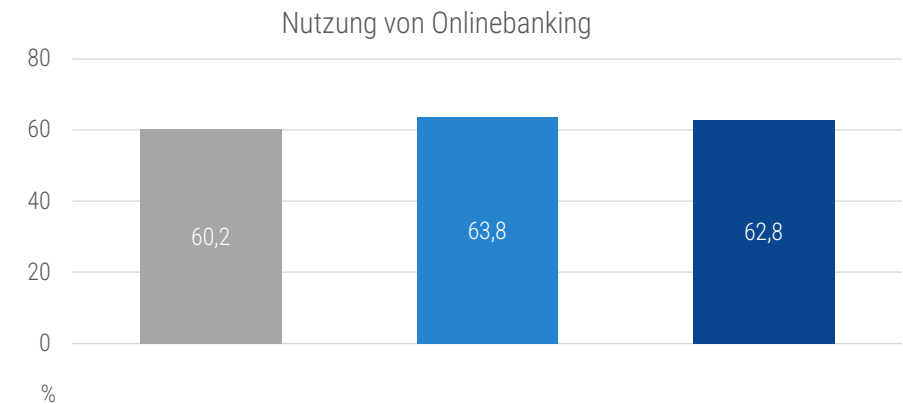
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

GELDANLAGEN: VOLLEYBALLINTERESSIERTE INTERESSIEREN SICH FÜR AKTIEN UND NUTZEN ONLINEBANKING

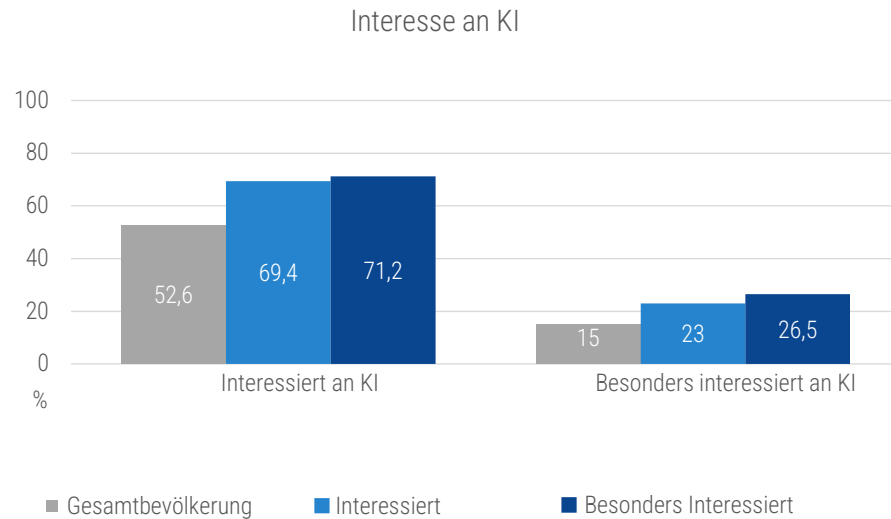


Volleyballinteressierte sind **überdurchschnittlich interessiert an Aktien und Investmentfonds** und gehören zur **Kernzielgruppe der Geldanleger**.

Dafür nutzt mit **63,8%** der Großteil der Zielgruppe **Onlinebanking**.

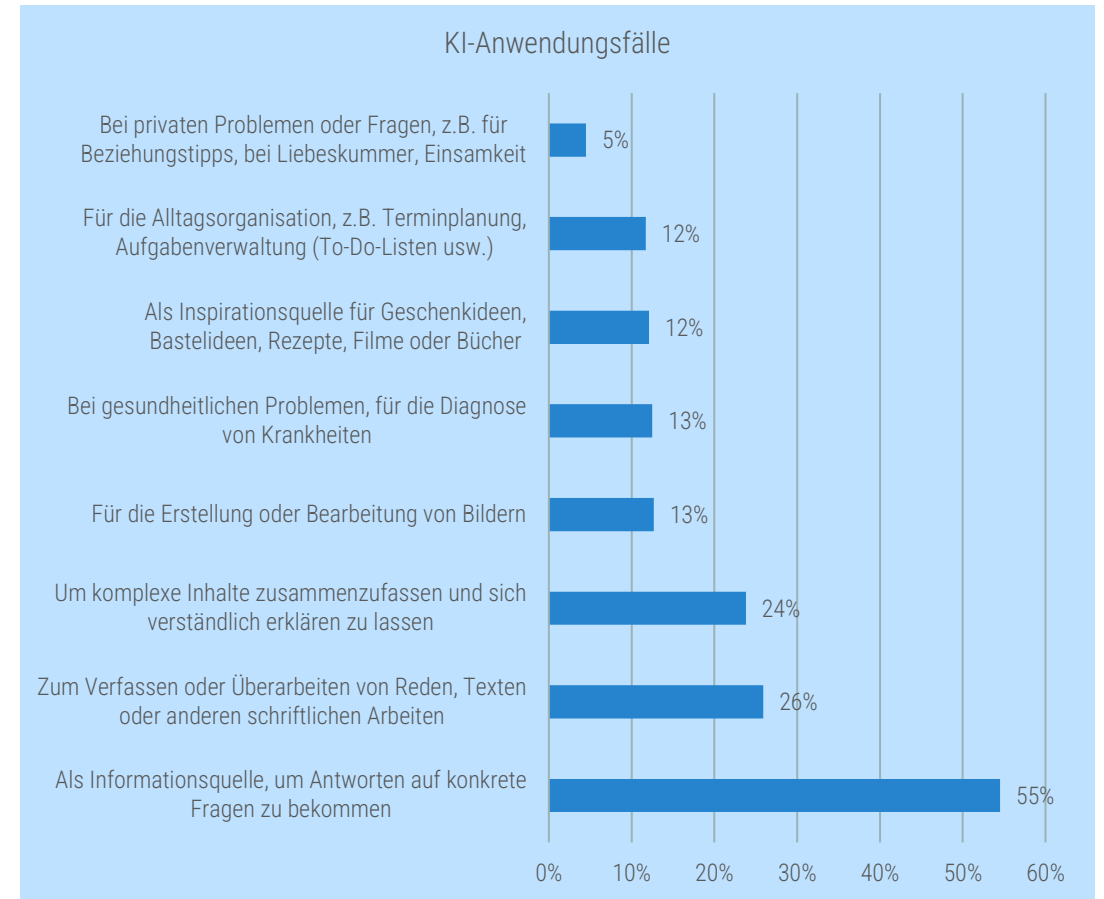


KÜNSTLICHE INTELLIGENZ: VOLLEYBALLINTERESSIERTE SIND ÜBERDURCHSCHNITTLLICH KI-INTERESSIERT



71,2% der besonders Volleyballinteressierten interessieren sich für **Künstliche Intelligenz und KI-Programme**. Über ein **Viertel der Zielgruppe** hat sogar ein **besonderes Interesse**.

Dabei nutzen Volleyballinteressierte KI **größtenteils als Informationsquelle**.



ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE



- Volleyball erreicht in Deutschland eine attraktive Zielgruppe von rund **14,6 Millionen Menschen**, davon interessieren sich **2,7 Millionen besonders stark**. Die Zielgruppe ist nahezu **gleichmäßig zwischen Männern und Frauen** verteilt und verfügt über ein **überdurchschnittliches Bildungsniveau**.
- Volleyballinteressierte zeichnen sich durch ein **außergewöhnlich breites Interessenspektrum** aus. Die Zielgruppe ist besonders aktiv, zählt überdurchschnittlich häufig zu **Allroundsportlern** und gehört verstärkt zu **Innovatoren, Trendsettern und Early Adopters**. Volleyballinteressierte besuchen regelmäßig Sportveranstaltungen, legen großen Wert auf körperliche Fitness und interessieren sich für zahlreiche weitere Sportarten.
- Als Konsumenten weist die Zielgruppe eine hohe **Marken-, Qualitäts- und Gesundheitsorientierung** auf. Volleyballinteressierte sind überdurchschnittlich häufig **mobile Kosmopoliten, technikaffine** sowie **qualitätsorientierte** Konsumenten. Gleichzeitig besteht eine hohe Bereitschaft, für **Premiumprodukte** und **starke Marken** mehr zu investieren.
- Für Sponsoren bietet Volleyball damit Zugang zu einer **aktiven, einkommensstarken und wertorientierten** Zielgruppe, die **Gesundheit, Nachhaltigkeit und Innovation** mit einer hohen **Markenaffinität** sowie einer überdurchschnittlichen **Ausgabebereitschaft** verbindet.



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