



AWA SPORTPROFILE 2026: Leichtathletik

**Die Besonderheiten der Leichtathletikinteressierten 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: DLM

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

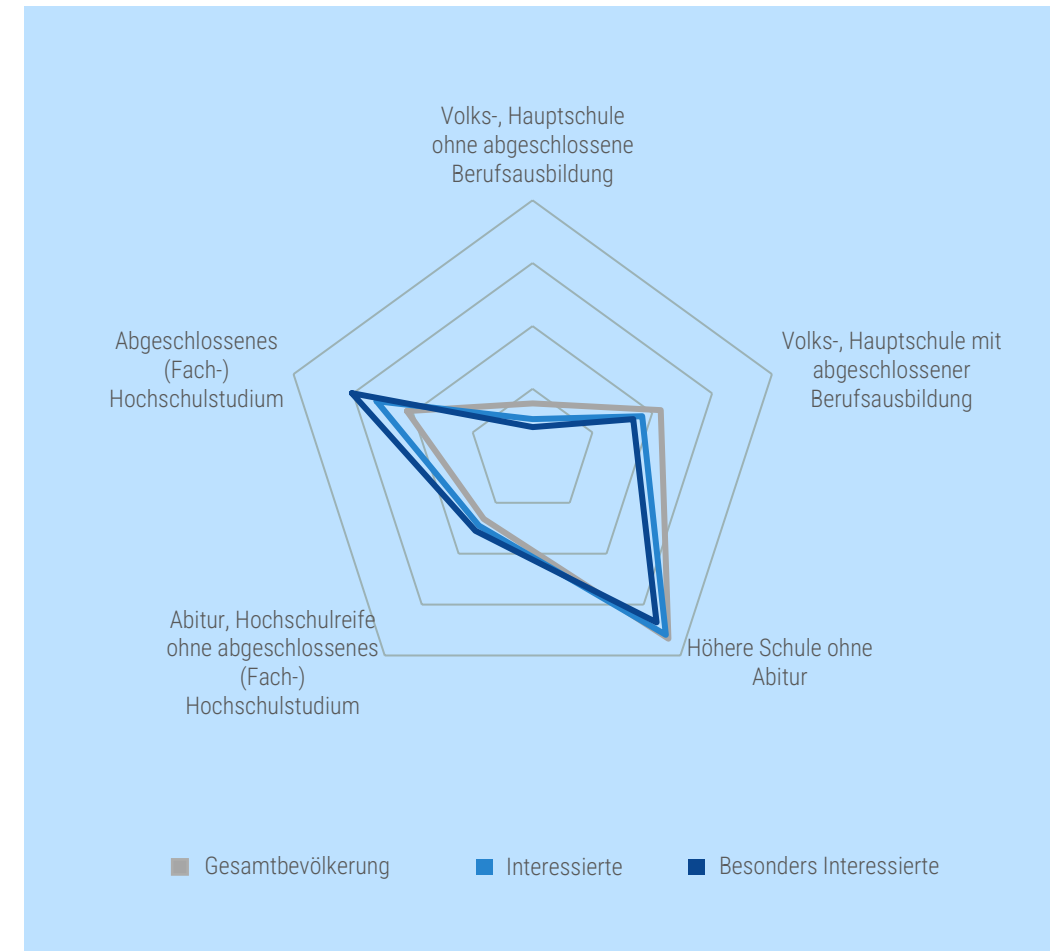
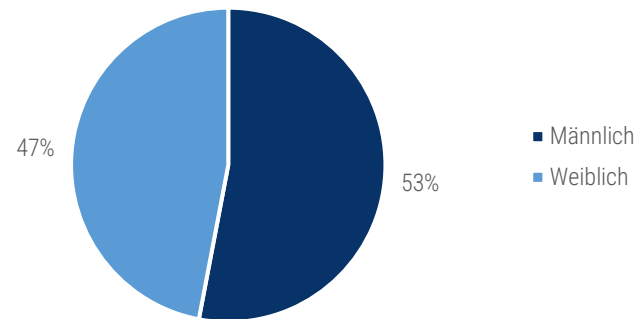


In Deutschland interessieren sich **27,44 Mio.** Menschen und damit **39%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Leichtathletik.

8,47 Mio. (12%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

Frauen bilden **47%** der Zielgruppe.

Leichtathletikinteressierte verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein **erhöhtes Bildungsniveau**. Während nur **21%** der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei der Zielgruppe **29,4%**.

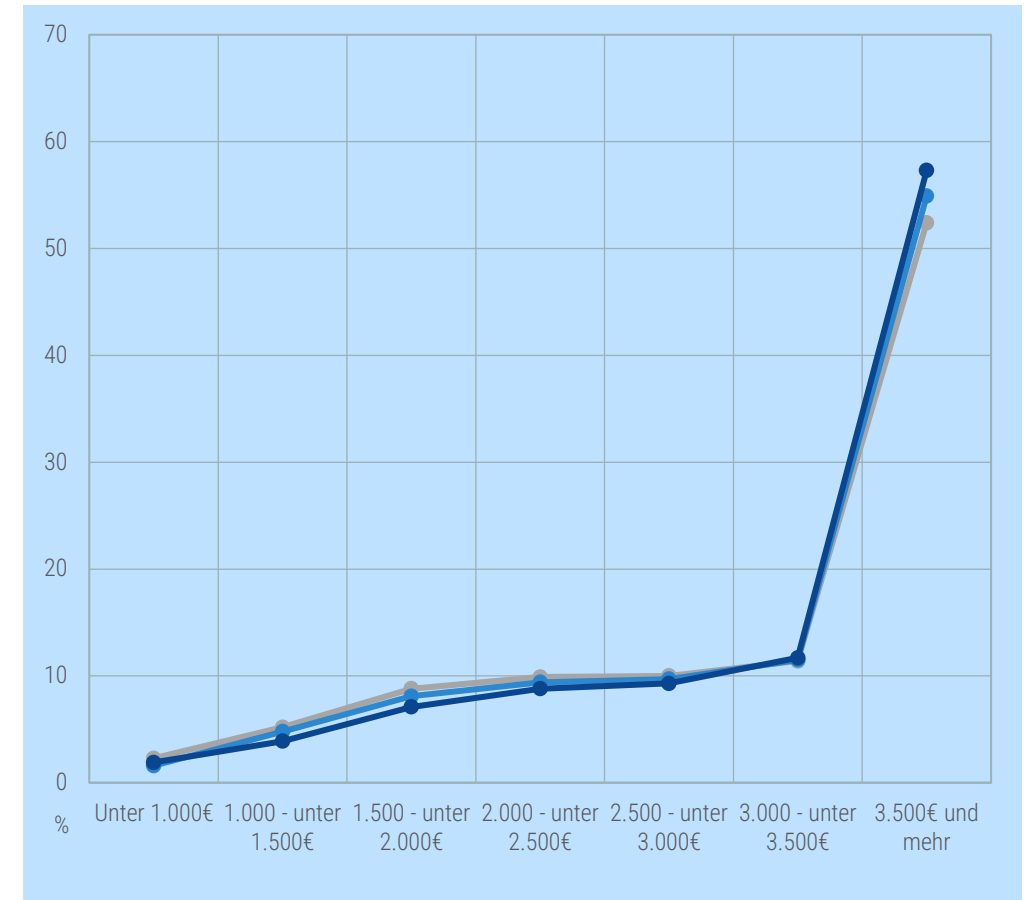
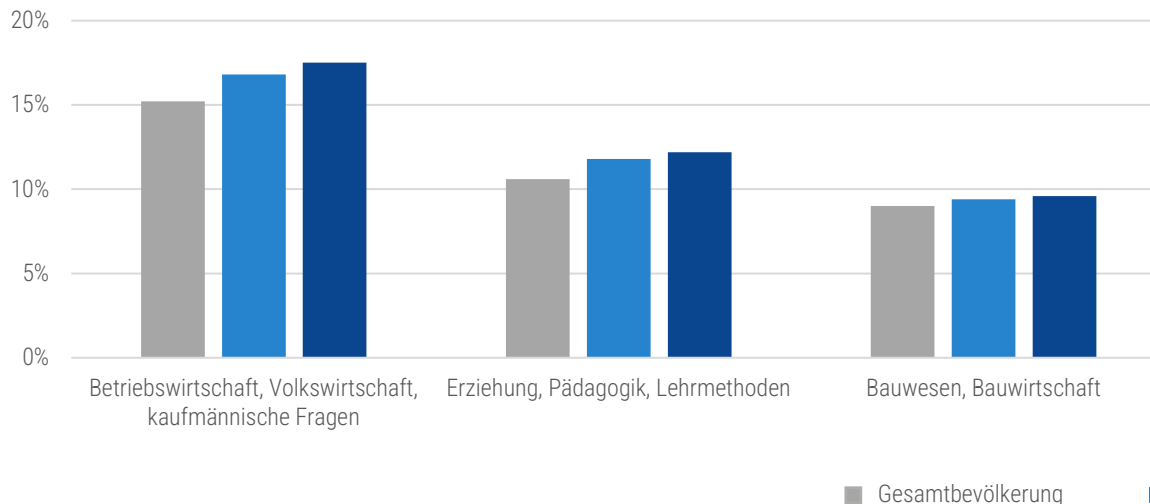


SOZIODEMOGRAPHIE: LEICHTATHLETIKINTERESSIERTE VERFÜGEN ÜBER EIN VERGLEICHBARES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN WIE DIE GESAMTBEVÖLKERUNG

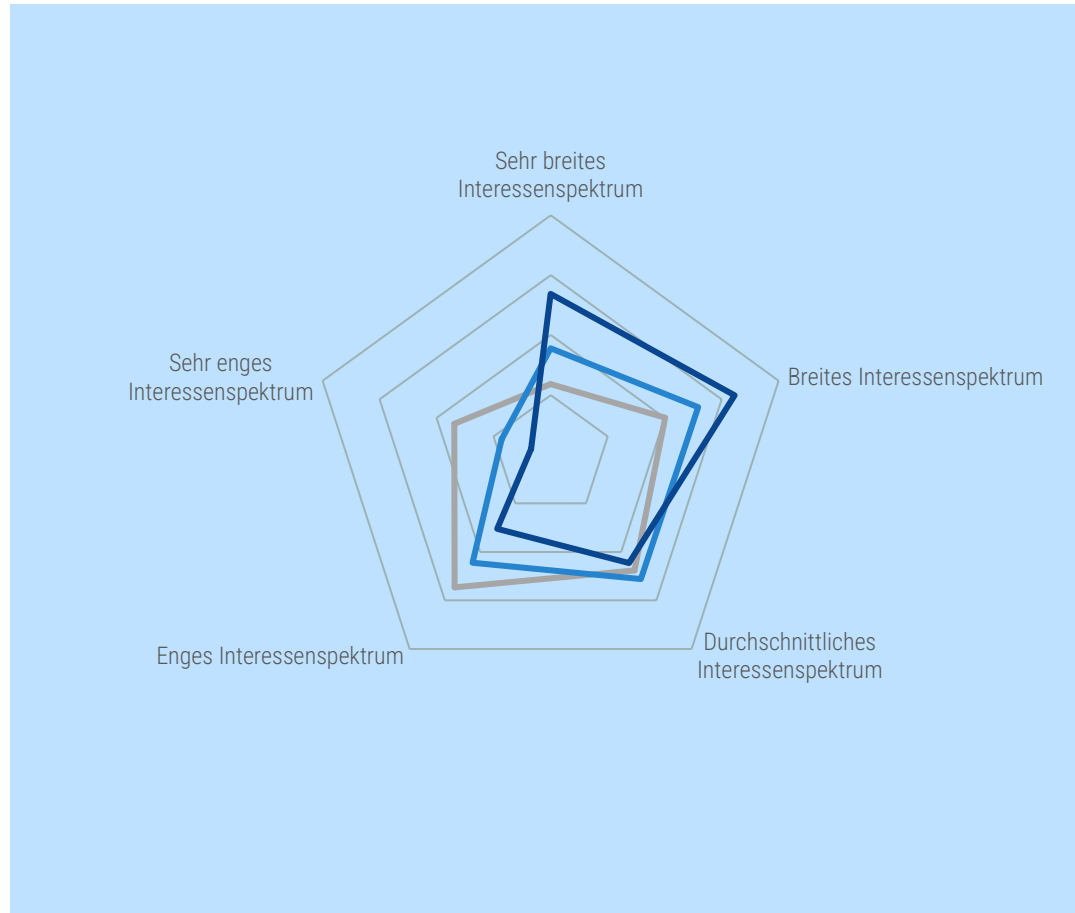


Die Leichtathletikinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in **kaufmännischen Berufen**. Auch **pädagogische Berufe** und **Bauwesen** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

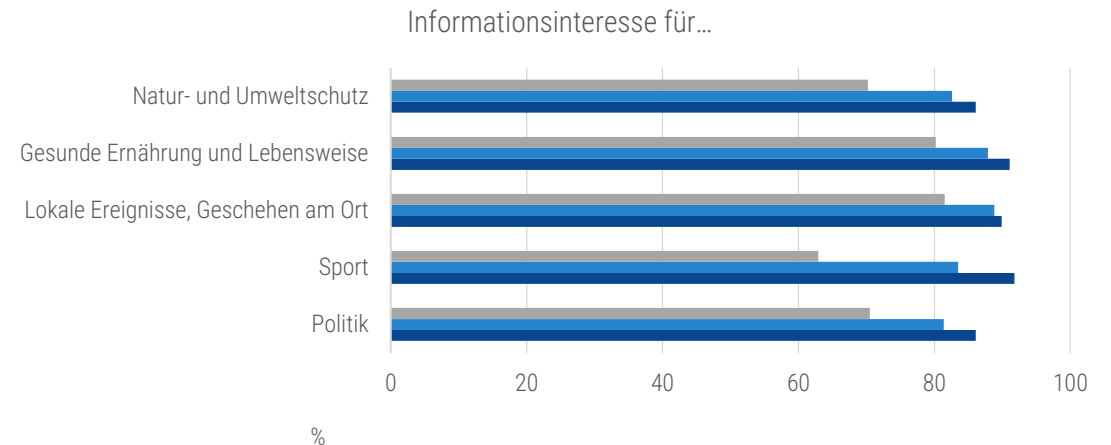
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE



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



■ Gesamtbevölkerung

■ Interessierte

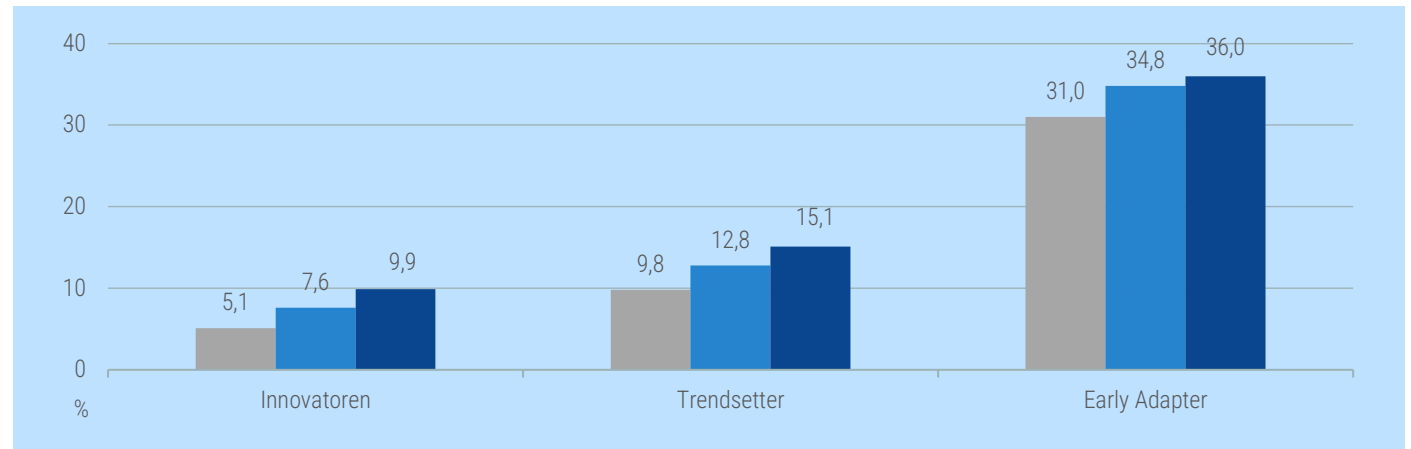
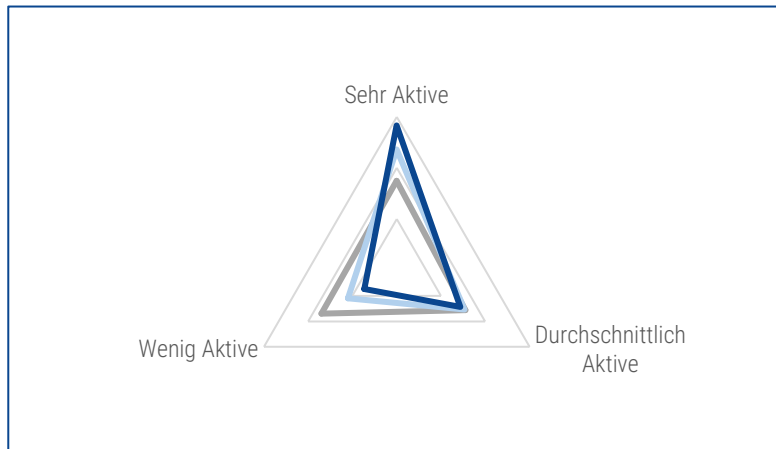
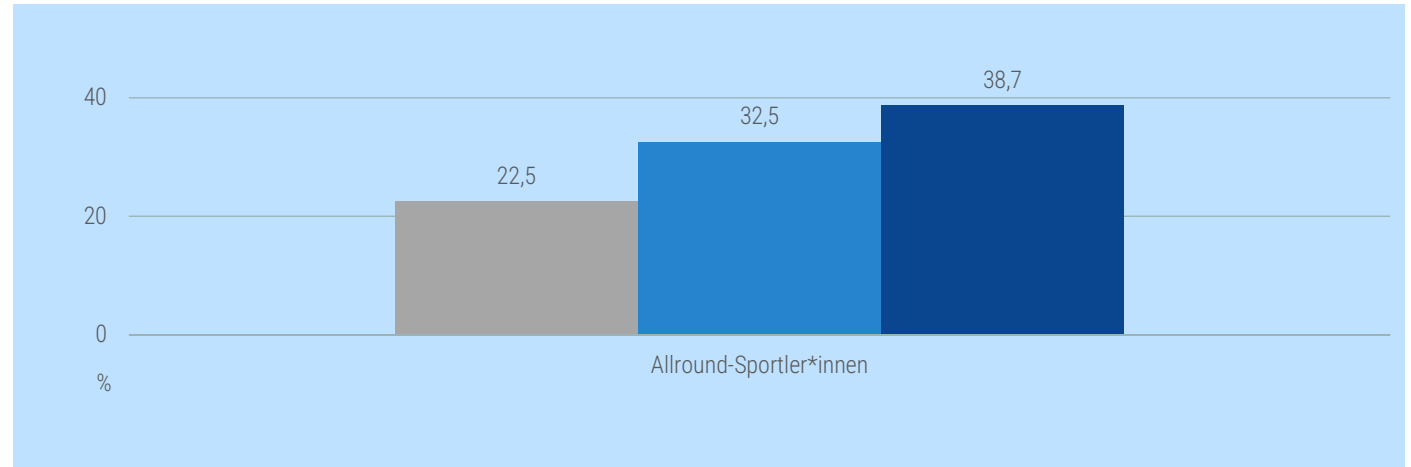
■ Besonders Interessierte

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE LEICHTATHLETIKINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV



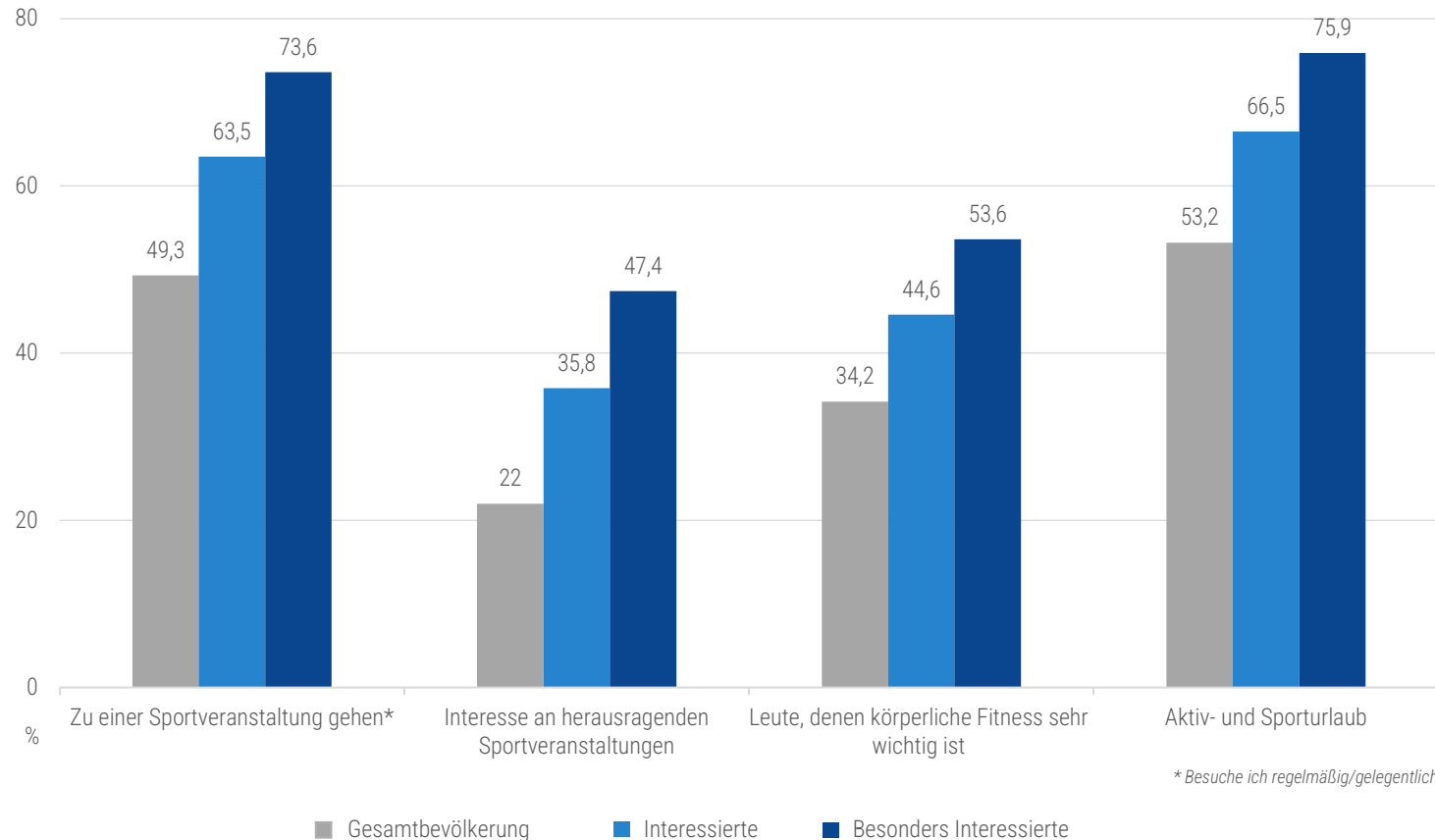
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

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



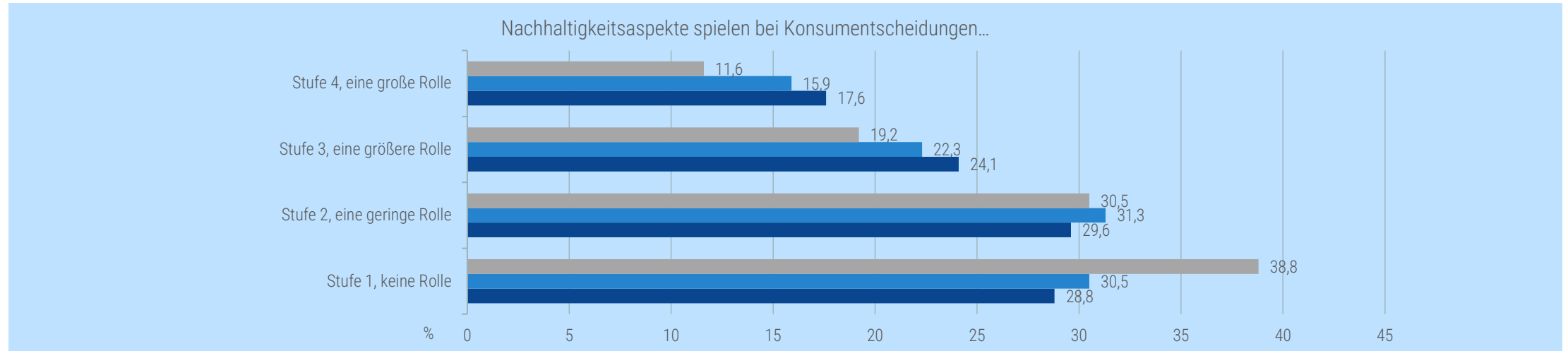
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH



Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Leichtathletikinteressierte 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 (Beach)Volleyball, Basketball, Fußball und Handball sowie Wintersport und Automobil- und Motorradsport.

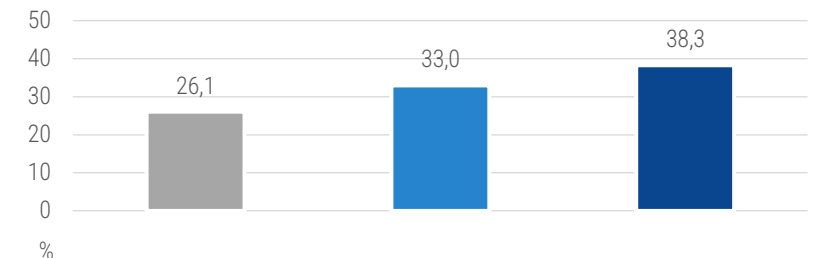
NACHHALTIGKEIT IM FOKUS: LEICHTATHLETIKINTERESSIERTE BERÜCKSICHTIGEN EHER NACHHALTIGKEIT IN IHREN KONSUMENTSCHEIDUNGEN



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

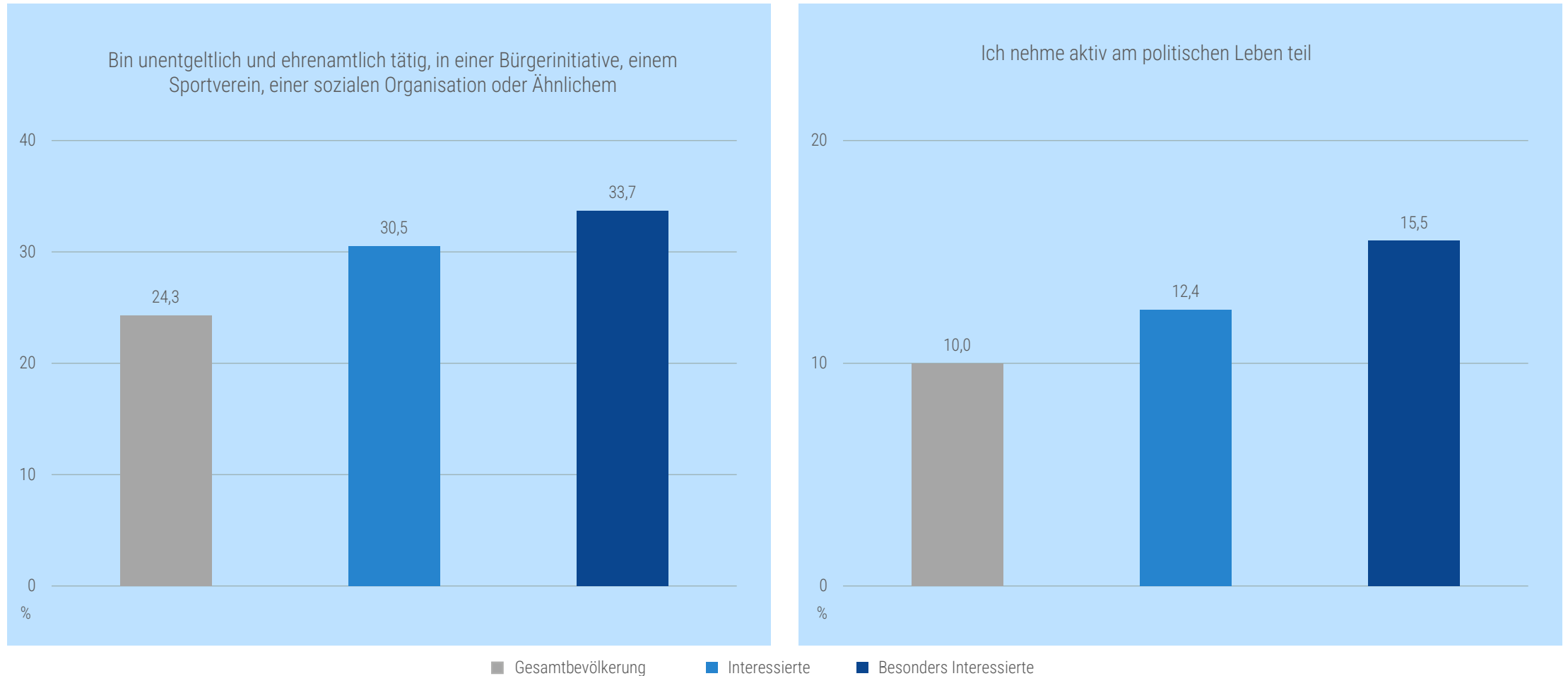
38,3% der besonders Leichtathletikinteressierten leben nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen.

Ich lebe nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen

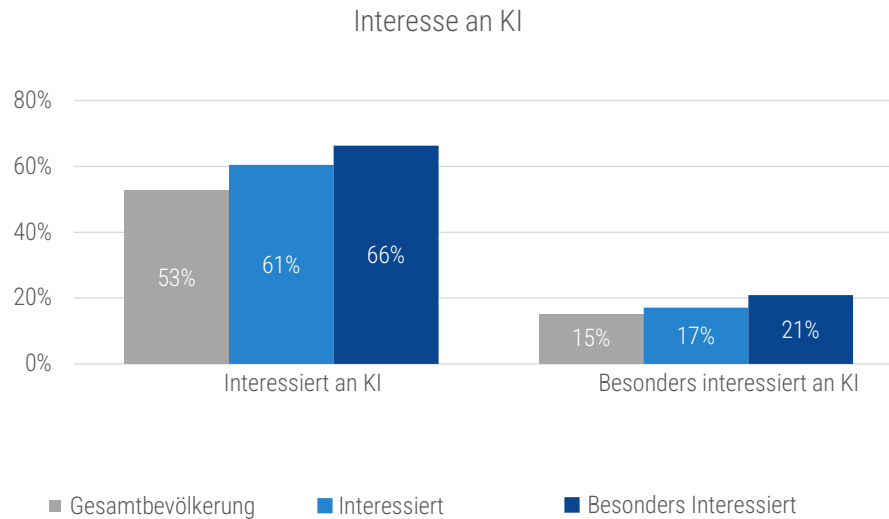


■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

EHRENAMT: LEICHTATHLETIKINTERESSIERTE ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH UND SIND POLITISCH AKTIV

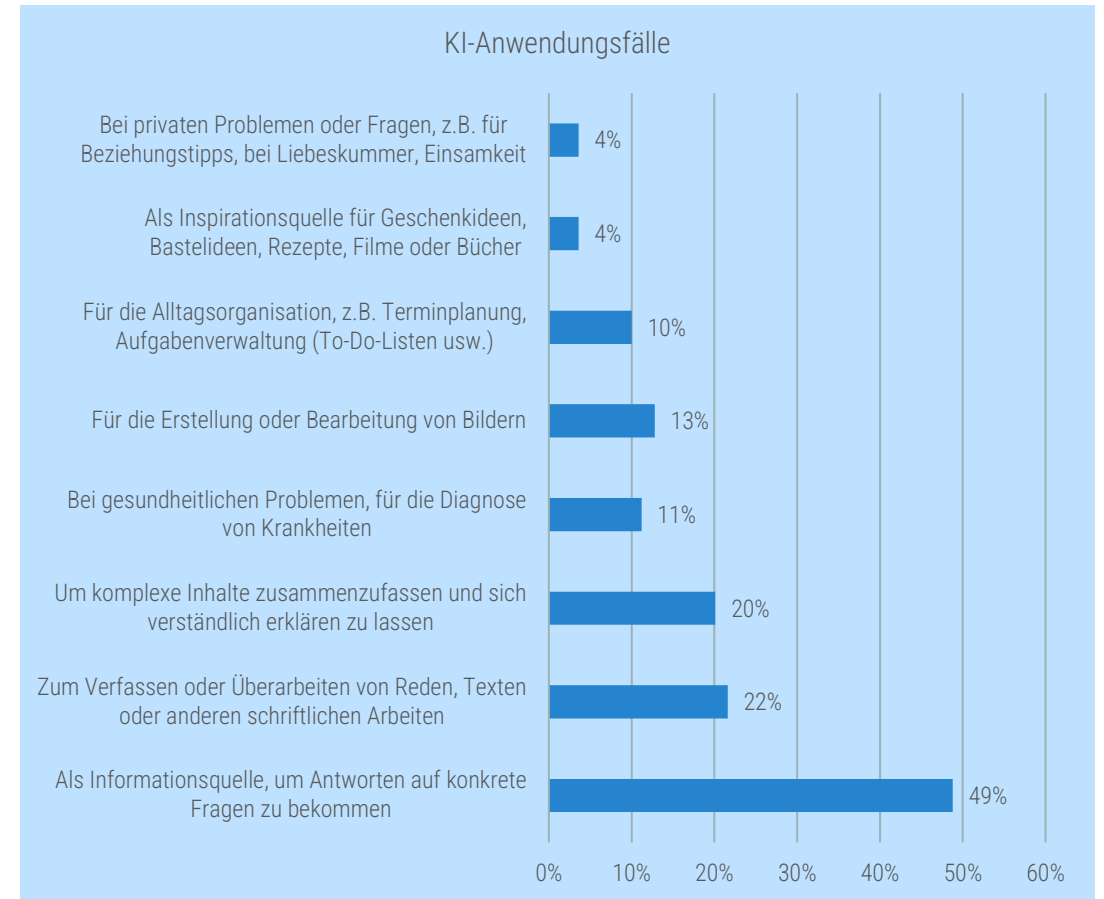


KÜNSTLICHE INTELLIGENZ: LEICHTATHLETIKINTERESSIERTE SIND ÜBERDURCHSCHNITTLLICH KI-INTERESSIERT

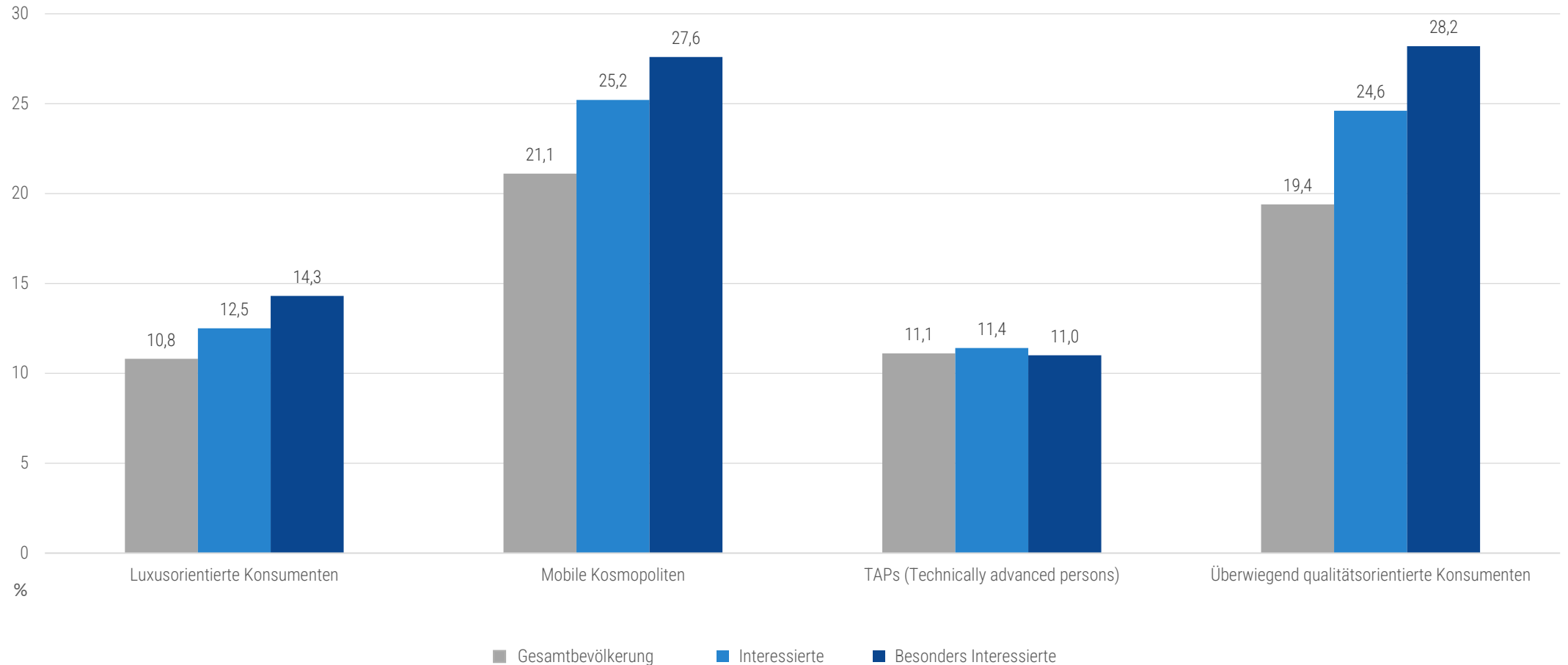


66% der besonders Leichtathletikinteressierten interessieren sich für **Künstliche Intelligenz und KI-Programme**. Ein **Fünftel der Zielgruppe** hat sogar ein **besonderes Interesse**.

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



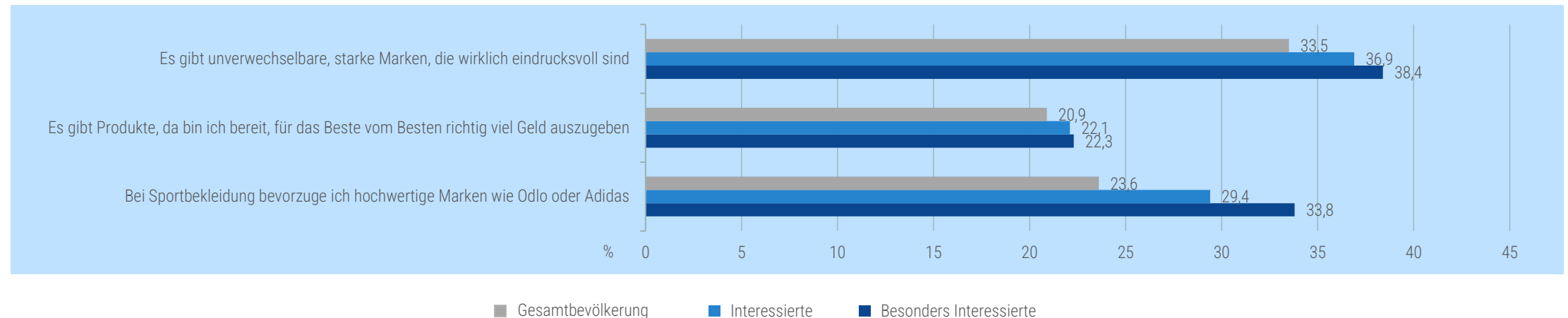
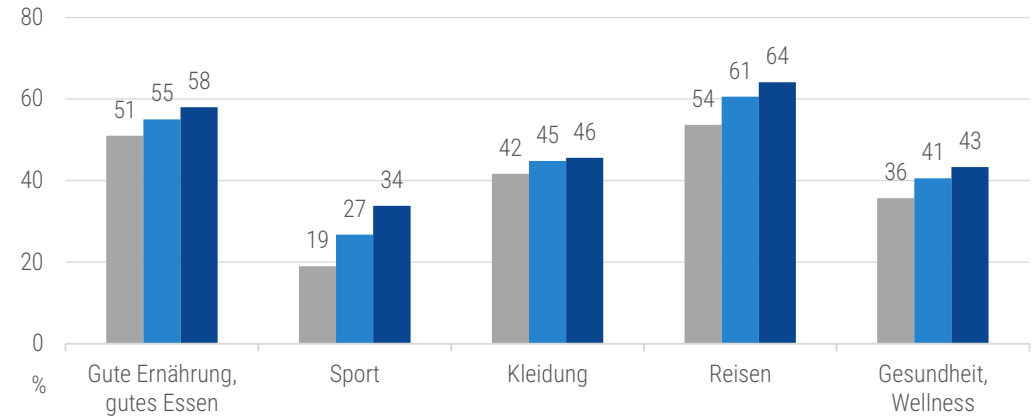
LEICHTATHLETIKINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



LEICHTATHLETIKINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR GUTE ERNÄHRUNG UND REISEN



Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für gute Ernährung, Sport und Reisen ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Leichtathletikinteressierten 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 **27,4 Millionen Menschen** interessieren sich für Leichtathletik, davon **8,5 Millionen besonders** stark. Die Zielgruppe ist nahezu **gleichmäßig zwischen Männern und Frauen** verteilt und verfügt über ein überdurchschnittliches Bildungsniveau. Leichtathletikinteressierte zeichnen sich durch ein besonders breites Interessenspektrum aus.
- Die Zielgruppe ist **besonders aktiv, treibt häufig selbst Sport** und zählt überdurchschnittlich oft zu **Allroundsportlern, Innovatoren, Trendsettern und Early Adopters**. Leichtathletikinteressierte besuchen regelmäßig Sportveranstaltungen, legen großen Wert auf körperliche Fitness und interessieren sich für zahlreiche weitere Sportarten.
- Leichtathletikinteressierte weisen eine **überdurchschnittliche Marken- und Qualitätsorientierung** auf. Gleichzeitig finden sich in der Zielgruppe überdurchschnittlich viele **mobile Kosmopoliten und qualitätsorientierte Konsumenten**, die bereit sind, für hochwertige Produkte und starke Marken mehr zu investieren.
- Für Sponsoren bietet Leichtathletik damit Zugang zu einer **großen, aktiven und gesellschaftlich engagierten Zielgruppe**, die Gesundheit, Nachhaltigkeit und Innovation verbindet und gleichzeitig eine hohe Affinität zu **hochwertigen Marken und Erlebnissen** aufweist.



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