

AWA SPORTPROFILE 2026: Motorradsport

Die Besonderheiten der Motorradsportinteressierten 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 MOTORRADSPORT AUF EINE GROSSE ZIELGRUPPE MIT ABGESCHLOSSENER BERUFSAUSBILDUNG

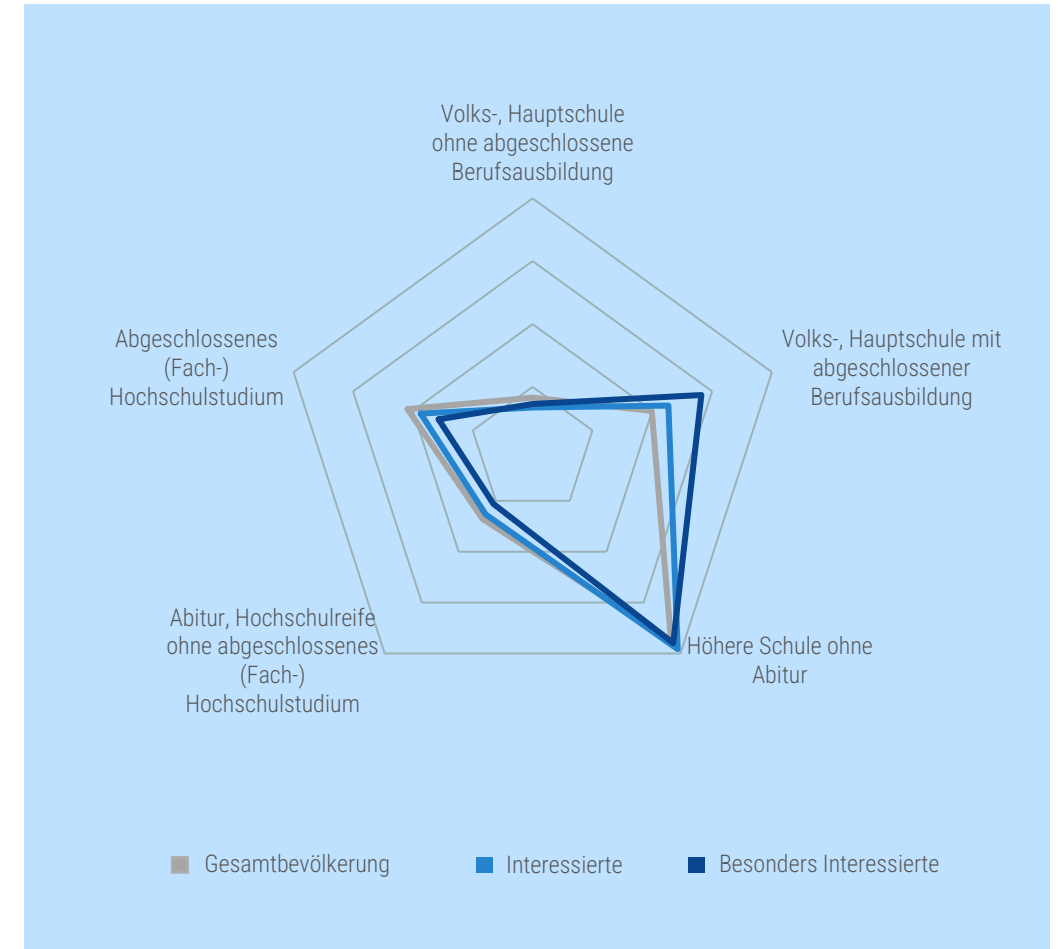
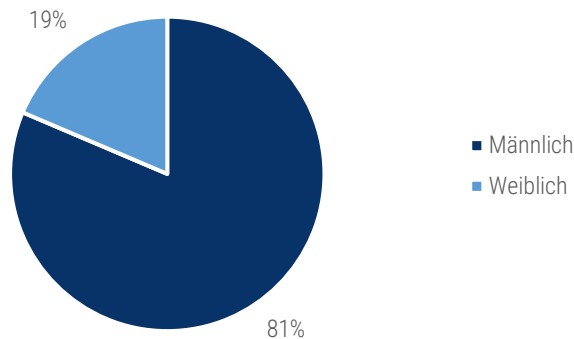


In Deutschland interessieren sich **10,01 Mio.** Menschen und damit **14%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für den Motorradsport.

2,77 Mio. (4%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

Frauen bilden knapp **ein Fünftel** der Zielgruppe.

Das Bildungsniveau der Zielgruppe unterscheidet sich leicht von dem der Gesamtbevölkerung. Während sich unter den Motorradsportinteressierten mehr Personen mit **abgeschlossener Berufsausbildung** befinden, ist der Wert bei Abitur und abgeschlossenem Studium etwas niedriger.

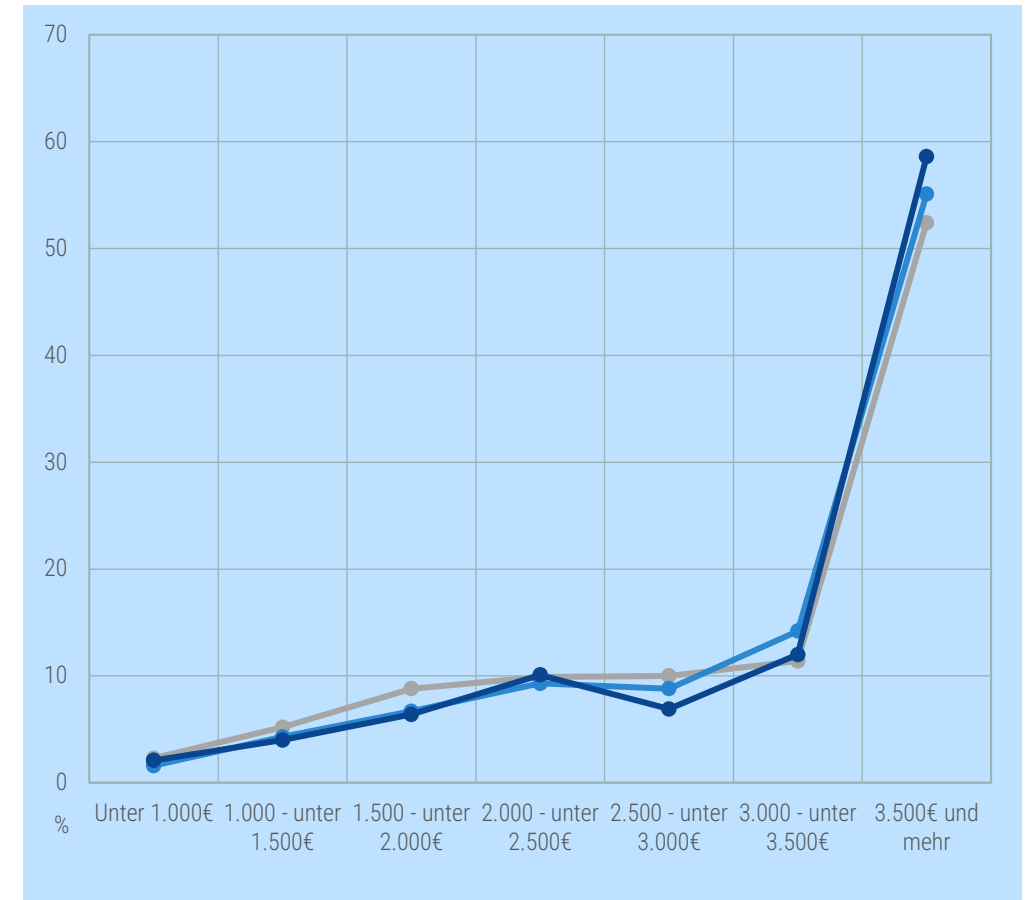
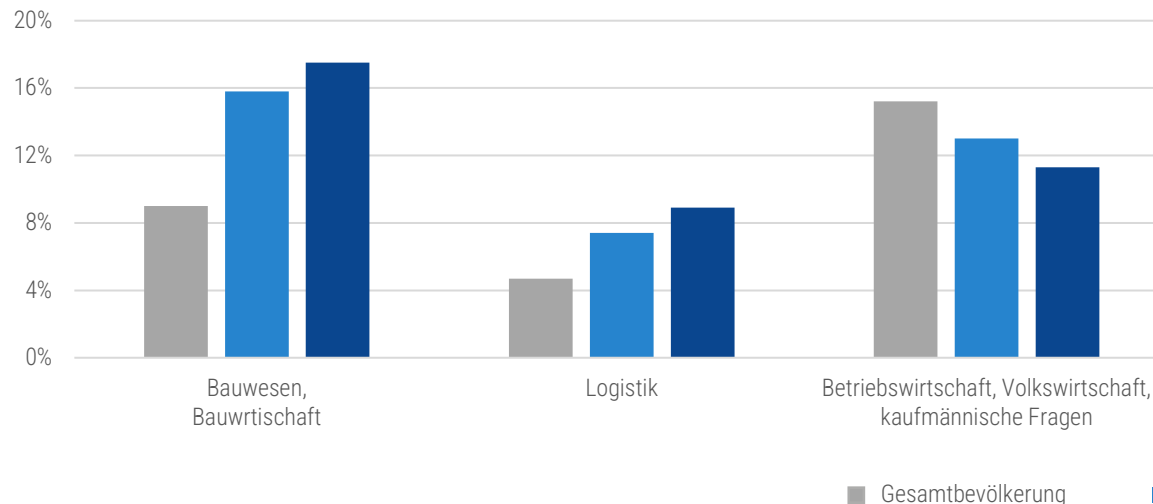


SOZIODEMOGRAPHIE: MOTORRADSPORTINTERESSIERTE VERFÜGEN ÜBER EIN VERGLEICHBARES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN WIE DIE GESAMTBEVÖLKERUNG

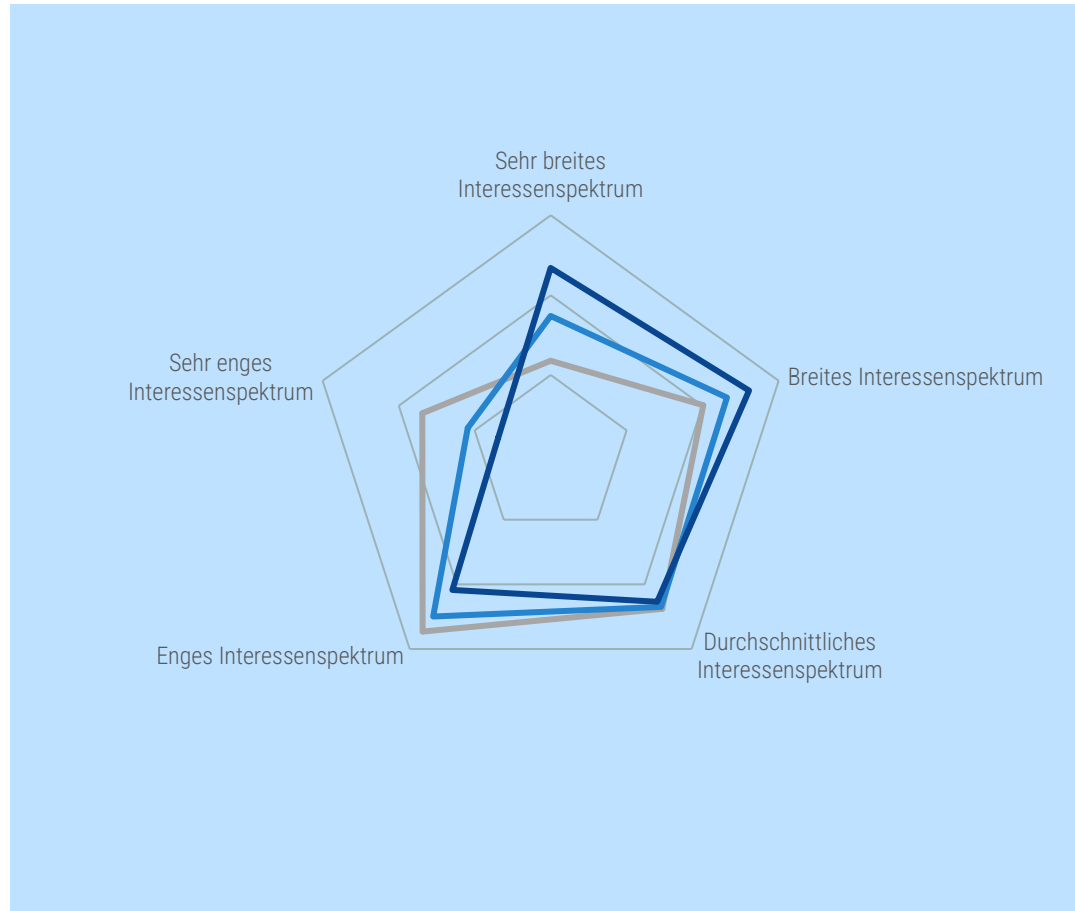


Die Motorradsportinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in der **Bauwirtschaft**. Auch der **Logistikbereich** und **kaufmännische Berufe** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

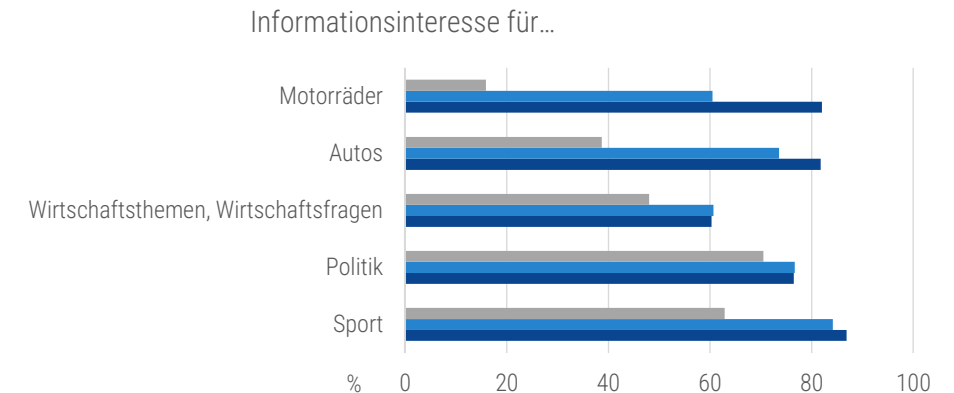
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE



Motorradsportinteressierte weisen ein **besonders breites Interessensspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Autos** und **Motorrädern**. Auch **Sport**, **Politik** und **Wirtschaftsthemen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.



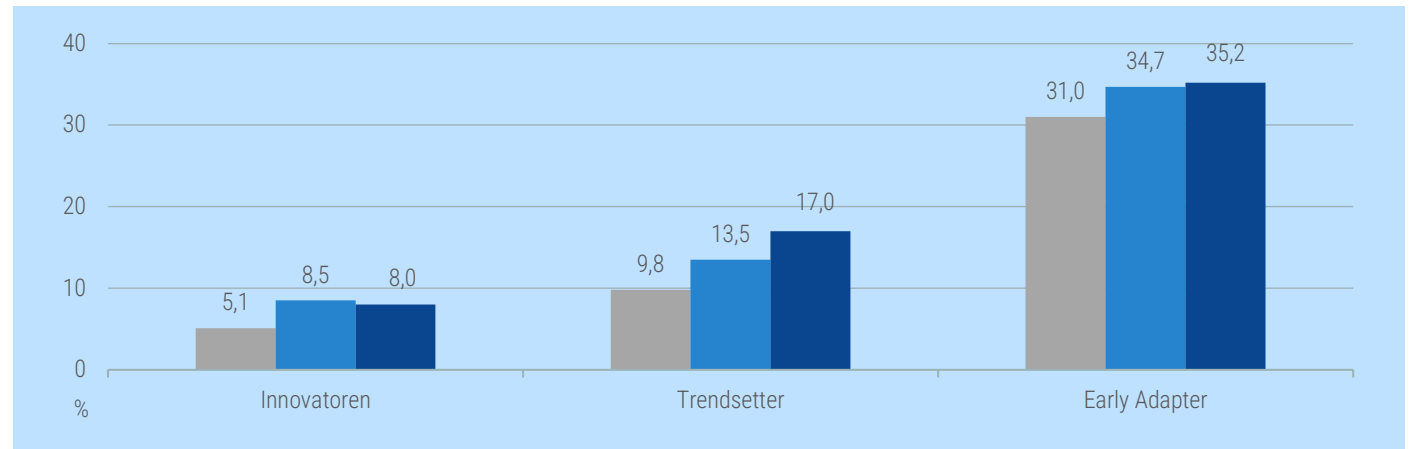
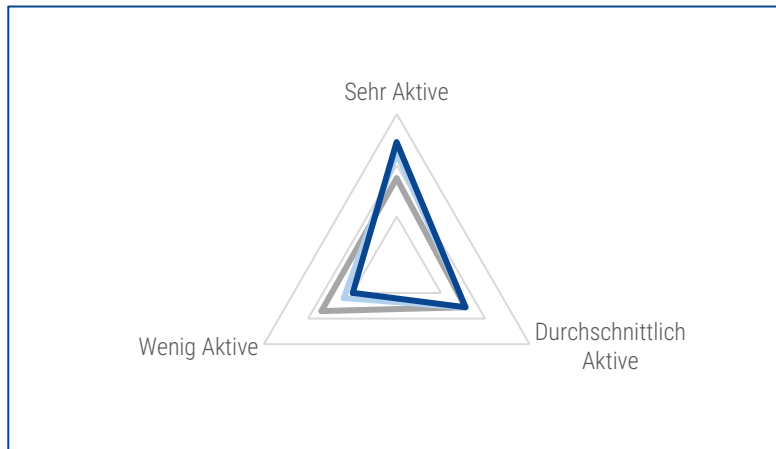
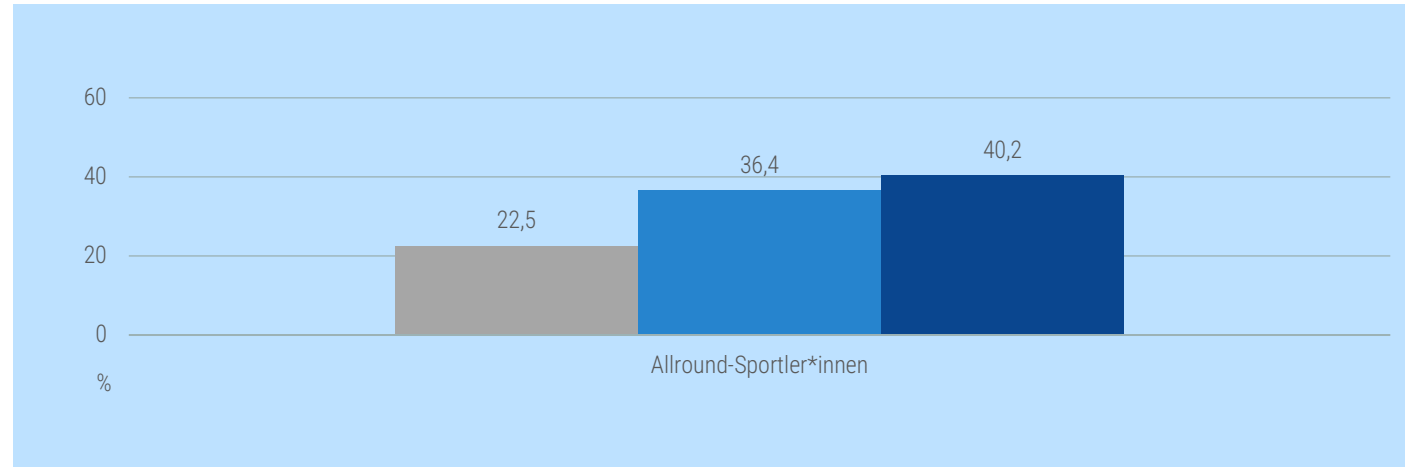
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE MOTORRADSPORTINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV



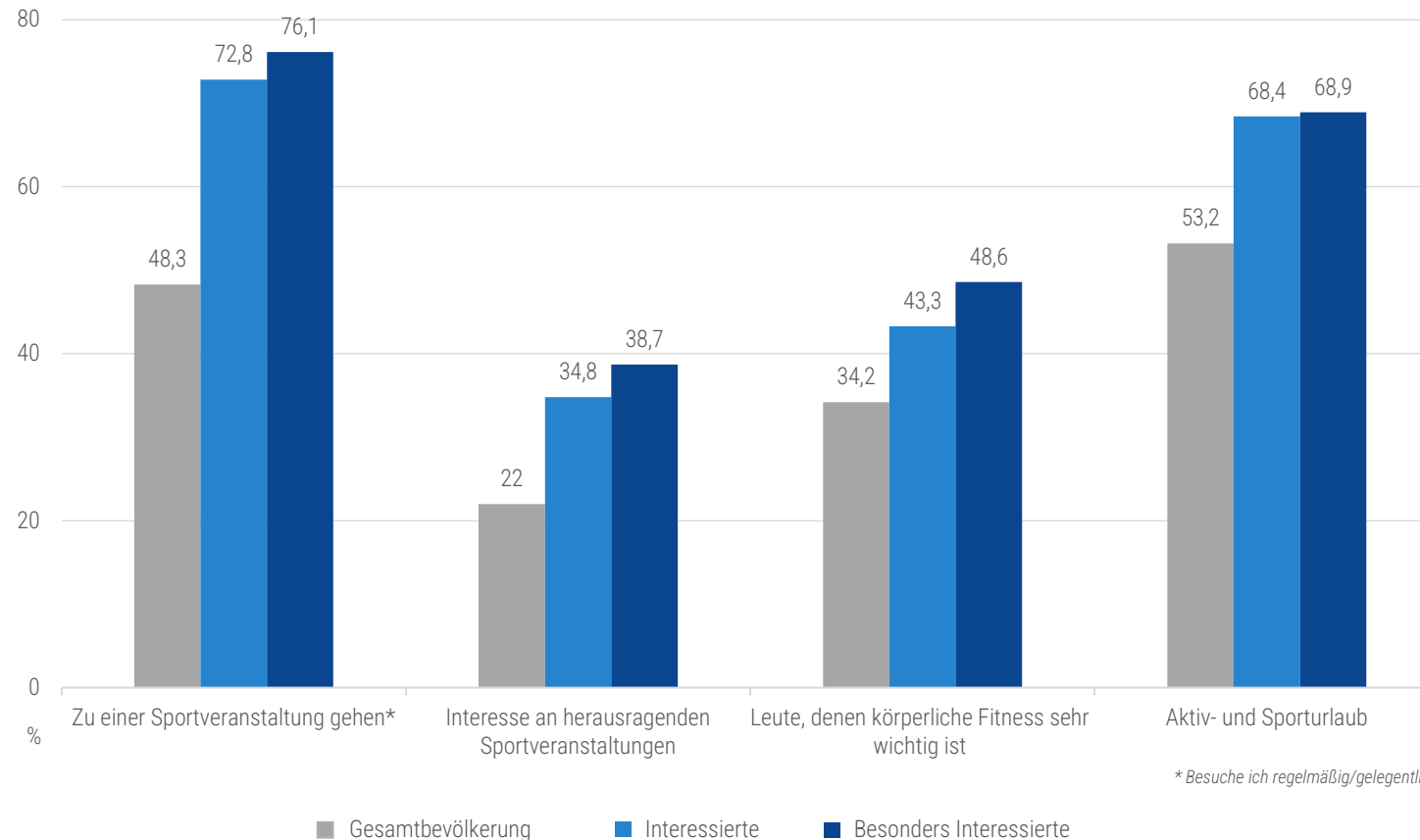
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

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



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH

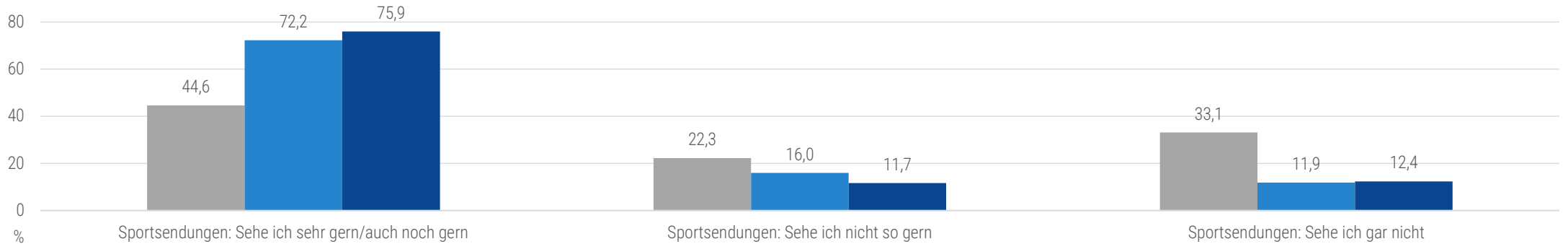


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Motorradsportinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist **körperliche Fitness** wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere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

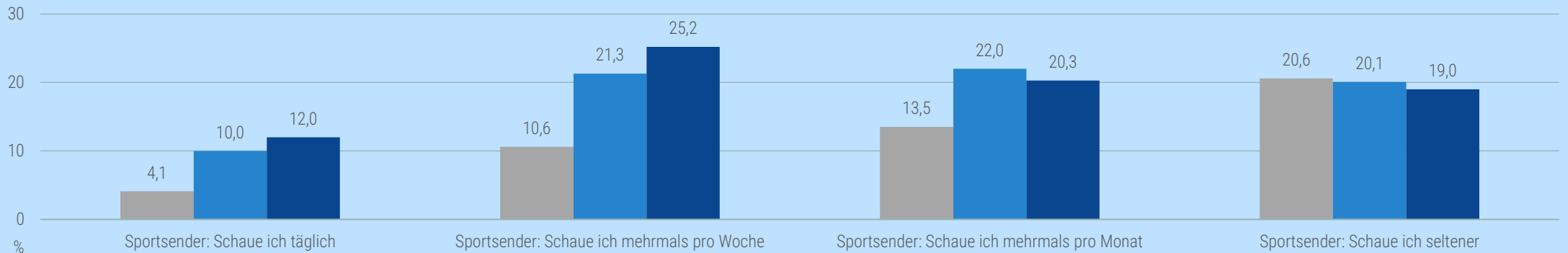
SPORTSENDUNGEN: MOTORRADSPORTINTERESSIERTE SEHEN SICH GERNE UND REGELMÄSSIG SPORTSENDUNGEN AN



Sportsendungen



Sportsender



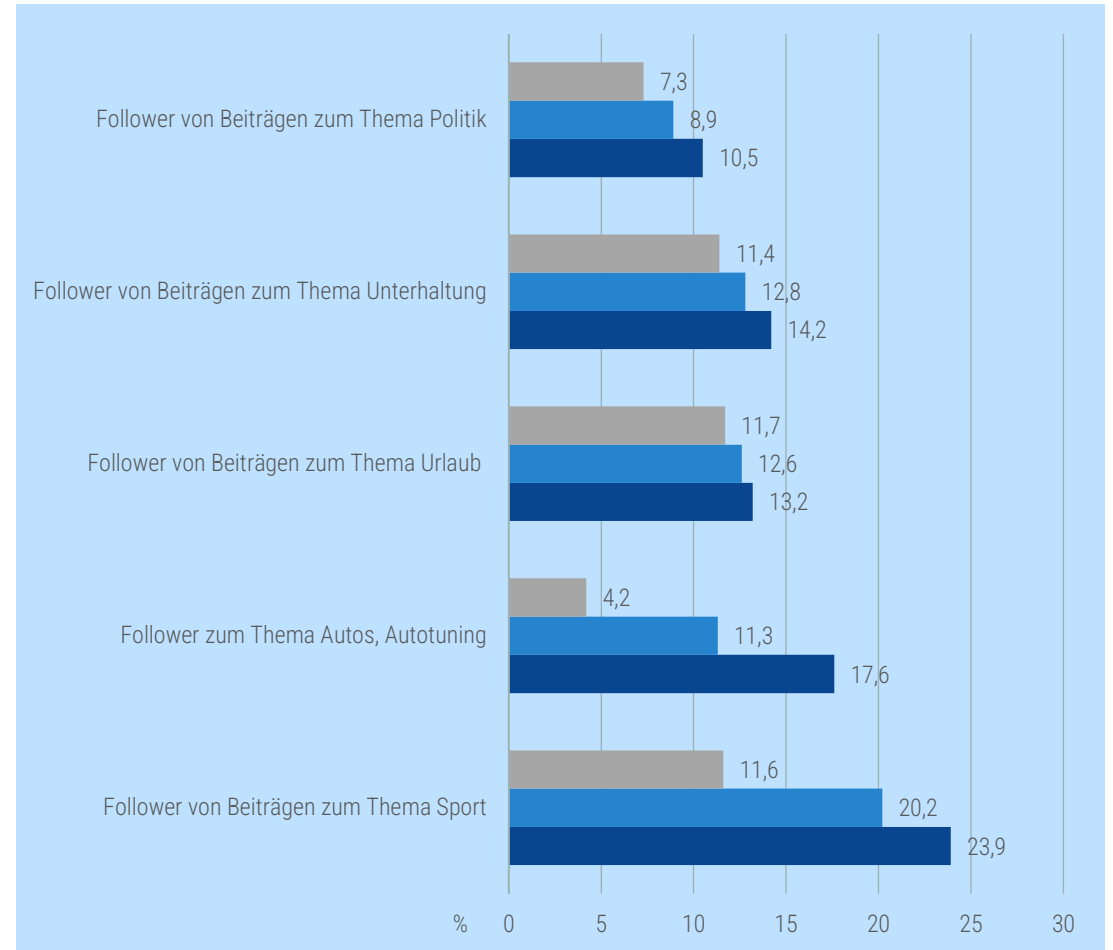
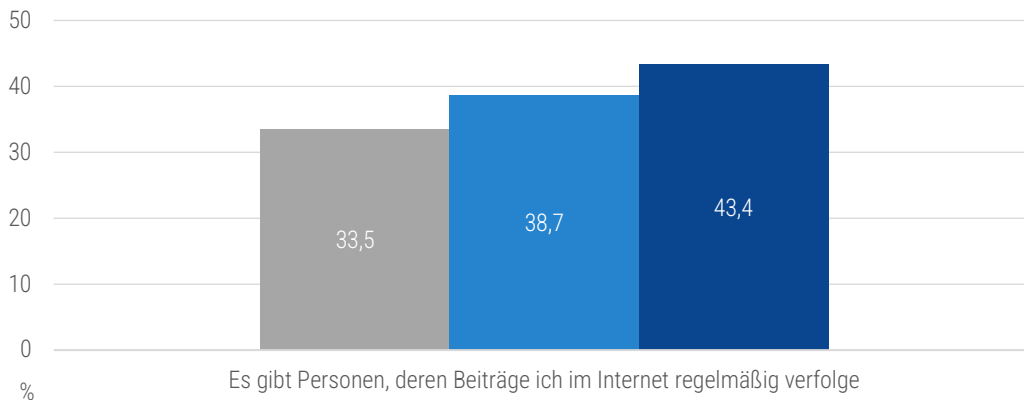
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

INFLUENCER UND FOLLOWER: MOTORRADSPORTINTERESSIERTE FOLGEN BEVORZUGT INFLUENCERN ZU DEN THEMEN SPORT UND AUTO



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

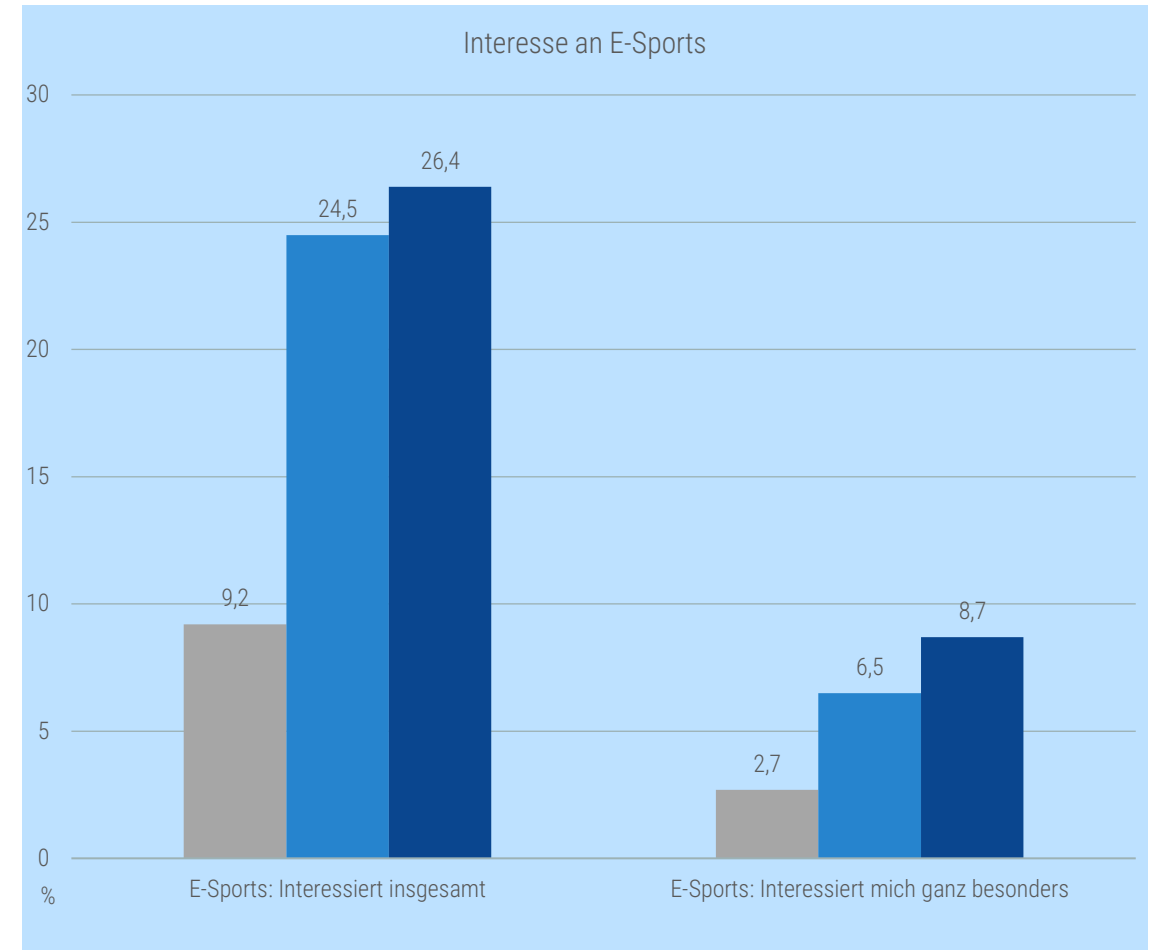
Influencer, die über **Sportthemen** oder **Autothemen** berichten, werden besonders von der Zielgruppe überdurchschnittlich oft verfolgt.



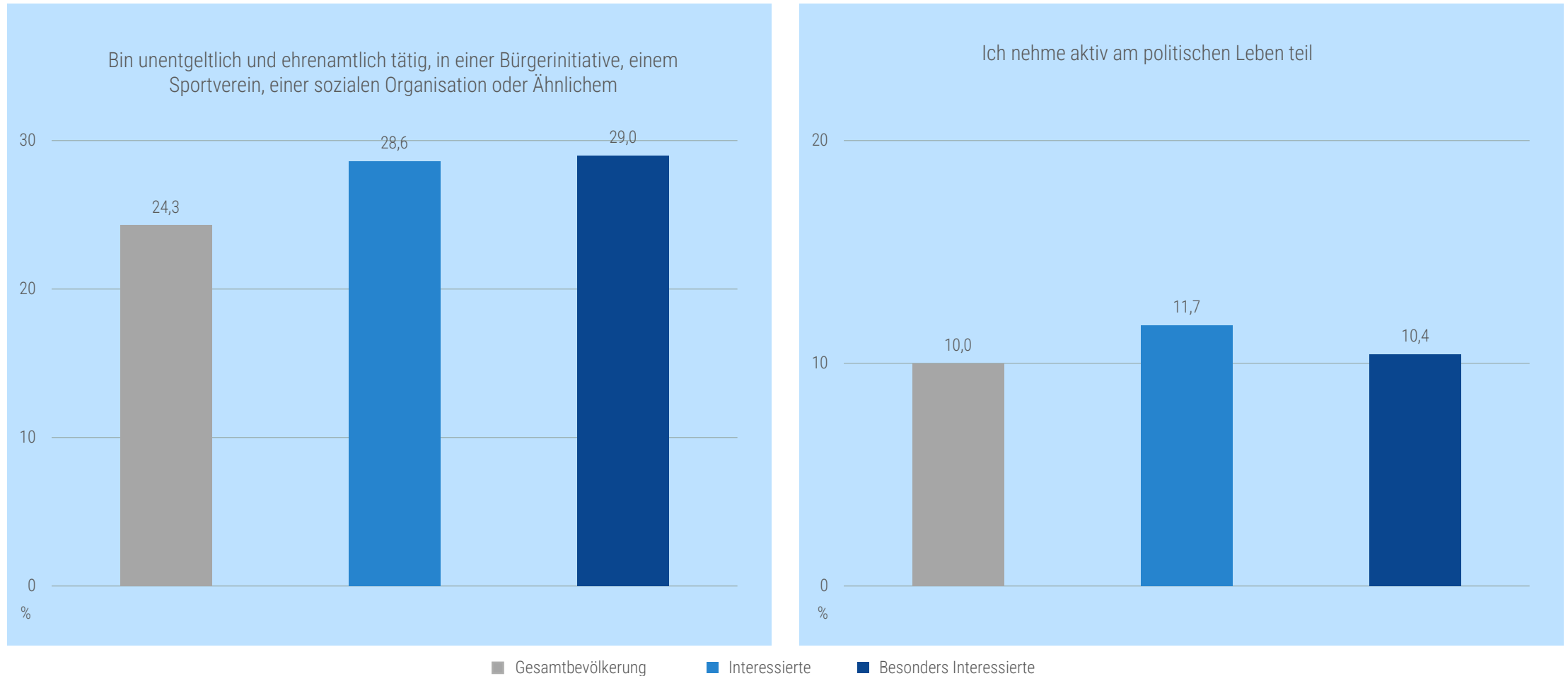
E-SPORTS: MOTORRADSPORTINTERESSIERTE INTERESSIEREN SICH MEHR FÜR E-SPORTS ALS DIE GESAMTBEVÖLKERUNG



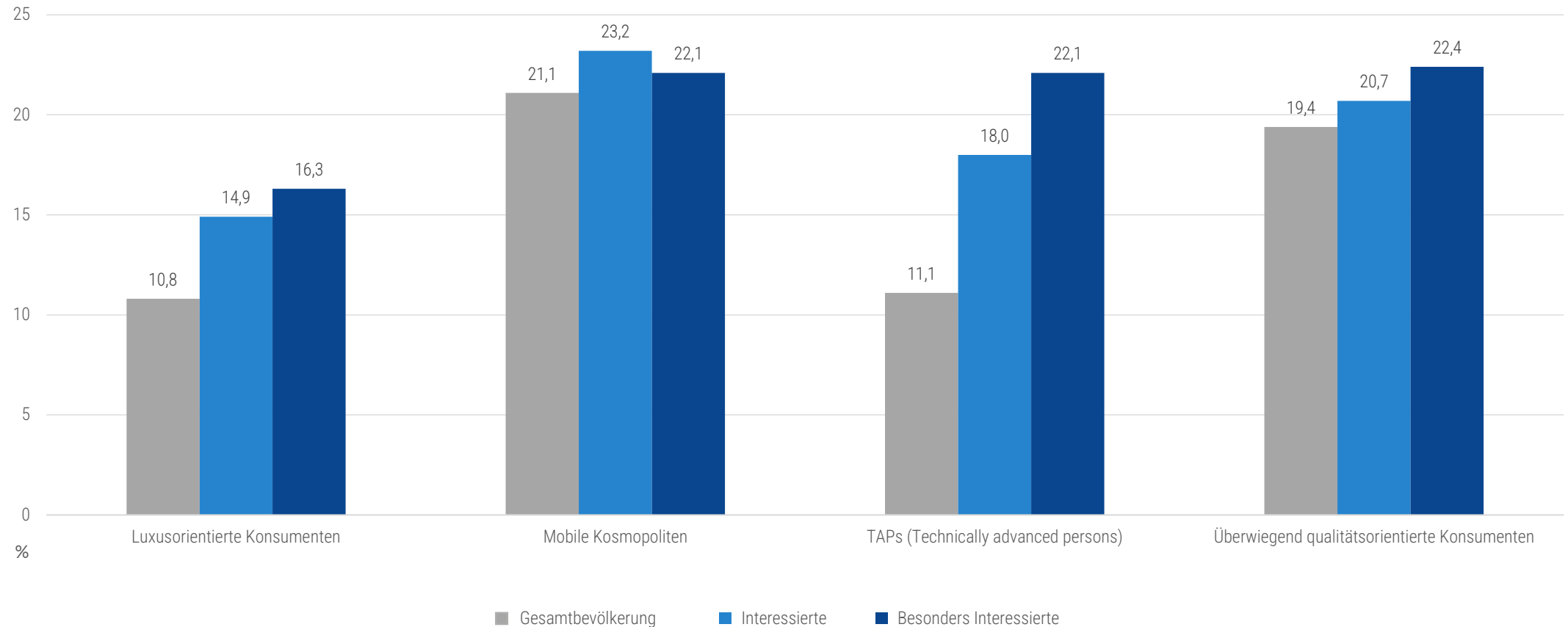
Der Bekanntheitsgrad von **E-Sports** ist unter **besonders Motorradsportinteressierten** mit **83,9%** überdurchschnittlich hoch.
Unter ihnen sind auch deutlich mehr **(besonders) interessiert** als in der Gesamtbevölkerung.



EHRENAMT: MOTORRADSPORTINTERESSIERTE ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH UND SIND POLITISCH AKTIV



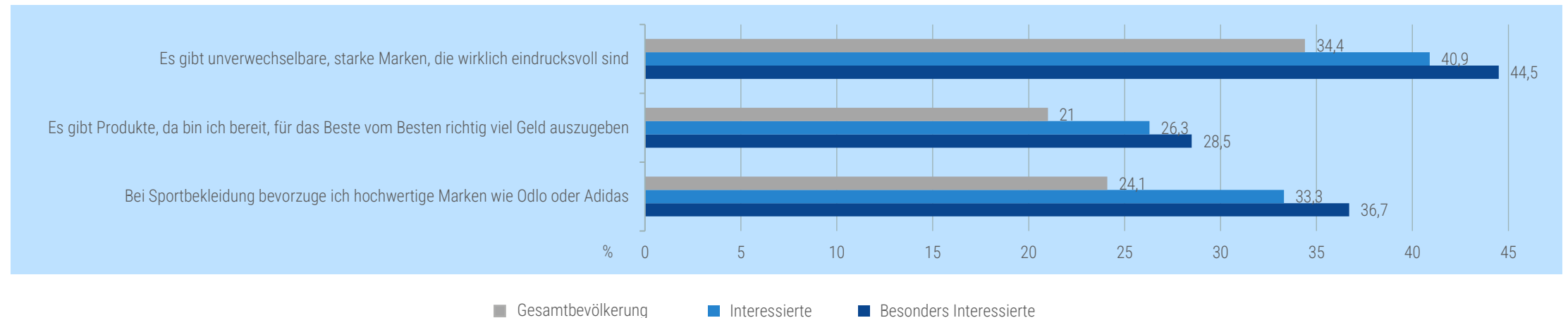
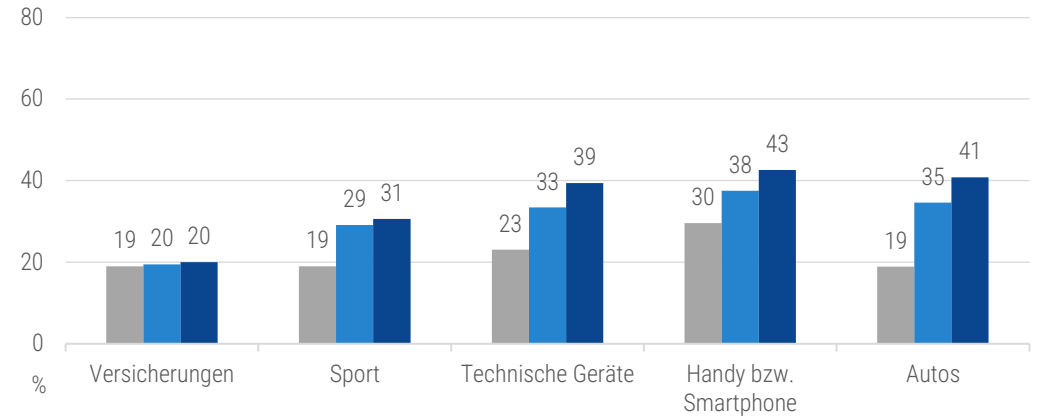
MOTORRADSPORTINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



MOTORRADSPORTINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR SPORT, TECHNIK UND AUTOS



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



ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE



- Motorradsport erreicht in Deutschland eine attraktive Zielgruppe von rund **10 Millionen Menschen**, davon interessieren sich **2,8 Millionen besonders** stark für die Sportart. Die Zielgruppe ist überwiegend männlich, verfügt mehrheitlich über eine abgeschlossene Berufsausbildung und weist ein Haushaltsnettoeinkommen auf, das dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung entspricht.
- Motorradsportinteressierte 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**. Motorradsportinteressierte besuchen regelmäßig Sportveranstaltungen, legen großen Wert auf körperliche Fitness und interessieren sich für zahlreiche weitere Sportarten.
- Motorradsportinteressierte verfolgen überdurchschnittlich häufig **Sportsendungen und Sportkanäle** sowie Inhalte von Influencern – insbesondere zu den Themen Sport, Autos und Motorräder. Motorradsportinteressierte weisen eine hohe **Technik-, Marken- und Qualitätsorientierung** auf und geben überdurchschnittlich viel Geld für Sport, technische Geräte, Smartphones und Autos aus.
- Für Sponsoren bietet Motorradsport damit Zugang zu einer **aktiven, technik- und mobilitätsaffinen** Zielgruppe mit hoher Mediennutzung, ausgeprägter **Markenorientierung und überdurchschnittlicher Ausgabebereitschaft** – insbesondere in den Bereichen Mobilität, Technologie und Sport.



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