

AWA SPORTPROFILE 2026: Deutsche Paralympische Mannschaft Team D Paralympics

Die Besonderheiten der Paralympicsinteressierten 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: DSM

SOZIODEMOGRAPHIE: SPONSOREN TREFFEN BEI DEN PARALYMPICSINTERESSIERTEN AUF EINE GROSSE ZIELGRUPPE MIT ABGESCHLOSSENEM STUDIUM

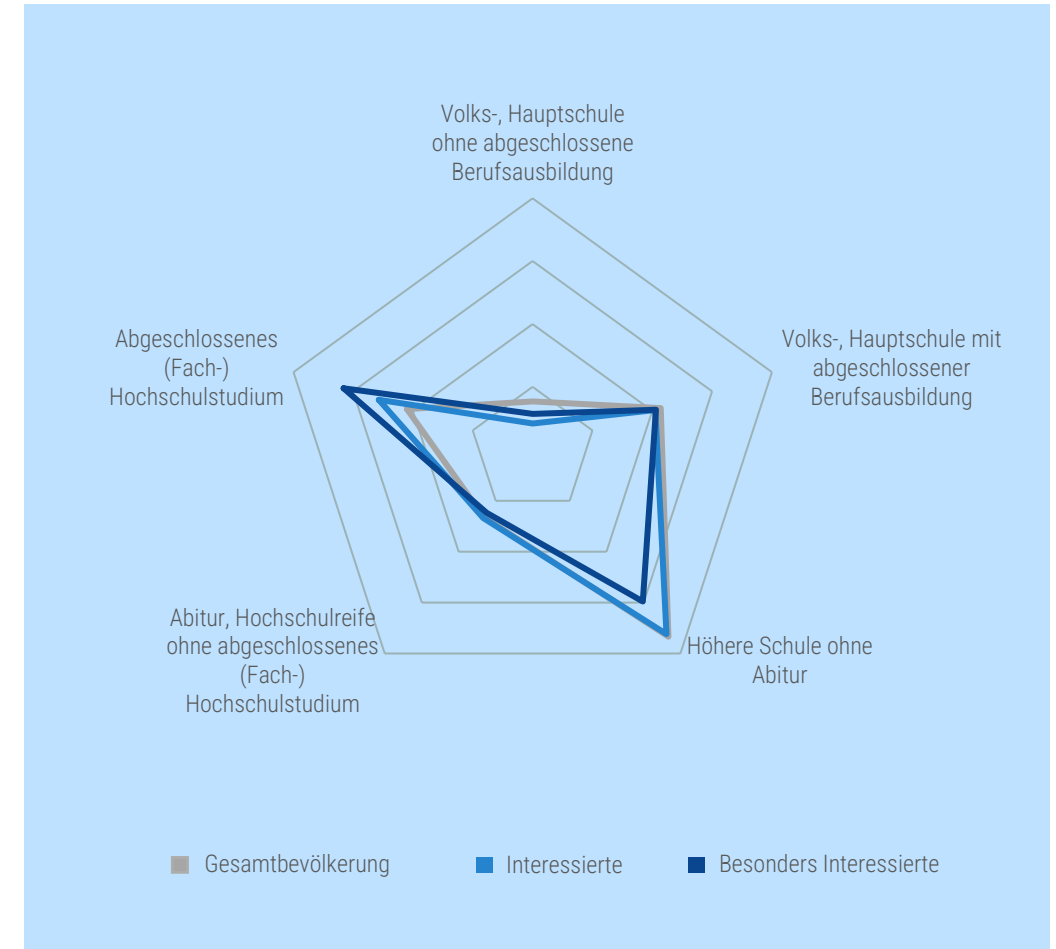
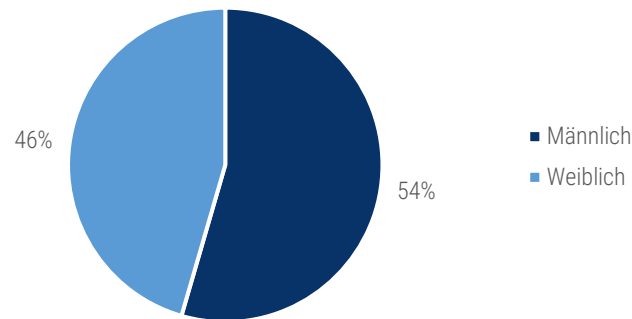


In Deutschland interessieren sich **17,5 Mio.** Menschen und damit **25%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Team D Paralympics.

3,52 Mio. (5%) interessieren sich sogar ganz besonders für Team D Paralympics.

Frauen bilden **knapp die Hälfte der Zielgruppe.**

Fans von Team D Paralympics verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur **21%** der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei den besonders Paralympicsinteressierten **31,6%.**

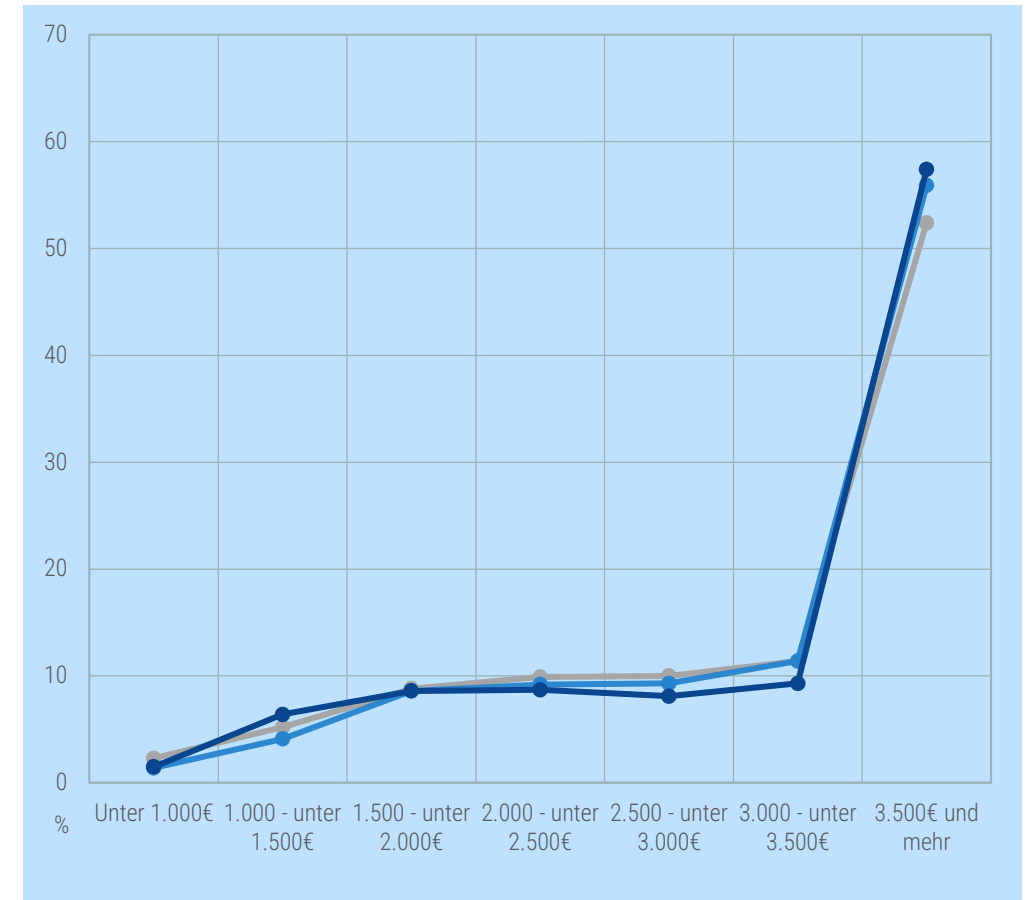
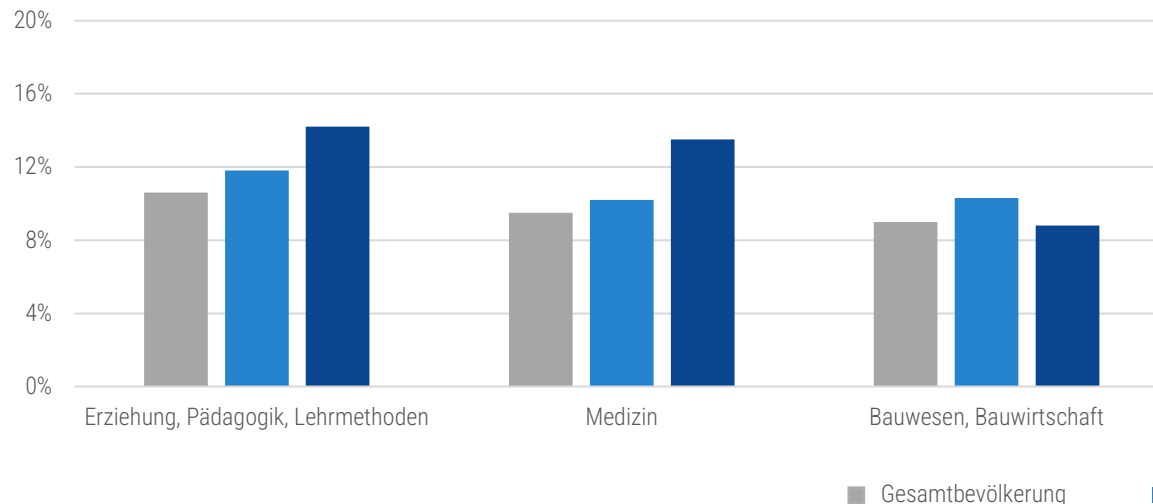


SOZIODEMOGRAPHIE: PARALYMPICSINTERESSIERTE VERFÜGEN ÜBER EIN VERGLEICHBARES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN WIE DIE GESAMTBEVÖLKERUNG

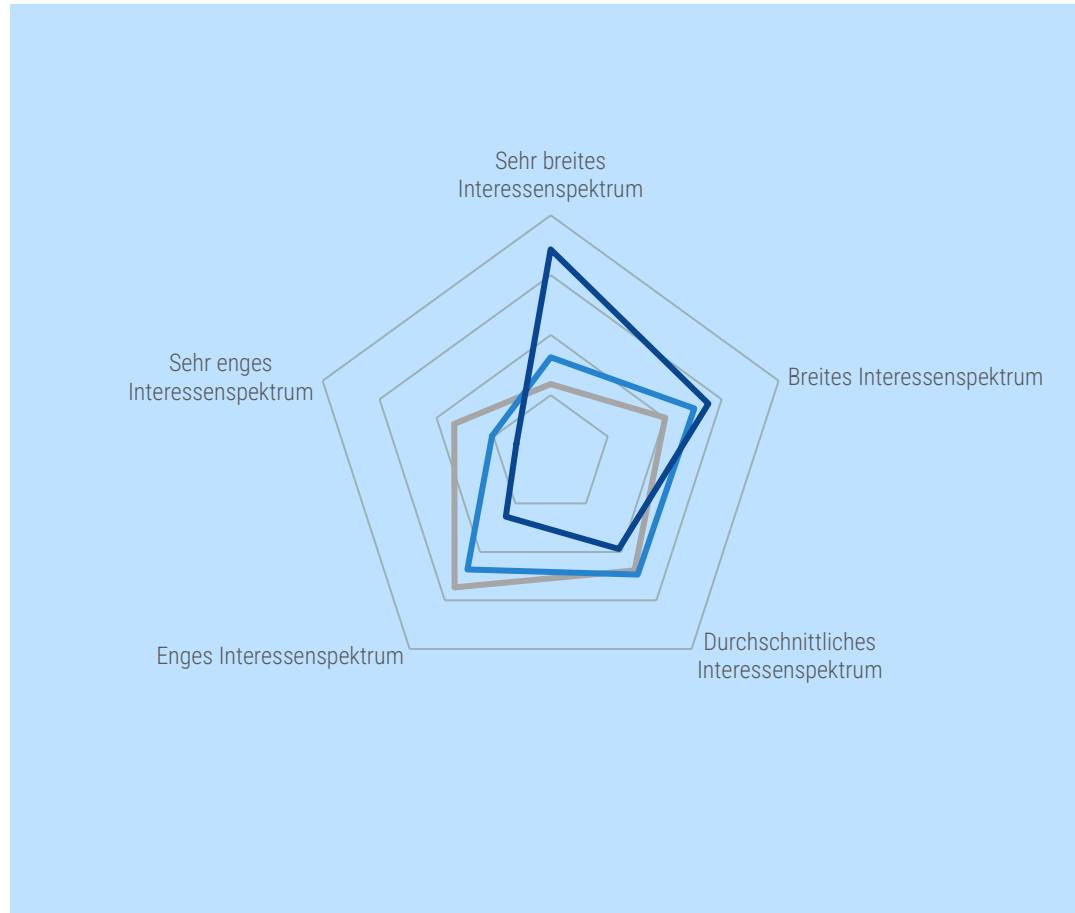


Die Paralympicsinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in **pädagogischen Berufen**. Auch die Bereiche **Medizin** und **Bauwesen** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

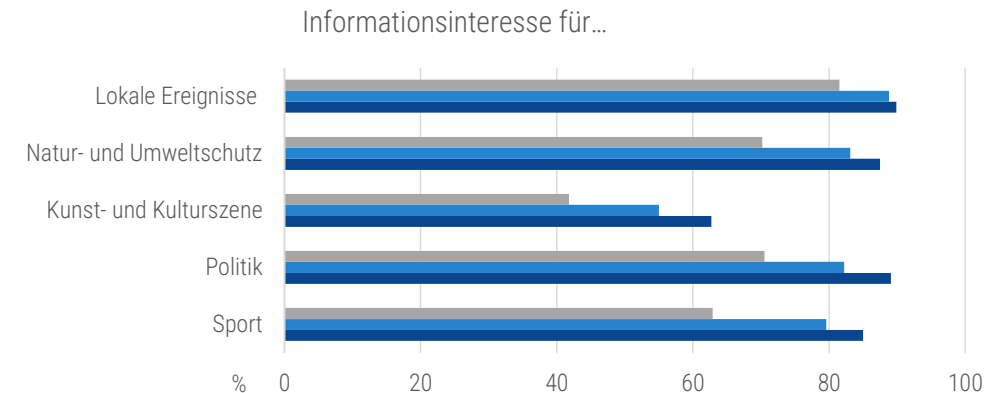
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE



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



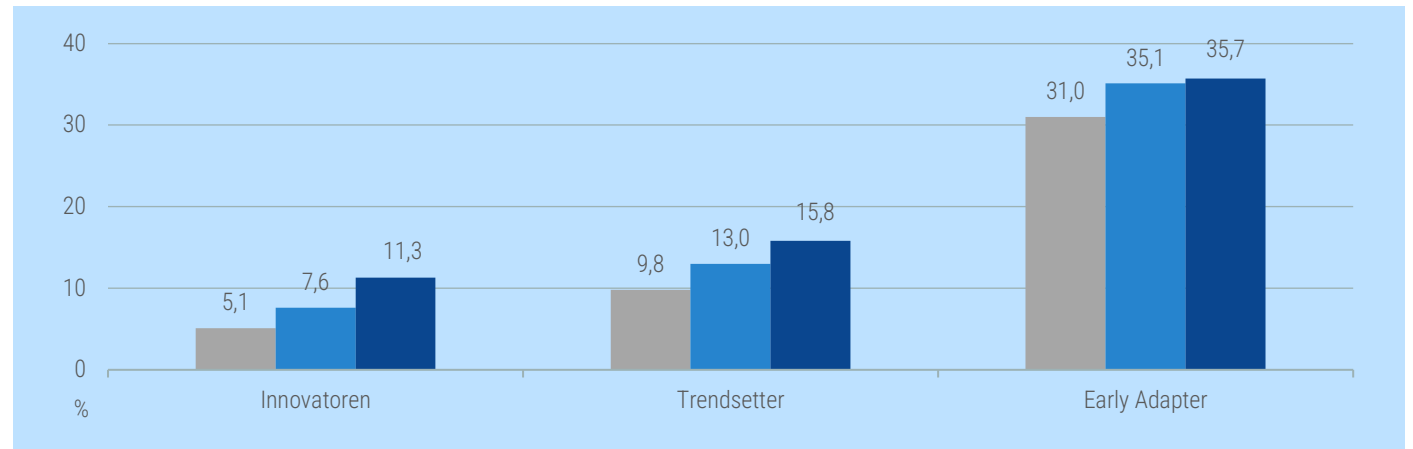
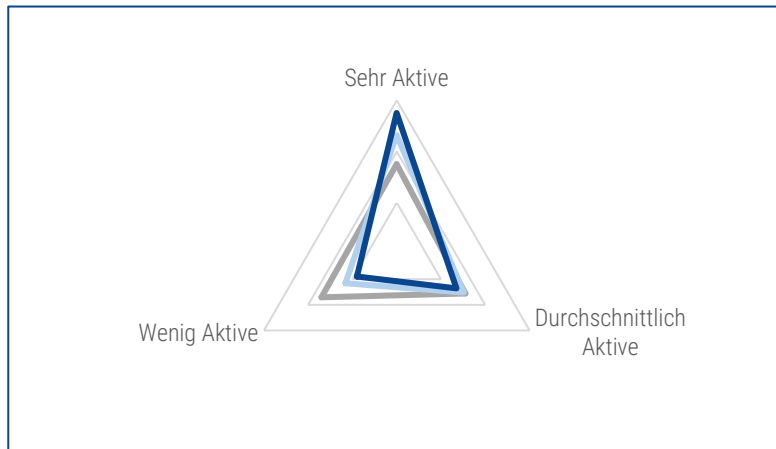
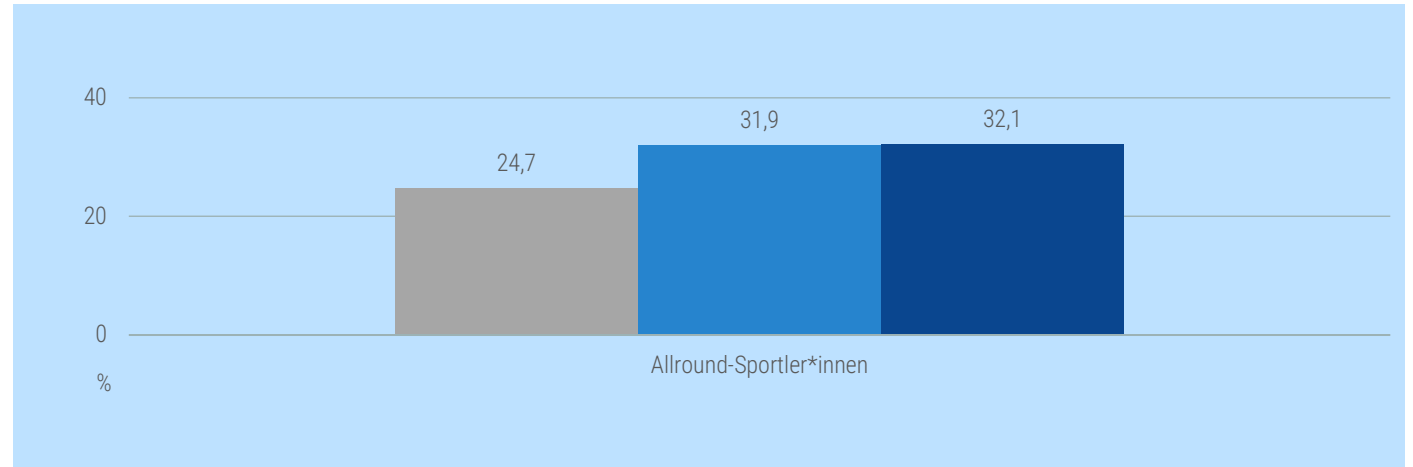
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE PARALYMPICSINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV

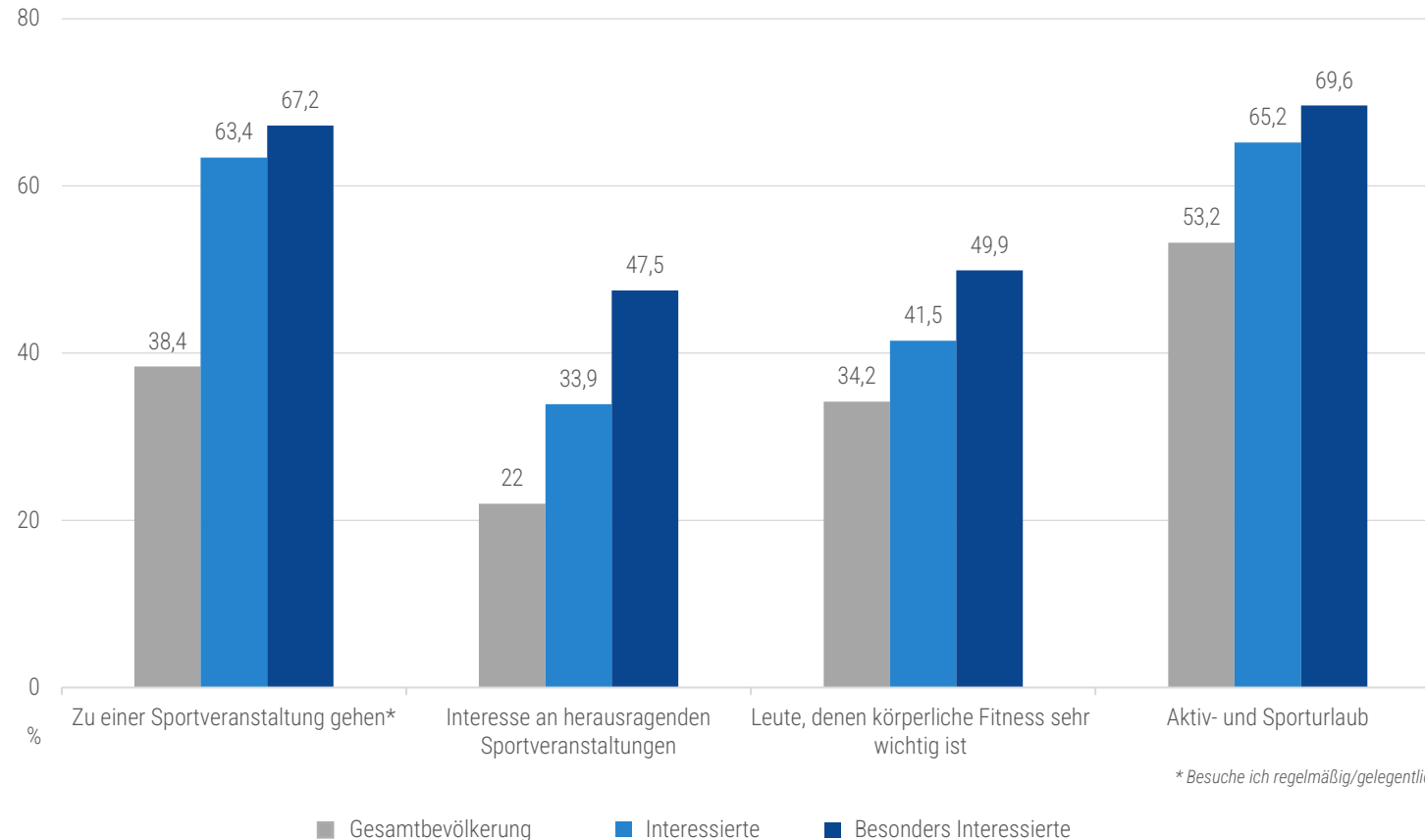


Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

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



FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH

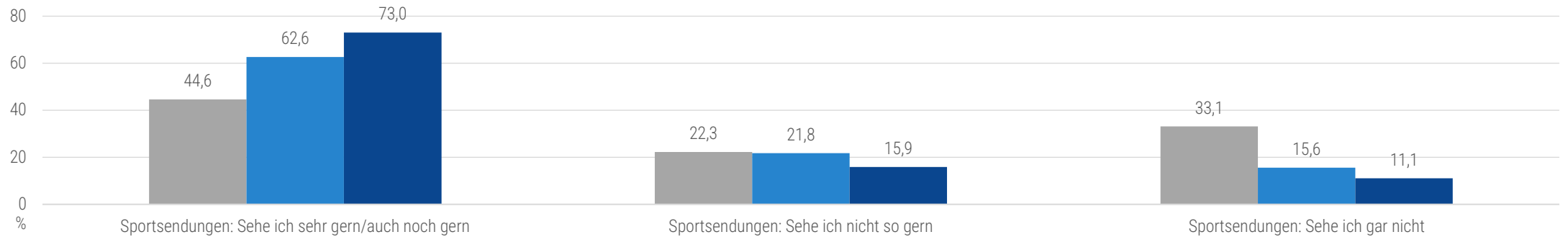


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Paralympicsinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist **körperliche Fitness** wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Fußball, (Beach)Volleyball, Handball, Leichtathletik, Basketball und Wintersportarten.

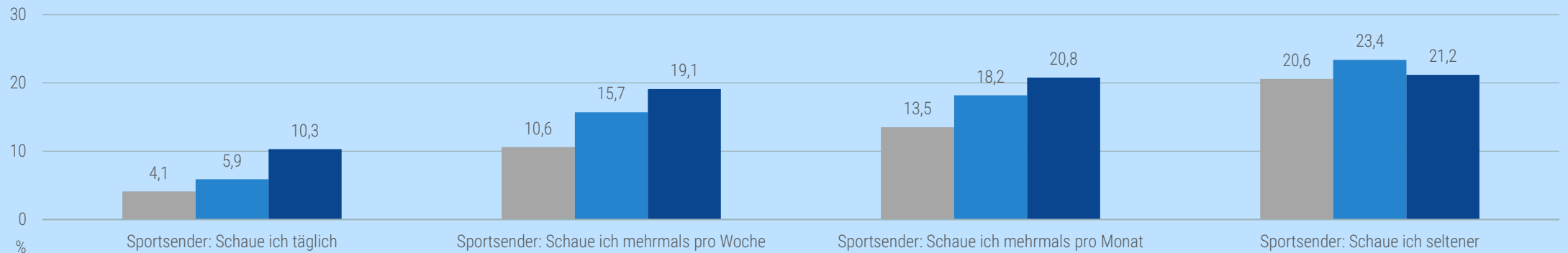
SPORTSENDUNGEN: PARALYMPICSINTERESSIERTE SEHEN SICH GERNE UND REGELMÄSSIG SPORTSENDUNGEN AN



Sportsendungen



Sportsender

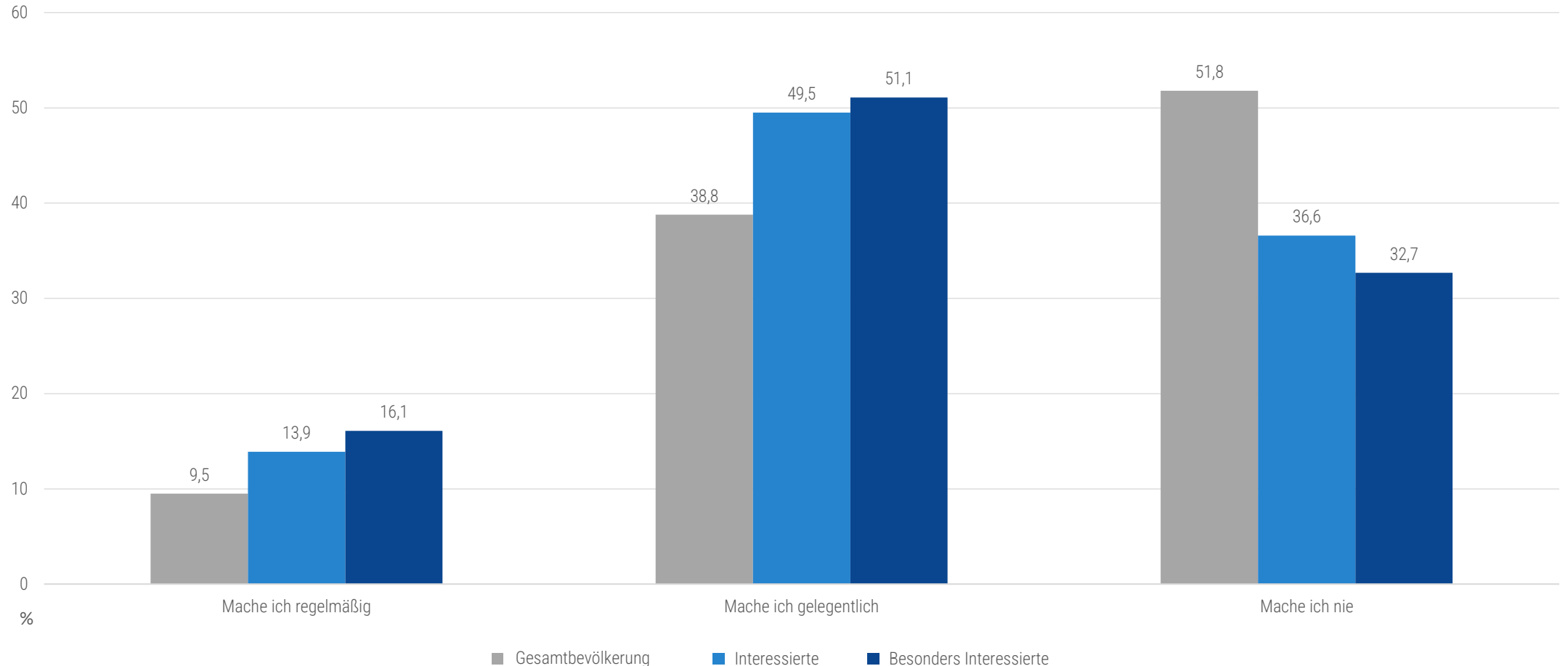


■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

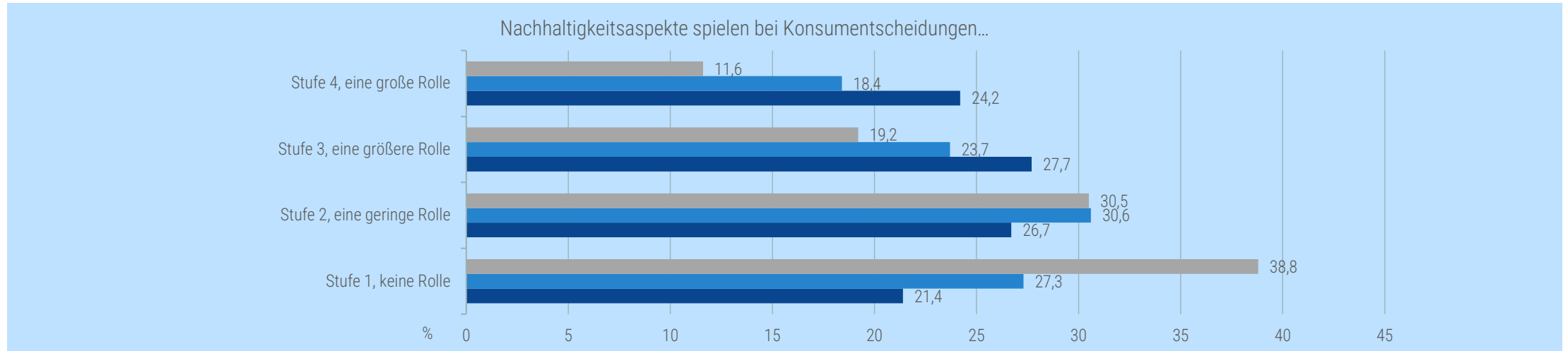
SPORTVERANSTALTUNGEN: PARALYMPICSINTERESSIERTE BESUCHEN VERMEHRT SPORTVERANSTALTUNGEN



Besuch von Sportveranstaltungen



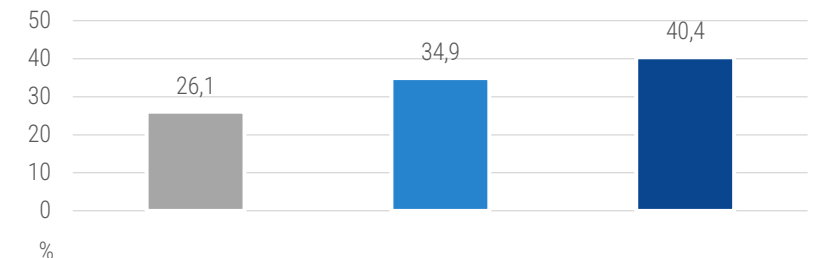
NACHHALTIGKEIT IM FOKUS: PARALYMPICSINTERESSIERTE BERÜCKSICHTIGEN EHER NACHHALTIGKEIT IN IHREN KONSUMENTSCHEIDUNGEN



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

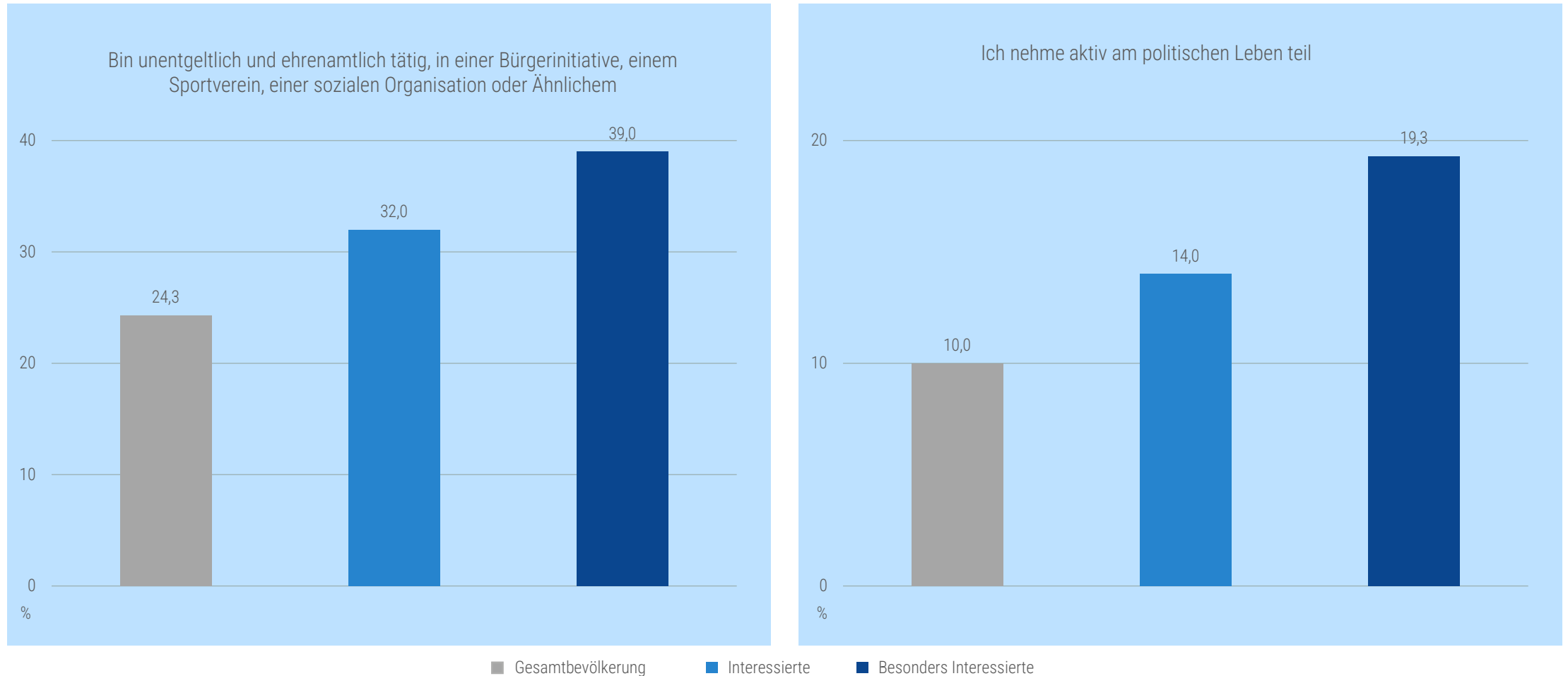
40,4% der Paralympicsinteressierten leben nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen.

Ich lebe nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen

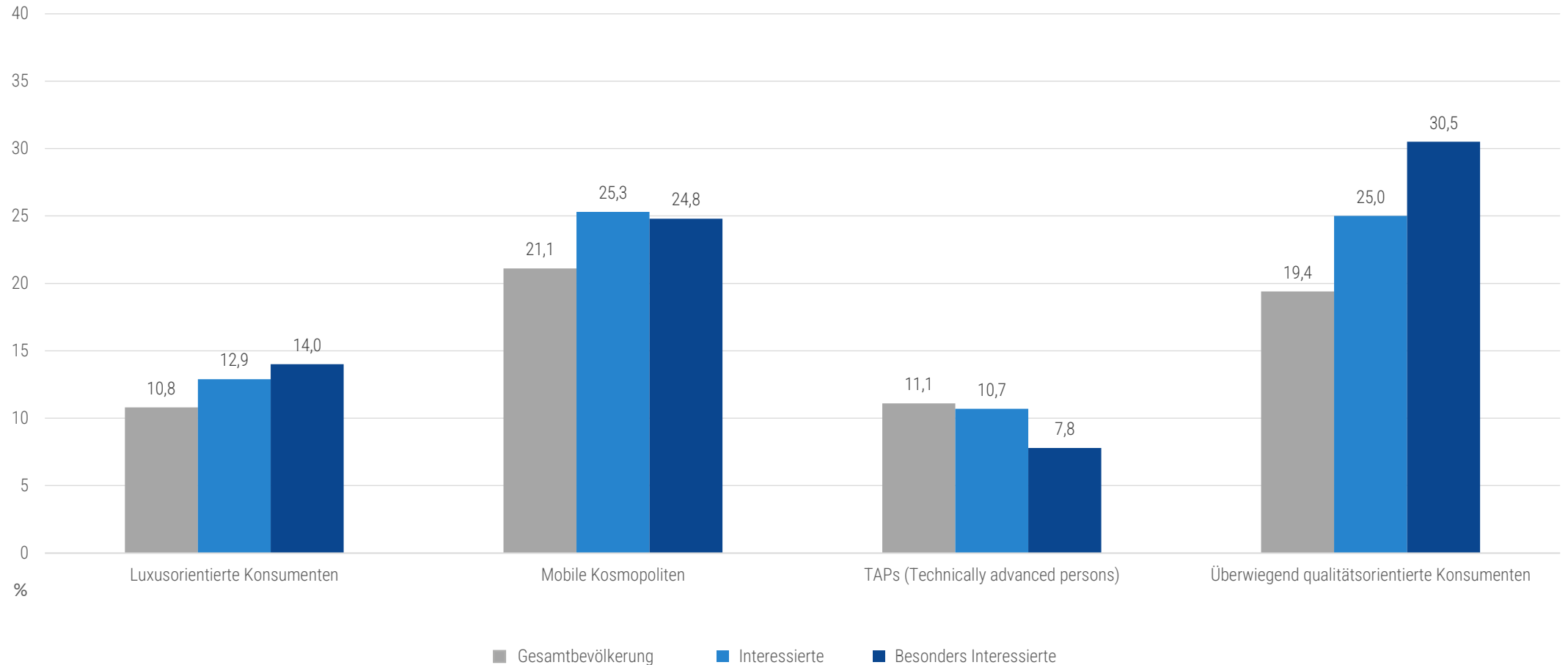


■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

EHRENAMT: PARALYMPICSINTERESSIERTE ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH UND SIND POLITISCH AKTIV



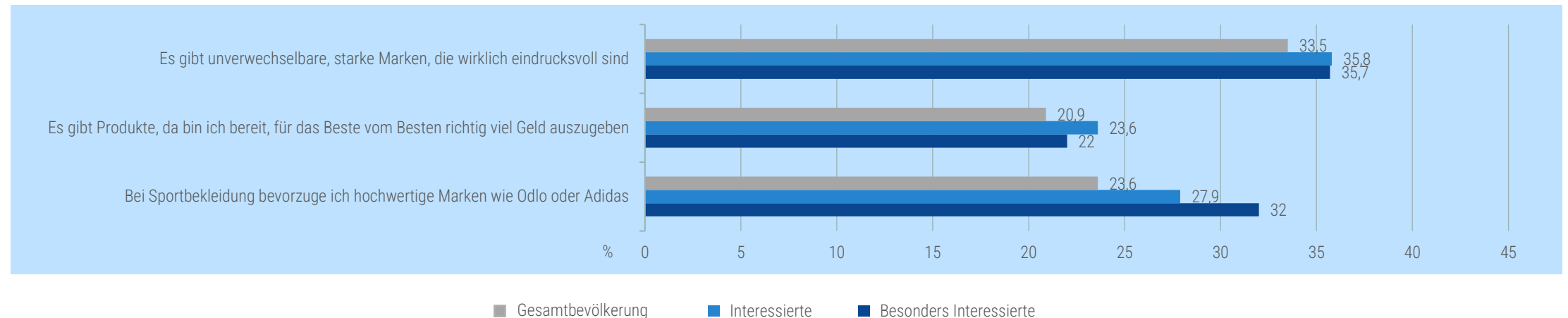
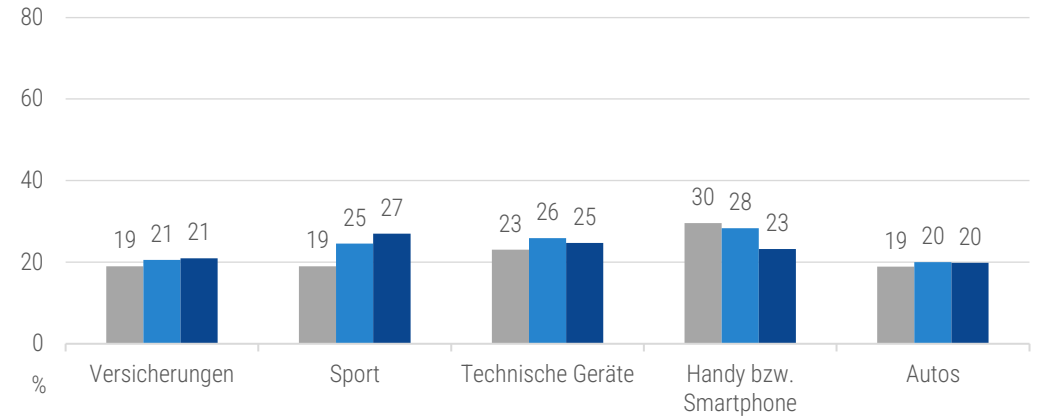
PARALYMPICSINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



PARALYMPICSINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR SPORT



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



- Team D Paralympics erreicht in Deutschland eine attraktive Zielgruppe von **rund 17,5 Millionen Menschen**, davon interessieren sich **3,5 Millionen besonders** stark für die Paralympische Mannschaft von Team D. Die Zielgruppe ist nahezu **gleichmäßig zwischen Männern und Frauen** verteilt und verfügt über ein **überdurchschnittliches Bildungsniveau**.
- Paralympicsinteressierte 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**. Paralympicsinteressierte besuchen regelmäßig Sportveranstaltungen, verfolgen Sportübertragungen intensiv, legen großen Wert auf körperliche Fitness und interessieren sich für zahlreiche weitere Sportarten.
- Paralympicsinteressierte 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 Team D Paralympics damit Zugang zu einer **sportbegeisterten, gesellschaftlich engagierten und werteorientierten** Zielgruppe, die Nachhaltigkeit und Innovation mit einer hohen Affinität zu **starken Marken und hochwertigen Produkten** verbindet.



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