

AWA SPORTPROFILE 2026: Eishockey

Die Besonderheiten der Eishockeyinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2026

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



Vereinigung
Sportmarketing-
Anbieter e.V.

SOZIODEMOGRAPHIE: SPONSOREN TREFFEN BEIM EISHOCKEY AUF EINE GROSSE ZIELGRUPPE MIT ABGESCHLOSSENEM STUIDUM

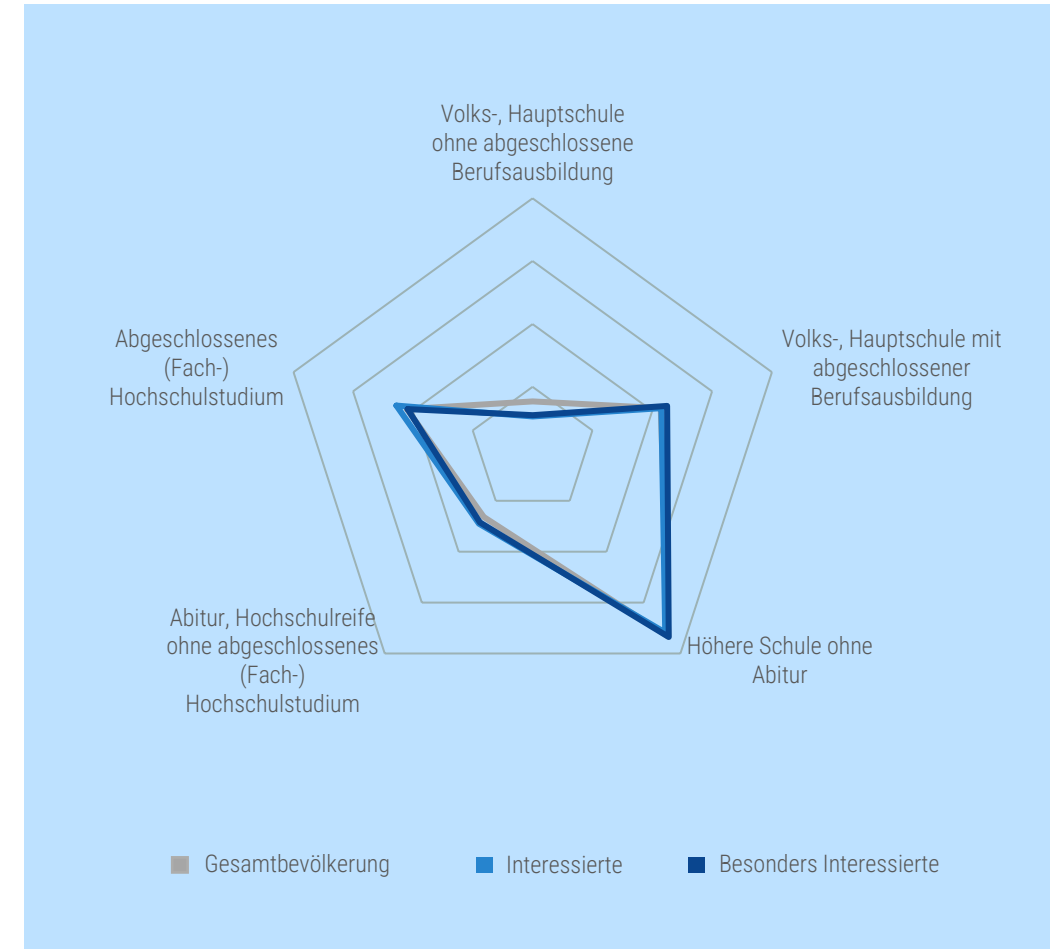
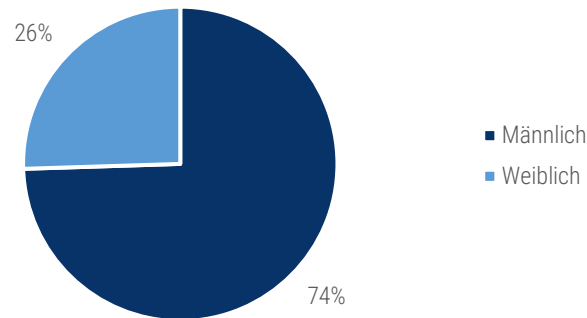


In Deutschland interessieren sich **16,88 Mio.** Menschen und damit **24%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Eishockey.

4,52 Mio. (6%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

Frauen bilden ein **Viertel** der Zielgruppe.

Eishockeyinteressierte verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein **leicht erhöhtes Bildungsniveau**. Während nur 21% der Gesamtbevölkerung ein **abgeschlossenes Hochschulstudium** vorweisen, sind es bei den Eishockeyinteressierten **22,8%**.

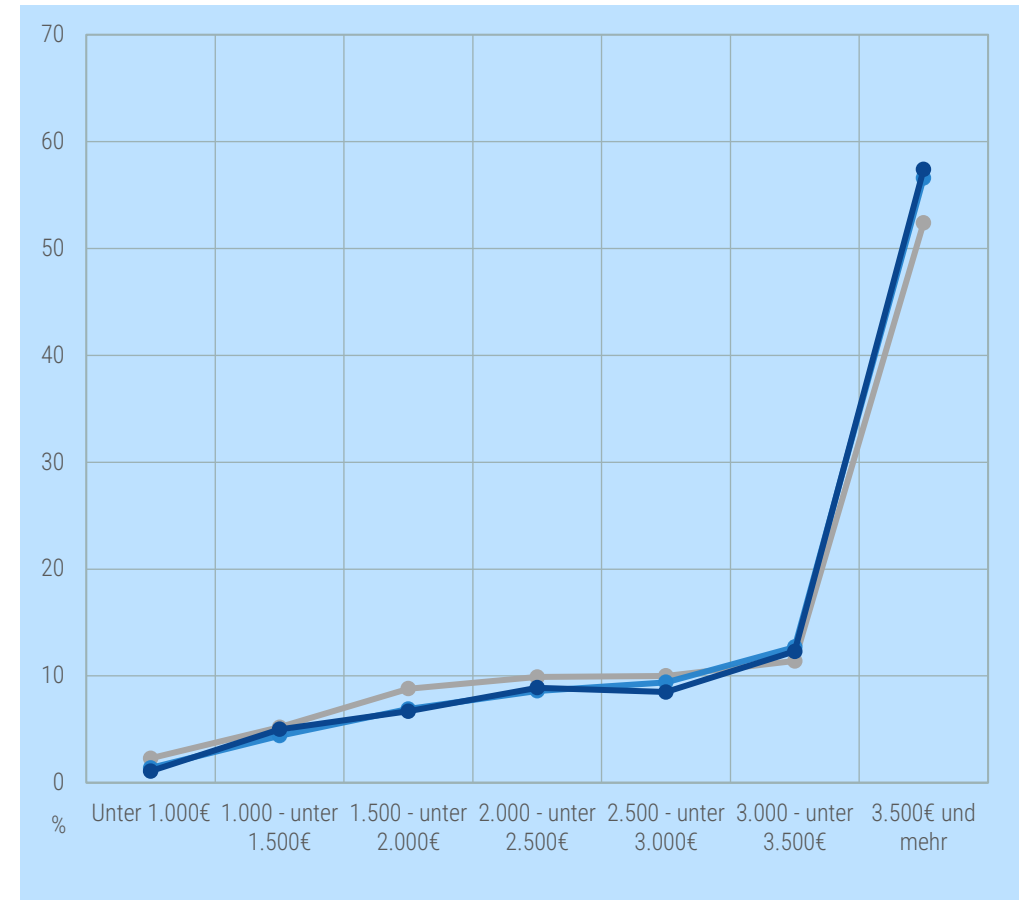
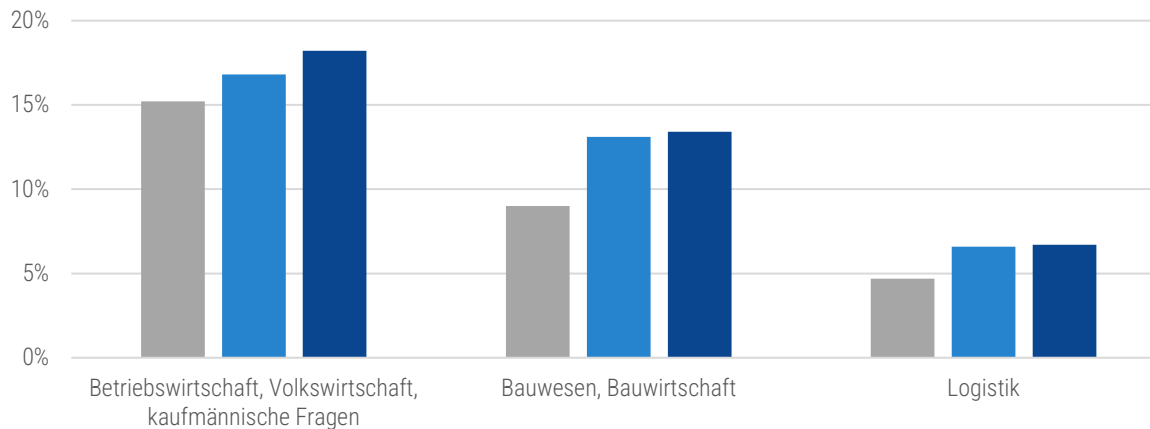


SOZIODEMOGRAPHIE: EISHOCKEYINTERESSIERTE VERFÜGEN ÜBER EIN ETWAS HÖHERES HAUSHALTSNETTOEINKOMMEN ALS DIE GESAMTBEVÖLKERUNG



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

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

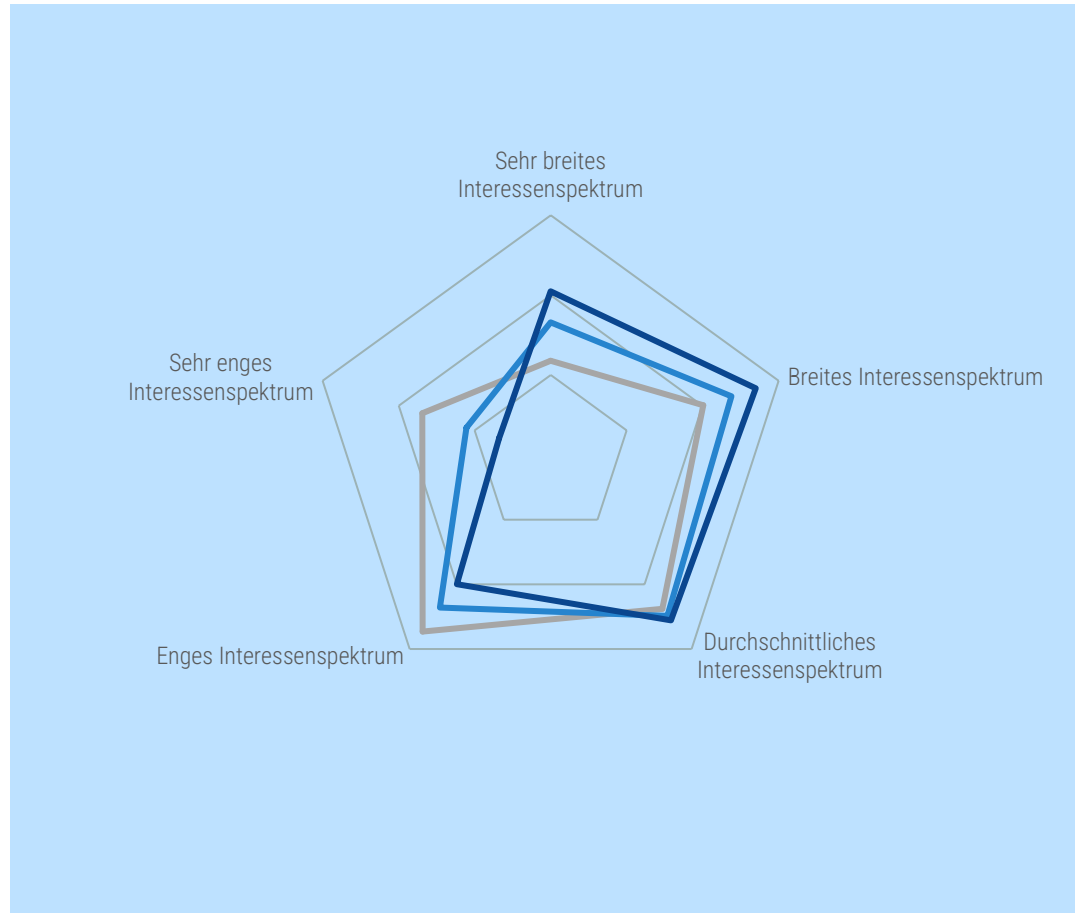


■ Gesamtbevölkerung

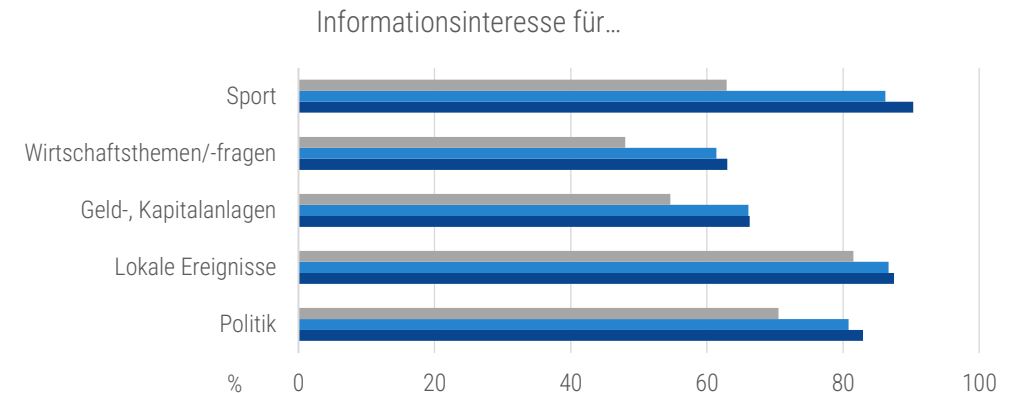
■ Interessierte

■ Besonders Interessierte

INTERESSEN UND VORLIEBEN: EINE VIELSEITIG INTERESSIERTE ZIELGRUPPE



Eishockeyinteressierte weisen ein besonders breites **Interessensspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Sport** und **Politik**. Auch **Wirtschaftsthemen, lokale Ereignisse** und **Geld- und Kapitalanlagen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.



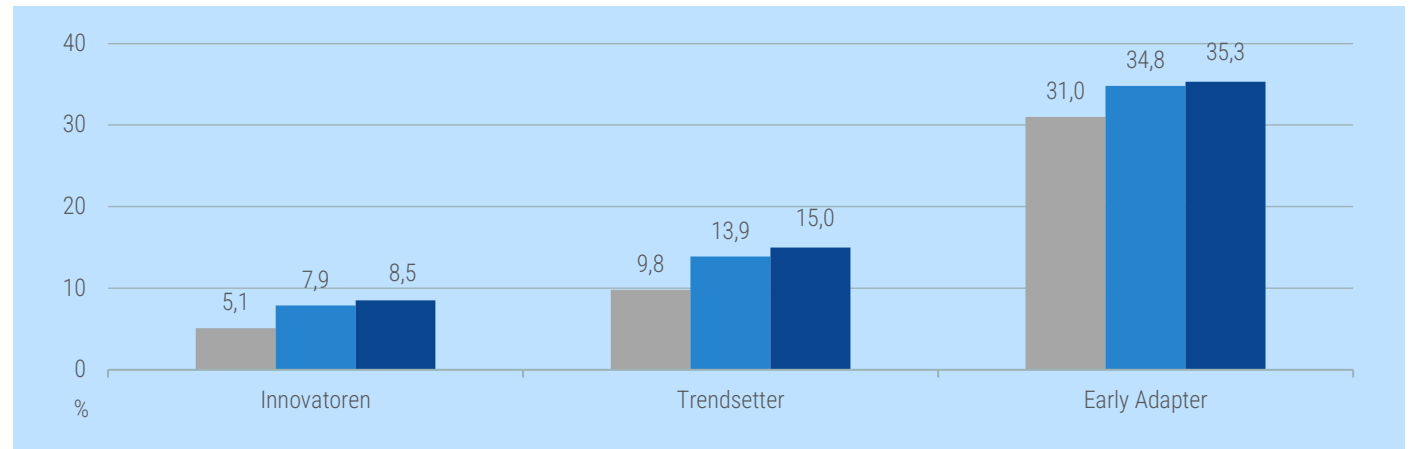
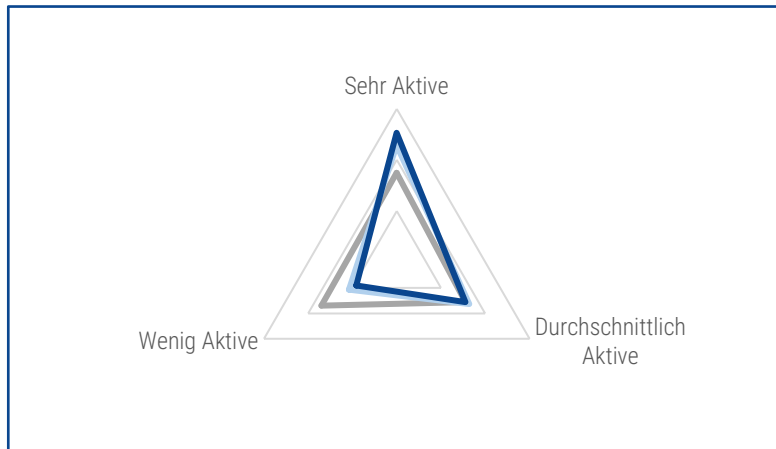
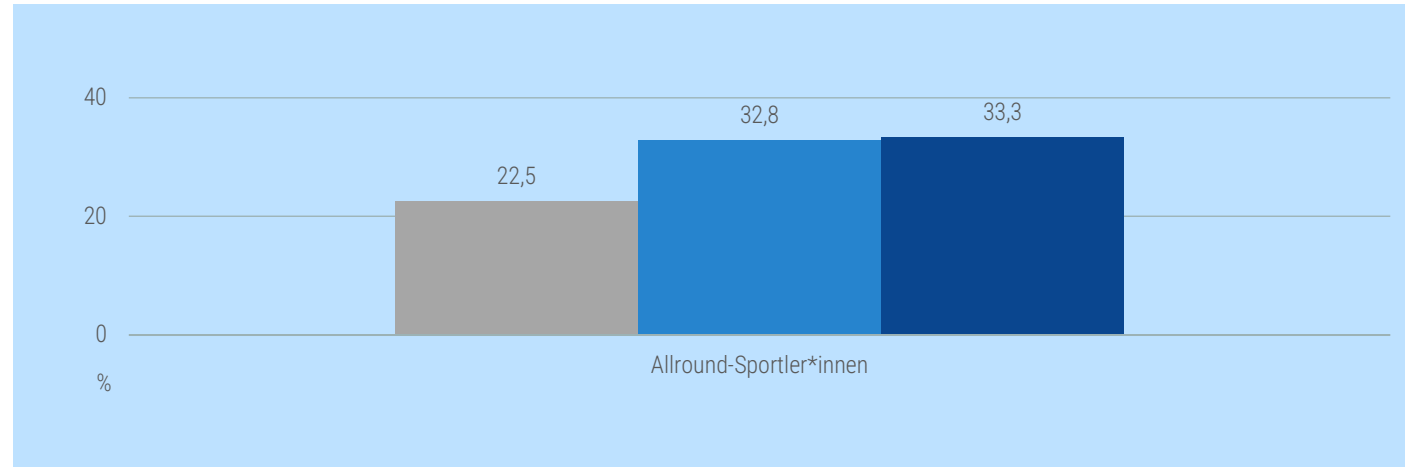
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

AKTIVITÄT UND INNOVATIONSORIENTIERUNG: DIE EISHOCKEYINTERESSIERTEN SIND SPORTLICH UND INNOVATIV



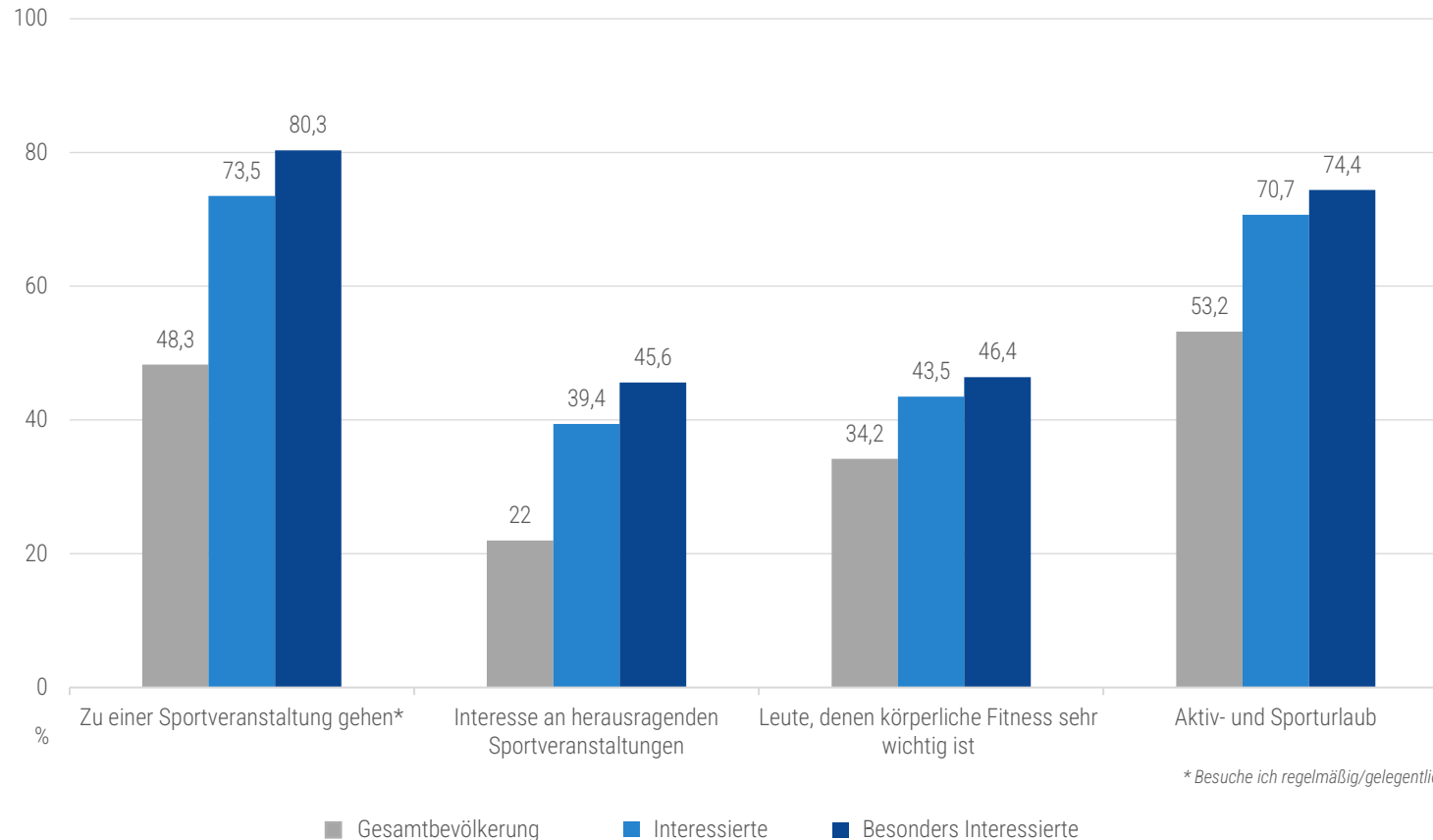
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv.

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



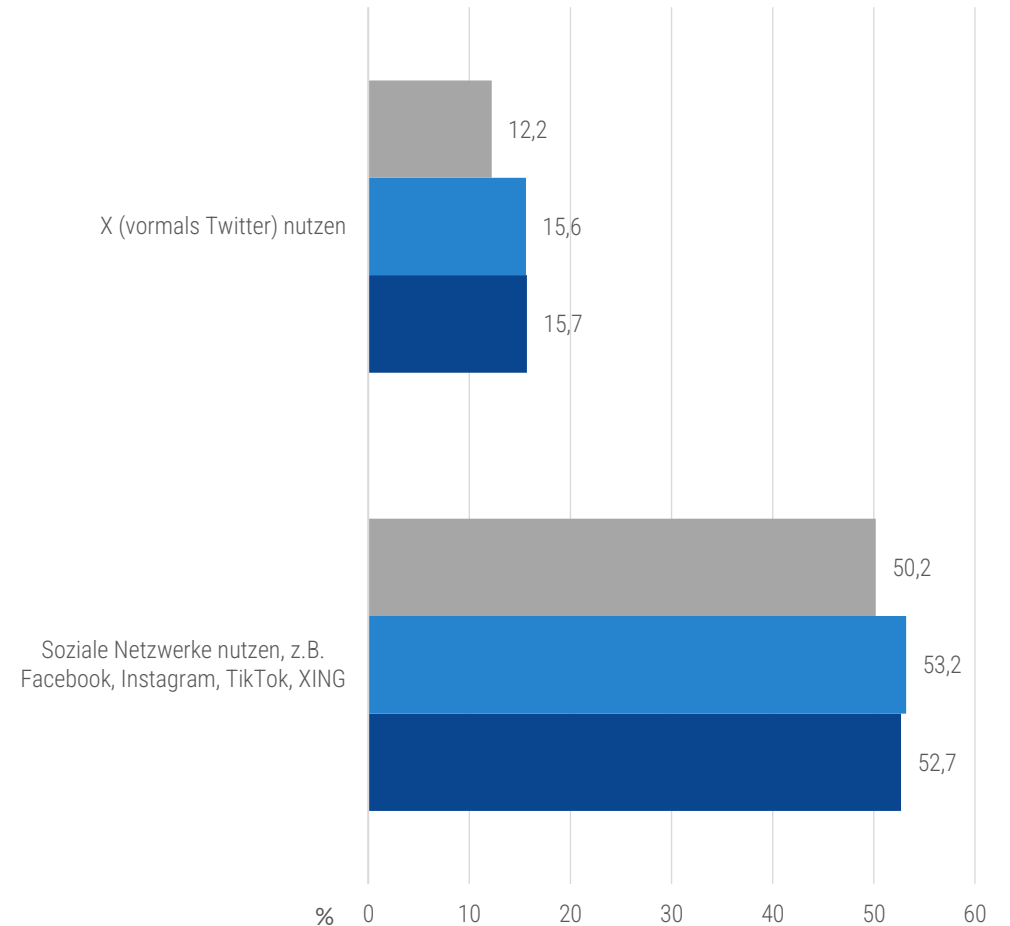
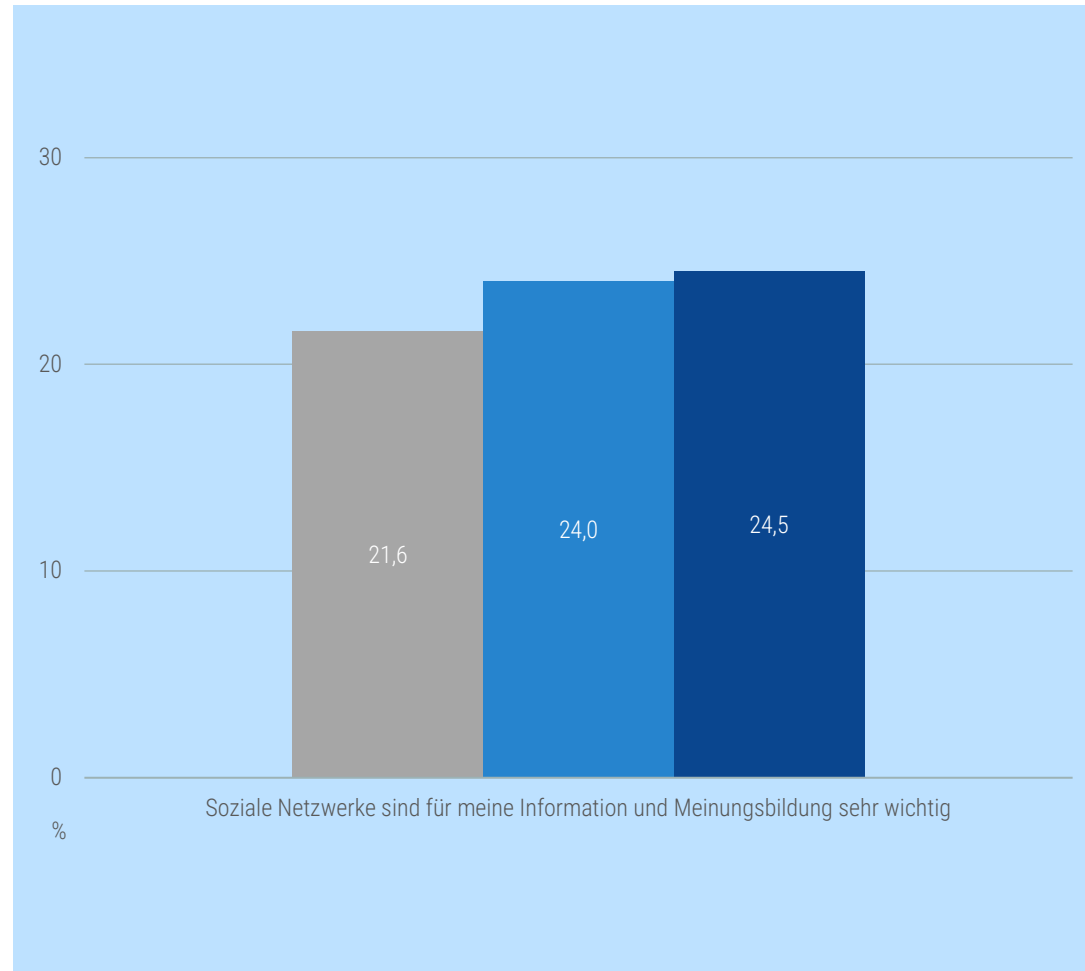
■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

FREIZEIT: DIE ZIELGRUPPE BESUCHT REGELMÄSSIG SPORTVERANSTALTUNGEN UND BETÄTIGT SICH SPORTLICH



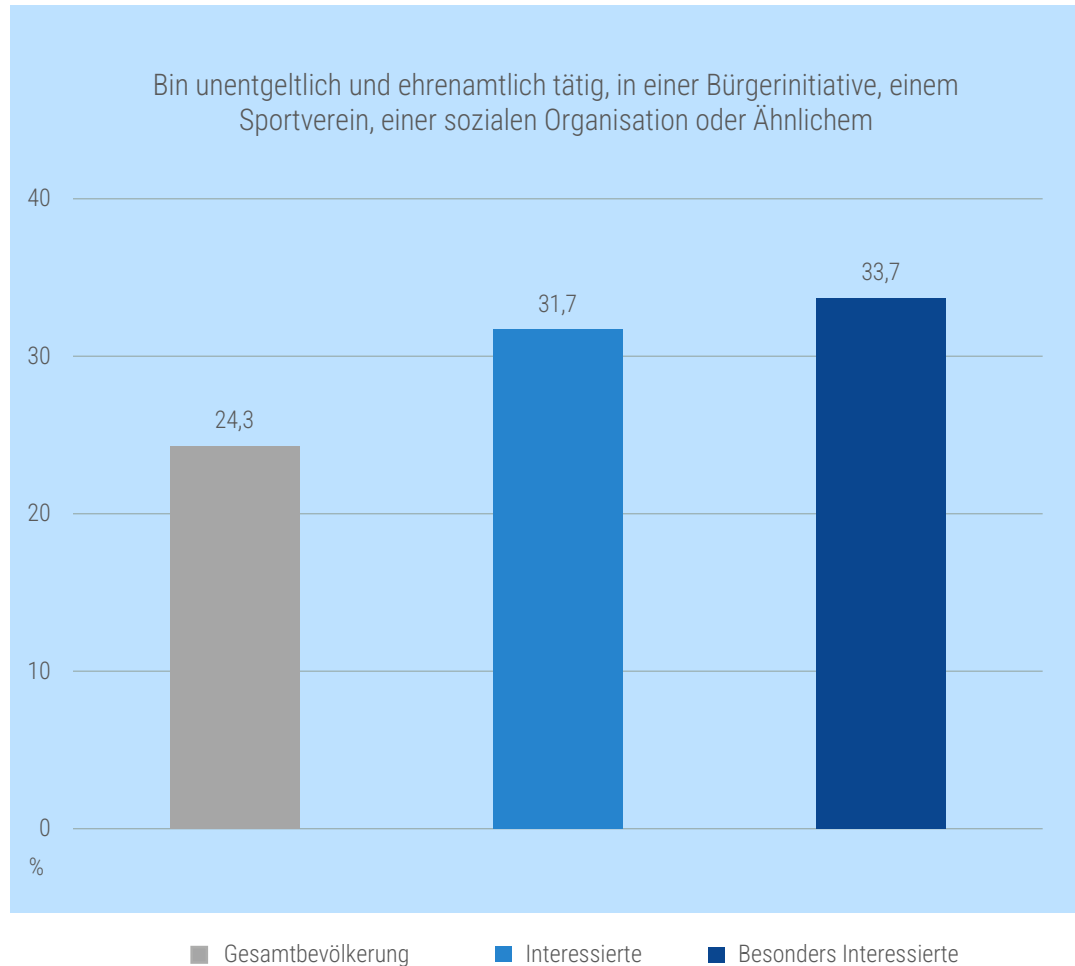
Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Eishockeyinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist **körperliche Fitness** wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Fußball, American Football, Automobilsport, Basketball und diverse Wintersportarten.

SOZIALE NETZWERKE: EISHOCKEYINTERESSIERTE NUTZEN SOZIALE NETZWERKE ZUR INFORMATIONSGEWINNUNG UND MEINUNGSBILDUNG



■ Gesamtbevölkerung ■ Interessierte ■ Besonders Interessierte

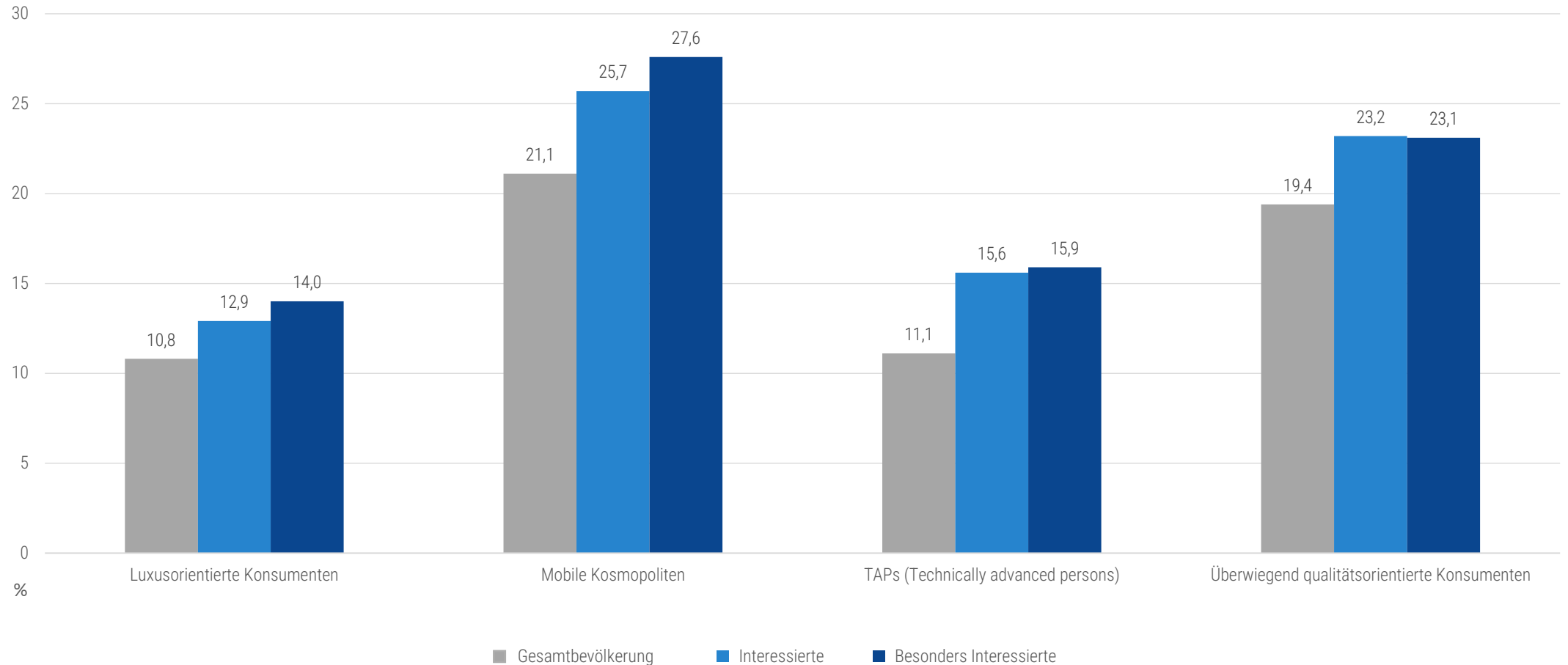
EHRENAMT: EISHOCKEYFANS ENGAGIEREN SICH EHRENAMTLICH



Mit **33,7%** engagiert sich **jeder Dritte besonders Eishockeyinteressierte** ehrenamtlich in einer Bürgerinitiative, einem Sportverein oder einer sozialen Organisation.

Damit ist die Zielgruppe **überdurchschnittlich** unentgeltlich gesellschaftlich engagiert.

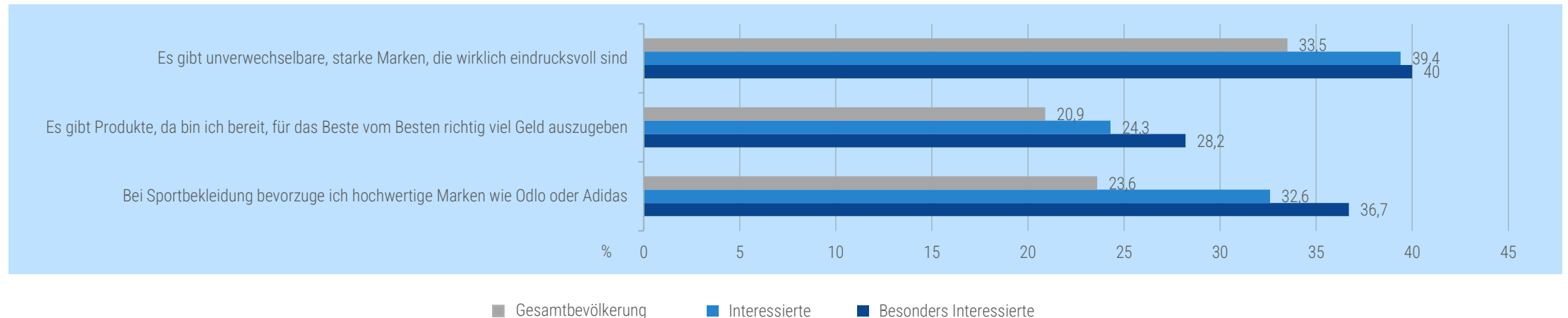
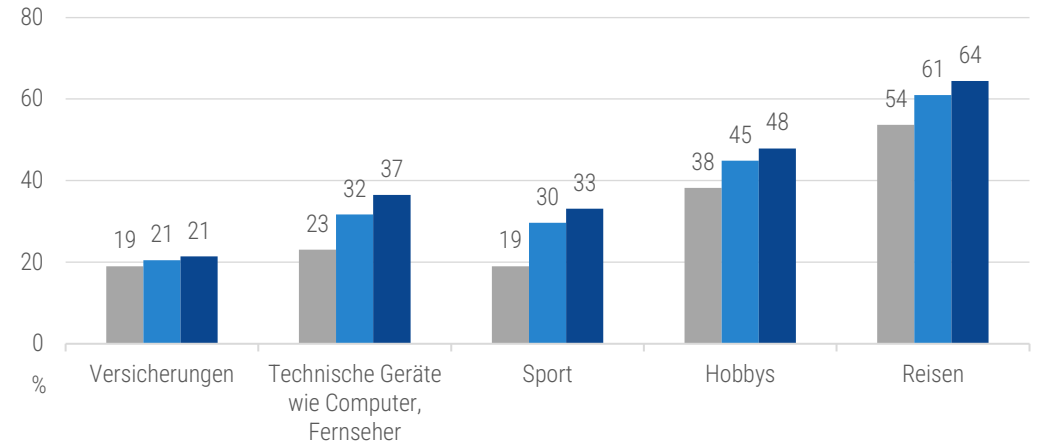
EISHOCKEYINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: IN DER ZIELGRUPPE FINDEN SICH BESTIMMTE ATTRAKTIVE KÄUFERTYPOLOGIEN WIEDER



EISHOCKEYINTERESSIERTE ALS KONSUMENTEN: HOHE AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR HOBBYS UND REISEN



Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Reisen, technische Geräte und Hobbies ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Eishockeyinteressierten 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 **16,9 Millionen Menschen interessieren sich für Eishockey**, davon **4,5 Millionen besonders**. Die Zielgruppe ist überwiegend männlich, verfügt über ein leicht überdurchschnittliches Bildungsniveau und weist ein etwas höheres Haushaltsnettoeinkommen als die Gesamtbevölkerung auf.
- Eishockeyinteressierte zeichnen sich durch ein **besonders breites Interessenspektrum** aus. Neben Sport interessieren sie sich überdurchschnittlich häufig für **Politik, lokale Ereignisse, Wirtschaftsthemen sowie Geld und Kapitalanlagen**. Die Zielgruppe ist **sehr aktiv, treibt überdurchschnittlich häufig selbst Sport** und zählt verstärkt zu **Innovatoren, Trendsettern und Early Adopters**. Darüber hinaus engagieren sich Eishockeyfans überdurchschnittlich häufig ehrenamtlich.
- Eishockeyinteressierte weisen eine hohe **Technikaffinität sowie eine ausgeprägte Qualitäts- und Markenorientierung** auf. Sie geben überdurchschnittlich viel Geld für Sport, Hobbys, Reisen und technische Geräte aus und sind bereit, für **hochwertige Produkte mehr zu investieren**.
- Für Sponsoren bietet Eishockey damit Zugang zu einer **aktiven, kaufkräftigen und markenaffinen Zielgruppe**, die sich durch hohe Sportbegeisterung, gesellschaftliches Engagement, Innovationsorientierung und eine überdurchschnittliche Ausgabebereitschaft auszeichnet.



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