

Schwimmen

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2018
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,45 Mio.)

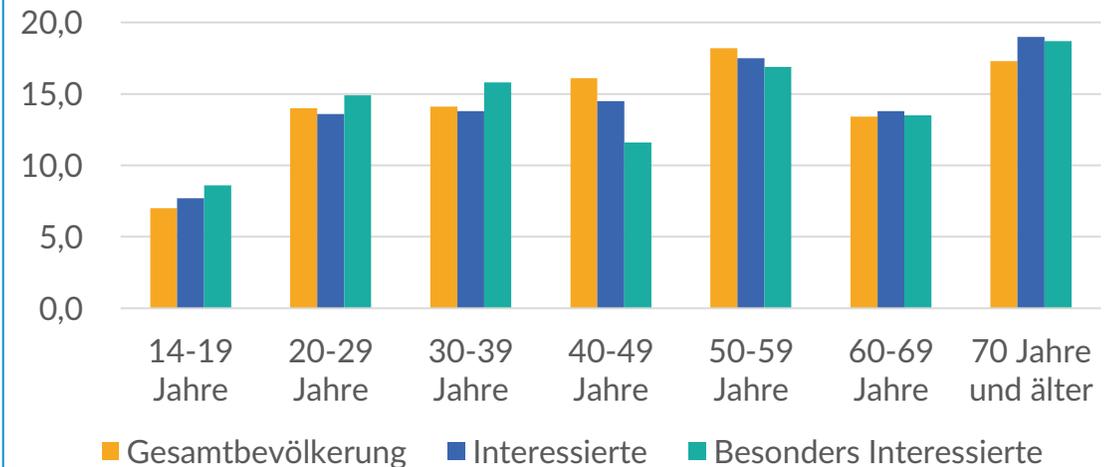
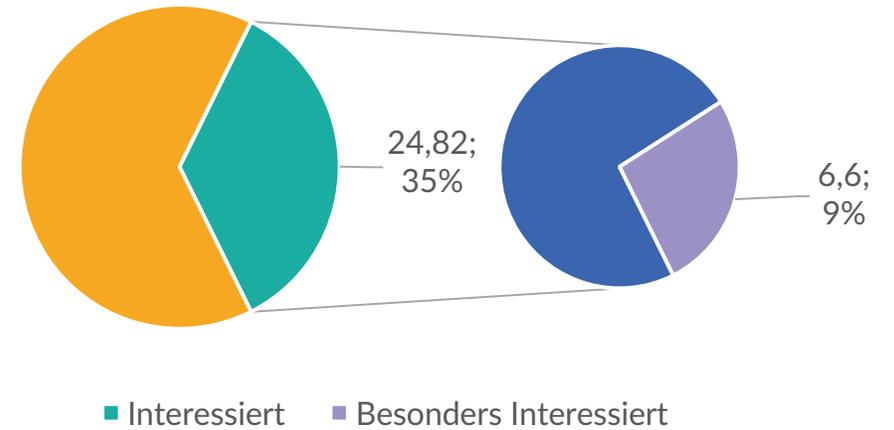


Soziodemographie: Großes Interesse der Bevölkerung am Schwimmsport – und das bei Jung und Alt

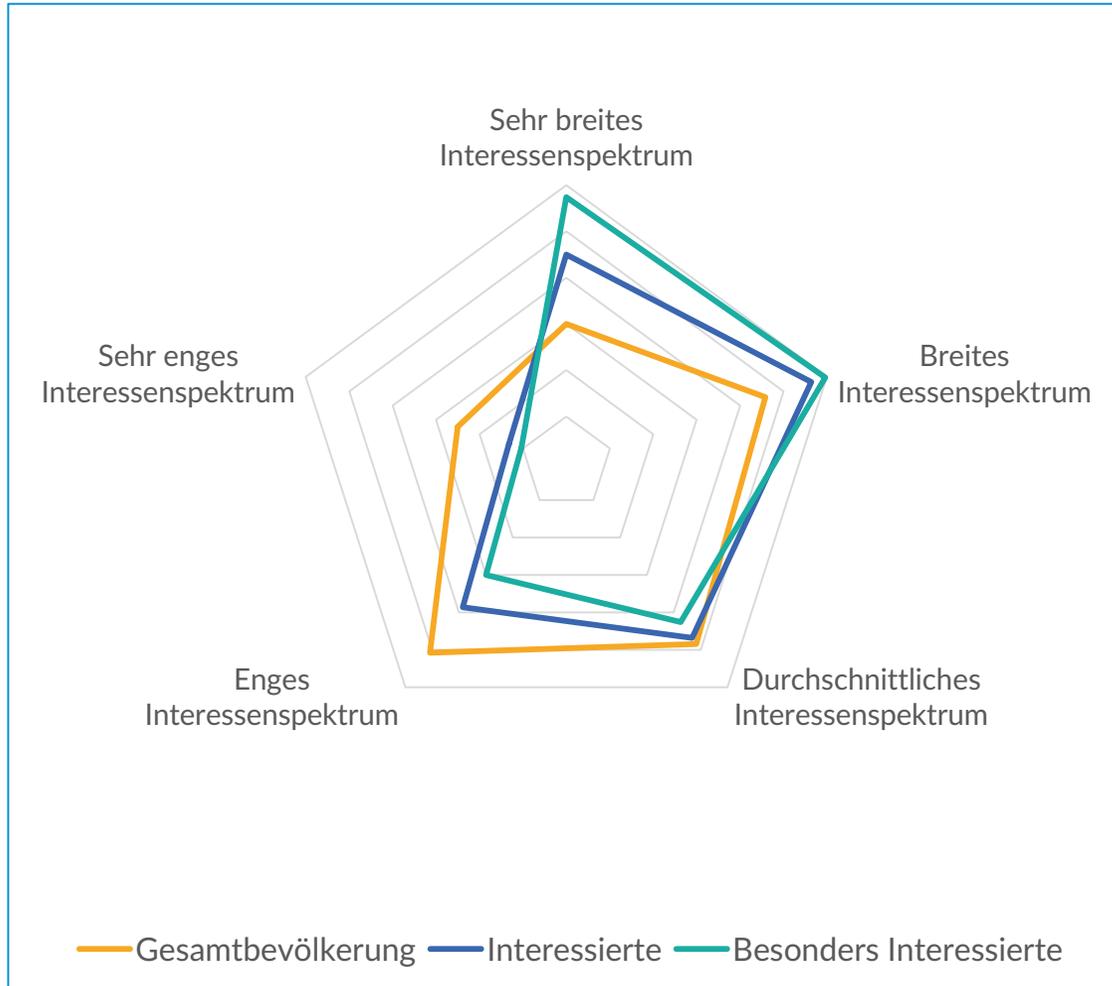
Im Schwimmen treffen Sponsoren auf eine sehr große Interessensgemeinde. In Deutschland interessieren sich **24,82 Mio.** Menschen und damit **35%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für das Schwimmen, wovon 6,6 Mio. (9%) sogar „ganz besonders interessiert“ sind.

Das Geschlechterverhältnis unter den Schwimminteressierten ist mit 47,2 % Männer und 52,8% Frauen ausgeglichen. Interessant ist jedoch ein Blick in die **Altersstruktur** der Zielgruppe: Der Schwimmsport vermag es, sowohl junge Personen als auch ältere Menschen anzusprechen.

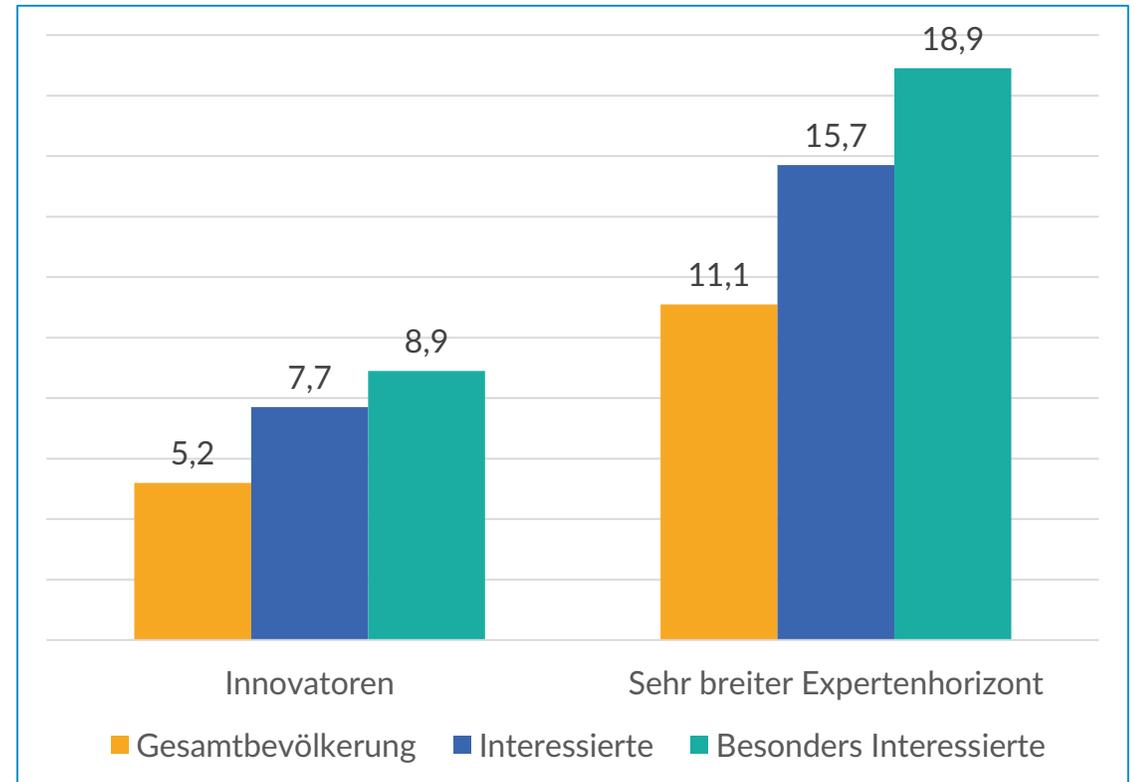
Unter den Schwimminteressierten finden sich auffällig häufig junge Menschen am Übergang zum Erwachsenenendasein, die gerade ihre Schule abgeschlossen haben und ein Studium oder eine Ausbildung beginnen werden.



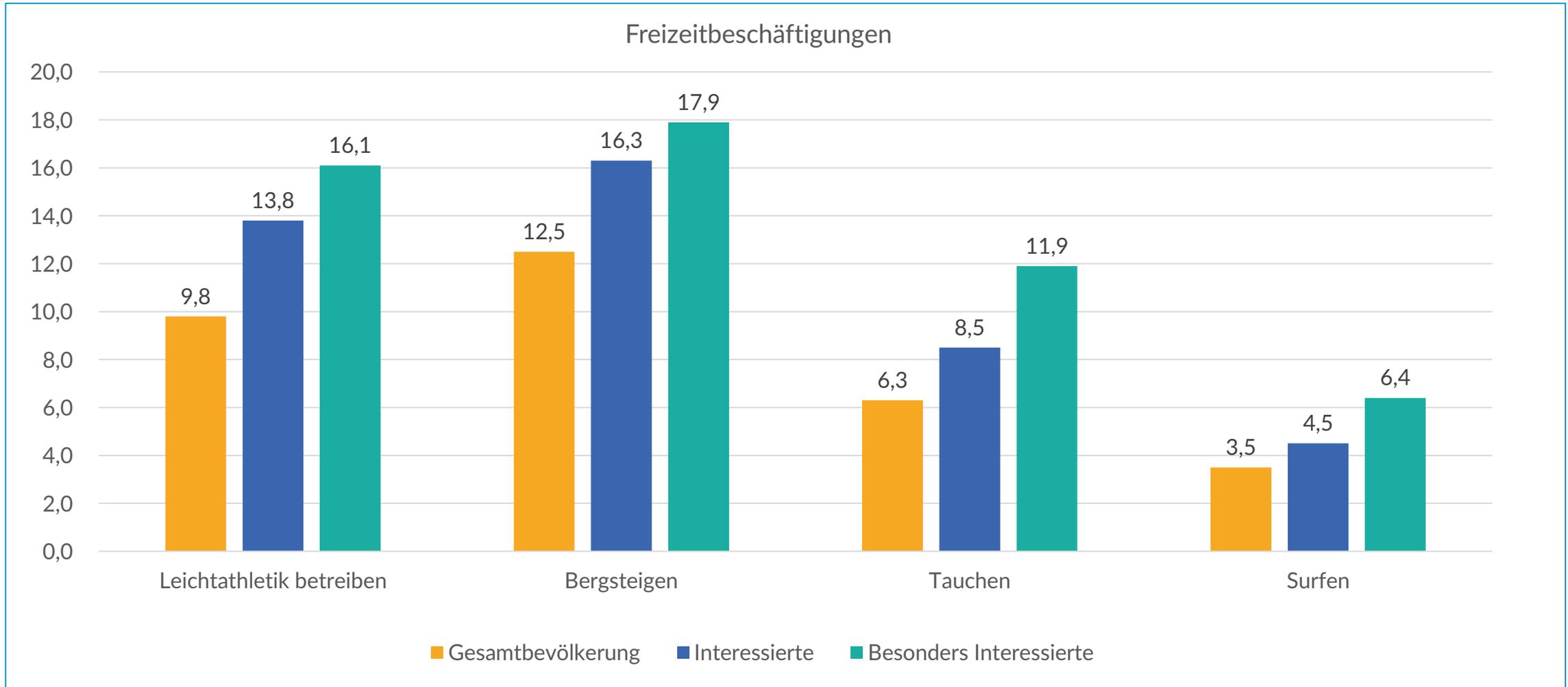
Interessiert und innovativ: Die Zielgruppe im Schwimmen zeigt sich gut informiert und trendbewusst



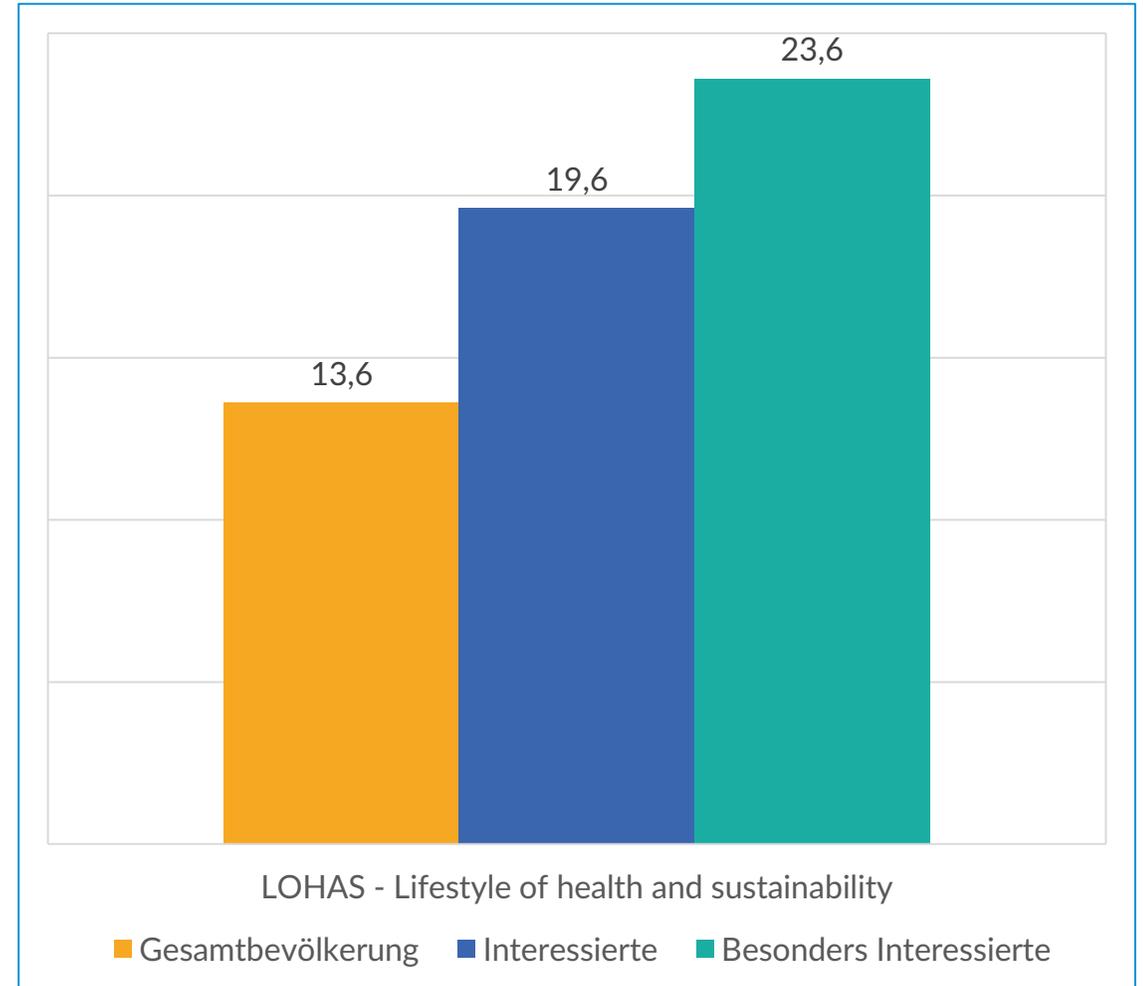
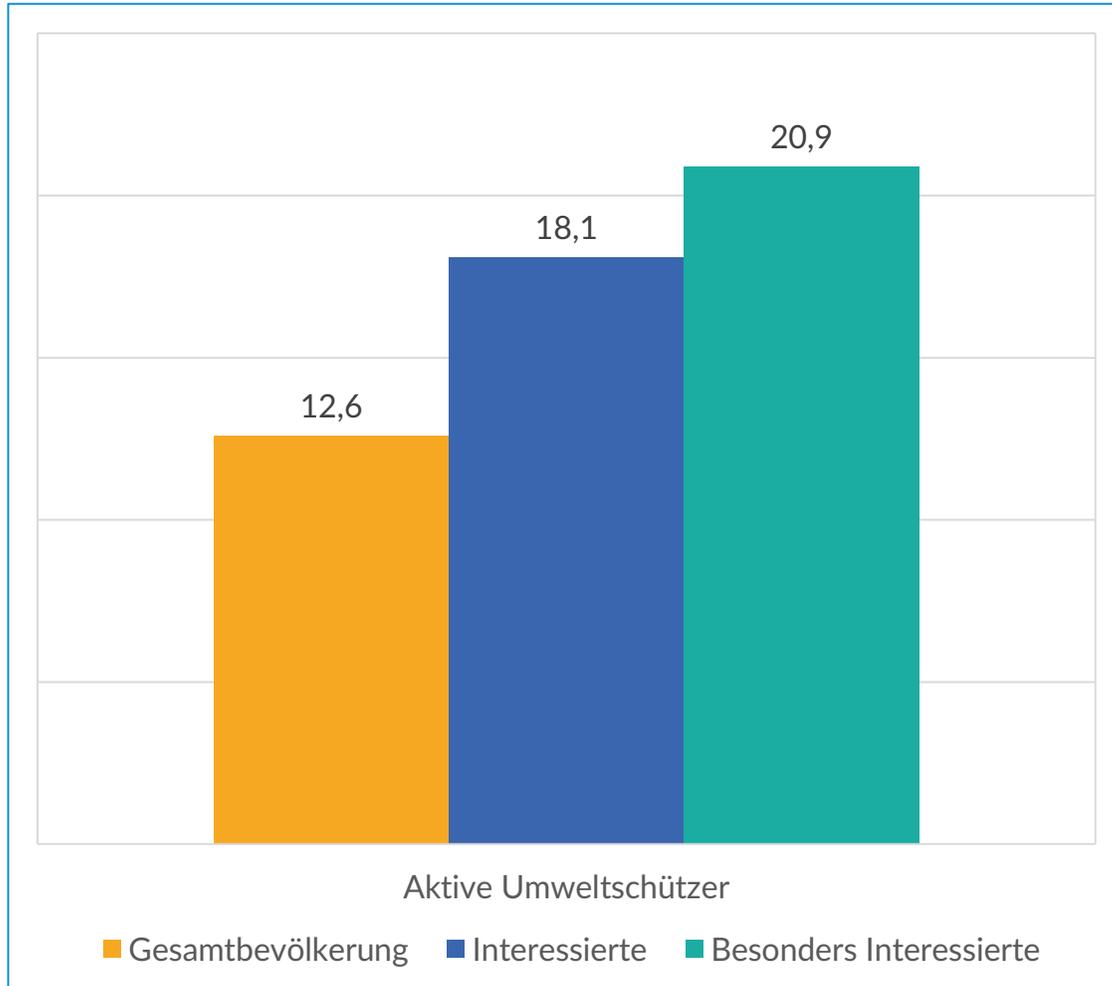
Menschen mit Interesse am Schwimmen weisen ein breites **Interessensspektrum** auf. Sie sind außerdem **innovativ** und haben einen ausgeprägten **Expertenhorizont**.



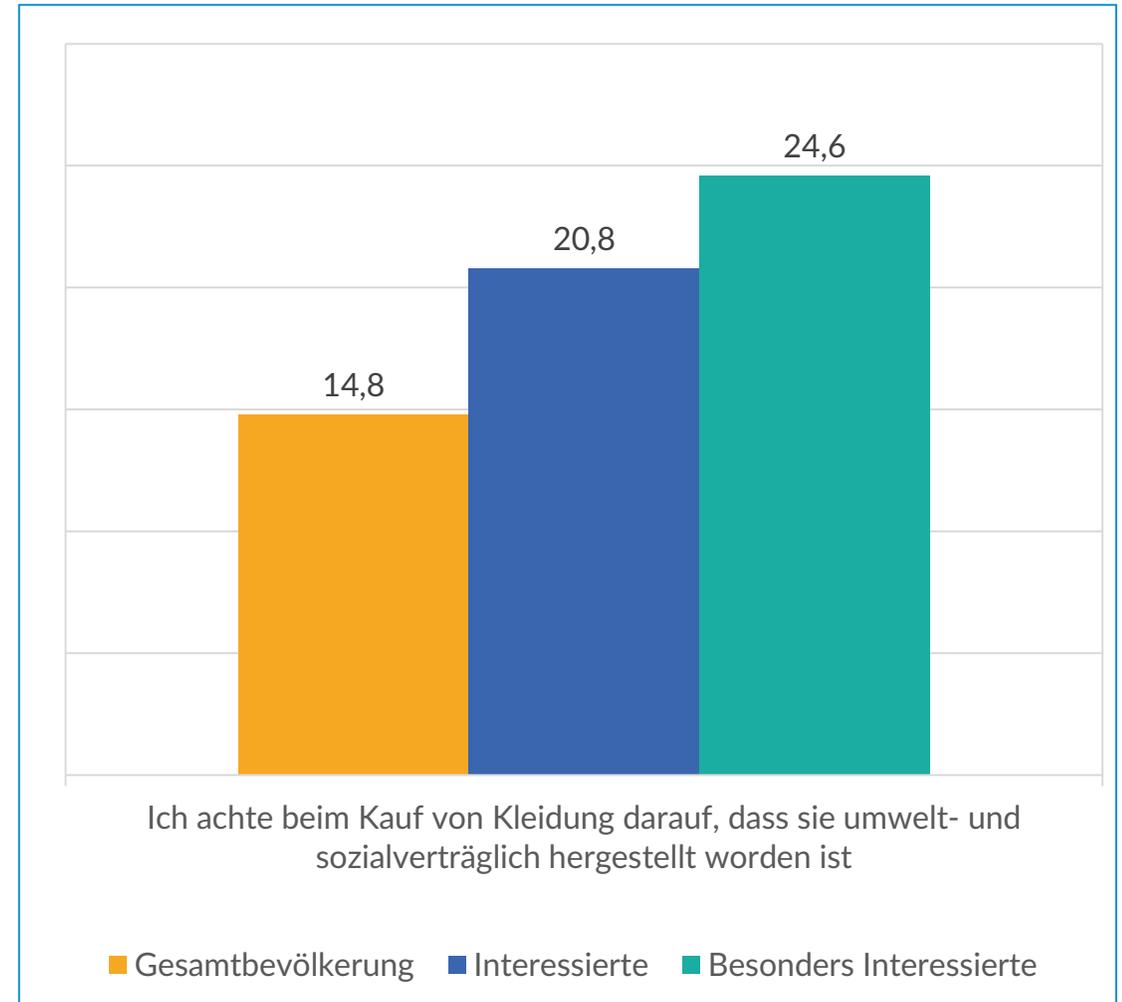
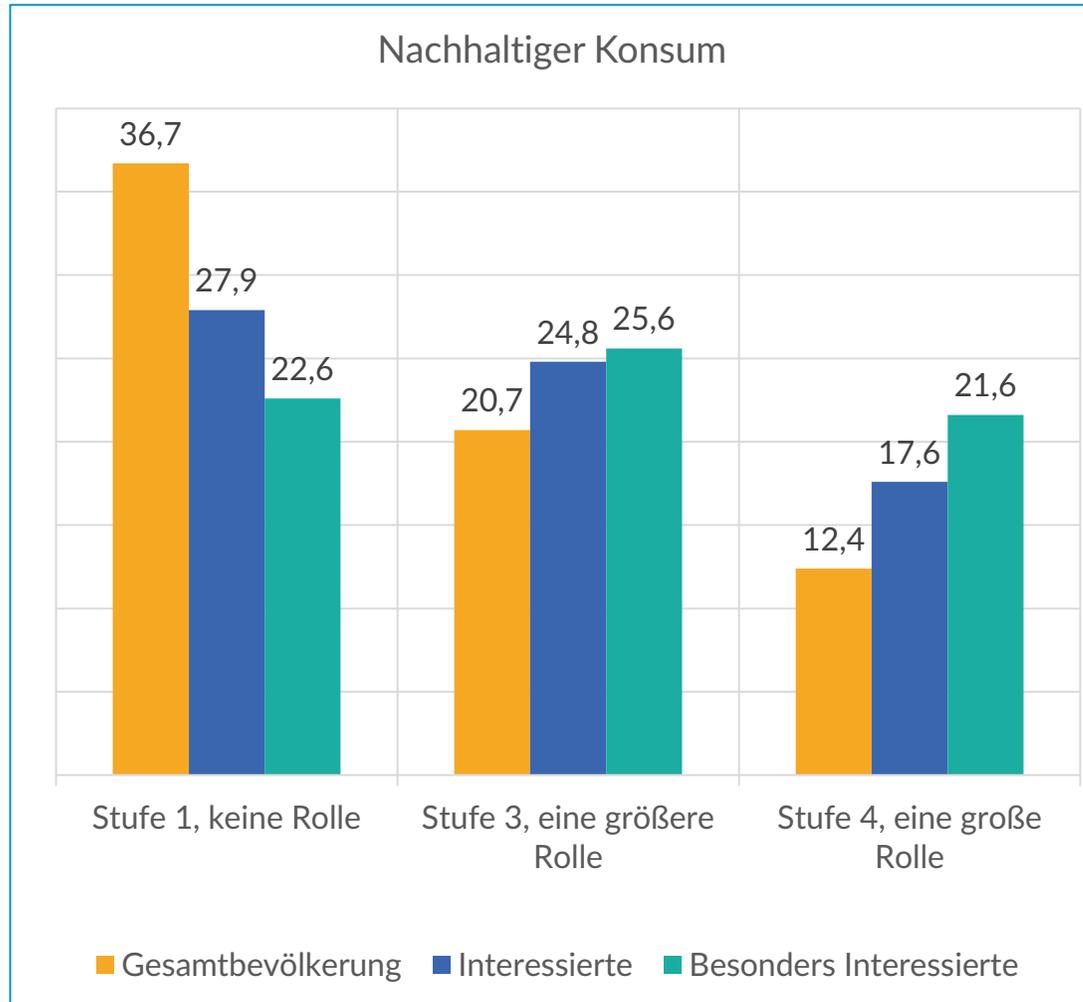
Eine aktive Zielgruppe: Auch Leichtathletik, Outdoor- und Wasser-Sportarten sind unter den Schwimminteressierten ausgesprochen populär



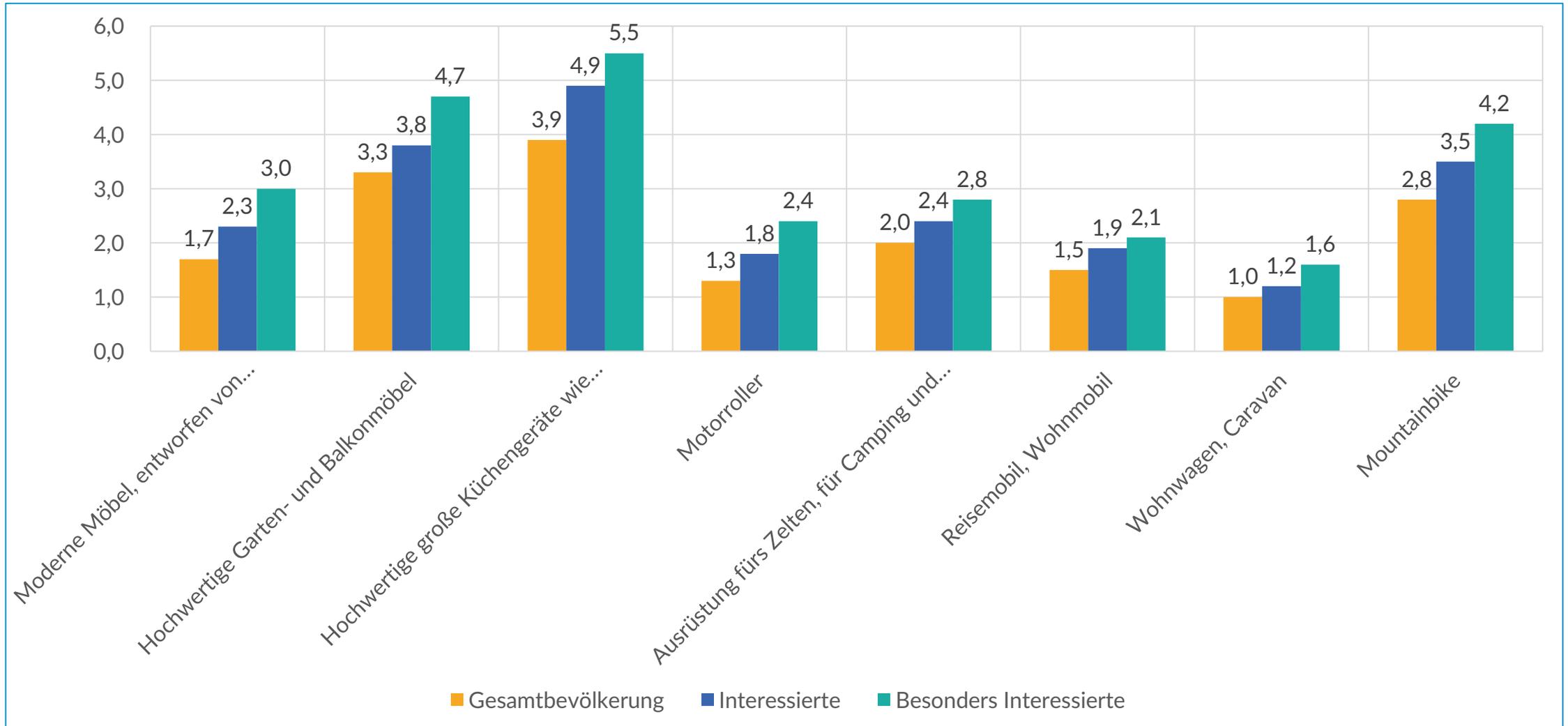
Umweltschutz und Nachhaltigkeit: Die Zielgruppe zeigt ein ausgeprägtes ökologisches Bewusstsein



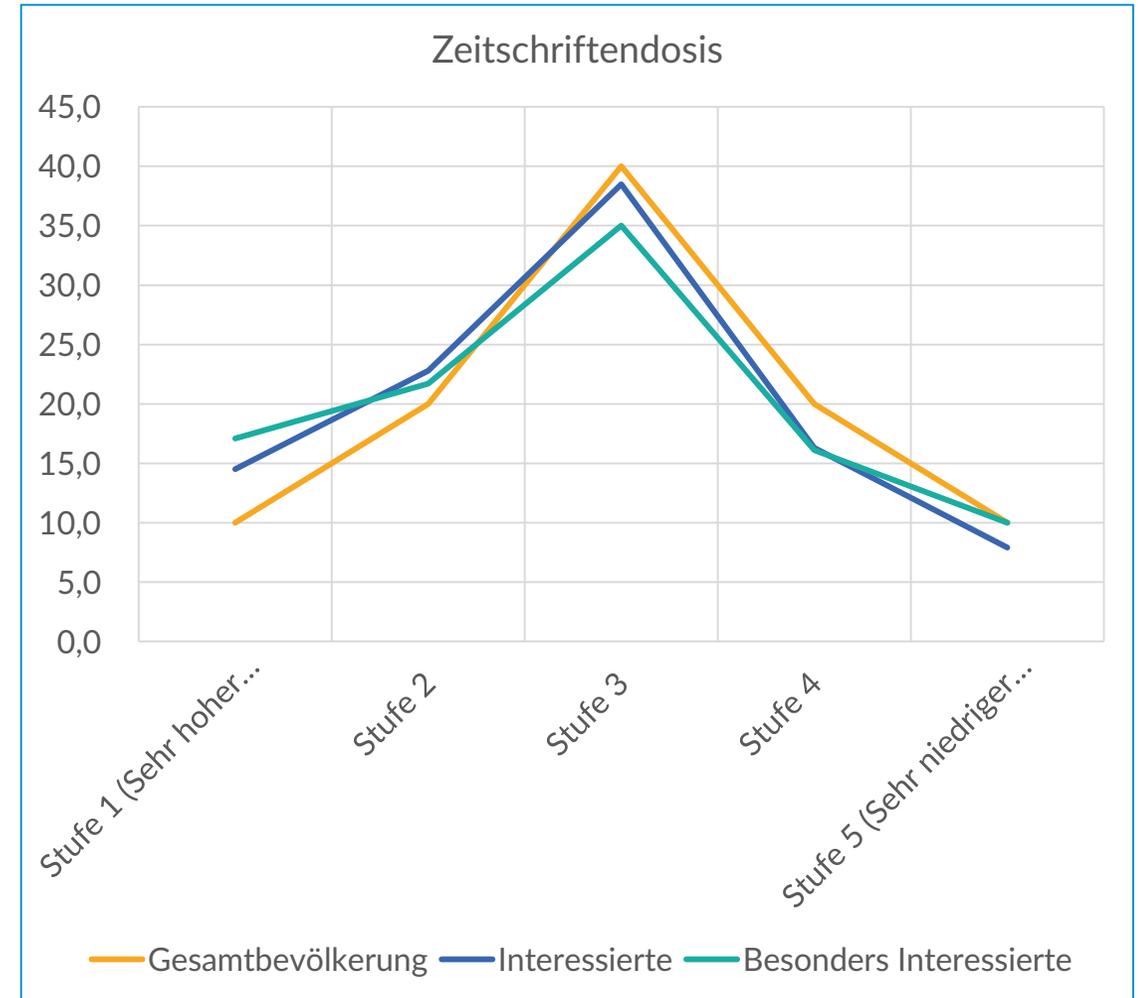
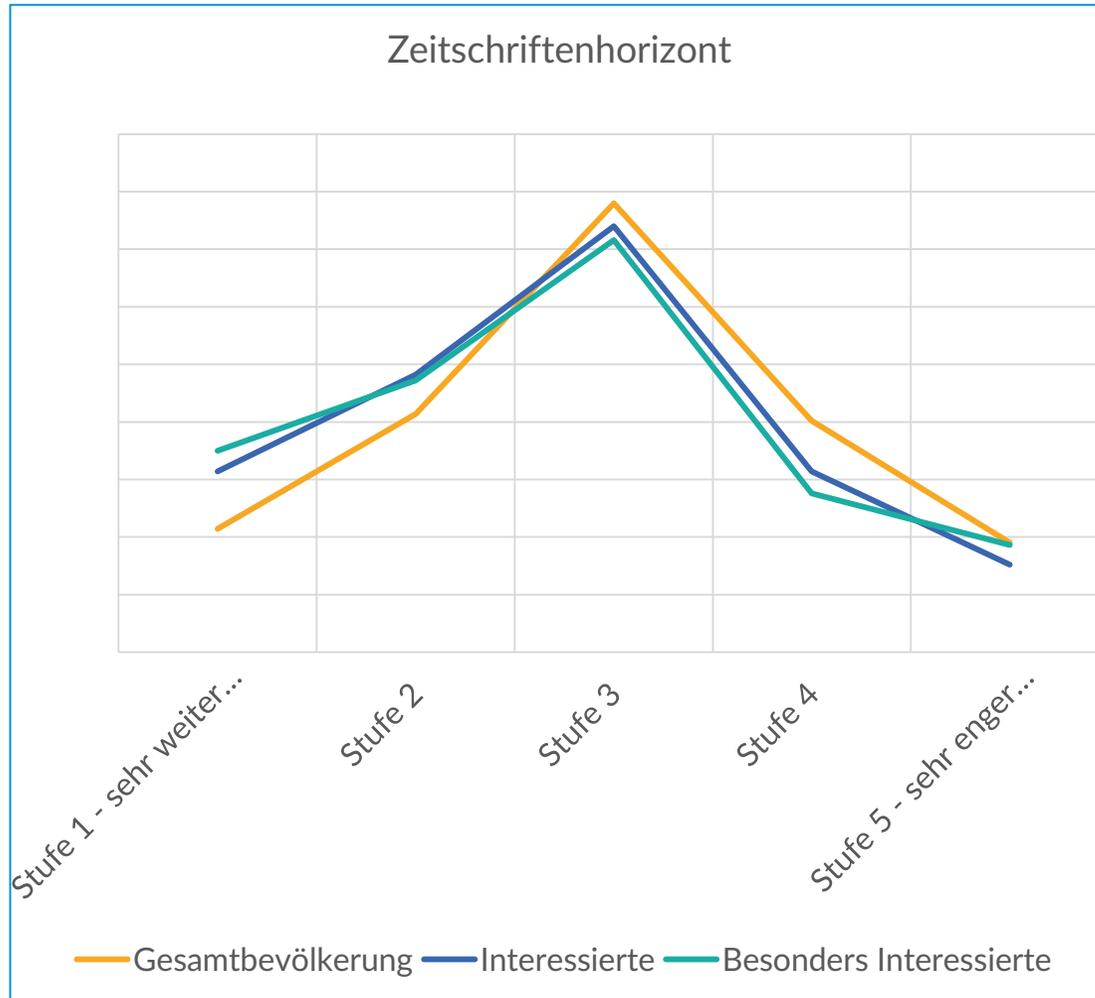
Kaufverhalten: Das große Interesse der Zielgruppe für Umweltschutz und eine nachhaltige Lebensweise spiegelt sich auch in ihrem besonders nachhaltigen Konsum wider



Die Schwimminteressierten als Konsumenten: Bei der Zielgruppe ist eine erhöhte Kaufabsicht für moderne und hochwertige Einrichtungsgegenstände, Zweiräder sowie Campingfahrzeuge und -equipment zu beobachten



Mediennutzung der Zielgruppe: Besondere Affinität der Schwimminteressierten zu Zeitschriften



Zusammenfassung der Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen:

- Die Zielgruppe der schwimminteressierten Menschen ist **groß**. Und der Schwimmsport spricht sowohl **jüngere** als auch **ältere** Menschen an. Viele junge Menschen in der Zielgruppe haben gerade die Schule verlassen und stehen vor der Ausbildung oder dem Studium. Hier bieten sich beispielsweise interessante Kommunikationsmöglichkeiten für das Arbeitgebermarketing und für Sponsoren aus dem Bildungsbereich.
- Besonders an der Zielgruppe ist ihre ausgeprägte **Naturverbundenheit**, die sich sowohl in einer Vorliebe für **Outdoor-Sportarten** als auch in einem **nachhaltigen Lebens- und Konsumstil** zeigt. Die Zielgruppe hat dementsprechend erhöhte Kaufabsichten für Camping-Mobile und -Produkte. Auch stehen Zweiräder und hochwertige Einrichtungsgegenstände hoch im Kurs. Marken mit einem entsprechenden Angebot und Profil können bei den Fans des Schwimmsports auf große Resonanz treffen.
- Aufgrund der erhöhten **Zeitschriftenaffinität** der Zielgruppe lässt sich ein Sponsoring im Schwimmen beispielsweise gut mit Werbekampagnen in Printmedien kombinieren.

