

Golf

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

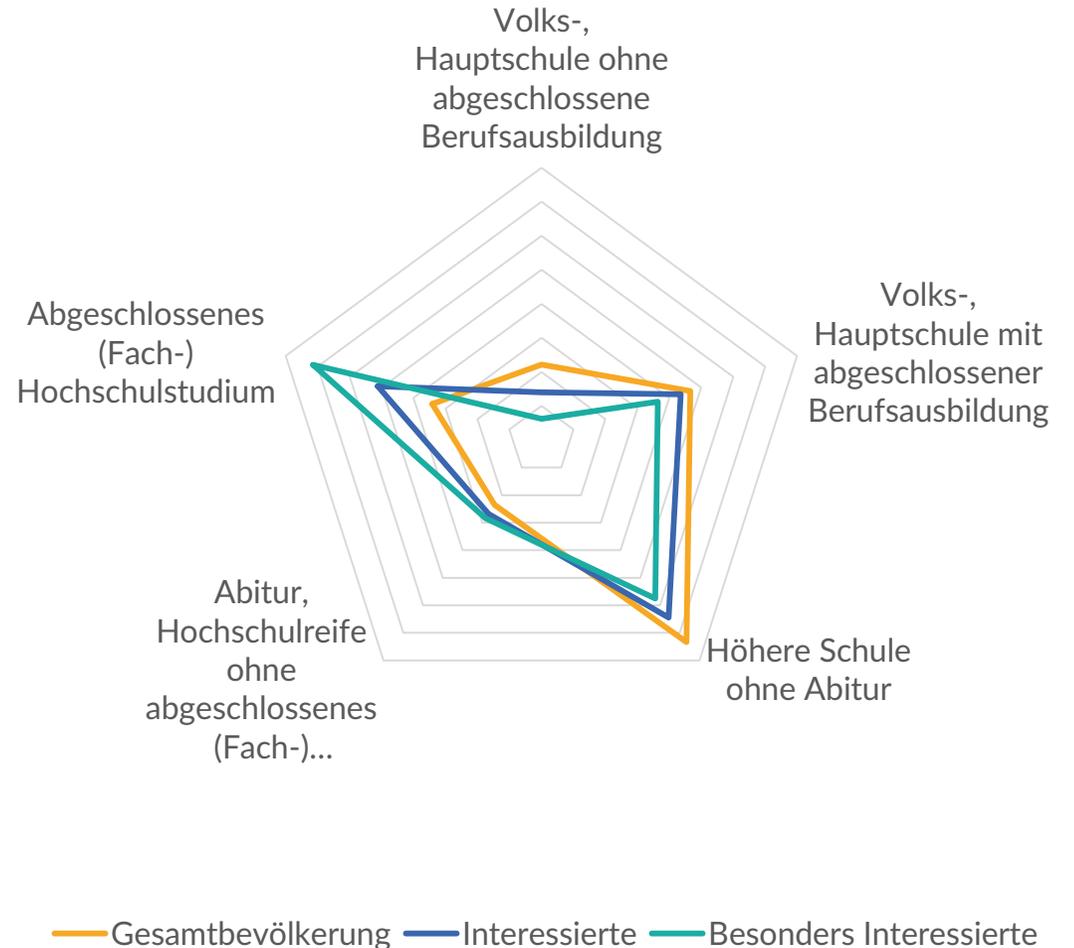
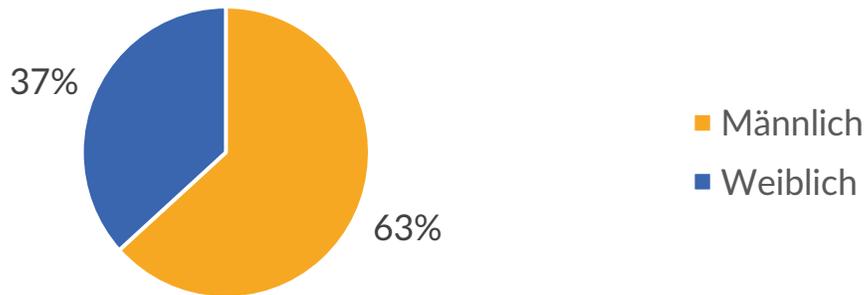
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2018
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,45 Mio.)



Soziodemographie: Sponsoren treffen im Golfsport auf eine spitze und gut gebildete Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich **6,4 Mio.** Menschen und damit **9%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Golf. 1,25 Mio. (2%) davon interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen immerhin mehr als ein Drittel der Zielgruppe.

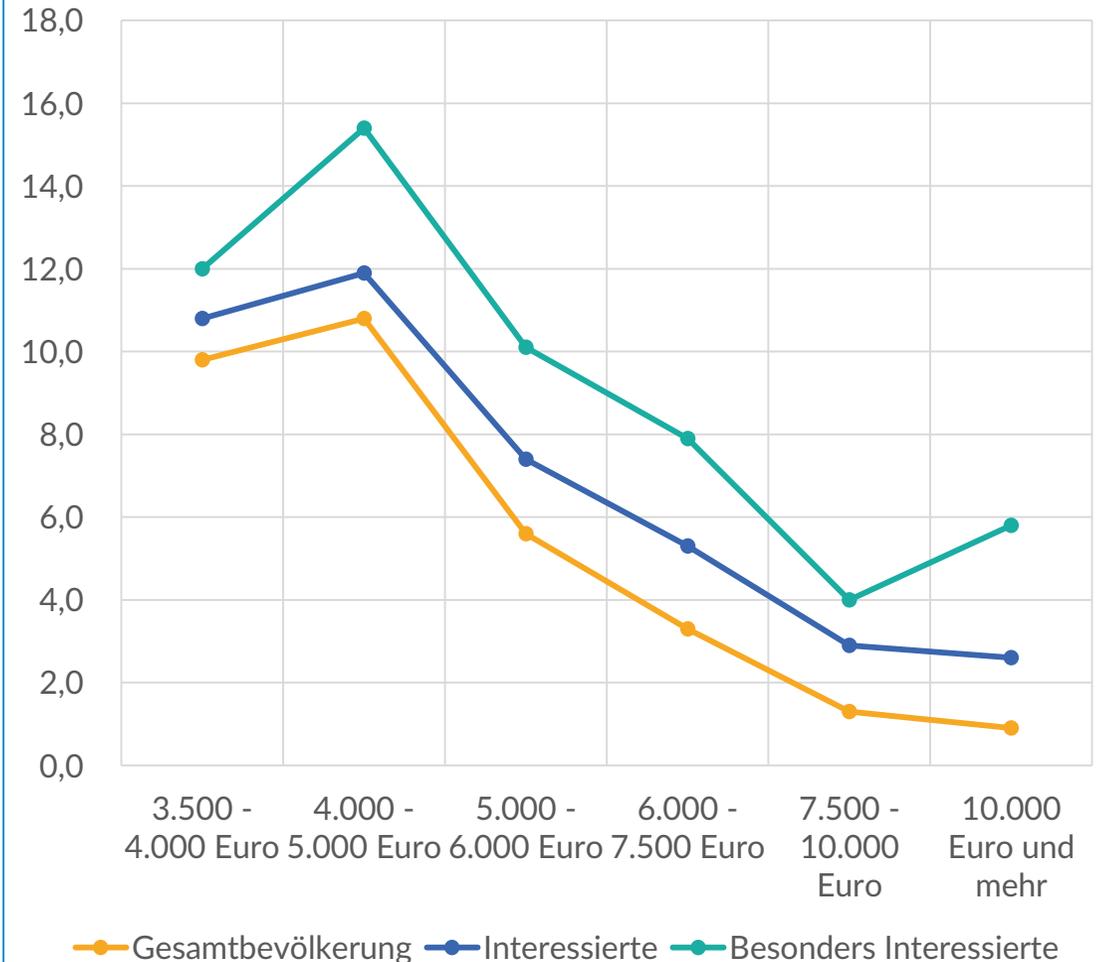
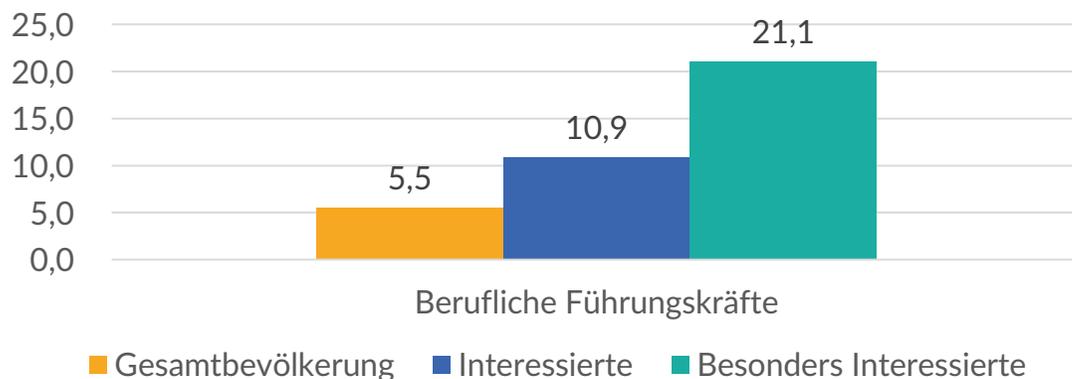
Golfinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein deutlich **erhöhtes Bildungsniveau**: während nur 17% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Golf-Interessierten bereits 26%.



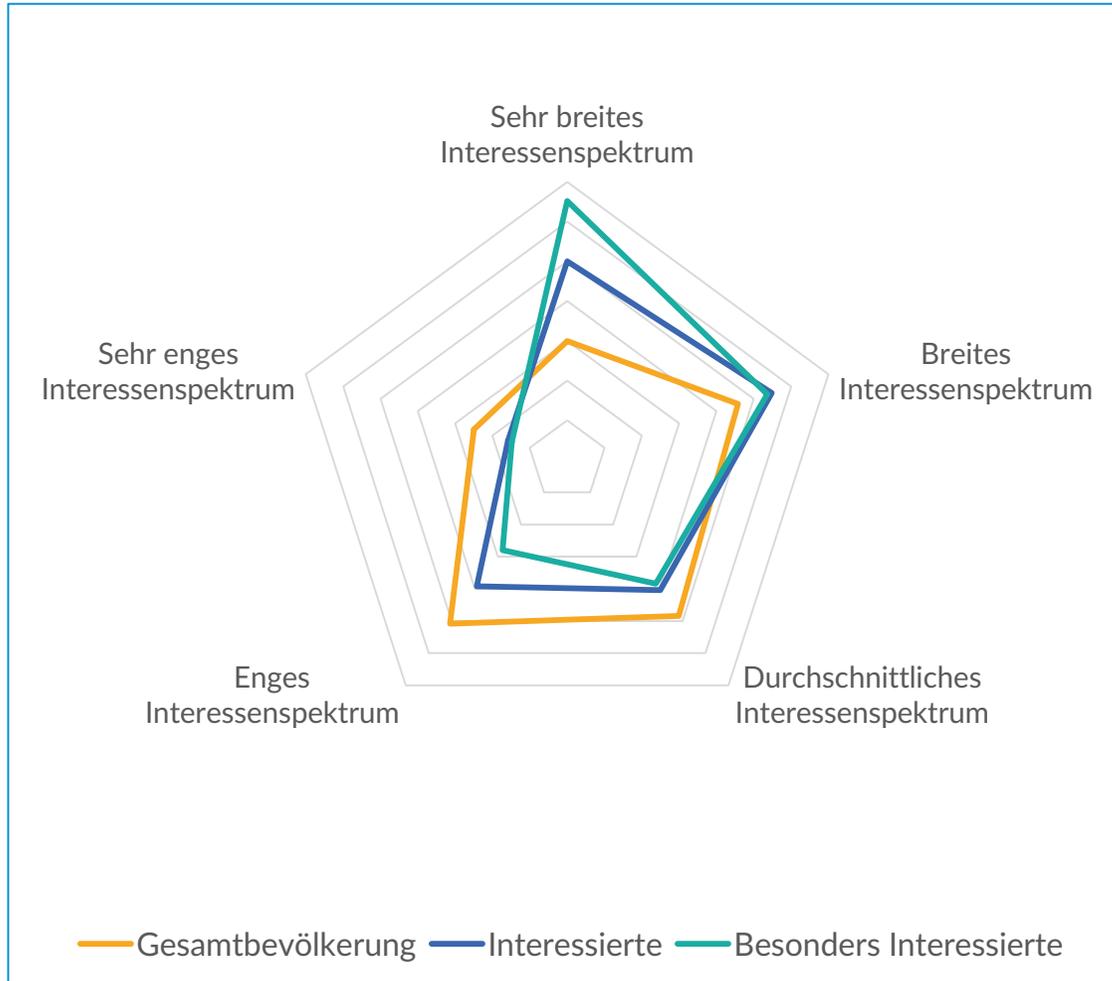
Soziodemographie: Führungskräfte mit hohem Einkommen sind in der Zielgruppe deutlich überrepräsentiert

Der Anteil beruflicher **Führungskräfte** ist unter den Golf-Interessierten fast doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung, unter den Golf-Fans ist er sogar beinahe vervierfacht. Golfinteressierte Menschen sind oftmals Inhaber oder Geschäftsführer eines Unternehmens, leitende Angestellte oder Beamte im höheren oder gehobenen Dienst.

Entsprechend ist das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Golfinteressierten vergleichsweise hoch und die Zielgruppe in den oberen Einkommensklassen deutlich überrepräsentiert.

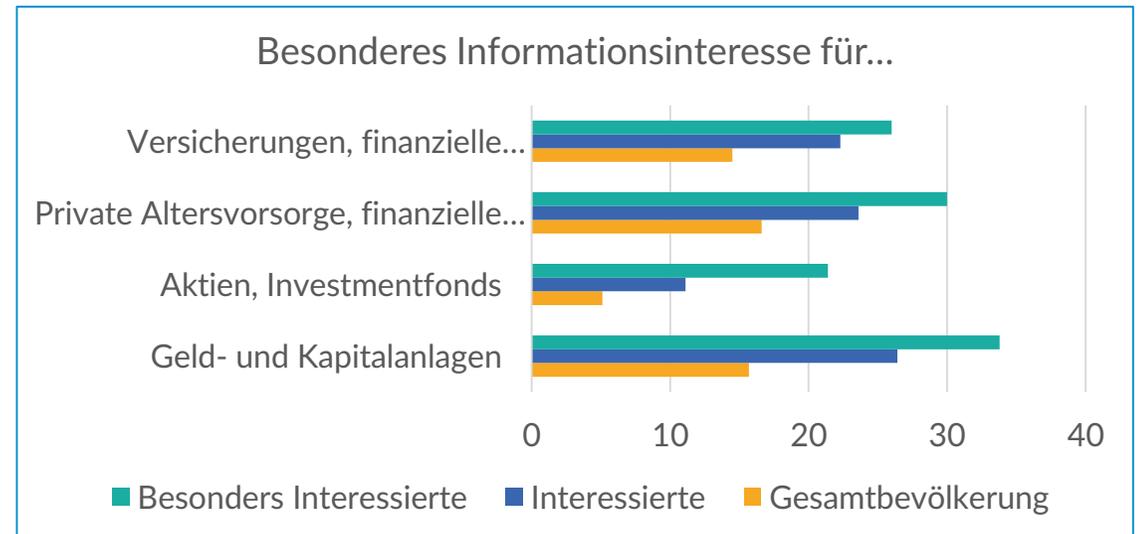


Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Finanzbereich

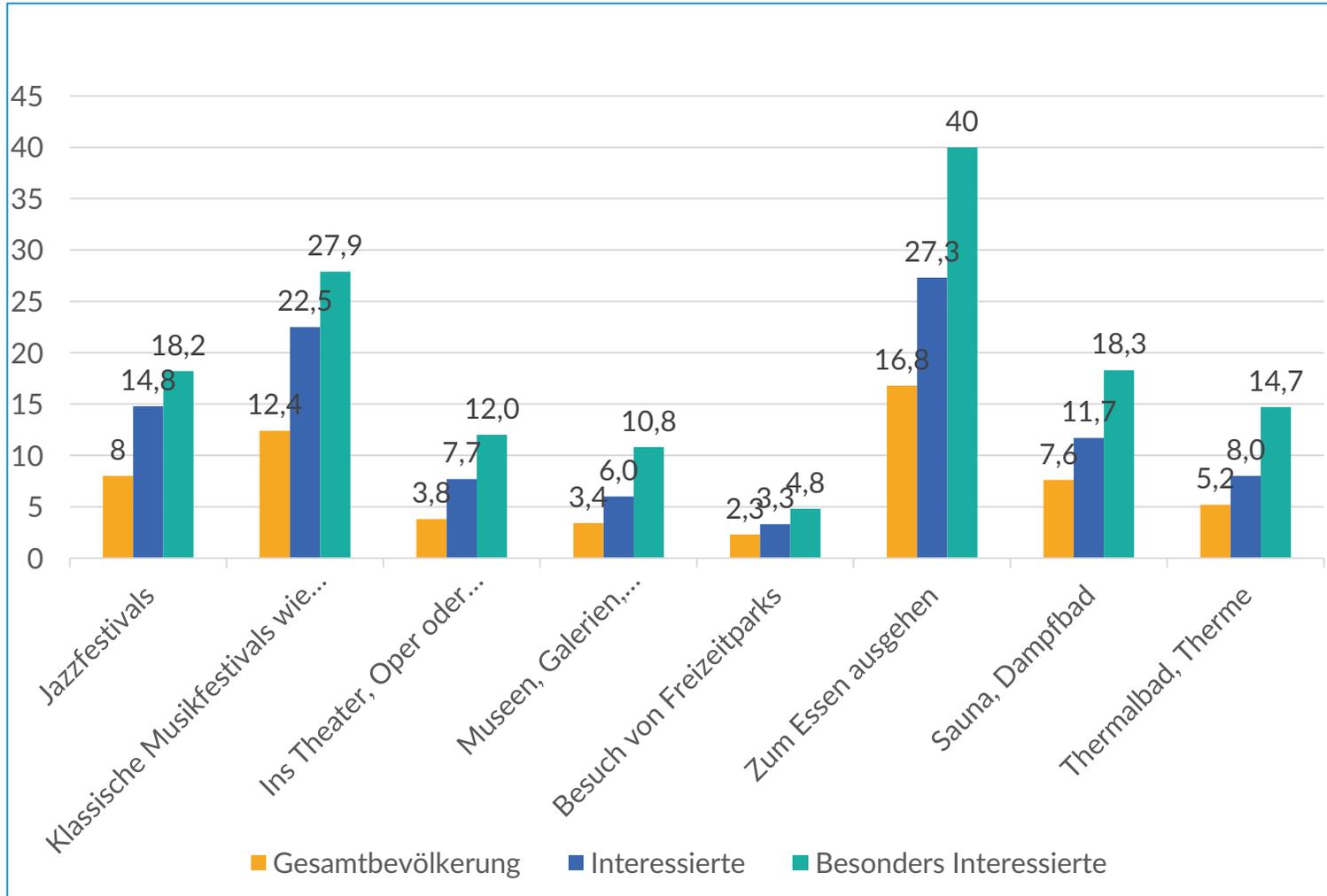


Golfinteressierte Menschen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf.

Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Finanz- und Versicherungsprodukten**, aber auch an moderner Architektur und Design, Oldtimer-Autos und -Motorrädern sowie Wissenschaft, Geschichte, und Wirtschafts- und Steuerthemen.



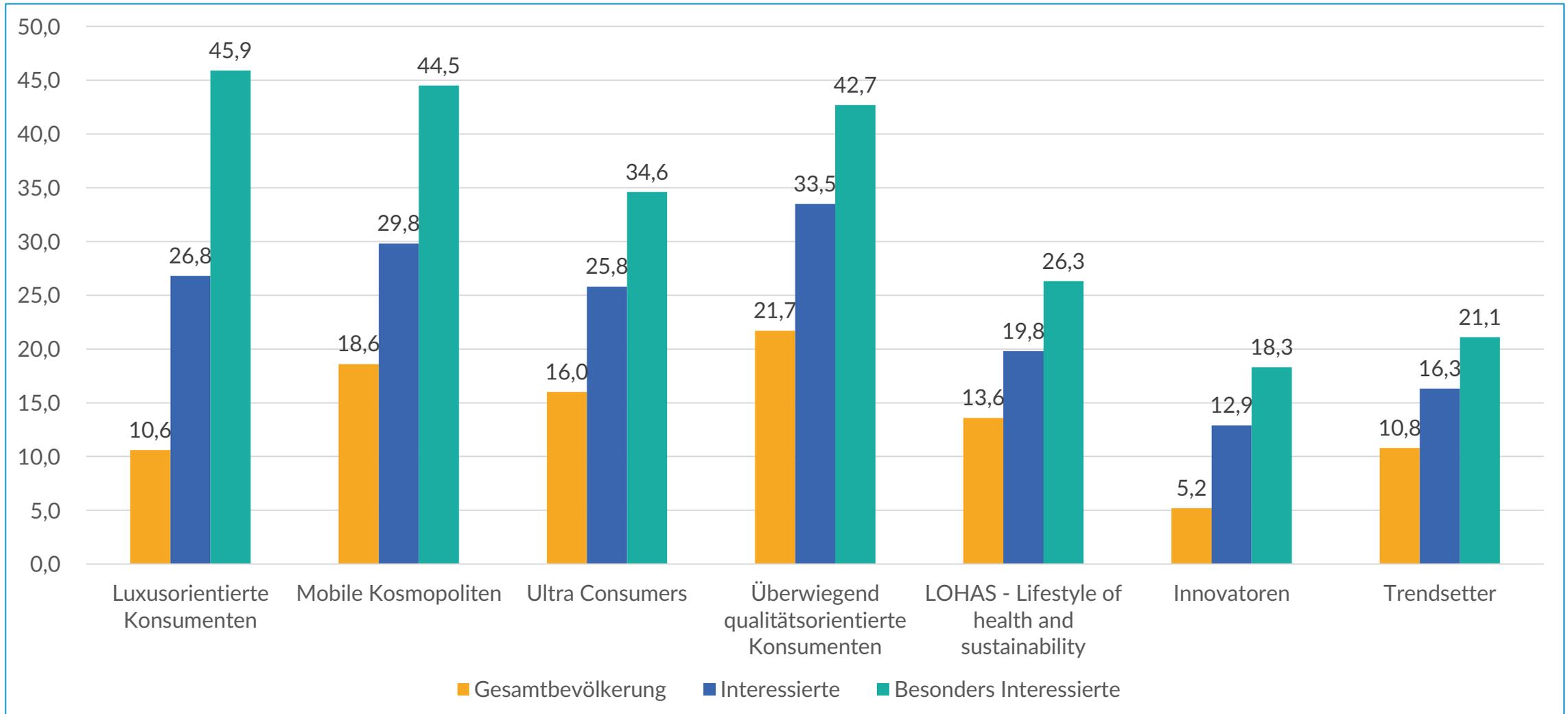
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Kultur und Sport sind von besonderer Relevanz



Auch das **Kunst- und Kulturinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Die Zielgruppe geht vergleichsweise gerne zu Klassik- und Jazzfestivals, in das Theater, die Oper, in Museen, Galerien und Restaurants. Auch Saunen sowie Dampf- und Thermalbäder erfreuen sich einer besonderen Beliebtheit.

Im Hinblick auf andere Sportarten interessiert sich die Zielgruppe in besonderem Maße für Basketball, Beachvolleyball, Volleyball, Segeln, Segel-/Sportfliegen, Tennis, Tischtennis und Triathlon. Selbst aktiv werden die Golfinteressierten darüber hinaus vergleichsweise gerne in der **Leichtathletik** und auf dem **Renntag**.

Die Golfinteressierten als Konsumenten: Unter den golfinteressierten Menschen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder



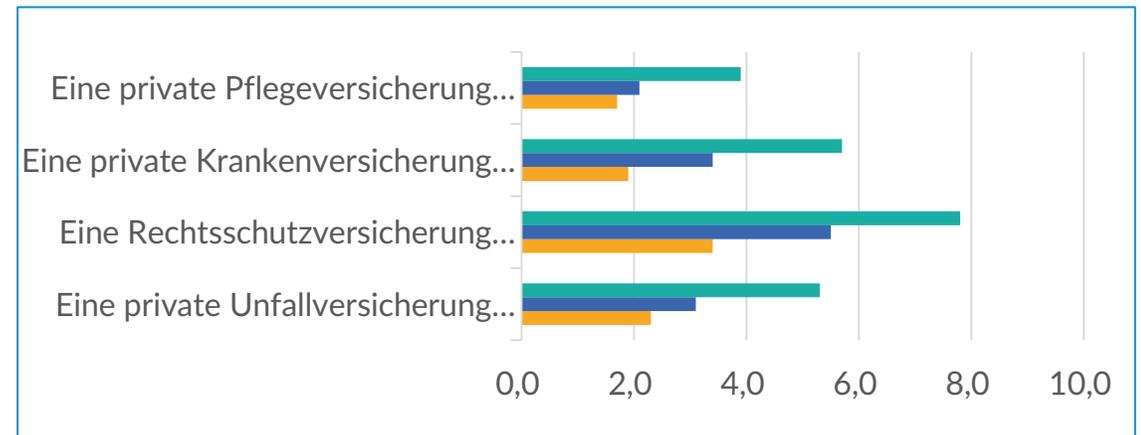
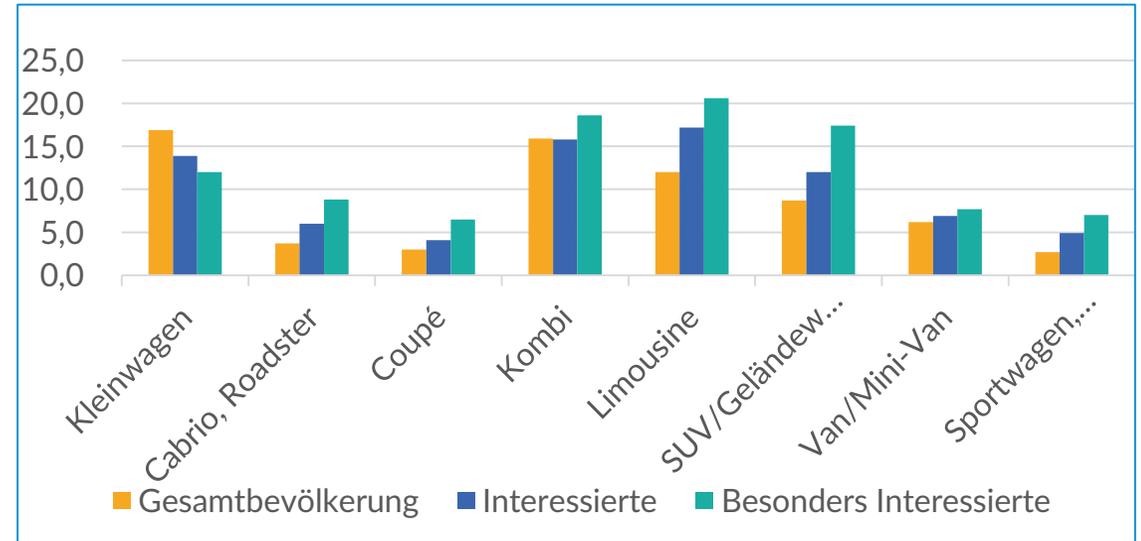
Die Golfinteressierten als Konsumenten: Hohe allgemeine Ausgabebereitschaft und ein gesteigertes Interesse an Autos, Geldanlagen und Versicherungen

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Autos, Sport, Kleidung, Reisen, Hobbies, Ausgehen, technische Geräte, Versicherungen, Gesundheit, Wellness, gutes Essen sowie viele weitere Produkte und Aktivitäten ist deutlich erhöht.

Gerade bei **Autos** ist ein klares Bild zu erkennen: Die Fahrzeugform des Wunsch-PKWs ist vergleichsweise häufig ein Cabrio/Roadster, Coupé, Limousine, SUV oder ein Sportwagen.

Auch für Finanz- und Versicherungsinstitute stellen die Golfinteressierten eine spannende Zielgruppe dar: der Besitz von **Geldanlagen** wie Unternehmensbeteiligungen, Fonds, Aktien und anderen Wertpapieren bzw. eine entsprechende Kaufabsicht ist unter den Golfinteressierten stark ausgeprägt.

Gleiches gilt für die **Versicherungen**: Der Plan, zukünftig private Pflege-, Kranken-, Rechtsschutz- und Unfallversicherungen abzuschließen, ist vergleichsweise häufig zu beobachten.



Zusammenfassung der Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen

- Die Zielgruppe im Golf ist **spitz** und markant. Sponsoren treffen im Golf auf ein Publikum, das überdurchschnittlich gut **gebildet** ist, häufig in **Führungspositionen** arbeitet und über ein vergleichsweise hohes **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich besteht bei der Zielgruppe eine **erhöhte Kaufbereitschaft** und beispielsweise ein besonderes Interesse an Geld- und Finanzprodukten sowie Versicherungen. Als besonders **aktive Konsumenten** sind die Golfinteressierten durchaus auch luxus- und qualitätsbewusst.
- Golfinteressierte Menschen sind außerdem vergleichsweise vielseitig **interessiert, innovativ** und **kosmopolitisch**, was sie zu einer ausgesprochen attraktiven Zielgruppe macht. Unternehmen mit einem entsprechenden Angebot und Profil haben gute Chancen, durch ein Sponsoring im Golf ihre Bekanntheit, ihr Image und ihren Abverkauf in der Zielgruppe zu verbessern.

