

Leichtathletik

Die Besonderheiten der Zielgruppe in
Deutschland

Herbstwelle Juli – Oktober 2020

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse Herbst 2020
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,51 Mio.)

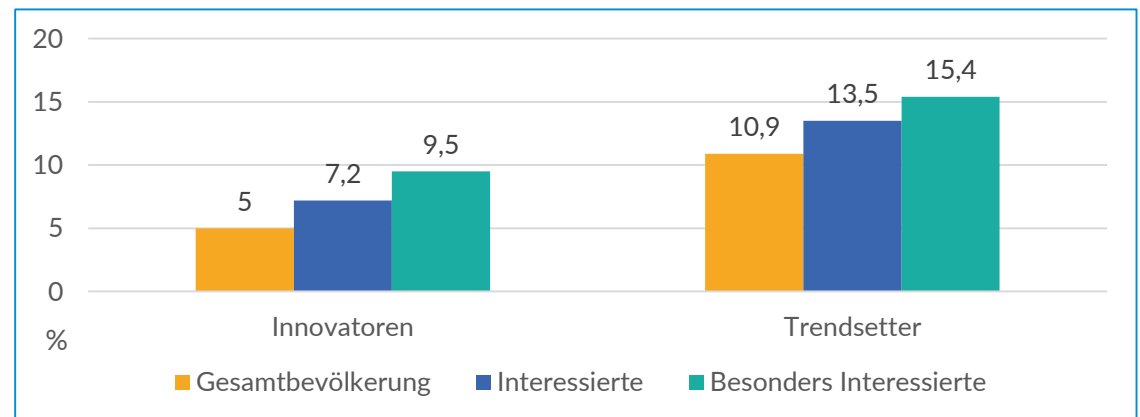
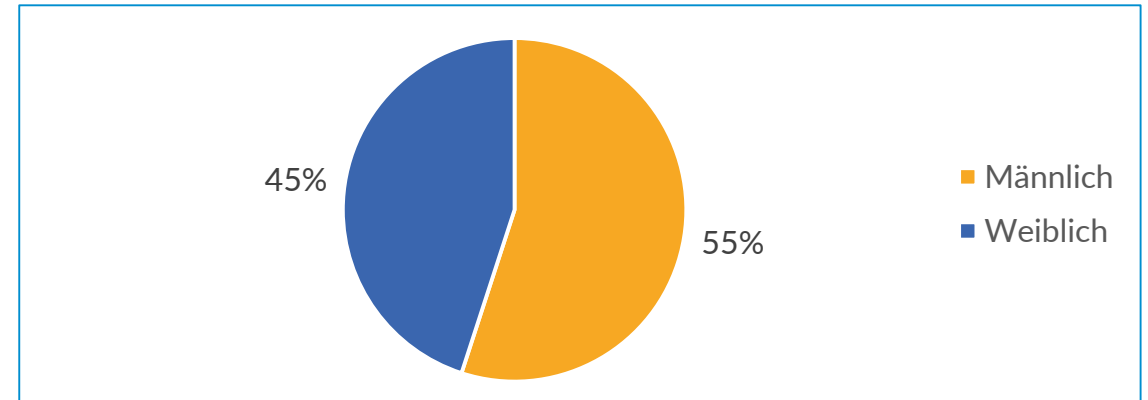


Soziodemographie: mehr als 30 Millionen Menschen – Leichtathletik hat die zweitgrößte Anhängerschaft aller Sportarten in Deutschland

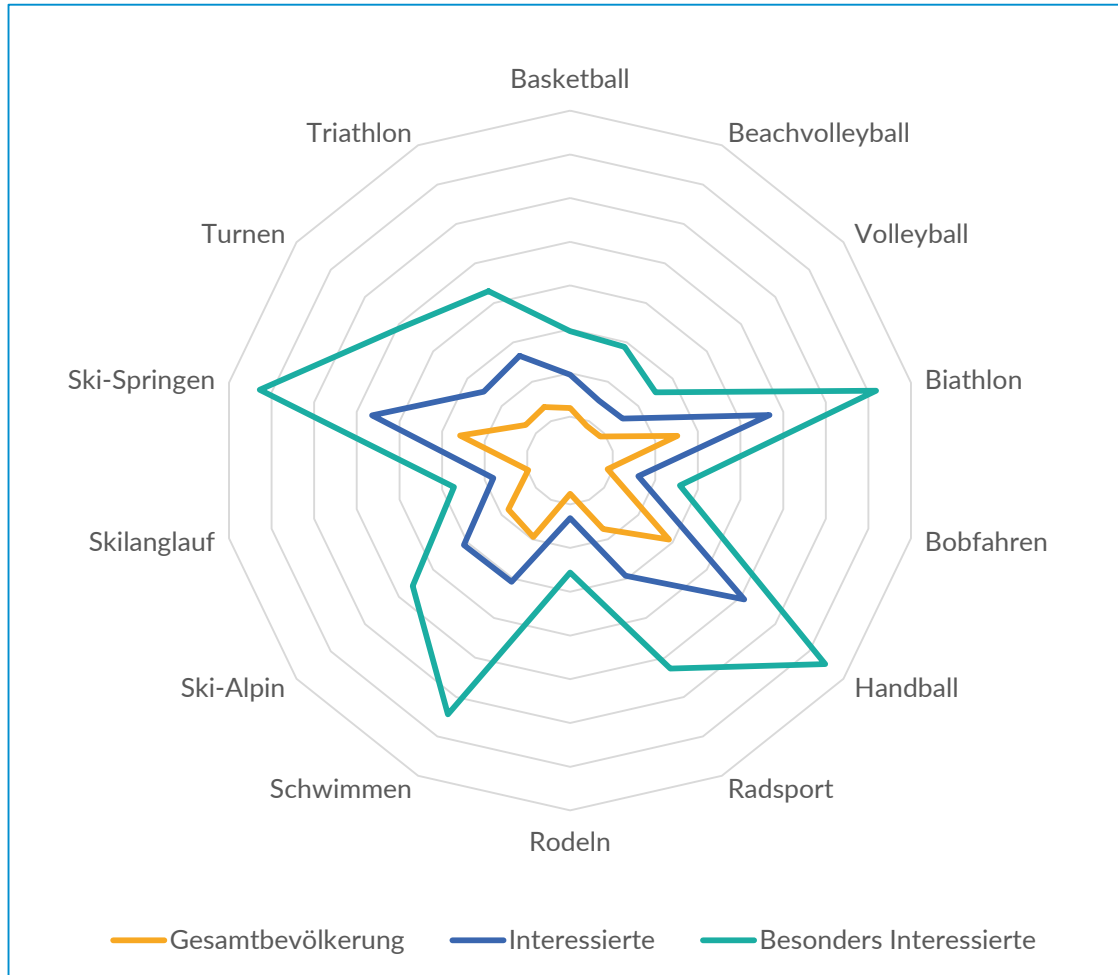
In Deutschland interessieren sich **30,8 Mio.** Menschen und damit **44%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Leichtathletik. Gemessen am Sportinteresse der Deutschen positioniert sich die Leichtathletik damit im Ranking aller Sportarten auf **Platz 2** hinter Fußball. In der Leichtathletik treffen Sponsoren also auf eine besonders **große Zielgruppe**. Selbst die engere Zielgruppe der „besonders Interessierten“ hat eine Größe von 10,14 Mio. (14% der Gesamtbevölkerung).

Auch wenn das Geschlechterverhältnis innerhalb der Zielgruppe relativ ausgeglichen ist, sind Männer häufiger (55%) besonders an der Leichtathletik interessiert.

Beruflich sind die Leichtathletikinteressierten vergleichsweise häufig in der Politik sowie den Natur- und Ingenieurwissenschaften aktiv. Unter ihnen finden sich außerdem relativ viele **Innovatoren** und **Trendsetter**.

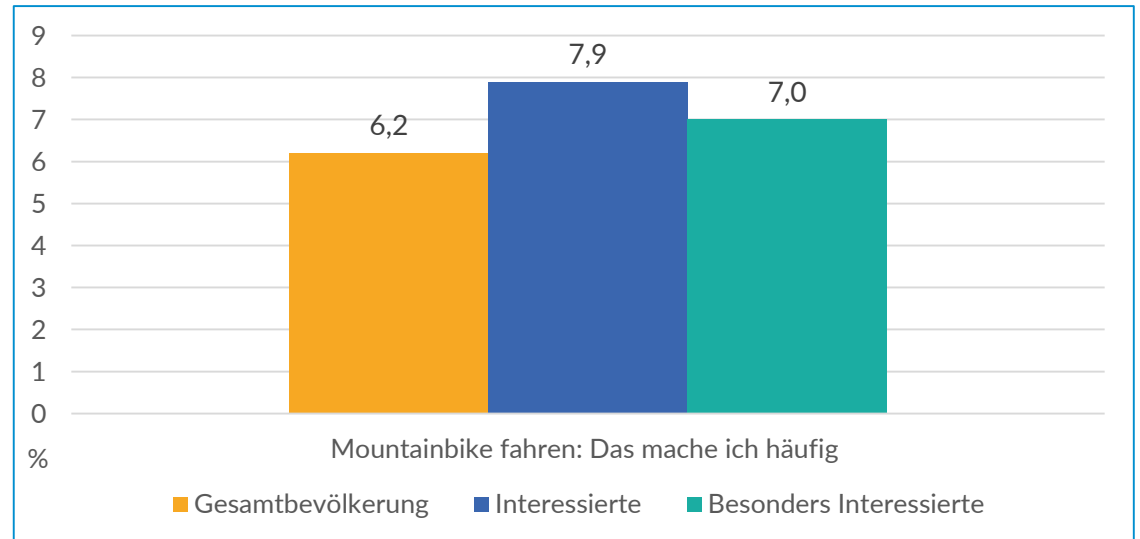


Interessen und Vorlieben: die Zielgruppe verfolgt auch andere Sportarten mit großem Interesse und verbringt ihre Freizeit gerne in den Bergen



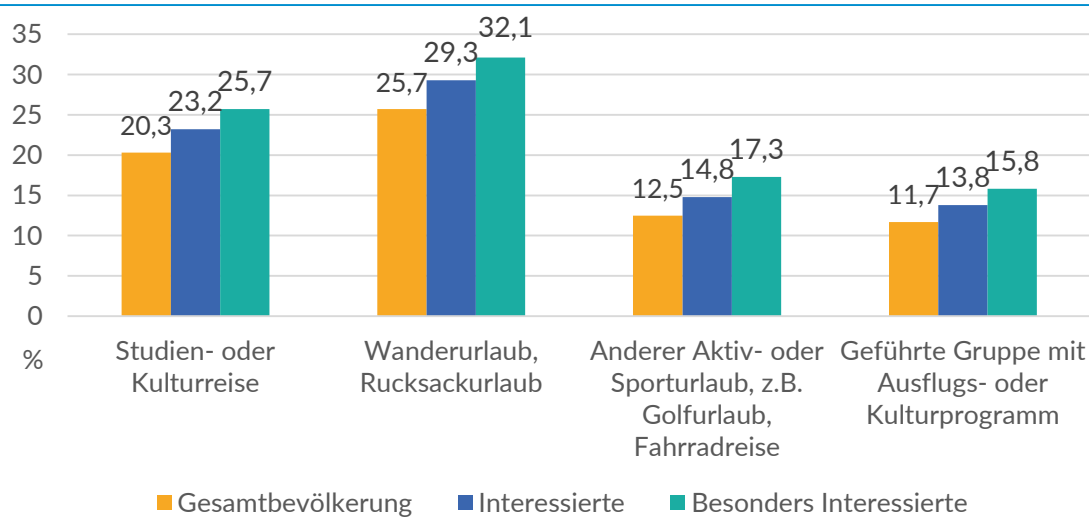
Menschen mit einem Interesse an Leichtathletik begeistern sich zumeist auch überdurchschnittlich stark für andere Sportarten. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ist das Interesse an **Skispringen**, **Biathlon** und **Handball** besonders ausgeprägt.

Die Zielgruppe fährt in ihrer Freizeit verhältnismäßig häufig **Mountainbike**.

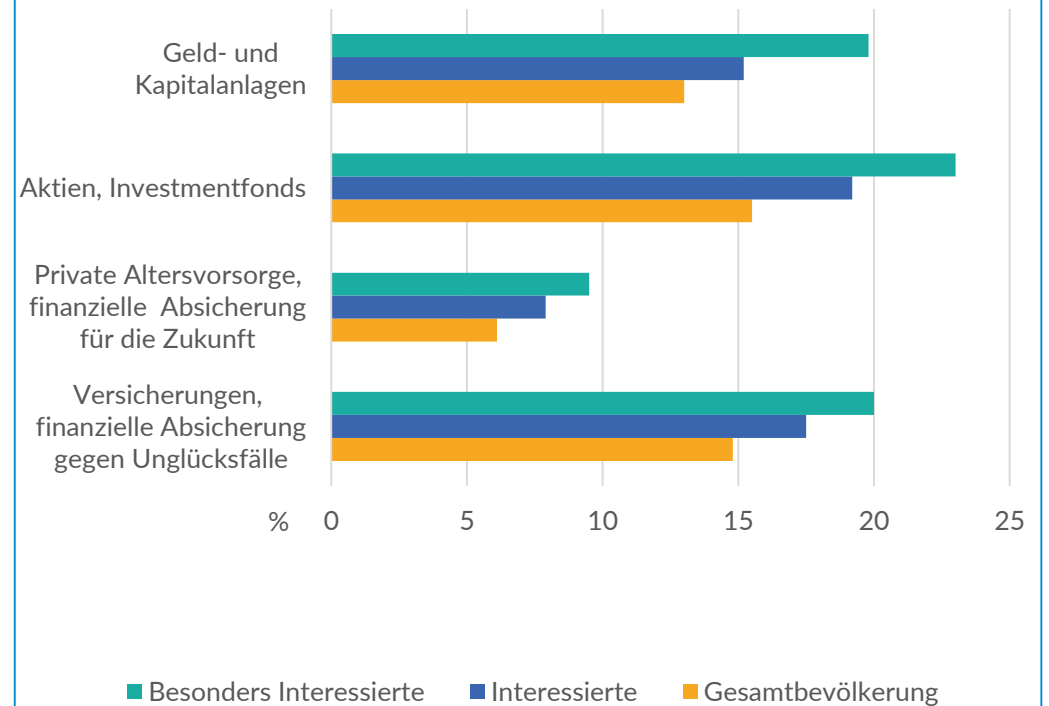


Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Finanzbereich. Bei Reisen ist die Zielgruppe gerne aktiv

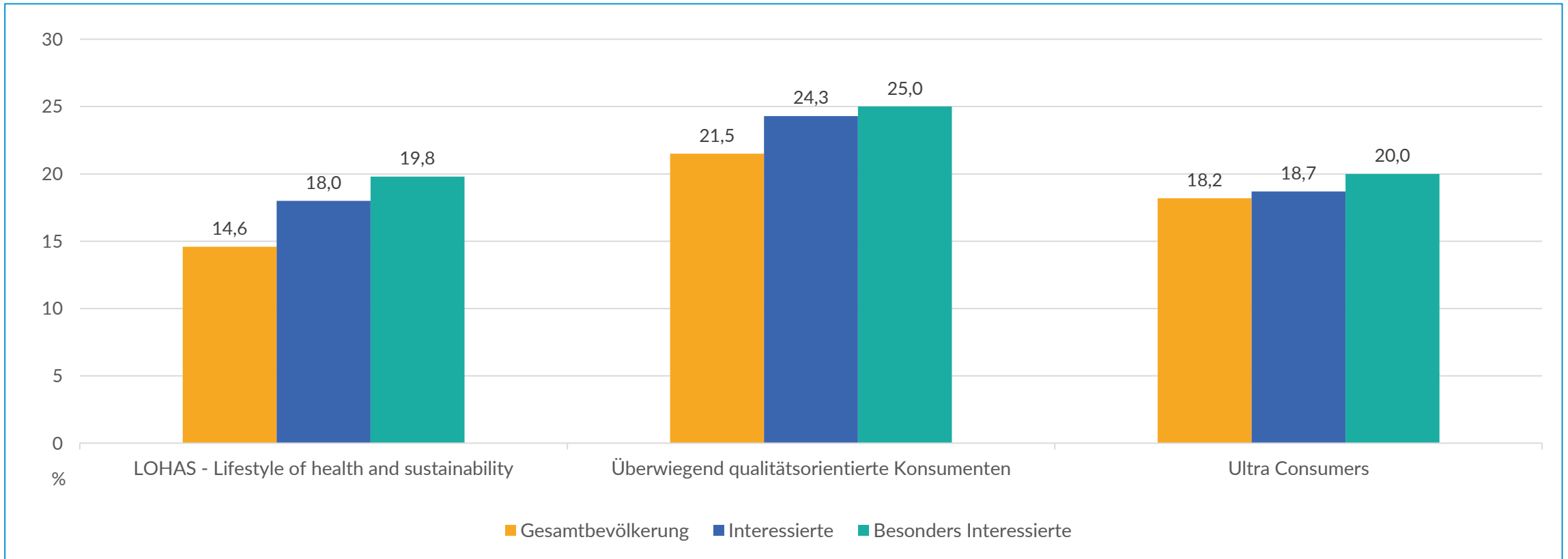
Leichtathletikinteressierte Personen haben ein vergleichsweise hohes Interesse an **Finanz- und Versicherungsprodukten**. Die Zielgruppe reist in von Corona unbeeinflussten Zeiten gerne, besonders **Studien- oder Kulturreisen** sowie sportliche **Wanderurlaube** erfreuen sich hoher Beliebtheit.



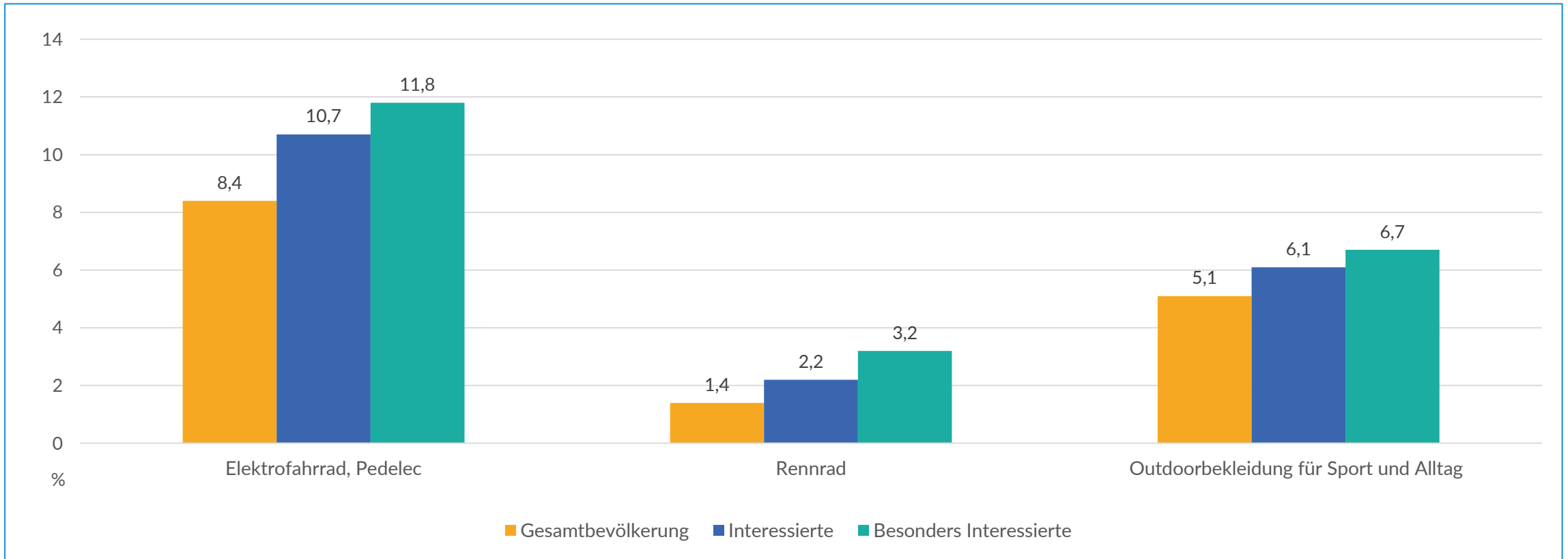
Besonderes Informationsinteresse für...



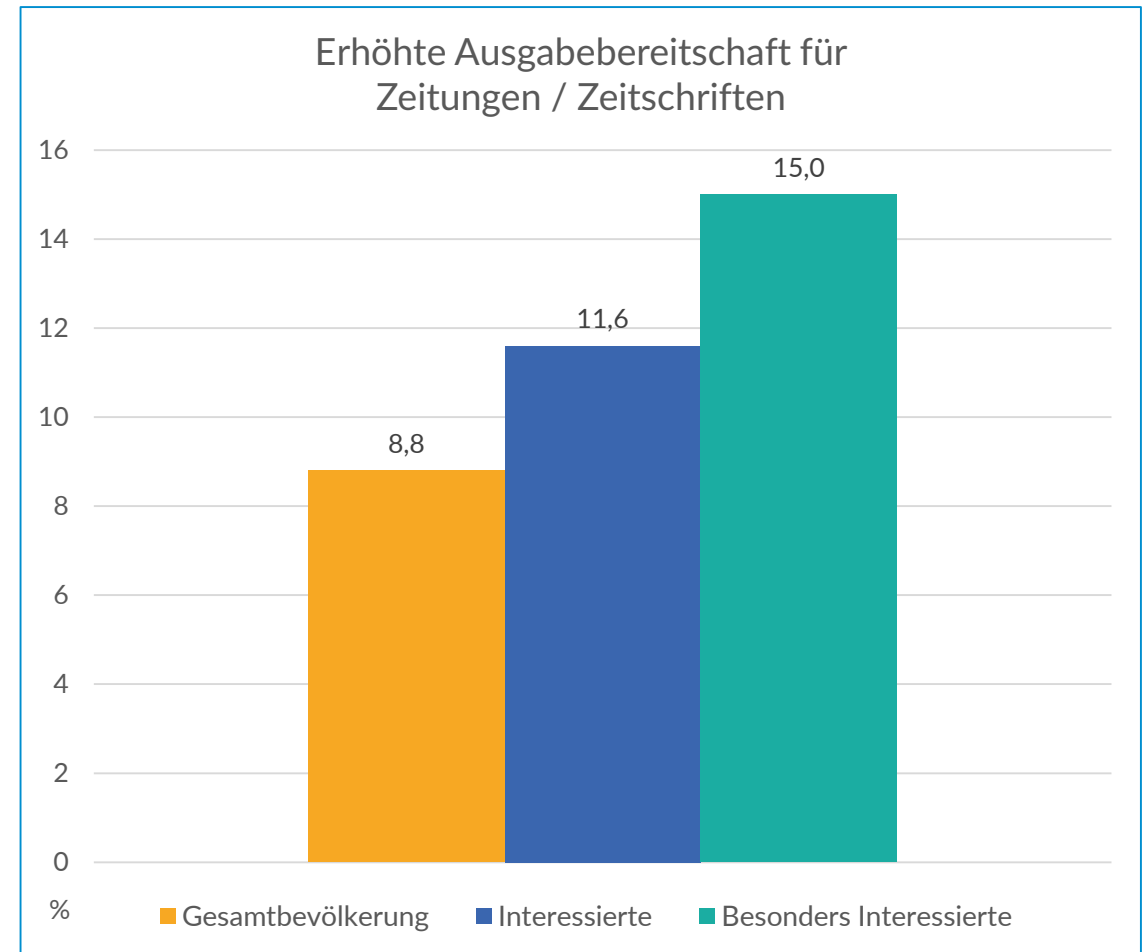
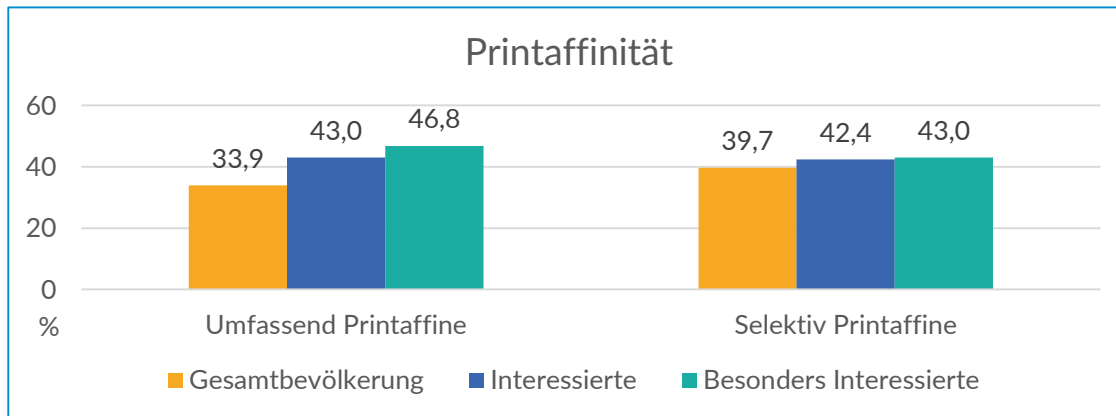
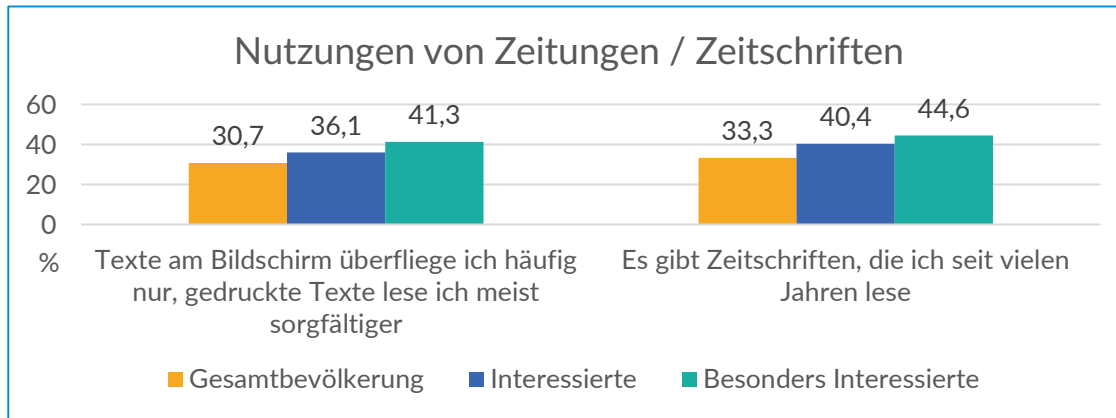
Die Zielgruppe als Konsumenten: unter den Leichtathletikinteressierten finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder



Die Zielgruppe als Konsumenten: die Vorliebe für Outdoor-Aktivitäten findet sich auch in den Kaufabsichten der Zielgruppe wieder. Fahrräder und Equipment stehen in besonderem Maße auf der Wunschliste der Leichtathletikinteressierten



Mediennutzung der Zielgruppe: Menschen mit Interesse an Leichtathletik nutzen Printmedien vergleichsweise stark und weisen dafür auch eine erhöhte Ausgabebereitschaft auf



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Leichtathletik ist nach Fußball die Sportart mit der größten Interessens- und Fangemeinde in Deutschland. Ganze **44%** der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren und damit mehr als **30 Millionen** interessieren sich für diese Sportart. Sponsoren erreichen über die Leichtathletik aber nicht nur einen besonders **großen**, sondern auch einen ausgesprochenen **innovativen Teil der Bevölkerung**.
- Die Zielgruppe der Leichtathletikinteressierten zeigt ein großes Interesse an **Sport** und **Outdoor-Aktivitäten** wie Mountainbike fahren. Die Anschaffung von **Fahrrädern** steht bei der Zielgruppe verhältnismäßig hoch im Kurs.
- Die Zielgruppe ist auffällig **printaffin** und zeigt sowohl eine verstärkte Nutzung von Printmedien als auch eine erhöhte Ausgabebereitschaft für diese.

