

Golf

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

Herbstwelle Juli – Oktober 2020

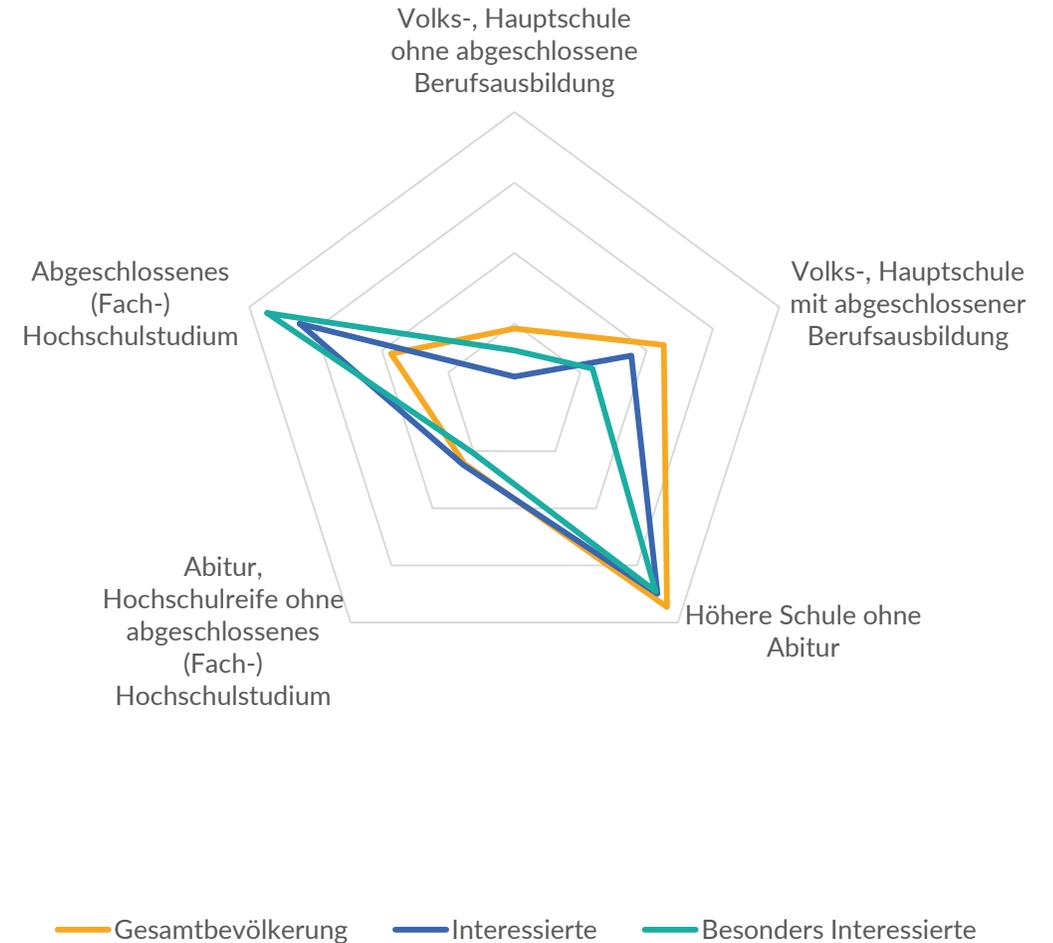
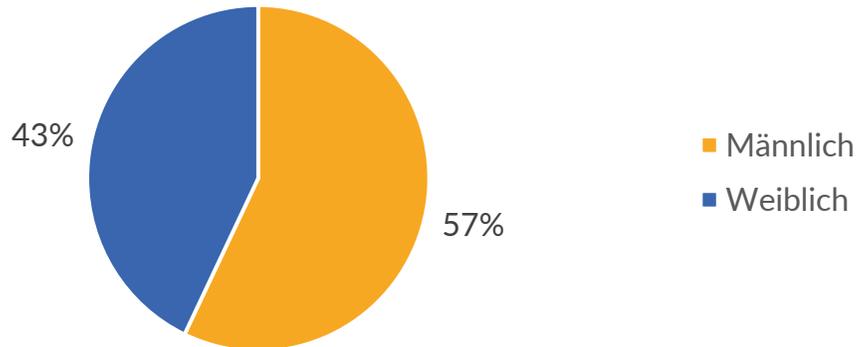
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse Herbst 2020
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,51 Mio.)



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

In Deutschland interessieren sich **6,25 Mio.** Menschen und damit **9%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Golf. 1,67 Mio. (2%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mehr als ein Drittel der Zielgruppe.

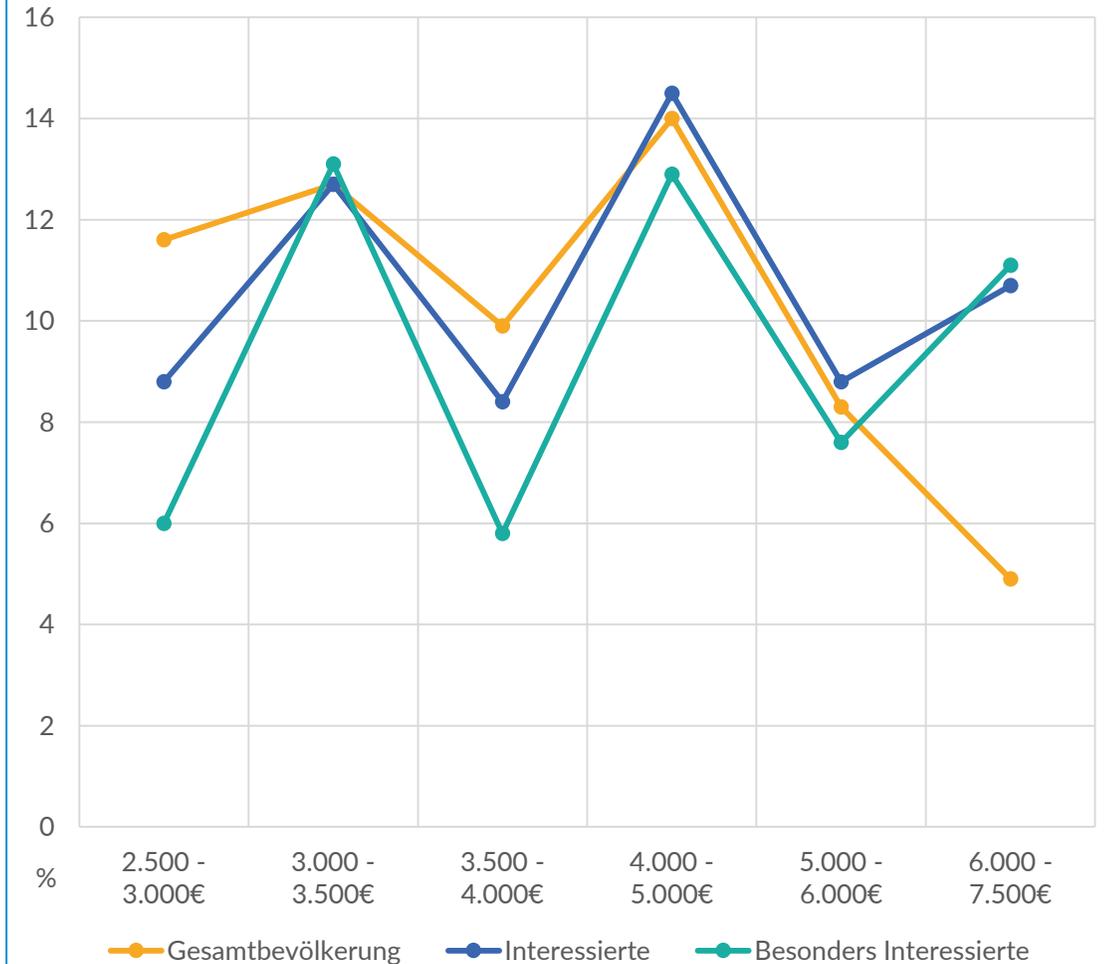
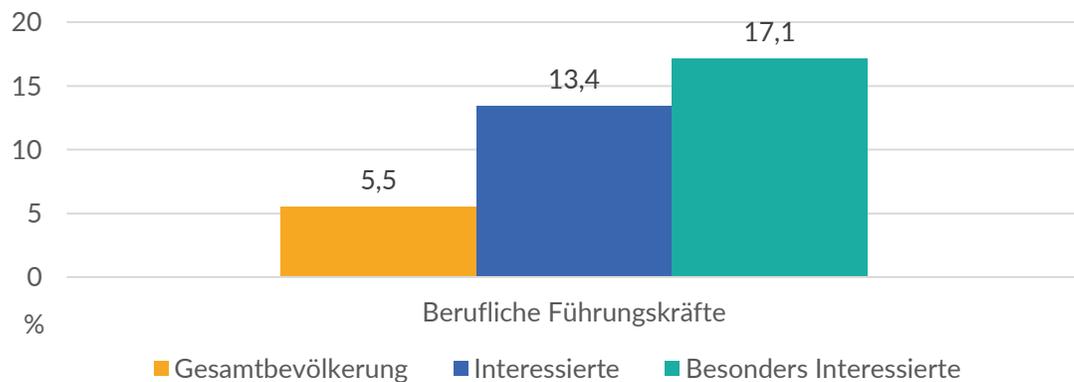
Golfinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein deutlich **erhöhtes Bildungsniveau**: während nur 18% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Golfinteressierten sogar 32%.



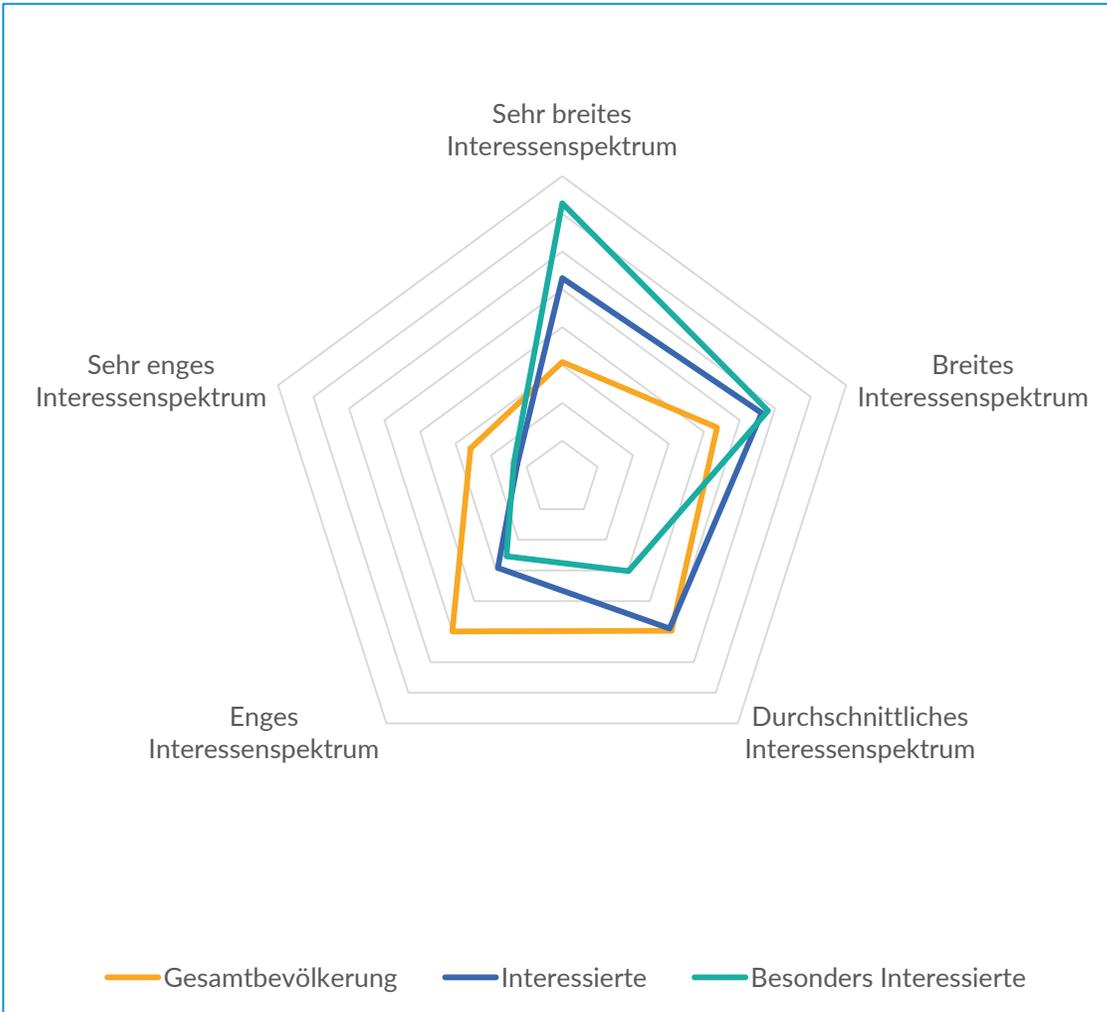
Soziodemographie: Golfers sind in Führungspositionen mit hohem Einkommen

Der Anteil beruflicher **Führungskräfte** ist unter den Golf-Interessierten überdurchschnittlich und höher als in der Gesamtbevölkerung - unter den besonders Golfinteressierten ist er sogar dreieinhalb Mal höher. Golfinteressierte Menschen haben oftmals eine **Führungsposition**, bzw. sind Führungskraft im Betrieb.

Entsprechend ist das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Golfinteressierten vergleichsweise höher als in der Gesamtbevölkerung.

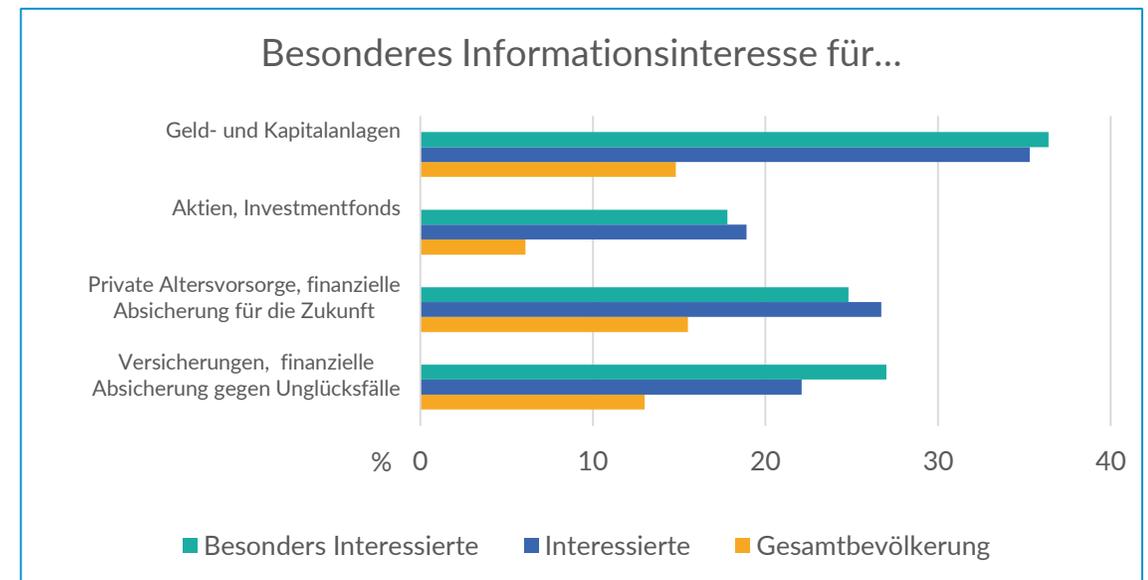


Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Finanzbereich

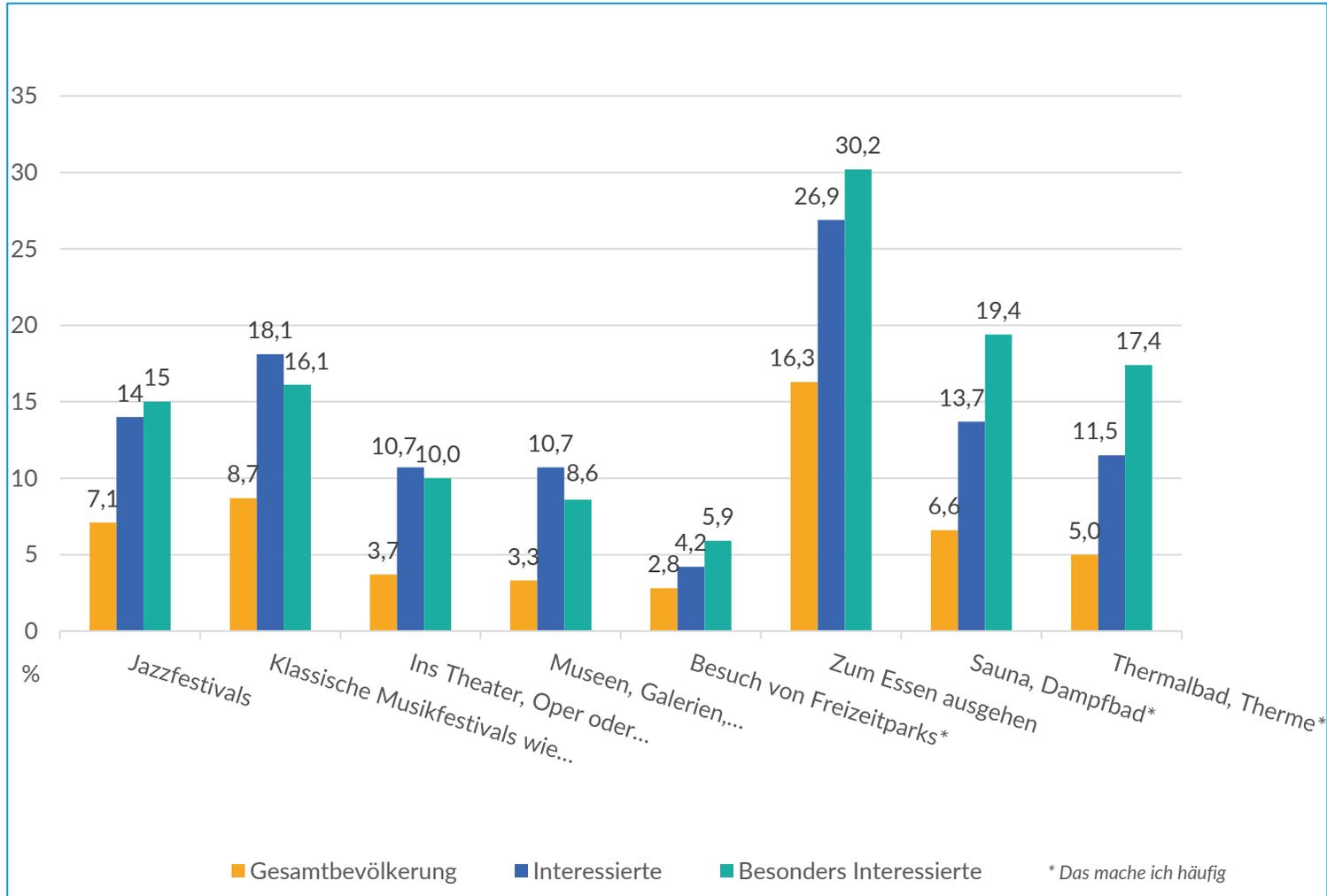


Golfinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf.

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



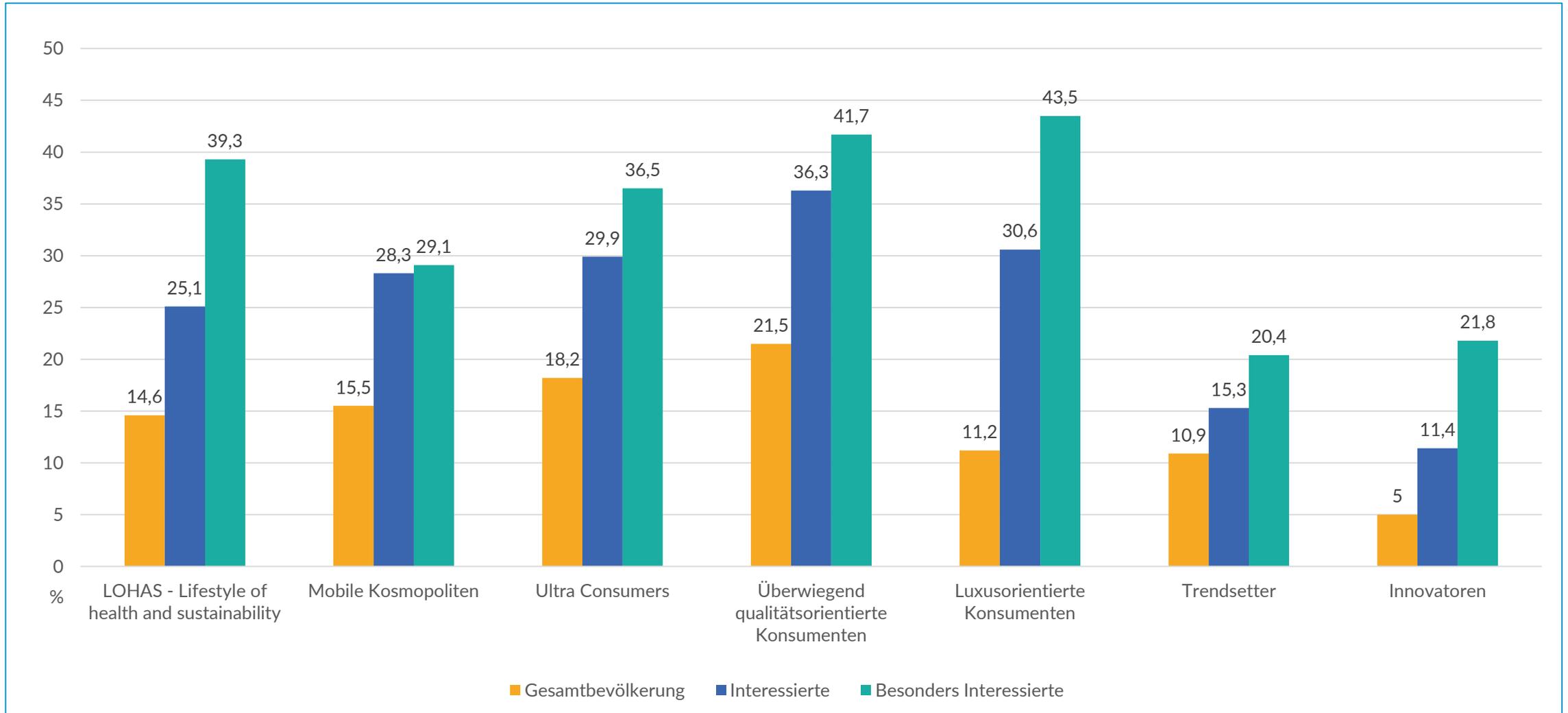
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Kultur und Sport sind von besonderer Relevanz



Auch das **Kunst- und Kulturinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Die Zielgruppe geht gerne zu Klassik- und Jazzfestivals, ins Theater, in 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 im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **Basketball**, (Beach-) Volleyball, Segeln, Sportfliegen, Tennis, Tischtennis und Triathlon. Selbst aktiv werden die Golfinteressierten darüber hinaus vergleichsweise gerne in der **Leichtathletik** oder auf dem **Rennrad**.

Die Golfinteressierten als Konsumenten: unter den an Golf interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder

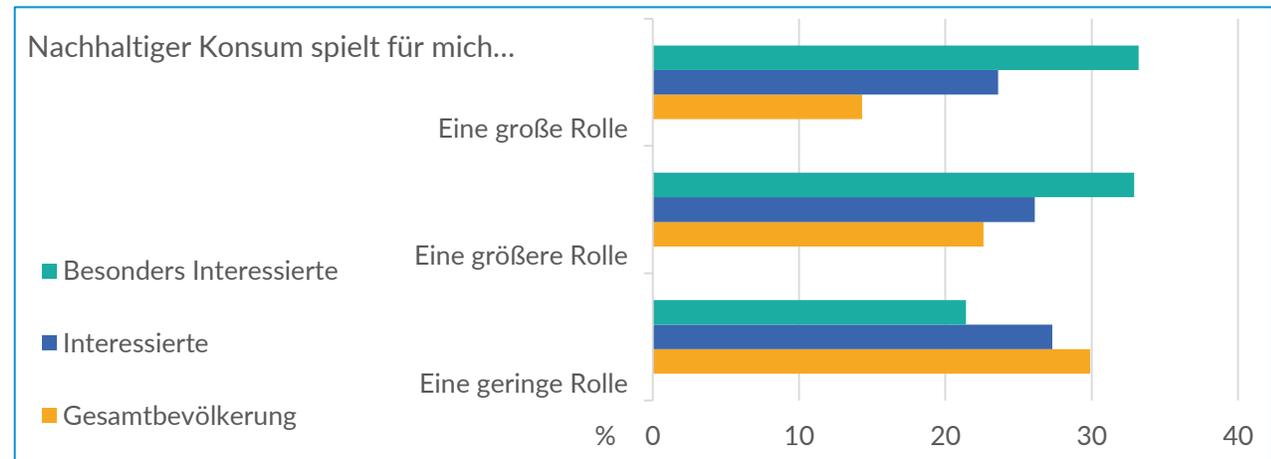
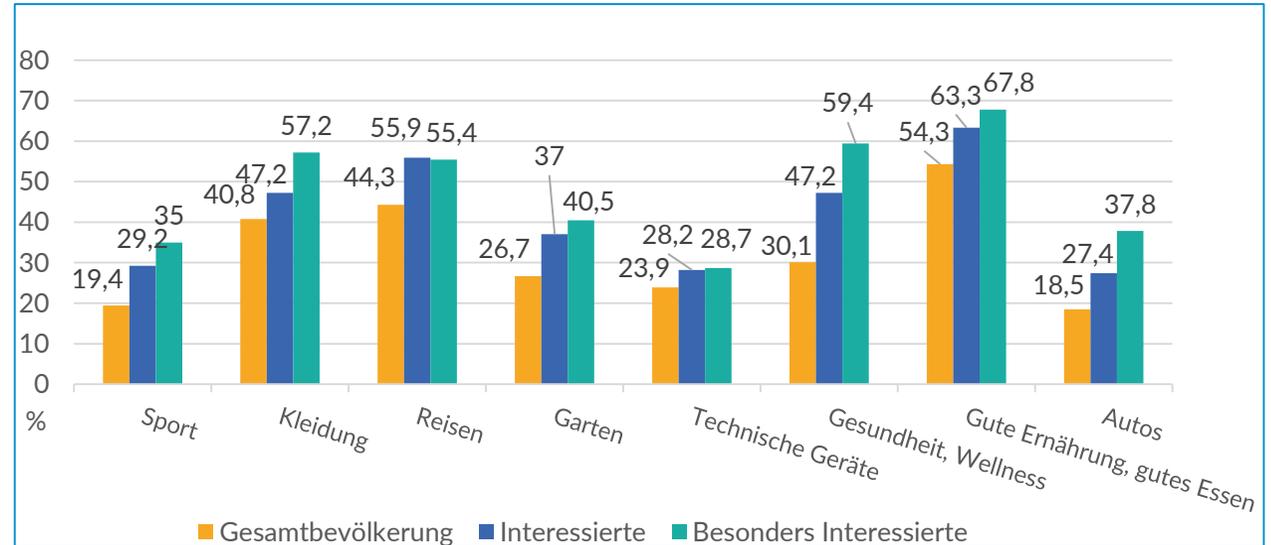


Die Golfinteressierten als Konsumenten: hohe Ausgabebereitschaft und ein gesteigertes Interesse an Autos, Geldanlagen und Versicherungen

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Kleidung, Reisen, Hobbies, Ausgehen, technische Geräte, Versicherungen, Gesundheit, Wellness, gutes Essen sowie viele weitere Produkte und Aktivitäten ist deutlich erhöht. Gerade bei **guter Ernährung** ist ein klares Bild zu erkennen.

Dabei ist den besonders Golfinteressierten ein **nachhaltiger Konsum** sehr wichtig.

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.



Zusammenfassung der Ergebnisse

- 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 sie legt besonderen Wert auf **nachhaltigen Konsum**. 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 Sponsoring im Golf ihre Bekanntheit, ihr Image und ihren Abverkauf zu verbessern.

