

TEAM



Deutsche Olympiamannschaft

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse Herbstwelle 2022
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,60 Mio.)

Foto: © Picture Alliance

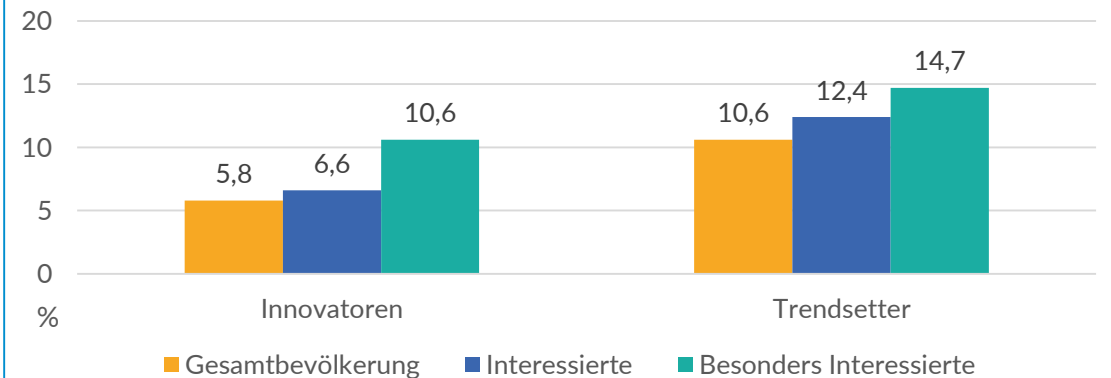
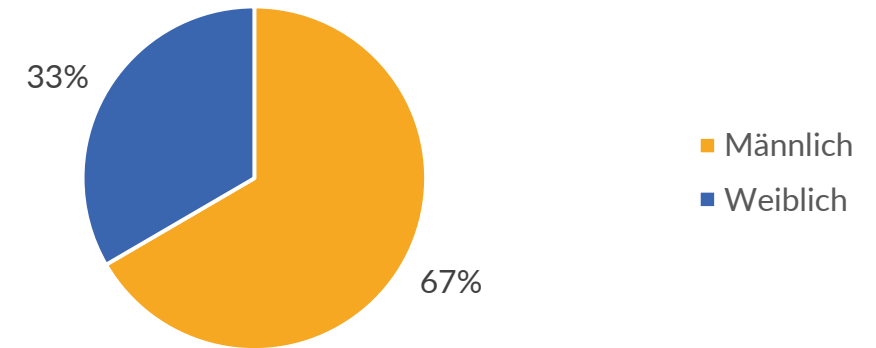
Soziodemographie: Sponsoren treffen auf eine große und innovative Zielgruppe

In Deutschland interessieren* sich **24,14 Mio.** Menschen und damit **34%** der Bevölkerung für die Deutsche Olympiamannschaft. 10,81 Mio. (15%) interessieren sich sogar ganz besonders für diese Sportarten.

Innerhalb der Zielgruppe sind es häufiger Männer (66,6%), die an der Deutschen Olympiamannschaft besonders interessiert sind.

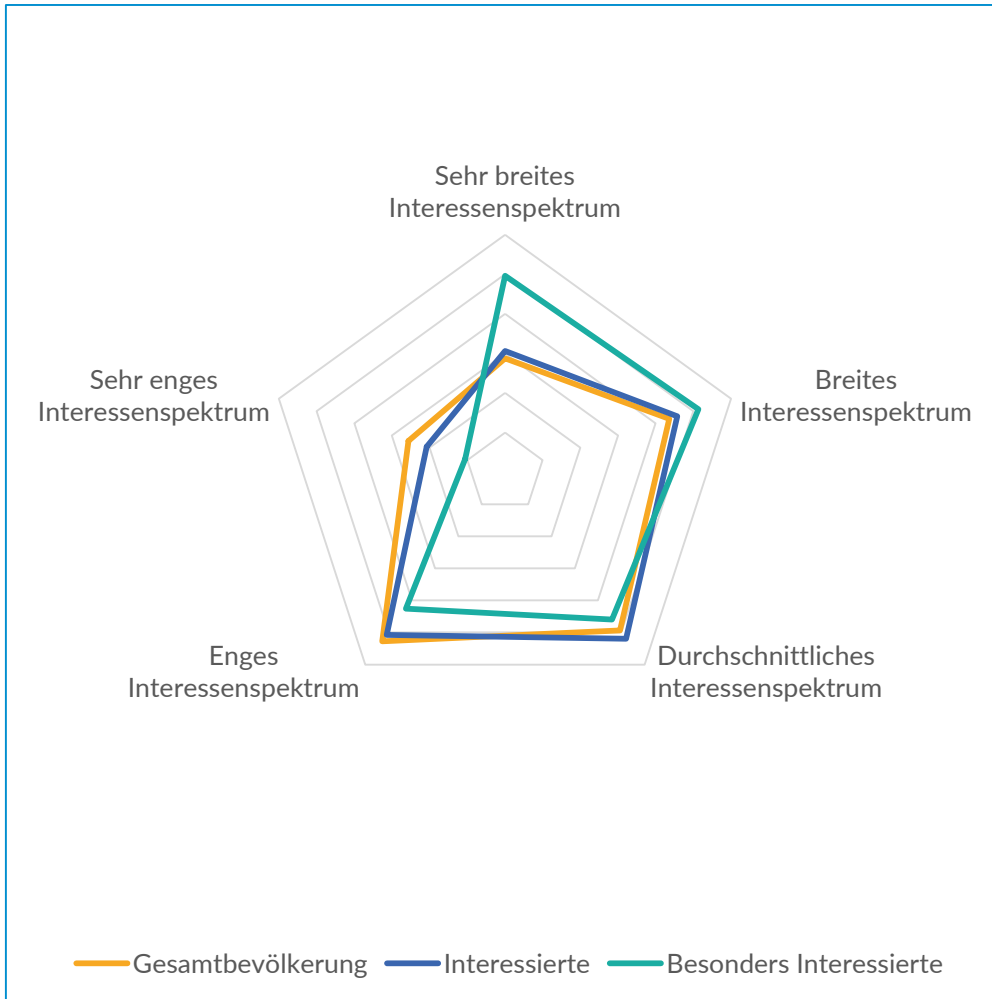
Beruflich sind die Interessierten vergleichsweise häufig in der Ingenieurwissenschaft sowie Betriebs- und Volkswirtschaft und Management/Personalwesen aktiv.

Unter ihnen finden sich außerdem relativ viele **Innovatoren** und **Trendsetter**.

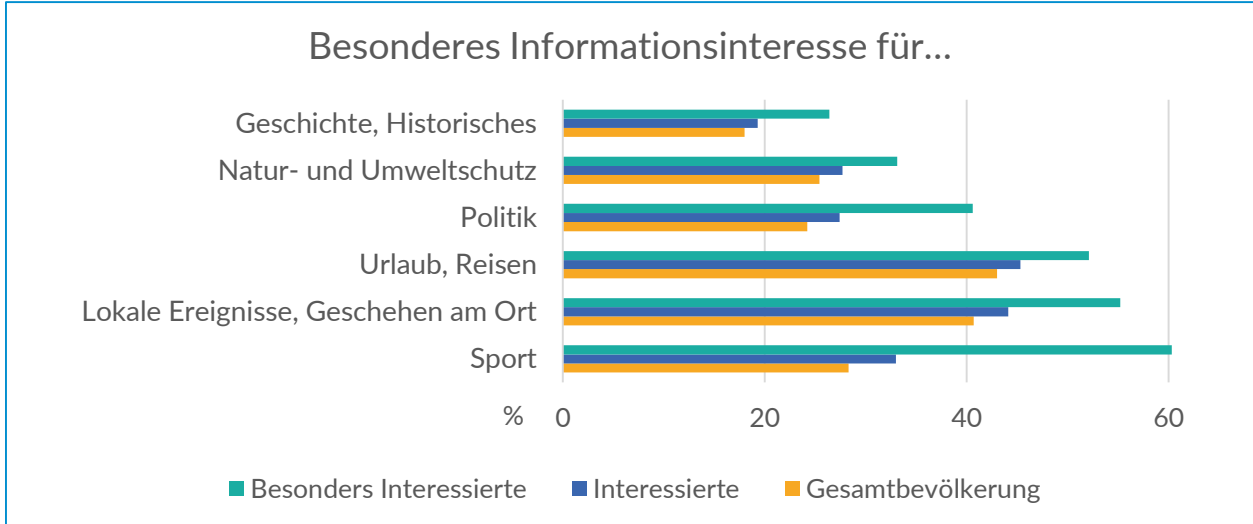


* Interessiert mich auch aber nicht so sehr

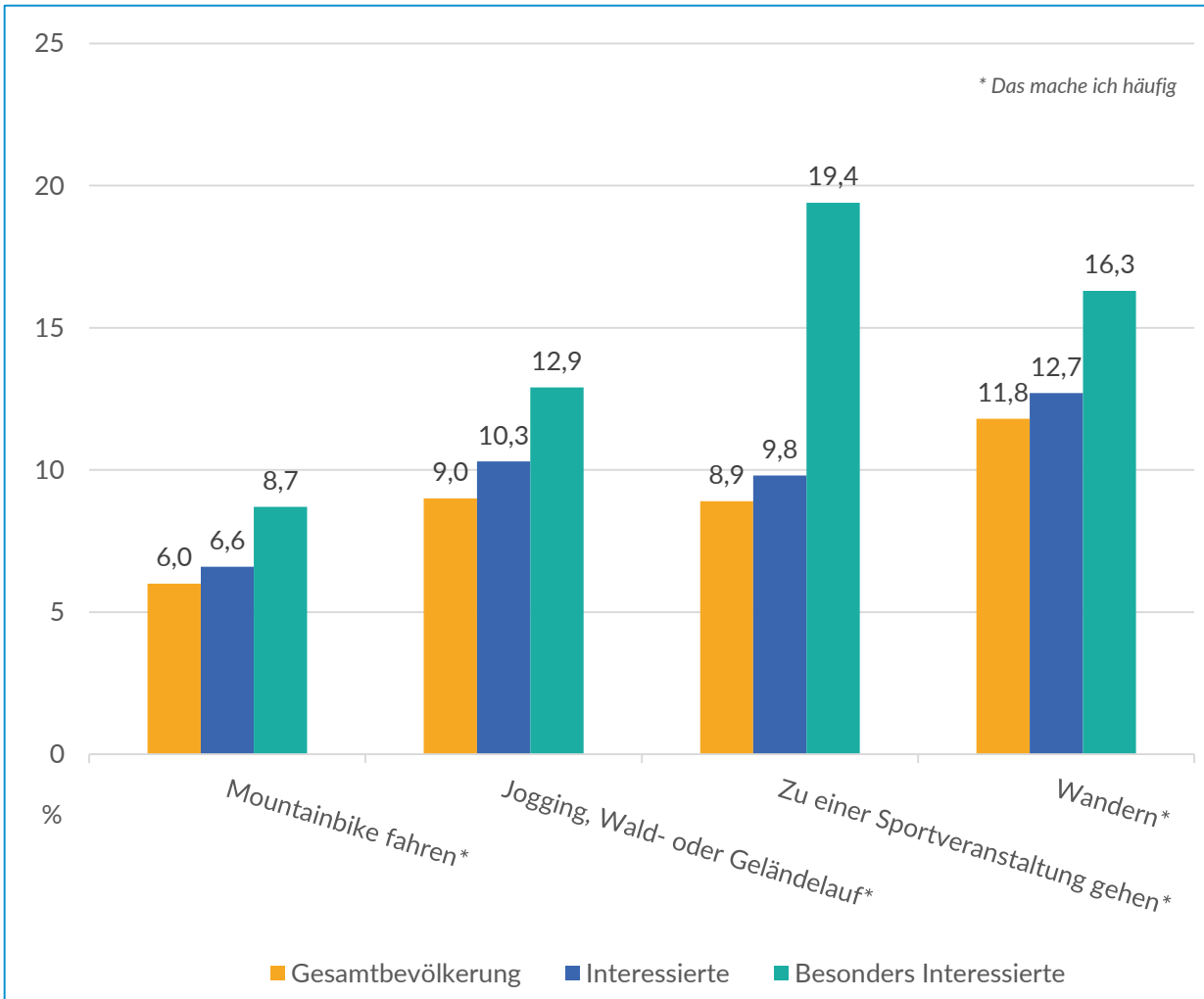
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – von Politik über Reisen bis hin zu Natur- und Umweltschutz



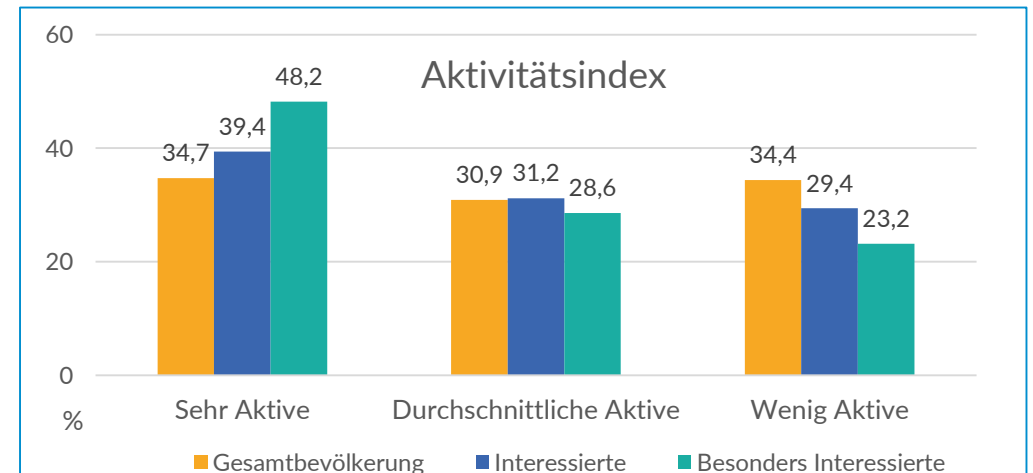
Besonders an der Deutschen Olympiamannschaft Interessierte weisen ein sehr breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht neben **Sport** bspw. an **politischen Themen** und **historischen Fragen**, aber auch an **lokalen Ereignissen**. Außerdem sind Themen wie **Urlaub** und **Reisen** sowie **Natur-** und **Umweltschutz** für die Interessierten von hervorzuhebender Bedeutung.



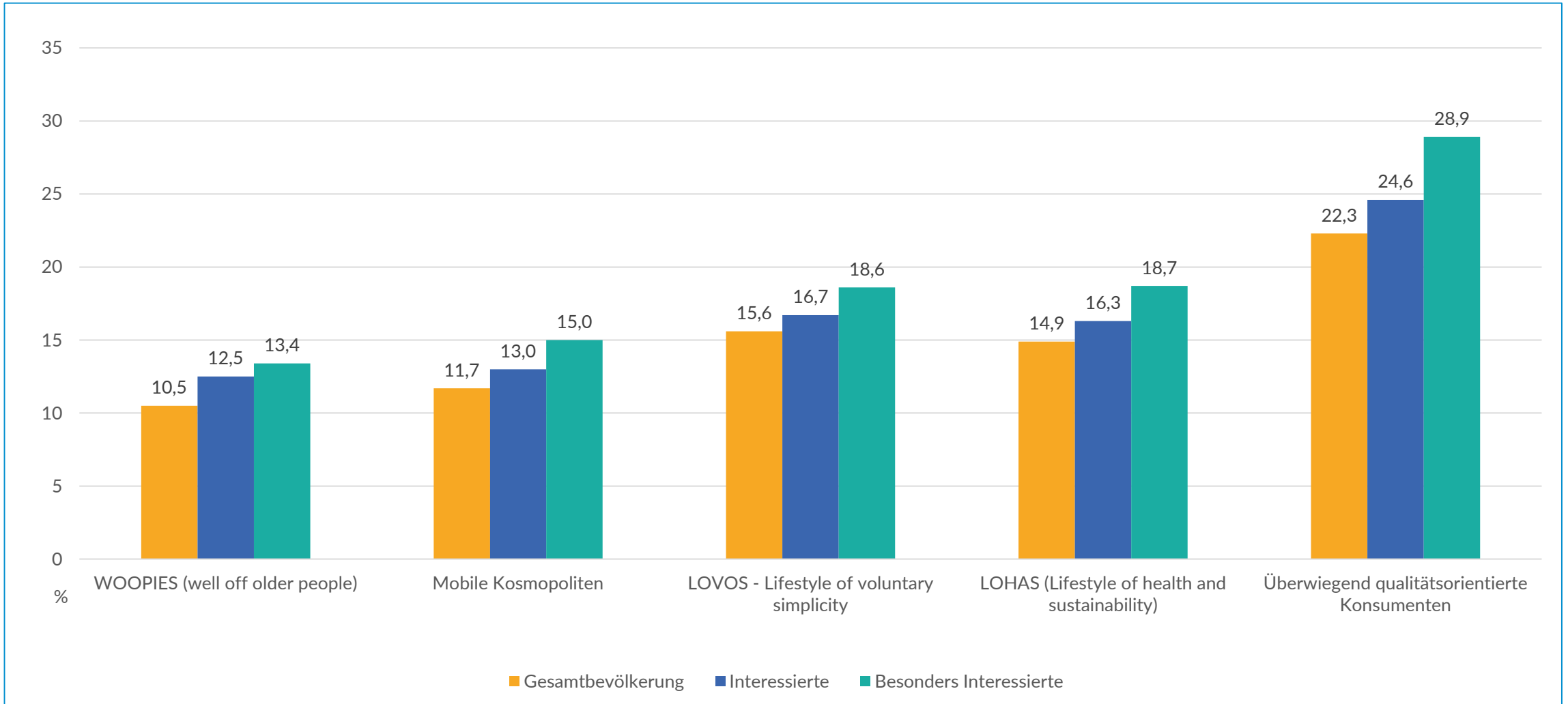
Interessen und Vorlieben: die Zielgruppe ist sehr aktiv – Sport ist von besonderer Relevanz



Menschen mit einem Interesse an der Deutschen Olympiamannschaft sind selber **sehr aktiv** und betreiben in ihrer Freizeit überdurchschnittlich viele andere Sportarten. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung besucht diese Zielgruppe regelmäßig **Sportveranstaltungen** und treibt in ihrer Freizeit häufig **Outdoorsport**. So geht die Zielgruppe in ihrer Freizeit verhältnismäßig häufig **Mountainbike fahren** und **Wandern** und bevorzugt **Aktiv- und Sporturlaube**.



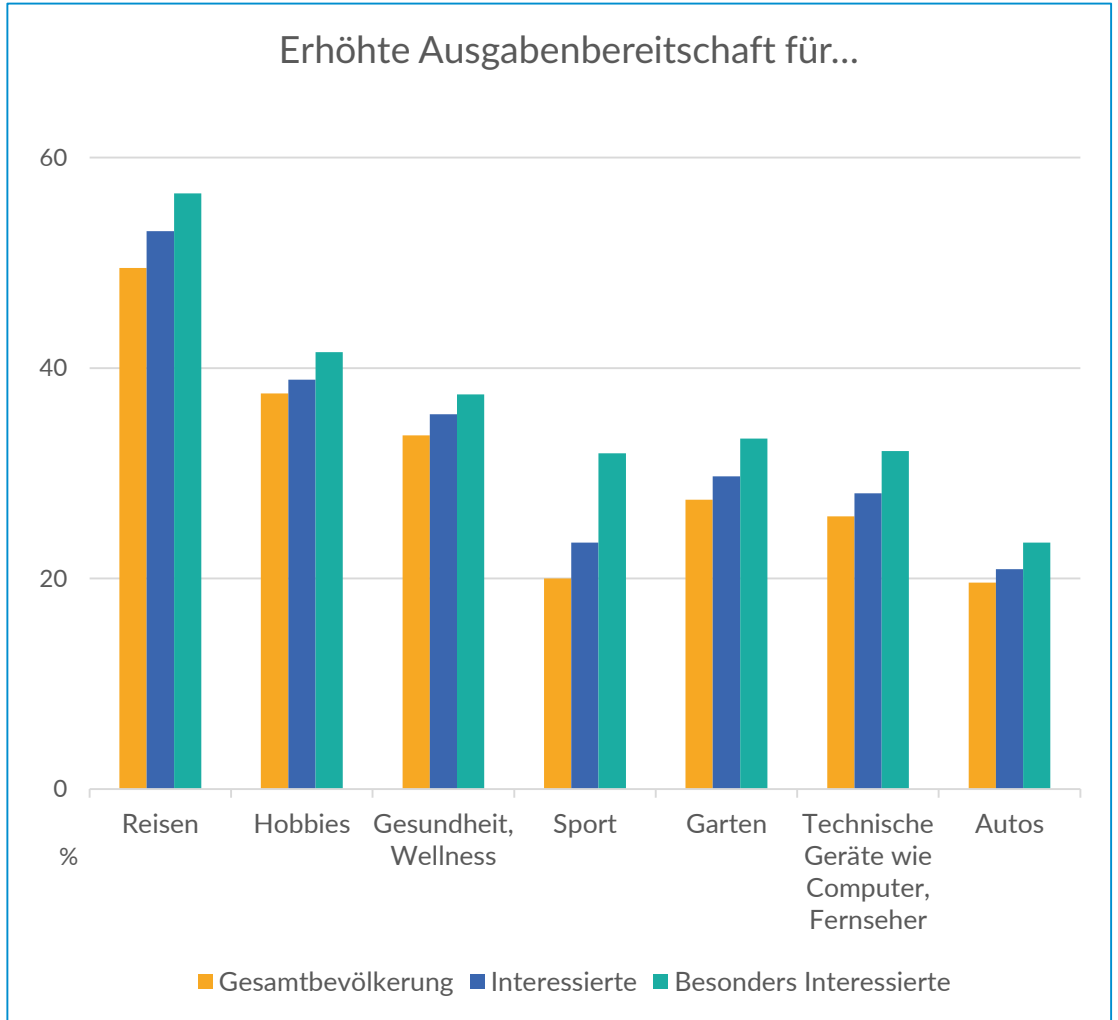
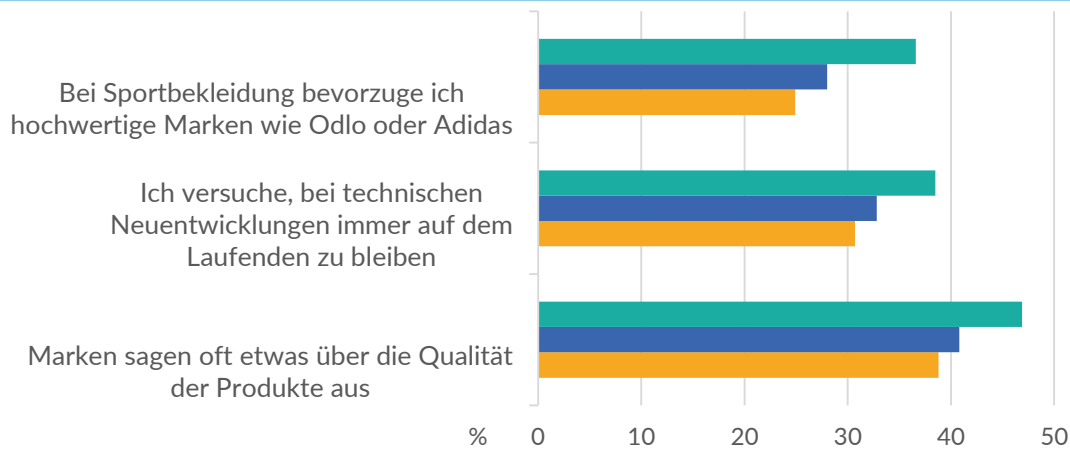
Die Zielgruppe als Konsumenten: unter den an der Deutschen Olympiamannschaft Interessierten finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder



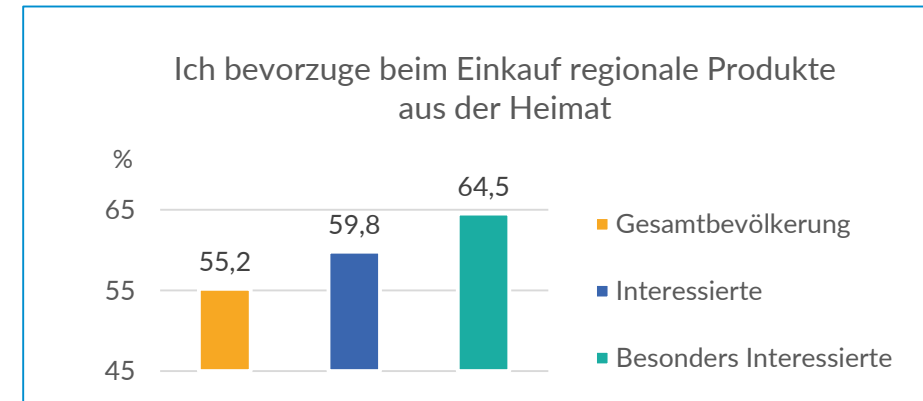
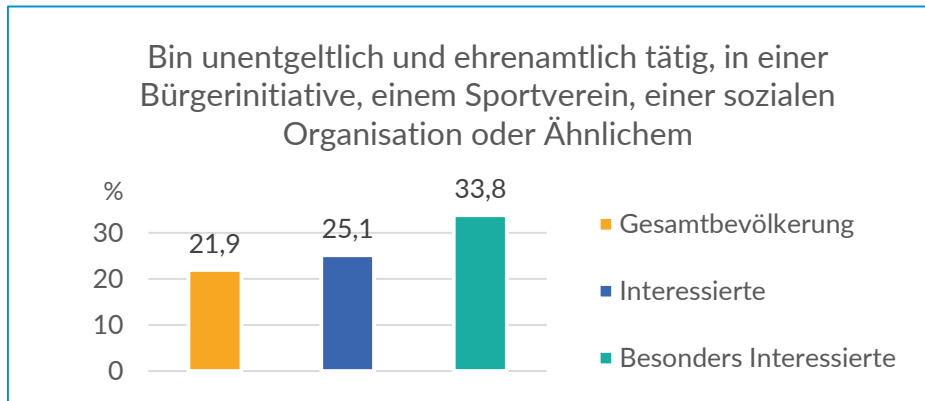
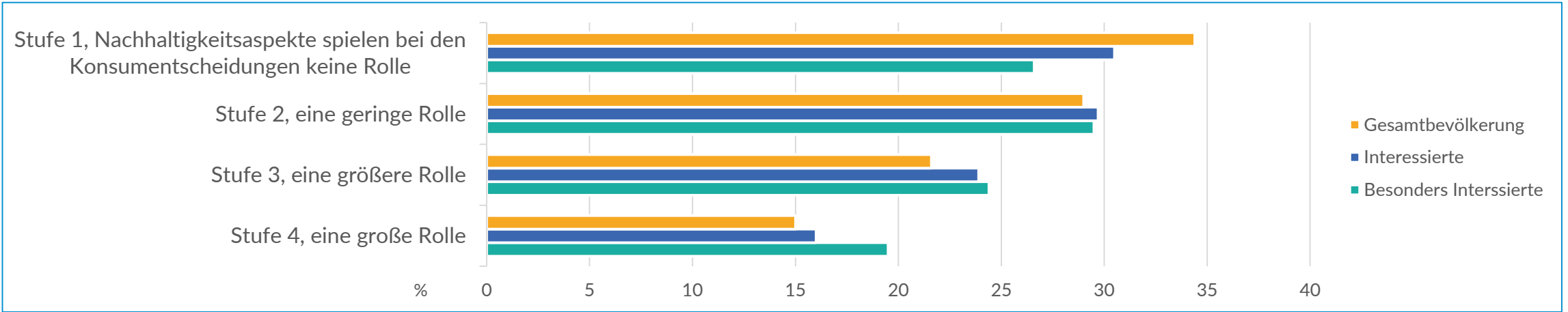
Die Zielgruppe als Konsumenten: hohe Ausgabebereitschaft für gute Ernährung und Reisen sowie Markenaffinität als zentraler Konsumstil

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Reisen, Hobbies, Gesundheit und Sport, aber auch für Garten, technische Geräte sowie Autos ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht.

Der Konsumstil und die Käufertypologie der Interessierten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie legen Wert auf **Markenprodukte**, besonders bei Sportequipment. Neben der Überzeugung, dass für Marken mehr ausgegeben werden kann, versuchen sie auch bei **technischen Neuerungen** auf dem Laufenden zu bleiben.



Nachhaltigkeit im Fokus: an der Olympischen Mannschaft Interessierte sind unentgeltlich und ehrenamtlich tätig und bevorzugen regionale Produkte



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe mit Interesse an der Deutschen Olympiamannschaft ist vergleichsweise **groß**. Ganze **34%** der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren und damit mehr als **24 Millionen** Menschen interessieren sich für die vielfältigen Sportarten. Sponsoren erreichen hier nicht nur ein **großes Publikum** sondern auch ein ausgesprochen **innovatives**.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **sehr breites Interessenspektrum**, ist überaus **aktiv**, viel unterwegs und betreibt gerne verschiedene Sportarten. Dazu zählt neben zahlreichen Freizeitbeschäftigungen in der **Natur** auch das überdurchschnittliche Interesse an **Aktiv-** und **Sporturlaube**n.
- An der Deutschen Olympiamannschaft interessierte Menschen sind außerdem vergleichsweise häufig **politisch aktiv, technikversiert** sowie **qualitäts-** und **markenorientiert**. **Hochwertige Produkte und Marken**, insbesondere bei **Sportbekleidung** sind für die Zielgruppe besonders wichtig.

