

Basketball

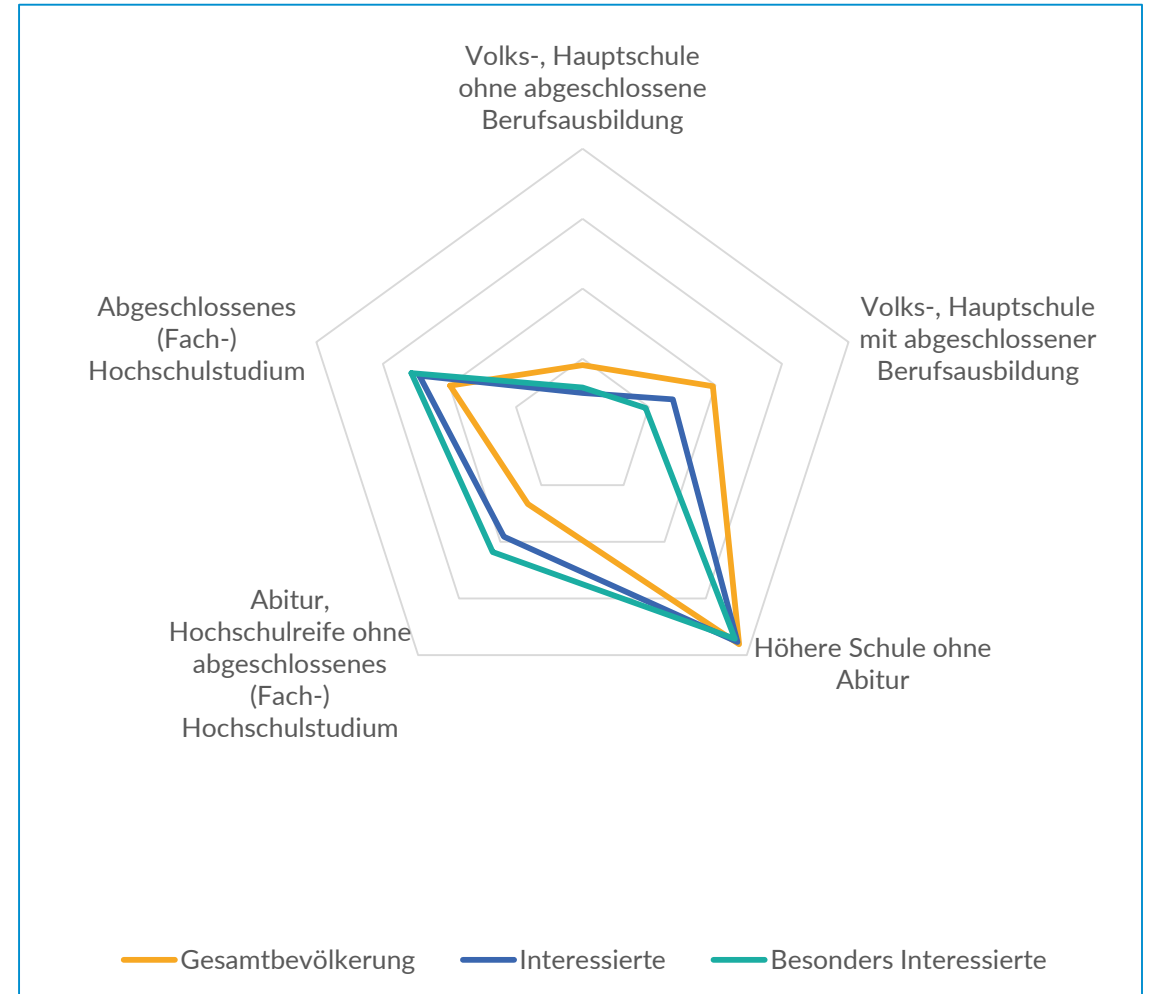
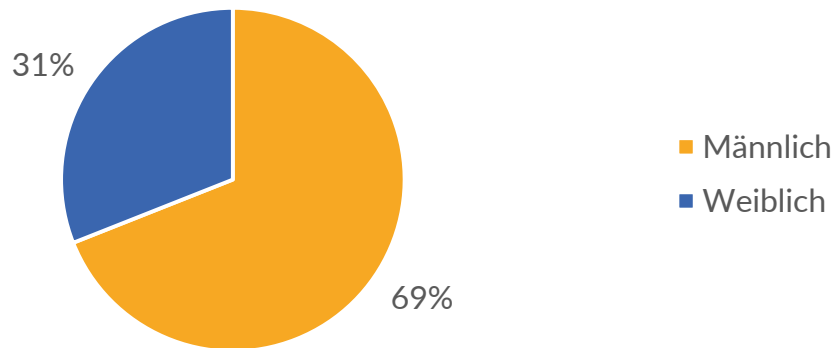
Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2023
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,08 Mio.)



Soziodemographie: Sponsoren treffen im Basketball auf eine verhältnismäßig große und gut gebildete Zielgruppe

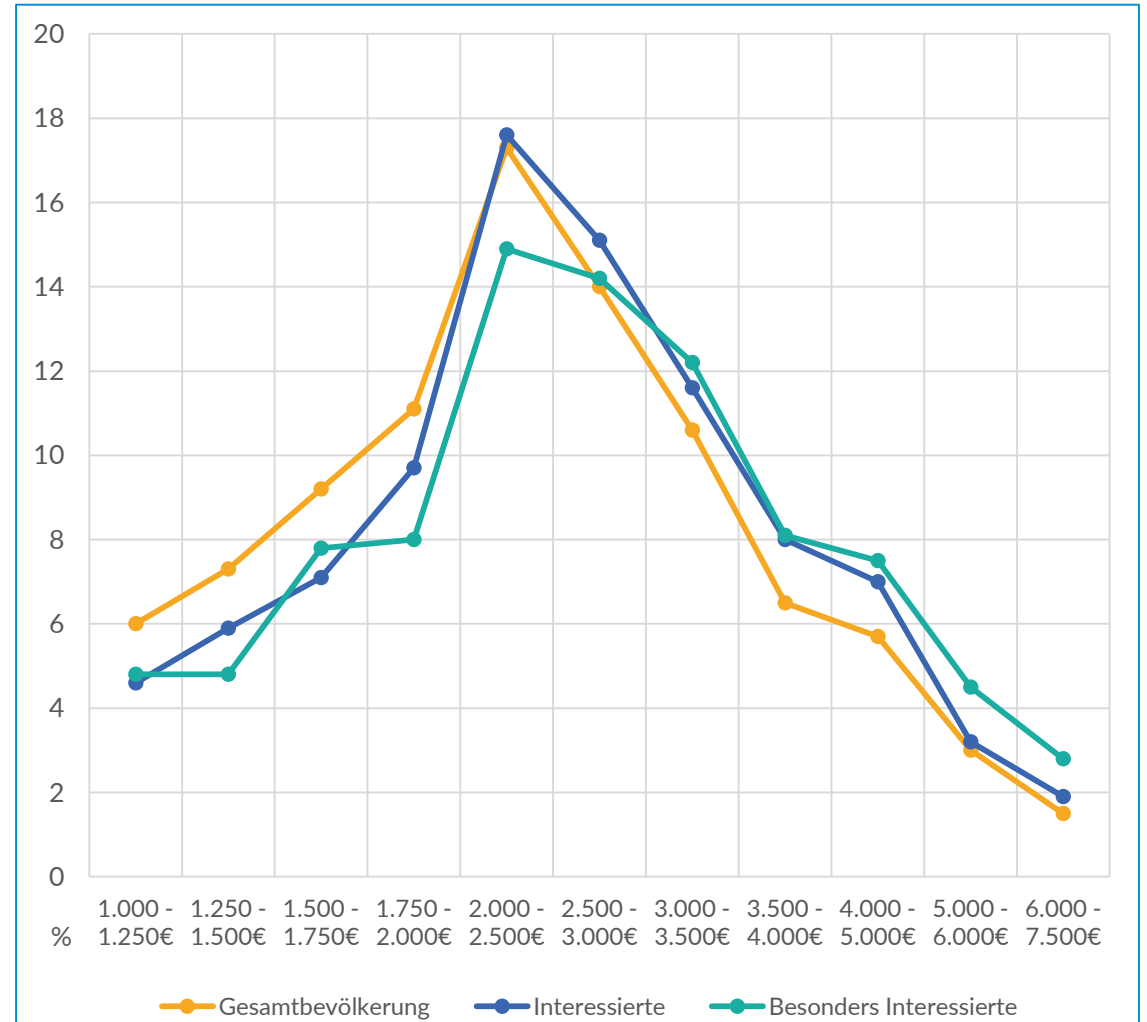
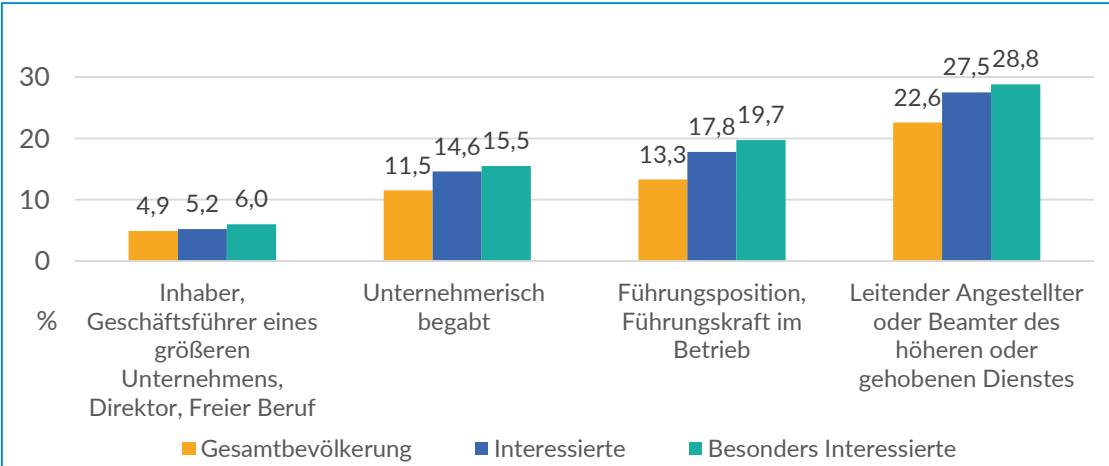
In Deutschland interessieren sich **15,28 Mio.** Menschen und damit **22%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Basketball. 3,22 Mio. (5%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen knapp ein Drittel der Zielgruppe. Basketballinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau**: während nur 19,9% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen können, sind es bei den besonders Basketballinteressierten **25,7%**.



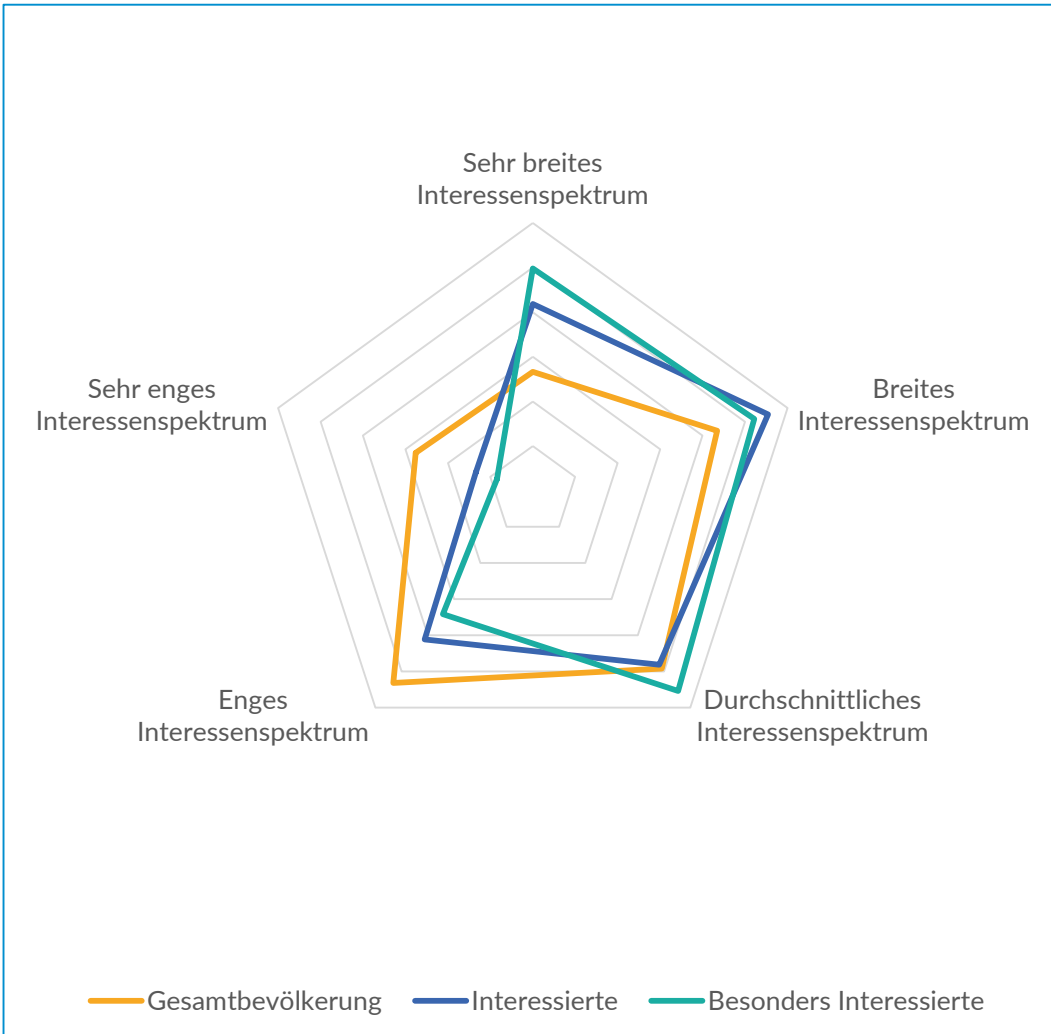
Soziodemographie: Basketballfans arbeiten oftmals in Führungspositionen und sind unternehmerisch begabt

Der Anteil der Personen in beruflichen Führungspositionen und leitenden Angestellten ist unter den Basketballinteressierten überdurchschnittlich und viel höher als in der Gesamtbevölkerung, bei den Basketballfans liegt der Index bei 148. Ein erhöhter Wert liegt außerdem bei dem Anteil der unternehmerisch begabten Basketballfans vor.

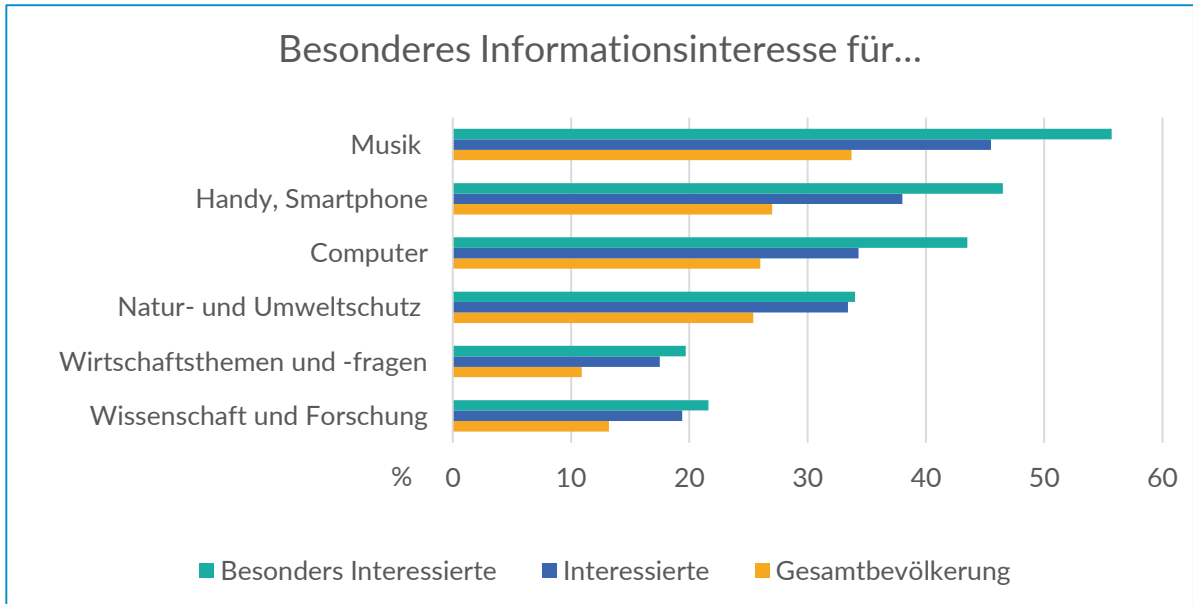
Entsprechend ist das monatliche Haushaltsnettoeinkommen der Basketballinteressierten vergleichsweise höher als in der Gesamtbevölkerung.



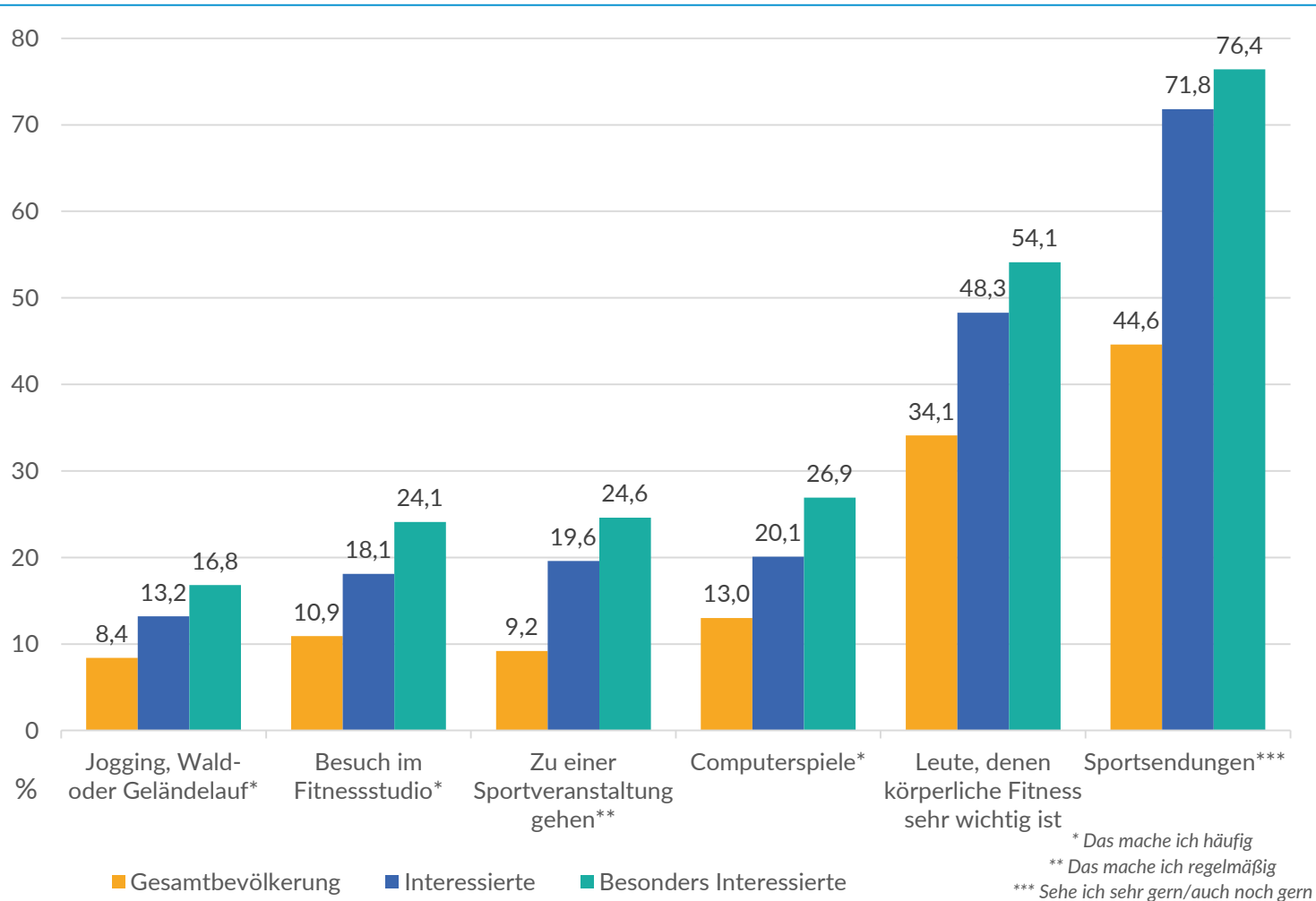
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – besonders im Wirtschafts- und Unterhaltungsbereich



Basketballinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Musik, Handys** und **Smartphones**. Auch die Nutzung des **Internets** sowie **Natur- und Umweltschutz** und **Wirtschafts- und Wissenschaftsthemen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.



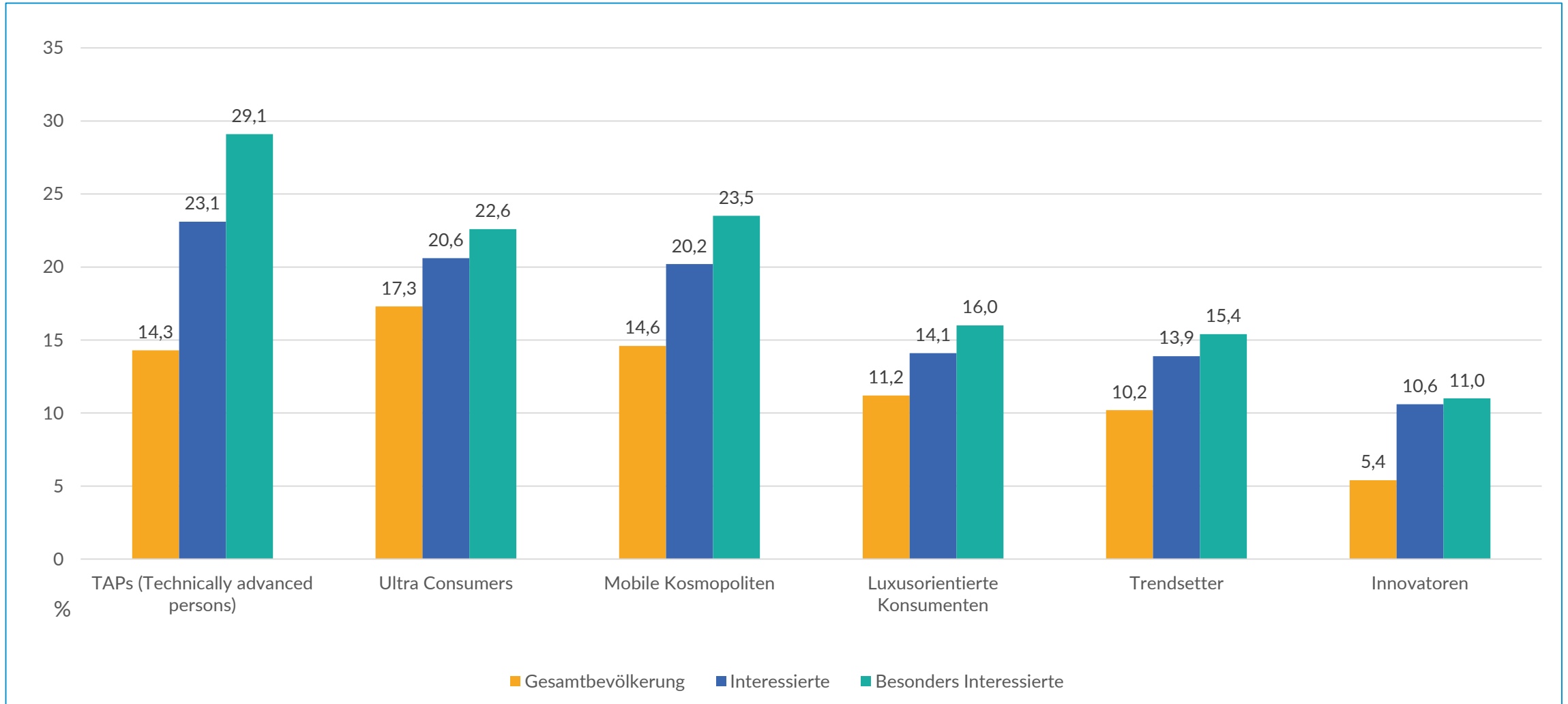
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Events und Sport sind von besonderer Relevanz



Auch das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Basketballinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Sie fahren gerne Mountainbike und verbringen ihre Freizeit im Fitnessstudio oder passiv mit **Sportsendungen** sowie Computerspielen.

Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für Ballsportarten, wie (Beach)Volleyball, Handball, Fußball und American Football sowie Eishockey und Automobilrennsport. Selbst aktiv werden die Basketballinteressierten darüber hinaus vergleichsweise gerne in der **Natur**, auf dem **Mountainbike** oder beim **Joggen**.

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

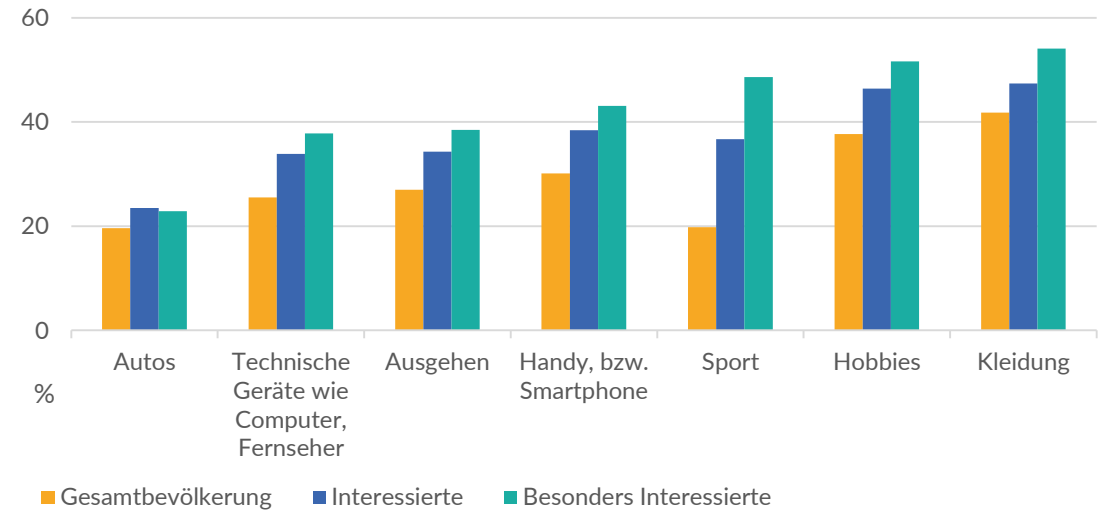


Die Basketballinteressierten als Konsumenten: hohe Ausgabebereitschaft für Hobbies und Freizeitbeschäftigung sowie Markenaffinität als zentraler Konsumstil

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Hobbies, Ausgehen, Kleidung und technische Geräte, wie Smartphones ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht.

Der Konsumstil und die Käufertypologie der Basketballinteressenten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und „das Beste vom Besten“ aus. Beim Autokauf legen sie wert auf

Umweltfreundlichkeit. Basketballfans versuchen auch, bei technischen Neuerungen **auf dem Laufenden** zu bleiben.



Marken sagen oft etwas über die Qualität der Produkte aus

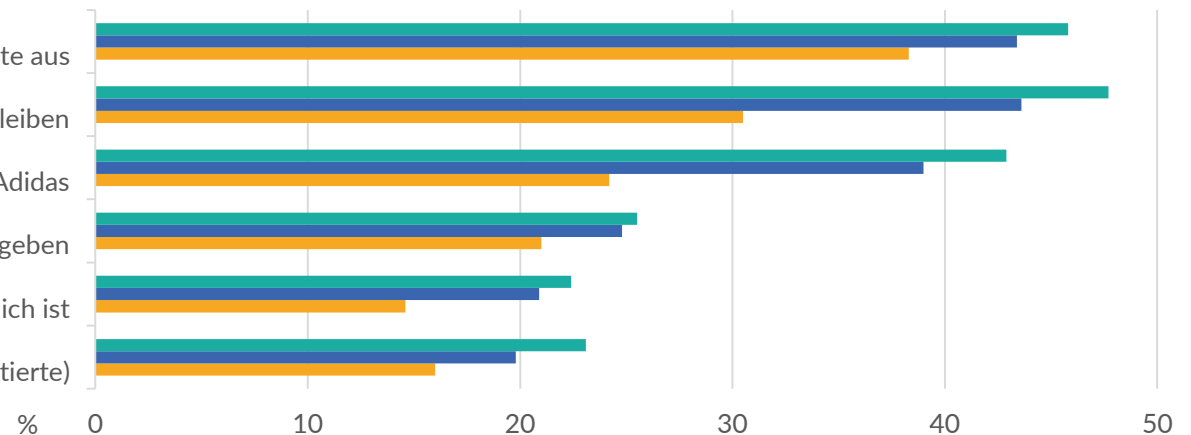
Ich versuche, bei technischen Neuentwicklungen immer auf dem Laufenden zu bleiben

Bei Sportbekleidung bevorzuge ich hochwertige Marken wie Odlo oder Adidas

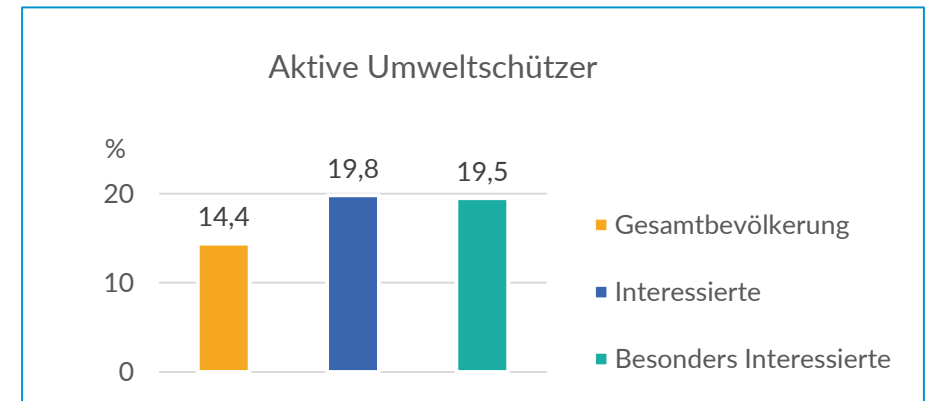
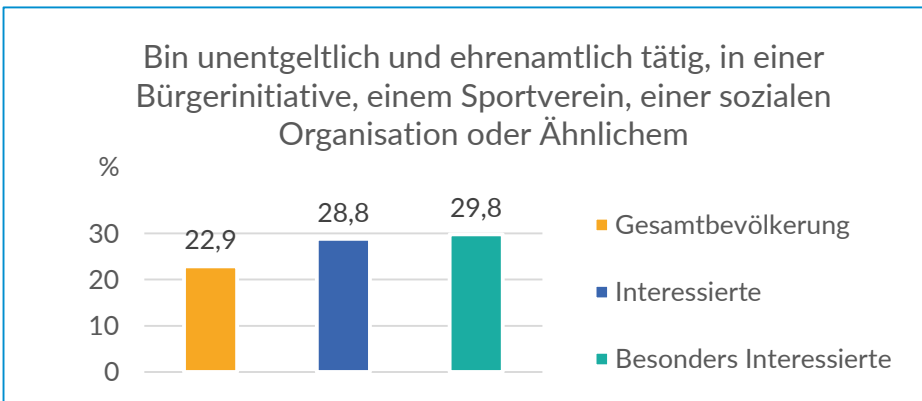
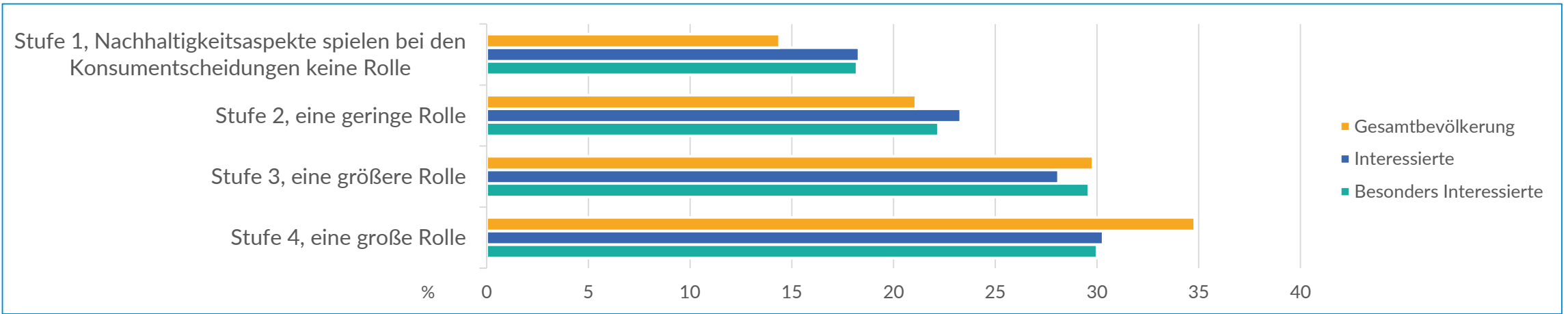
Es gibt Produkte, da bin ich bereit, für das Beste vom Besten richtig viel Geld auszugeben

Wenn ich mir ein Auto kaufe, ist mir besonders wichtig, dass es möglichst umweltfreundlich ist

Ich kaufe gern Produkte mit modernem Design (Designorientierte)



Nachhaltigkeit im Fokus: Basketballinteressierte sind überdurchschnittlich oft unentgeltlich ehrenamtlich tätig und aktive Umweltschützer



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Basketball ist vergleichsweise groß. Gut zwei Drittel ist männlich und knapp ein Drittel weiblich. Sponsoren treffen im Basketball auf ein Publikum, das verhältnismäßig gut **gebildet** ist, überdurchschnittlich häufig in **Führungspositionen** arbeitet und über ein vergleichsweise hohes **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **breites Interessenspektrum** und ist **sportlich sehr aktiv**. Neben zahlreichen Freizeitbeschäftigungen besucht die Basketballzielgruppe überdurchschnittlich gerne **Sportveranstaltungen**. Zudem ist das Interesse für **Sportsendungen** vergleichsweise stark ausgeprägt.
- Basketballinteressierte Menschen sind außerdem überdurchschnittlich **technikversiert**, **kosmopolitisch** und **Trendsetter**. Neben der Eigenschaft **persönlichkeitsstarke Multiplikatoren** zu sein, achten sie als Konsumenten auf **Marken** und **Qualität**. **Nachhaltigkeit** spielt beim Kauf von Produkten bei Basketballinteressierten im Vergleich eine größere Rolle und sind sie in diesem Bereich überdurchschnittlich persönlich engagiert.



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER