

FUSSBALL

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

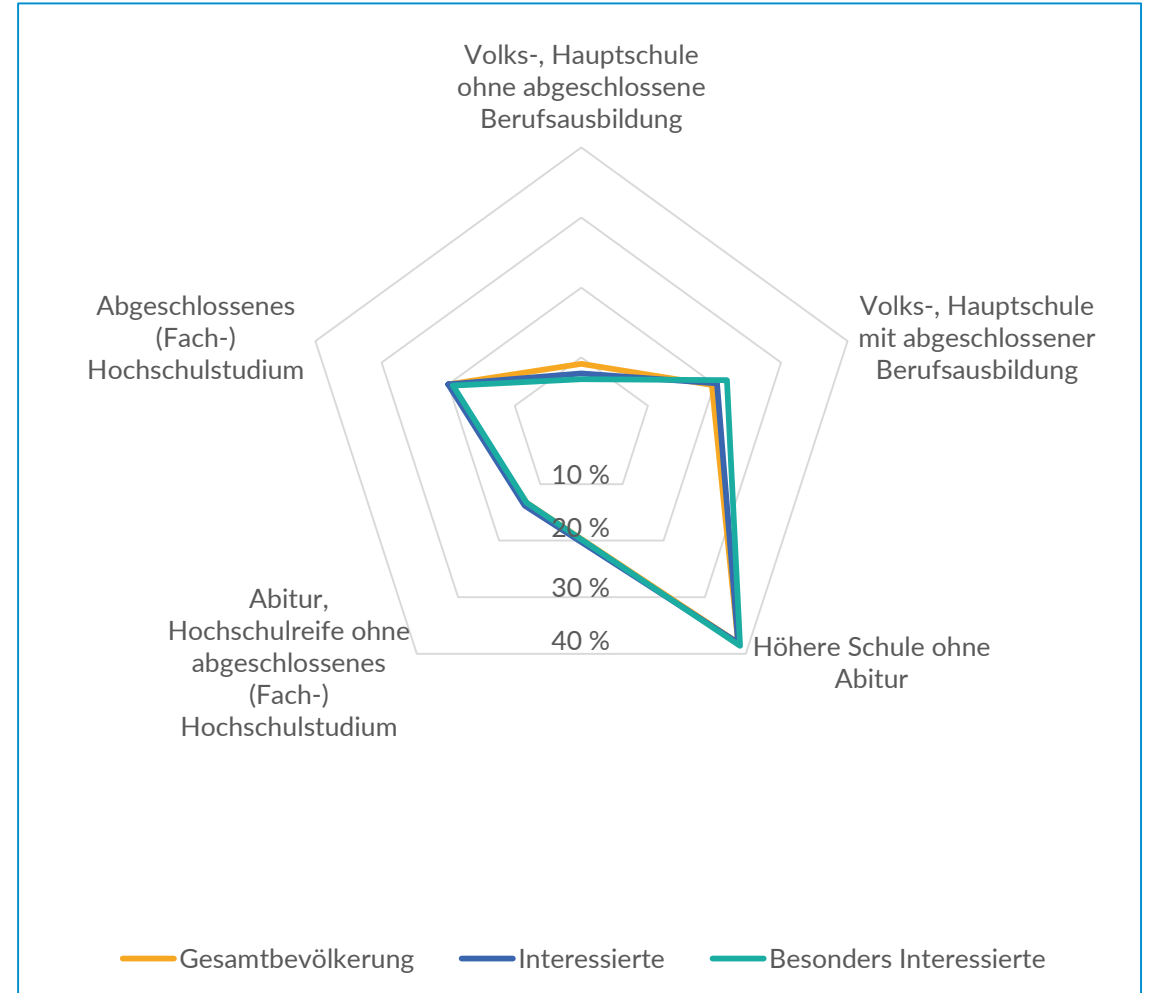
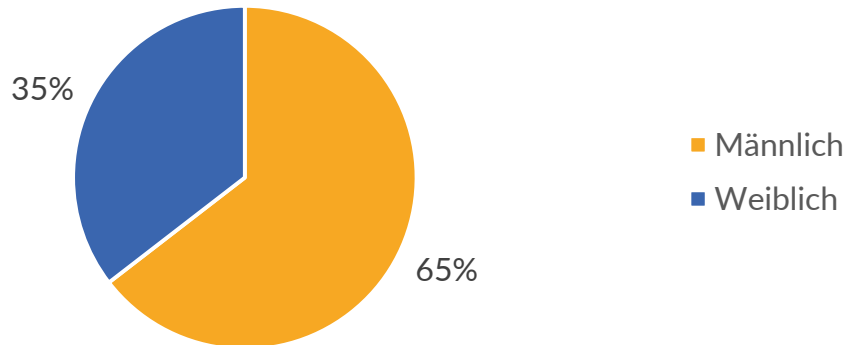
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2023
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,08 Mio.)



Soziodemographie: Sponsoren treffen im Fußball auf die breite Masse der Bevölkerung

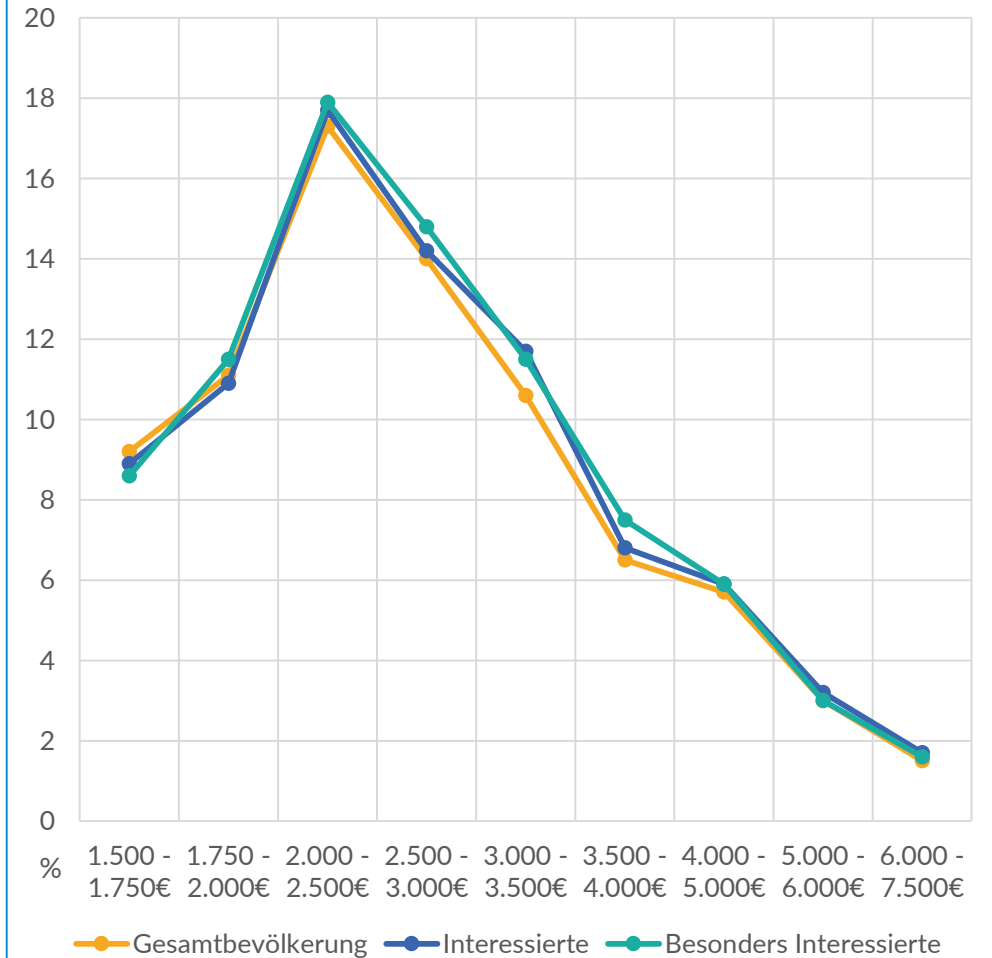
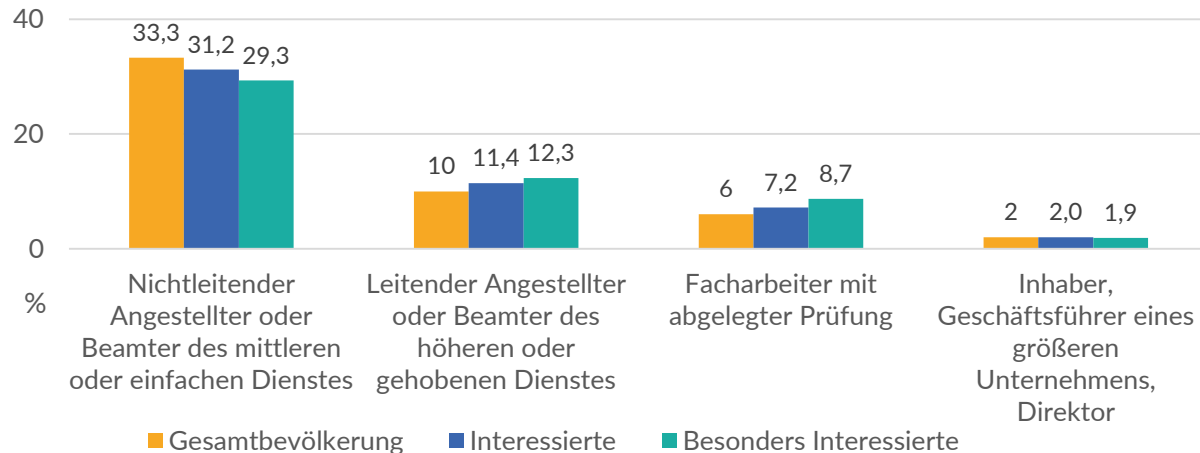
In Deutschland interessieren sich **39,12 Mio.** Menschen und damit **56%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Fußball. 20,09 Mio. (29%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mehr als ein Drittel der Zielgruppe.

Fußballinteressierte Personen spiegeln das **Bildungsniveau** der Gesamtbevölkerung.

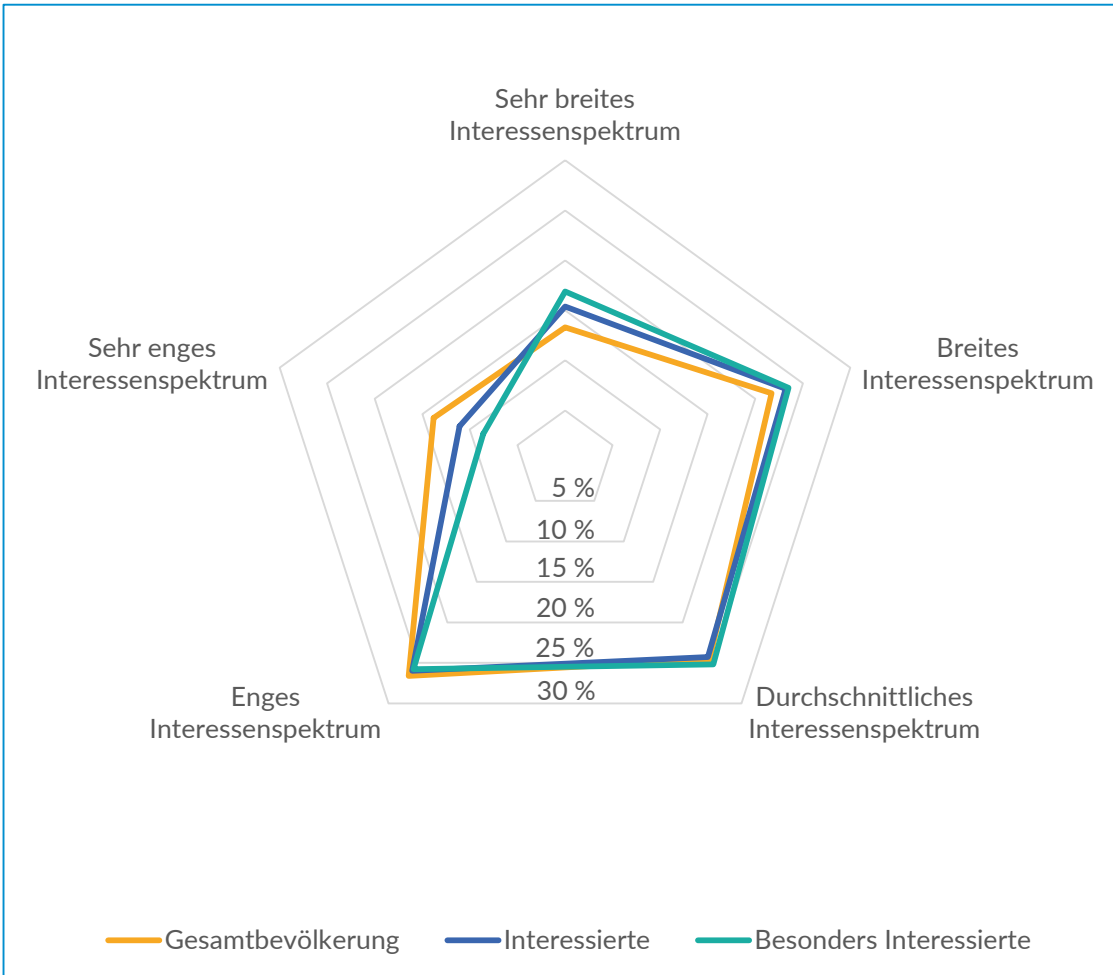


Soziodemographie: Fußballinteressierte besetzen alle beruflichen Gruppen

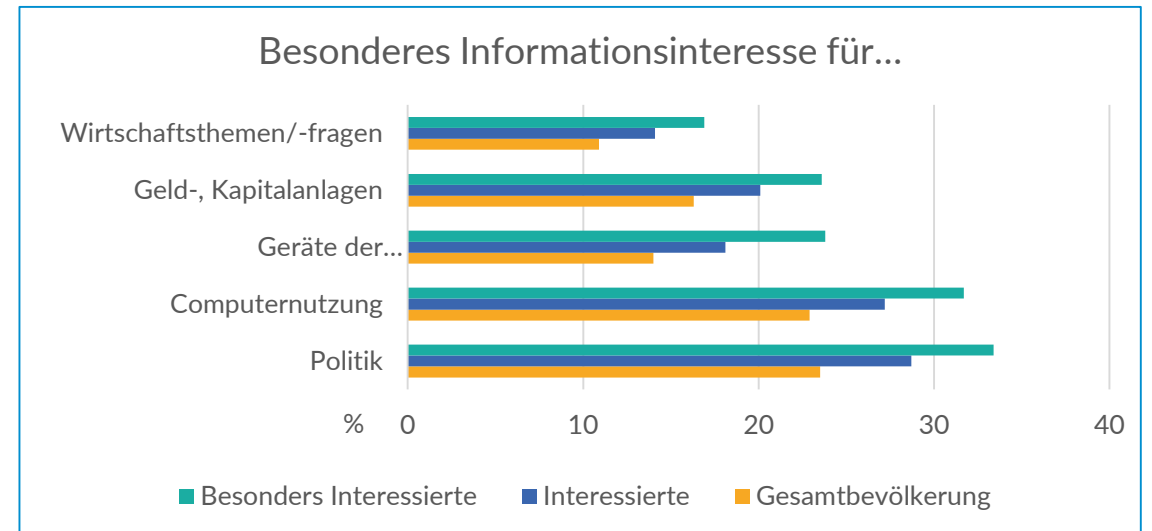
Die Fußballinteressierten sind in allen beruflichen Gruppen vertreten. So sind Personen der Zielgruppe in der Positionen des Facharbeiters, des **leitenden Angestellten** und des **Beamten** im höheren oder gehobenen Dienst tätig.



Interessen und Vorlieben: eine interessierte Zielgruppe - besonders im Computer- und Wirtschaftsbereich



Fußballinteressierte Personen weisen ein durchschnittliches **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht dabei bspw. an **Politik**, **Geräten der Unterhaltungselektronik**, sowie an der Nutzung von **Computern**. Außerdem besteht ein erhöhtes Interesse an **Wirtschafts- und Finanzthemen**, wie **Aktien** und **Investmentfonds**.



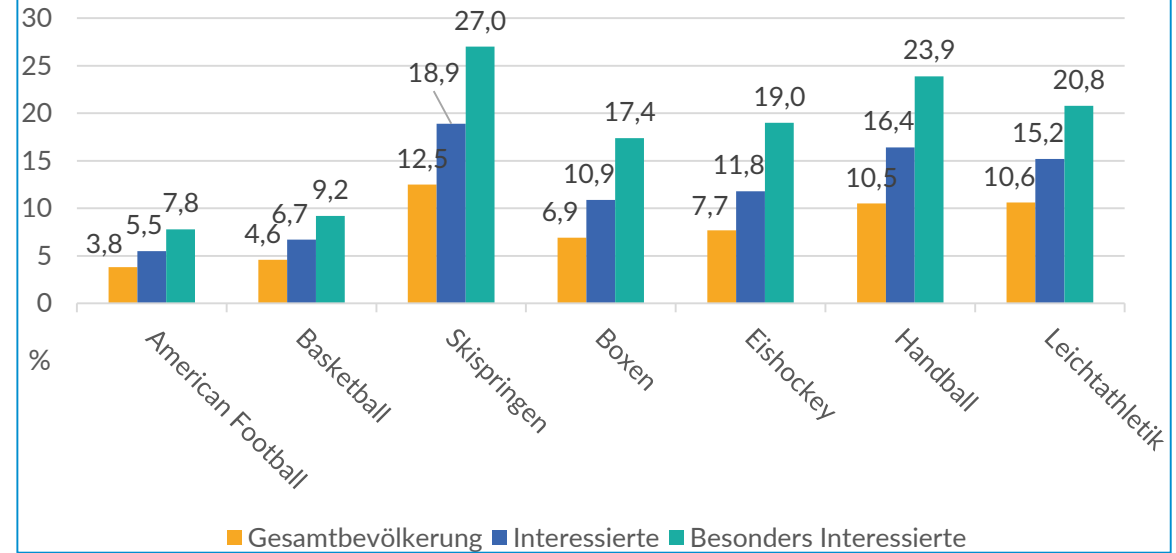
Die Fußballfans: sie verfolgen neben regionalen und politischen Entwicklungen auch andere Sportarten und Sportübertragungen mit besonderem Interesse

Lokale Ereignisse und politische Entwicklungen spielen bei den Fußballinteressierten eine wichtige Rolle. Sie geben außerdem an, sich für Heimwerken zu interessieren.

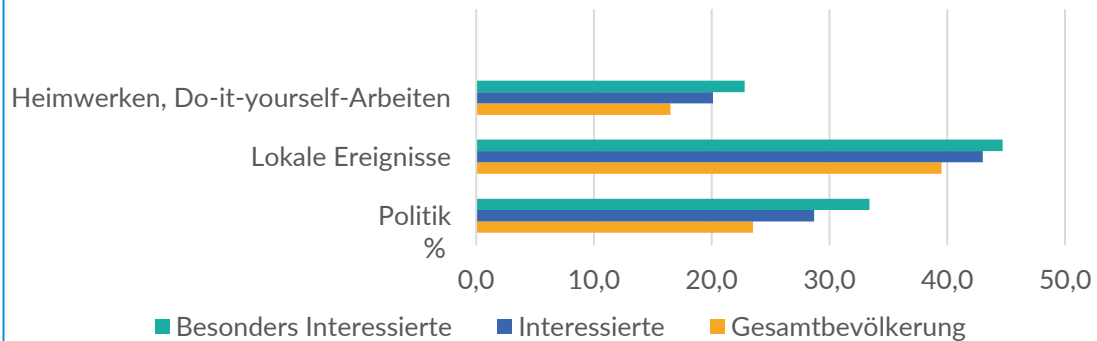
Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung interessiert sich die Zielgruppe in besonderem Maße für andere

Teamsportarten wie Basketball und Handball sowie für Boxen, Skispringen und Leichtathletik.

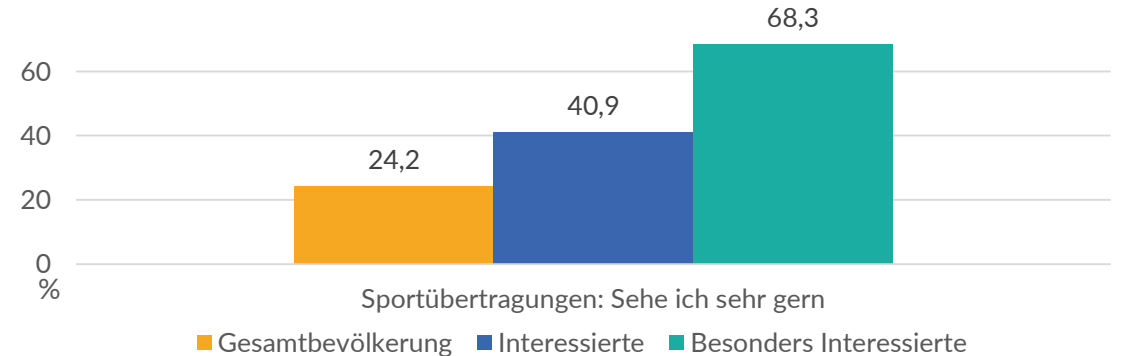
Sportübertragungen stehen bei den Fußballinteressierten besonders hoch im Kurs.



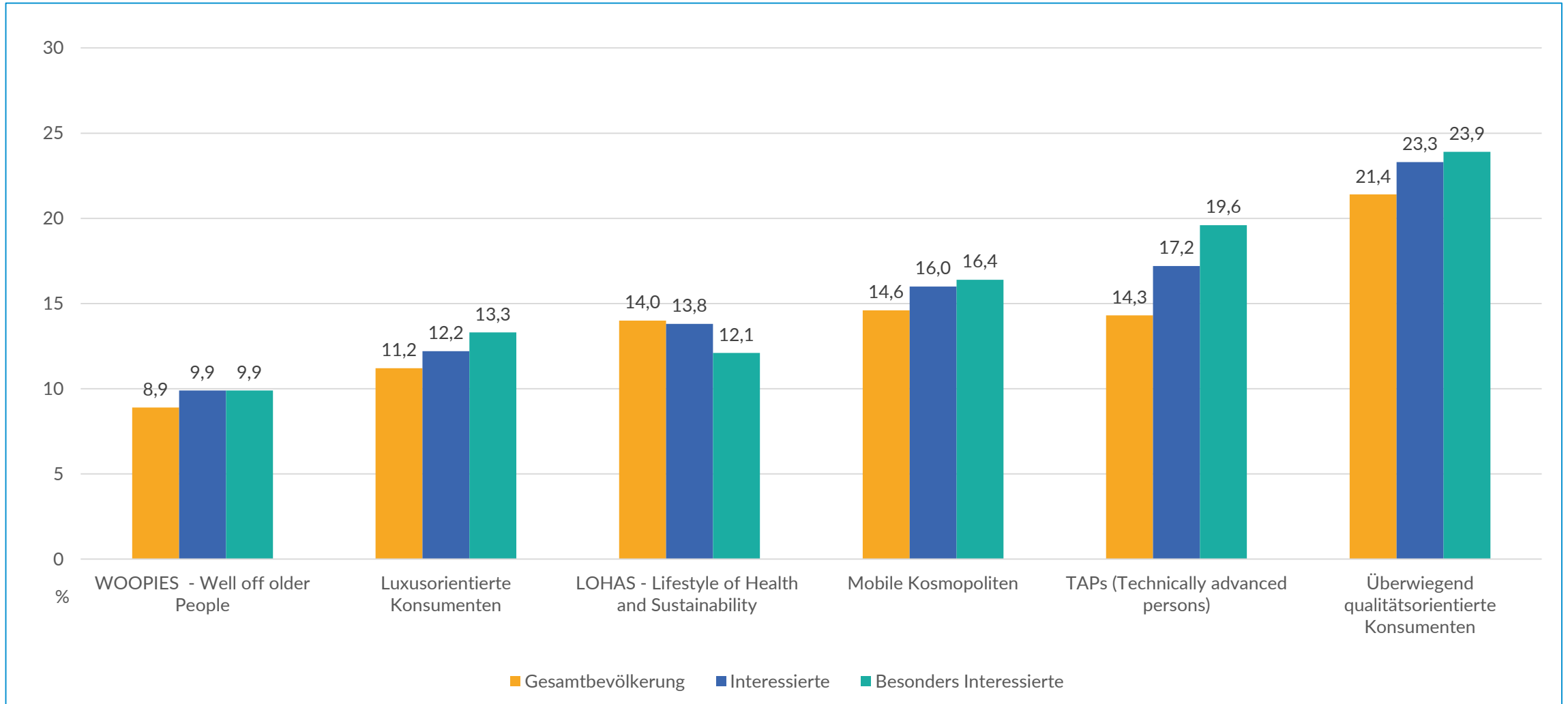
Besonderes Informationsinteresse für...



Sportübertragungen: sehe ich gern



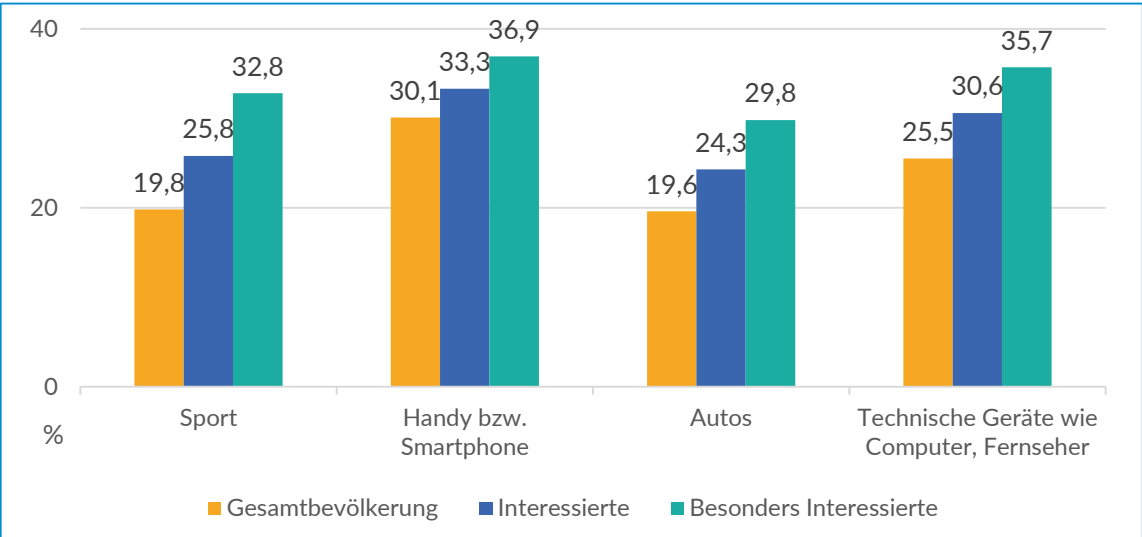
Die Fußball Konsumenten: unter den an Fußball interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien und Sonderzielgruppen wieder



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

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte, Autos und Smartphones ist gegenüber der Gesamtbevölkerung deutlich erhöht.

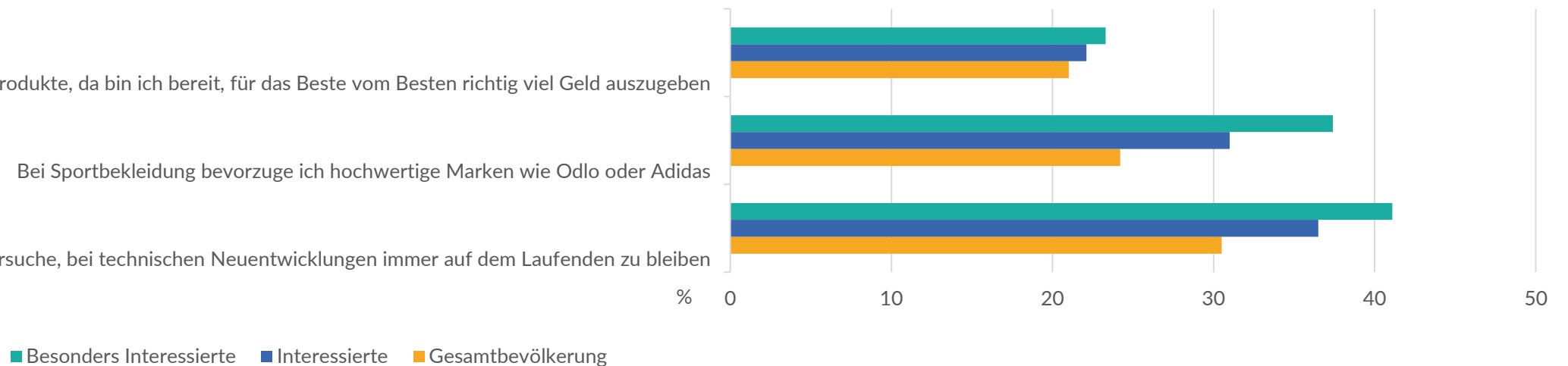
Der Konsumstil und die Käufertypologie der Fußballinteressenten zeigt außerdem, dass sie für **hohe Qualität** und **Marken**, insbesondere im Sportbereich, gerne mehr ausgeben. Fußballfans versuchen außerdem, bei technischen Neuerungen **auf dem Laufenden** zu bleiben.



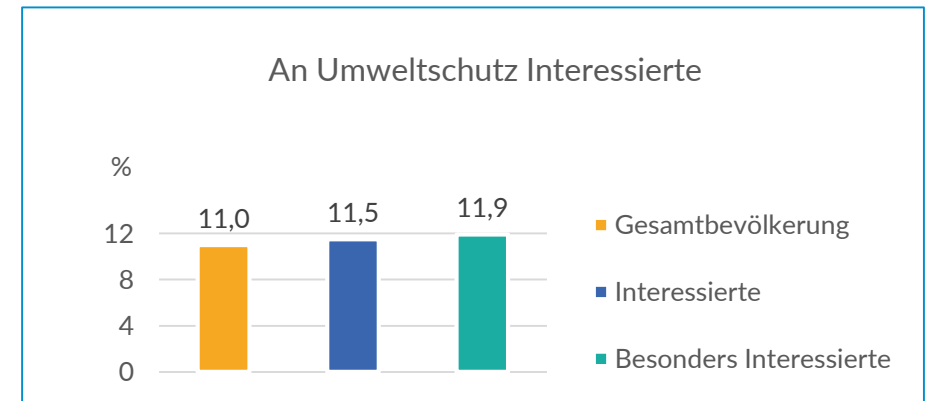
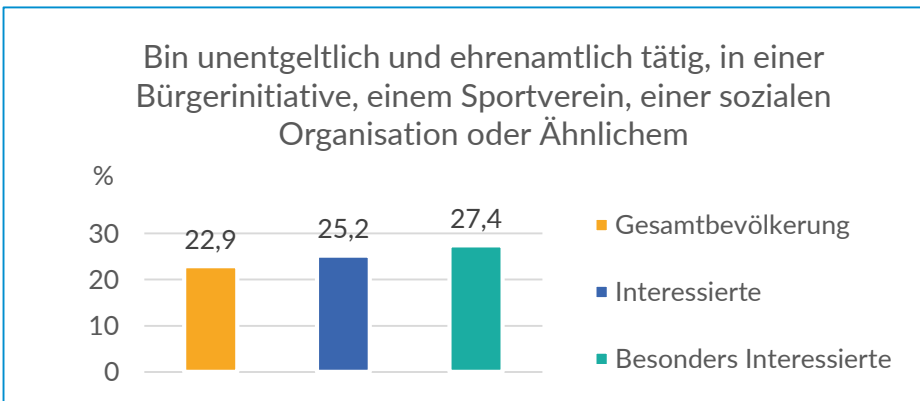
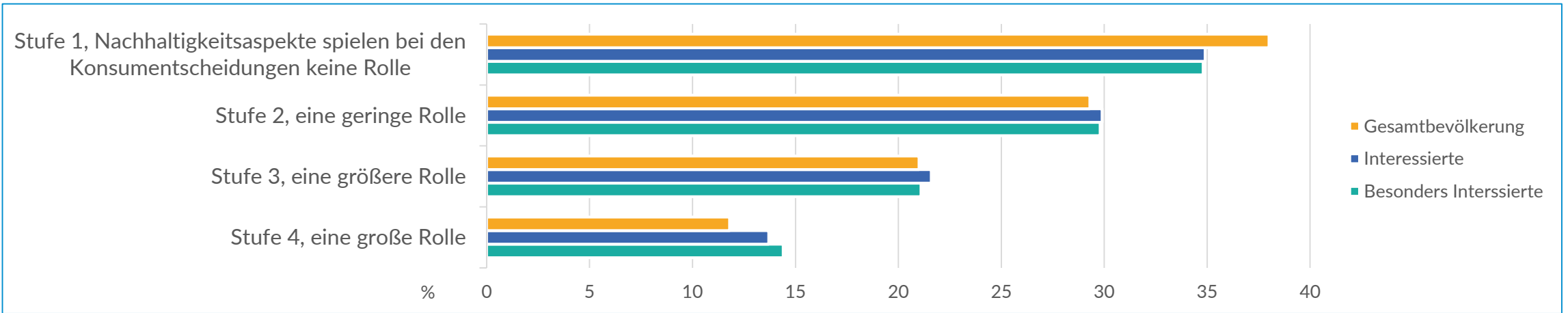
Es gibt Produkte, da bin ich bereit, für das Beste vom Besten richtig viel Geld auszugeben

Bei Sportbekleidung bevorzuge ich hochwertige Marken wie Odlo oder Adidas

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



Nachhaltigkeit im Fokus: Fußballinteressierte sind unentgeltlich und ehrenamtlich tätig



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Fußball ist vergleichsweise groß, zu mehr als einem Drittel weiblich und zu knapp zwei Dritteln männlich. Sponsoren treffen im Fußball auf ein **breites Publikum**, das das Bildungsniveau der Gesamtbevölkerung widerspiegelt und in **allen beruflichen Gruppen** zu finden ist.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein etwas **breiteres Interessenspektrum** und legt Wert darauf, bei **politischen** und **aktuellen** Geschehnissen auf dem Laufenden zu sein. In der Freizeit stehen zudem der Besuch von **Sportveranstaltungen** sowie **Outdoor-Sportaktivitäten** bei den Fußballinteressierten hoch im Kurs.
- Bei der Zielgruppe besteht zudem eine **erhöhte Kaufbereitschaft** und sie legt vermehrt einen besonderen Wert auf **nachhaltigen Konsum**.
- Fußballinteressierte Personen bezeichnen sich als **technisch versierte Konsumenten**. Darüber hinaus ist die Zielgruppe **kosmopolitisch** und **qualitätsorientiert**.



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER