

# Golf

## Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

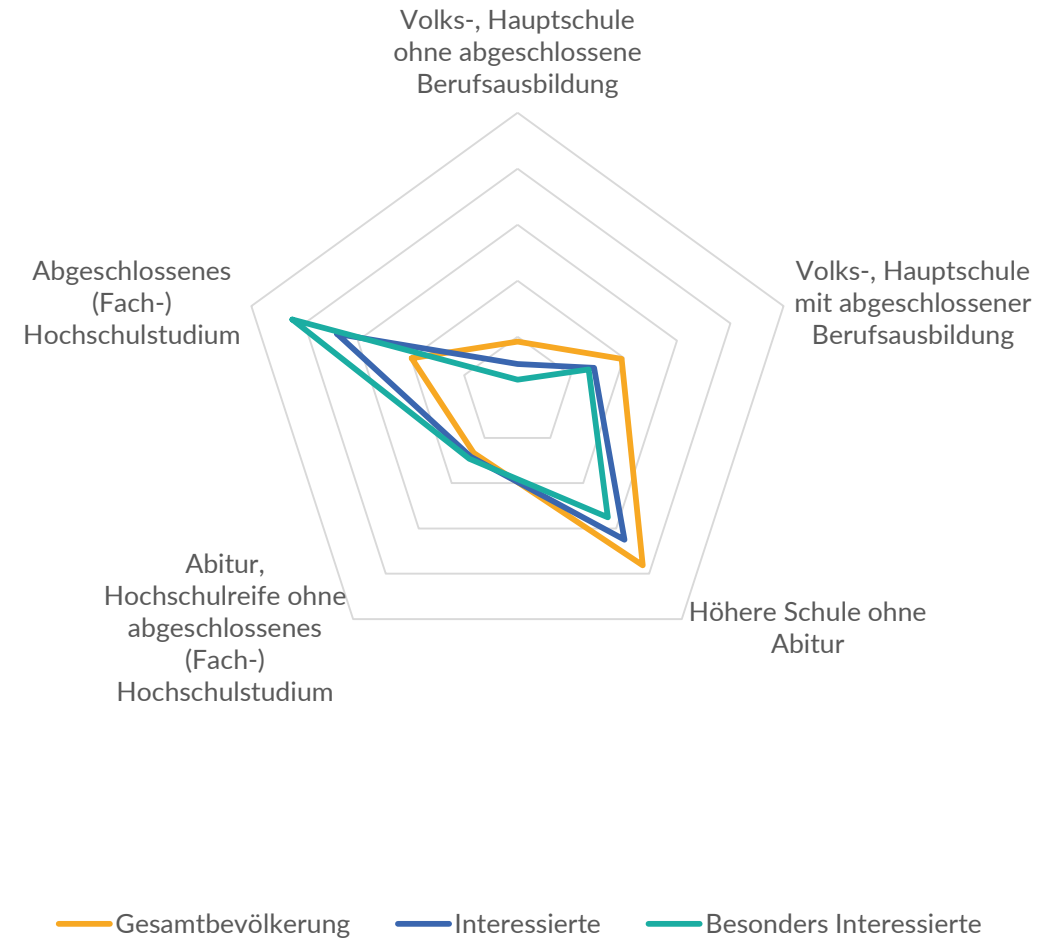
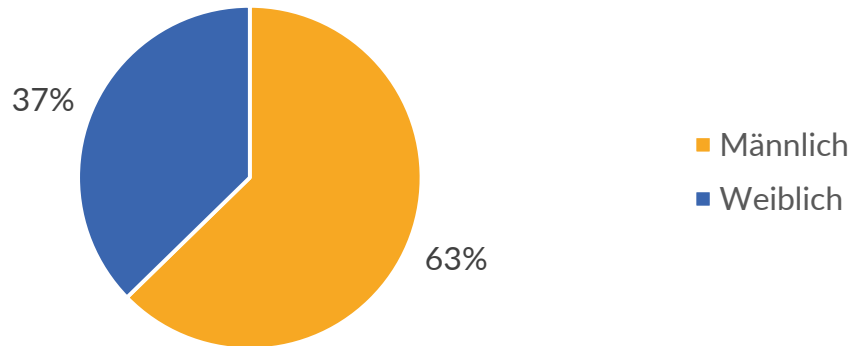
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2023  
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,08 Mio.)



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

In Deutschland interessieren sich **6,1 Mio.** Menschen und damit **9%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Golf. 1,32 Mio. (2%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mehr als ein Drittel der Zielgruppe.

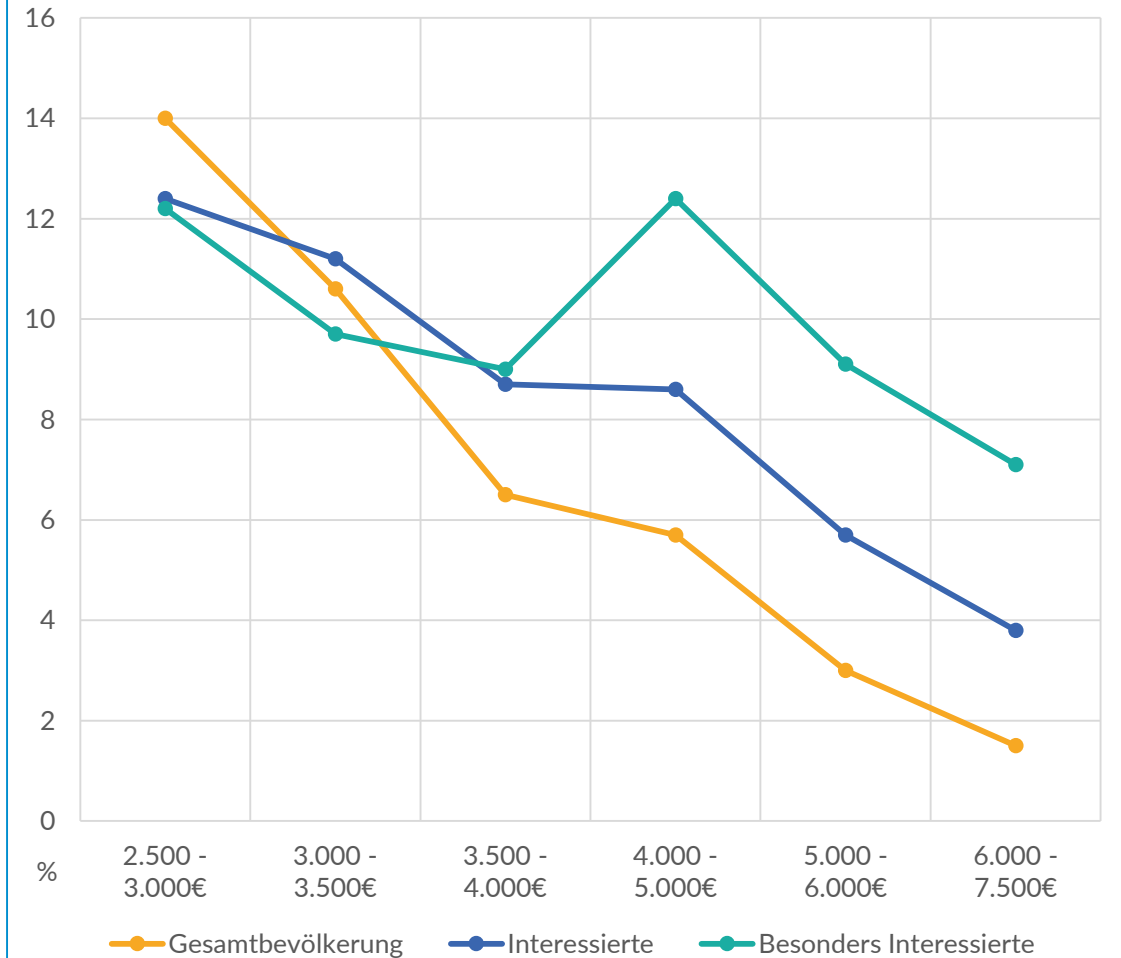
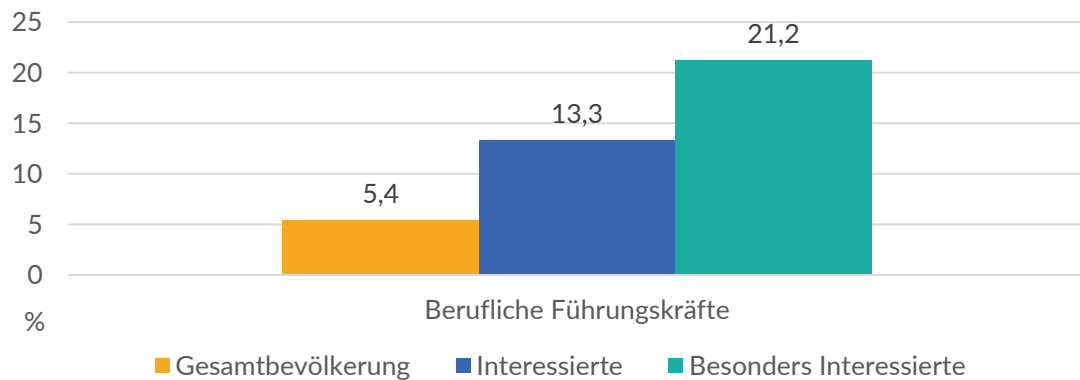
Golfinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein deutlich **erhöhtes Bildungsniveau**: während nur 19,7% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Golfinteressierten sogar 33,8% und bei den besonders Golfinteressierten 43,4%.



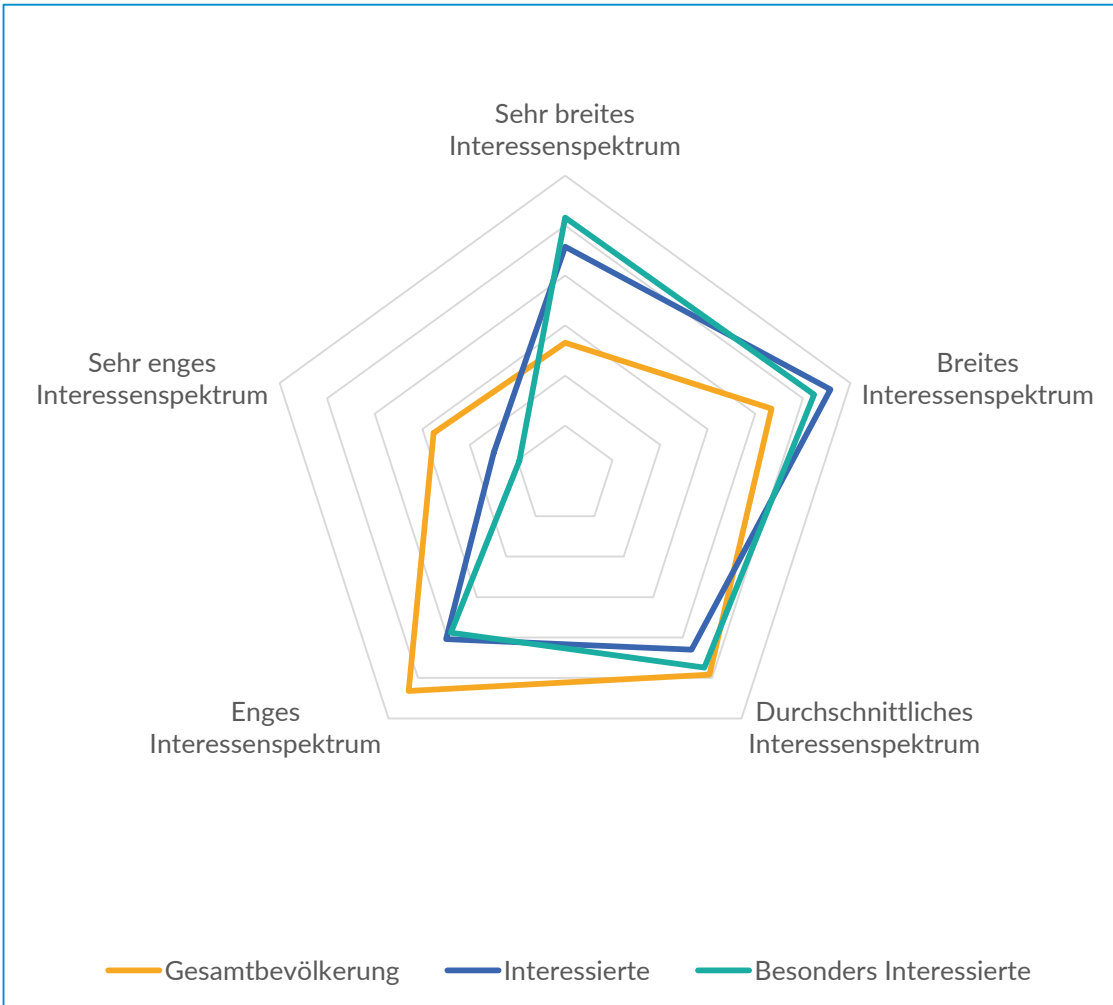
# Soziodemographie: Golfans sind in Führungspositionen mit hohen Einkommen

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

Entsprechend ist das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Golfinteressierten vergleichsweise deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung. Dieser Trend hat sich über die letzten Befragungswellen nochmals verstärkt.

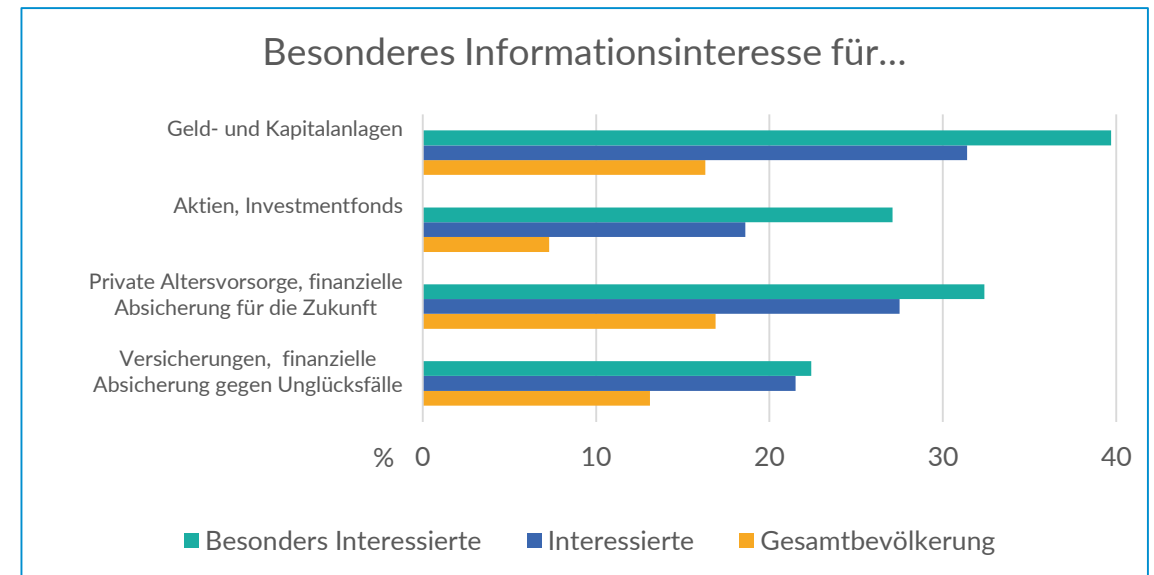


# Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Finanzbereich

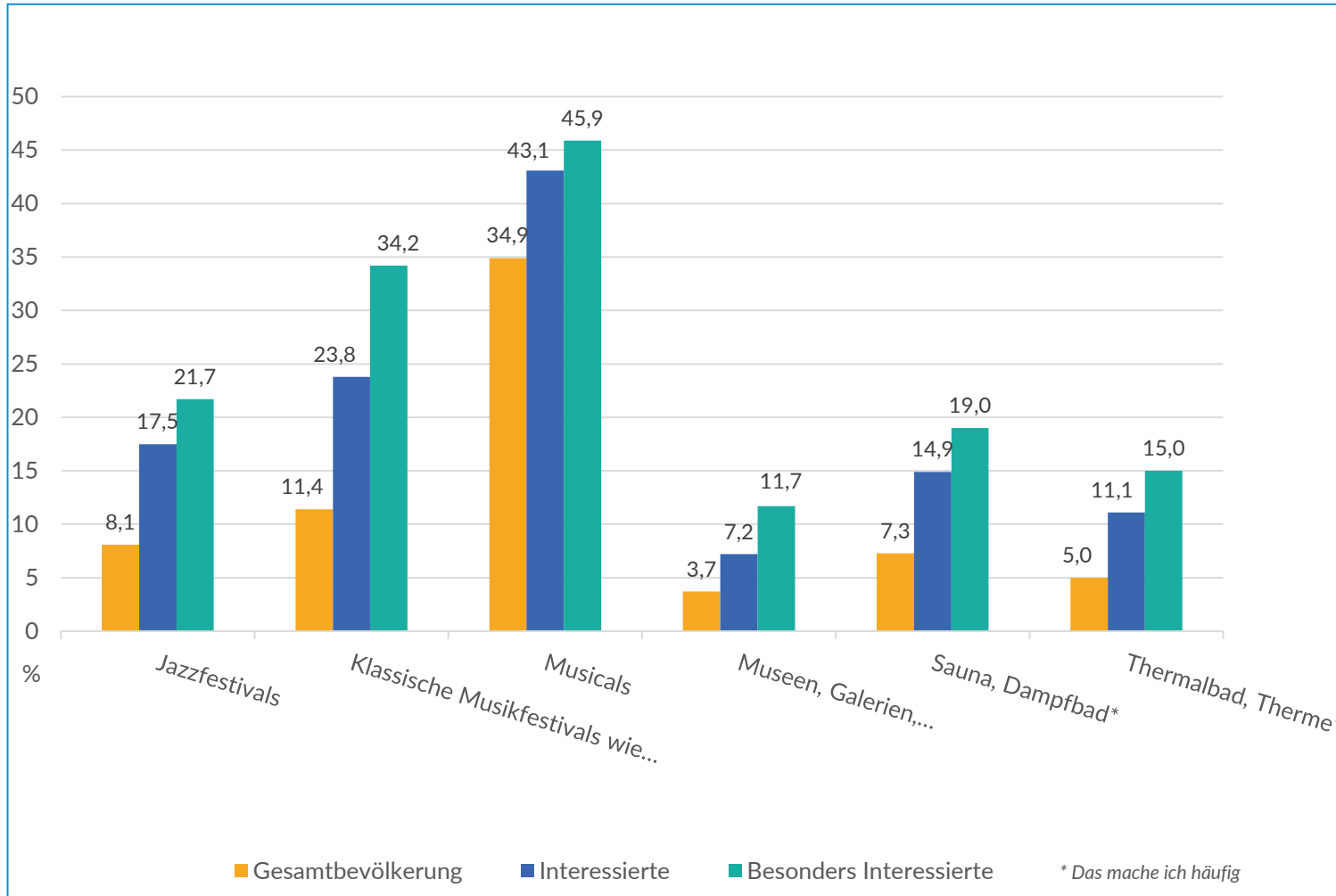


Golfinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf.

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



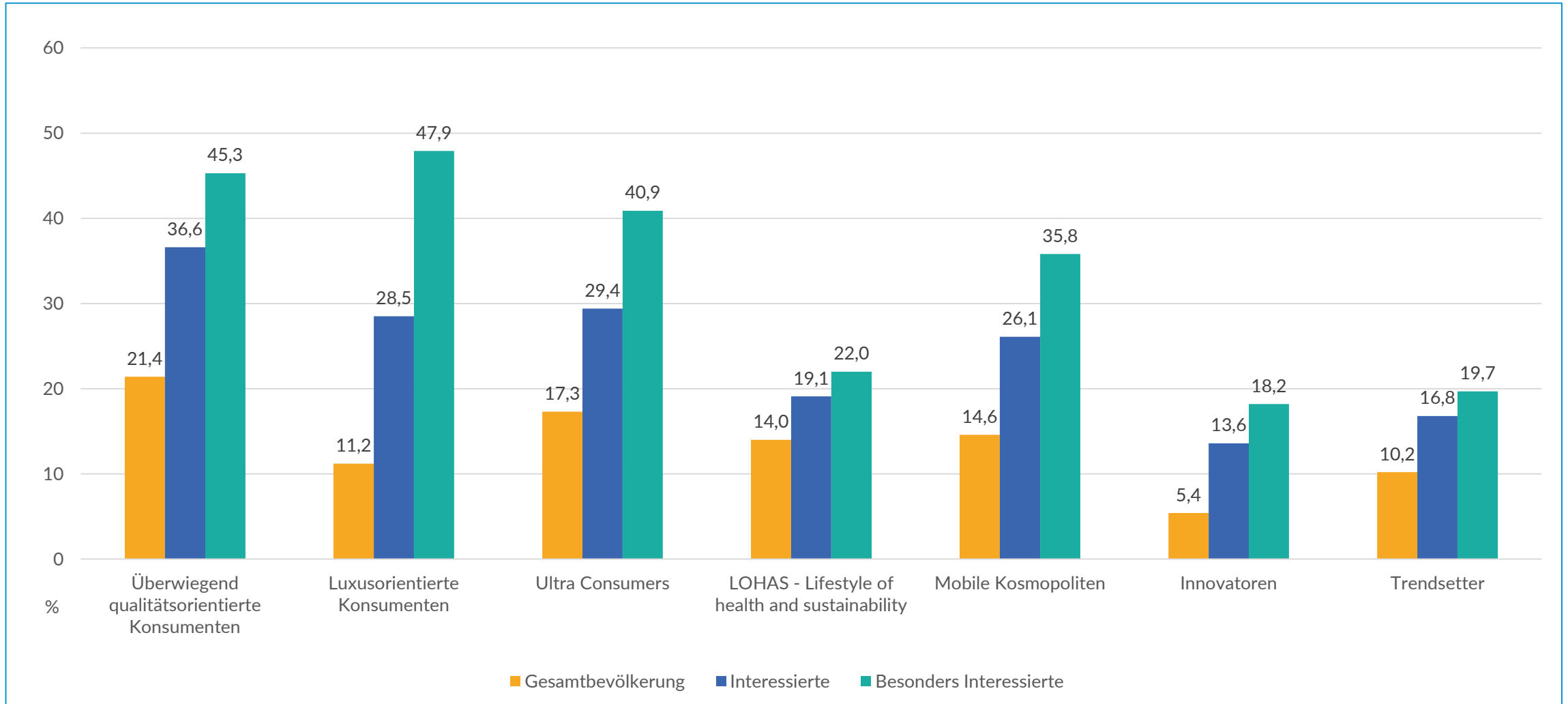
## Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Kultur und Sport sind von besonderer Relevanz



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 Wellnessanlagen wie 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 **Tennis**, (Beach-) Volleyball, Segeln, Sportfliegen und Triathlon. Selbst aktiv werden die Golfinteressierten darüber hinaus vergleichsweise gerne auf dem **Rennrad** oder beim **Wintersport**.

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

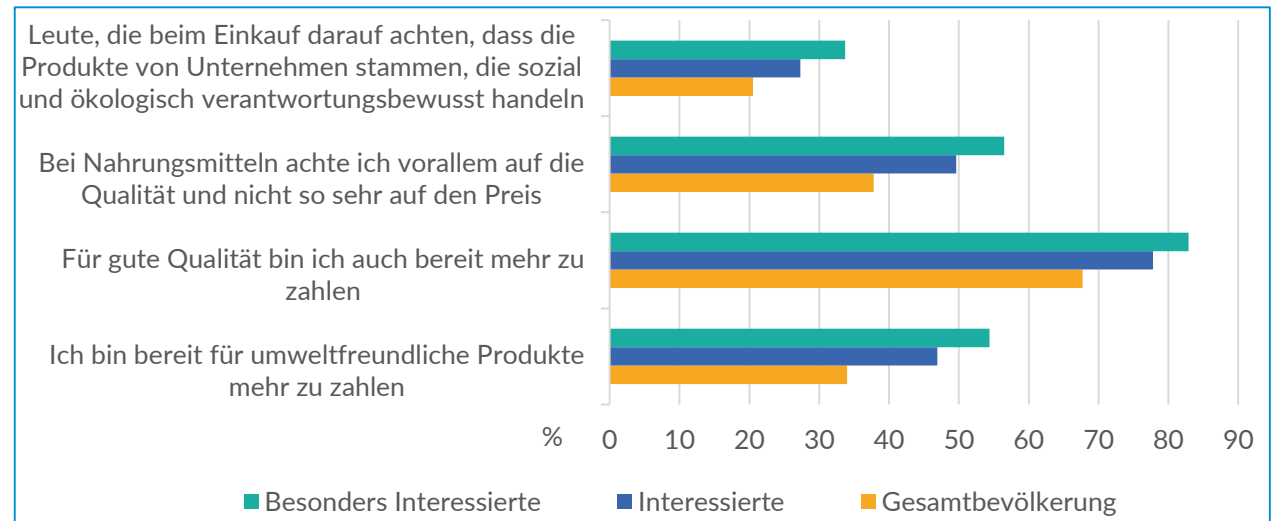
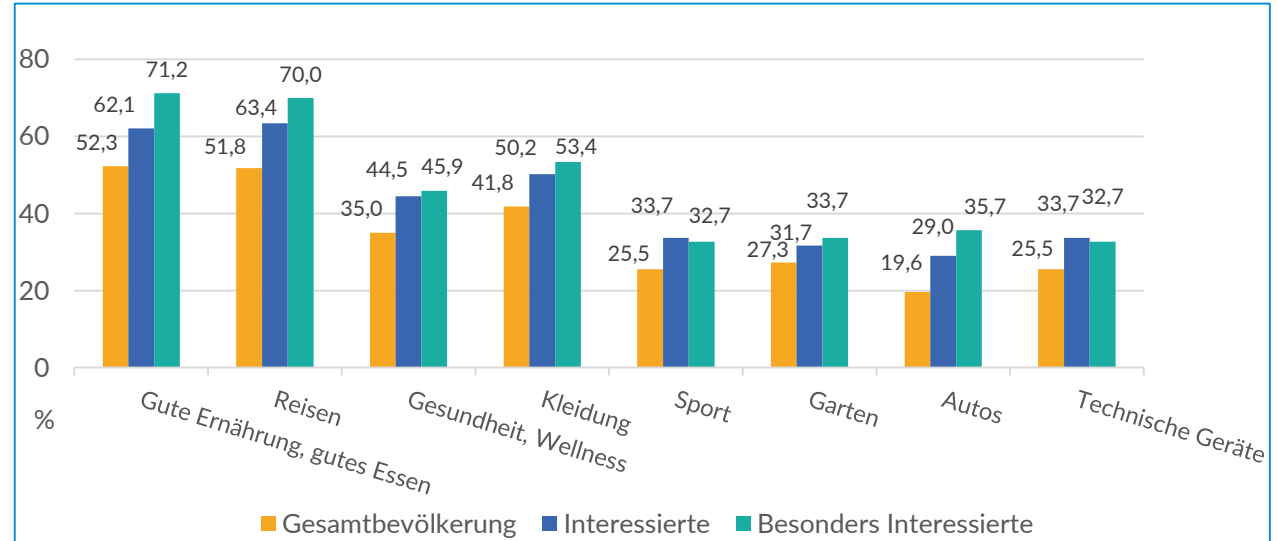


# Die Golfinteressierten als Konsumenten: hohe Ausgabebereitschaft und ein gesteigertes Interesse an Autos, Geldanlagen und Versicherungen

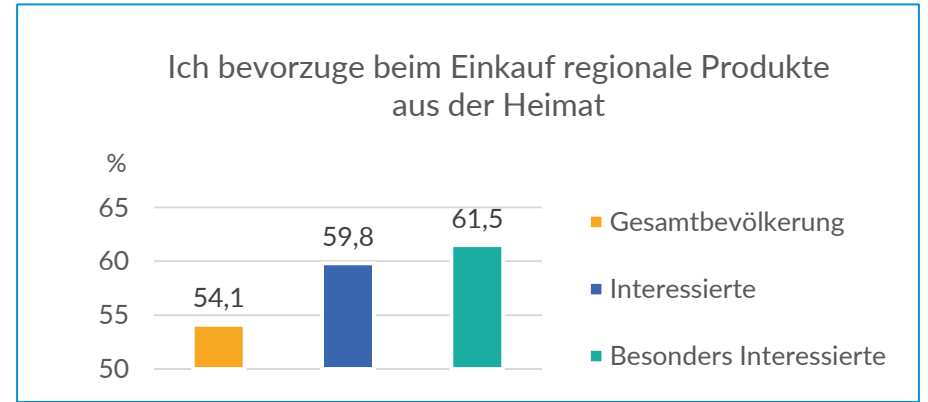
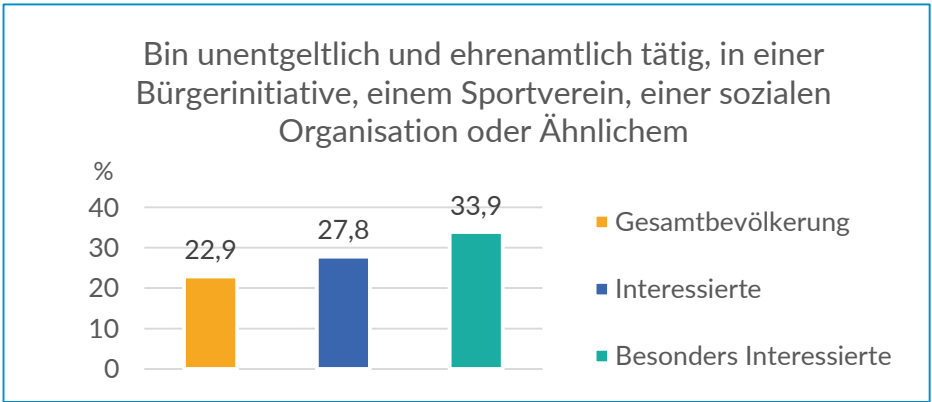
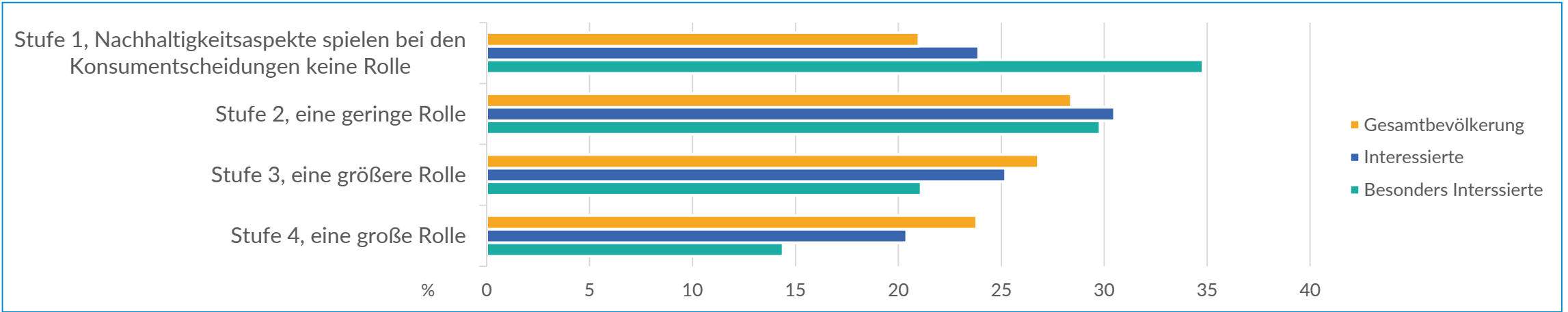
Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Kleidung, Reisen, Hobbies, Ausgehen, technische Geräte, Gesundheit, Wellness, gutes Essen sowie viele weitere Produkte und Aktivitäten ist deutlich erhöht. Gerade bei **guter Ernährung** ist ein eine starke Ausprägung zu erkennen.

Dabei ist den besonders Golfinteressierten der **Konsum nachhaltiger Produkte** sehr wichtig, sodass sie bereit sind mehr Geld hierfür und gute **Qualität** zu zahlen.

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.



# Nachhaltigkeit im Fokus: Golfinteressierte sind häufig unentgeltlich und ehrenamtlich tätig, Nachhaltigkeitsaspekte spielen bei Konsumententscheidungen eine wichtige Rolle





## 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 vermehrt einen besonderen Wert auf **nachhaltigen Konsum**. Diese Entwicklung hält auch in Zeiten steigender Inflation an. Als auffallend **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.

