

# Leichtathletik

## Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

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

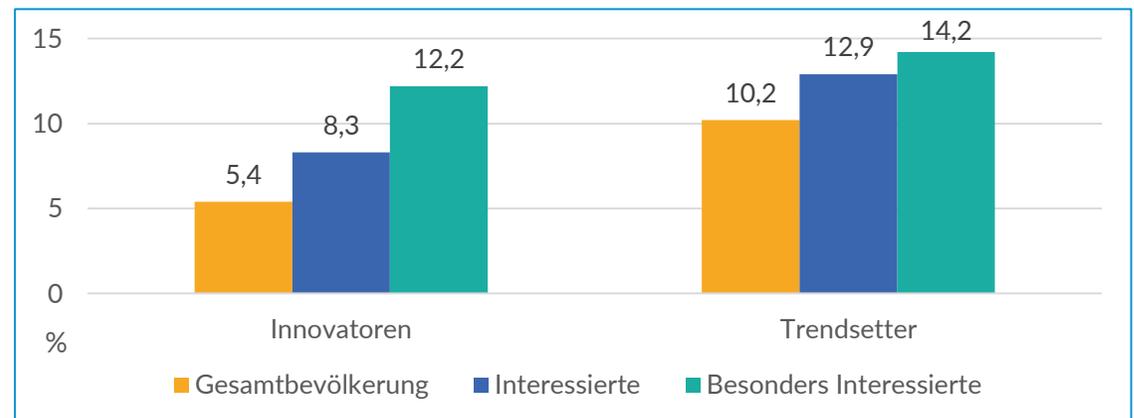
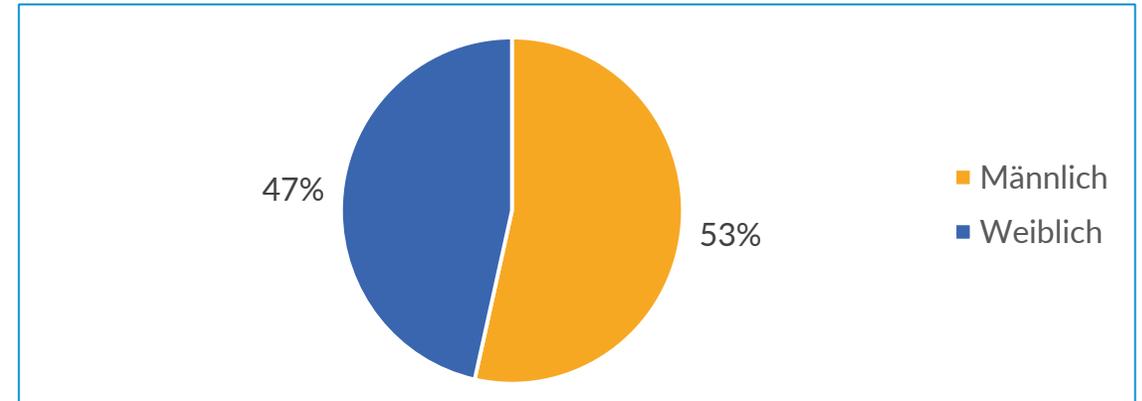


## Soziodemographie: mehr als 26 Millionen Menschen – Leichtathletik hat die zweitgrößte Anhängerschaft aller Sportarten in Deutschland

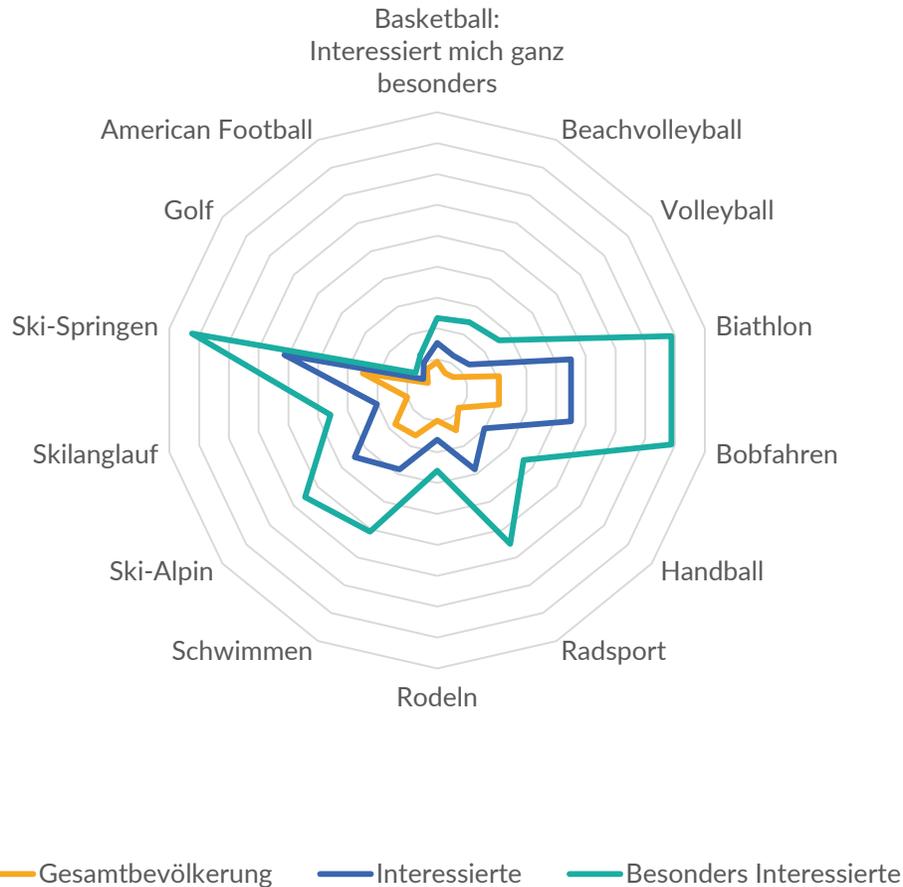
In Deutschland interessieren sich **26,09 Mio.** Menschen und damit **37%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Leichtathletik. Gemessen am Sportinteresse der Deutschen positioniert sich die Leichtathletik damit im Ranking aller Sportarten auf **Platz 2** hinter Fußball. In der Leichtathletik treffen Sponsoren also auf eine besonders **große Zielgruppe**. Selbst die engere Zielgruppe der „besonders Interessierten“ hat eine Größe von 7,41 Mio. (11% der Gesamtbevölkerung).

Auch wenn das Geschlechterverhältnis innerhalb der Zielgruppe nahezu ausgeglichen ist, sind Männer häufiger (53,5%) besonders an der Leichtathletik interessiert.

Beruflich sind die Leichtathletikinteressierten vergleichsweise häufig in der Politik sowie den Natur- und Ingenieurwissenschaften aktiv. Unter ihnen finden sich außerdem konstant häufig **Innovatoren**.

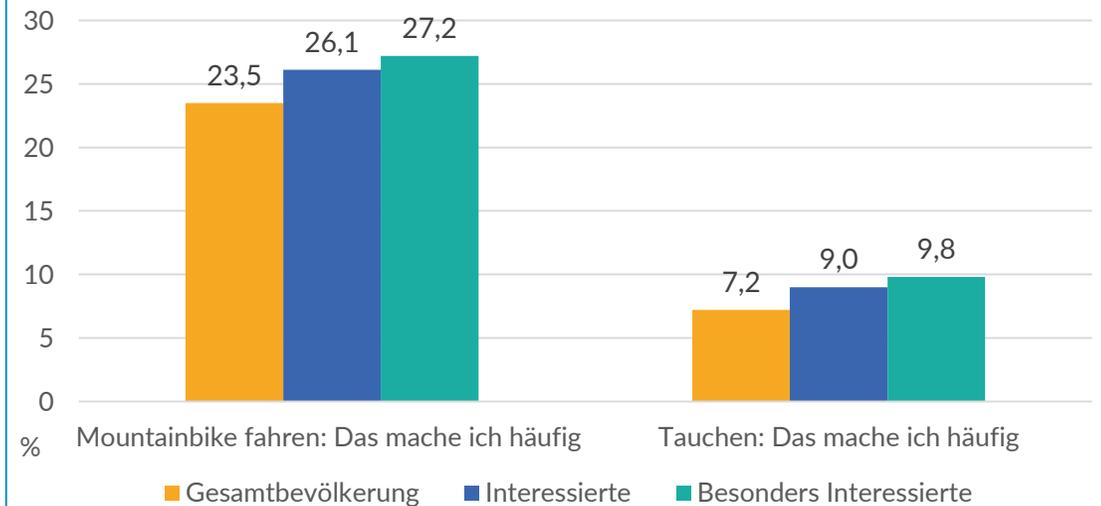


## Interessen und Vorlieben: die Zielgruppe verfolgt auch andere Sportarten mit großem Interesse und verbringt ihre Freizeit zu jeder Jahreszeit gerne in den Bergen



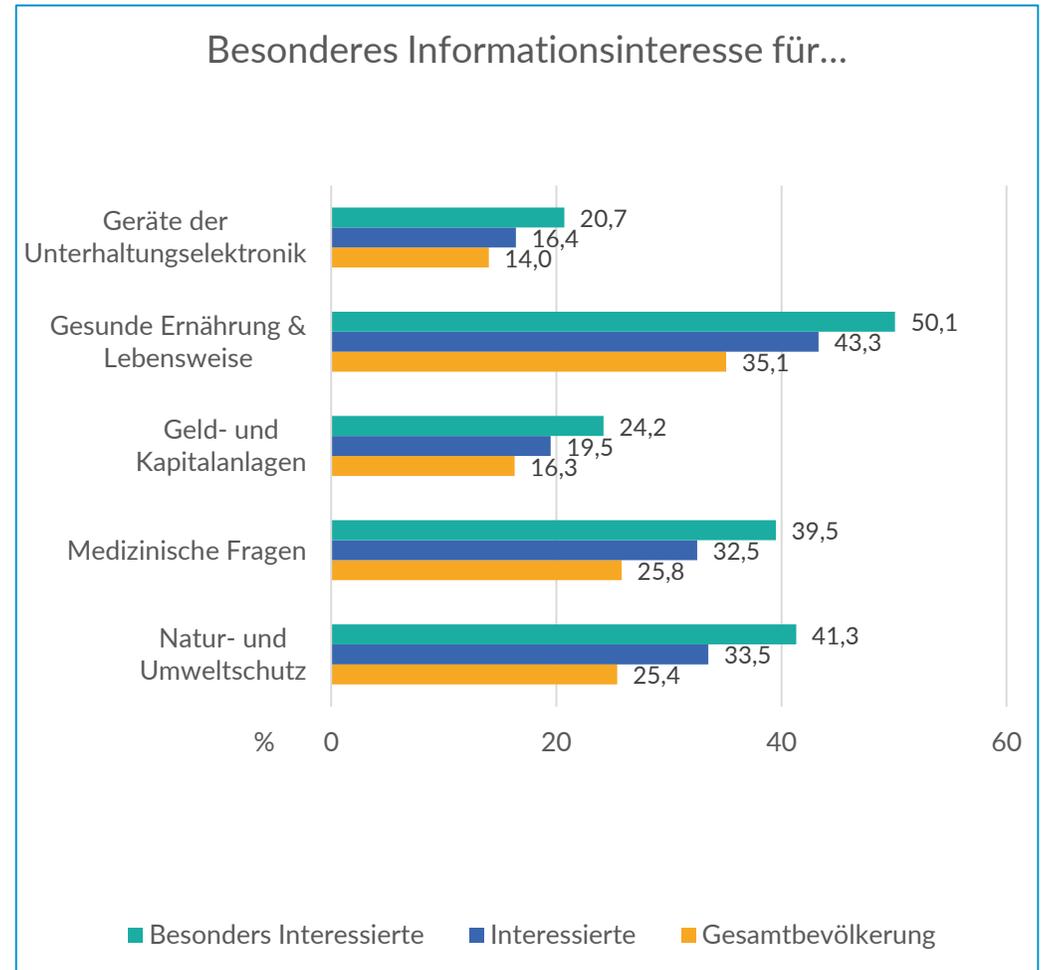
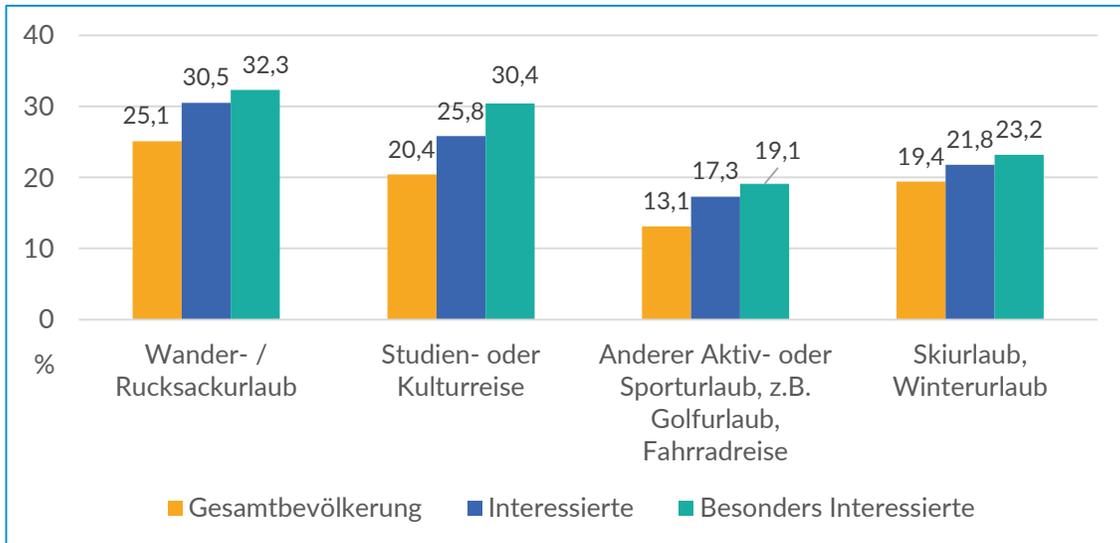
Menschen mit einem Interesse an Leichtathletik begeistern sich auch überdurchschnittlich stark für andere Sportarten. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ist das Interesse an **Wintersportarten** und **Handball** und **Radsport** besonders ausgeprägt.

Die Zielgruppe fährt in ihrer Freizeit verhältnismäßig häufig **Ski** und geht **Tauchen**.

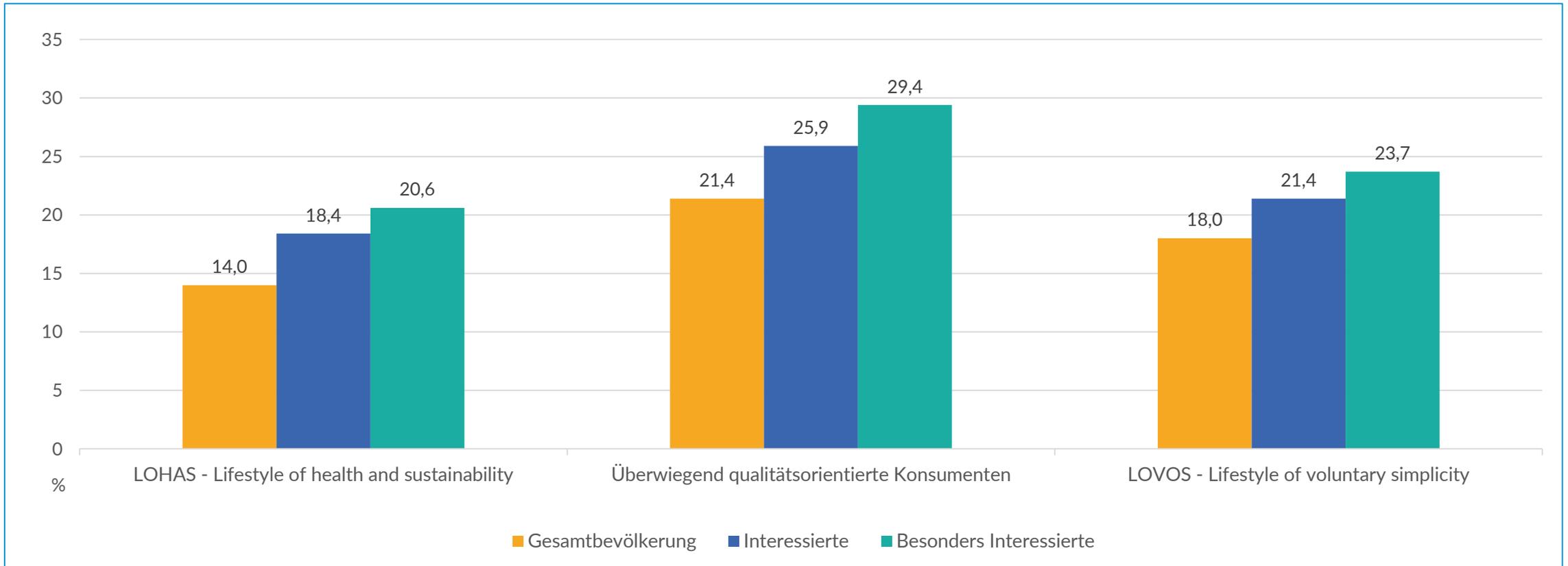


# Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe. Bei Reisen ist die Zielgruppe gerne aktiv

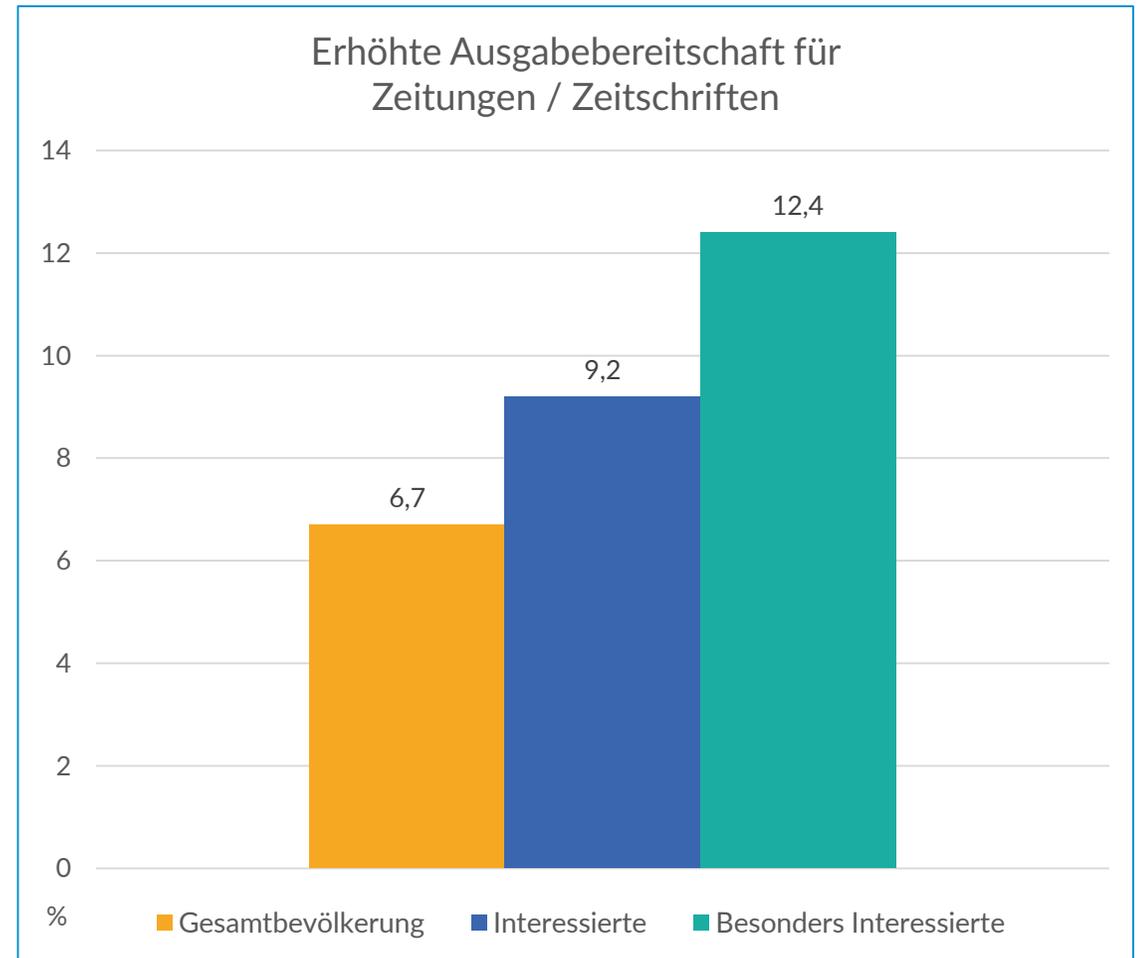
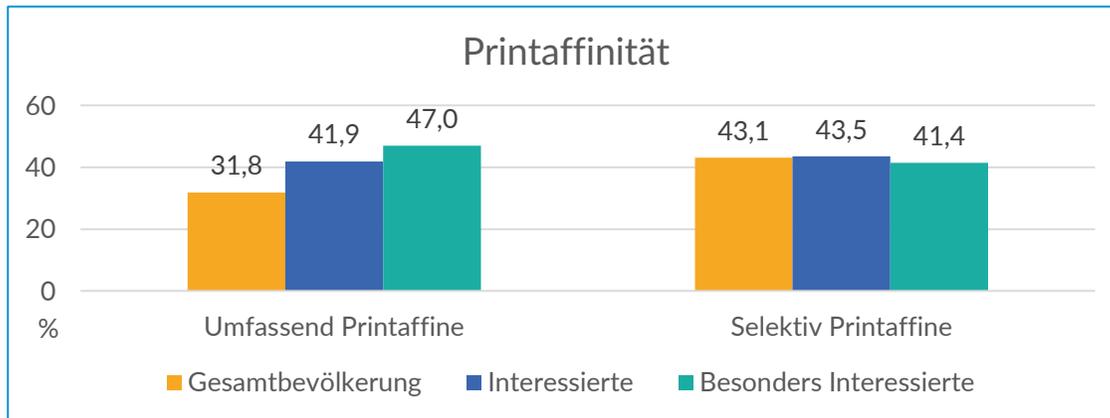
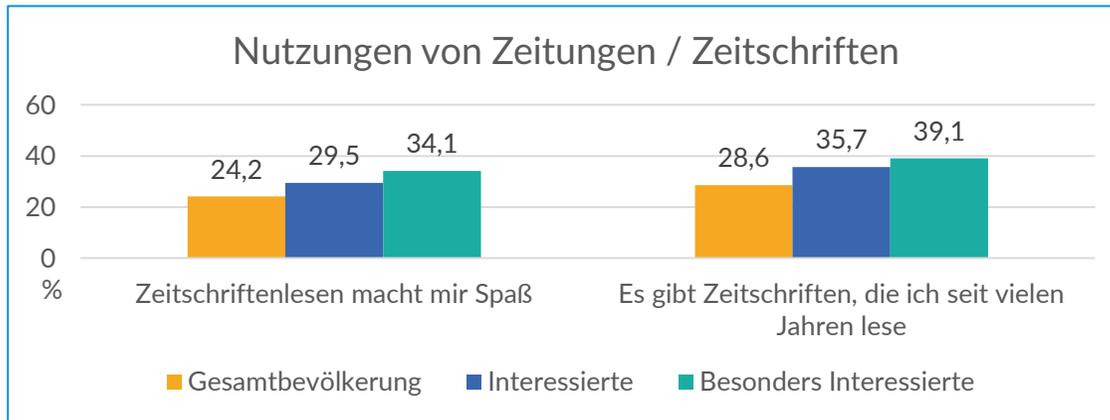
Leichtathletikinteressierte Personen sind vielseitig interessiert, besonders an **Natur- und Umweltschutz, Gesunder Ernährung & Medizin sowie Unterhaltungselektronik**. Die Zielgruppe reist gerne, besonders **Studien- oder Kulturreisen** sowie sportliche **Aktiv- und Winterurlaube** erfreuen sich hoher Beliebtheit.



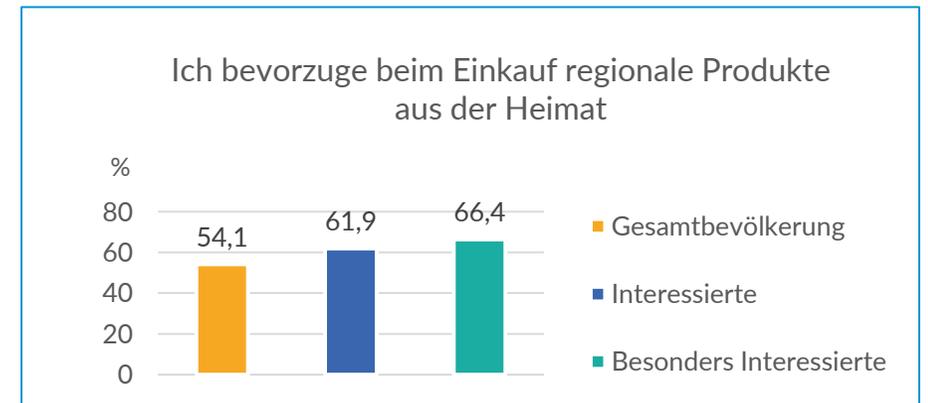
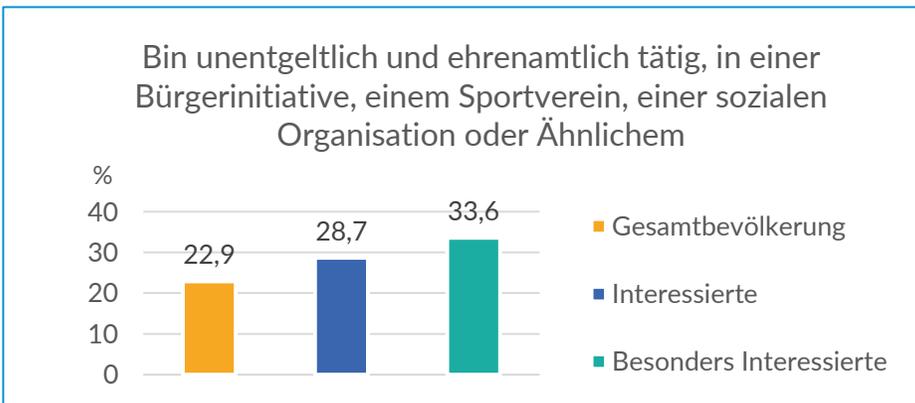
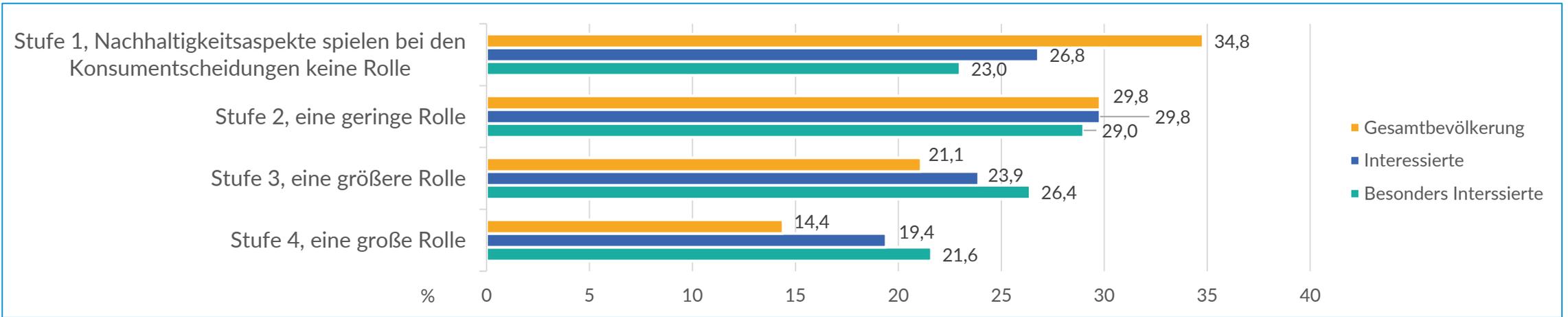
## Die Zielgruppe als Konsumenten: unter den Leichtathletikinteressierten finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder



## Mediennutzung der Zielgruppe: Menschen mit Interesse an Leichtathletik nutzen Printmedien vergleichsweise stark und weisen dafür auch eine erhöhte Ausgabebereitschaft auf



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



## Zusammenfassung der Ergebnisse

- Leichtathletik ist nach Fußball die Sportart mit der größten Interessens- und Fangemeinde in Deutschland. Ganze **37%** der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren und damit gut **26 Millionen** interessieren sich für diese Sportart. Sponsoren erreichen über die Leichtathletik aber nicht nur einen besonders **großen**, sondern auch einen ausgesprochenen **innovativen und wissbegierigen Teil der Bevölkerung**.
- Die Zielgruppe der Leichtathletikinteressierten zeigt ein großes Interesse an **Sport** und **Outdoor-Aktivitäten** wie **Fahrrad-** oder **Skifahren** – auch auf Reisen.
- Die Zielgruppe ist auffällig **printaffin** und zeigt unverändert sowohl eine verstärkte Nutzung von Printmedien als auch eine erhöhte Ausgabebereitschaft für diese.
- Nachhaltigkeit ist für die Leichtathletikinteressierten wichtig: sowohl durch **breite ehrenamtliche Engagements** als auch das eigene **nachhaltige Konsumverhalten** spiegelt sich ihr Verantwortungsbewusstsein wieder

