

Fußballinteressierte

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

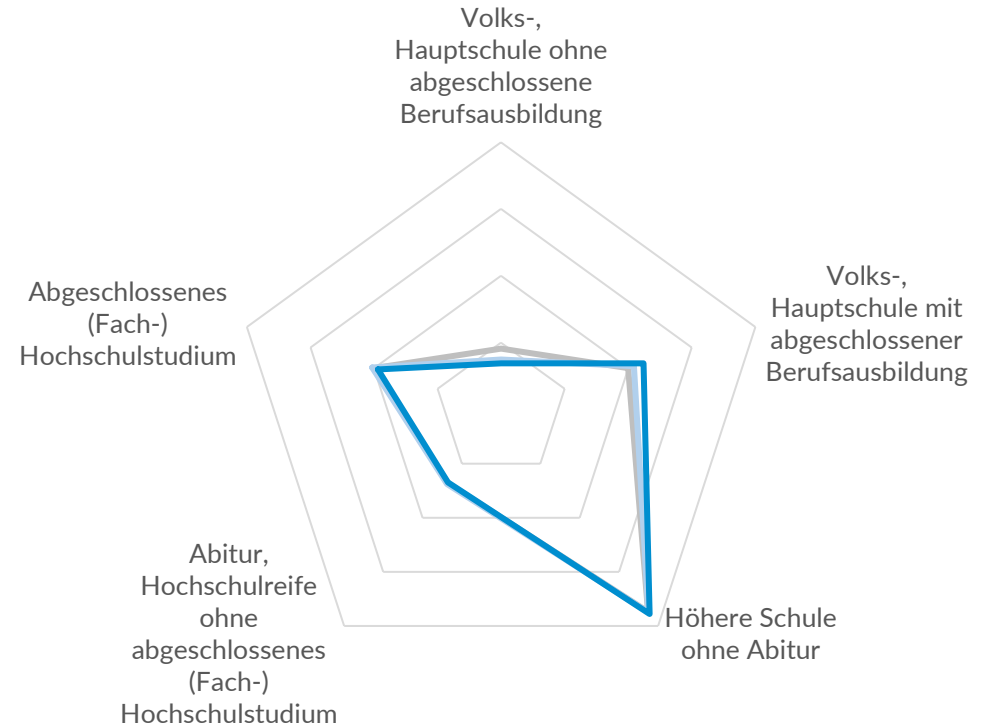
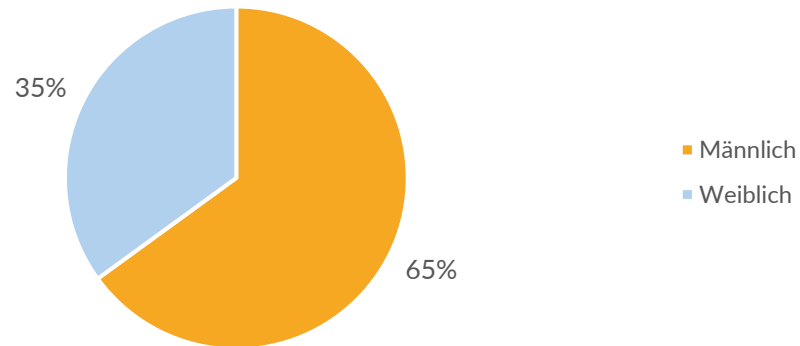
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2024

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,48 Mio.)

Soziodemographie: Sponsoren treffen im Fußball auf eine große Gruppe der Bevölkerung

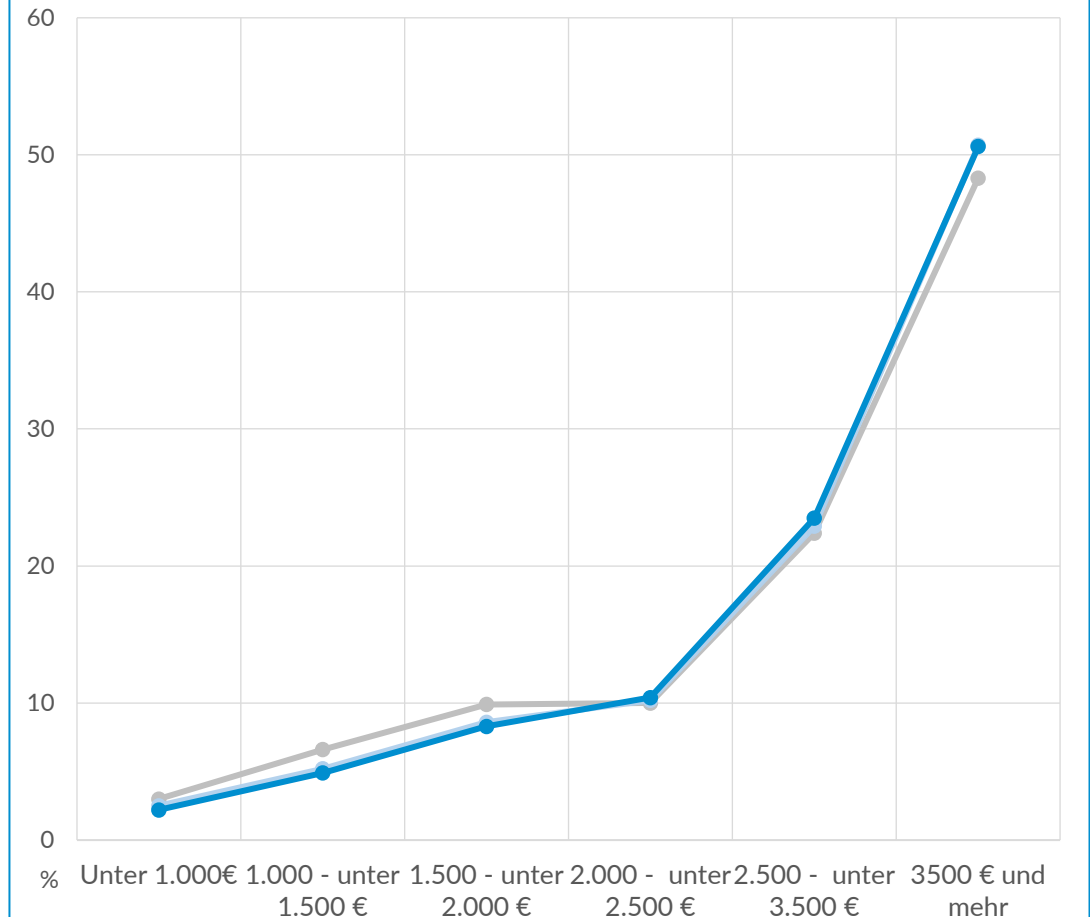
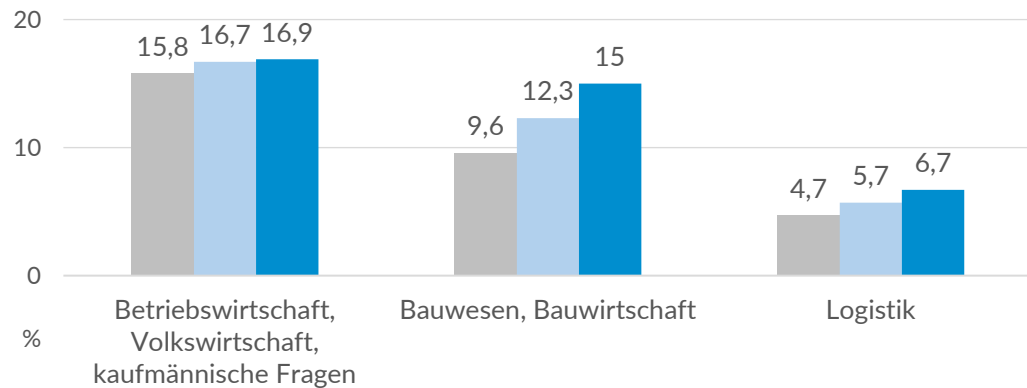
In Deutschland interessieren sich **38,77 Mio.** Menschen und damit **55%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Fußball. **19,94 Mio.** (28%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mit **35%** mehr als ein Drittel der Zielgruppe dar.

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

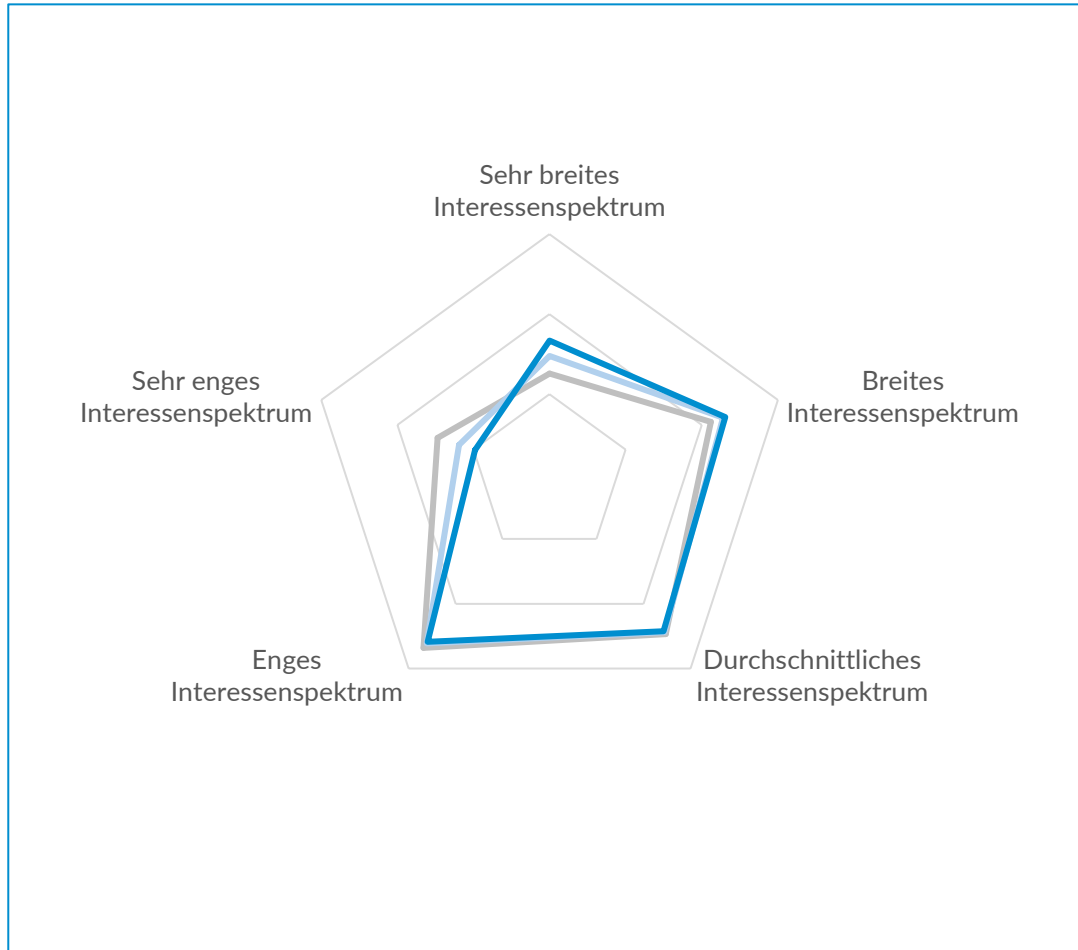


Soziodemographie: Fußballinteressierte sind in allen Berufsgruppen vertreten

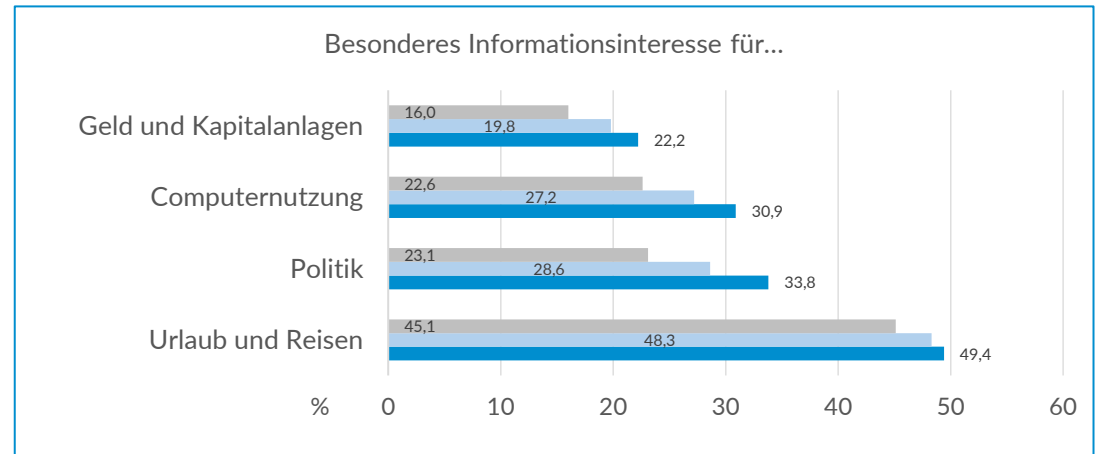
Fußballinteressierte sind in nahezu allen beruflichen Gruppen vertreten. Ein Großteil arbeitet in **betriebswirtschaftlichen Berufen**. Auch die Bauwirtschaft ist überdurchschnittlich stark vertreten. Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe liegt in höheren Einkommensklassen etwas höher als in der Gesamtbevölkerung.



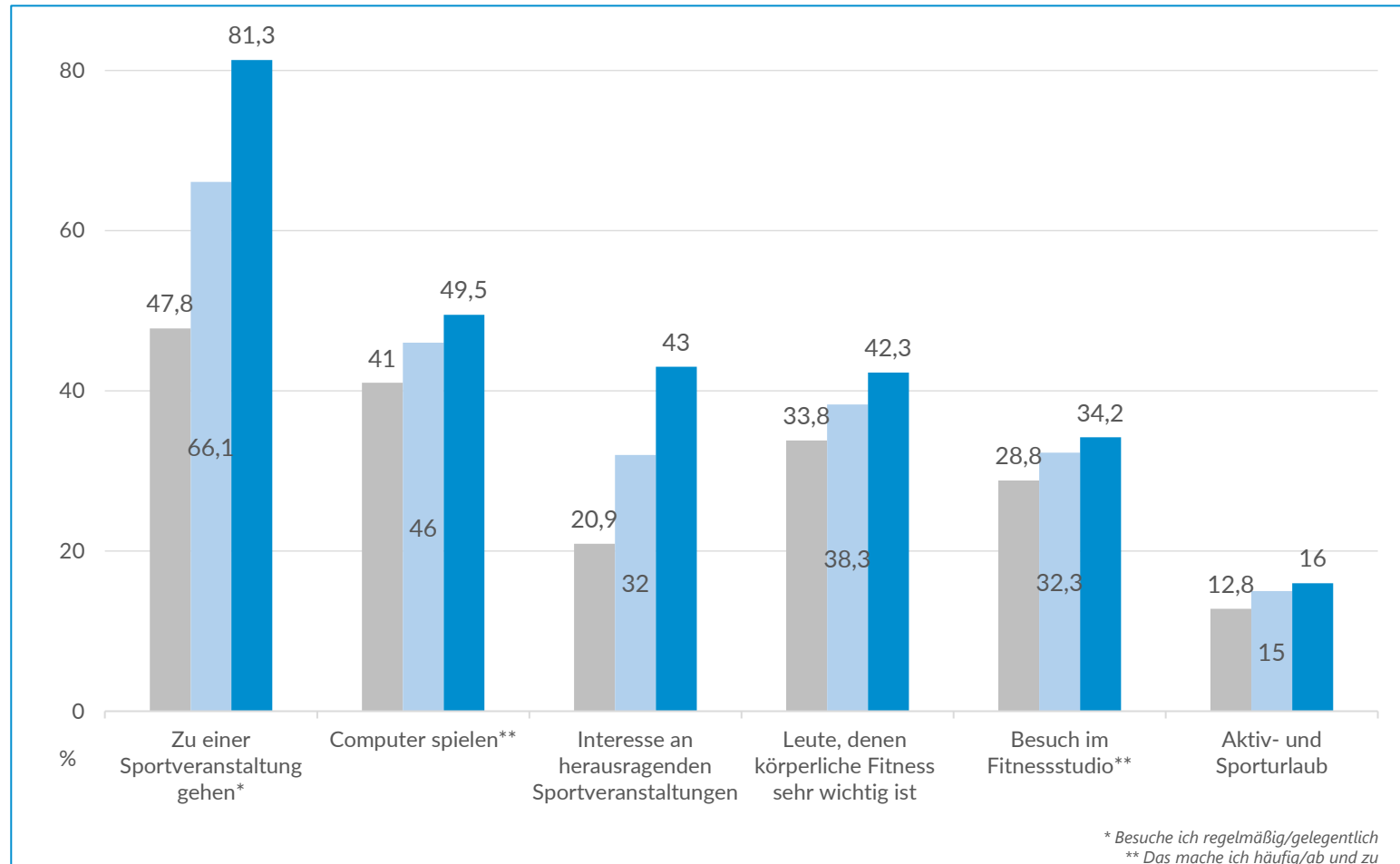
Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Bereich Politik und Reisen



Fußballinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Urlaub** und **Reisen** sowie **Politik**. Auch **Geld**, **Kapitalanlagen** und **Computernutzung** stehen im Fokus.



Freizeitgestaltung: Fußballfans haben ein besonderes Interesse an Sportevents, Computer spielen und der eigenen Fitness

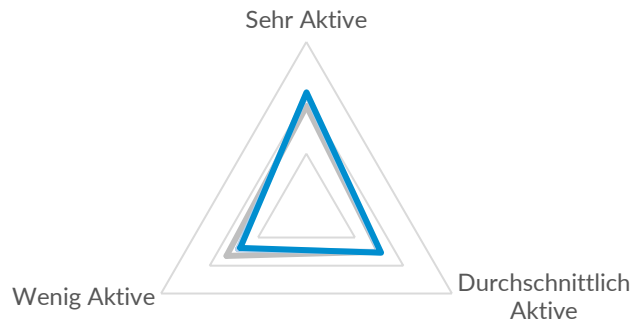
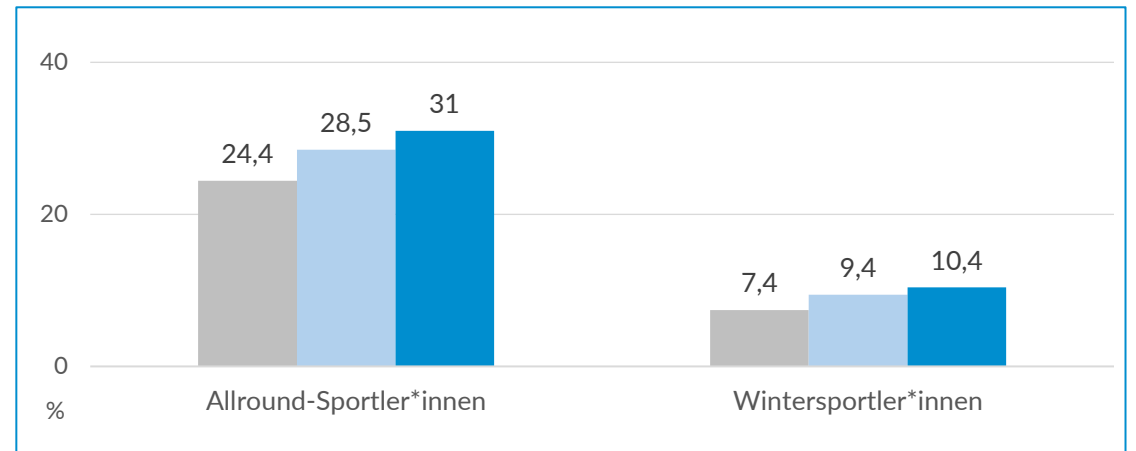
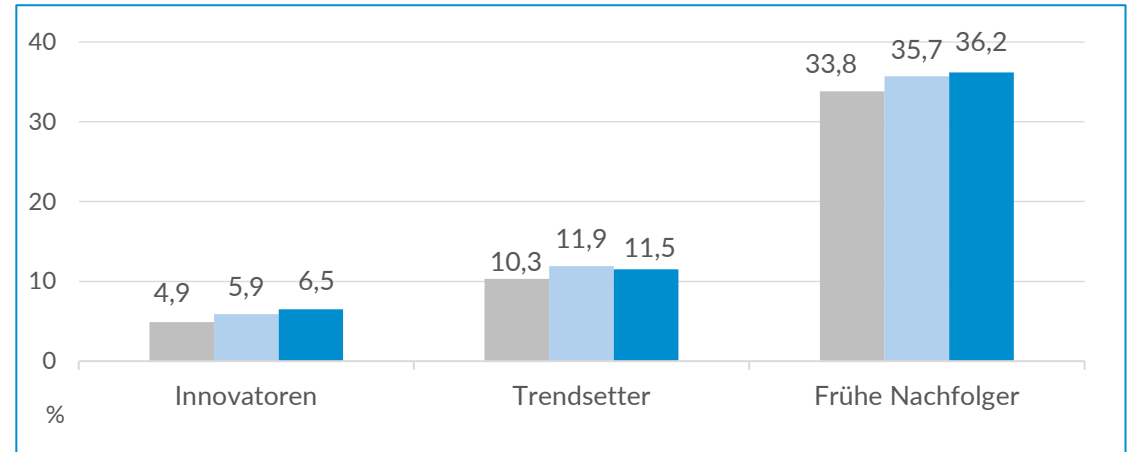


Das Event- und Bewegungsinteresse der Fußballinteressierten ist besonders ausgeprägt. Die Zielgruppe besucht gerne **Sportveranstaltungen** und legt Wert auf die eigene **körperliche Fitness**. Dabei ist auch das Interesse an **Sport- und Aktivurlauben** im Vergleich zur Gesamtbevölkerung groß. Im Hinblick auf andere **Sportarten** sind Fußballinteressierte im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für Handball, Automobilsport und Eishockey aber auch für Leichtathletik und Wintersportarten zu begeistern

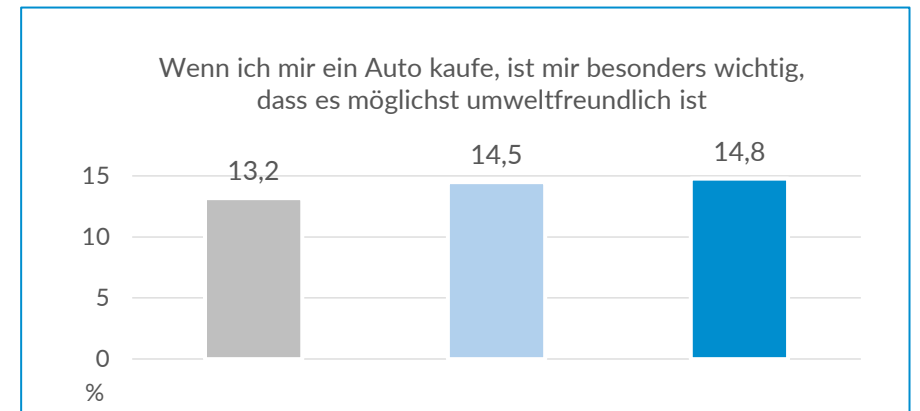
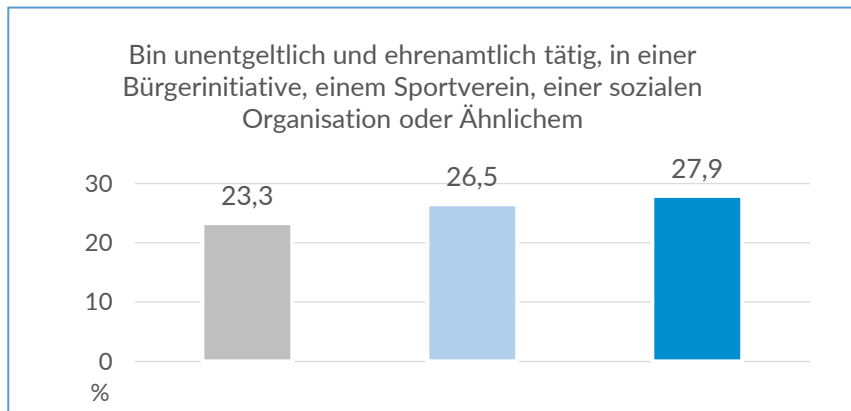
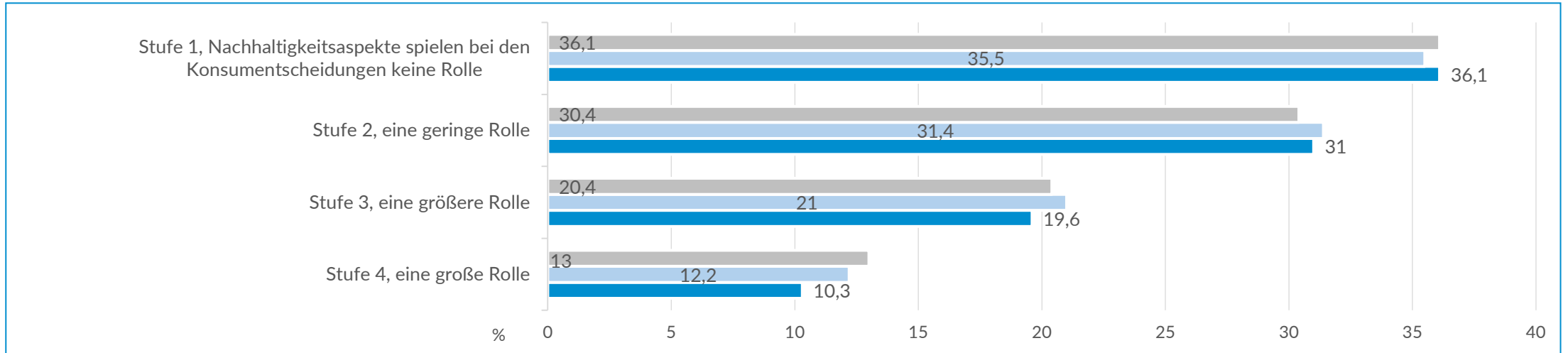
Aktivität und Innovationsorientierung: Fußballinteressierte sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

Die **Innovationskraft** der Zielgruppe ist neben ihrem Sinn für Neues stark ausgeprägt.

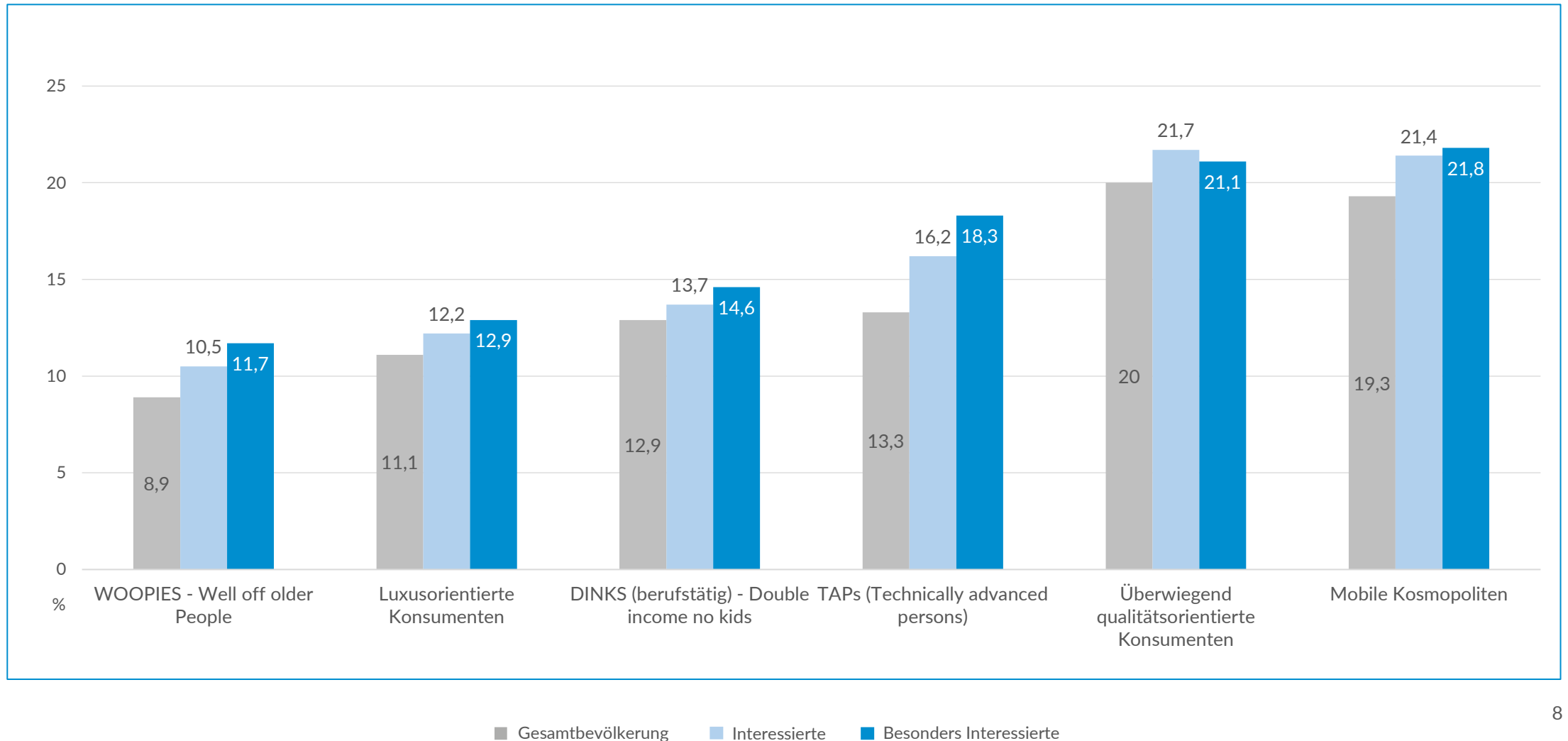
In Bezug auf ihr Aktivitätslevel, sind Fußballinteressierte als Sportler*innen **sehr aktiv** und dem Typ **Allrounder** zuzuordnen.



Nachhaltigkeit im Fokus: Fußballinteressierte engagieren sich unentgeltlich und ehrenamtlich und bevorzugen umweltfreundliche Autos



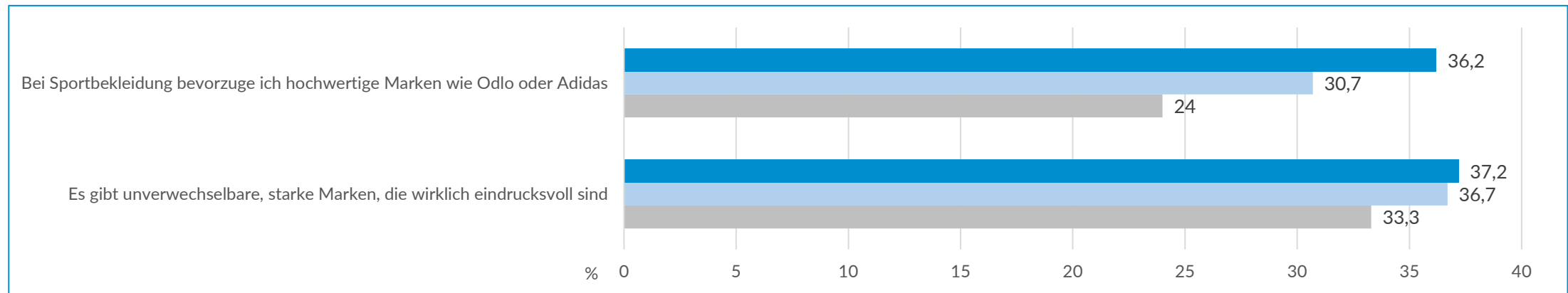
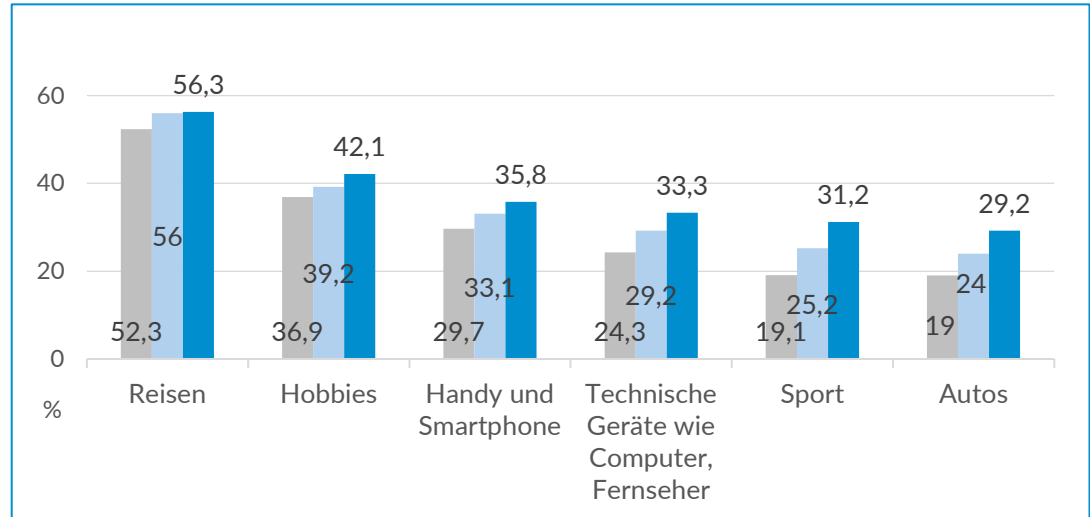
Fußballinteressierte als Konsumenten: Unter den an Fußball interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien sowie Sonderzielgruppen wieder



Fußballinteressierte als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Reisen und Freizeitgestaltung trifft auf erhöhtes Qualitätsbewusstsein und Markenaffinität

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Hobbies, Reisen und technische Geräte ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht.

Der Konsumstil und die Käufertypologie der Fußballinteressierten zeigt außerdem, dass sie für hohe **Qualität** und **Marken** gerne mehr ausgeben.



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Fußball ist vergleichsweise groß und zu mehr als einem Drittel weiblich. Sponsoren treffen im Fußball auf ein überdurchschnittlich **breites Publikum**, welches das Bildungsniveau der Gesamtbevölkerung widerspiegelt und in **allen beruflichen Gruppen** zu finden ist.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **breites Interessenspektrum**. **Urlaub** und **Reisen** sowie **Sport** stoßen auf großes Interesse. Beim Kauf von Lebensmitteln, Kleidung und Autos legen Fußballinteressierte besonderen Wert auf hochwertige **Marken**.
- Das Interesse an **Sportevents** und die eigene **körperliche Fitness** sind für Fußballinteressierte von großer Bedeutung.



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER