

# Motorradsportinteressierte

## Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2024

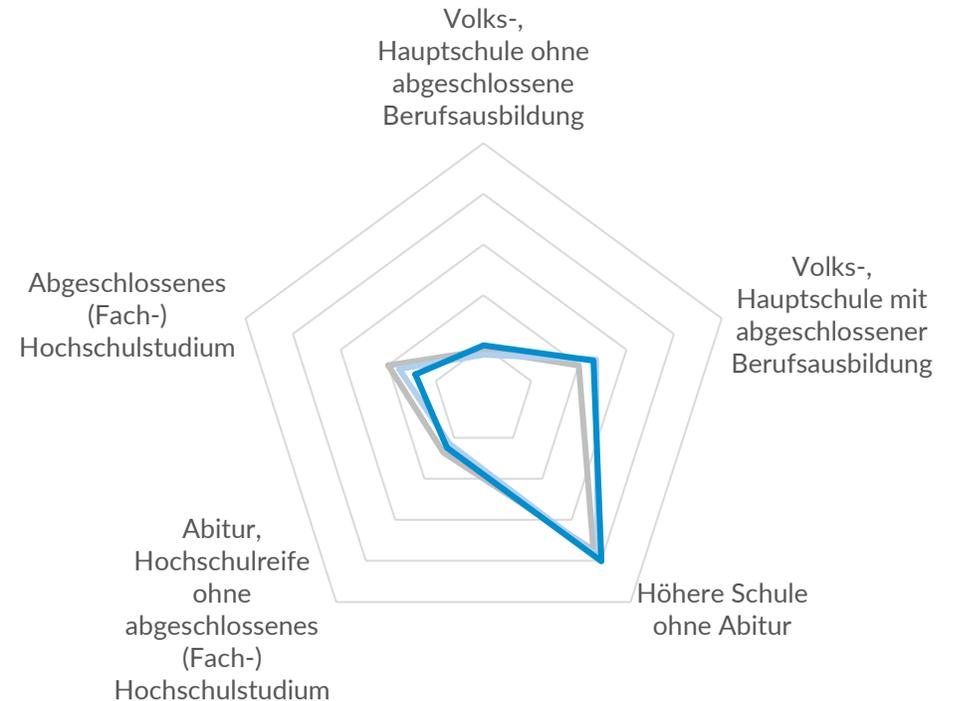
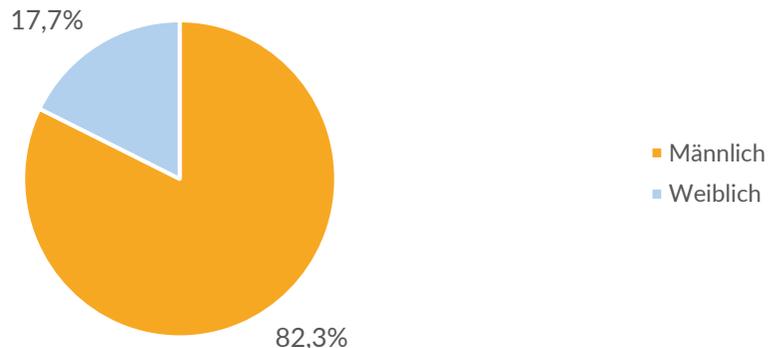
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,48 Mio.)



# Soziodemographie: Sponsoren treffen beim Motorradsport auf eine gebildete und große Zielgruppe

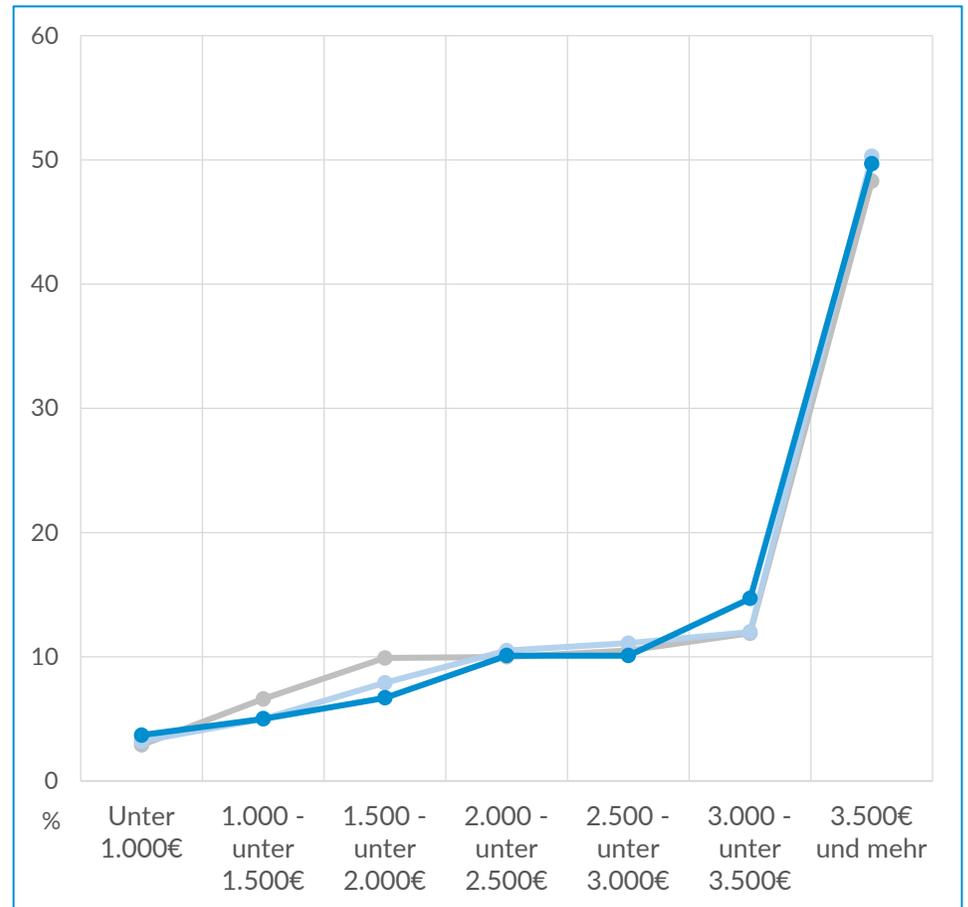
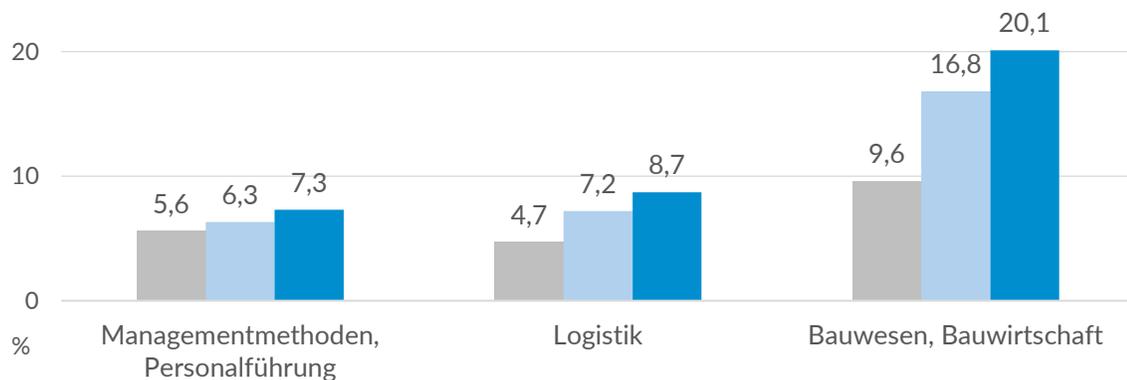
In Deutschland interessieren sich **10,47 Mio.** Menschen und damit **15%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für den Motorradsport.

**3,07 Mio.** (4%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen bilden knapp ein Fünftel der Zielgruppe. Das Bildungsniveau der Zielgruppe unterscheidet sich leicht von dem der Gesamtbevölkerung. Während sich unter den Motorradsportinteressierten mehr Personen mit **abgeschlossener Berufsausbildung** befinden, ist der Wert bei Abitur und abgeschlossenem Studium etwas niedriger.

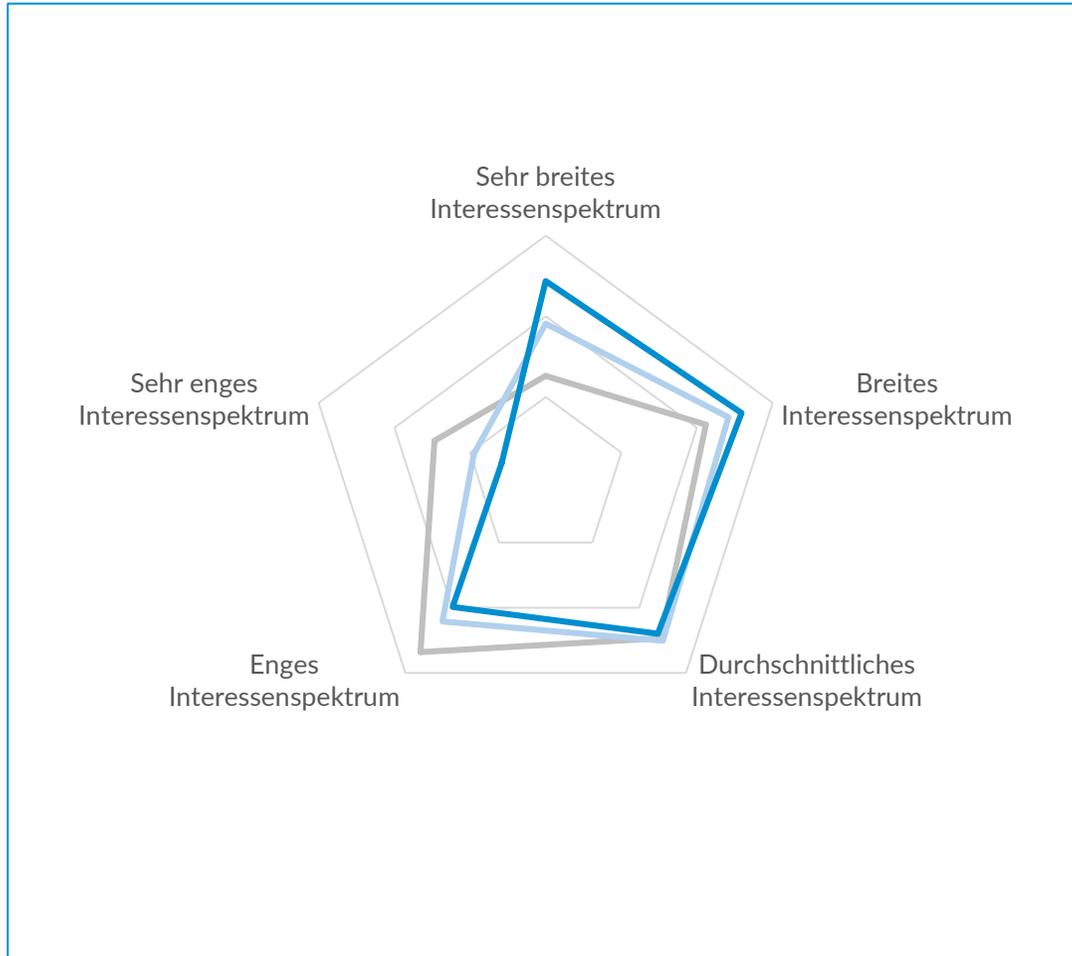


## Soziodemographie: Motorradsportinteressierte sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein vergleichbares Haushaltsnettoeinkommen wie die Gesamtbevölkerung

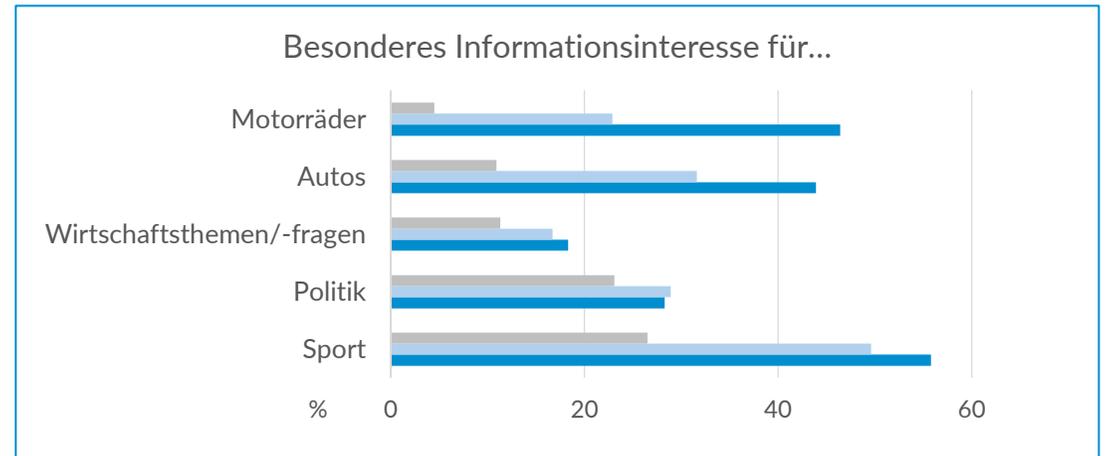
Die Motorradsportinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in der **Bauwirtschaft**. Auch der Bereich **Logistik** ist überdurchschnittlich stark vertreten. Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Motorradsportinteressierten ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



## Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Mobilitätsbereich

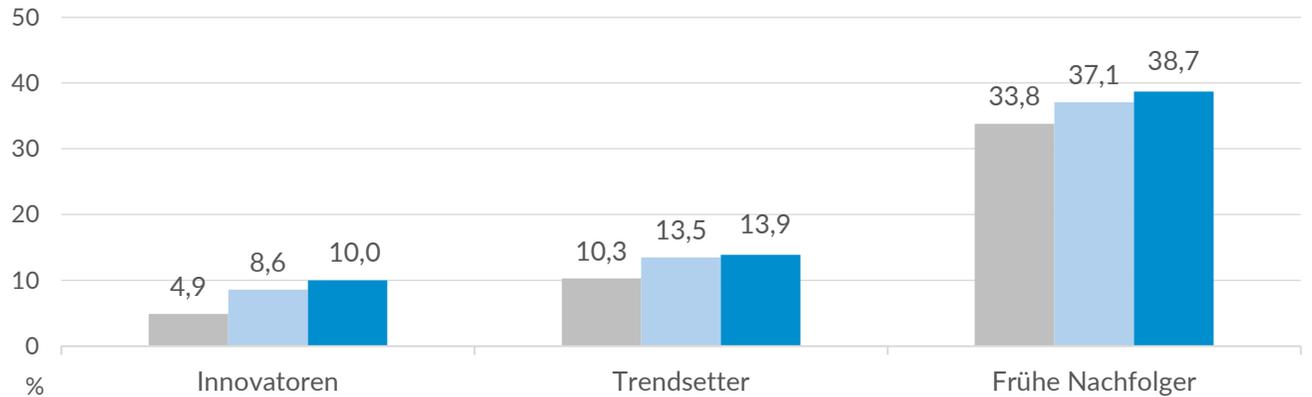
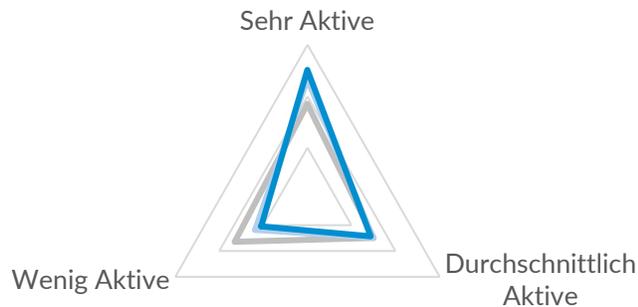
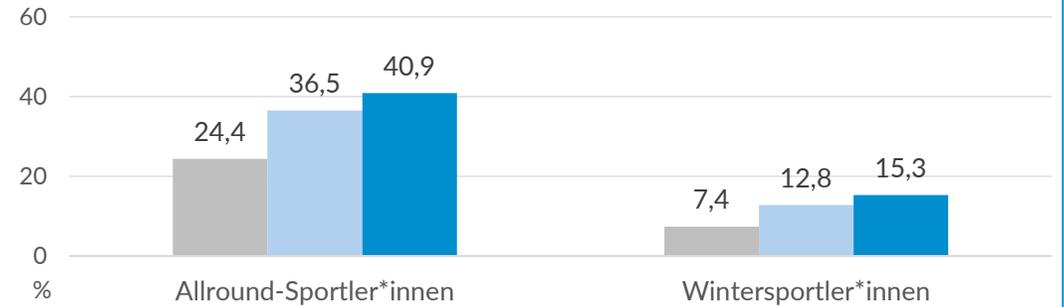


Motorrad-sportinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Wirtschaftsfragen** und **Sport**. Auch **Politik** sowie **Autos** und **Motorräder** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

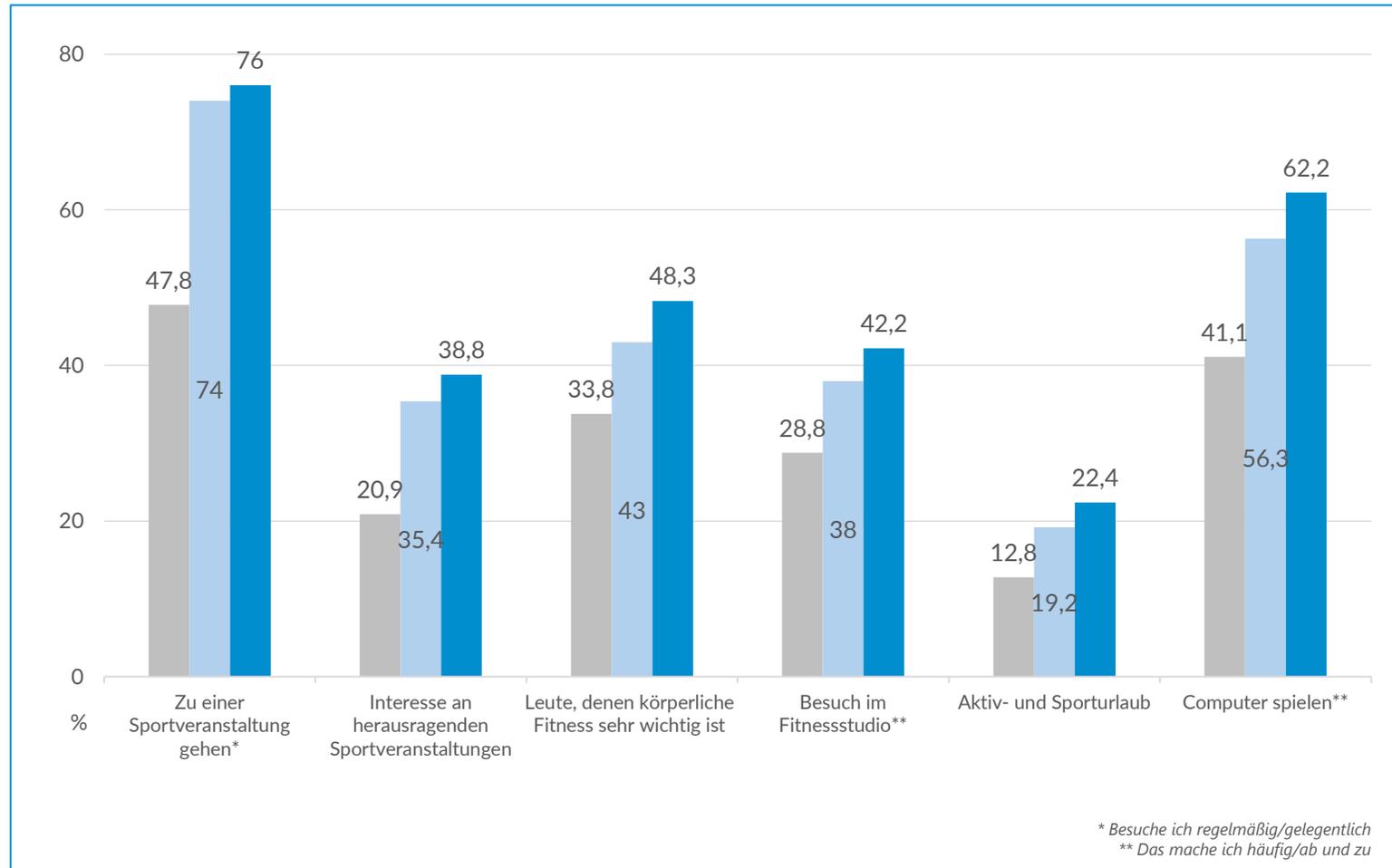


# Aktivität und Innovationsorientierung: Die Motorradsportinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

Als aktive Sportler\*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind besonders aktiv. Die Zielgruppe der Motorradsportinteressierten ist zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung vermehrt **Innovator** und **Trendsetter**.

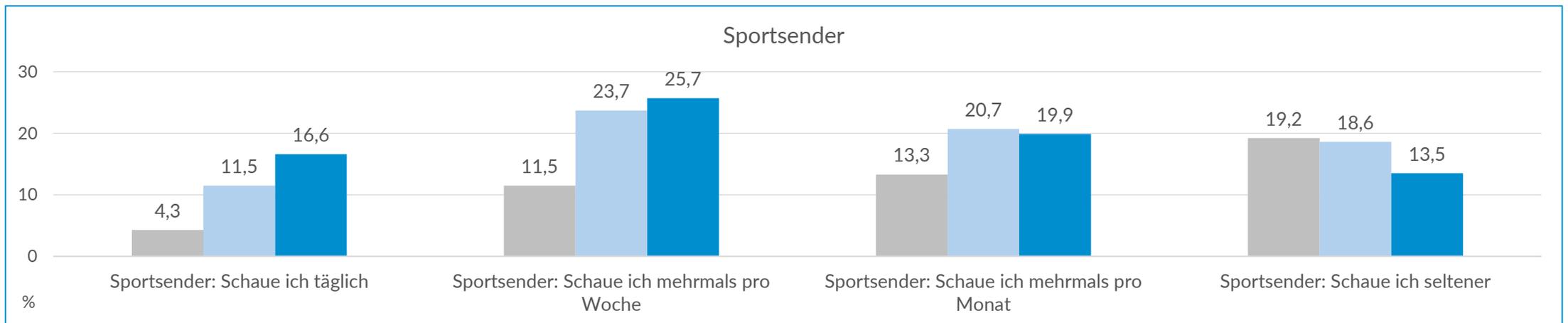
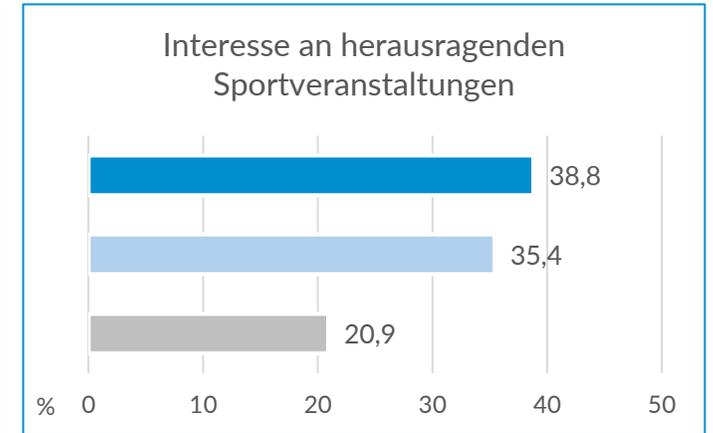
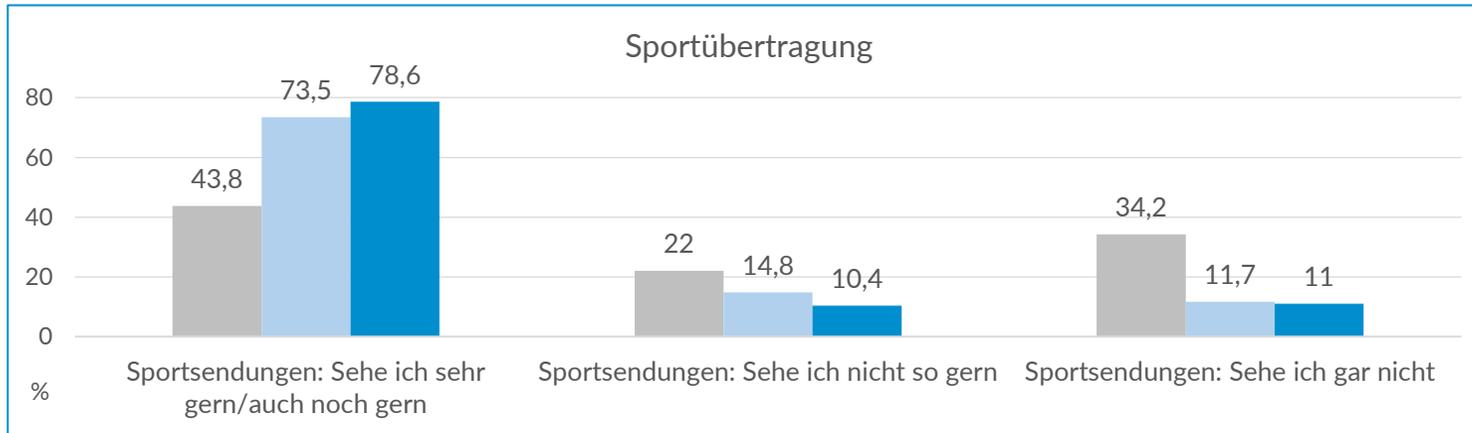


## Freizeit: Die Zielgruppe verbringt ihre Urlaube gerne aktiv, spielt gerne Computerspiele und betätigt sich sportlich



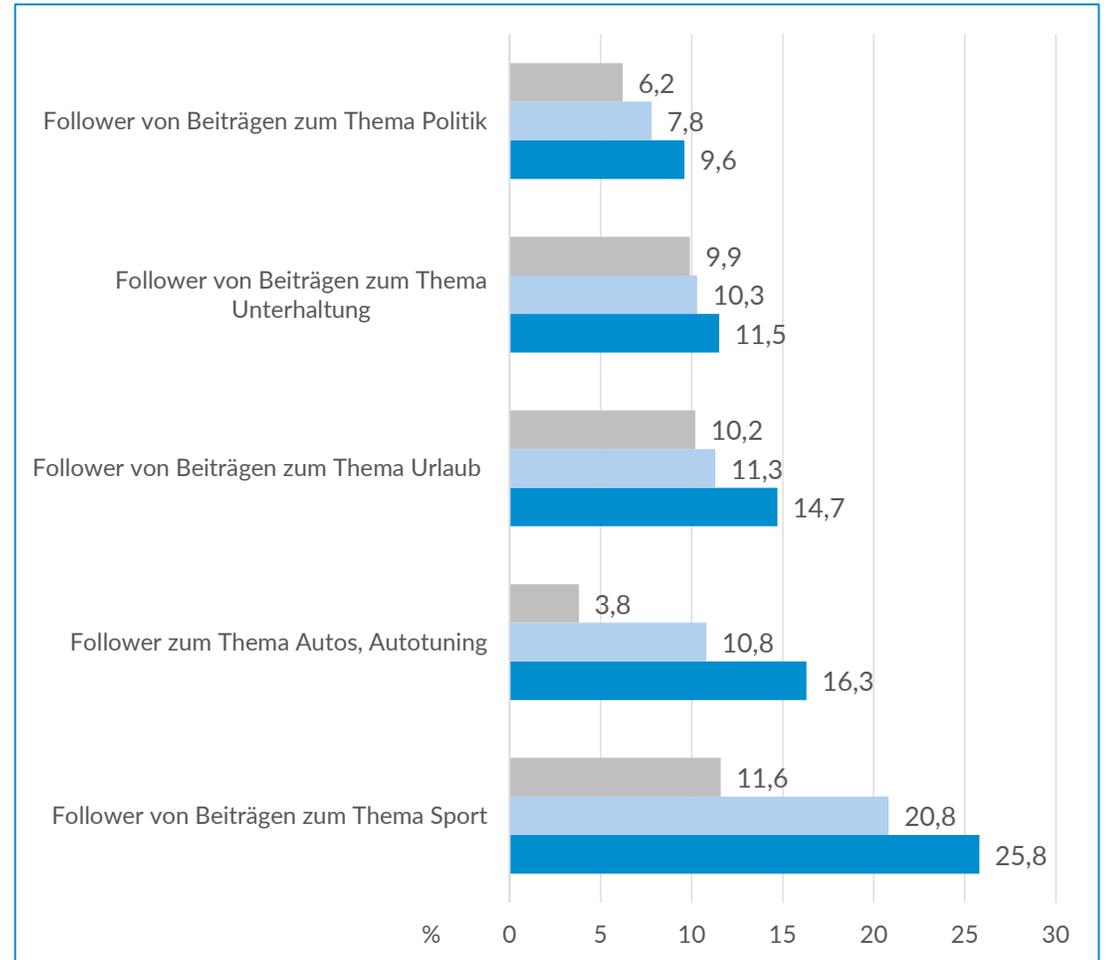
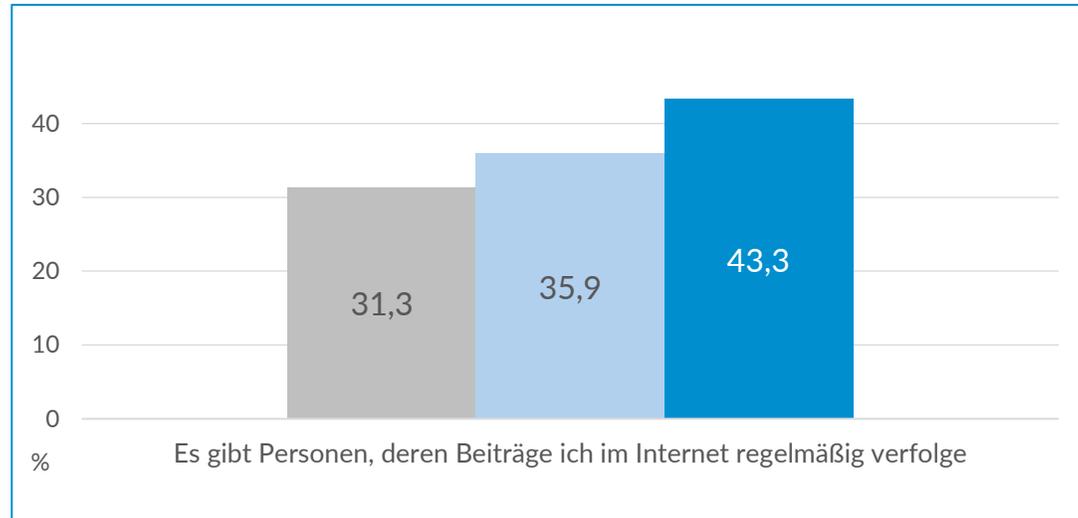
Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Motorrad-sportinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist körperliche Fitness wichtig und sie verbringen ihre Freizeit im **Fitnessstudio**. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Automobilrennsport, Boxen sowie die Ballsportarten American Football, Basketball, und Fußball.

**Sportsendungen:** Motorradsportinteressierte in Deutschland sehen sich gerne und regelmäßig Sportsendungen an. Zudem haben sie im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ein großes Interesse an herausragenden Sportveranstaltungen

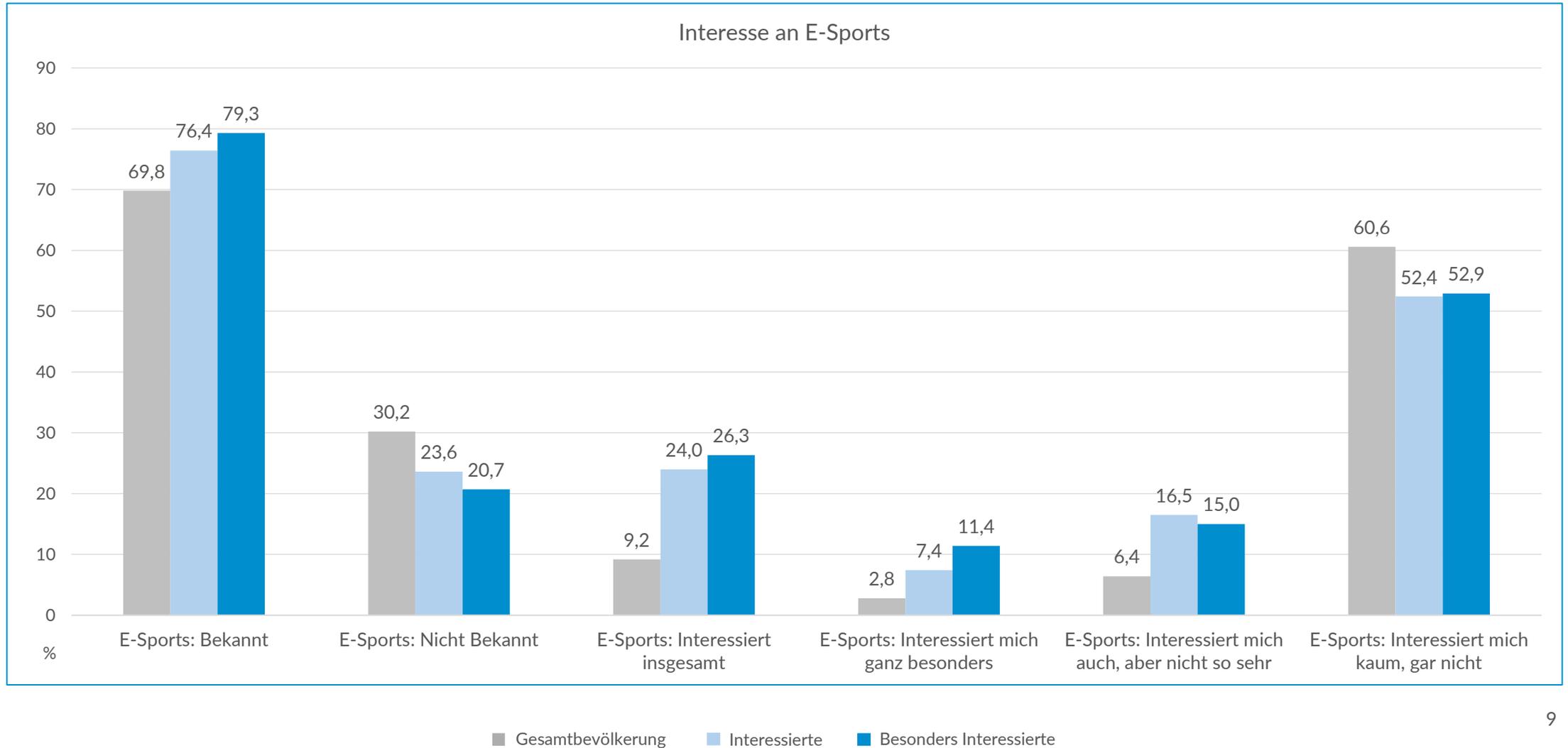


# Influencer und Follower: Motorradsportinteressierte folgen bevorzugt Influencern und Beiträgen zum Thema Sport und Auto

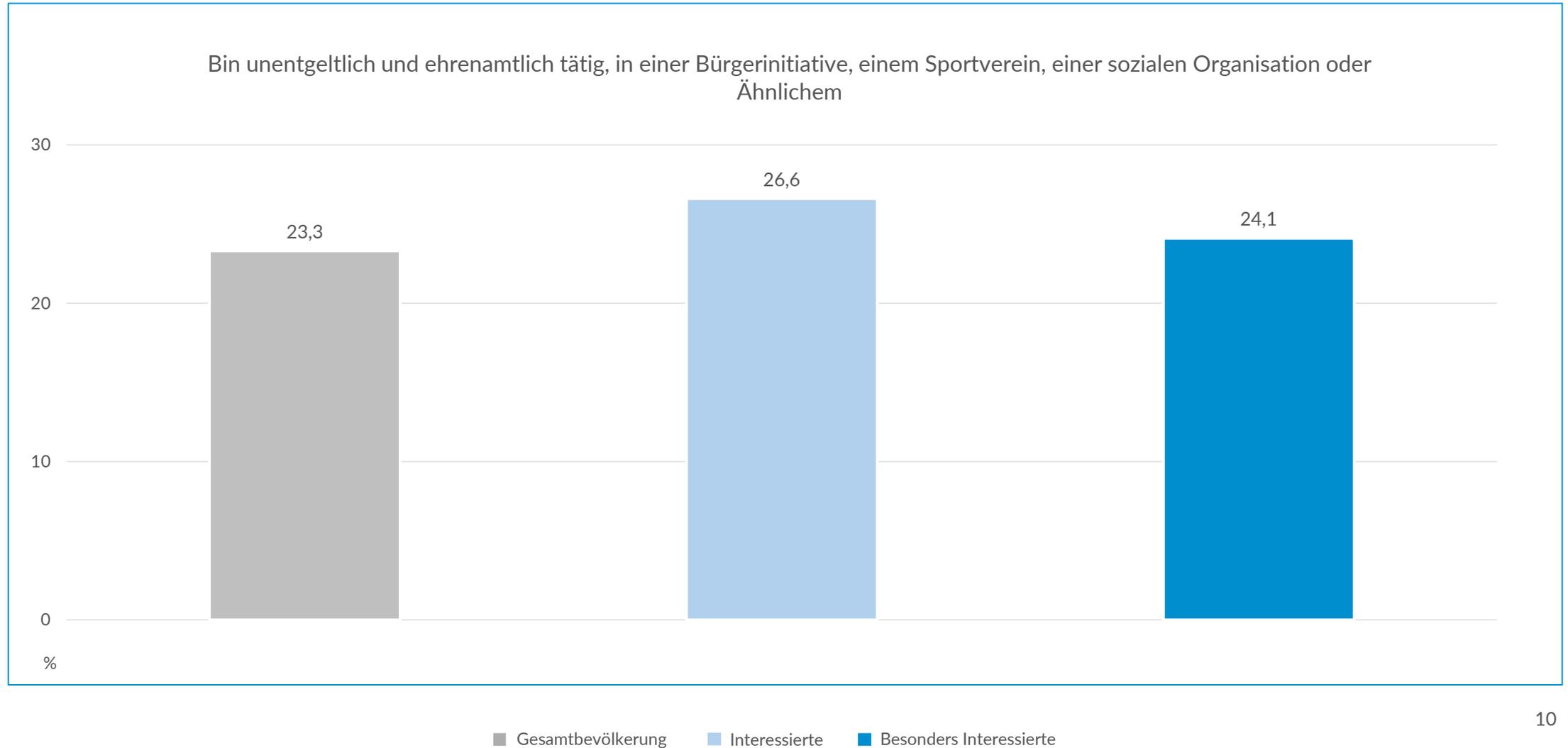
Der Anteil der Personen, die **Beiträge von Influencern** regelmäßig verfolgen, ist unter den Motorradsportinteressierten deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung. Influencer, die über **Sportthemen** oder **Autothemen** berichten, werden besonders von der Zielgruppe überdurchschnittlich oft verfolgt.



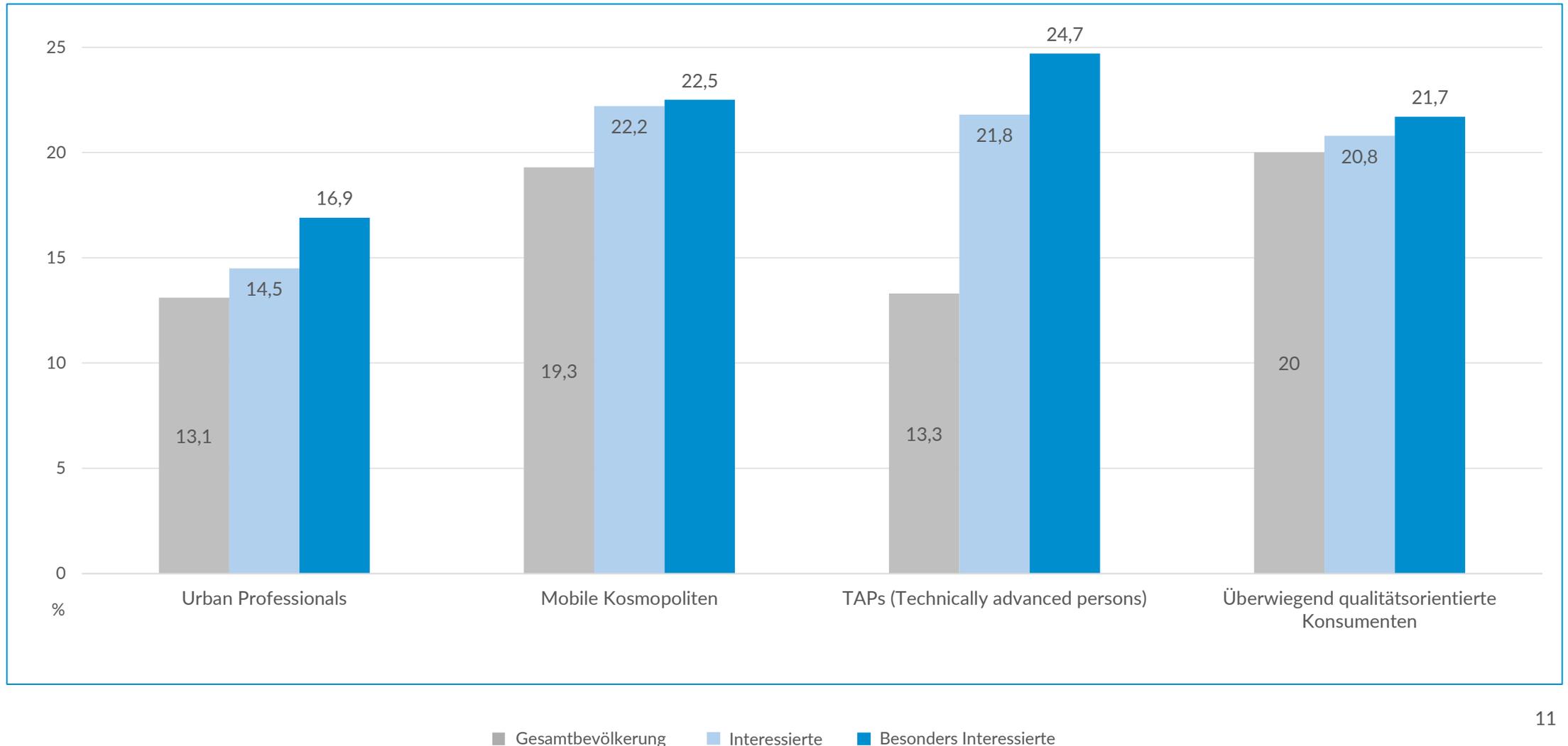
## E-Sports: Motorradsportfans interessieren sich mehr für E-Sports als die Gesamtbevölkerung



## Ehrenamt: Motorradsportinteressierte engagieren sich oft unentgeltlich und ehrenamtlich

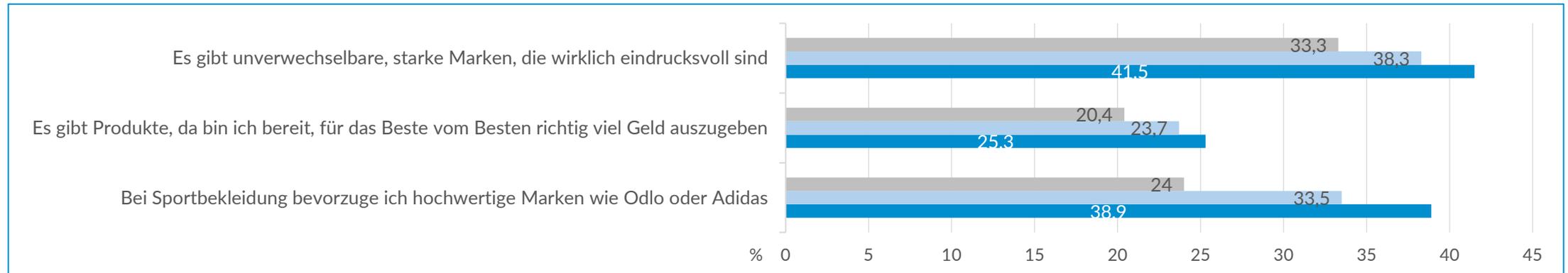
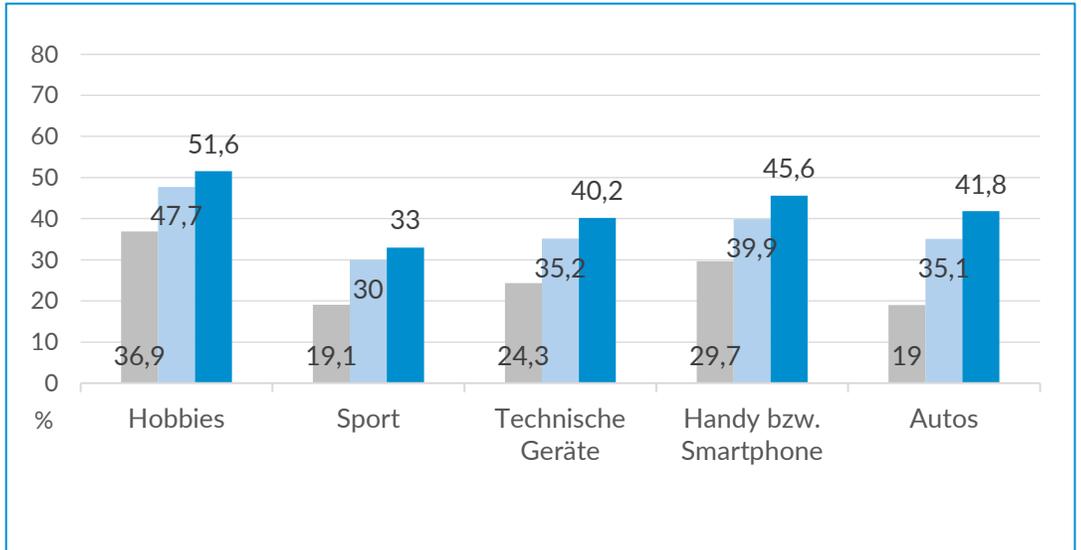


## Motorradsportinteressierte als Konsumenten: In der Zielgruppe finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien und Sonderzielgruppen wieder



# Motorradsportinteressierte als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Hobbies und Freizeitbeschäftigung trifft auf erhöhtes Qualitätsbewusstsein und Markenaffinität

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte und Autos ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Motorradsportinteressierten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und „das Beste vom Besten“ aus. Beim Kauf neuer Sportkleidung bevorzugen sie **hochwertige** Marken.



## Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Motorradsport ist mit **10,47 Mio.** Menschen sehr groß und größtenteils männlich. Sponsoren treffen hier auf ein **bodenständiges** Publikum, in dem verhältnismäßig viele Facharbeiter mit **abgelegter Prüfung** vertreten sind.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **sehr breites Interessenspektrum**, ist überaus gern **aktiv** und **ehrenamtlich** tätig. Neben dem Interesse an einer Vielzahl weiterer **Sportarten** interessiert sich die Motorradsportzielgruppe überdurchschnittlich für **Autos, Motorräder** und **Wirtschaftsfragen**.
- Motorradsportinteressierte sind außerdem vergleichsweise **technikversiert, Trendsetter** und **innovativ**. Es gibt außerdem sehr viele **qualitäts-** und **markenorientierte** Personen, die bei technischen Neuerungen immer auf dem Laufenden bleiben und zugleich eine **hohe Ausgabebereitschaft** für technische Geräte sowie Smartphones haben.



**VSA** VEREINIGUNG  
SPORTSPONSORING-ANBIETER