

# Interessierte an der Deutschen Olympiamannschaft (Team D)

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2024

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

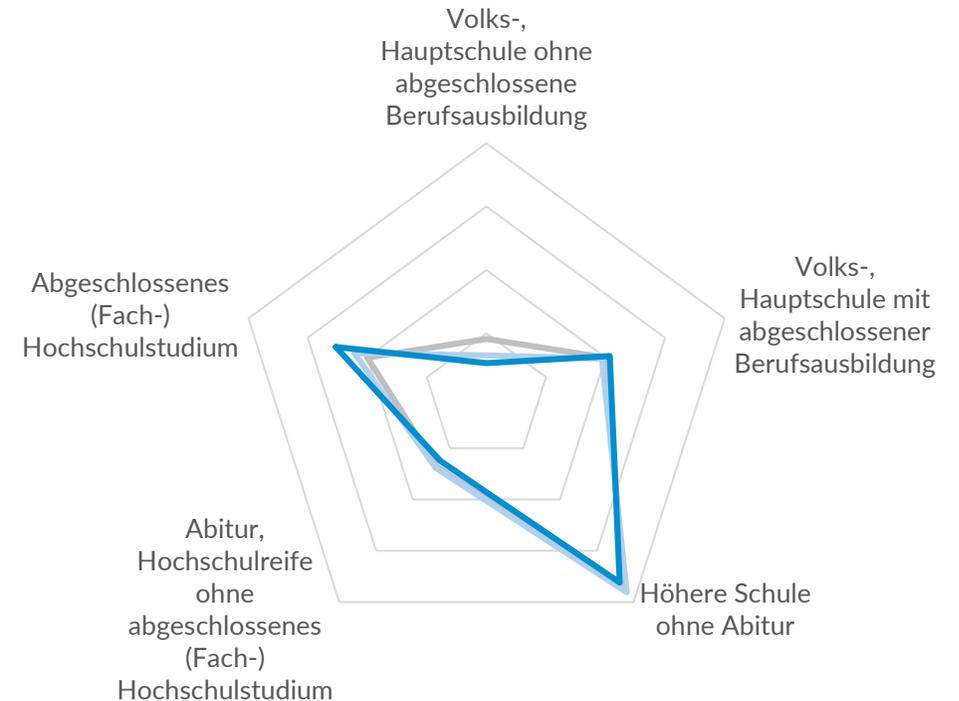
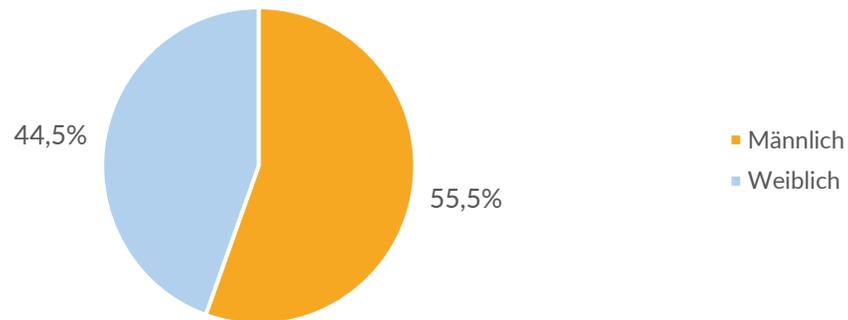
**T E A M**



## Soziodemographie: Sponsoren treffen bei den Interessierten an der Deutschen Olympiamannschaft (Team D) auf eine große und gut gebildete Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich **23,26 Mio.** Menschen und damit **33%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für die Deutsche Olympiamannschaft.

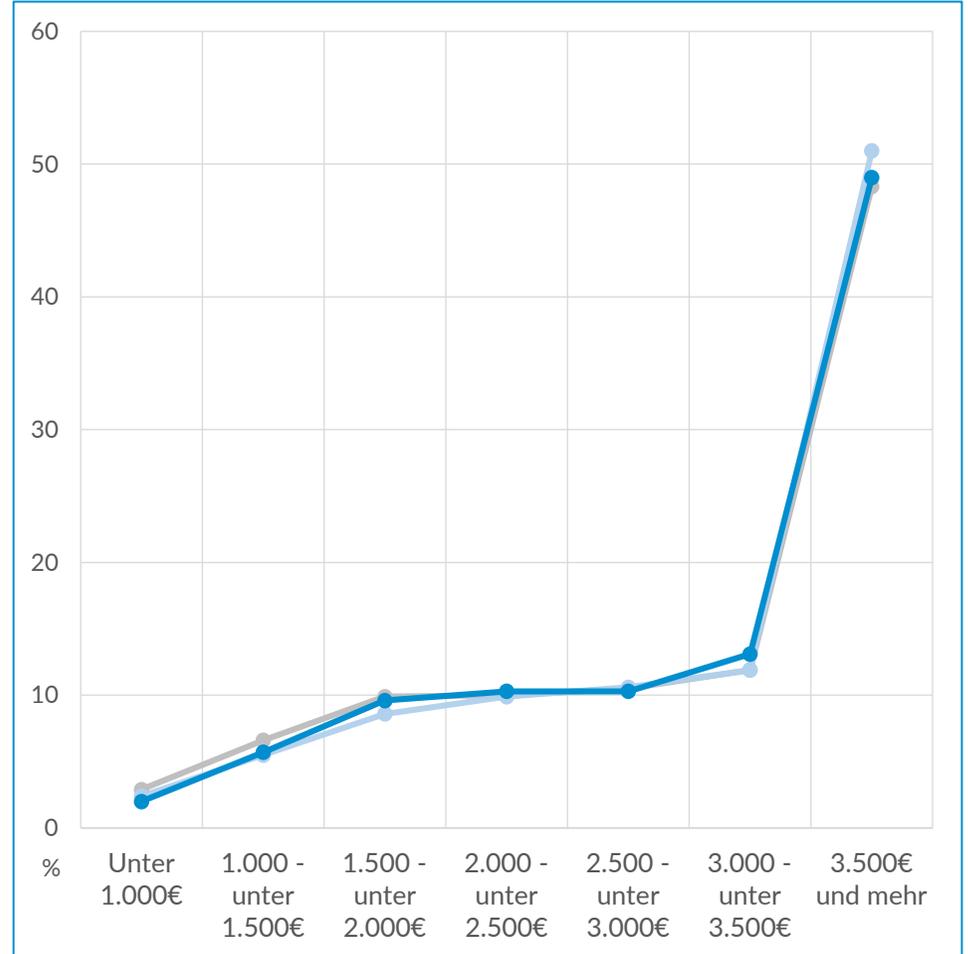
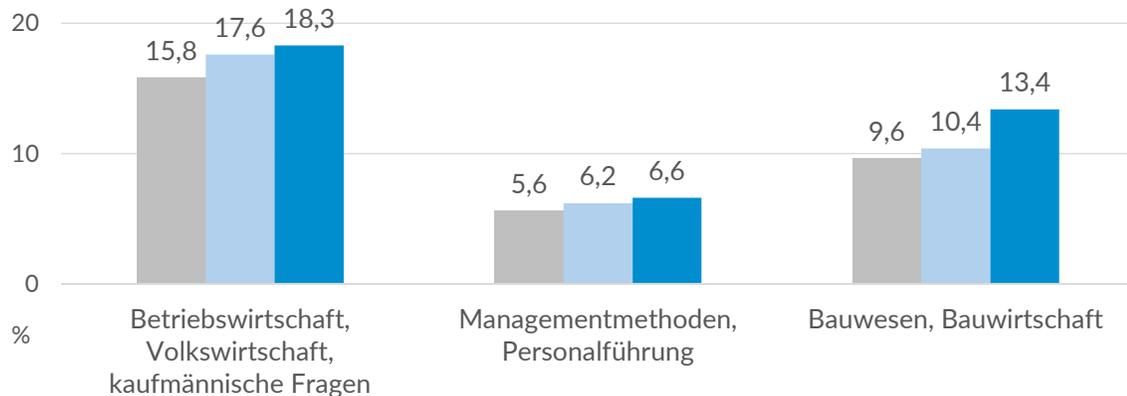
**10,12 Mio.** (14%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen bilden knapp die Hälfte der Zielgruppe. Fans von Team D verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 20% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei der Zielgruppe **25,3%.**



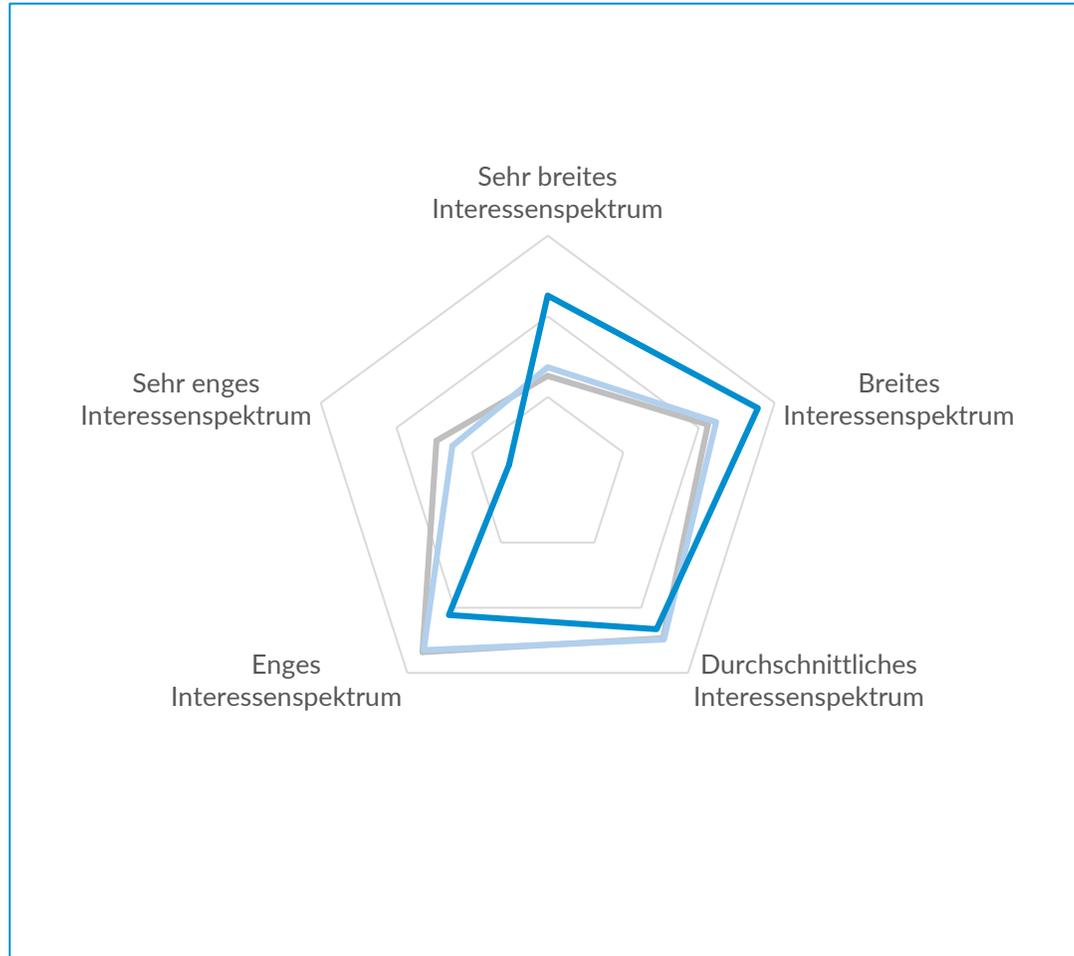
## Soziodemographie: Fans von Team D sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein vergleichbares Haushaltsnettoeinkommen wie die Gesamtbevölkerung

Die Interessierten an der Deutschen Olympiamannschaft sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in der **Bauwirtschaft**. Auch der Bereich **Management, Personalführung** ist überdurchschnittlich stark vertreten.

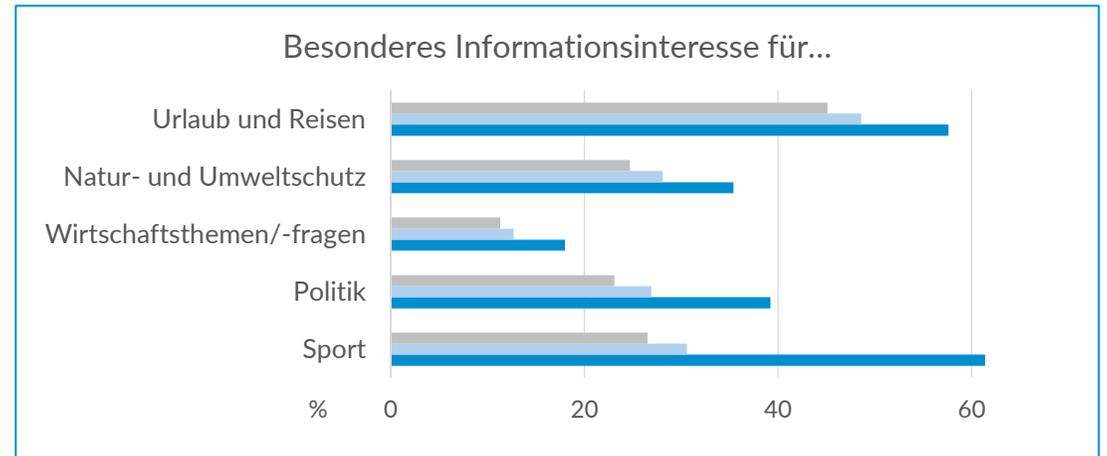
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



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

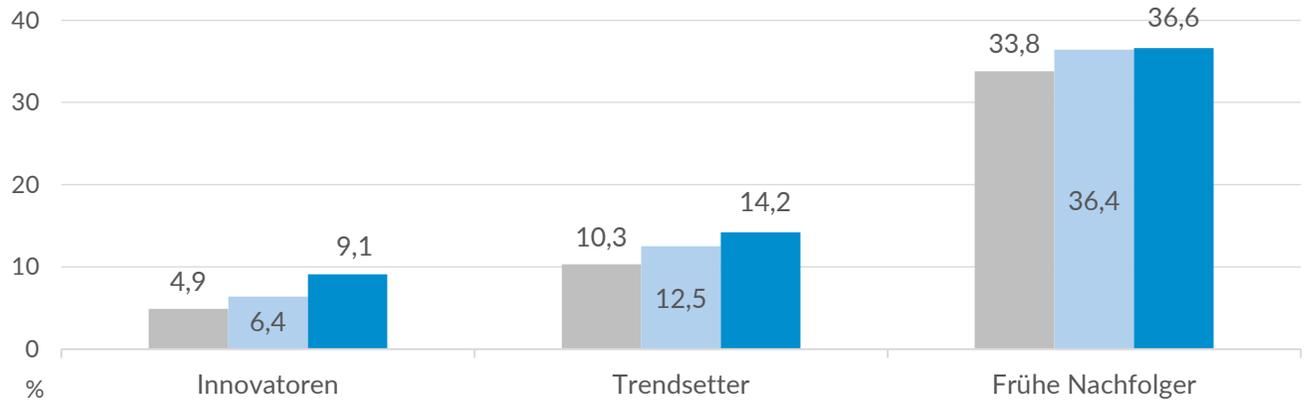
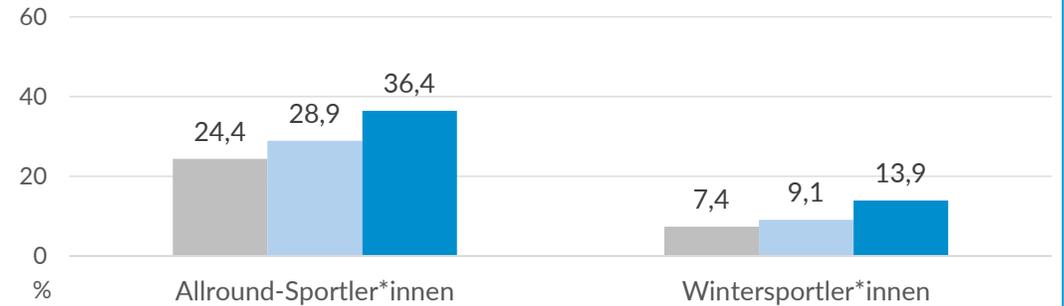


Fans von Team D weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Wirtschaftsfragen** und **Sport**. Auch **Politik** sowie **Urlaub** und **Reisen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

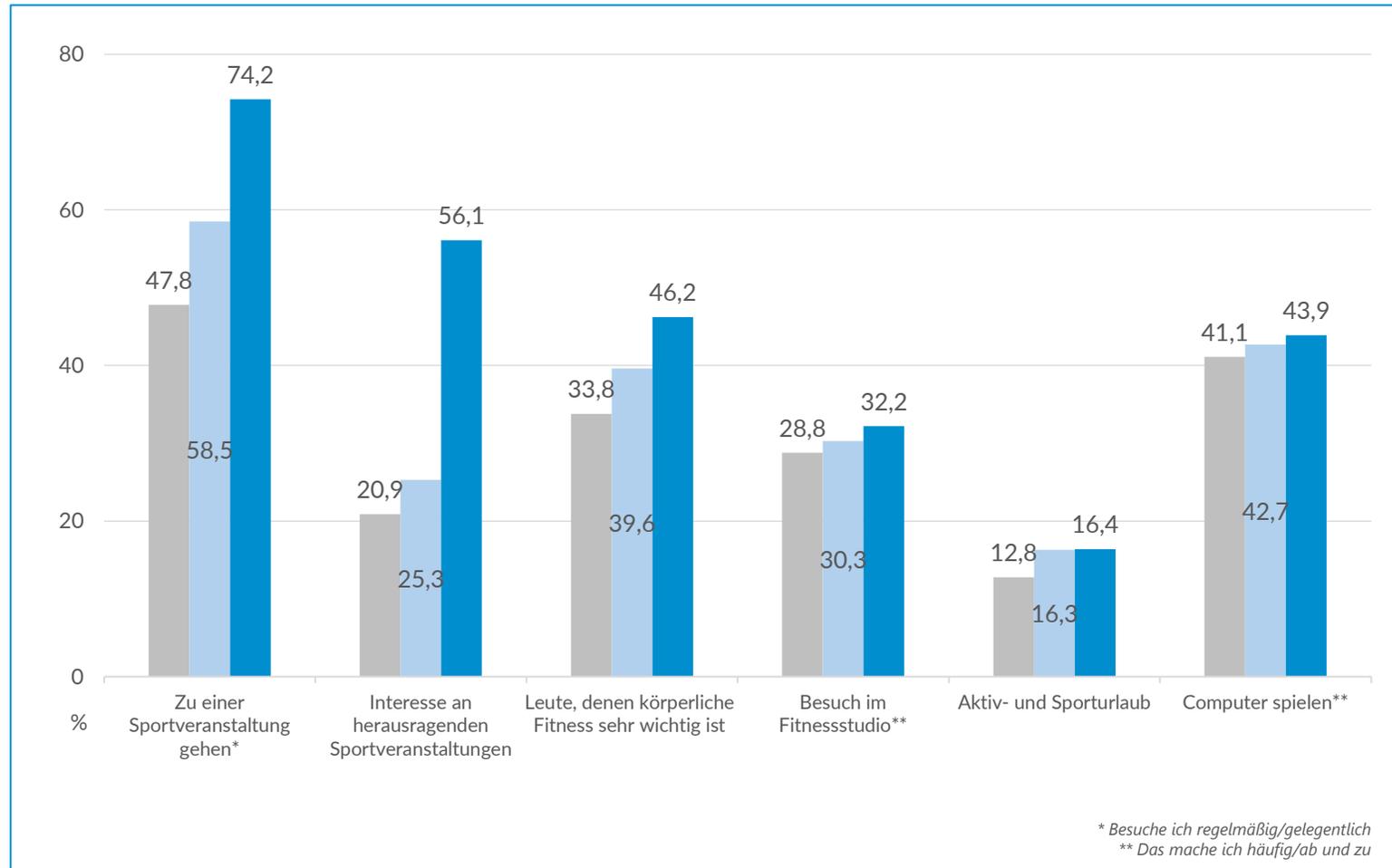


# Aktivität und Innovationsorientierung: Fans von Team D sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

Als aktive Sportler\*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind sehr aktiv. Die Zielgruppe der Interessierten an der Deutschen Olympiamannschaft ist zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung vermehrt **Innovator** und **Trendsetter**.

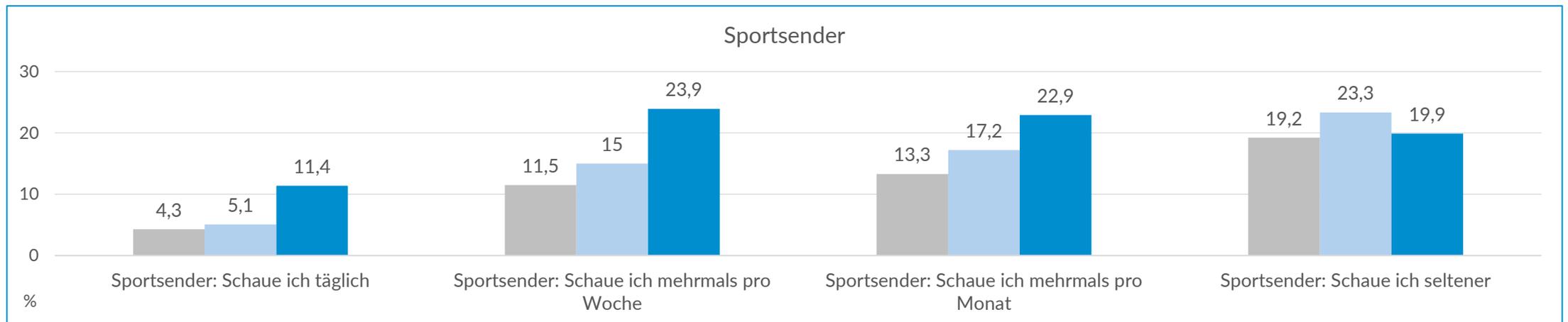
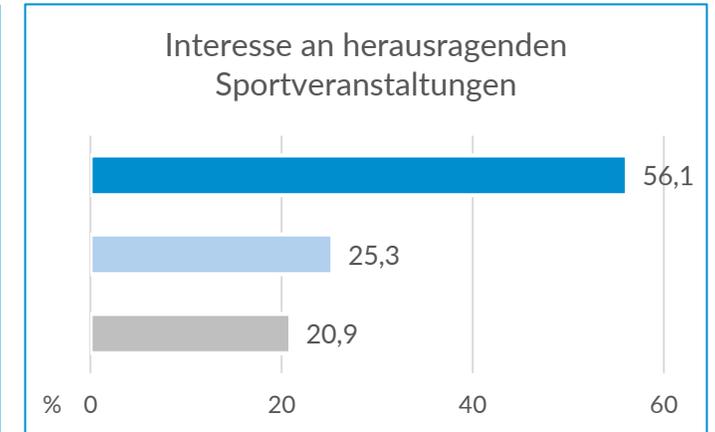
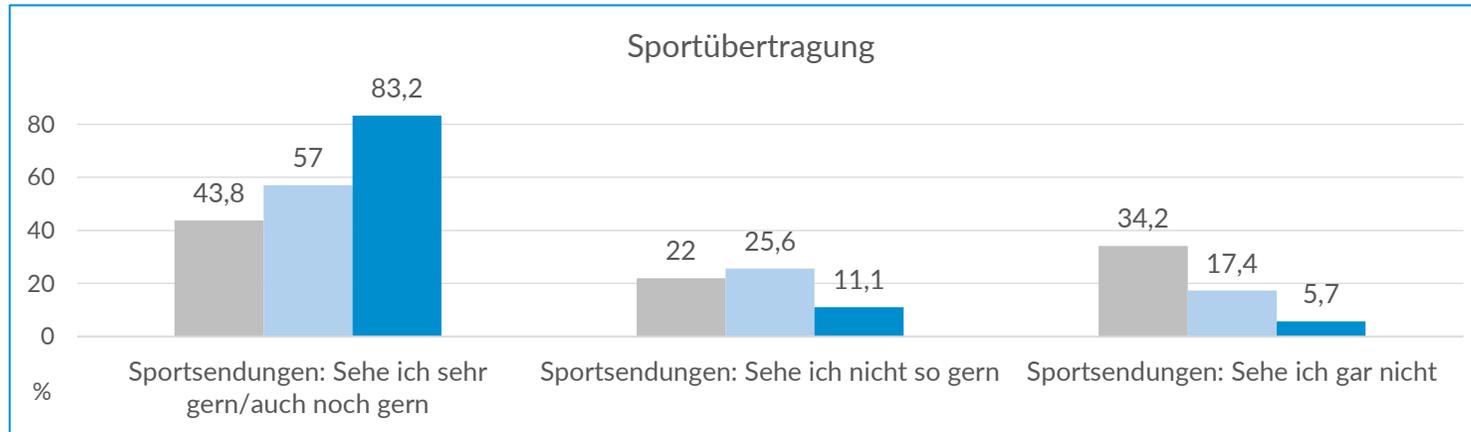


## Freizeit: Die Zielgruppe besucht regelmäßig Sportveranstaltungen, spielt gerne Computerspiele und betätigt sich sportlich

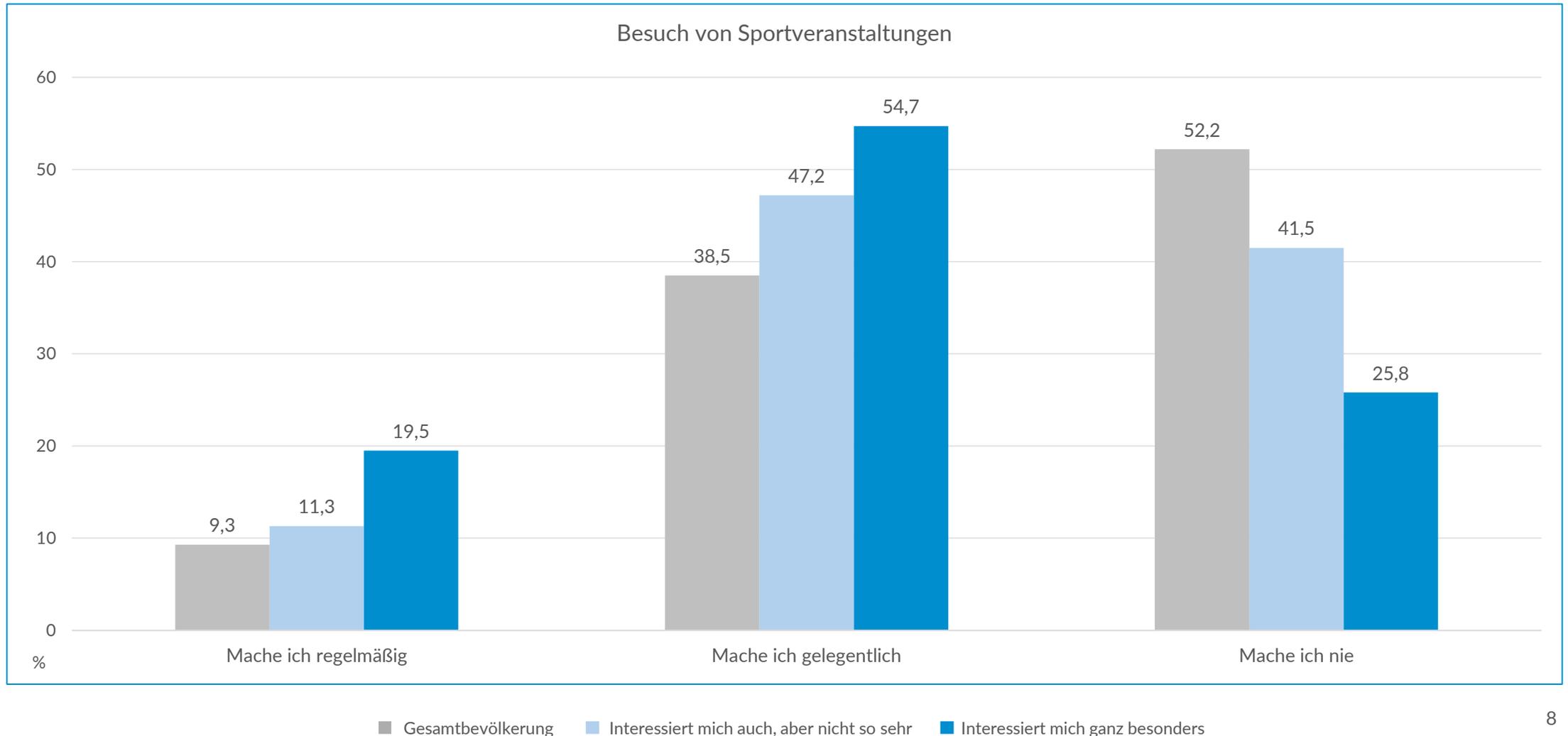


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Fans von Team D gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist körperliche Fitness wichtig und sie verbringen ihre Freizeit im **Fitnessstudio**. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Fußball, (Beach-) Volleyball, Handball, Leichtathletik und Wintersportarten.

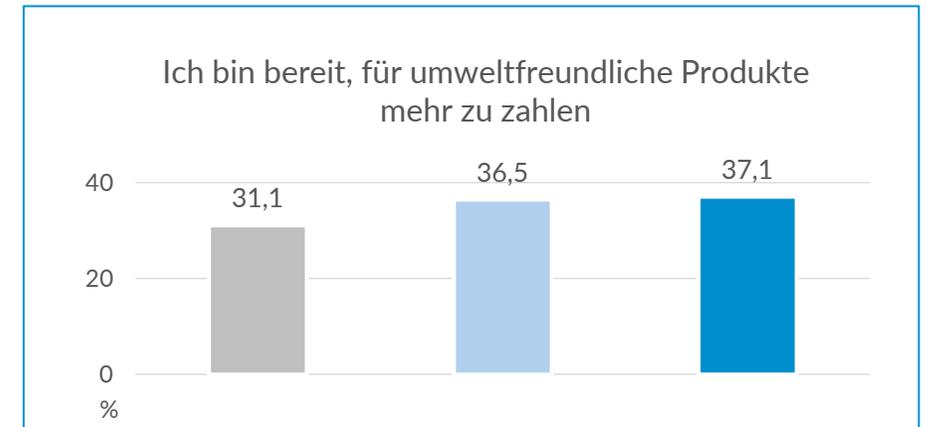
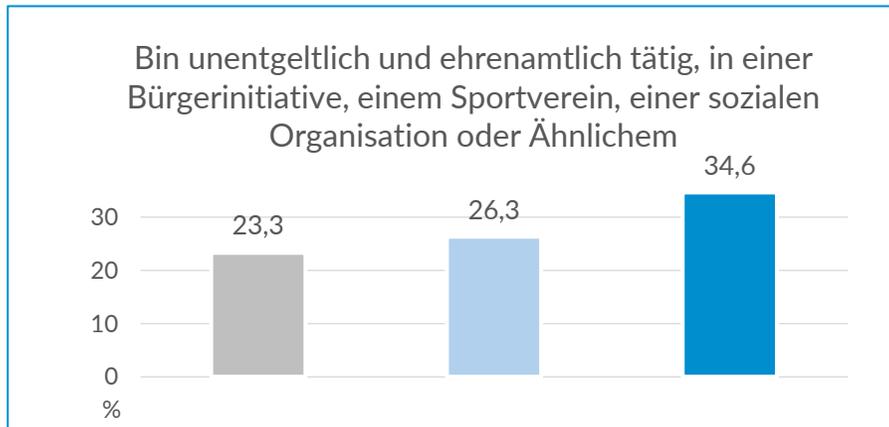
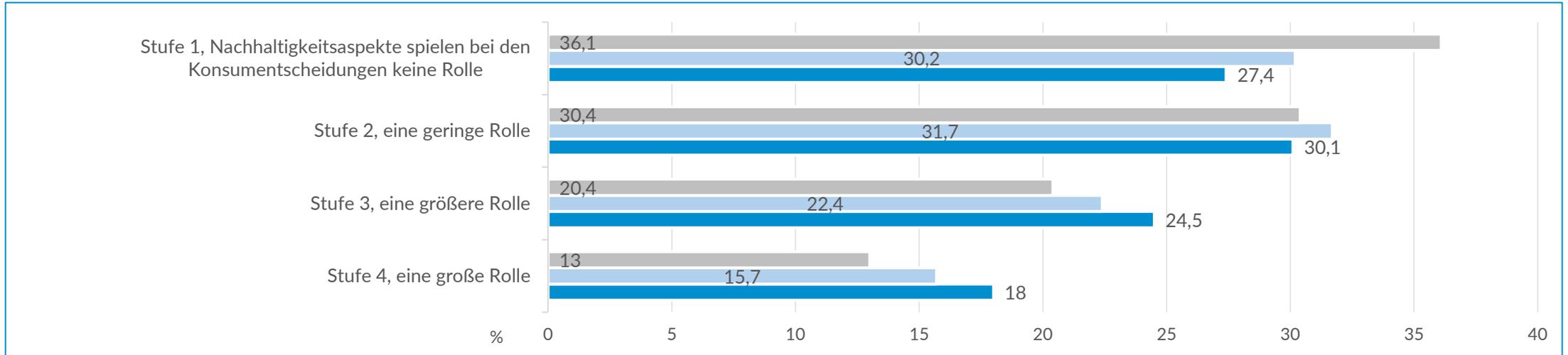
**Sportsendungen:** Interessierte an der Deutschen Olympiamannschaft sehen gerne und regelmäßig Sportsendungen und Sportsender. Zudem haben sie im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ein großes Interesse an herausragenden Sportveranstaltungen



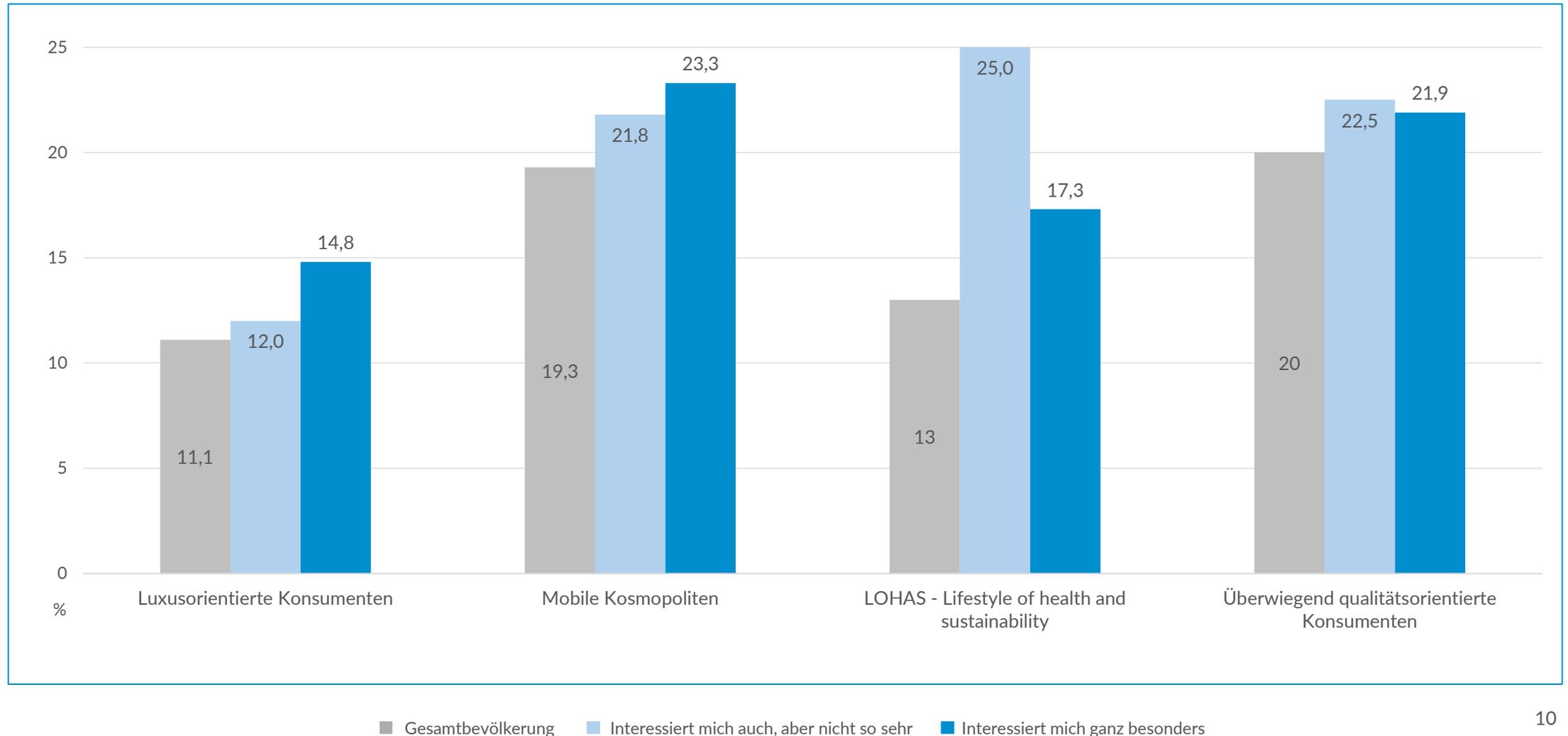
## Sportveranstaltungen: Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung besuchen Interessierte an der Deutschen Olympiamannschaft vermehrt Sportveranstaltungen



## Nachhaltigkeit im Fokus: Fans von Team D engagieren sich oft unentgeltlich und ehrenamtlich und leben nachhaltig

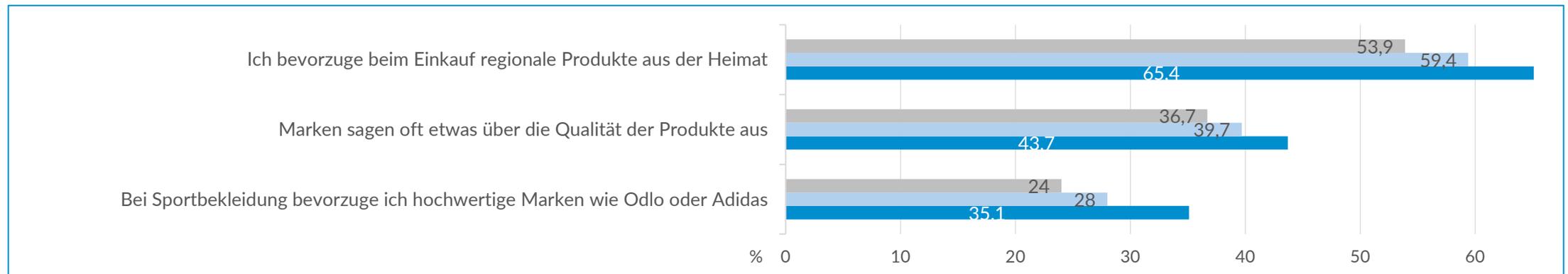
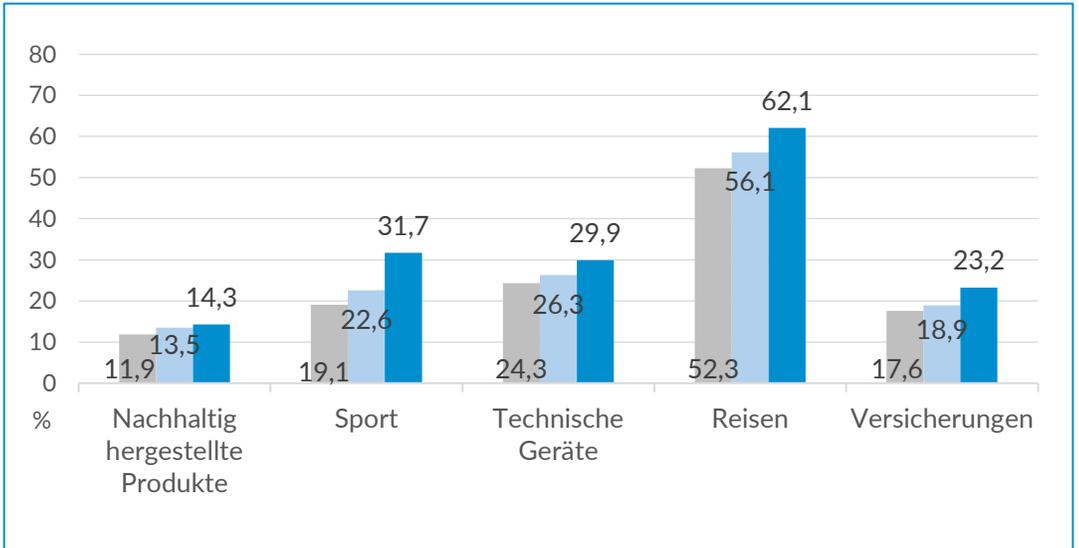


## Fans von Team D als Konsumenten: In der Zielgruppe finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien und Sonderzielgruppen wieder



## Fans von Team D als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Sport trifft auf erhöhtes Qualitätsbewusstsein und Markenaffinität

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte, Reisen und Versicherungen ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Fans von Team D spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld aus für **Marken** und **Qualität**. Beim Kauf neuer Sportkleidung bevorzugen sie **hochwertige** Marken.



## Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe mit Interesse an der Deutschen Olympiamannschaft ist vergleichsweise **groß**. Ganze **33%** der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren und damit **23,26 Millionen** Menschen interessieren sich für die vielfältigen Sportarten. Sponsoren erreichen hier nicht nur ein **großes Publikum** sondern auch ein ausgesprochen **innovatives**.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **sehr breites Interessenspektrum**, ist überaus **aktiv**, viel unterwegs und betreibt gerne verschiedene Sportarten. Dazu zählt neben zahlreichen Freizeitbeschäftigungen in der **Natur** auch das überdurchschnittliche Interesse an **Aktiv-** und **Sporturlauben**.
- An der Deutschen Olympiamannschaft interessierte Menschen sind außerdem vergleichsweise häufig **ehrenamtlich aktiv, technikversiert** sowie **qualitäts-** und **markenorientiert**. **Hochwertige Produkte** und **Marken**, insbesondere bei **Sportbekleidung** sind für die Zielgruppe besonders wichtig.



**VSA**

VEREINIGUNG  
SPORTSPONSORING-ANBIETER