

Interessierte an der Deutschen Paralympischen Mannschaft (Team D Paralympics)

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



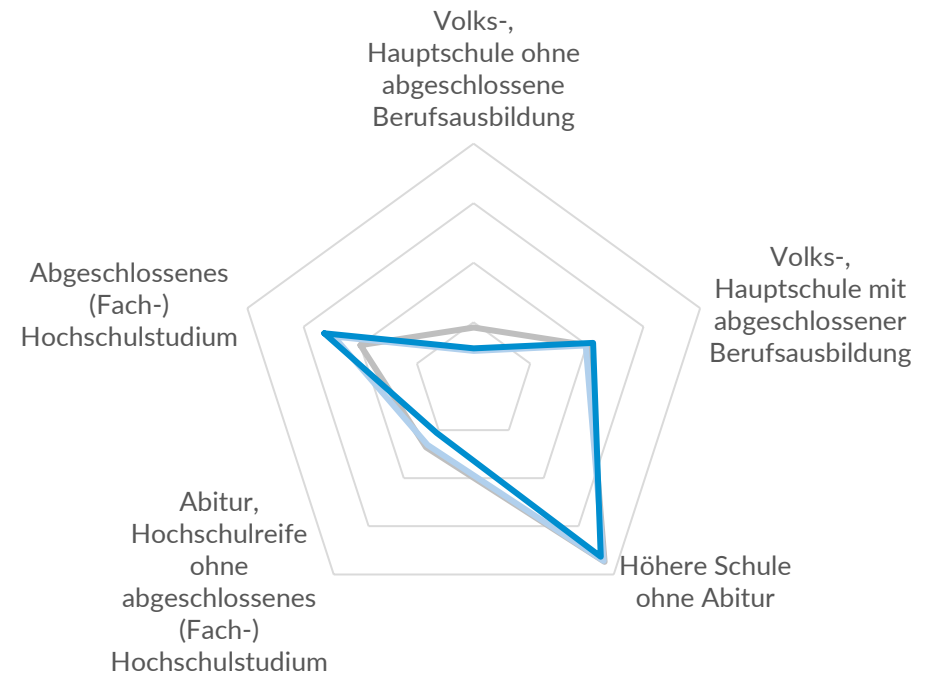
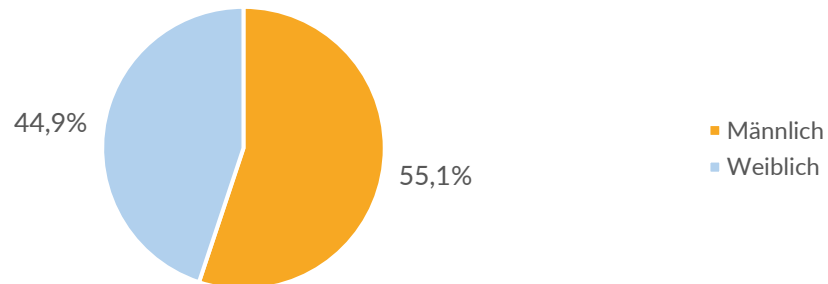
PARALYMPICS



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

In Deutschland interessieren sich **16,80 Mio.** Menschen und damit **24%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für die Deutsche Paralympische Mannschaft.

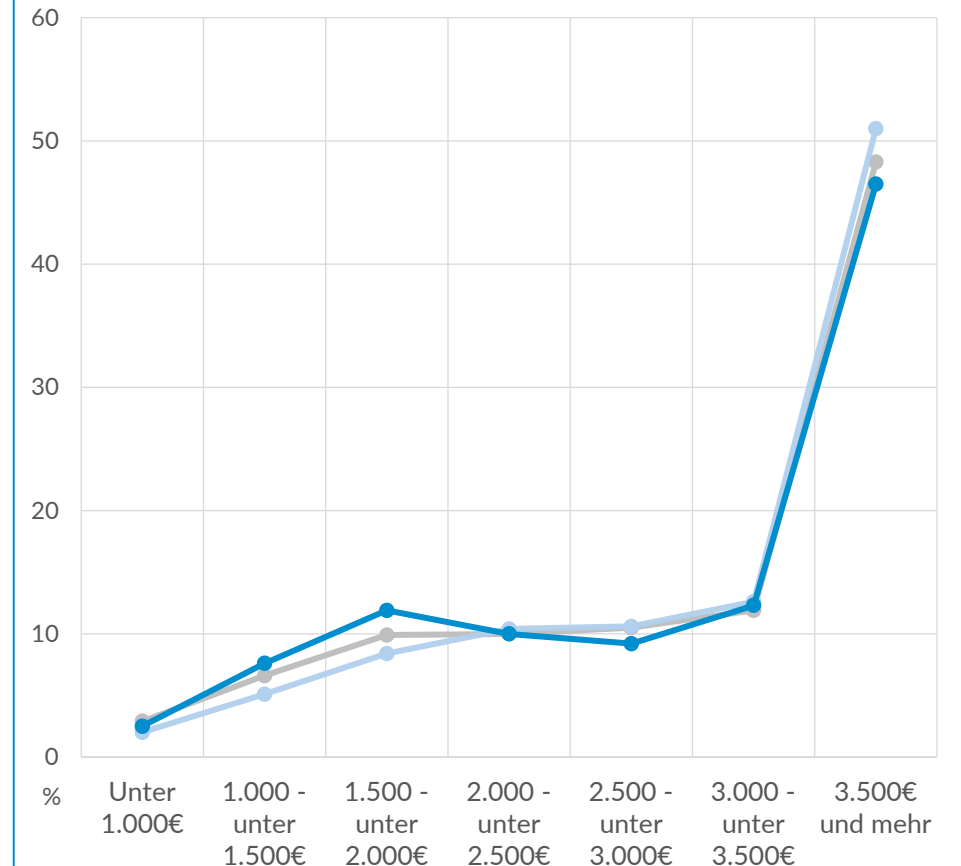
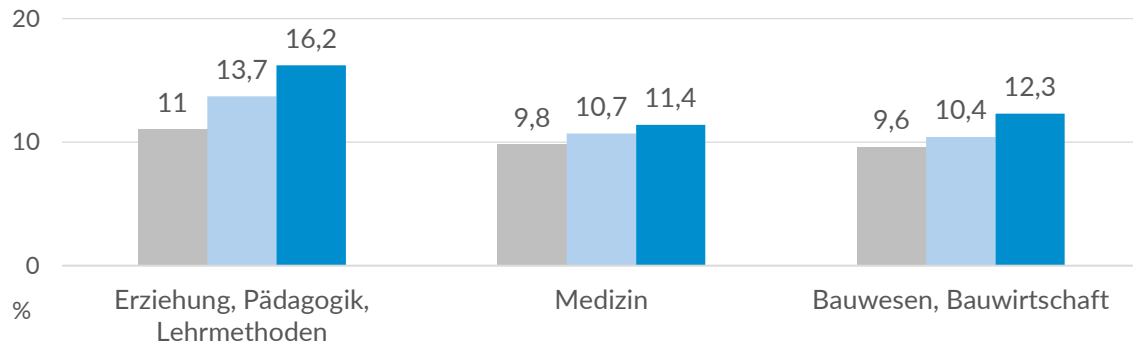
3,05 Mio. (4%) interessieren sich sogar ganz besonders für die Mannschaft. Frauen bilden knapp die Hälfte der Zielgruppe. Fans von Team D Paralympics verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 20% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei der Zielgruppe **24,7%.**



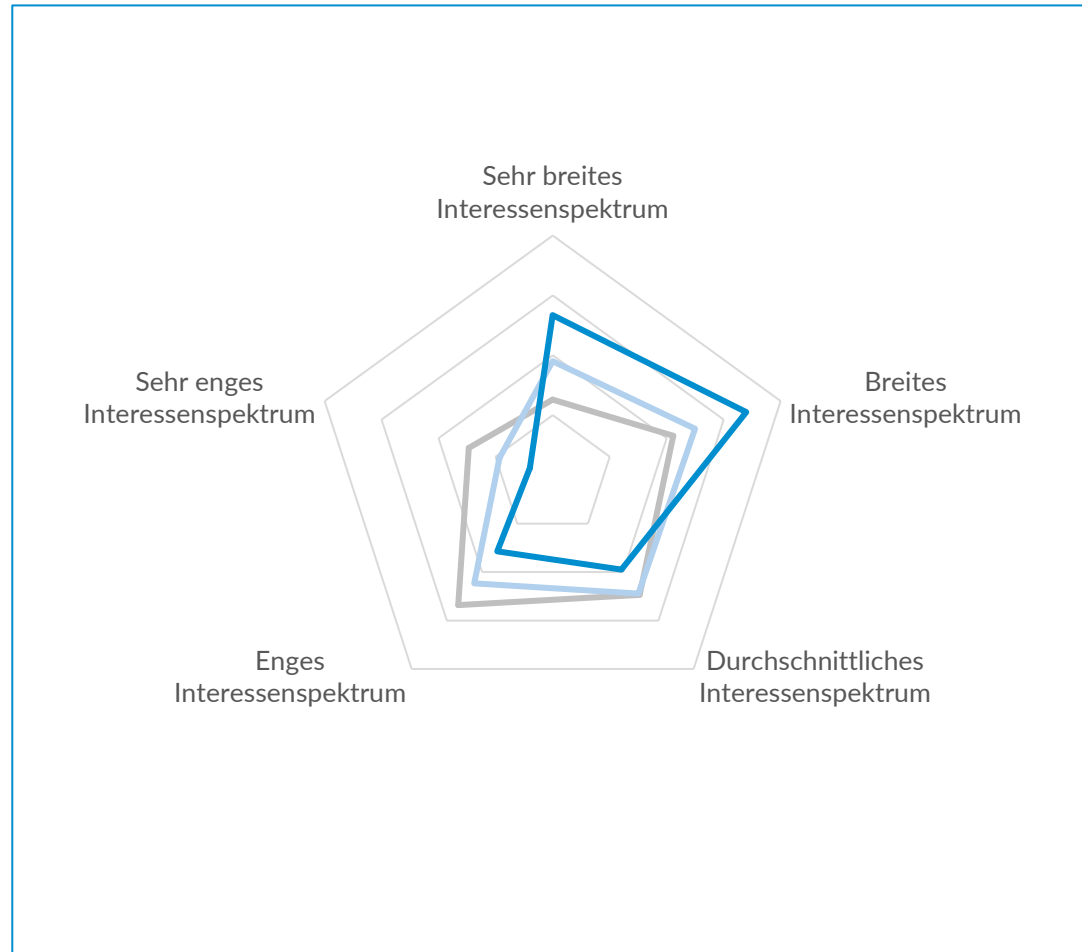
Soziodemographie: Interessierte an der Deutschen Paralympischen Mannschaft sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein vergleichbares Haushaltsnettoeinkommen wie die Gesamtbevölkerung

Die Interessierten an der Deutschen Paralympischen Mannschaft sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet im Bereich **Erziehung**. Auch in der **Bauwirtschaft** ist die Zielgruppe überdurchschnittlich stark vertreten.

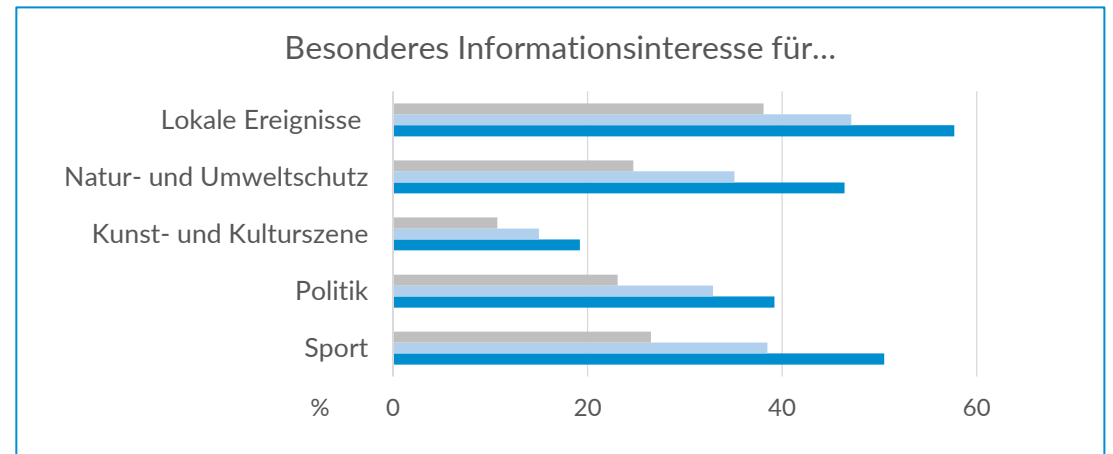
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Fans von Team D Paralympics ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



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

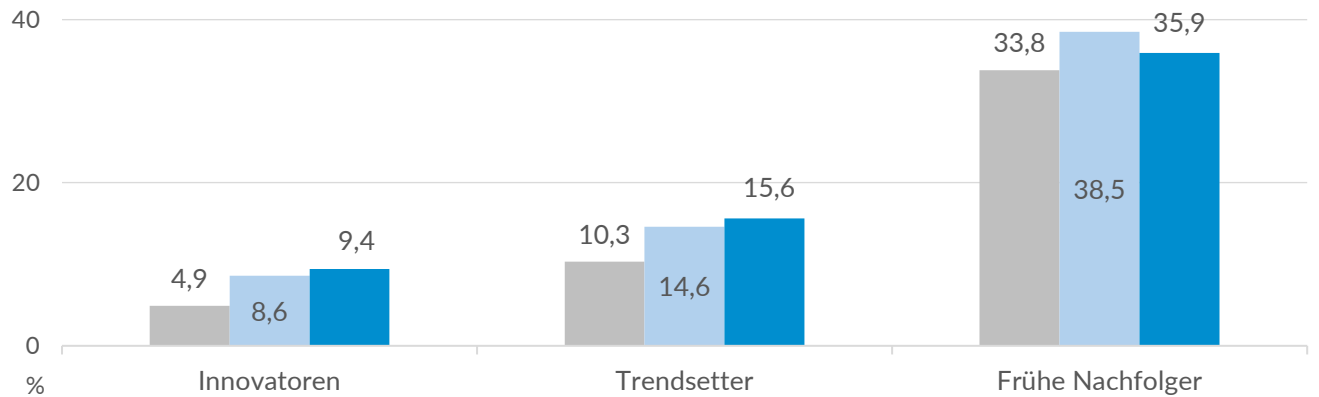
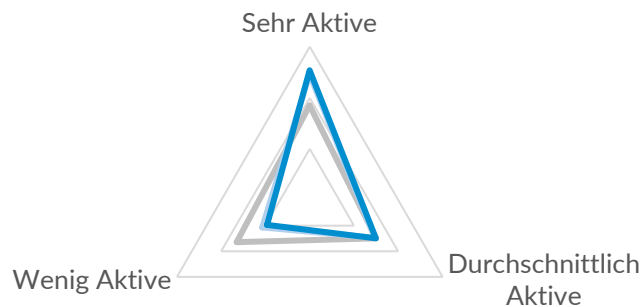
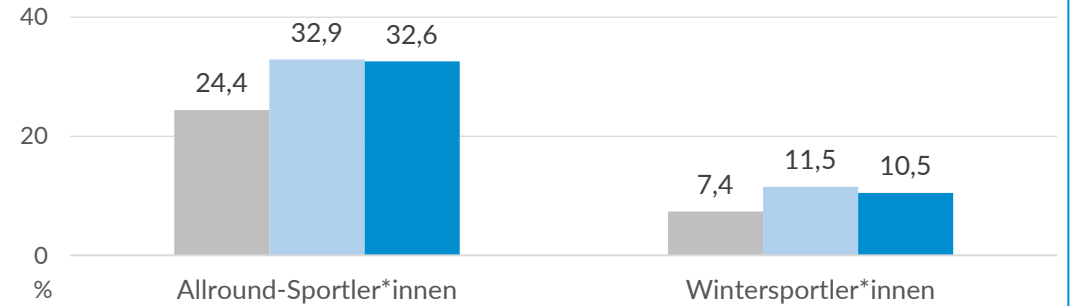


Fans von Team D Paralympics weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Natur- und Umweltschutz** und **Sport**. Auch **Politik** sowie **Lokale Ereignisse** und die **Kunst- und Kulturszene** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

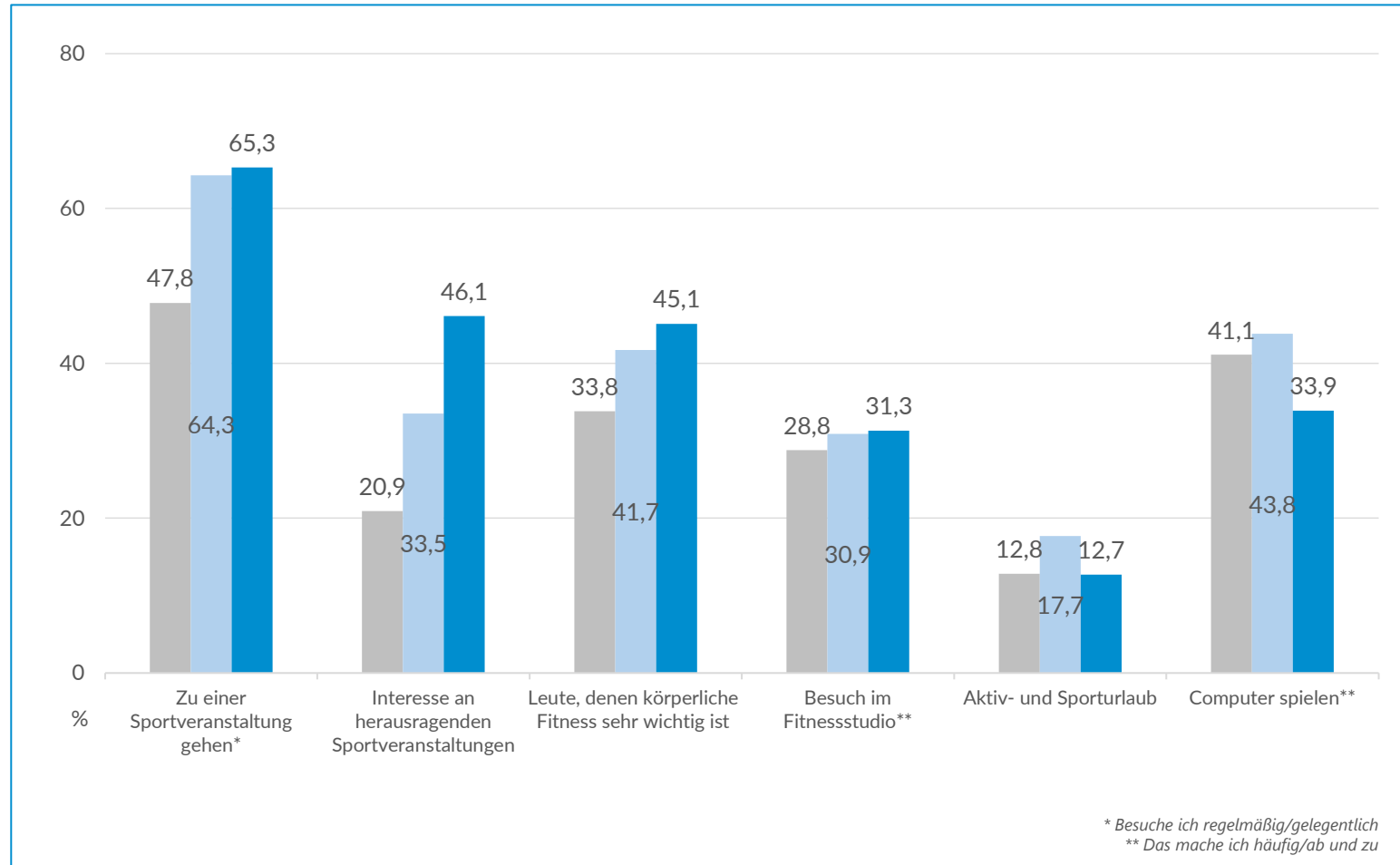


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Fans von Team D Paralympics sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

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

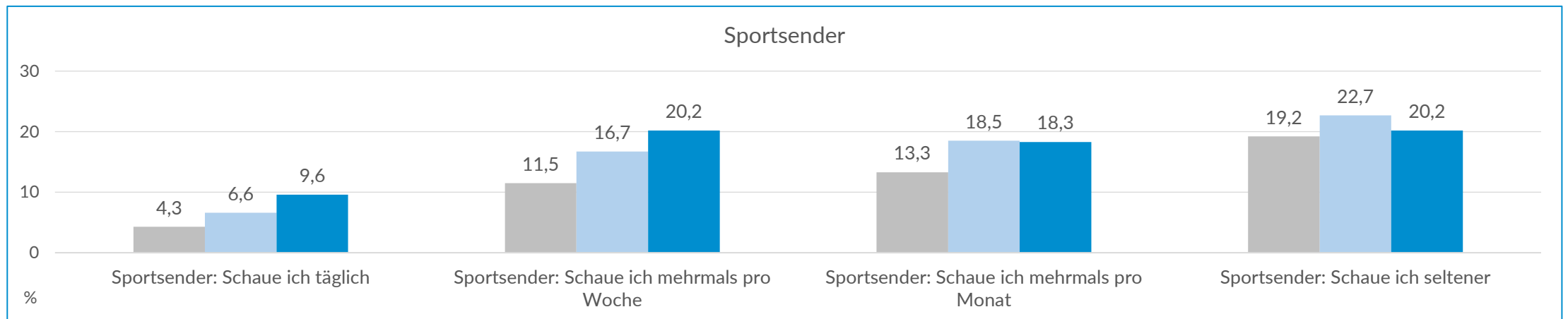
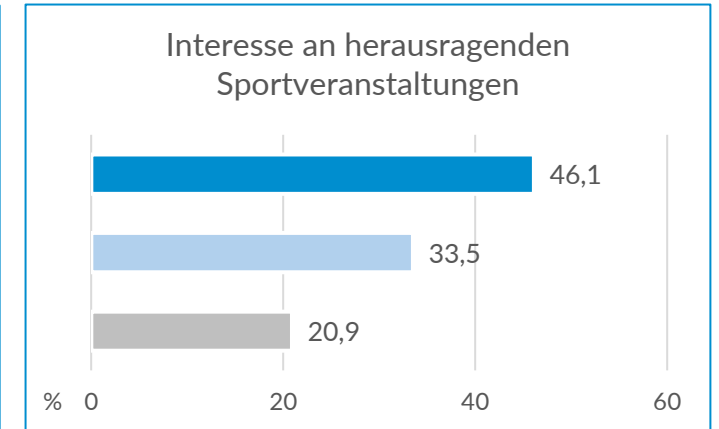
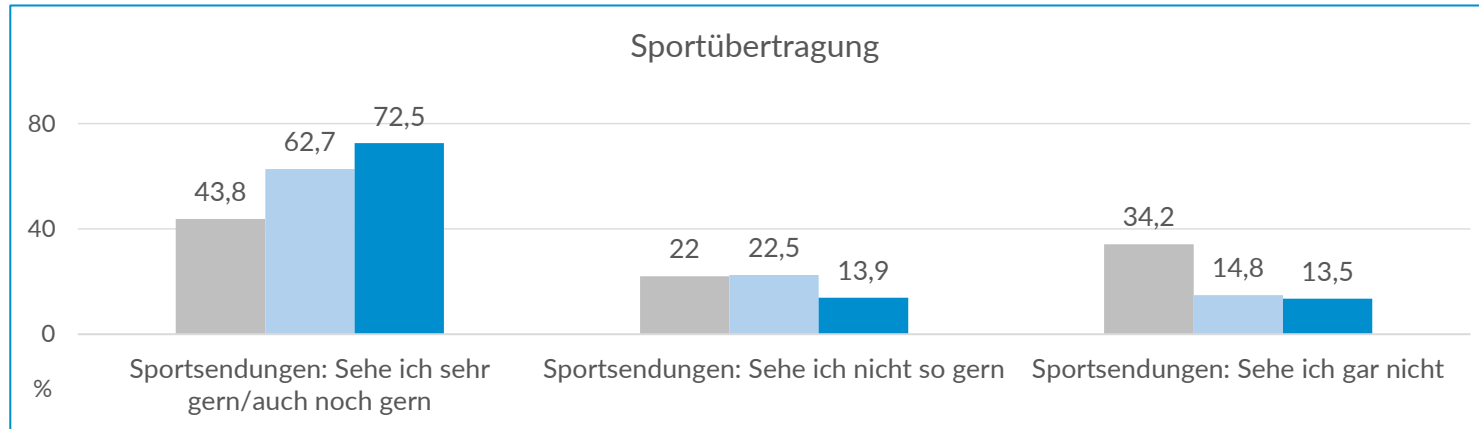


Freizeit: Fans von Team D Paralympics besuchen regelmäßig Sportveranstaltungen, ihnen ist ihre körperliche Fitness wichtig und sie machen gerne Aktivurlaub

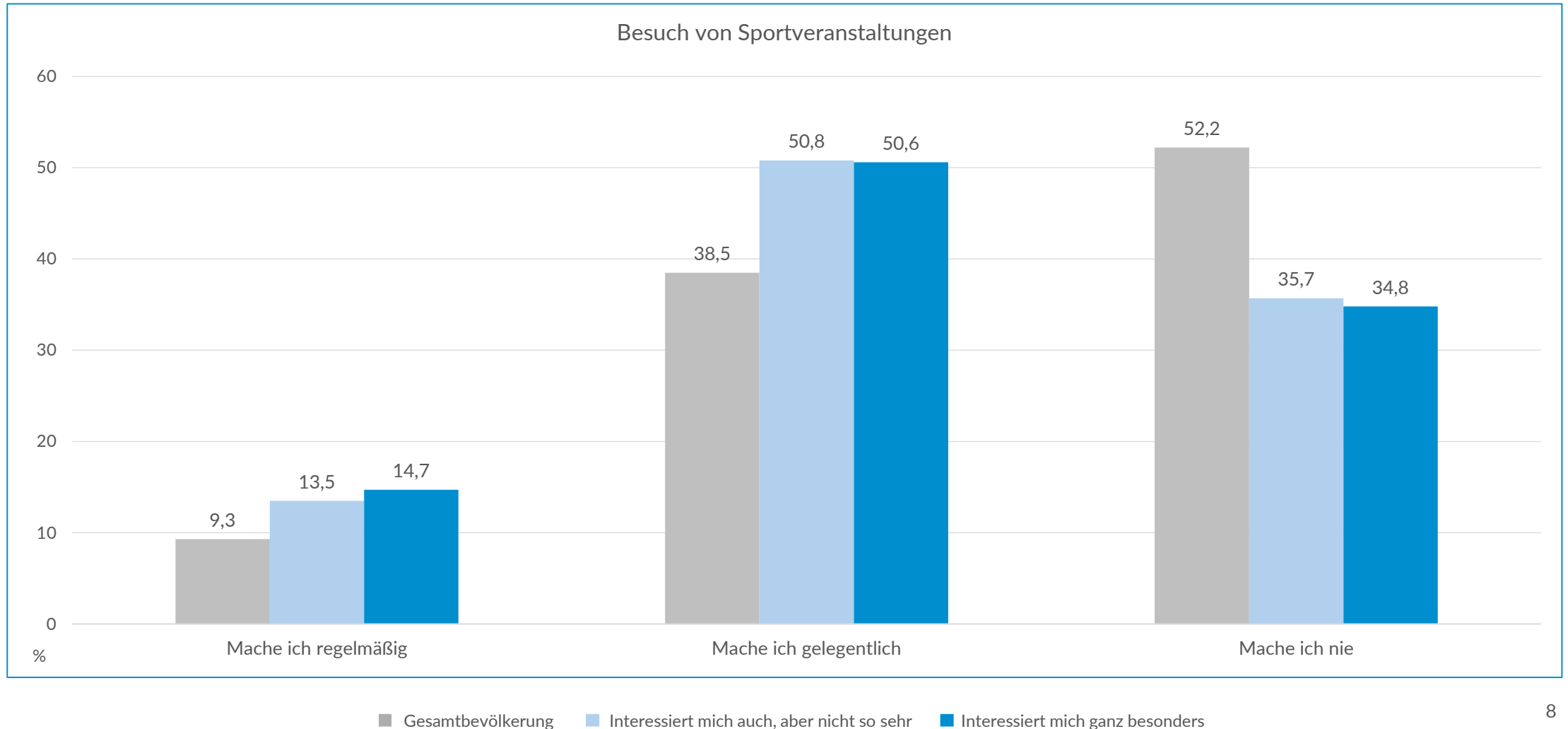


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Interessierte an der Deutschen Paralympischen Mannschaft gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist körperliche Fitness wichtig und sie verbringen ihre Freizeit im **Fitnessstudio**. Die Zielgruppe interessiert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

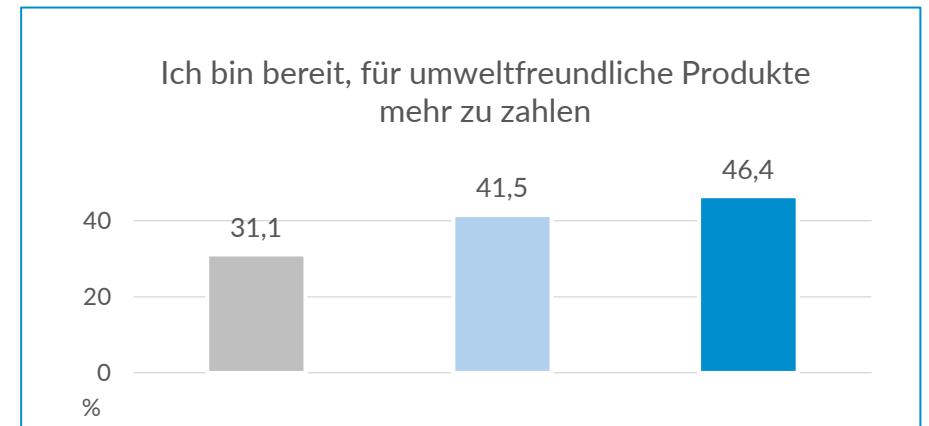
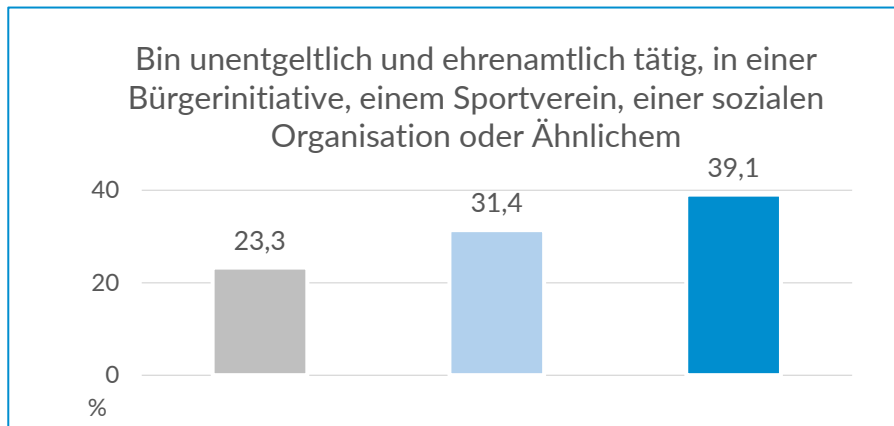
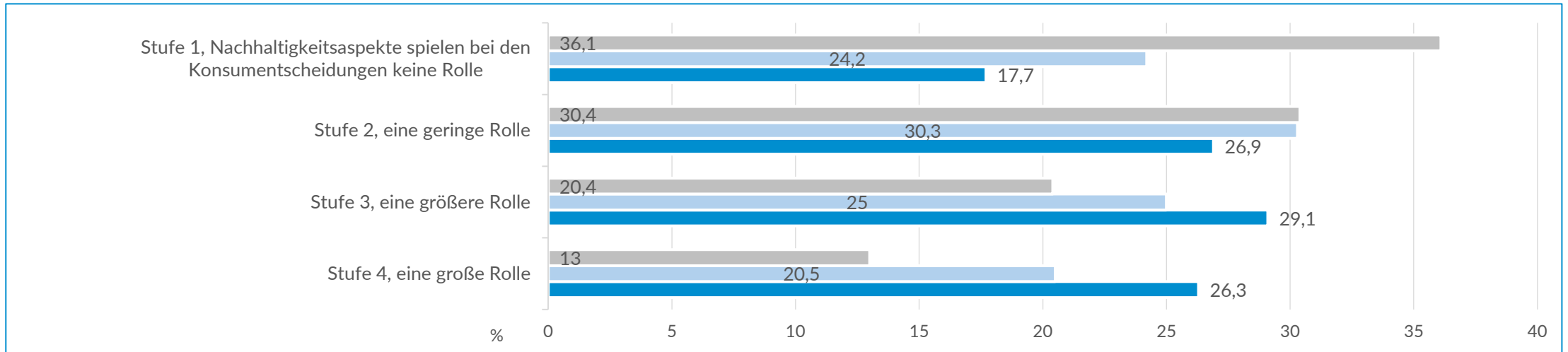
Sportsendungen: Interessierte an der Deutschen Paralympischen Mannschaft sehen gerne und regelmäßig Sportsendungen und Sportsender. Zudem haben sie im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ein großes Interesse an herausragenden Sportveranstaltungen



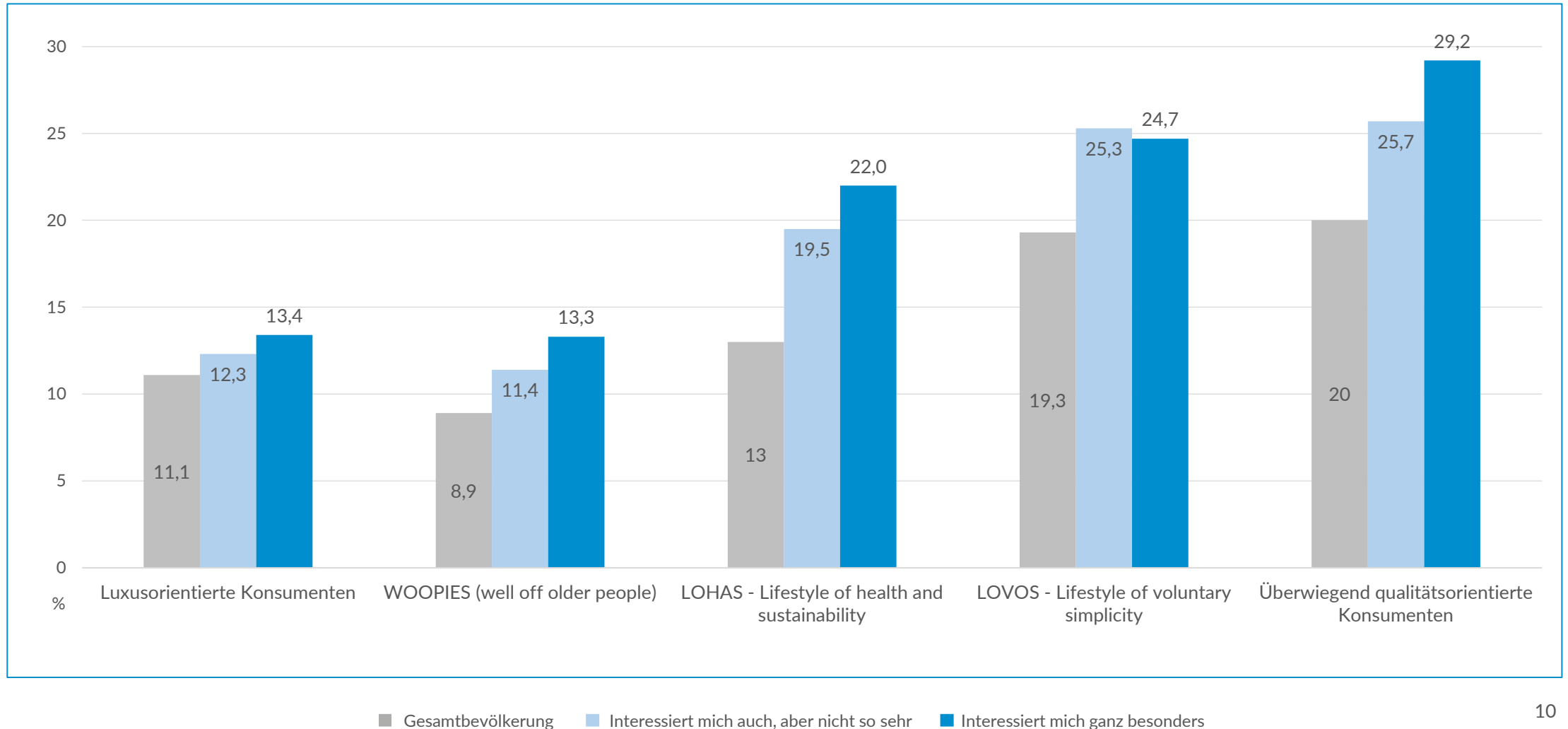
Sportveranstaltungen: Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung besuchen Interessierte an der Deutschen Paralympischen Mannschaft vermehrt Sportveranstaltungen



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

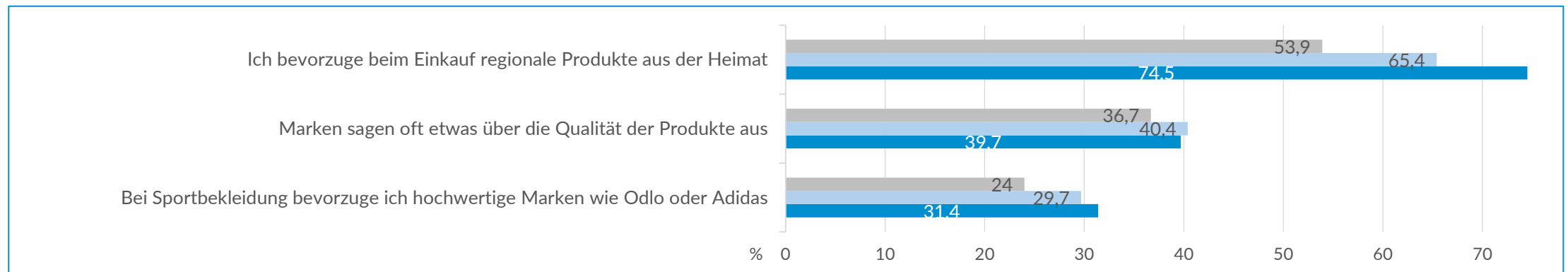
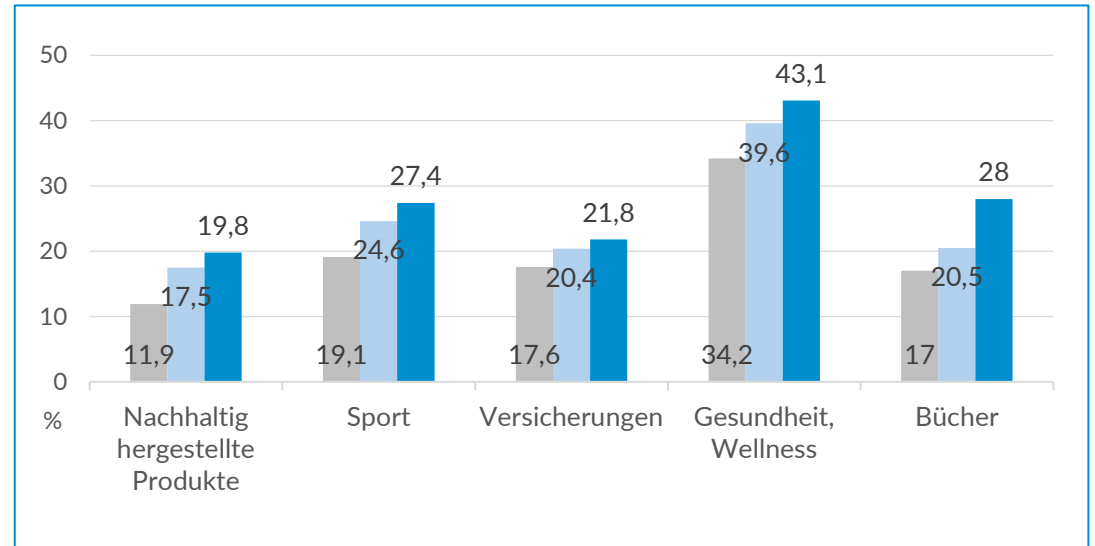


Fans von Team D Paralympics als Konsumenten: In der Zielgruppe sind bestimmte attraktive Käufertypologien und Sonderzielgruppen



Fans von Team D Paralympics als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft trifft auf erhöhtes Qualitätsbewusstsein und Markenaffinität

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Gesundheit, Wellness und Bücher ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Interessierten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und **regionale Produkte** aus. Beim Kauf neuer Sportkleidung bevorzugen sie **hochwertige** Marken.



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe der an der Deutschen Paralympischen Mannschaft Interessierten ist **vielseitig** und **qualitätsbewusst**. Sponsoren treffen hier auf ein Publikum, das über ein überdurchschnittlich **breites Interessenspektrum** verfügt.
- Grundsätzlich besteht bei der Zielgruppe eine **erhöhte Kaufbereitschaft** und ein besonderes Interesse an Sport und Gesundheit, Wellness. Fans von Team D Paralympics konsumieren **qualitätsorientiert** und **nachhaltig**. Die Interessierten an der Deutschen Paralympischen Mannschaft zählen außerdem zu der Sonderzielgruppe der **LOHAS** (Lifestyle of Health and Sustainability) und **Lovos** (Lifestyle of voluntary simplicity).
- Grundsätzlich interessiert die Zielgruppe sich sehr für **Natur- und Umweltschutz** und hat eine erhöhte Ausgabebereitschaft für **nachhaltig hergestellte Produkte** und **hochwertige Marken**.



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER