

Sportprofile AWA 2025: Automobilsport

**Die Besonderheiten der Automobilsportinteressierten
in Deutschland**

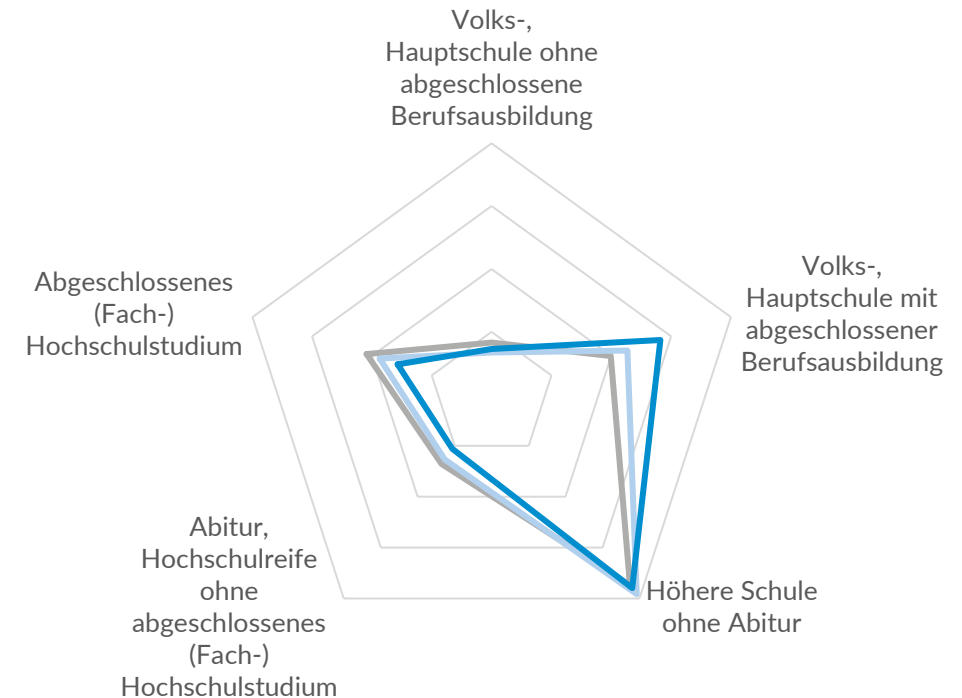
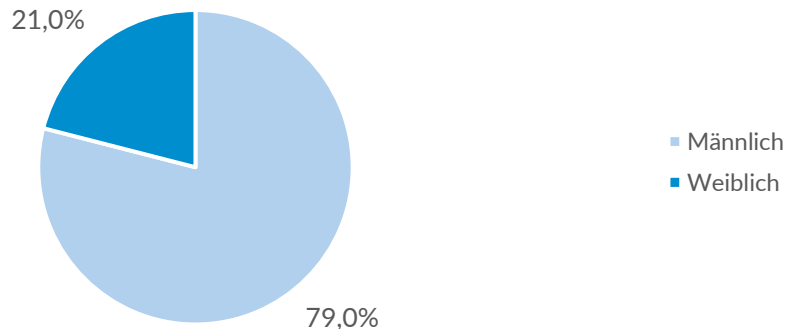
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (71 Mio.)

Soziodemographie: Sponsoren treffen beim Automobilsport auf eine große Zielgruppe mit abgeschlossener Berufsausbildung

In Deutschland interessieren sich **19,65 Mio.** Menschen und damit **28%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für den Automobilsport.

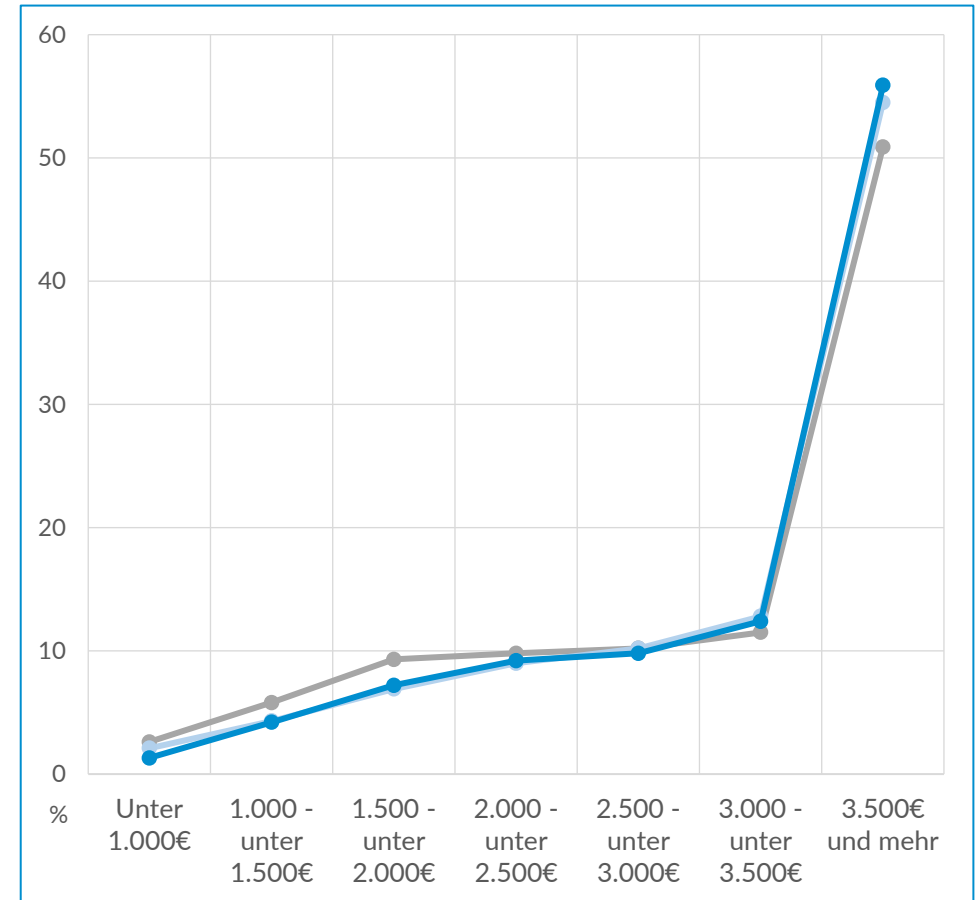
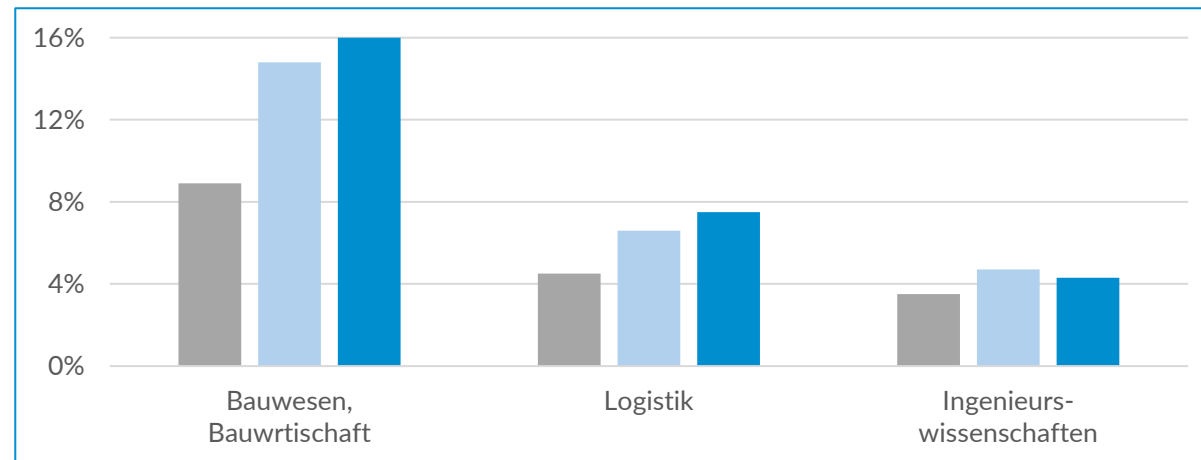
6,12 Mio. (9%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen bilden ein Fünftel der Zielgruppe. Das Bildungsniveau der Zielgruppe unterscheidet sich leicht von dem der Gesamtbevölkerung. Während sich unter den Automobilsportinteressierten mehr Personen mit **abgeschlossener Berufsausbildung** befinden, ist der Wert bei Abitur und abgeschlossenem Studium etwas niedriger.



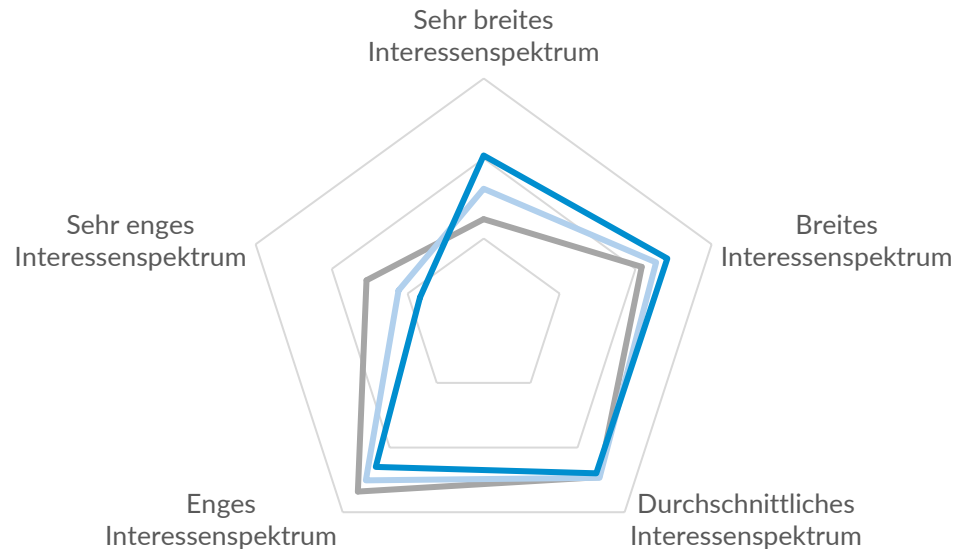
Soziodemographie: Automobilsportinteressierte sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein vergleichbares Haushaltsnettoeinkommen wie die Gesamtbevölkerung

Die Automobilsportinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in der **Bauwirtschaft**. Auch die Bereiche **Logistik** und **Ingenieurwissenschaften** sind überdurchschnittlich stark vertreten.

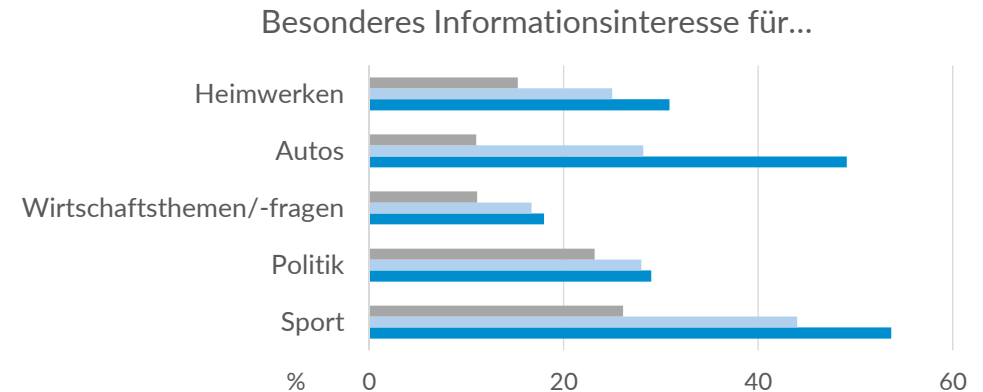
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Sport-, Mobilitäts- und Handwerksbereich

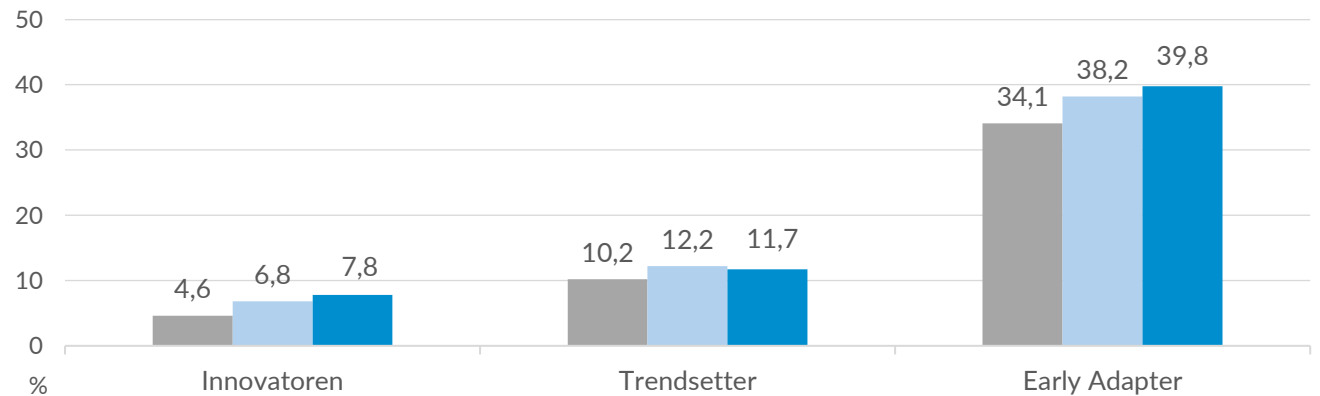
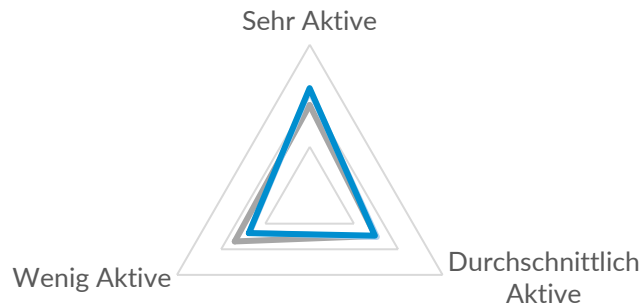
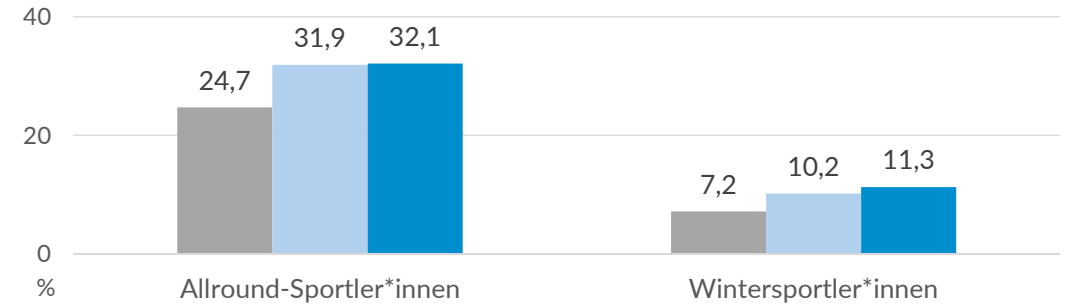


Automobilsportinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Autos** und **Sport**. Auch **Heimwerken, Politik** und **Wirtschaftsthemen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

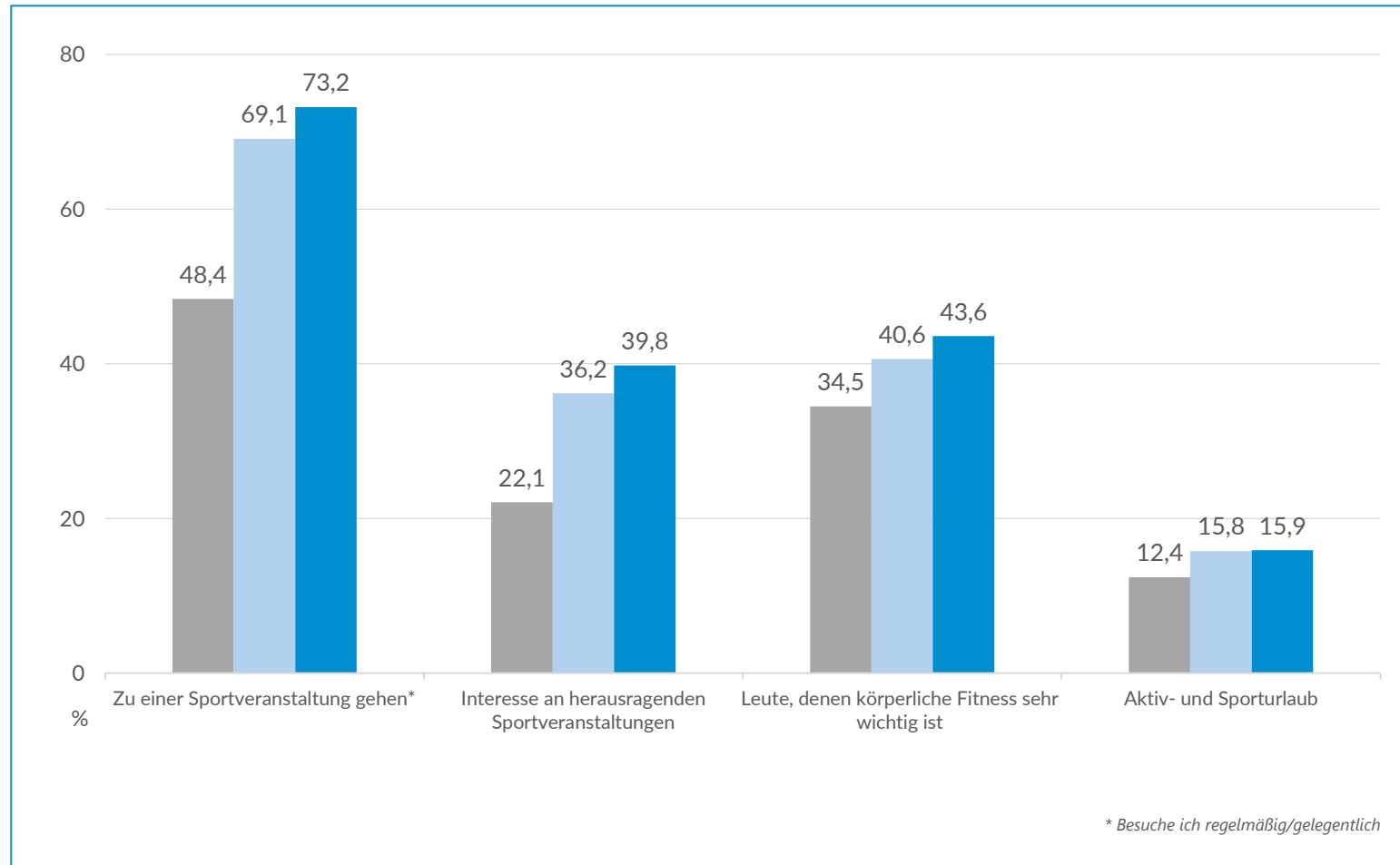


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Automobilsportinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

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

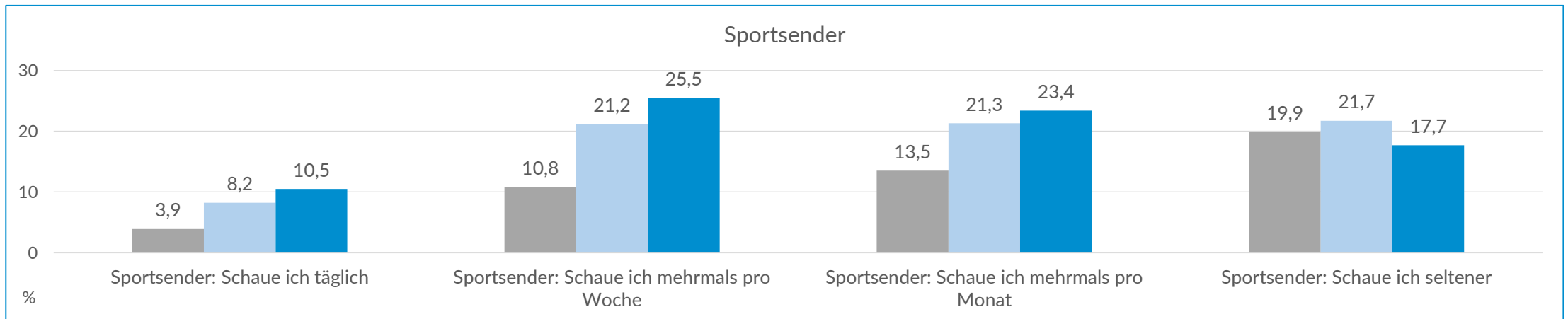
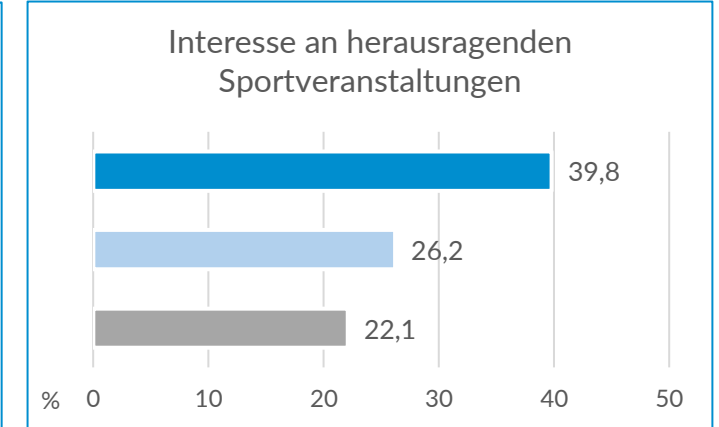
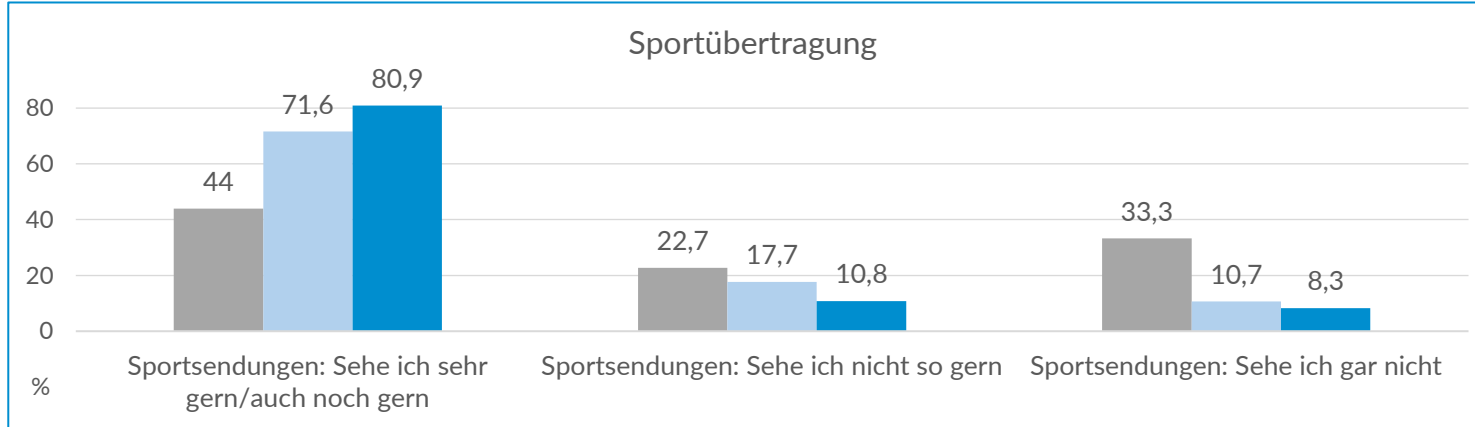


Freizeit: Die Zielgruppe besucht regelmäßig Sportveranstaltungen und betätigt sich sportlich



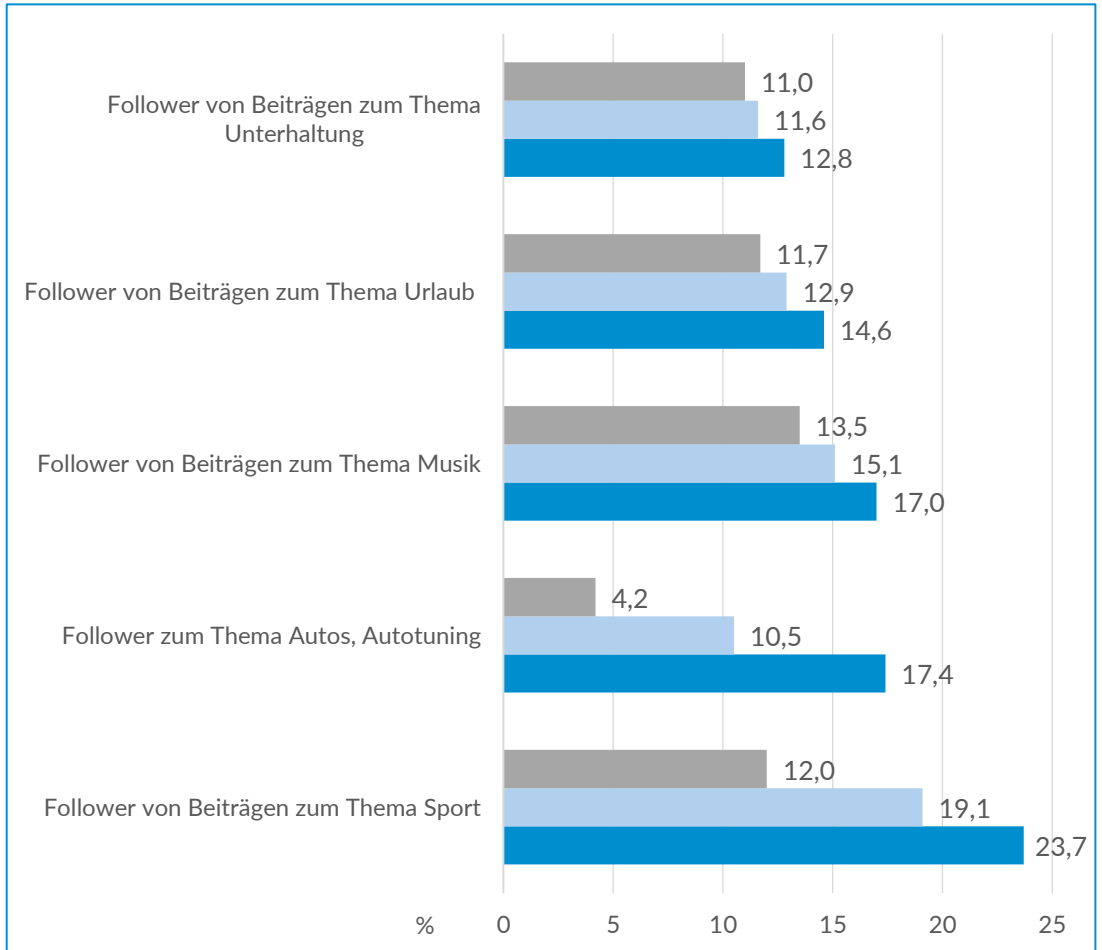
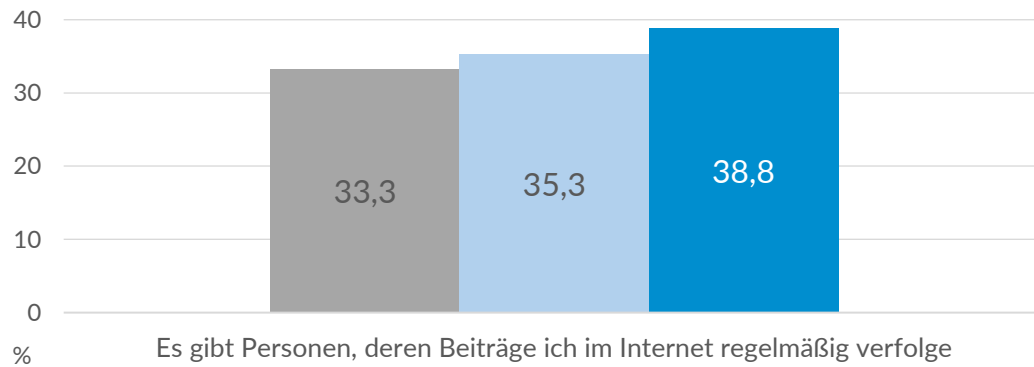
Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Automobilsportinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist **körperliche Fitness** wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Fußball, Motorradrennsport, Boxen, Eishockey und diverse Wintersportarten, wie bspw. Skispringen.

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



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

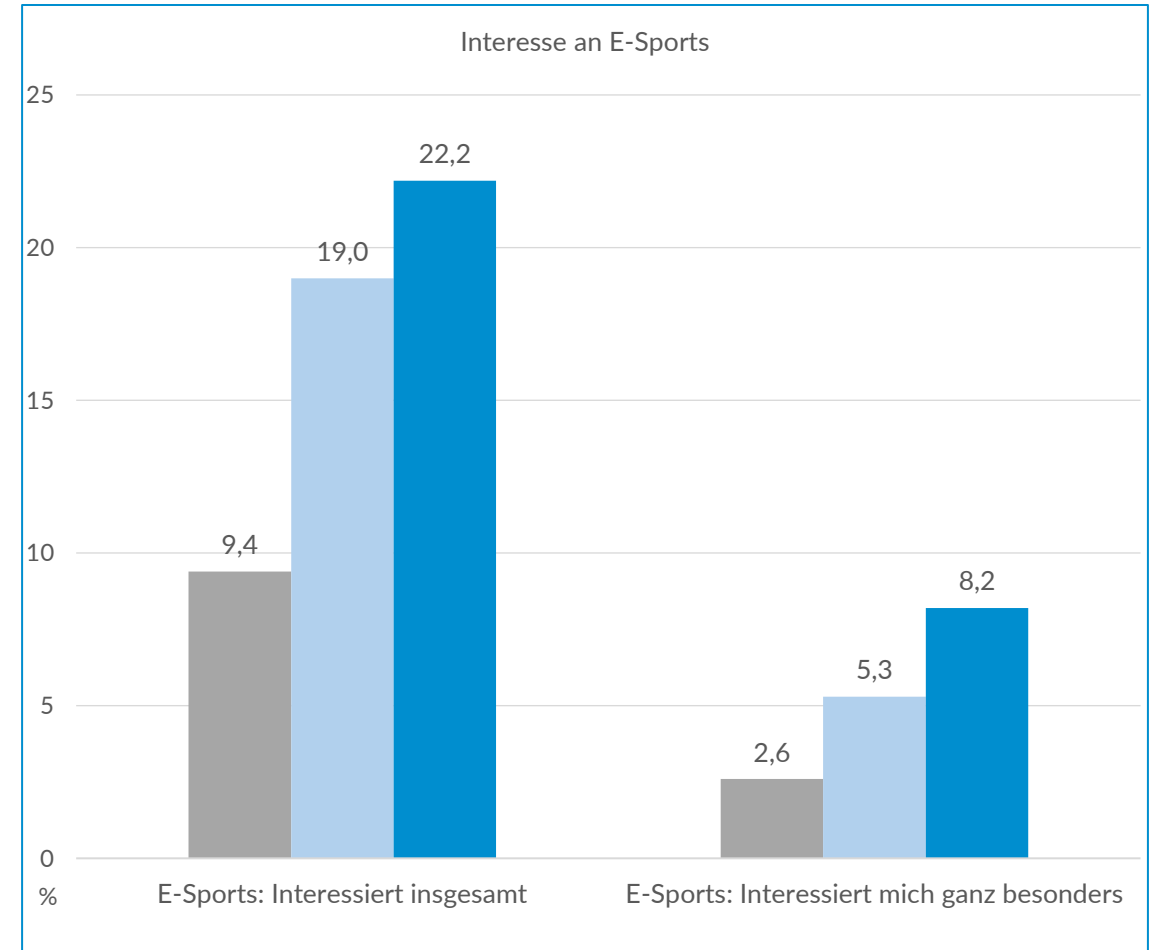
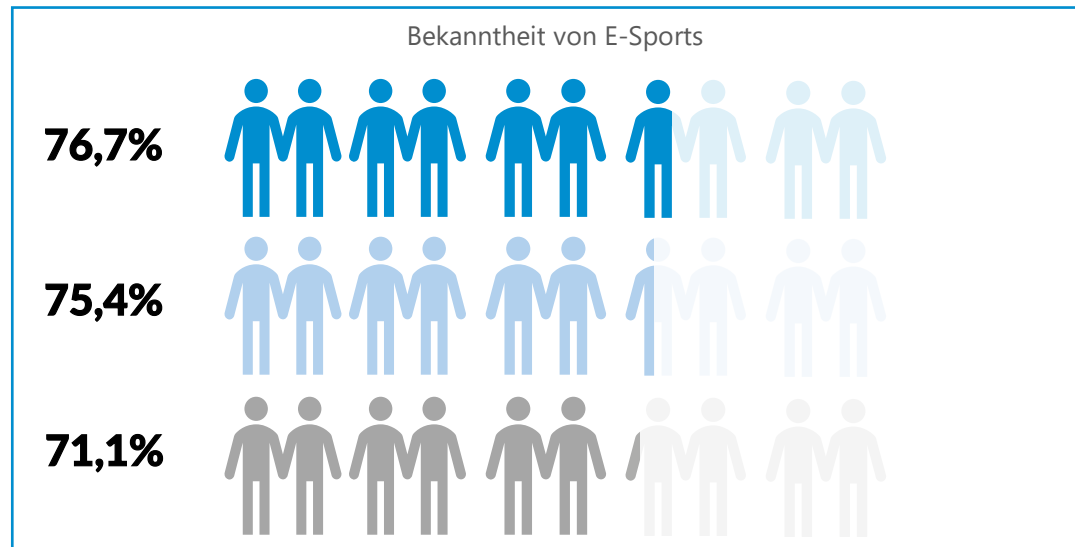
Der Anteil der Personen, die **Beiträge von Influencern** regelmäßig verfolgen, ist unter den Automobilsportinteressierten höher als in der Gesamtbevölkerung. Influencer, die über **Sportthemen** oder **Autothemen** berichten, werden besonders von der Zielgruppe überdurchschnittlich oft verfolgt.



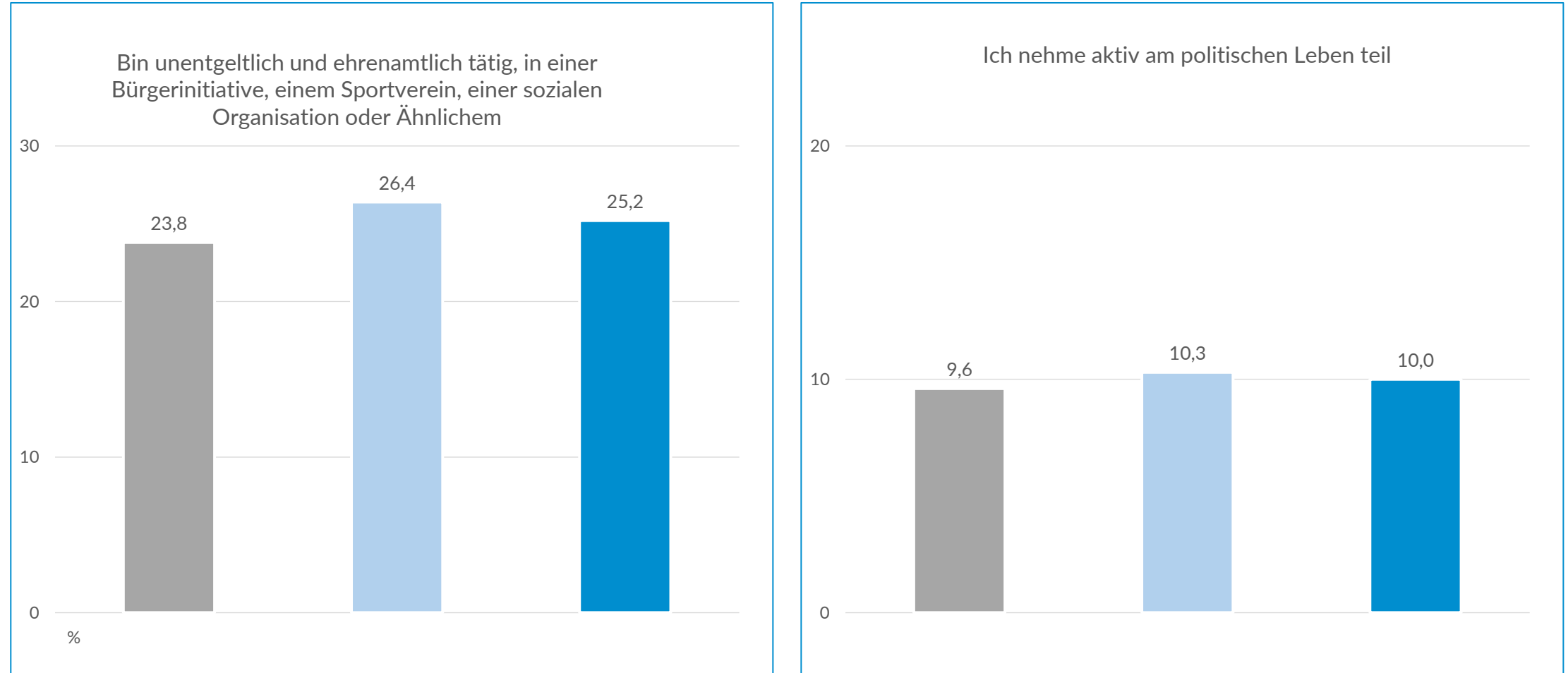
E-Sports: Automobilsportfans interessieren sich mehr für E-Sports als die Gesamtbevölkerung

Der Bekanntheitsgrad von E-Sports ist unter besonders Automobilsportinteressierten mit **76,7%** überdurchschnittlich hoch.

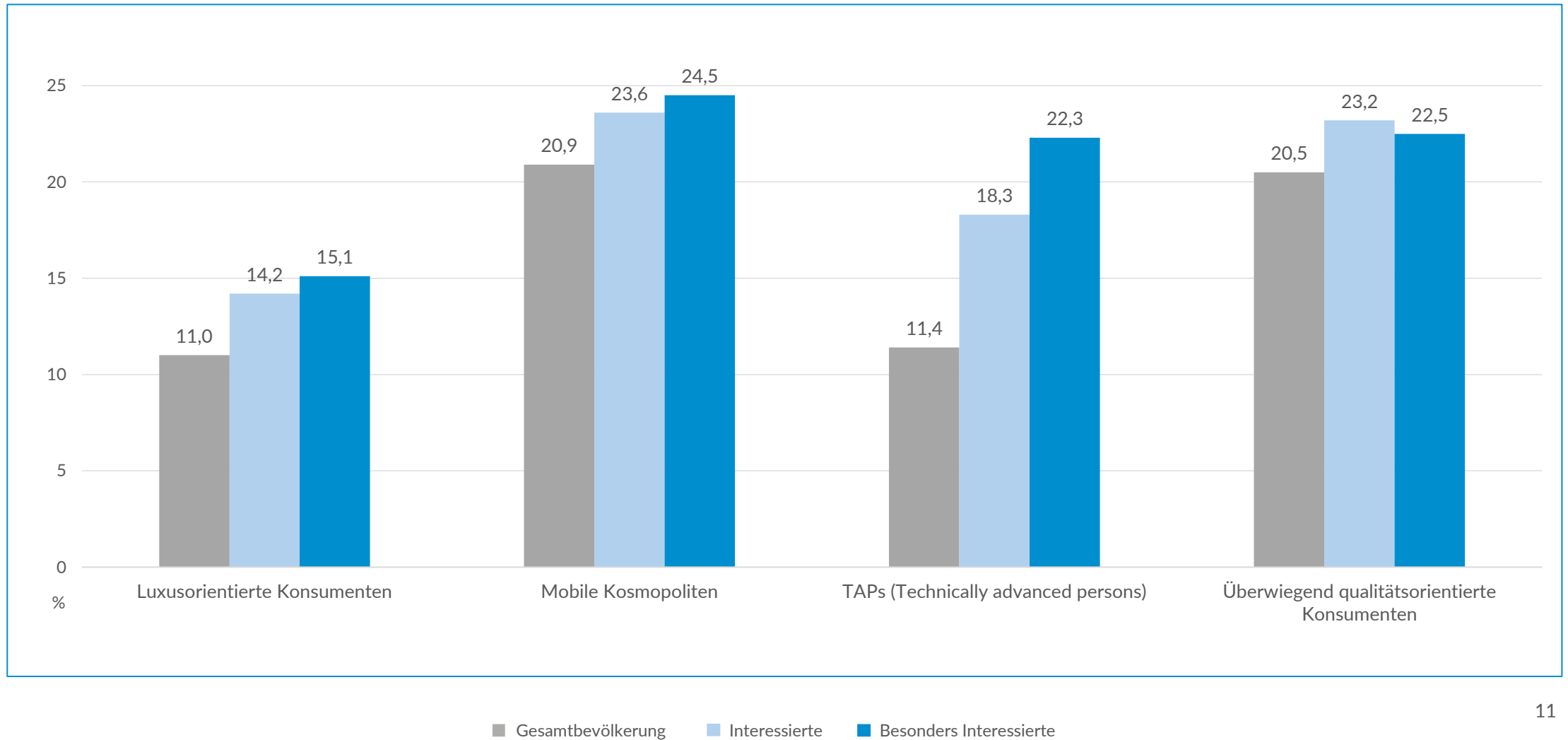
Unter ihnen sind auch deutlich mehr (besonders) interessiert als in der Gesamtbevölkerung.



Ehrenamt: Automobilsportinteressierte engagieren sich ehrenamtlich und sind politisch aktiv

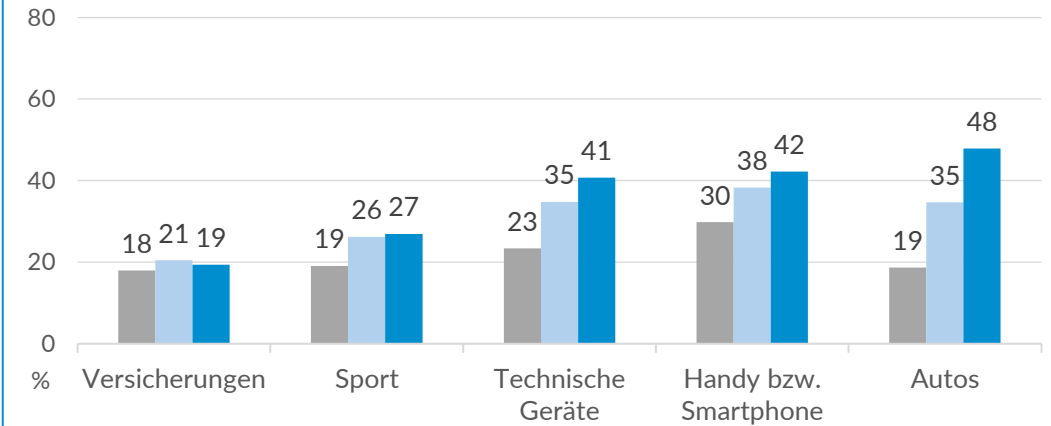


Automobilsportinteressierte als Konsumenten: In der Zielgruppe finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien und Sonderzielgruppen wieder



Automobilsportinteressierte als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Hobbies und Freizeitbeschäftigung, hohe Qualitäts- und Markenorientierung

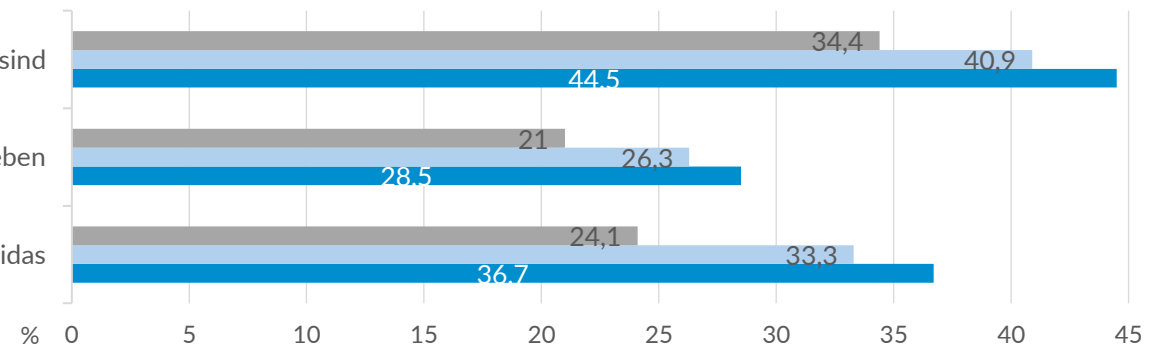
Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte und Autos ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Automobilsportinteressierten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und „das Beste vom Besten“ aus.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



Es gibt unverwechselbare, starke Marken, die wirklich eindrucksvoll sind

Es gibt Produkte, da bin ich bereit, für das Beste vom Besten richtig viel Geld auszugeben

Bei Sportbekleidung bevorzuge ich hochwertige Marken wie Odlo oder Adidas



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Automobilsport ist sehr groß und größtenteils männlich. Sponsoren treffen im Automobilsport 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 **aktiv** und damit gerne viel unterwegs. Die Zielgruppe ist an einer Vielzahl weiterer **Sportarten** interessiert und besucht ebenfalls gerne **Sportveranstaltungen**. Zudem weist sie ein überdurchschnittlich hohes Interesse für **Sport, Wirtschaftsthemen** und **Heimwerken** sowie **Autos** vor.
- Automobilsportinteressierte Menschen sind außerdem vergleichsweise **technikversiert** und **Trendsetter**. Es gibt außerdem sehr viele **qualitäts-** und **markenorientierte** Personen, die versuchen, bei technischen Neuerungen immer auf dem Laufenden zu bleiben.

