

Sportprofile AWA 2025: Skisport

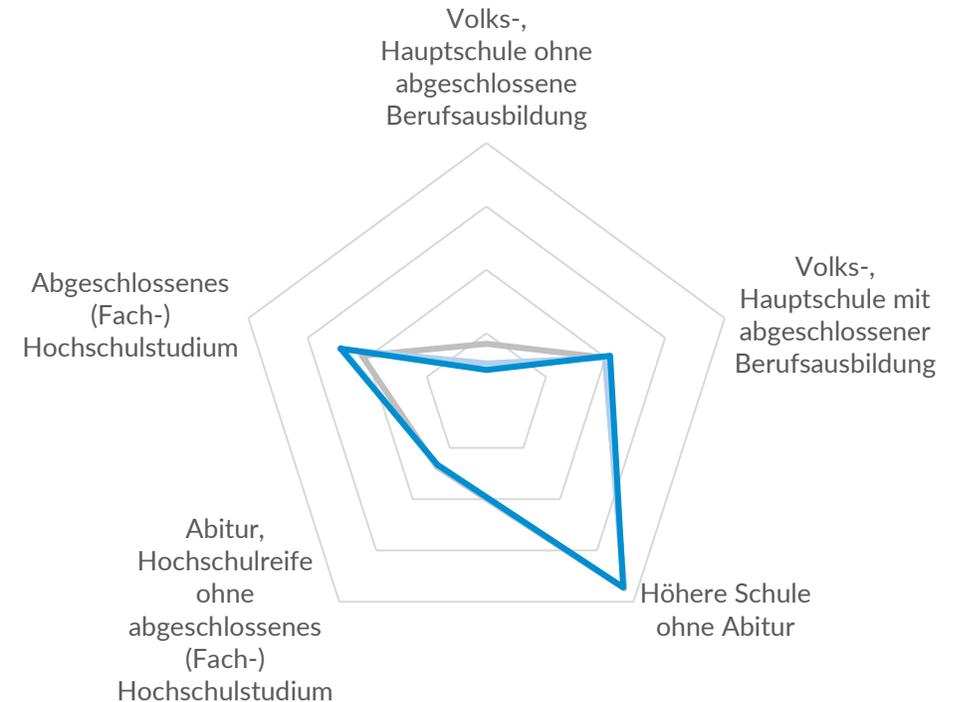
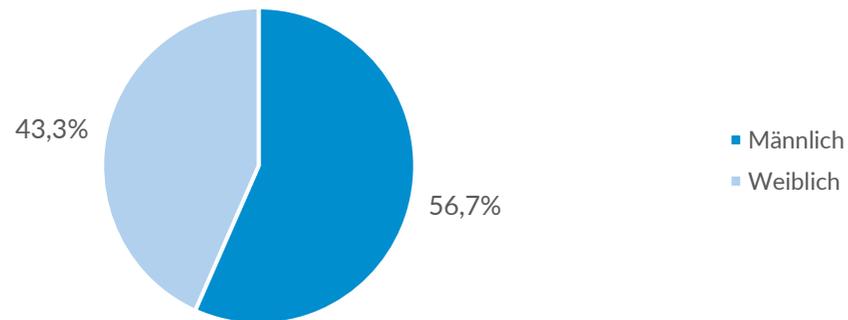
Die Besonderheiten der Skisportinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

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

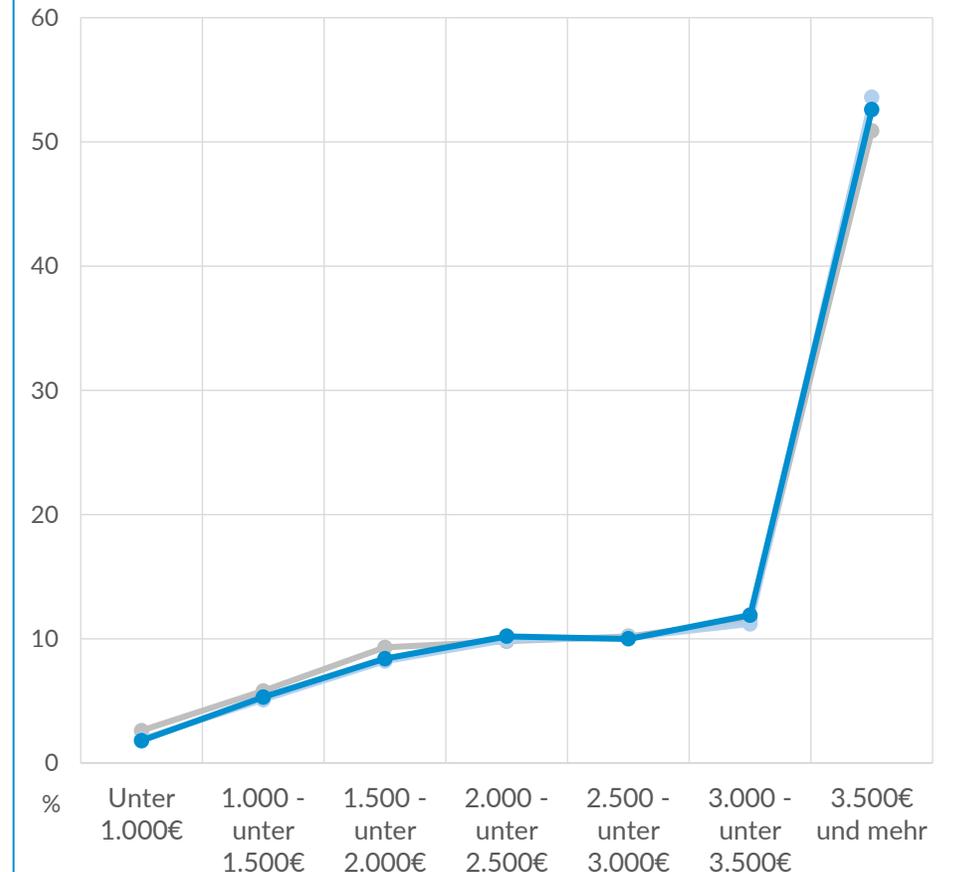
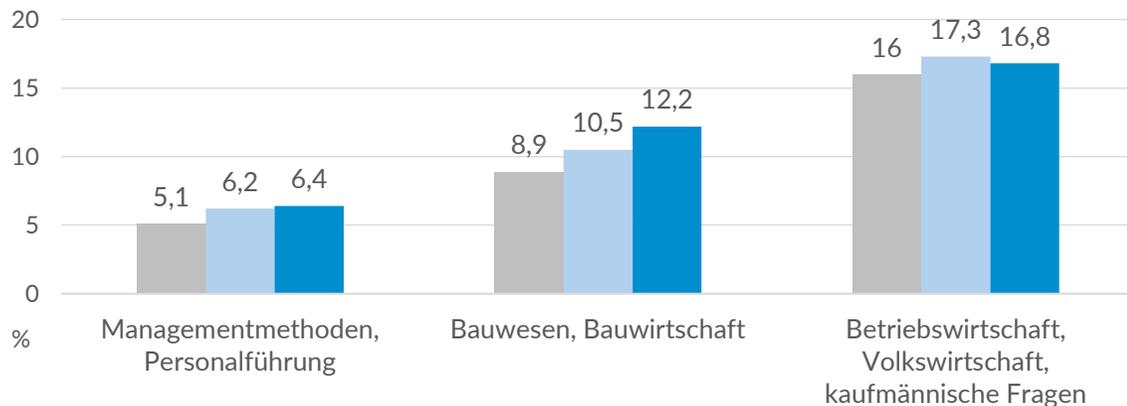
Soziodemographie: Sponsoren treffen im Skisport auf eine gebildete und zum großen Teil weibliche Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich **33,29 Mio.** Menschen und damit **47%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für den Skisport. **13,93 Mio.** (20%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen bilden über **40%** der Zielgruppe. Skisportinteressierte verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 20,9% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei der Zielgruppe **24,5%.**

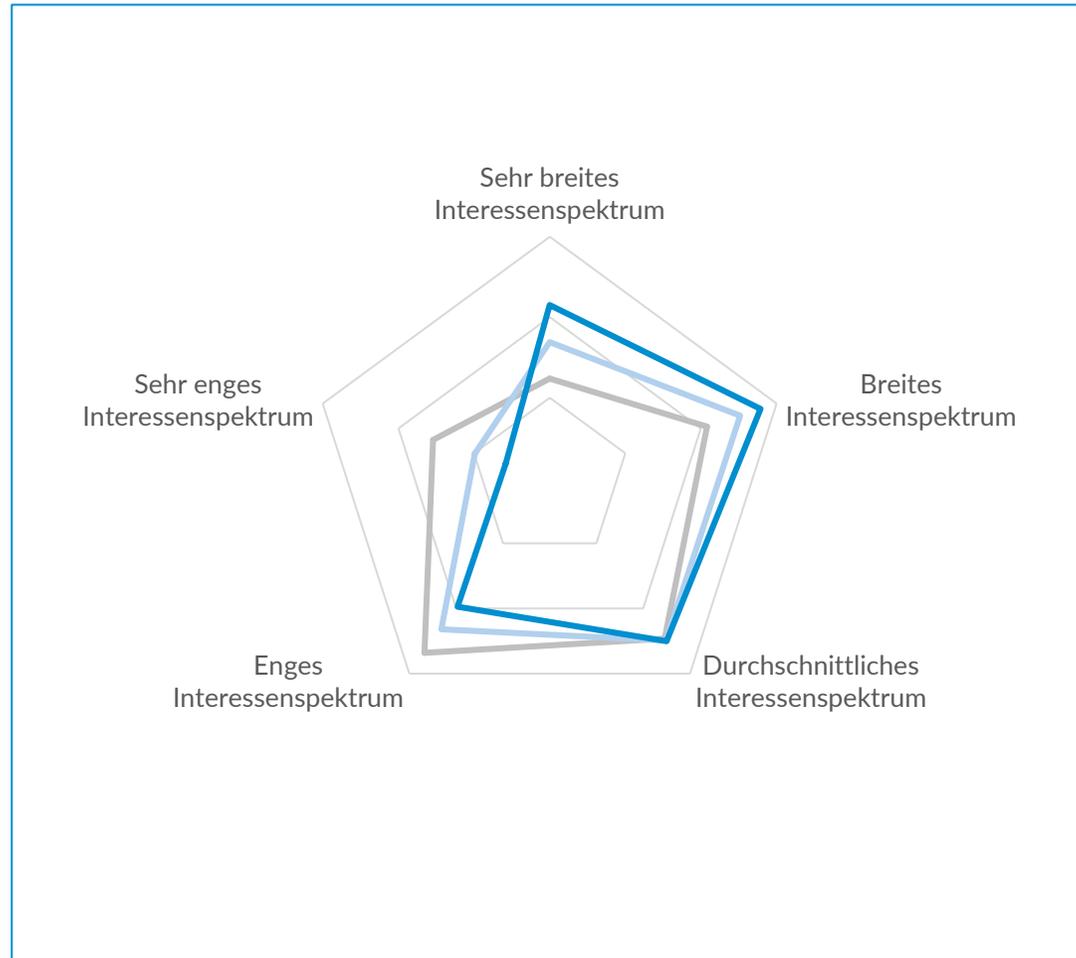


Soziodemographie: Skisportinteressierte sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein vergleichbares Haushaltsnettoeinkommen wie die Gesamtbevölkerung

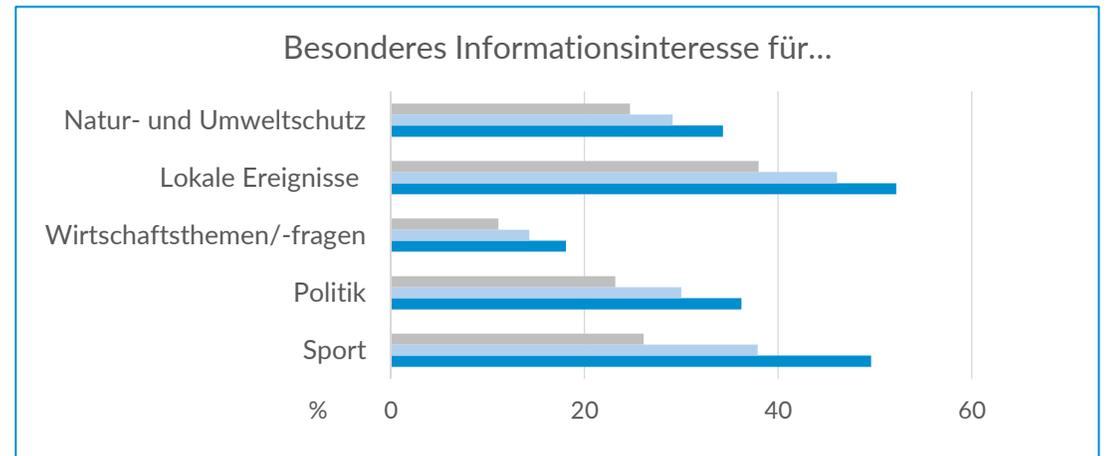
Die Skisportinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet im Bereich **Betriebs-/Volkswirtschaft**. Auch der Bereich **Managementmethoden** ist überdurchschnittlich stark vertreten. Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Skisportinteressierten ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Natur- und Umweltschutz- sowie Politikbereich

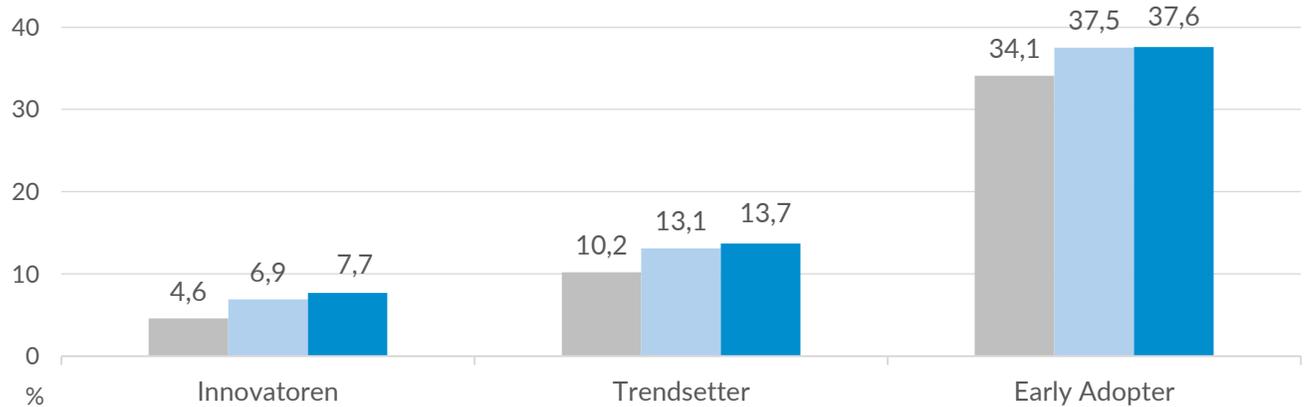
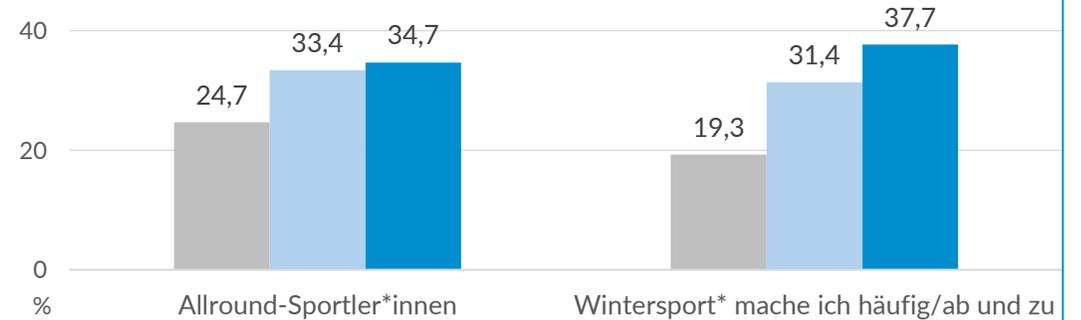


Skisportinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **lokalen Ereignissen** und **Sport**. Auch **Politik** sowie **Natur- und Umweltschutz** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

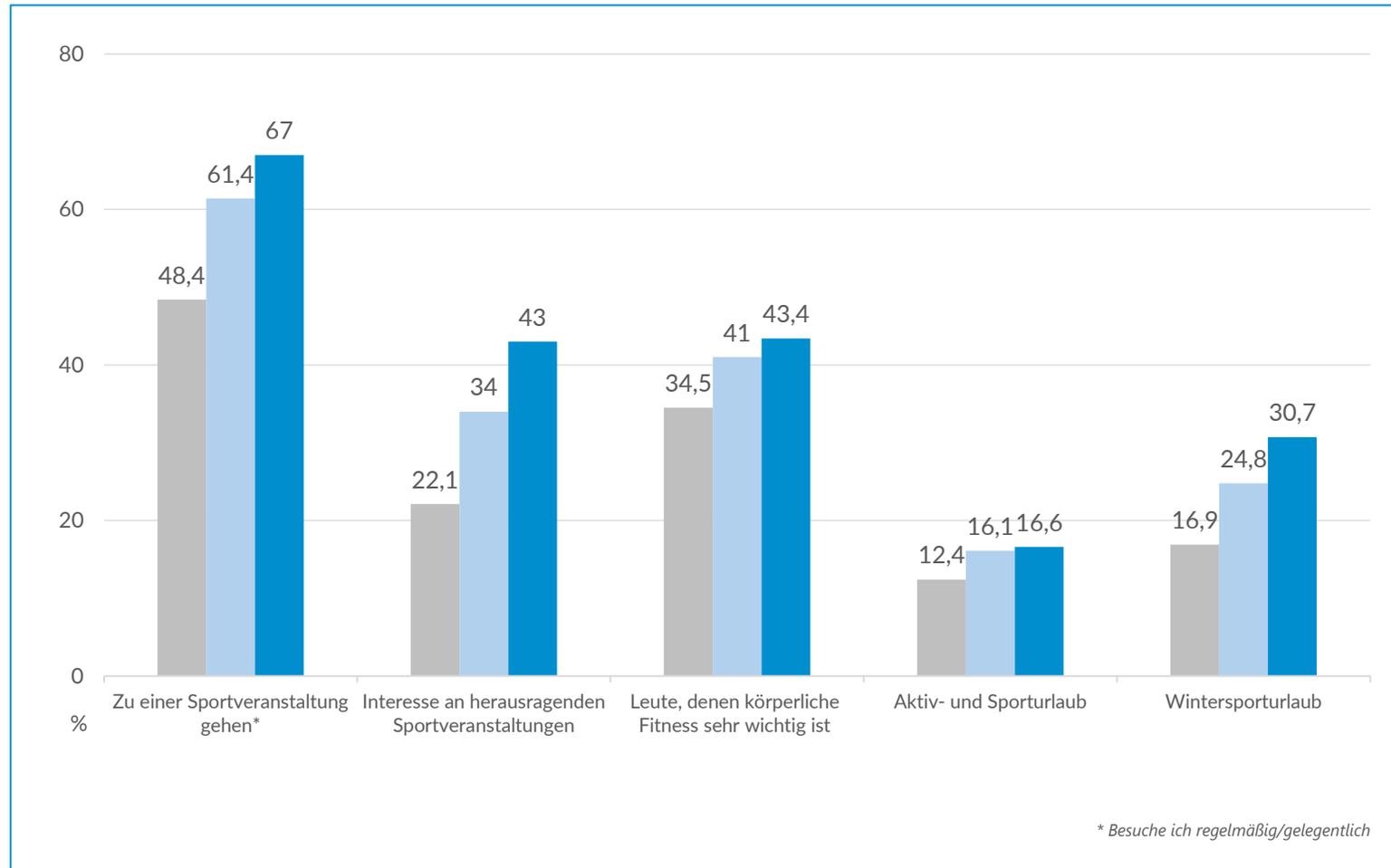


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Skisportinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

Als aktive Sportler*innen gehören sie zu den **Allroundern** und machen gerne selbst **Wintersport**. Die Zielgruppe der Skisportinteressierten ist zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung vermehrt **Innovator** und **Trendsetter**.

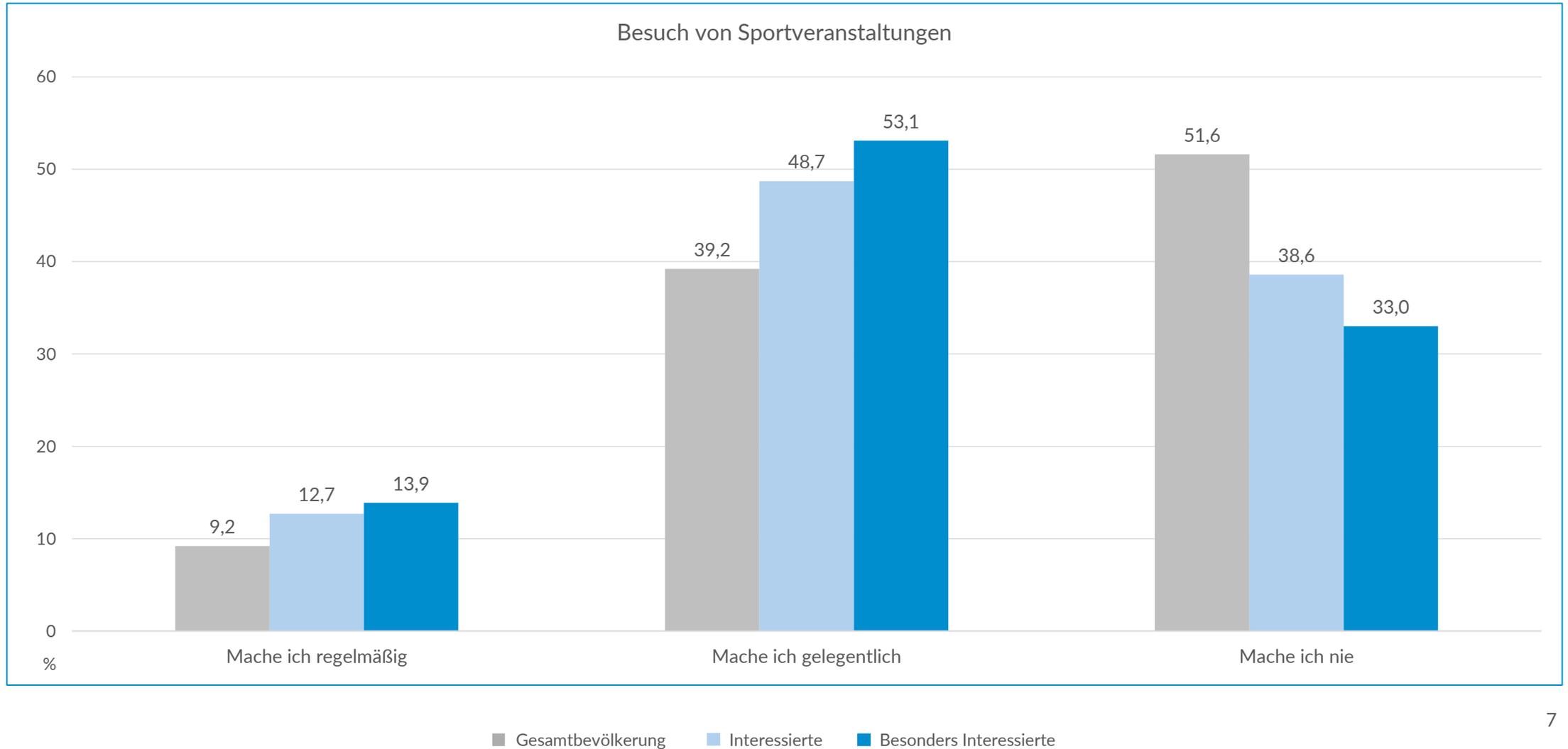


Freizeit: Die Zielgruppe verbringt ihre Urlaube gerne aktiv, besucht Sportveranstaltungen und betätigt sich sportlich

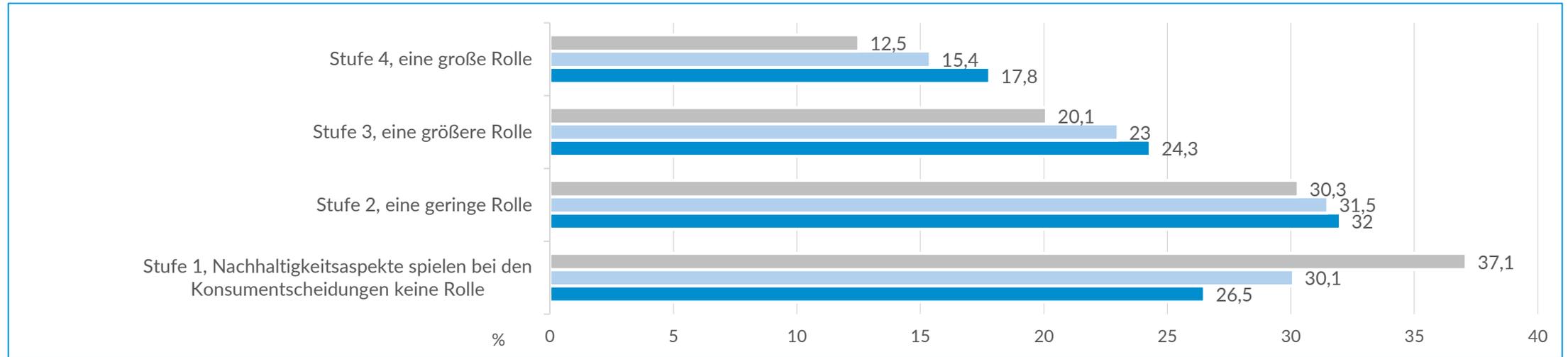


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Skisportinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist ihre körperliche Fitness wichtig und sie machen in ihrer Freizeit **Aktiv- und Wintersporturlaub**. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**. Im Vordergrund stehen Leichtathletik, Radsport sowie die Ballsportarten Handball, Basketball und Fußball.

Sportveranstaltungen: Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung besuchen Skisportinteressierte vermehrt regelmäßig Sportveranstaltungen

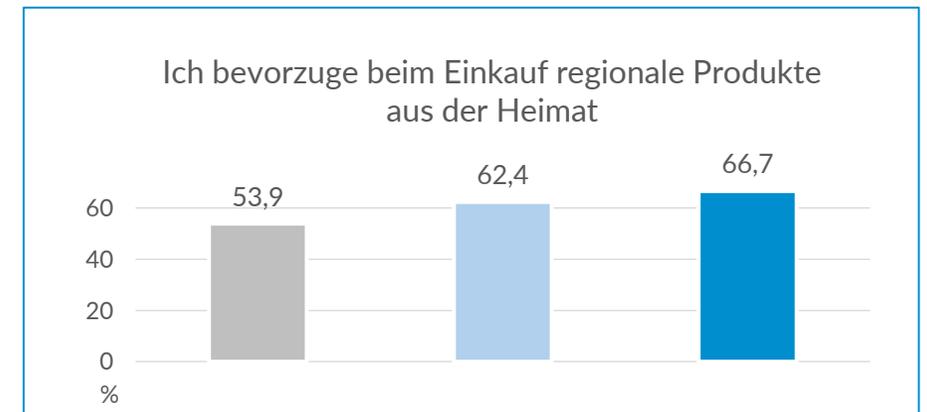


Nachhaltigkeit im Fokus: Skisportinteressierte sind überdurchschnittlich umweltbewusst

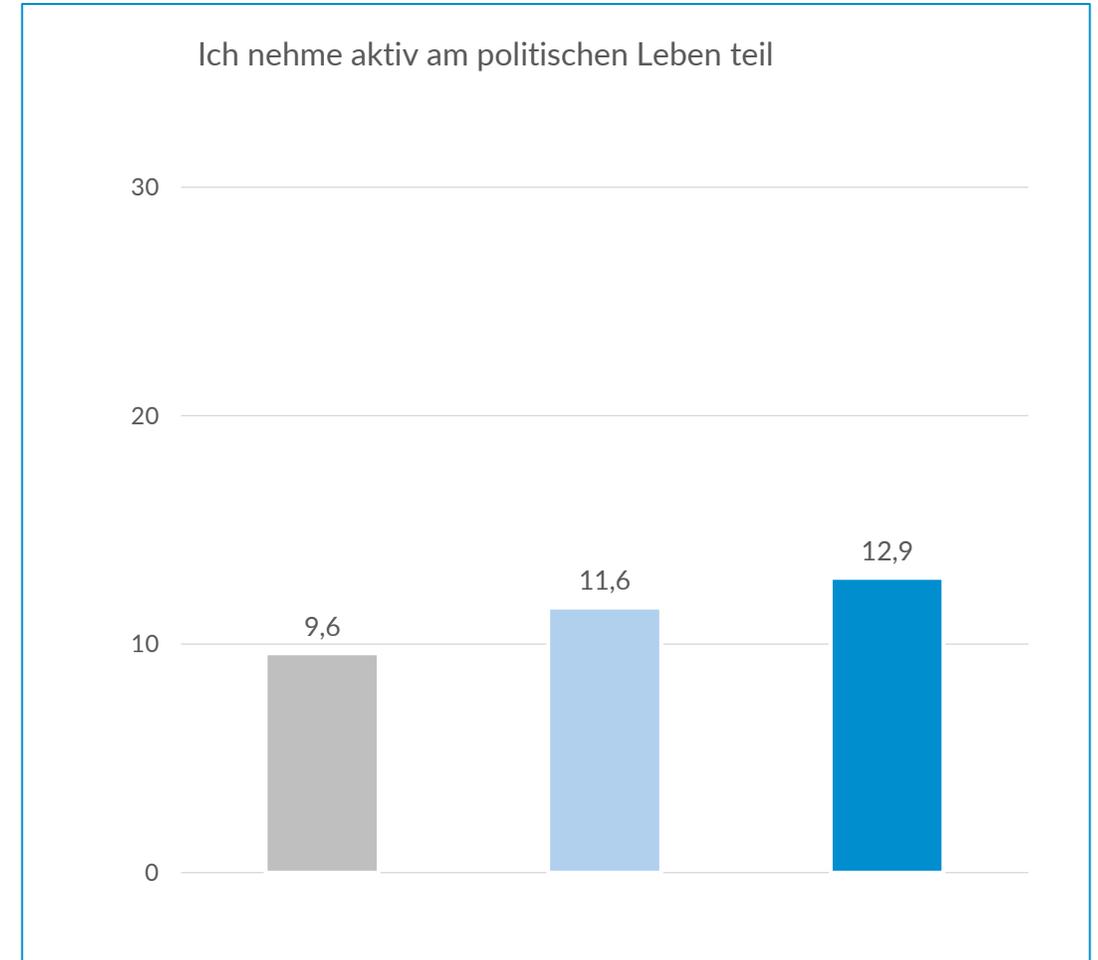
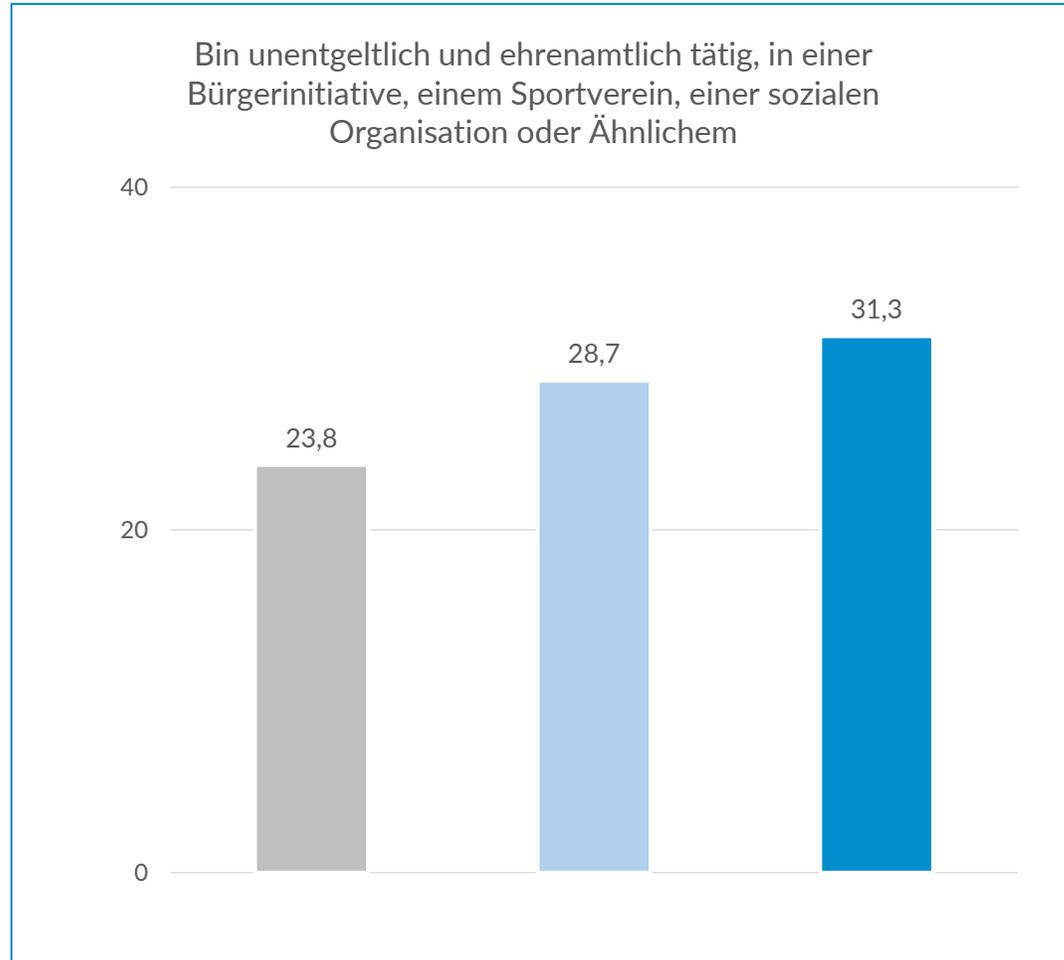


Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Skisportinteressierte bei Konsumententscheidungen eher auf **Nachhaltigkeit**.

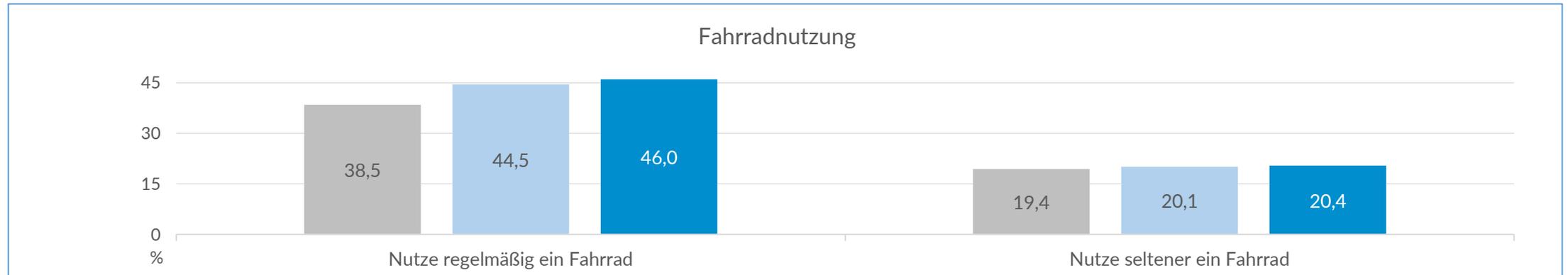
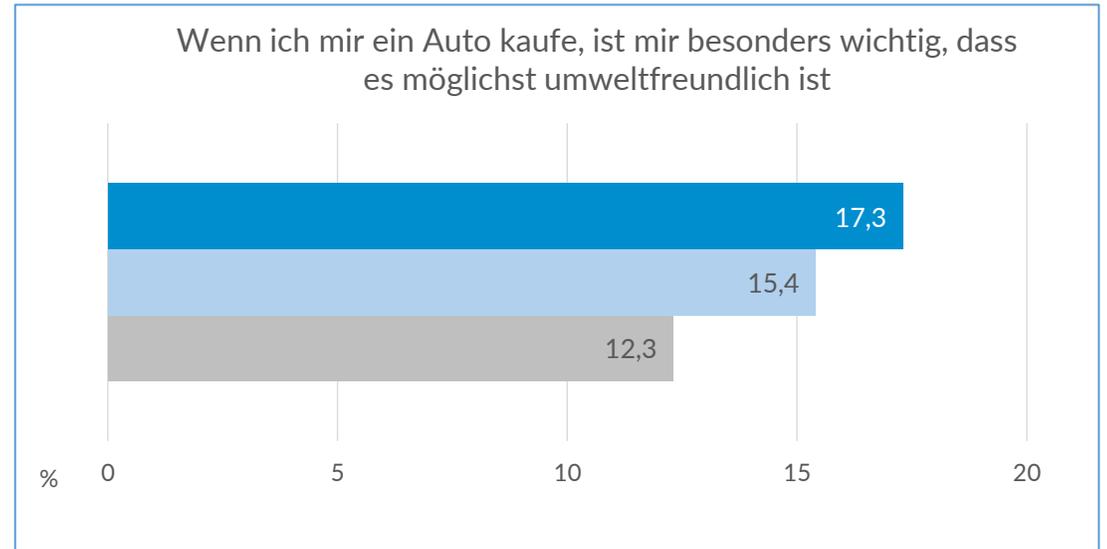
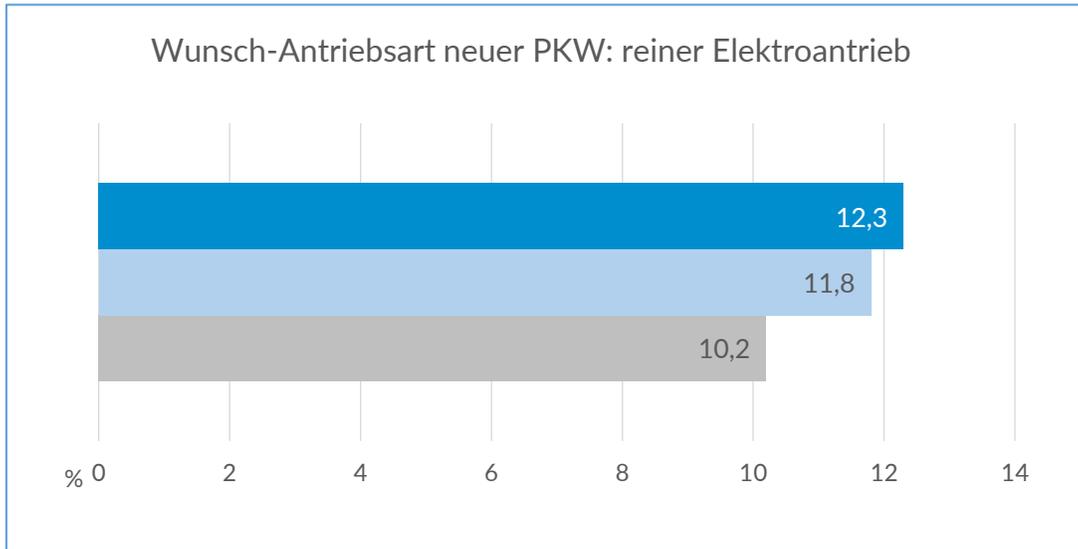
66,7% der Skisportinteressierten bevorzugen regionale Produkte aus der Heimat.



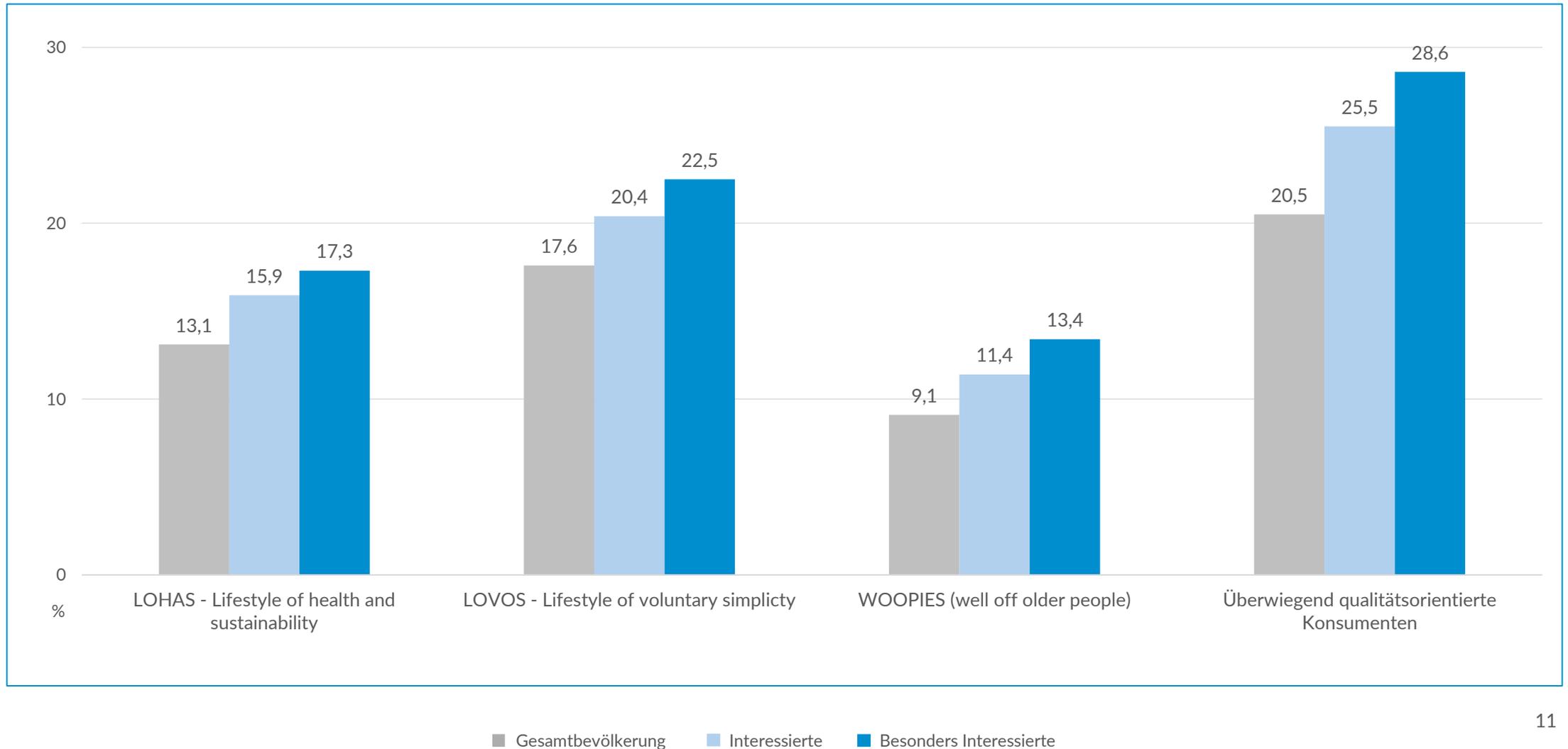
Ehrenamt: Skisportfans engagieren sich ehrenamtlich und sind politisch aktiv



Mobilität im Fokus: Skisportinteressierte fahren regelmäßig Fahrrad und bevorzugen umweltfreundliche Autos

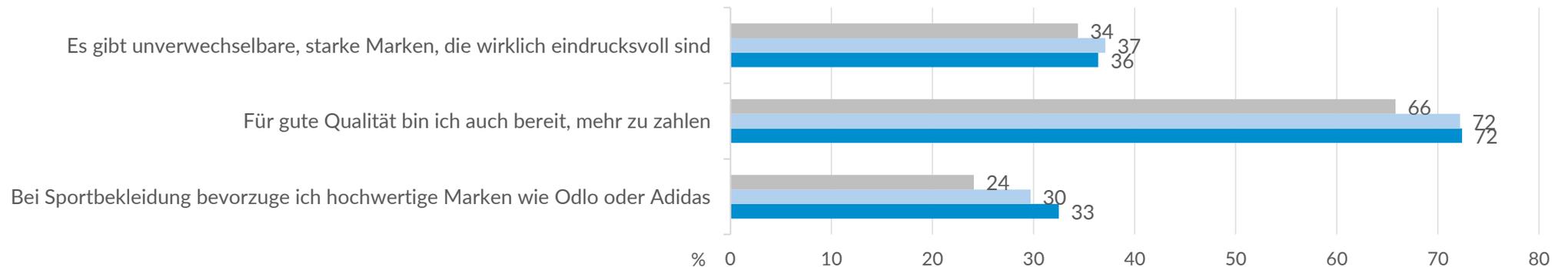
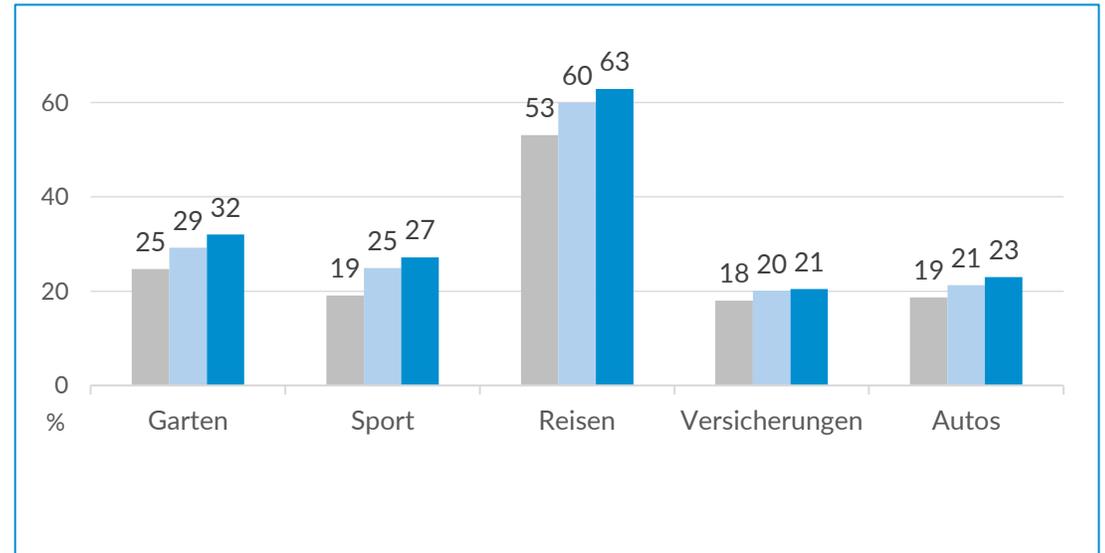


Skisportinteressierte als Konsumenten: In der Zielgruppe finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien und Sonderzielgruppen wieder

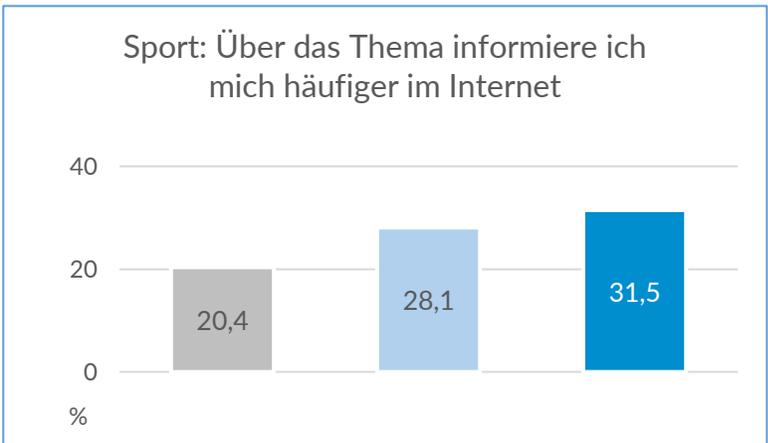
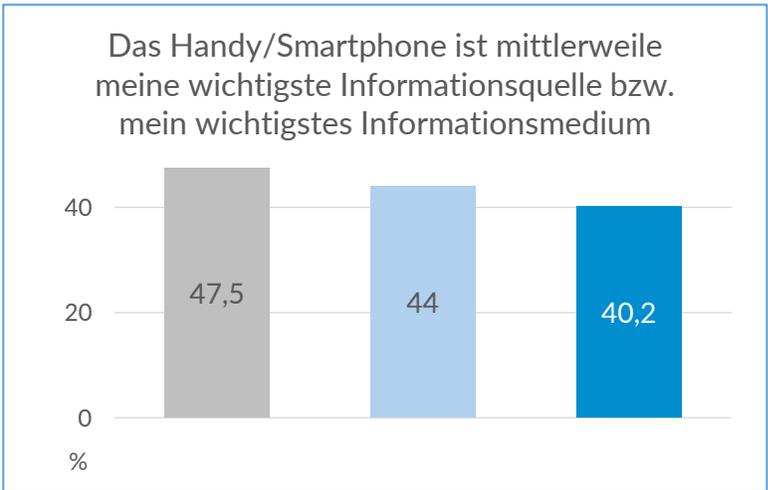
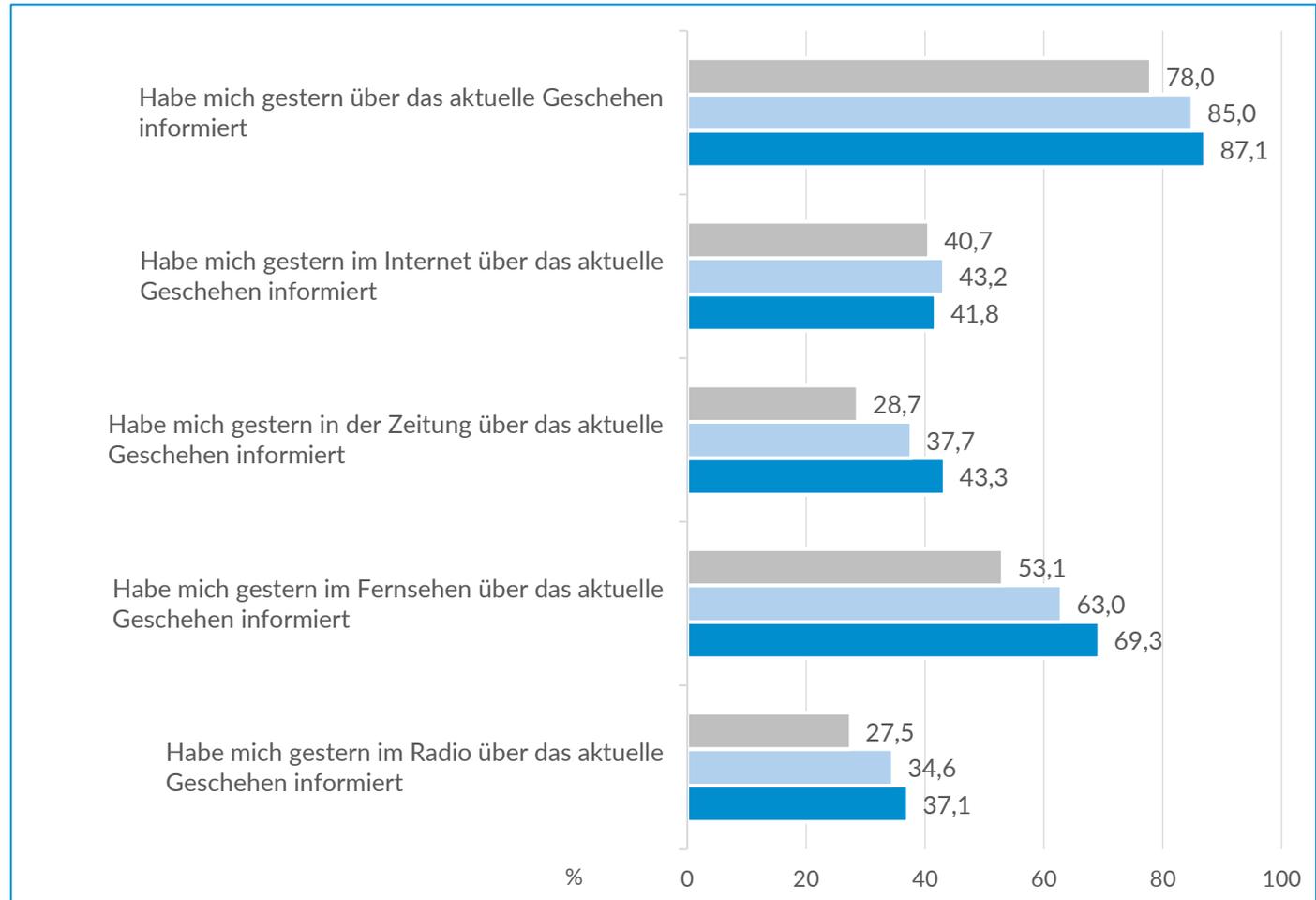


Skisportinteressierte als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Reisen und Freizeitbeschäftigung trifft auf erhöhtes Qualitätsbewusstsein und Markenaffinität

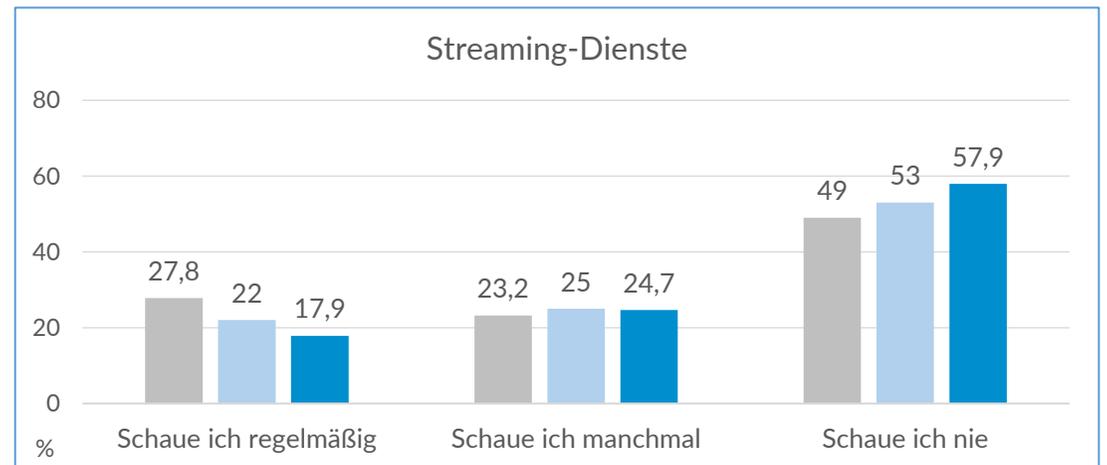
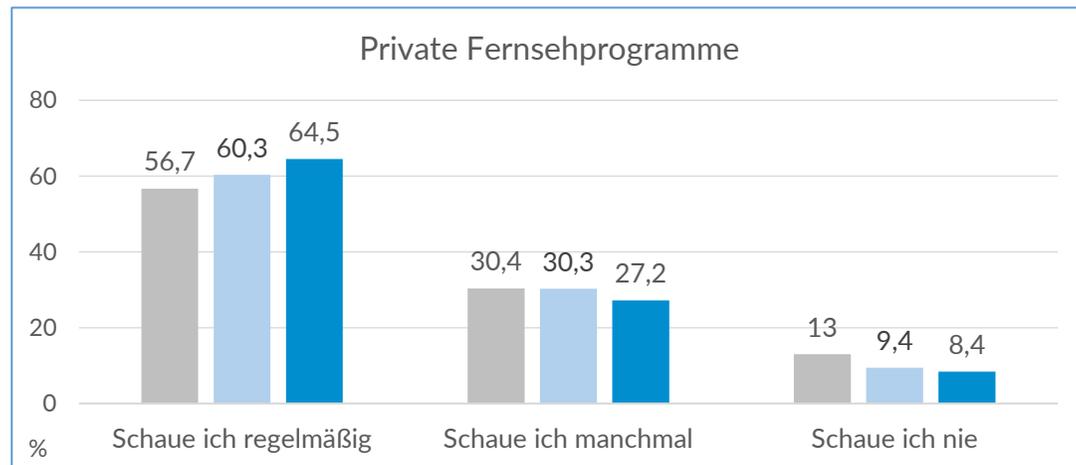
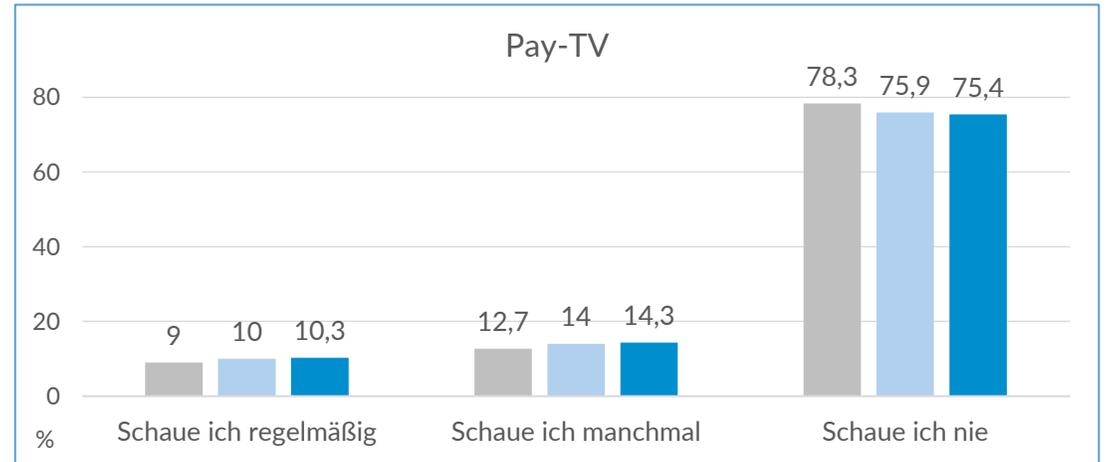
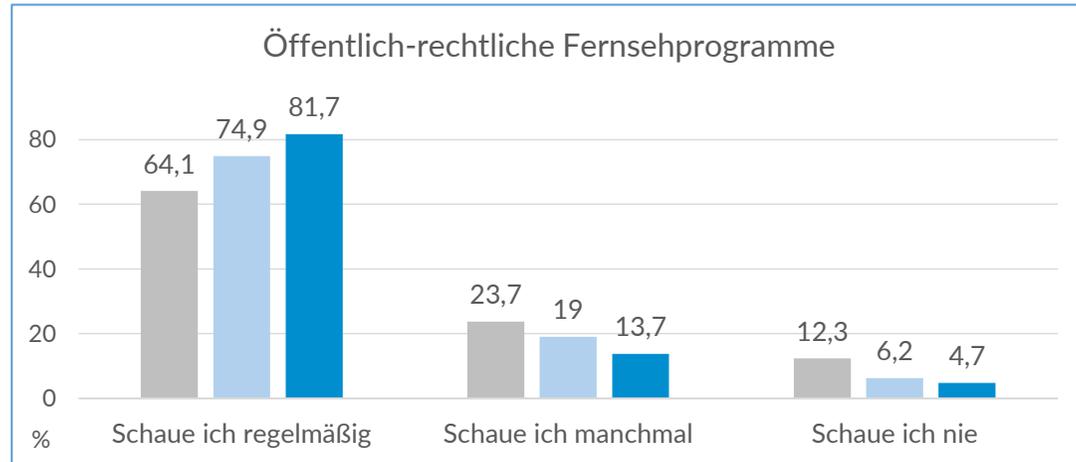
Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Reisen und den Garten ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Skisportinteressierten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und **Qualität** aus. Beim Kauf neuer Sportkleidung bevorzugen sie **hochwertige Marken**.



Nachrichtenkonsument nach Medien: Skisportinteressierte informieren sich stärker als die Gesamtbevölkerung über das tagesaktuelle Geschehen und nutzen dafür das Fernsehen



Bewegtbild: Skisportinteressierte schauen regelmäßig öffentlich-rechtliche Fernsehprogramme. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung nutzen sie seltener Streaming-Dienste



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Skisport ist überdurchschnittlich groß und zu über 40% weiblich. Sponsoren treffen im Skisport auf ein Publikum, das leicht überdurchschnittlich **gebildet** ist, häufig in **bauwirtschaftlichen Berufen** arbeitet und über ein durchschnittliches **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **breites Interessenspektrum** und ist gerne viel in der Natur unterwegs. Neben zahlreichen **Skisportaktivitäten** interessiert sich die Zielgruppe überdurchschnittlich für sämtliche weitere Freizeitaktivitäten mit Sportbezug, engagiert sich gerne **ehrenamtlich** und zeigt Interesse für **andere Sportarten**.
- Besonders ausgeprägt ist das Bewusstsein für **nachhaltigen** Konsum - sowohl bei Lebensmitteln als auch bei Kleidung. Skisportinteressierte Menschen sind **marken-** sowie **qualitätsorientiert** und gehören zur Gruppe der **Innovatoren** und **Trendsetter**.



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER