

Sportprofile AWA 2025: Leichtathletik

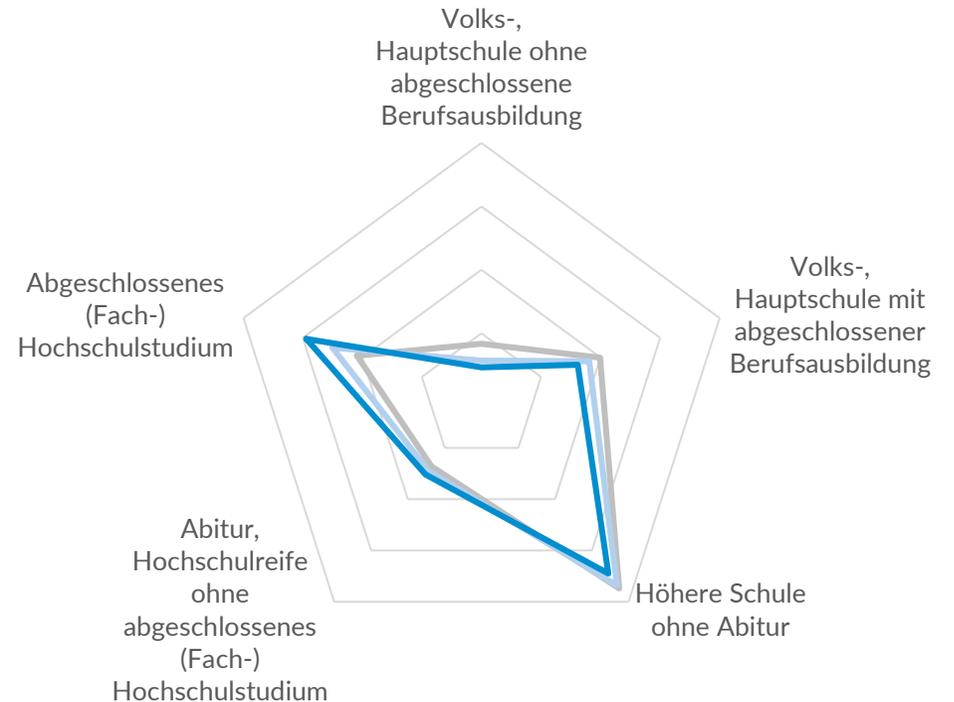
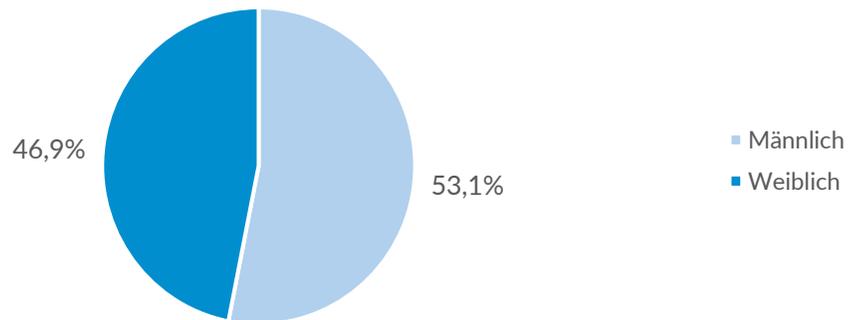
Die Besonderheiten der Leichtathletikinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

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

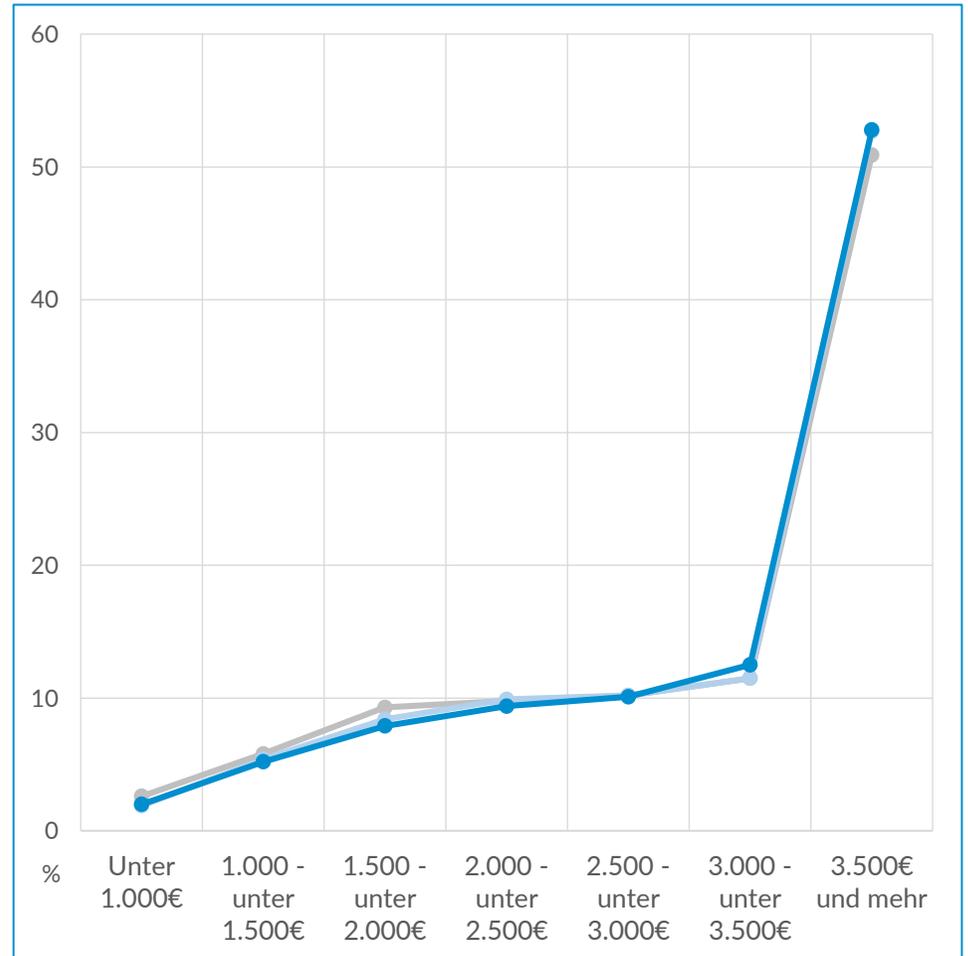
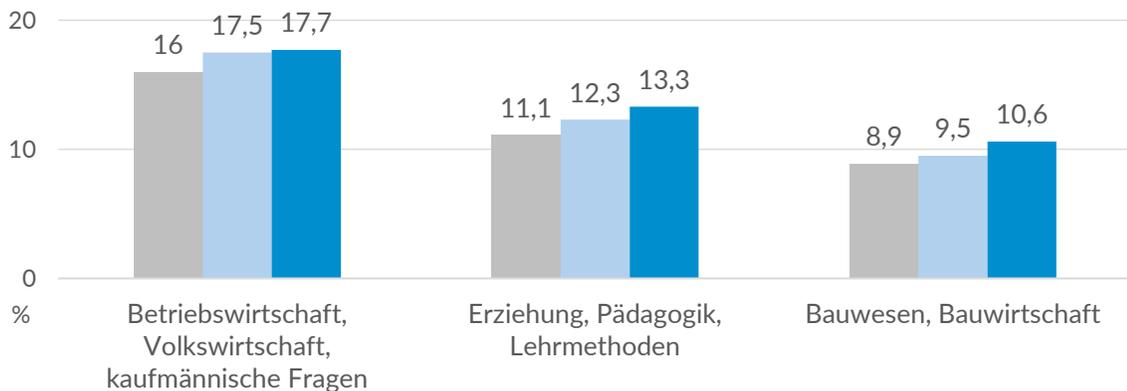
Soziodemographie: Sponsoren treffen bei Leichtathletik auf eine gut gebildete Zielgruppe, die fast zur Hälfte weiblich ist

In Deutschland interessieren sich **28,38 Mio.** Menschen und damit **40%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Leichtathletik. **8,48 Mio.** (12%) interessieren sich sogar ganz besonders für die Sportarten. Frauen stellen mit **46,9%** knapp die Hälfte der Zielgruppe dar. Leichtathletikinteressierte verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 21% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei der Zielgruppe **29,4%.**

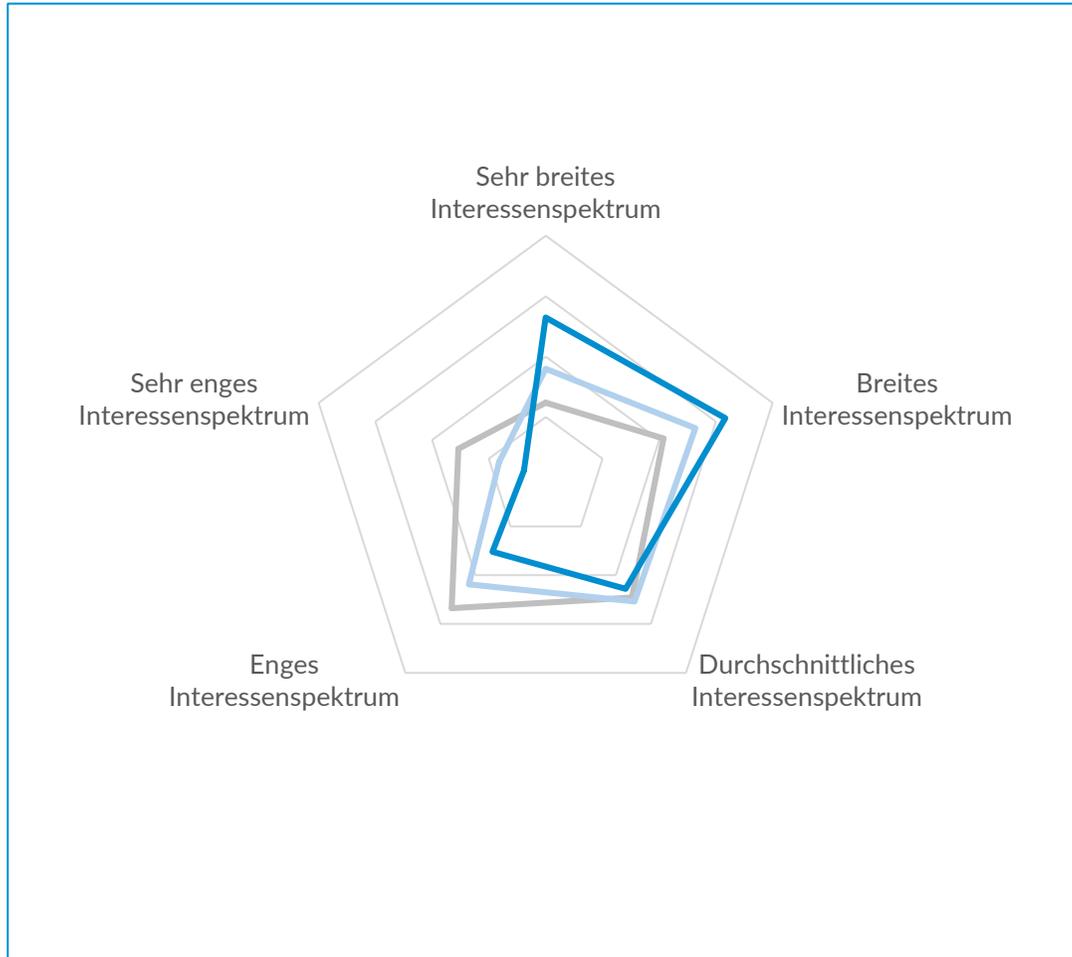


Soziodemographie: Leichtathletikinteressierte sind in verschiedenen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein ähnliches Haushaltsnettoeinkommen wie die Gesamtbevölkerung

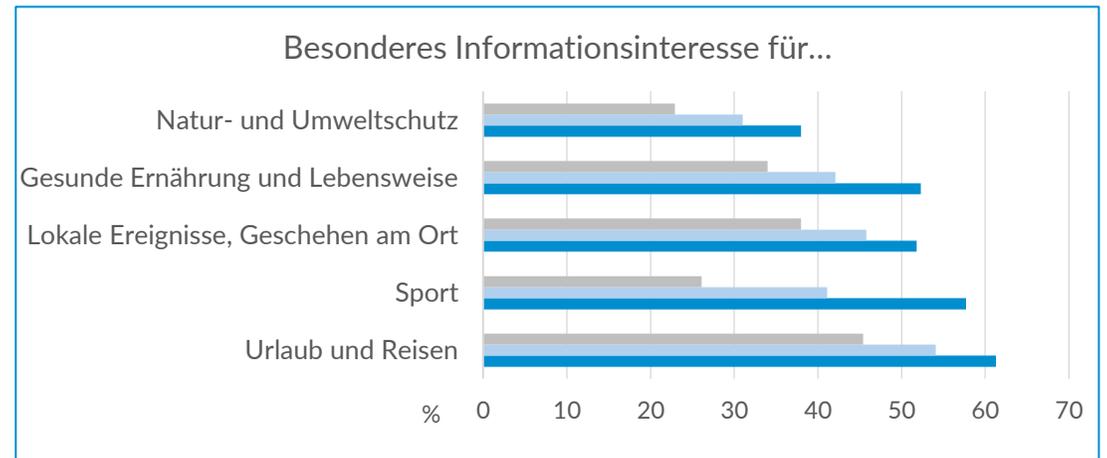
Die Leichtathletikinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in **betriebswirtschaftlichen Berufen**. Auch der Bereich **Journalismus** ist überdurchschnittlich stark vertreten. Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung ähnlich.



Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders an Sport und gesunder Ernährung

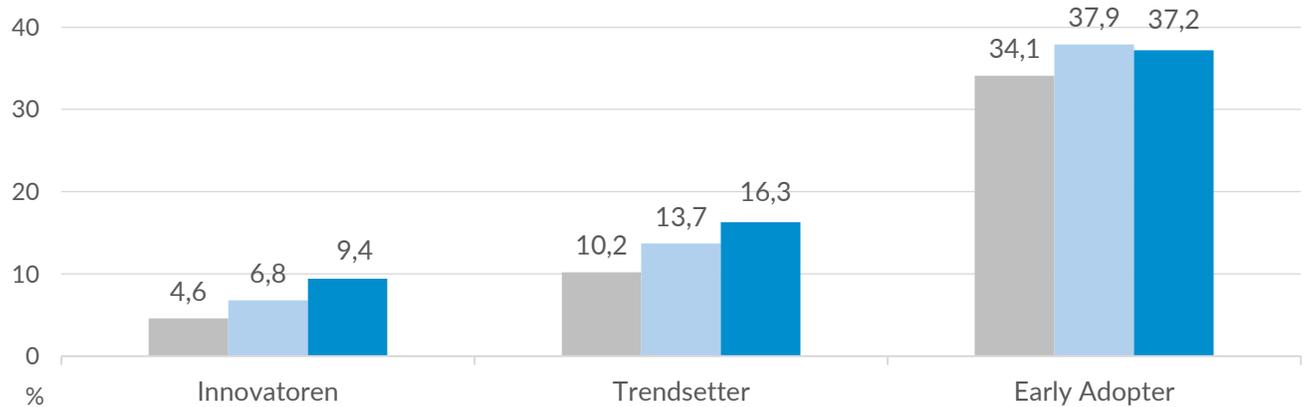
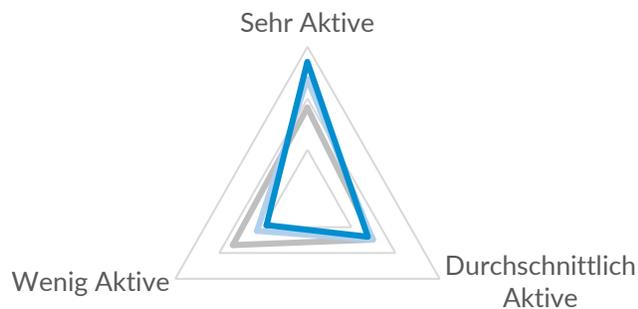
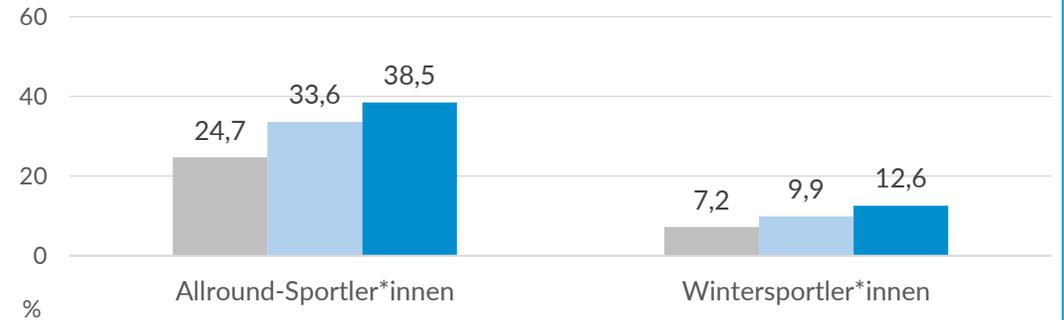


Leichtathletikinteressierte weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Urlaub** und **Reisen, Sport** sowie **Natur- und Umweltschutz**. Auch eine **gesunde Ernährung** und **lokale Geschehnisse** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

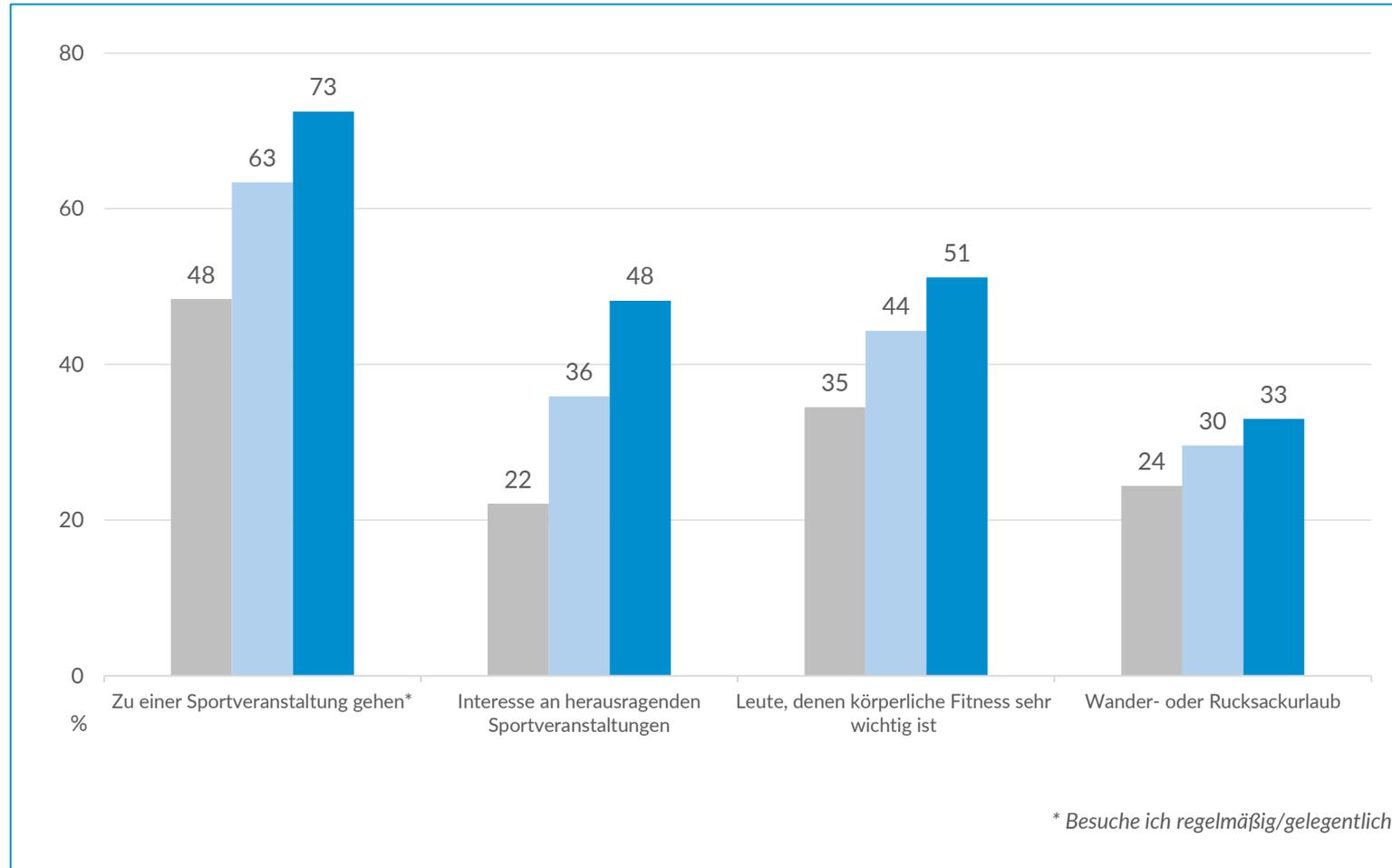


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Leichtathletikinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

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

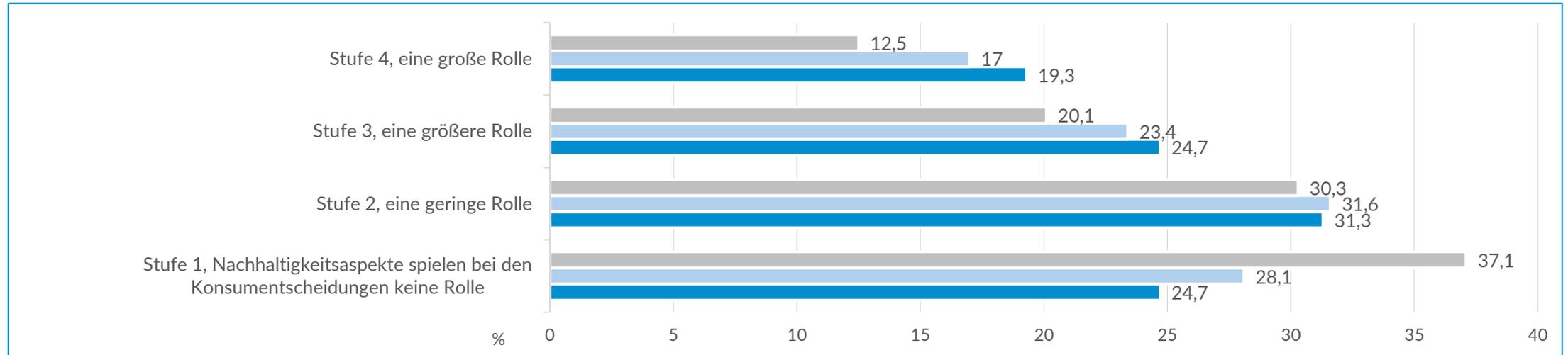


Freizeit: Die Zielgruppe verbringt ihre Urlaube gerne aktiv und hat ein großes Eventinteresse



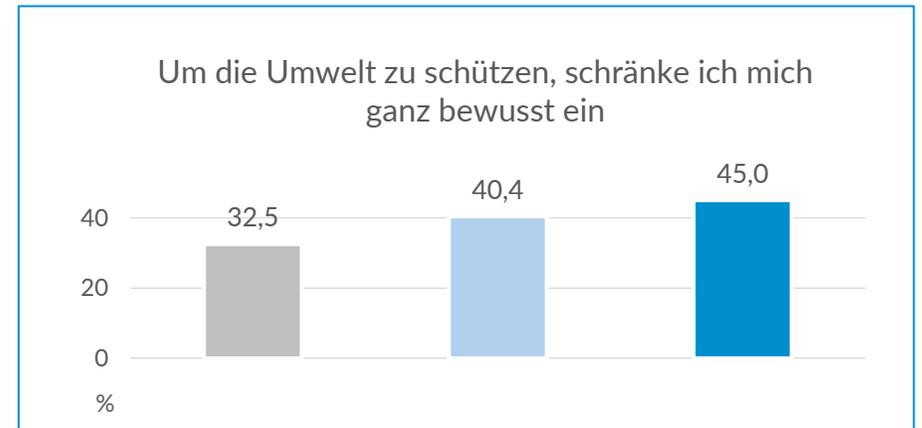
Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Leichtathletikinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist körperliche Fitness wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für Ballsportarten wie (Beach)Volleyball, Basketball, Fußball und Handball sowie Wintersport und Automobil- und Motorradsport.

Nachhaltigkeit im Fokus: Leichtathletikinteressierte achten bewusst auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz

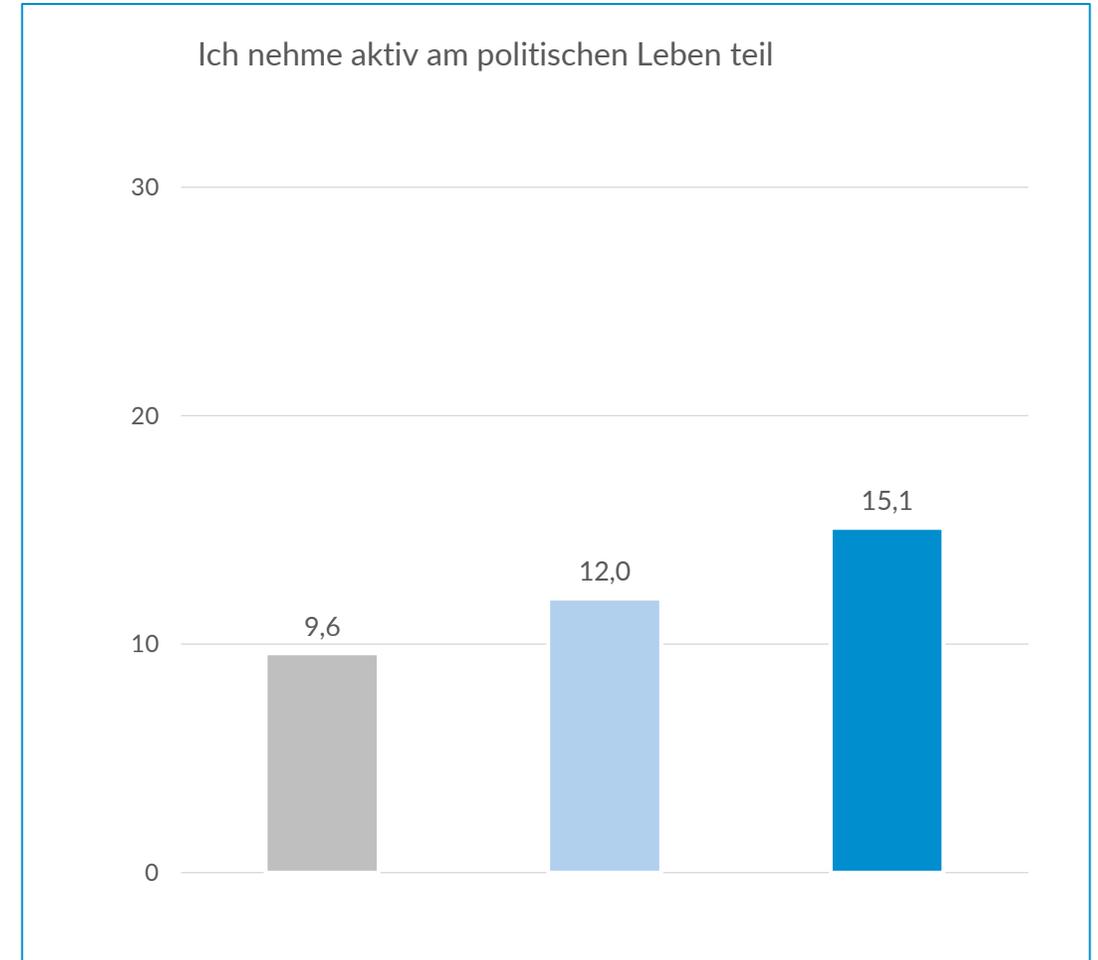
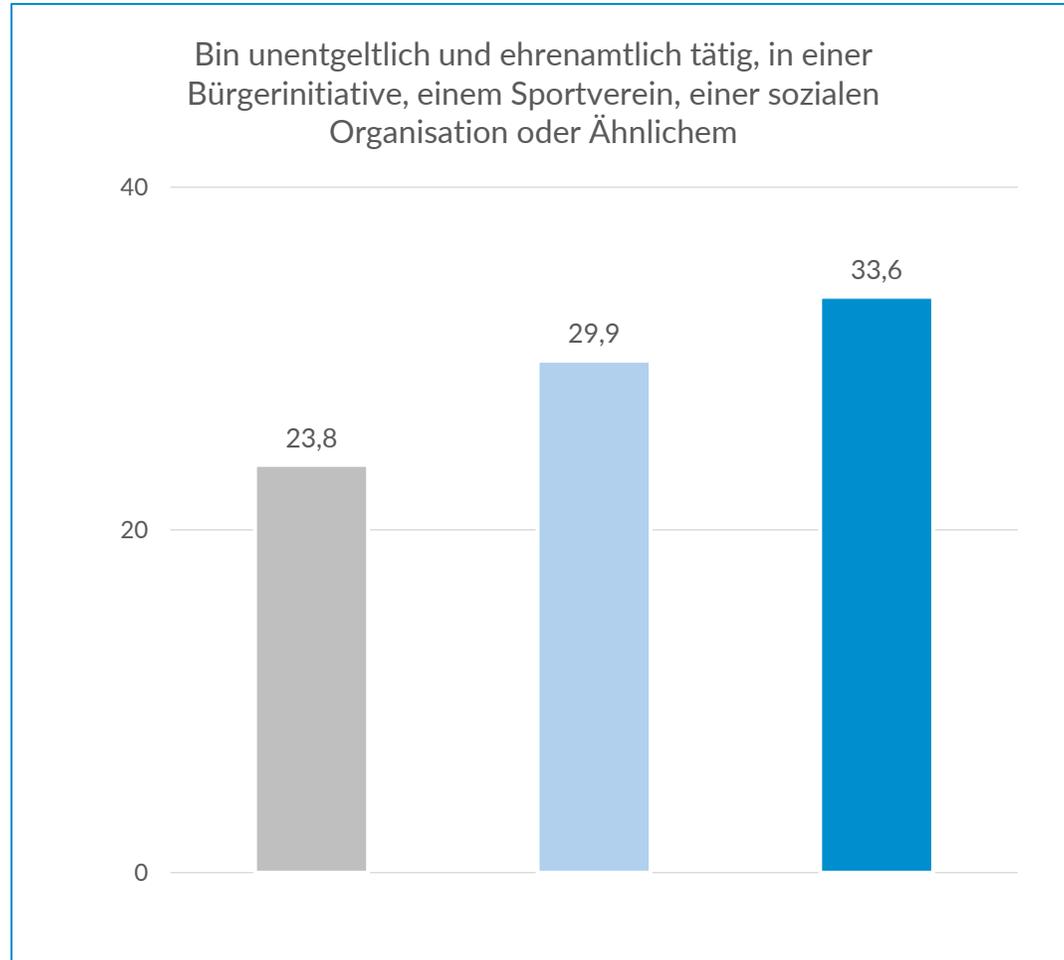


Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Leichtathletikinteressierten bei Konsumententscheidungen mehr auf **Nachhaltigkeit**.

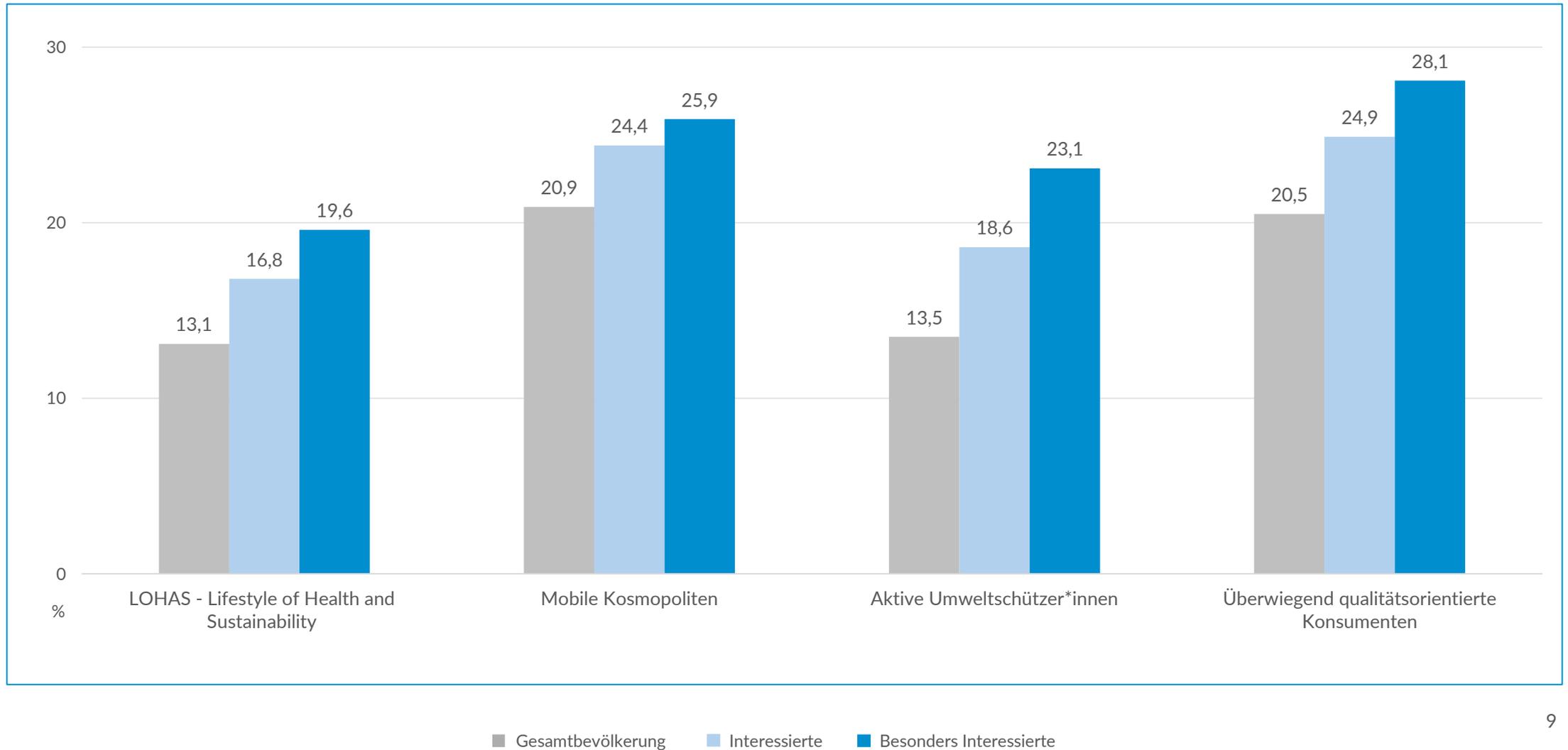
45% der besonders Leichtathletikinteressierten schränken sich ganz bewusst ein, um die Umwelt zu schützen



Ehrenamt: Leichtathletikinteressierte engagieren sich ehrenamtlich und sind politisch aktiv

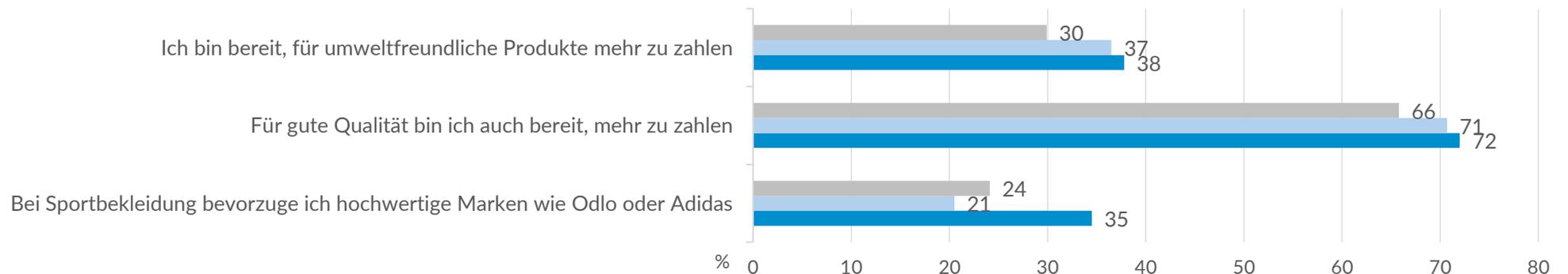
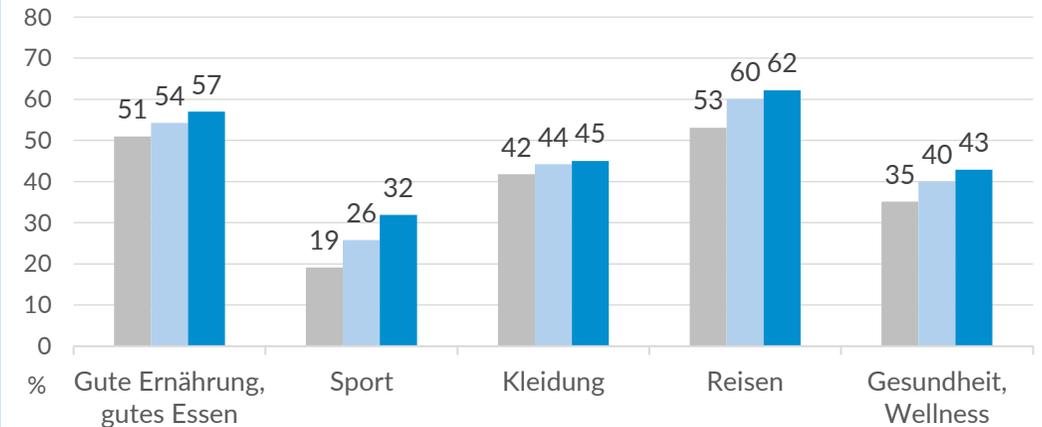


Leichtathletikinteressierte als Konsumenten: Unter Leichtathletikinteressierten finden sich attraktive Käufertypologien sowie Sonderzielgruppen wieder



Leichtathletikinteressierte als Konsumenten: Eine markenaffine Zielgruppe mit Qualitätsbewusstsein und einer hohen Ausgabebereitschaft für verschiedene Bereiche

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für gute Ernährung, Reisen und Sport ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Leichtathletikinteressierten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben bevorzugt Geld für **Marken** und **Qualität** aus. Beim Kauf neuer Produkte sind sie bereit für **umweltfreundliche** Produkte mehr zu zahlen.



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Leichtathletik ist **gut gebildet** und knapp zur Hälfte **weiblich**. Sponsoren treffen im Leichtathletik auf ein Publikum, das in unterschiedlichen Berufsfeldern tätig ist und über ein vergleichsweise **vergleichbares Haushaltsnettoeinkommen** zur Gesamtbevölkerung verfügt.
- Grundsätzlich besteht bei der Zielgruppe eine **erhöhte Kaufbereitschaft**. Sie legt vermehrt einen besonderen Wert auf **nachhaltigen Konsum** und einen **gesunden Lebensstil**. Als auffallend **aktive Konsumenten** sind die Leichtathletikinteressierten marken- und qualitätsbewusst.
- Leichtathletikinteressierte sind außerdem sehr **vielseitig interessiert, innovativ** und setzen sich aktiv für **Natur- und Umweltschutz** ein, was sie zu einer ausgesprochen zukunftsorientierten Zielgruppe macht.
- Die Zielgruppe besucht gerne **Sportveranstaltungen** und legt Wert auf die eigene **körperliche Fitness** - im Vergleich zur Gesamtbevölkerung sind Leichtathletikinteressierte insgesamt **sehr aktiv**.



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER