

Sportprofile AWA 2025: Deutsche Olympiamannschaft (Team D)

Die Besonderheiten der Olympiainteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

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

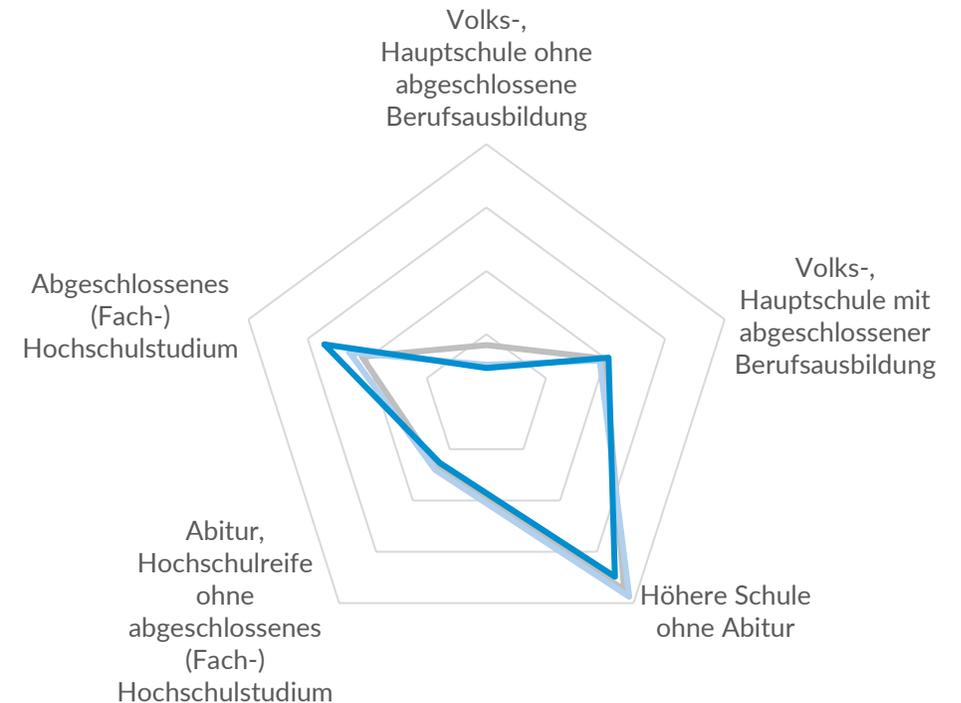
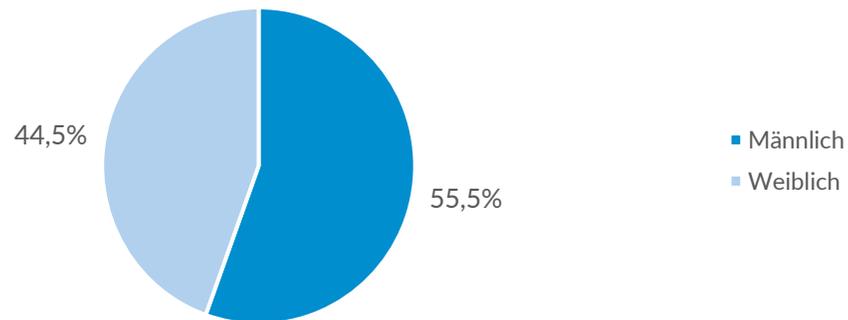
T E A M



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

In Deutschland interessieren sich **23,19 Mio.** Menschen und damit **33%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für die Deutsche Olympiamannschaft.

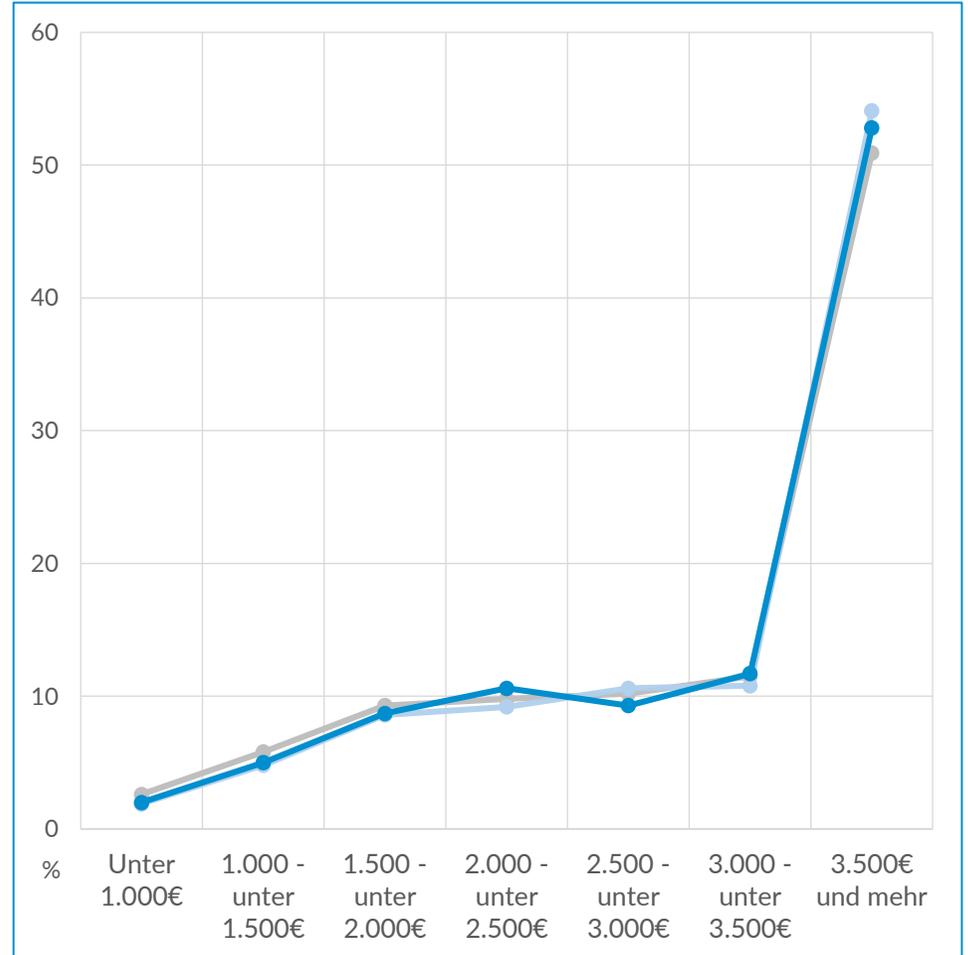
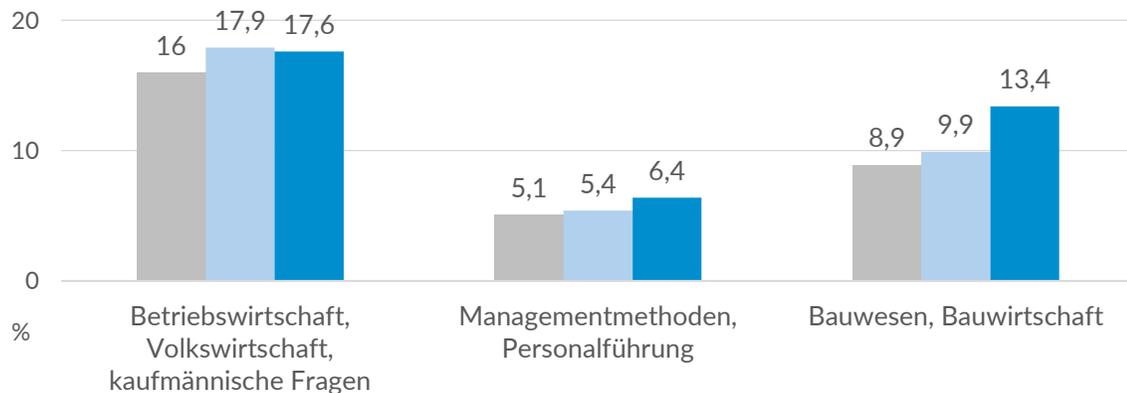
11,24 Mio. (15,8%) interessieren sich sogar ganz besonders für Team D. Frauen bilden knapp die Hälfte der Zielgruppe. Fans von Team D verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 20% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei der Zielgruppe **27,2%.**



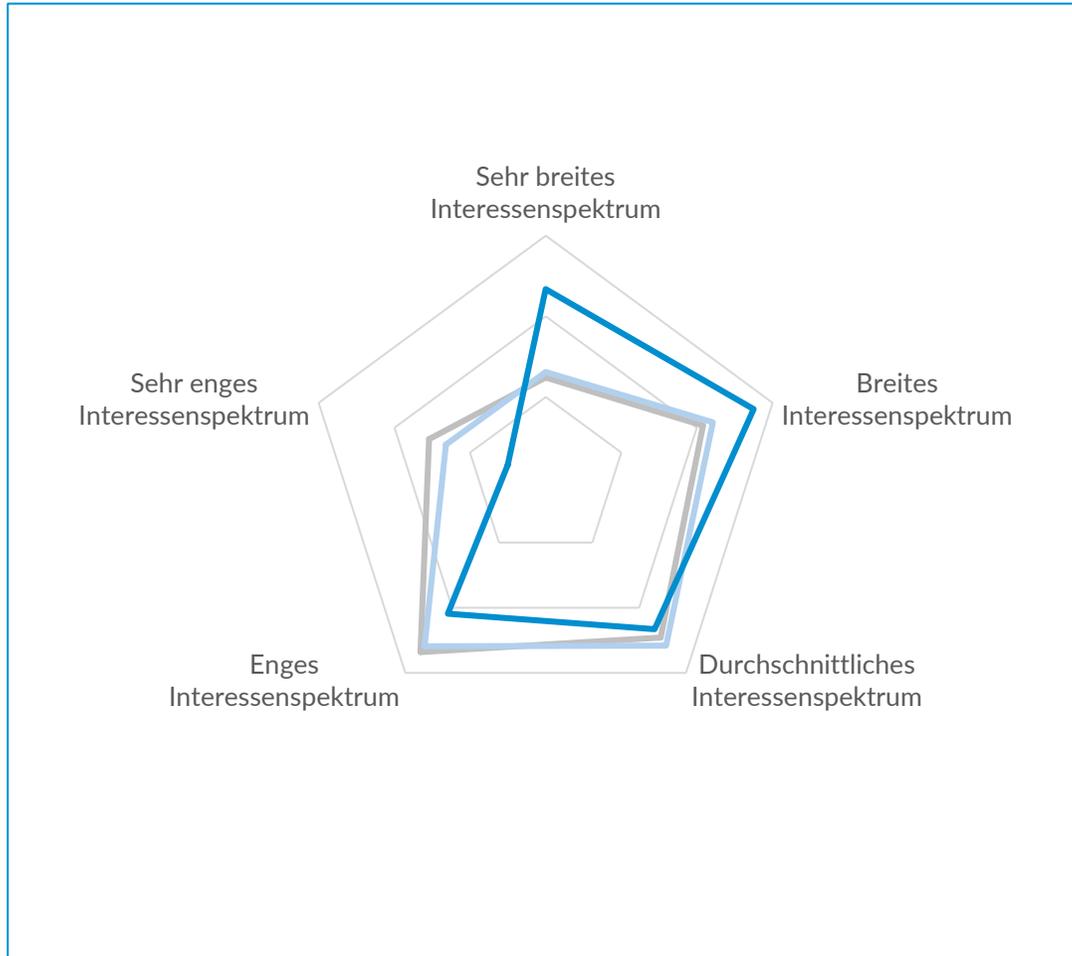
Soziodemographie: Fans von Team D sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein vergleichbares Haushaltsnettoeinkommen wie die Gesamtbevölkerung

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.

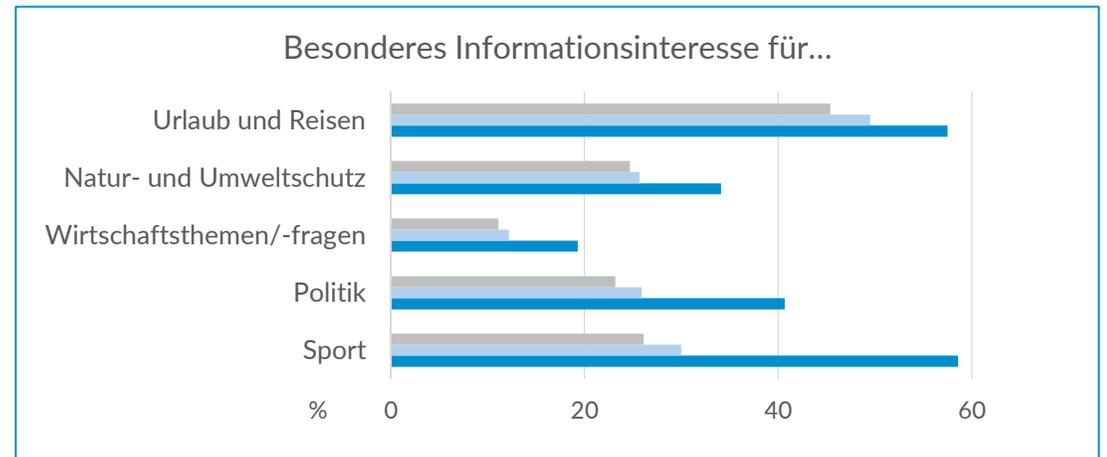
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Zielgruppe ist vergleichbar mit dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



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

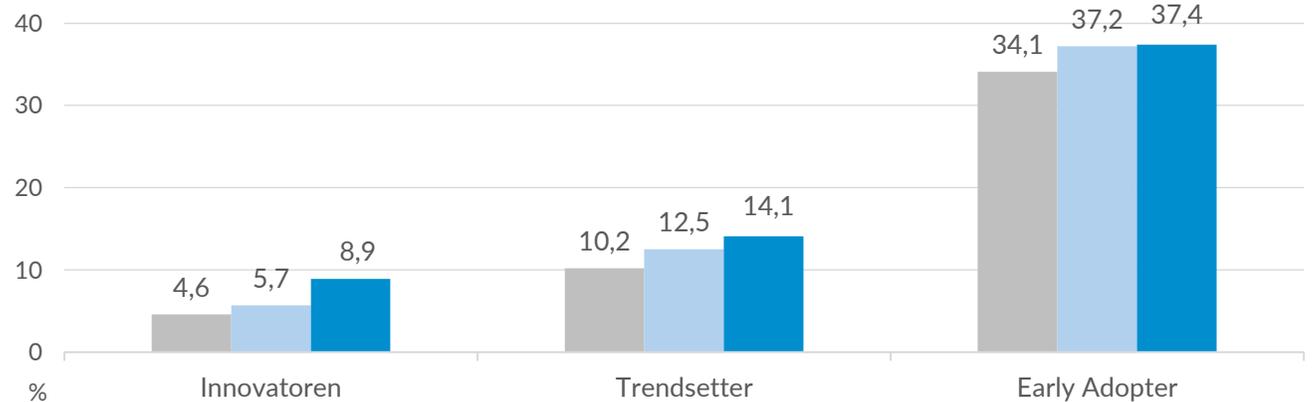
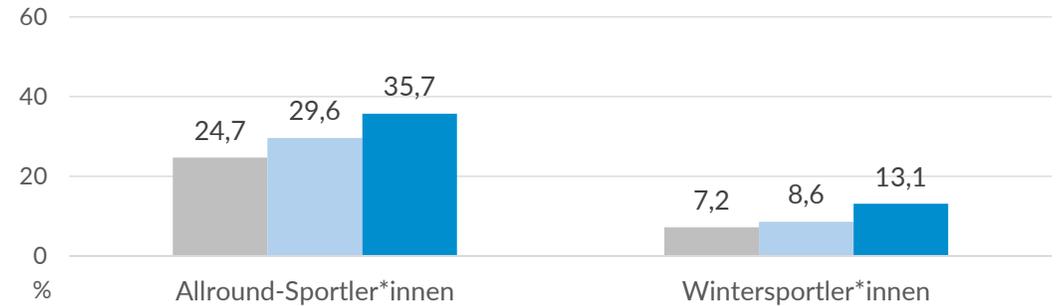


Fans von Team D weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Wirtschaftsfragen** und **Sport**. Auch **Politik**, **Urlaub** und **Natur- und Umweltschutz** sind für die Zielgruppe von hervorzuhobender Bedeutung.

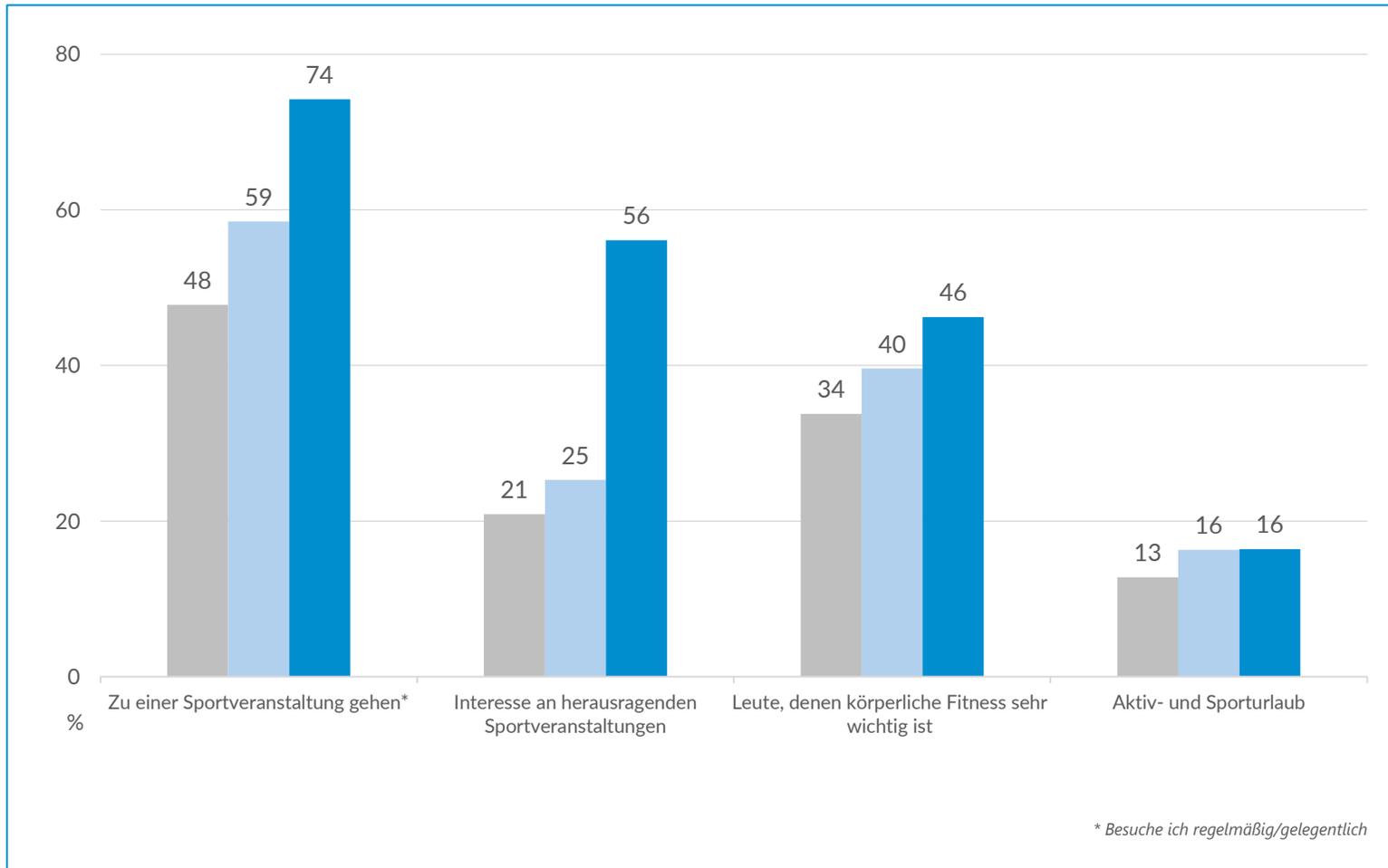


Aktivität und Innovationsorientierung: Fans von Team D sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

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**.

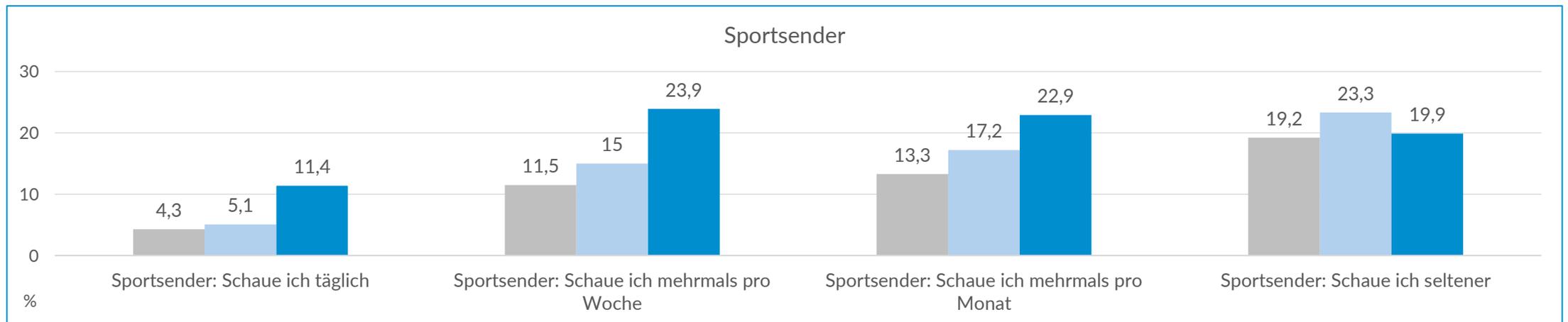
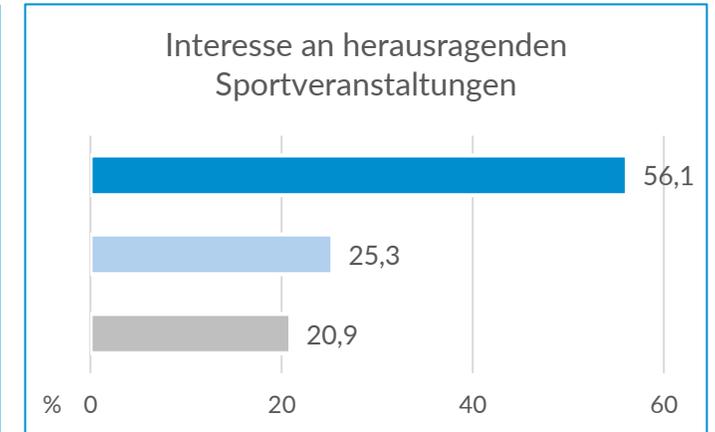
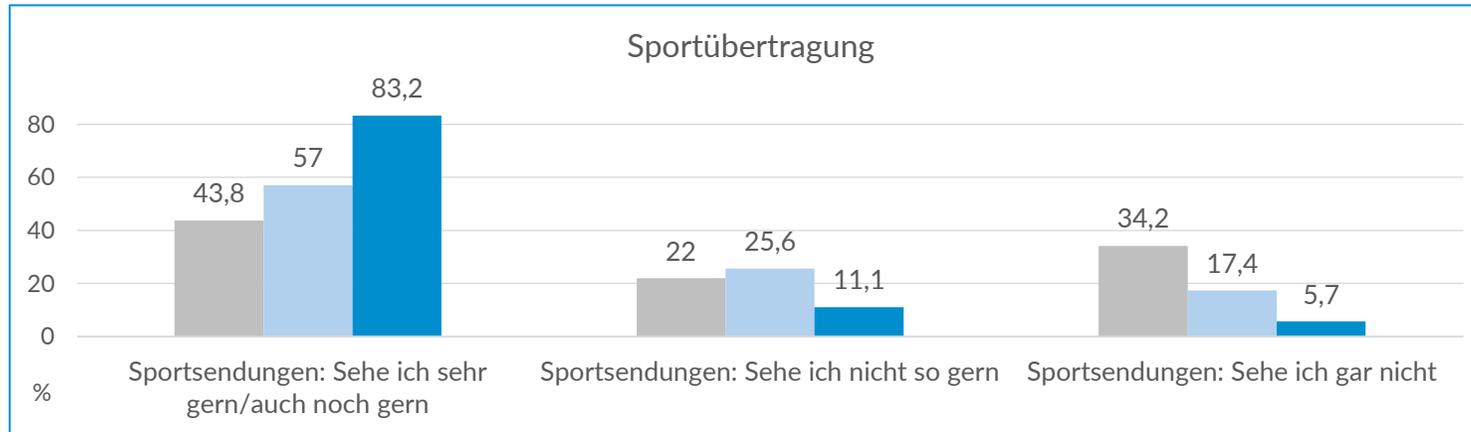


Freizeit: Die Zielgruppe besucht regelmäßig Sportveranstaltungen und betätigt sich sportlich

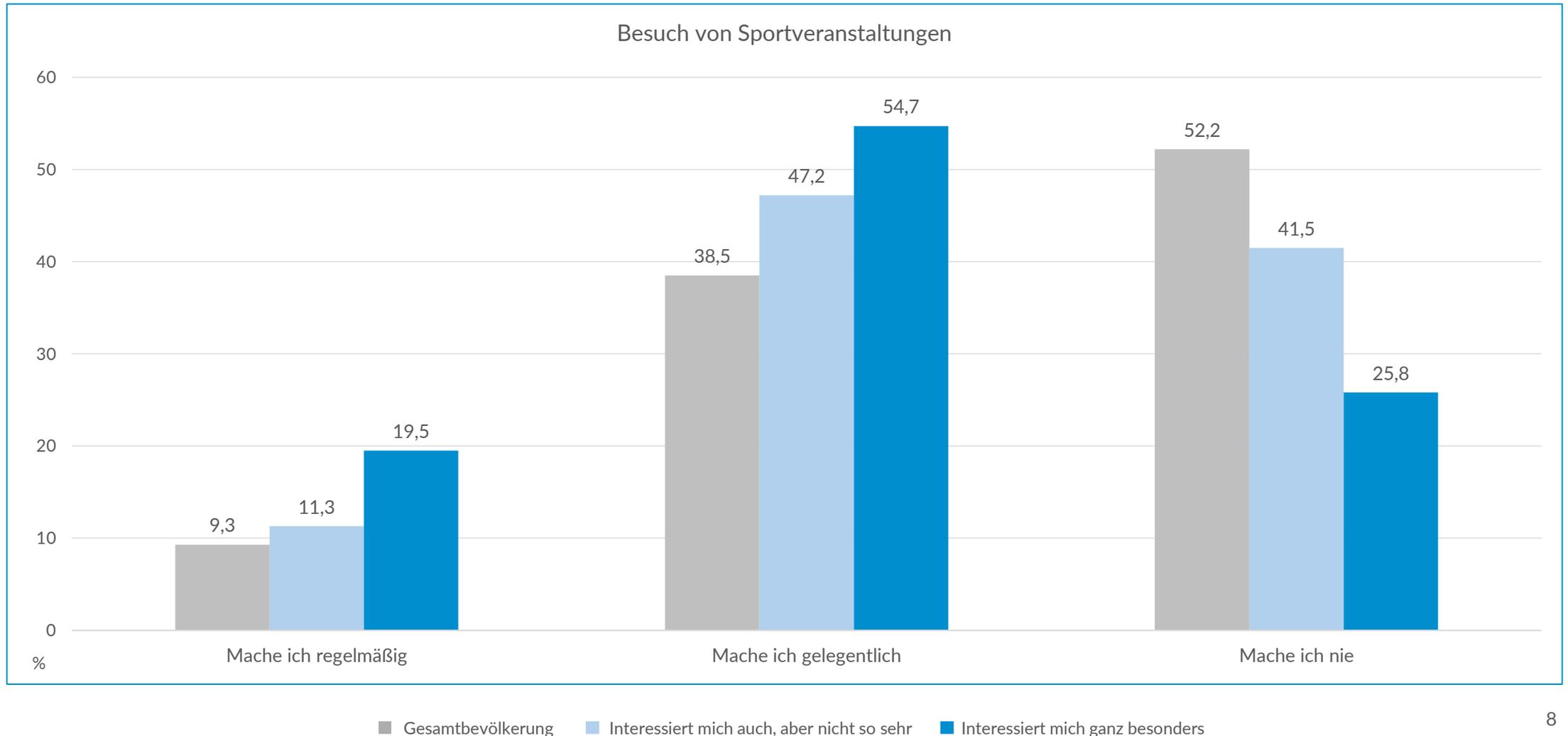


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist stark ausgeprägt. Fans von Team D gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist körperliche Fitness wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für **andere Sportarten**.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

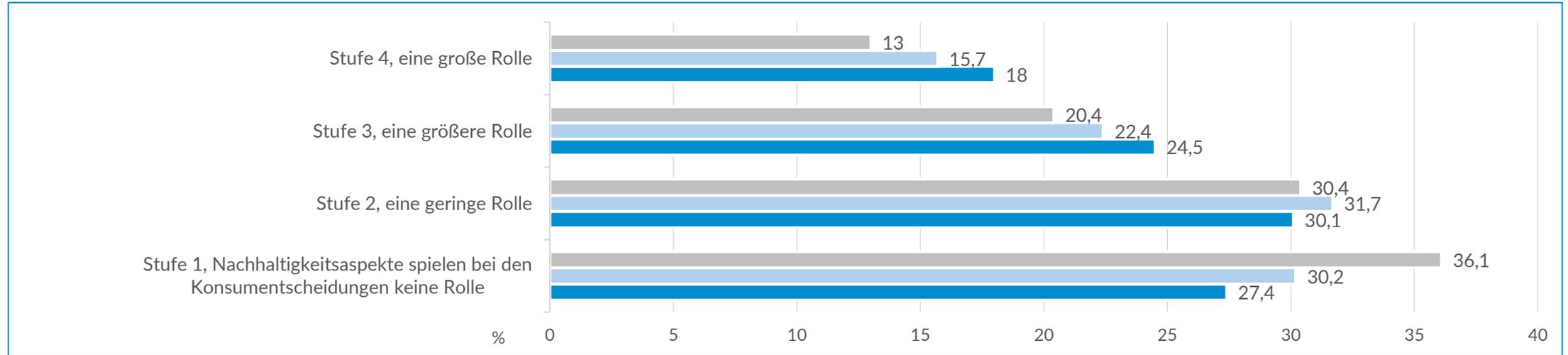
Sportsendungen: Interessierte an der Deutschen Olympiamannschaft sehen gerne und regelmäßig Sportübertragungen und Sportsender. Zudem haben sie im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ein sehr großes Interesse an herausragenden Sportveranstaltungen



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

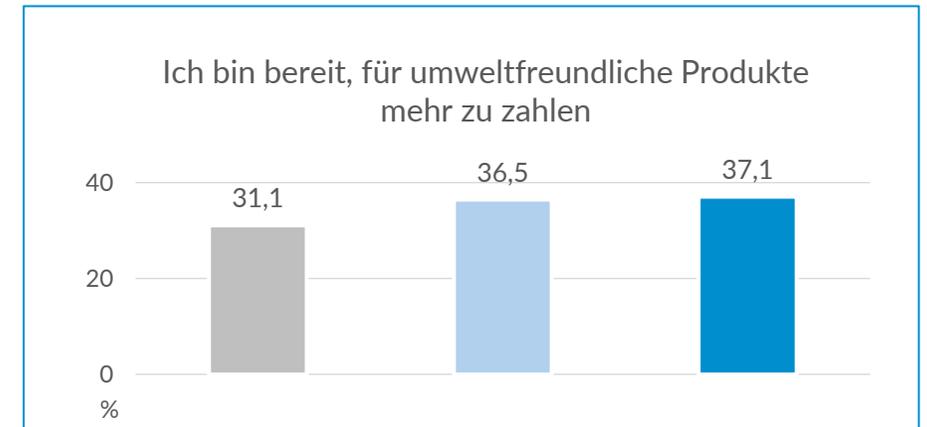


Nachhaltigkeit im Fokus: Fans von Team D leben nachhaltig

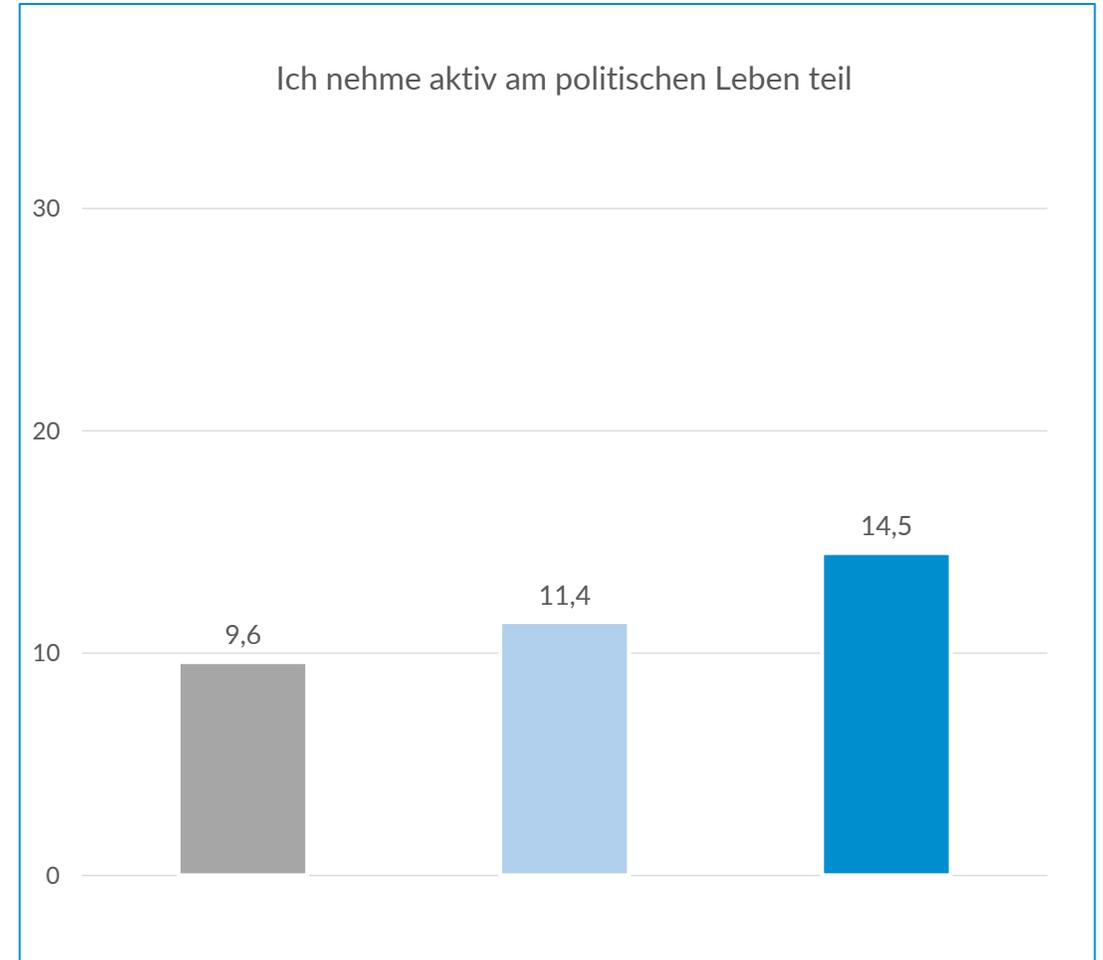
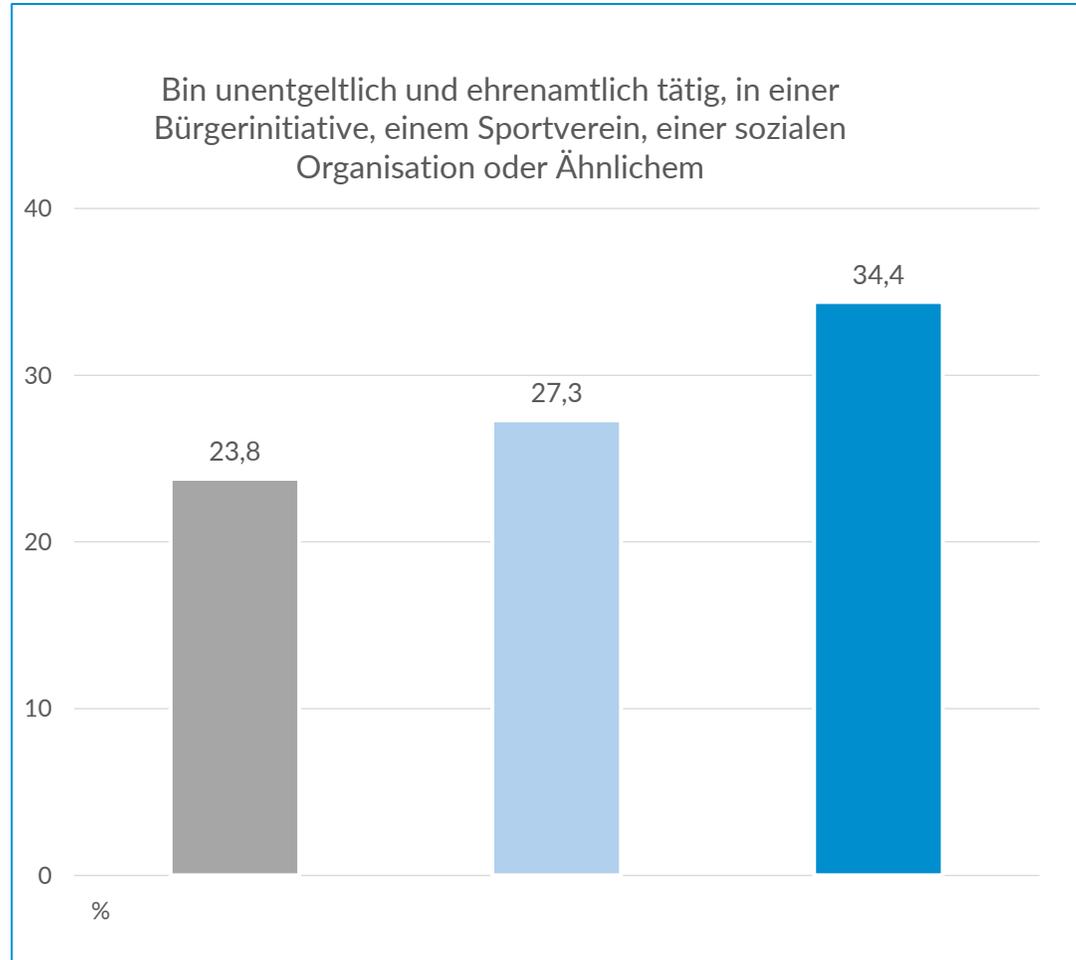


Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Fans von Team D bei Konsumententscheidungen mehr auf **Nachhaltigkeit**.

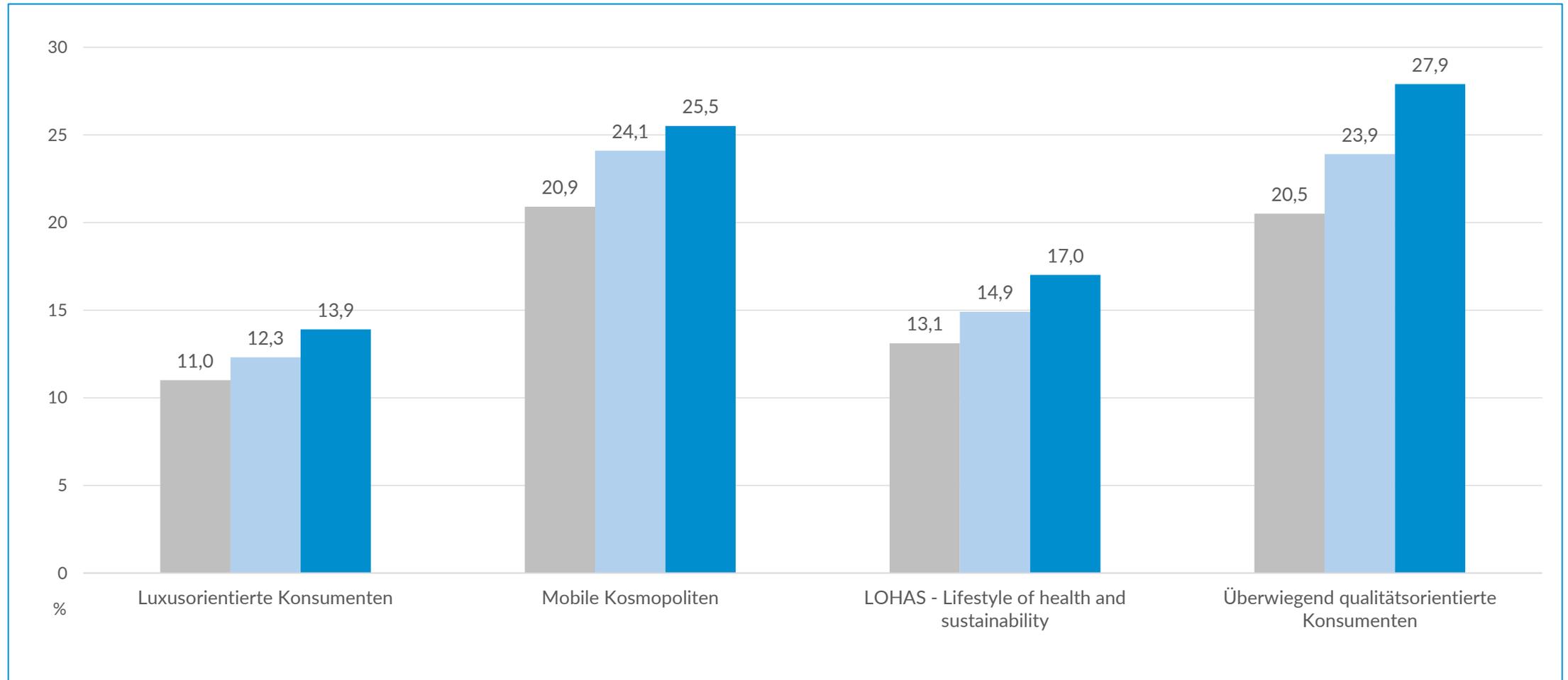
37,1% der Zielgruppe sind auch bereit für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen.



Ehrenamt: Fans von Team D engagieren sich ehrenamtlich und sind politisch aktiv

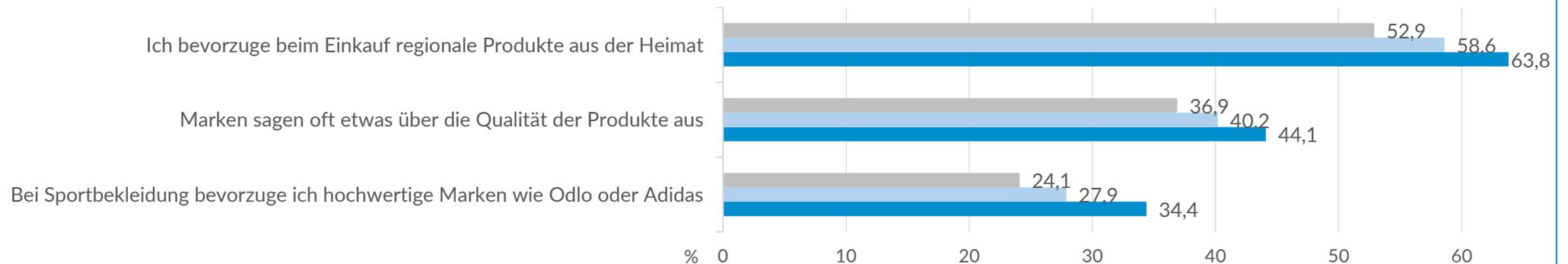
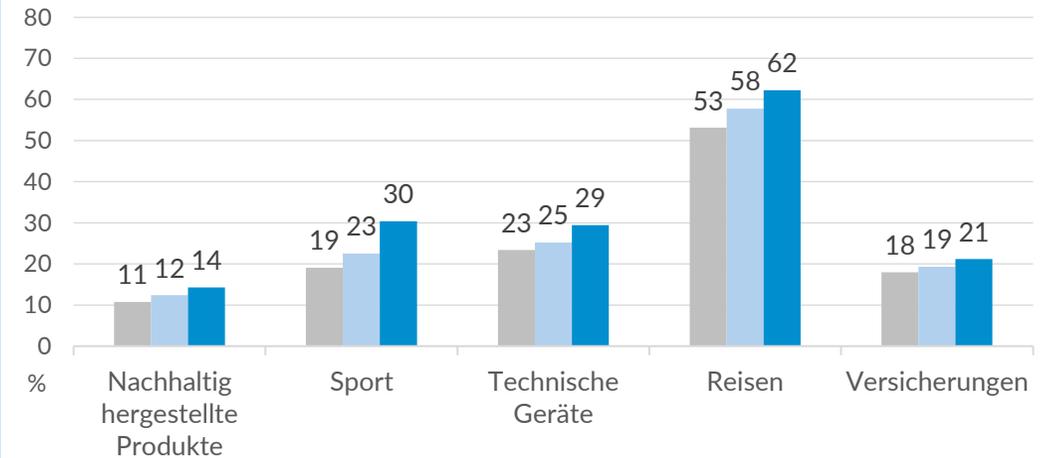


Fans von Team D als Konsumenten: In der Zielgruppe finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien und Sonderzielgruppen wieder



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 **23,19 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 **Sporturlaube**n.
- 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