

Sportprofile AWA 2025: Handball

Die Besonderheiten der Handballinteressierten in Deutschland

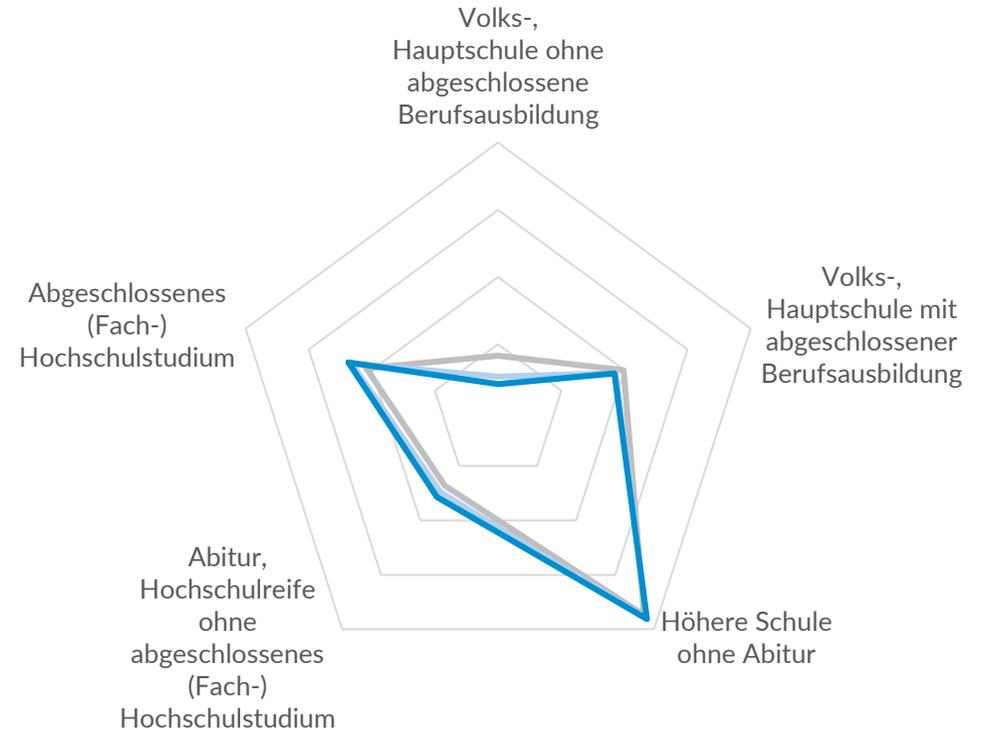
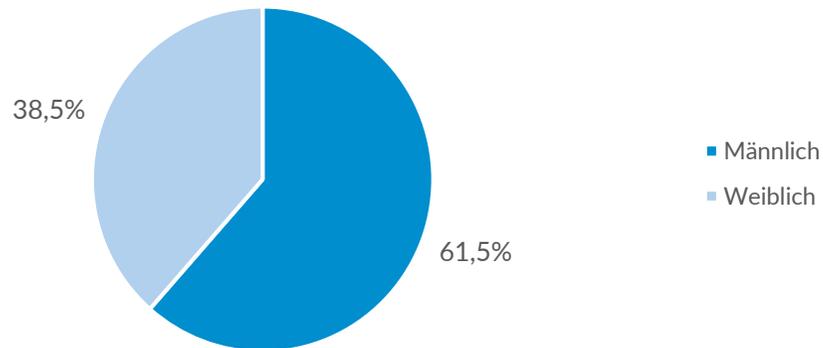
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

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

Soziodemographie: Sponsoren treffen im Handball auf eine große Zielgruppe mit hoher Bildung

In Deutschland interessieren sich **27,72 Mio.** Menschen und damit **39%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Handball. **9,15 Mio.** (13%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mit **38.5%** mehr als ein Drittel der Zielgruppe dar.

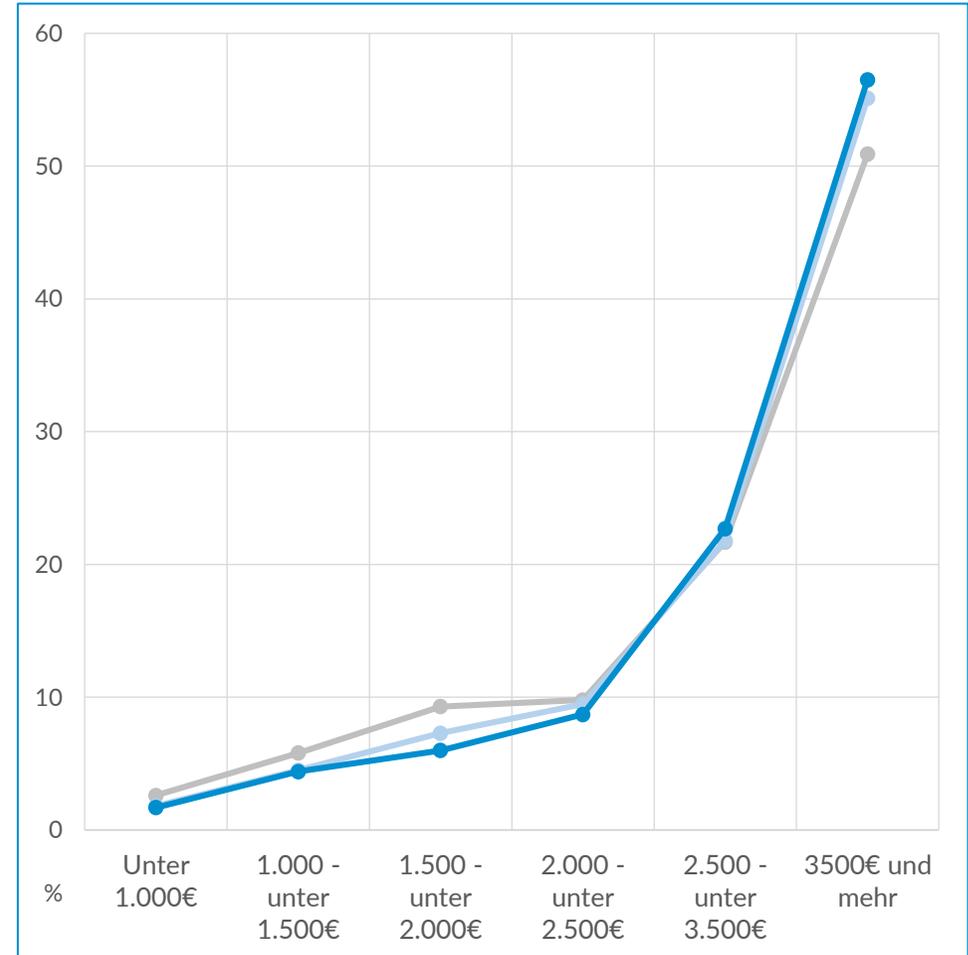
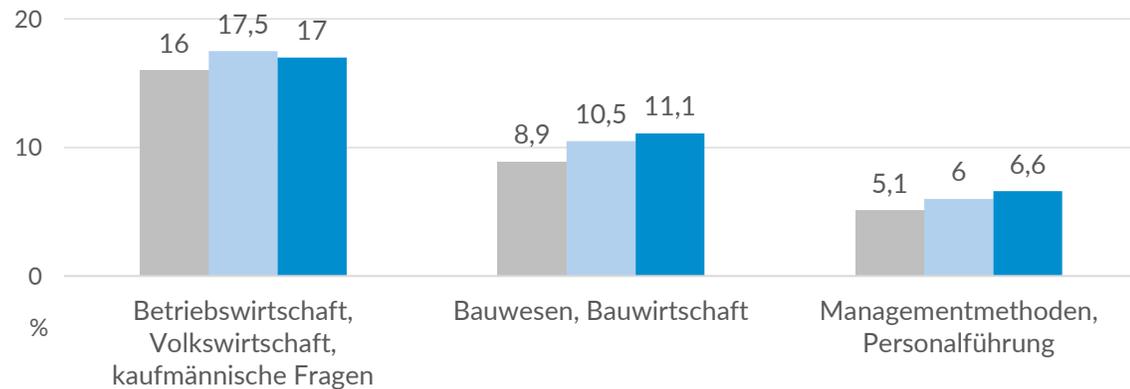
Ein Großteil der Handballinteressierten hat einen hohen **Bildungsabschluss.**



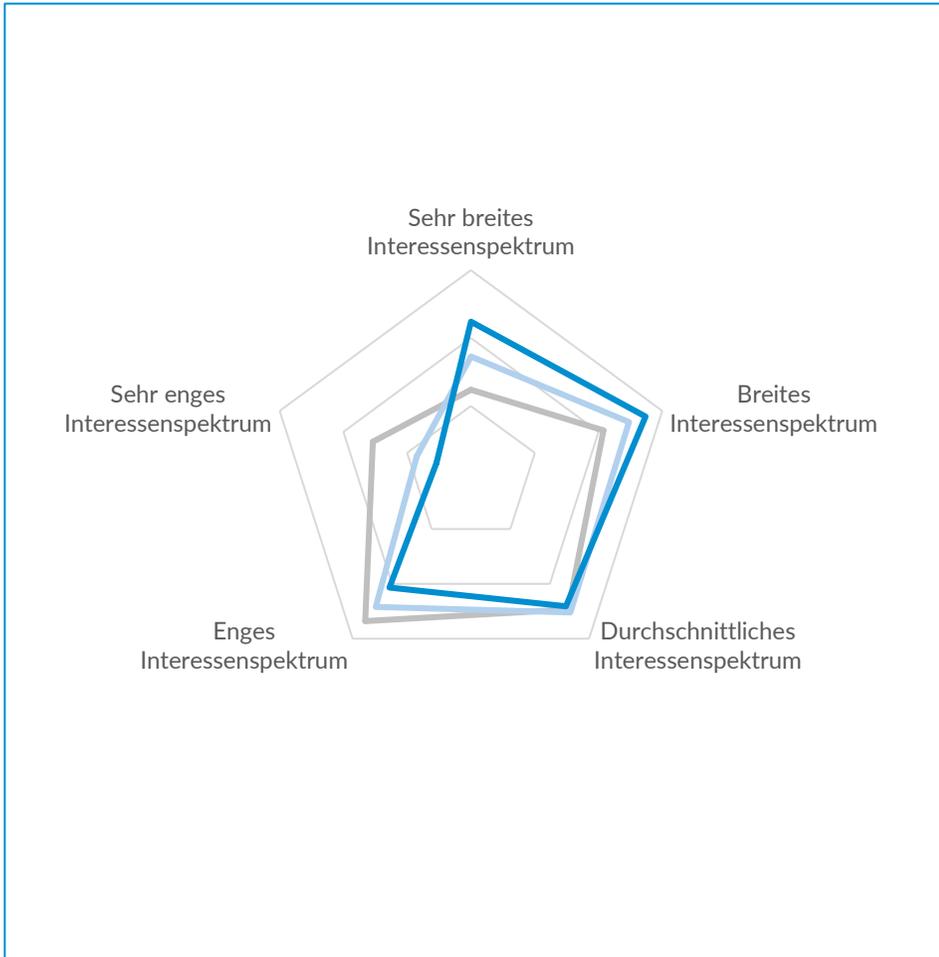
Soziodemographie: Handballinteressierte sind in allen Berufsgruppen vertreten und haben ein vergleichsweise hohes Haushaltsnettoeinkommen

Die Handballinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Gruppen vertreten. Ein Großteil arbeitet in **betriebswirtschaftlichen Berufen**. Auch die Bauwirtschaft ist überdurchschnittlich stark vertreten.

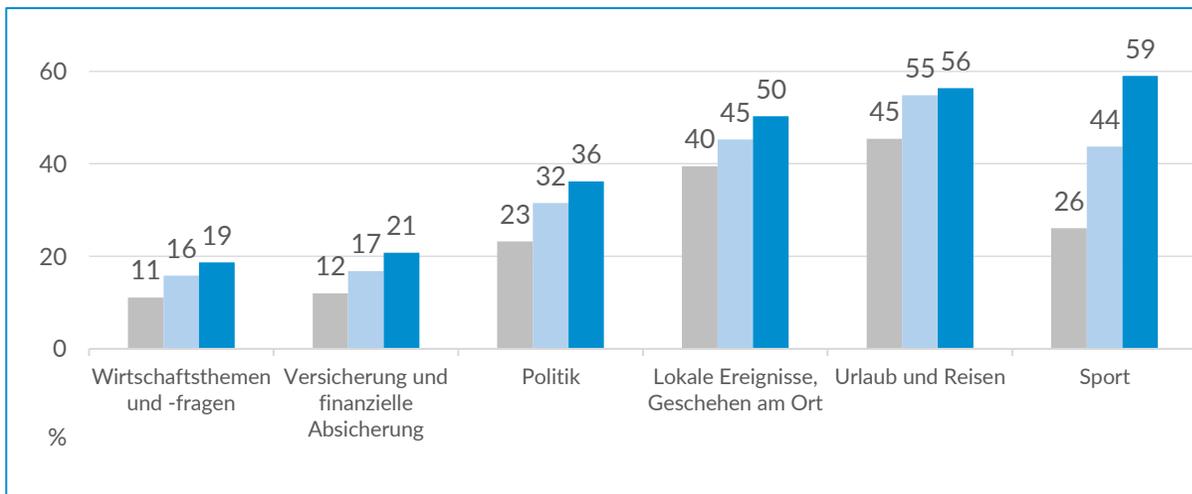
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Handballinteressierten liegt vergleichsweise etwas höher als in der Gesamtbevölkerung.



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

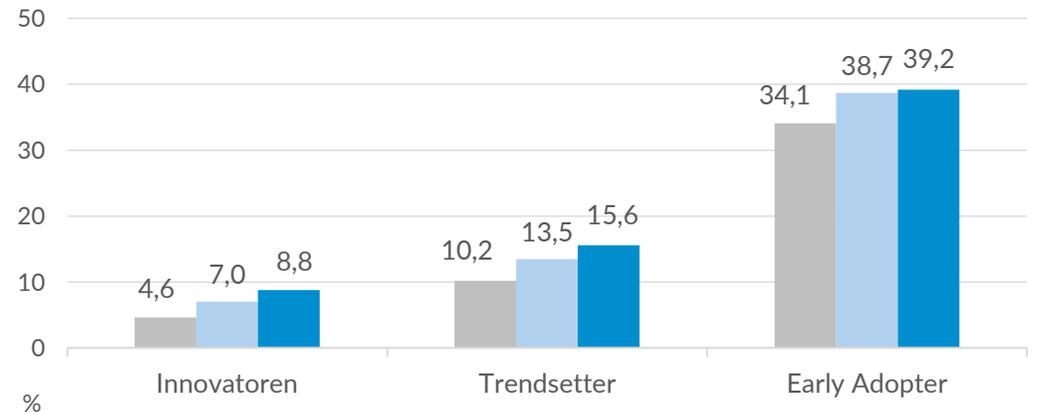
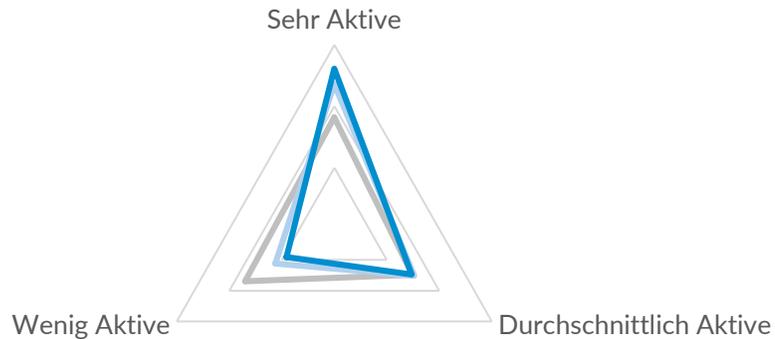
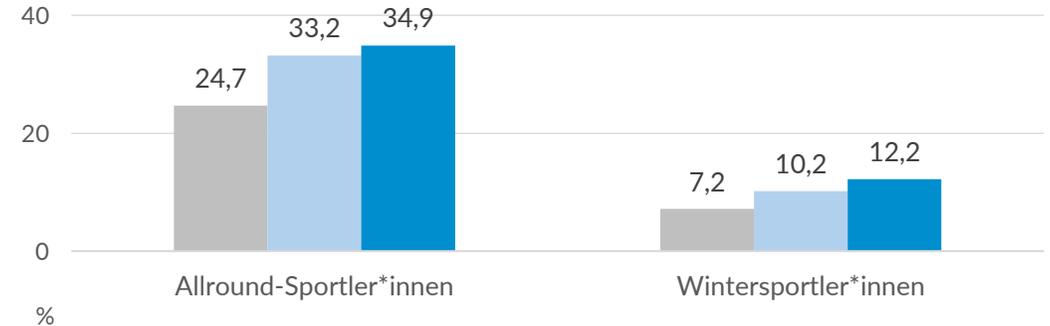


Handballinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Politik**. Auch **Sport** und **Urlaub/Reisen** spielen bei den Handballinteressierten eine große Rolle. Des Weiteren ist das Interesse an **Finanzthemen** (Versicherung, Geld- und Kapitalanlagen) vergleichsweise ausgeprägt.

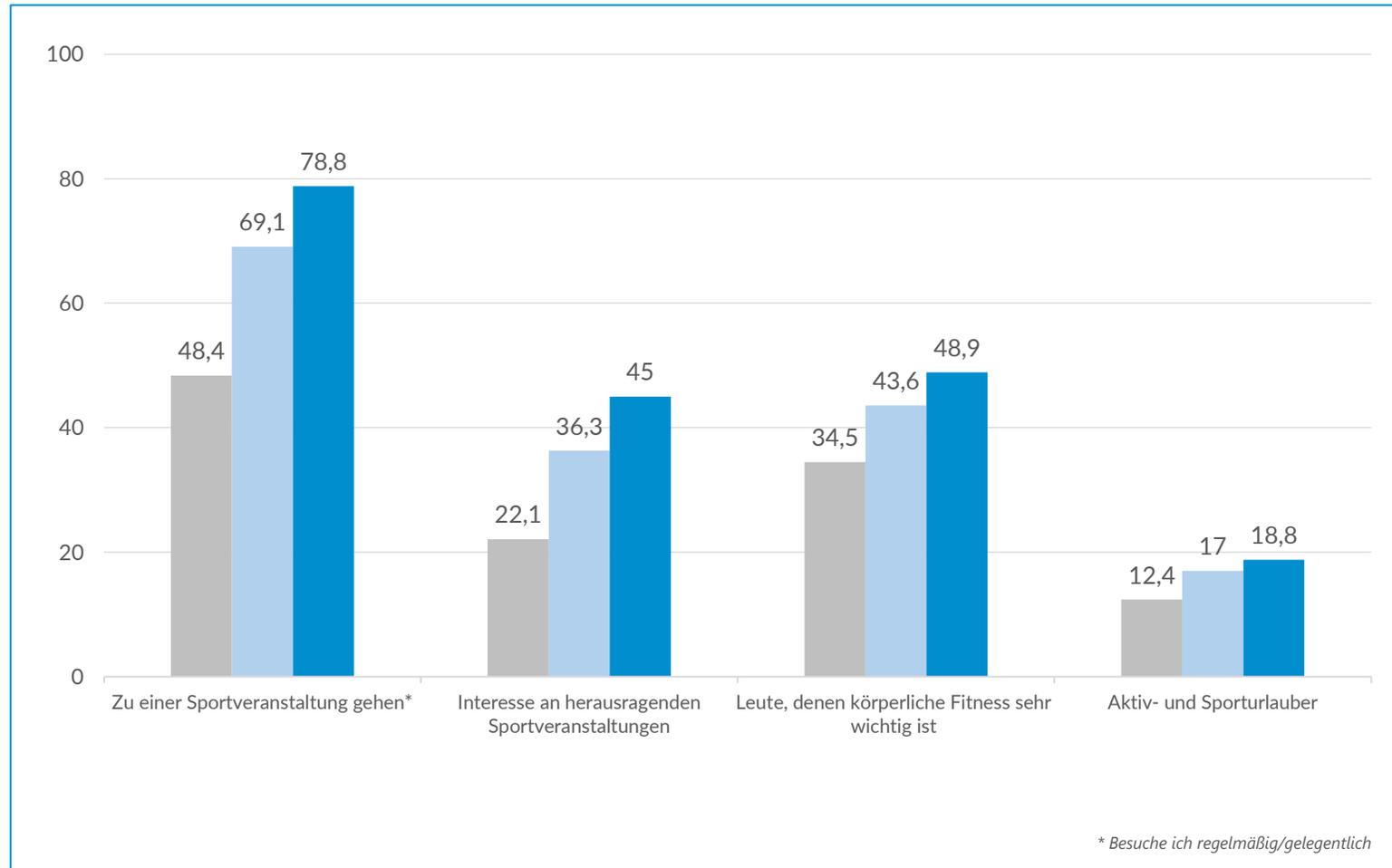


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Handballinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allround-Sportler*innen** und sind besonders aktiv. Die Zielgruppe der Handballinteressierten sind zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung **Innovatoren** und **Trendsetter**.

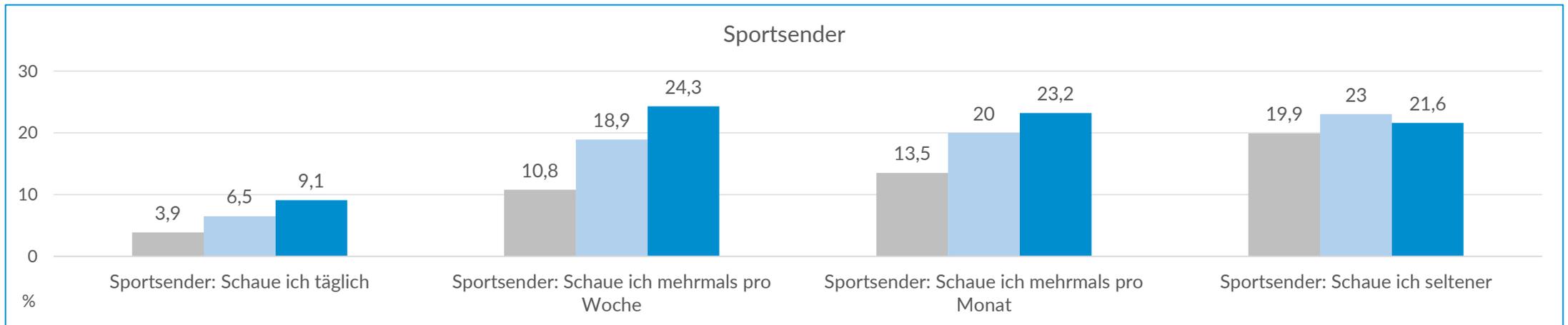
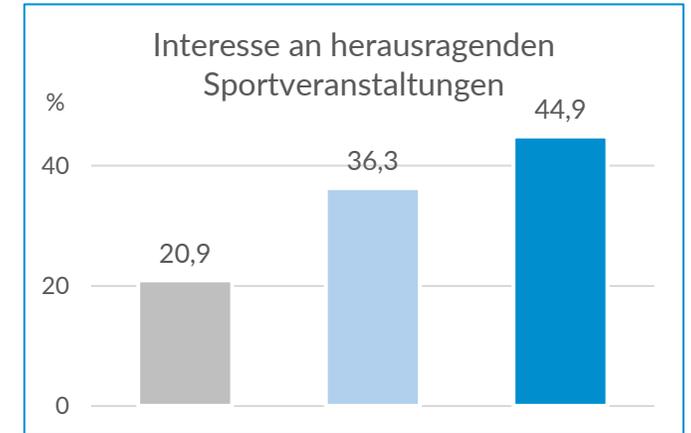


Freizeit: Die Zielgruppe verbringt ihre Freizeit gerne mit Fitness und Sportevents. Weiterhin interessiert sie sich auch für andere Sportarten

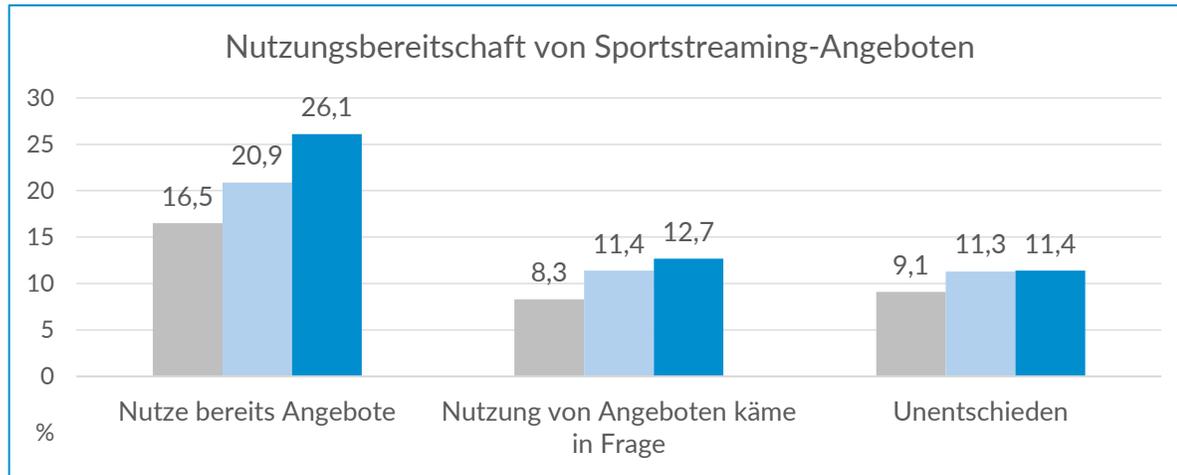


Auch das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Handballinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem für Fußball, Automobilsport, Eishockey und Tennis aber auch Leichtathletik und Wintersportarten.

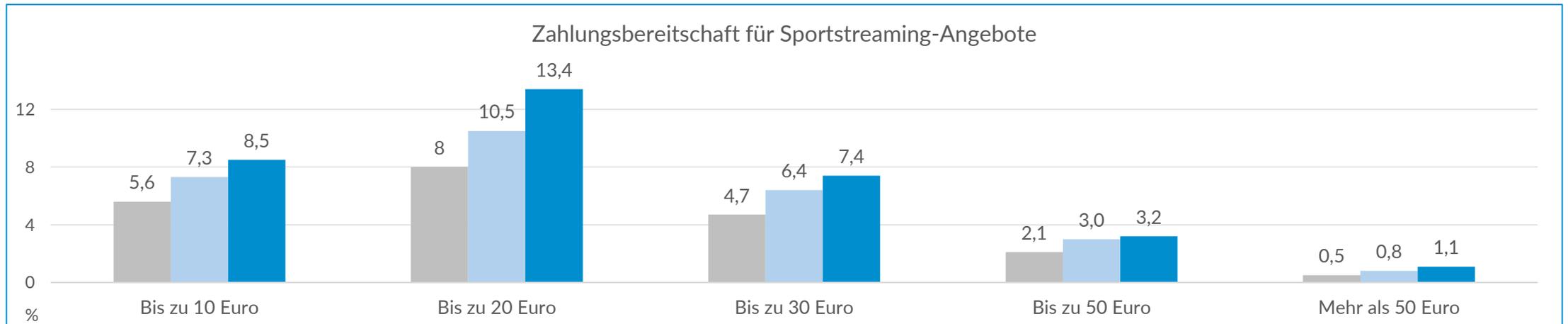
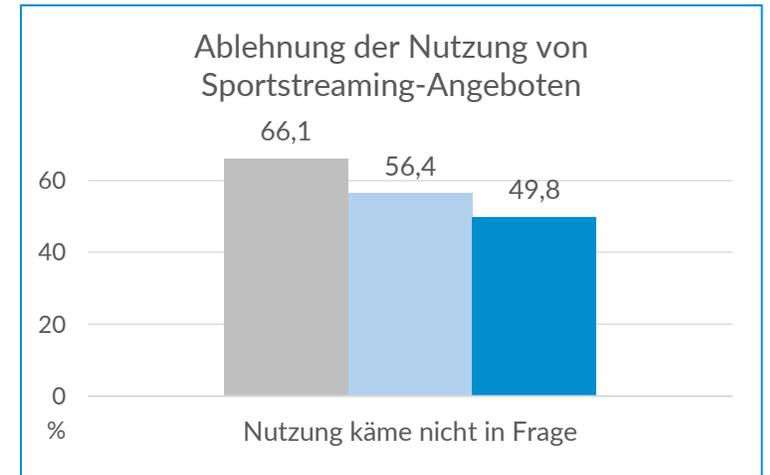
Sportsendungen: Handballinteressierte in Deutschland sehen sich gerne und regelmäßig Sportsendungen an. Zudem haben sie im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ein besonderes Interesse an herausragenden Sportveranstaltungen



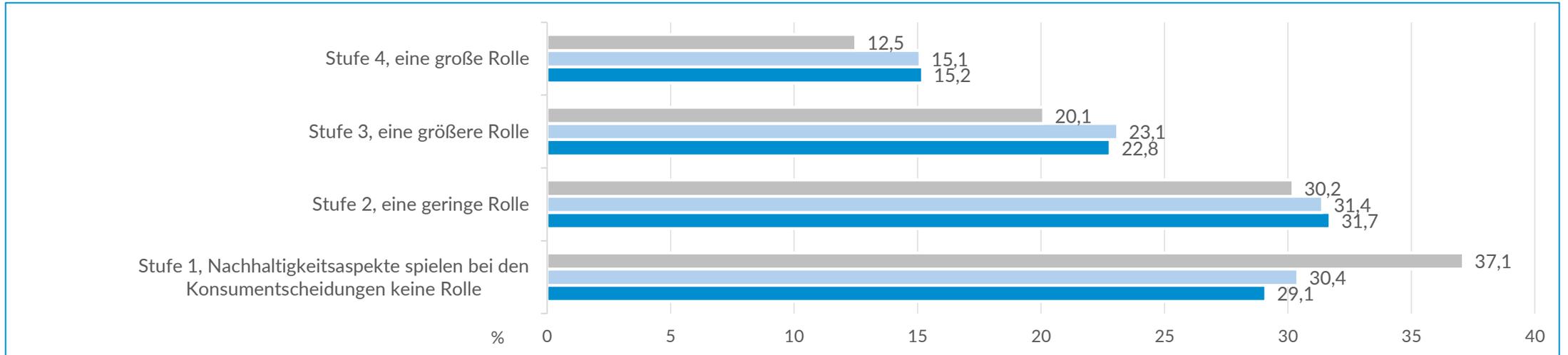
Sportstreaming in der Zielgruppe: Menschen mit Interesse an Handball stehen Sportstreaming-Angeboten offen gegenüber und weisen erhöhte Zahlungsbereitschaft auf



VS.

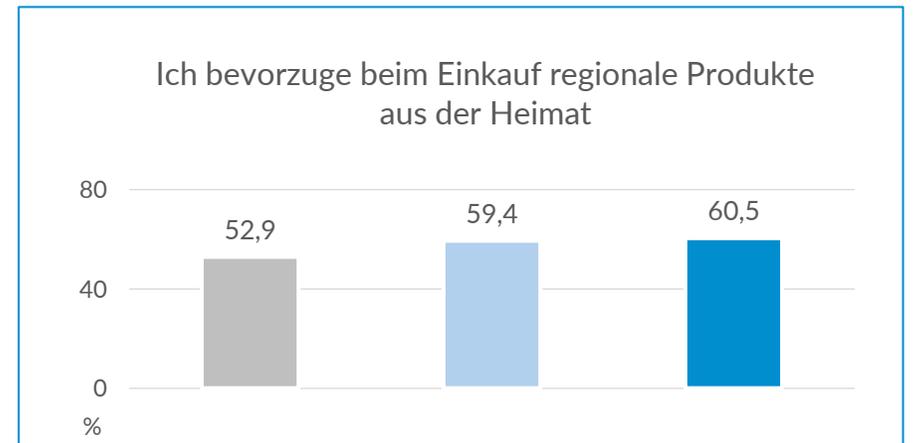


Nachhaltigkeit im Fokus: Handballinteressierte kaufen vermehrt regionale Produkte aus der Heimat und sind auf Nachhaltigkeit bedacht

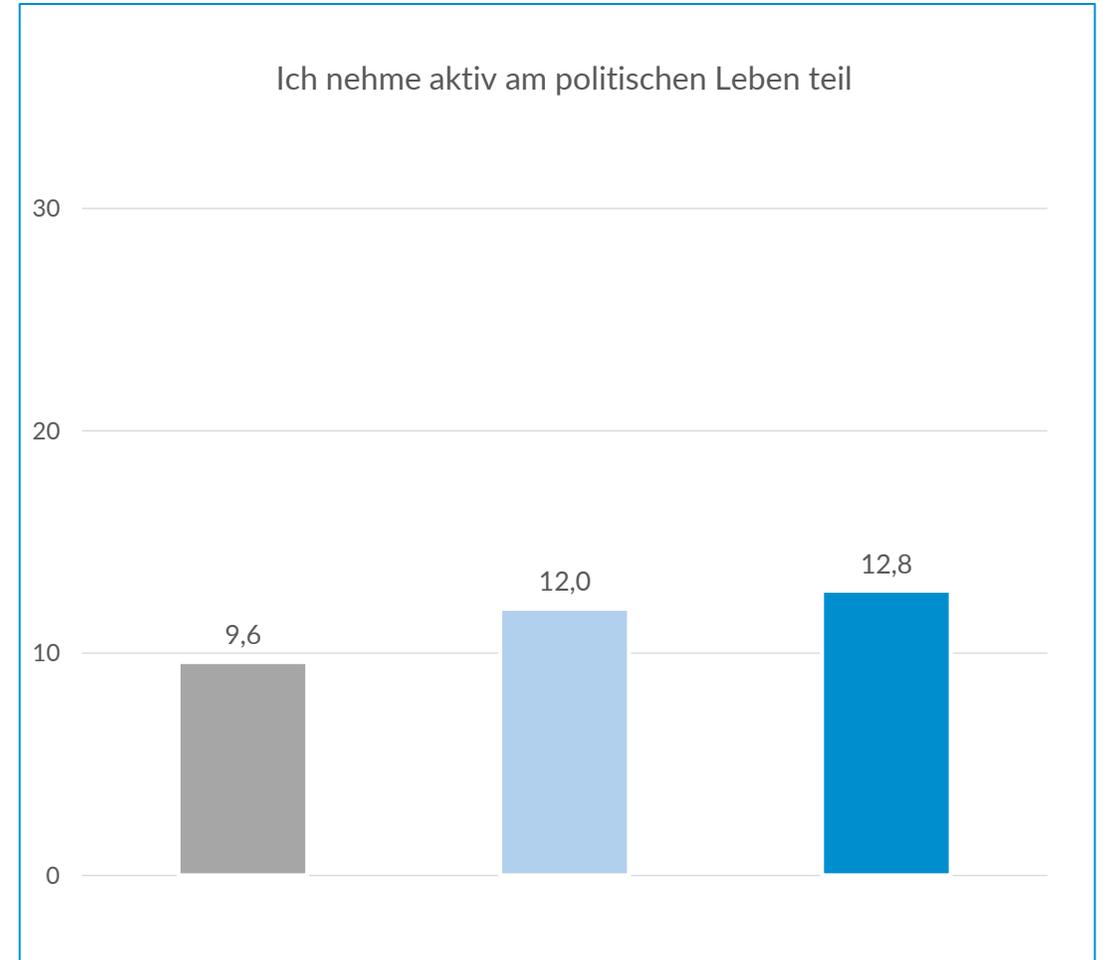
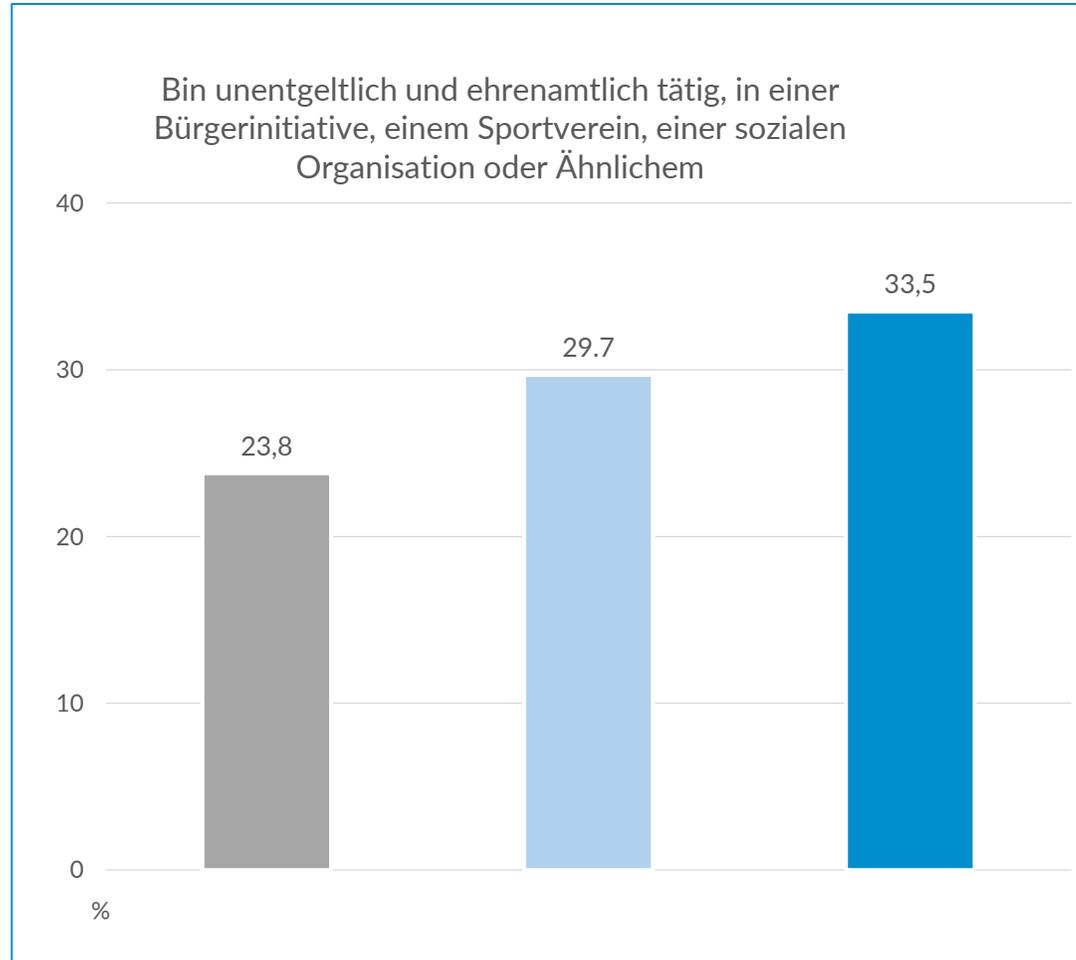


Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Handballinteressierte bei Konsumententscheidungen eher auf **Nachhaltigkeit**.

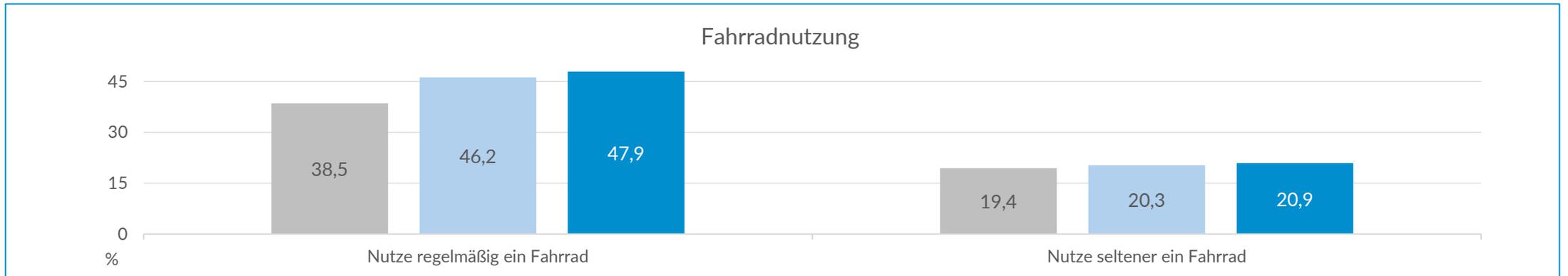
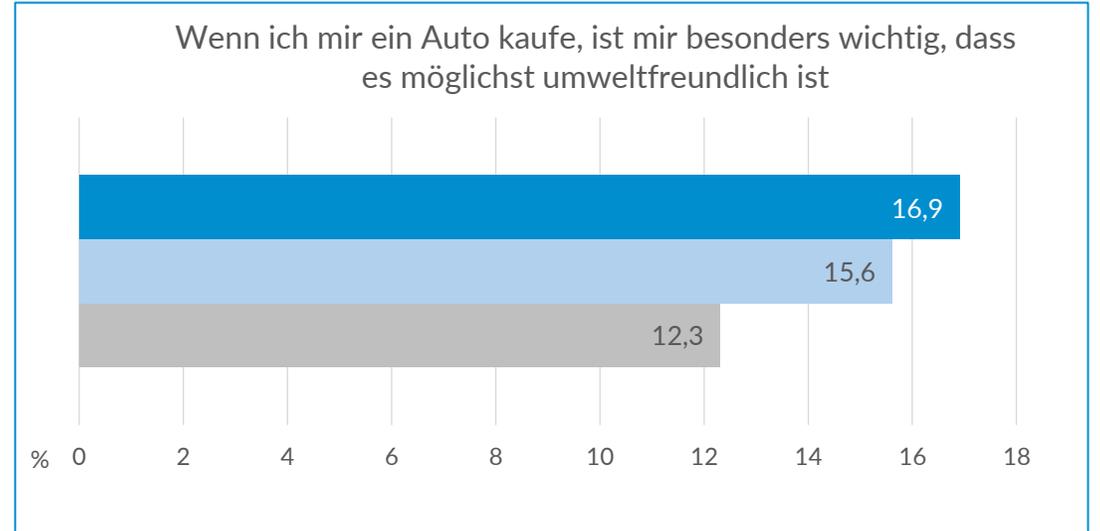
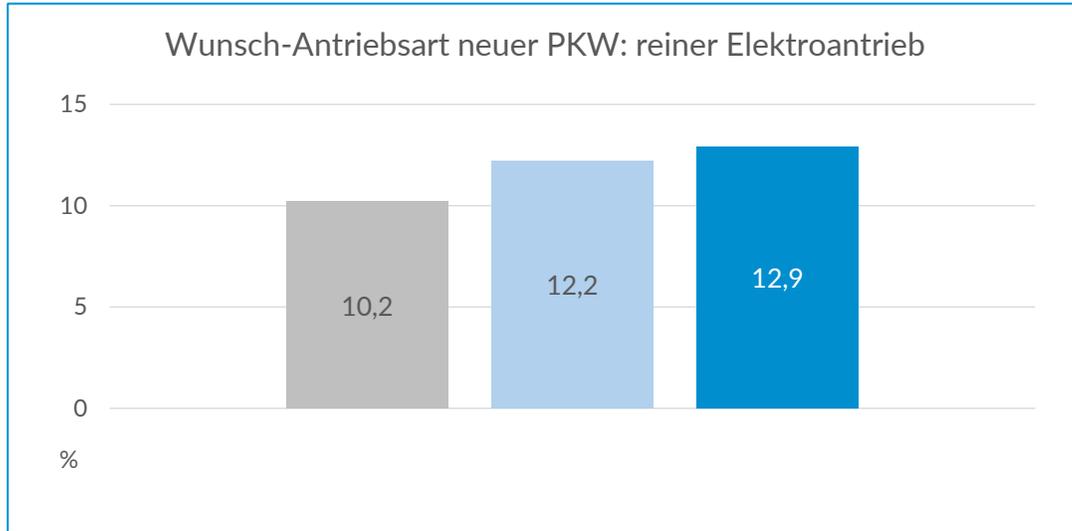
59,4 % der Handballinteressierten ist es auch wichtig beim Einkauf regionale Produkte zu kaufen



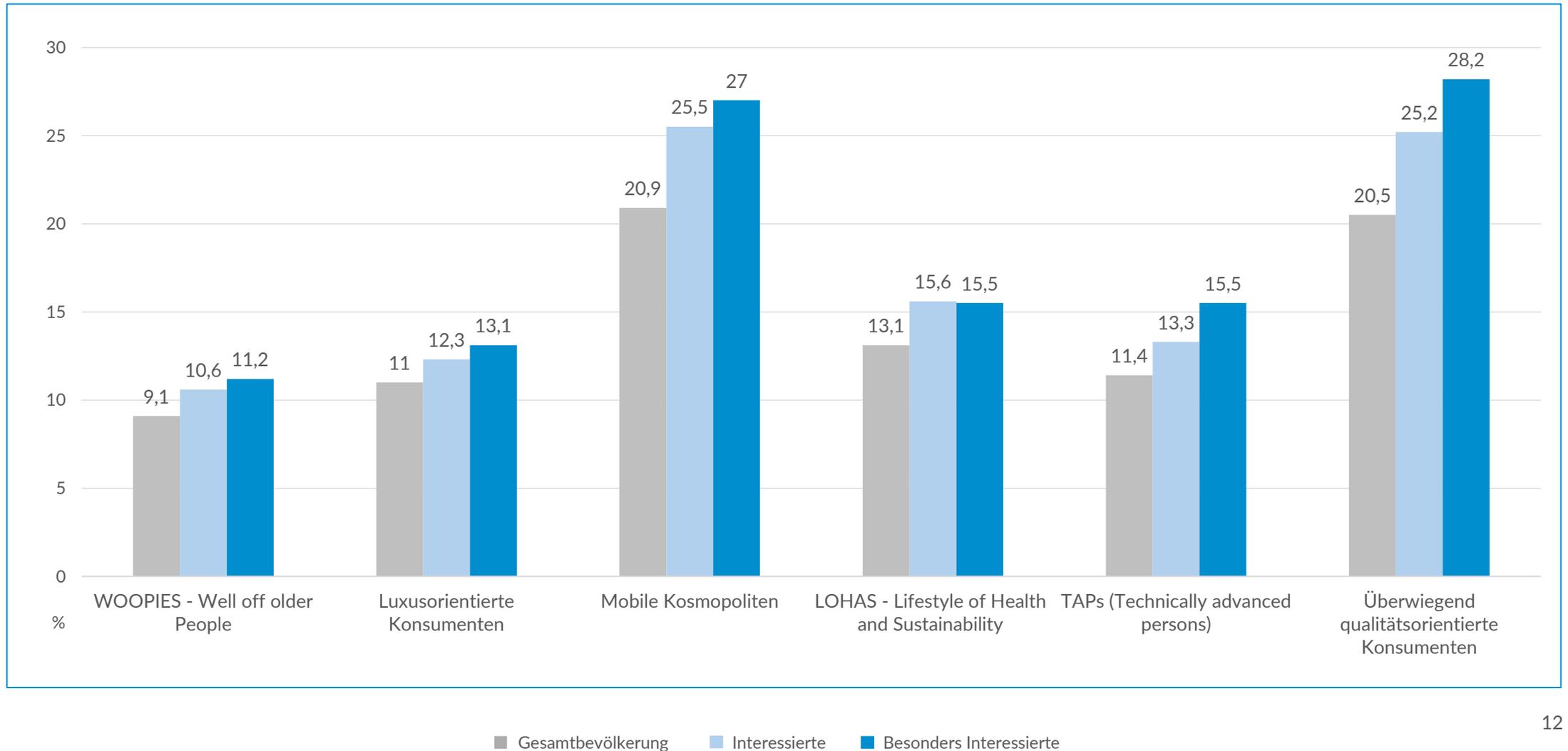
Ehrenamt: Handballfans engagieren sich ehrenamtlich und sind politisch aktiv



Mobilität im Fokus: Handballinteressierte sind in der Regel nachhaltiger mobil als die Gesamtgesellschaft - sie interessieren sich für umweltfreundliche Autos und Carsharing



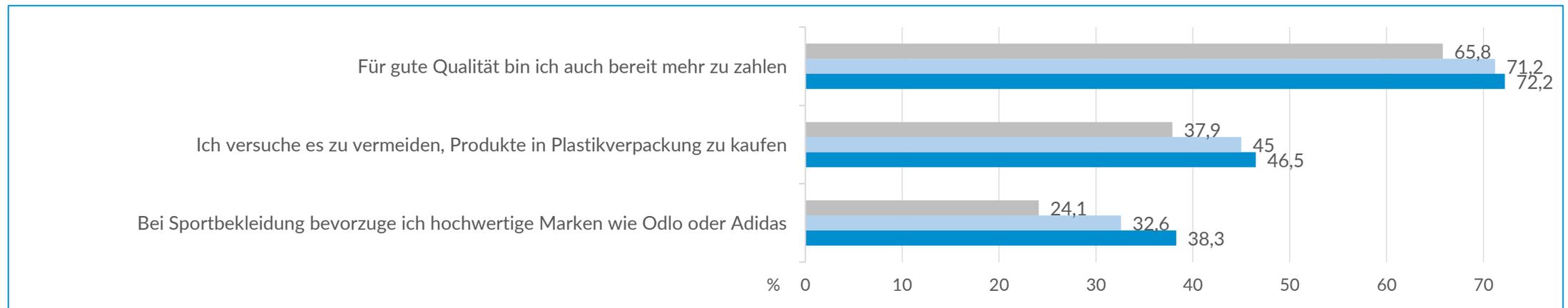
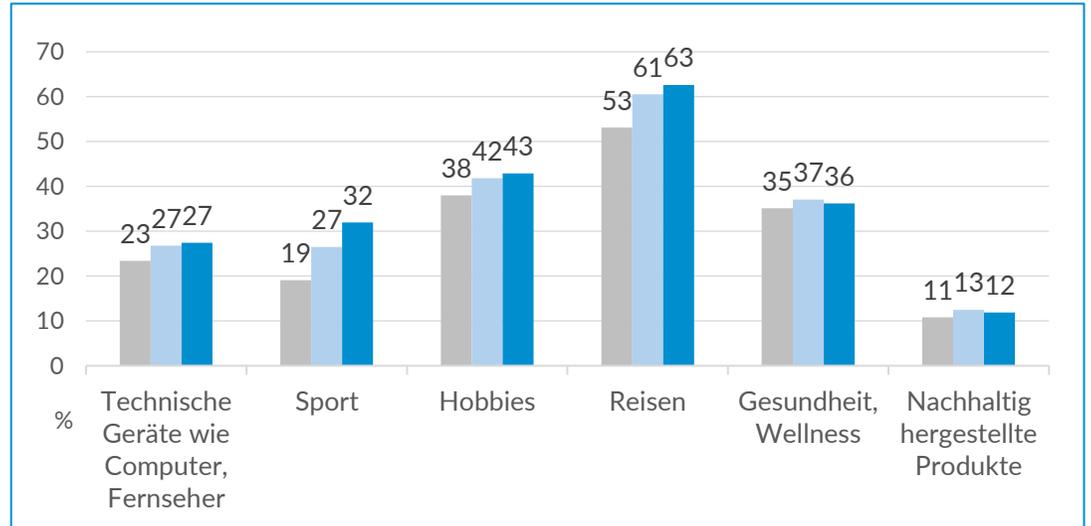
Handballinteressierte als Konsumenten: Unter den an Handball interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien sowie Sonderzielgruppen wieder



Handballinteressierte als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Hobbies und Freizeitbeschäftigung trifft auf erhöhtes Qualitätsbewusstsein

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, technische Geräte, Hobbies und Reisen ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht.

Der Konsumstil und die Käufertypologie der Handballinteressenten zeigt außerdem, dass sie für hohe **Qualität** und **Marken** gerne mehr ausgeben. Wichtig ist auch die Nachhaltigkeit der Produkte.



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Handball ist vergleichsweise groß und zu mehr als einem Drittel weiblich. Sponsoren treffen im Handball auf ein Publikum, das überdurchschnittlich **gut gebildet** und häufig in **betriebswirtschaftlichen Berufen** tätig ist sowie über ein hohes **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **sehr breites Interessenspektrum** und ist darüber hinaus häufig in **Ehrenämtern** tätig. **Regionale** und **lokale** Geschehnisse, **Urlaub** und **Reisen** sowie **Sport** stoßen auf großes Interesse. Viel liegt Handballfans außerdem an **Natur-** und **Umweltschutz**. Beim Kauf von Lebensmitteln, Kleidung und Autos achten Handballinteressierte besonders auf **Qualität** und **Nachhaltigkeit**.
- Aus diesen Gründen versuchen sie ein **nachhaltiges** und **gesundes** Leben zu führen. Darüber hinaus ist die Zielgruppe **kosmopolitisch**, **technikbegeistert** sowie **qualitätsorientiert** und gehört zur Sonderzielgruppe der **LOHAS** (Lifestyle of Health and Sustainability).



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER