

Sportprofile AWA 2025: Golf

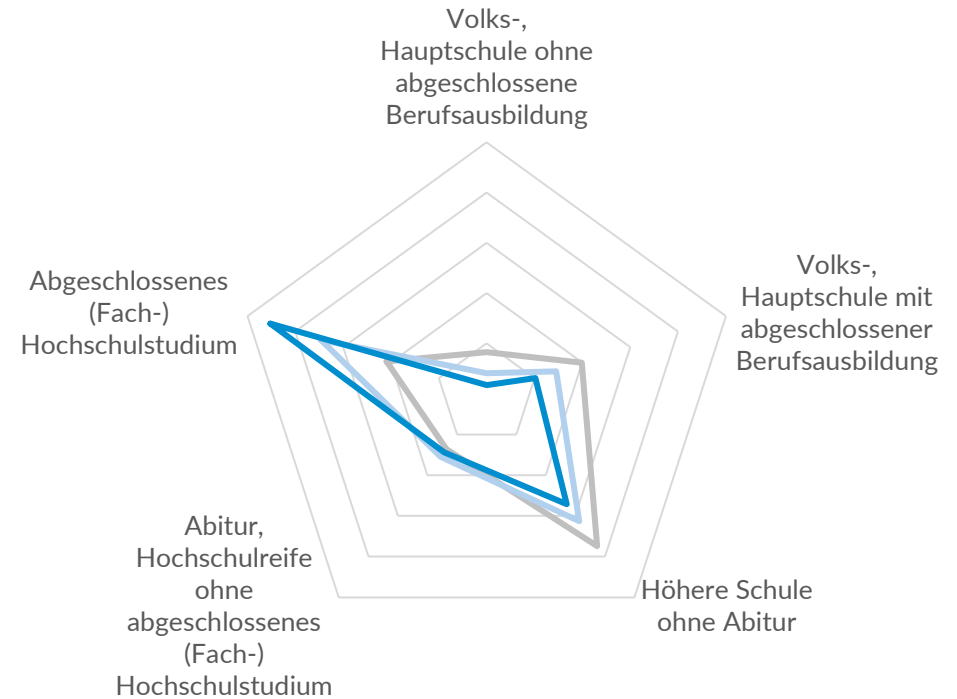
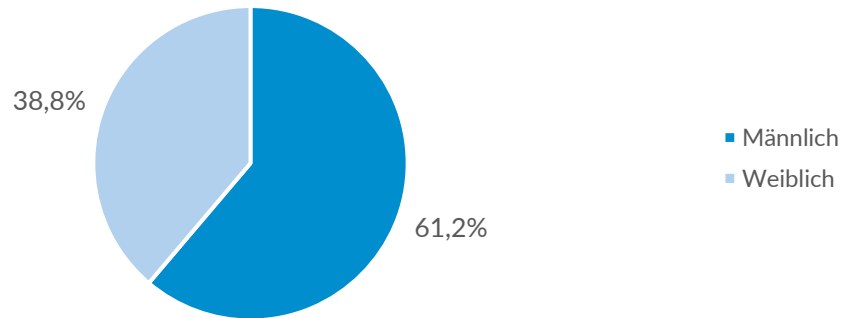
Die Besonderheiten der Golfinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

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

Soziodemographie: Sponsoren treffen im Golf auf eine sehr gut gebildete Zielgruppe

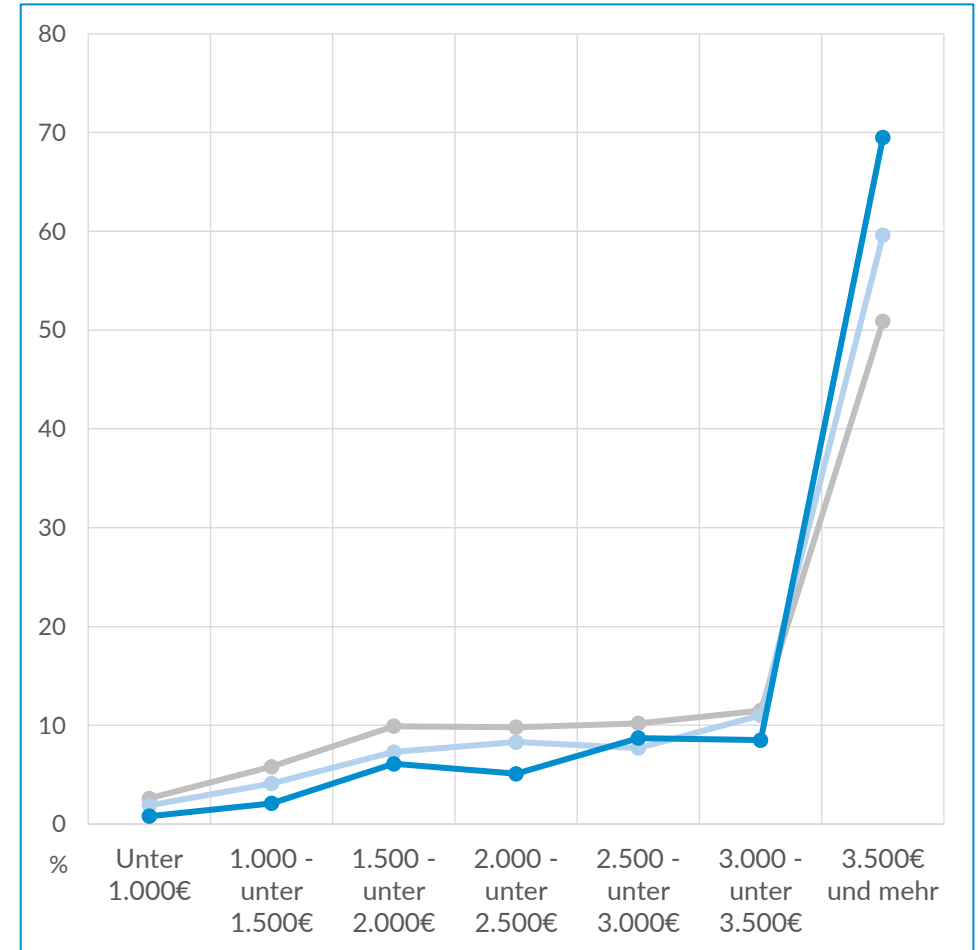
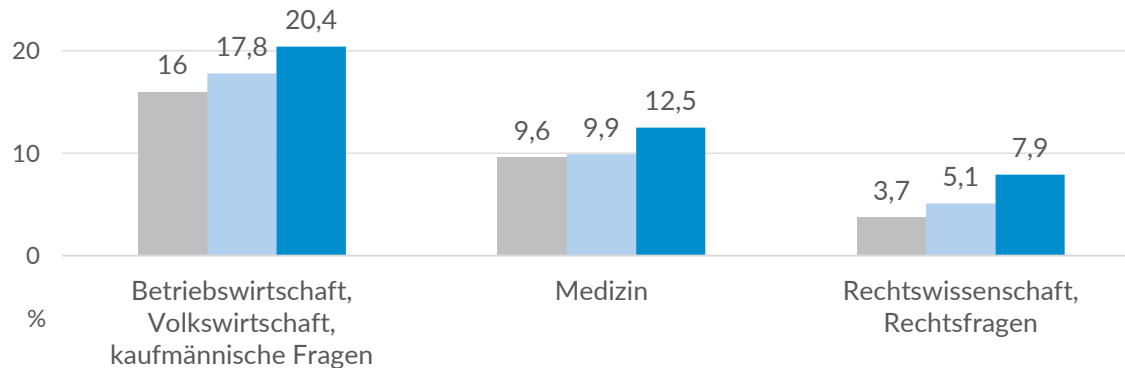
In Deutschland interessieren sich **6,87 Mio.** Menschen und damit **9,7%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Golf. **1,45 Mio.** (2,28%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mit **38,8%** mehr als ein Drittel der Zielgruppe dar. Golfinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein stark **erhöhtes Bildungsniveau.** Während nur 20,9 % der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei den besonders Golfinteressierten **46,7%.**



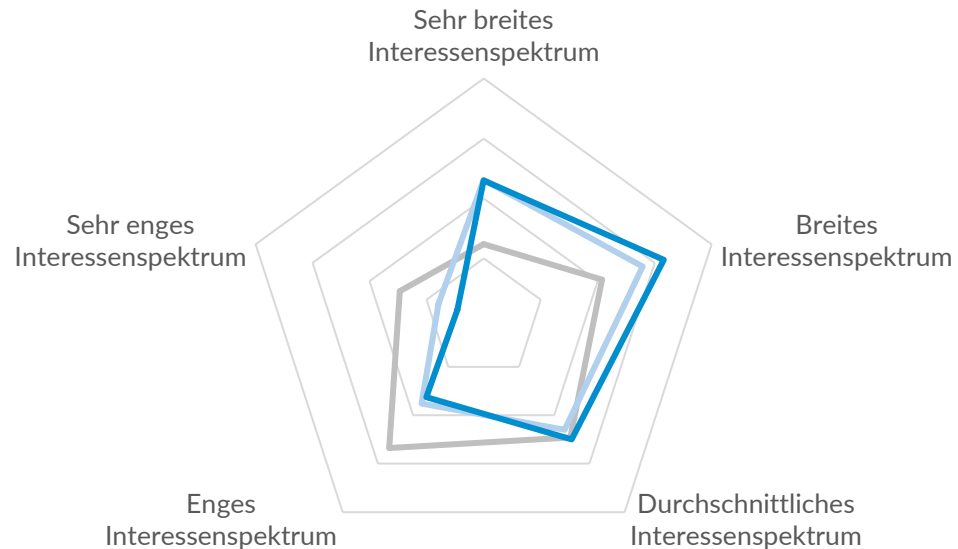
Soziodemographie: Golfinteressierte sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und verfügen über ein vergleichsweise hohes Haushaltsnettoeinkommen

Die Golfinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Feldern vertreten. Ein Großteil arbeitet in **betriebswirtschaftlichen Berufen**. Auch der Bereich **Medizin** ist überdurchschnittlich stark vertreten.

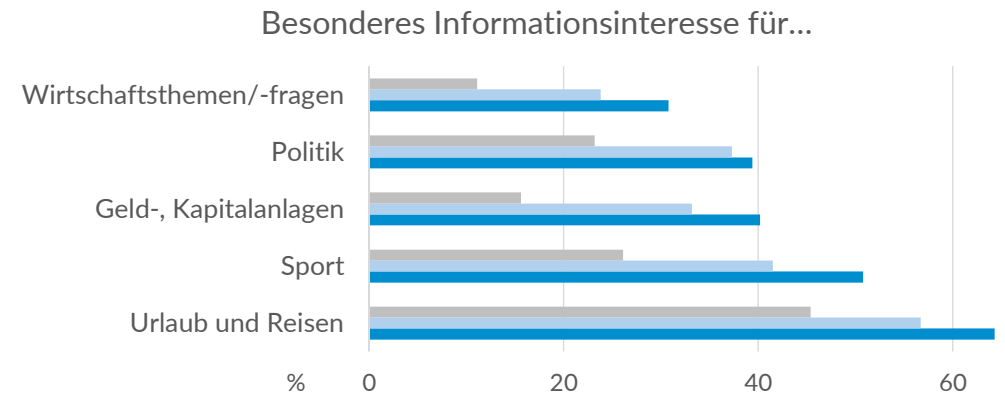
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Golfinteressierten liegt über dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen der Gesamtbevölkerung.



Interessen und Vorlieben: Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Politikbereich

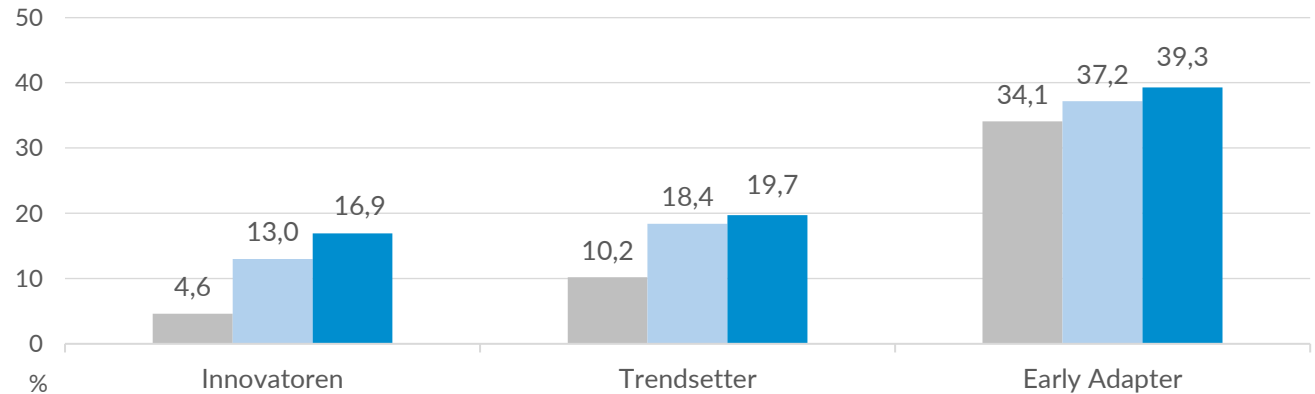
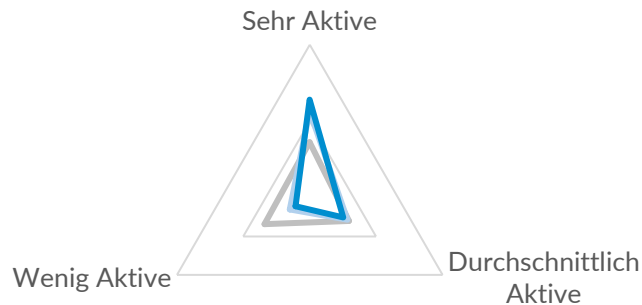
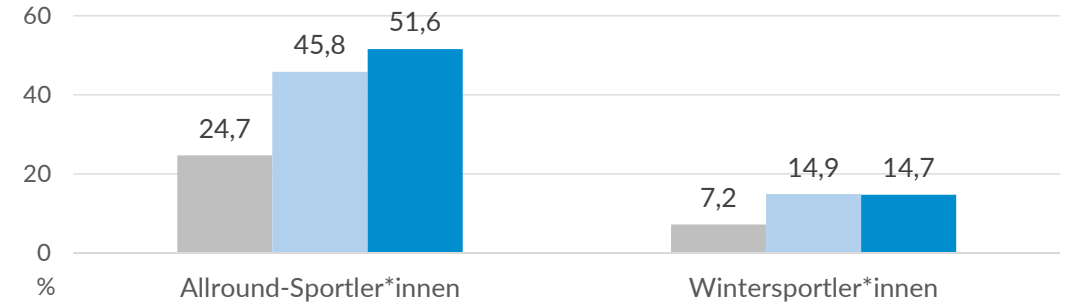


Golfinteressierte Personen weisen ein sehr breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Geld- und Kapitalanlagen** und **Sport**. Auch **Politik** sowie **Urlaub, Reisen** und **Wirtschaftsthemen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

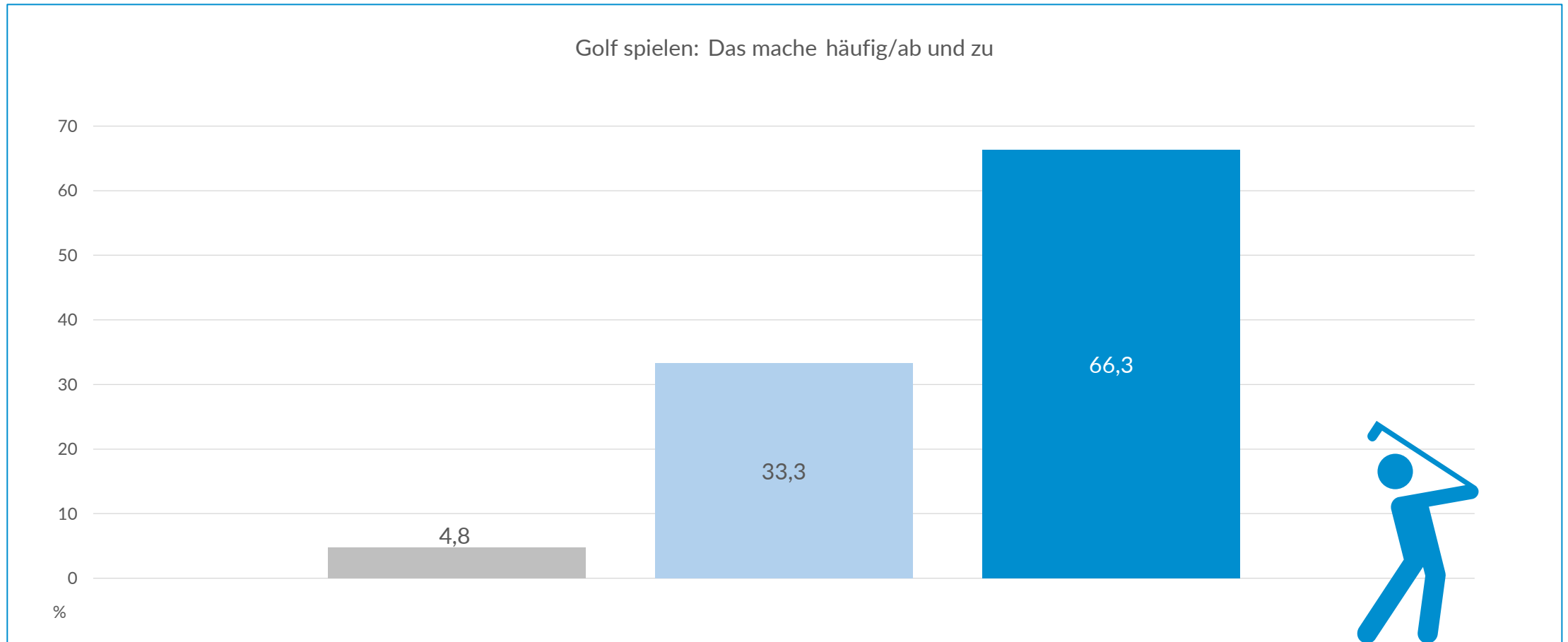


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Golfinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

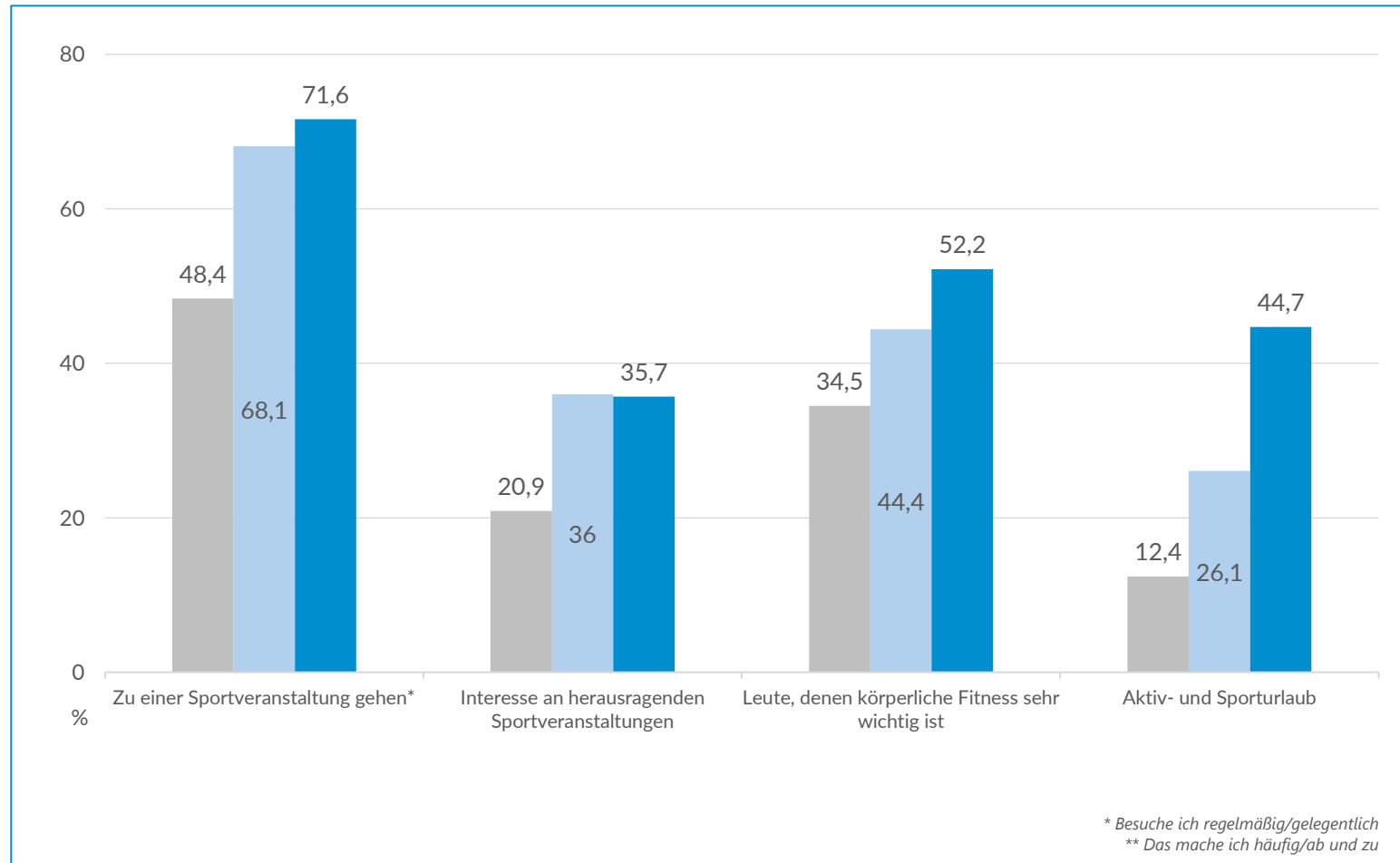
Als aktive Sportler*innen zählen sie zu **Allroundern** und sind besonders aktiv. Die Zielgruppe der Golfinteressierten ist zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung vermehrt **Innovator** und **Trendsetter**.



Sportliche Aktivität: Ein Großteil der Zielgruppe ist nicht nur an der Sportart interessiert, sondern spielt auch selber Golf

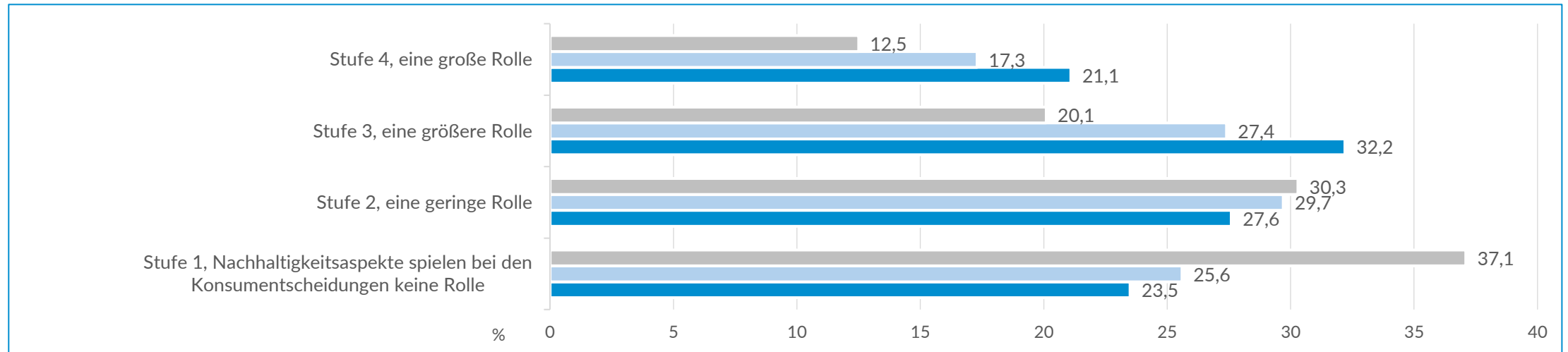


Freizeit: Die Zielgruppe verbringt ihre Urlaube gerne aktiv und interessiert sich auch für andere Sportarten

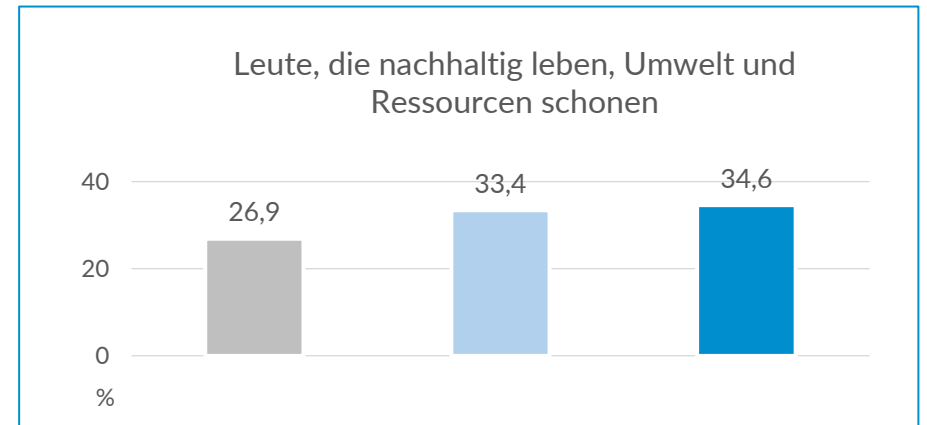


Das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Golfinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Ihnen ist körperliche Fitness wichtig. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für Ballsportarten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

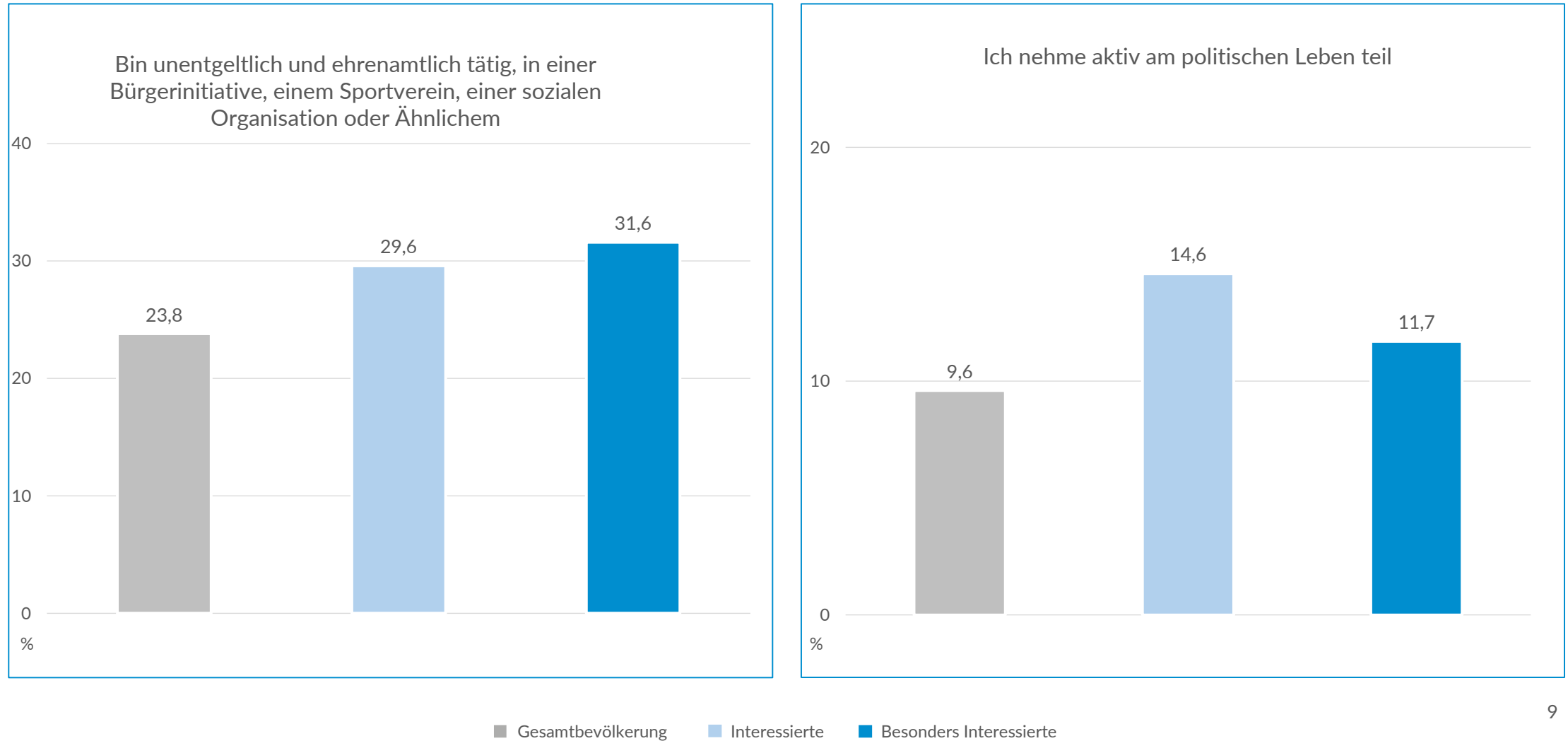
Nachhaltigkeit im Fokus: Golfinteressierte leben nachhaltig und ressourcenschonend



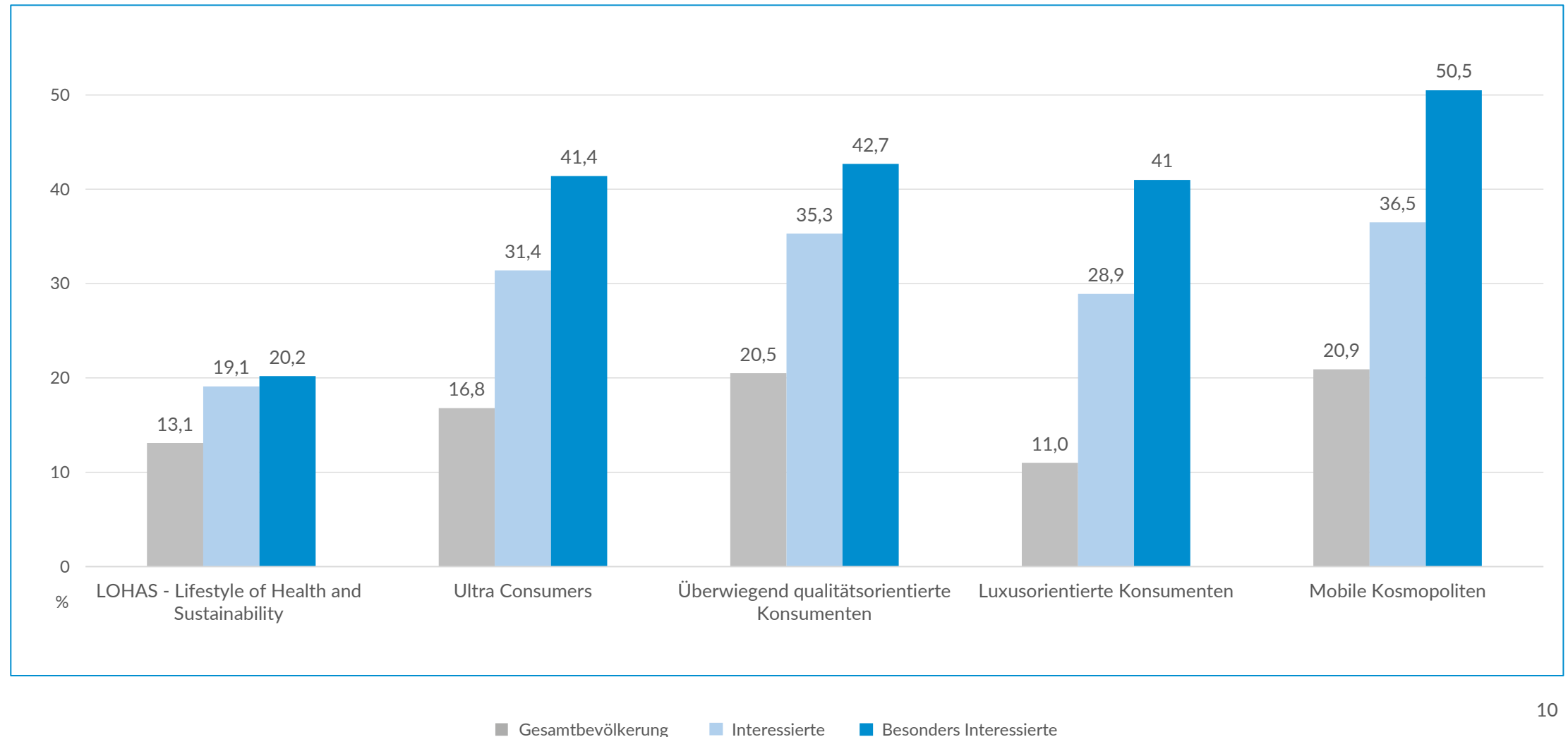
Bei Konsumententscheidungen spielt **Nachhaltigkeit** für Golfinteressierte eine größere Rolle als für die Gesamtbevölkerung. In der Zielgruppe gibt es überdurchschnittlich viele Leute, die versuchen **nachhaltig und ressourcenschonend** zu leben.



Ehrenamt: Golfinteressierte engagieren sich oft ehrenamtlich und sind politisch aktiv

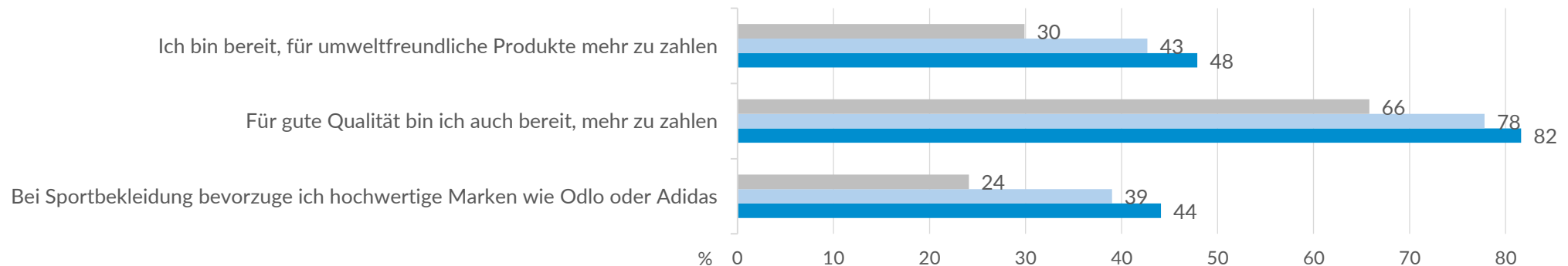
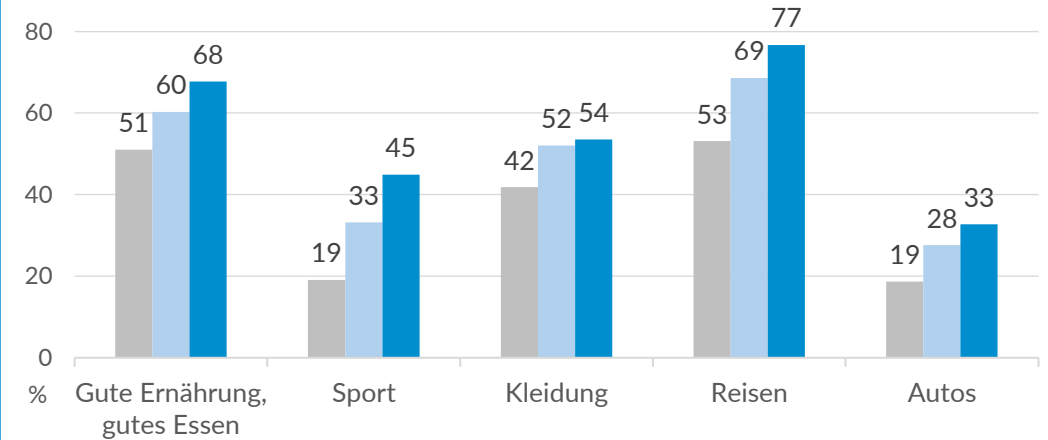


Golfinteressierte als Konsumenten: Unter den an Golf interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien sowie Sonderzielgruppen wieder



Golfinteressierte als Konsumenten: Markenaffine Zielgruppe mit Qualitätsbewusstsein und hoher Ausgabebereitschaft in diversen Bereichen

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



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Golf ist **spitz** und markant. Sponsoren treffen im Golf auf ein Publikum, das überdurchschnittlich **gut gebildet** und mehr als einem Drittel **weiblich** ist. Die Zielgruppe verfügt über ein vergleichsweise hohes **Haushaltsnettoeinkommen**.
- Grundsätzlich besteht bei der Zielgruppe eine **erhöhte Kaufbereitschaft** und sie legt besonderen Wert auf **nachhaltigen Konsum**. Als auffallend **aktive Konsumenten** sind die Golfinteressierten durchaus auch luxus- und qualitätsbewusst.
- Golfinteressierte sind außerdem **ehrenamtlich engagiert, vielseitig interessiert, innovativ** und **kosmopolitisch**, was sie zu einer ausgesprochen attraktiven Zielgruppe macht.

