

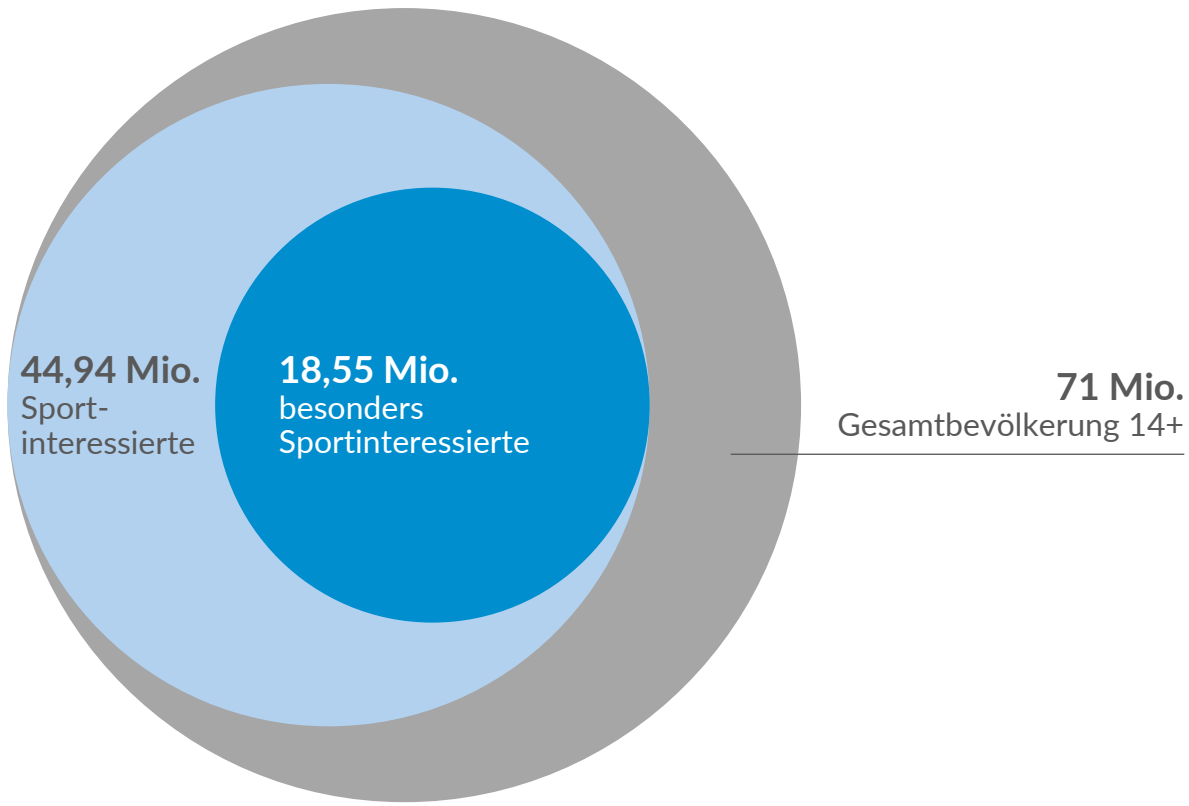
AWA Sportprofile 2025

Was macht Sportfans zur attraktiven Zielgruppe?

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

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

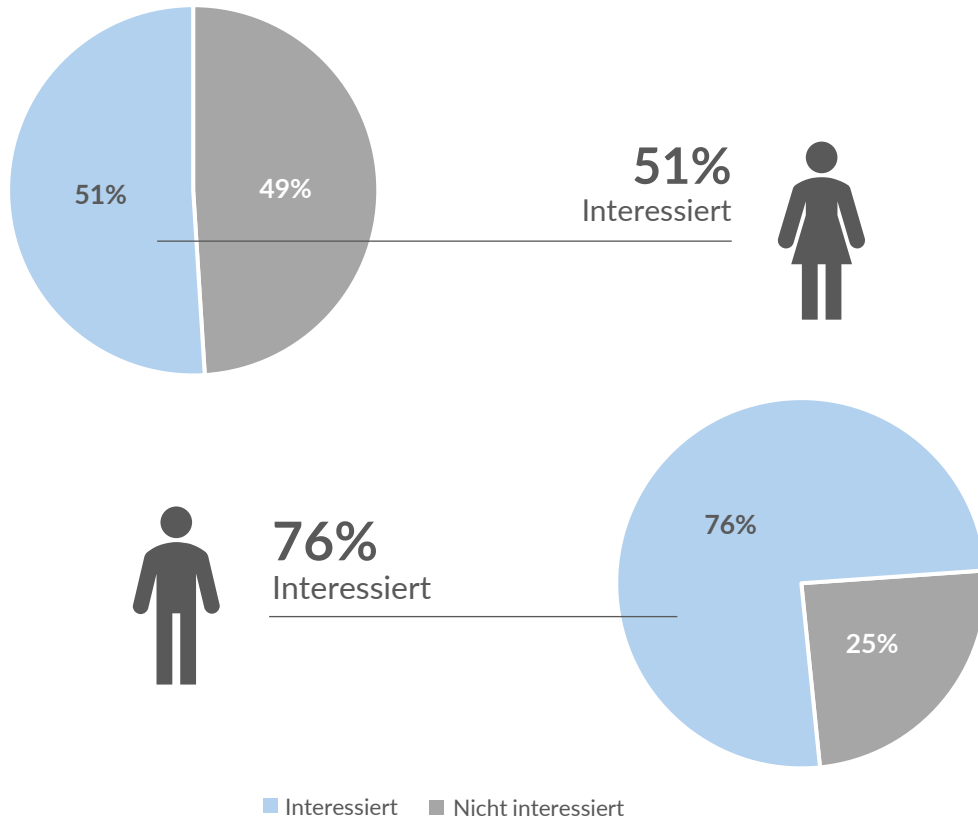
Sport bietet ein riesiges Interessenspotenzial - das emotionale Thema erreicht den größten Teil der Gesellschaft



63% der Gesamtbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren interessieren sich für **Sport**.

Innerhalb dieser Gruppe sind sogar **18,55 Millionen** Menschen **besonders interessiert**. Dies entspricht **26%** der Gesamtbevölkerung.

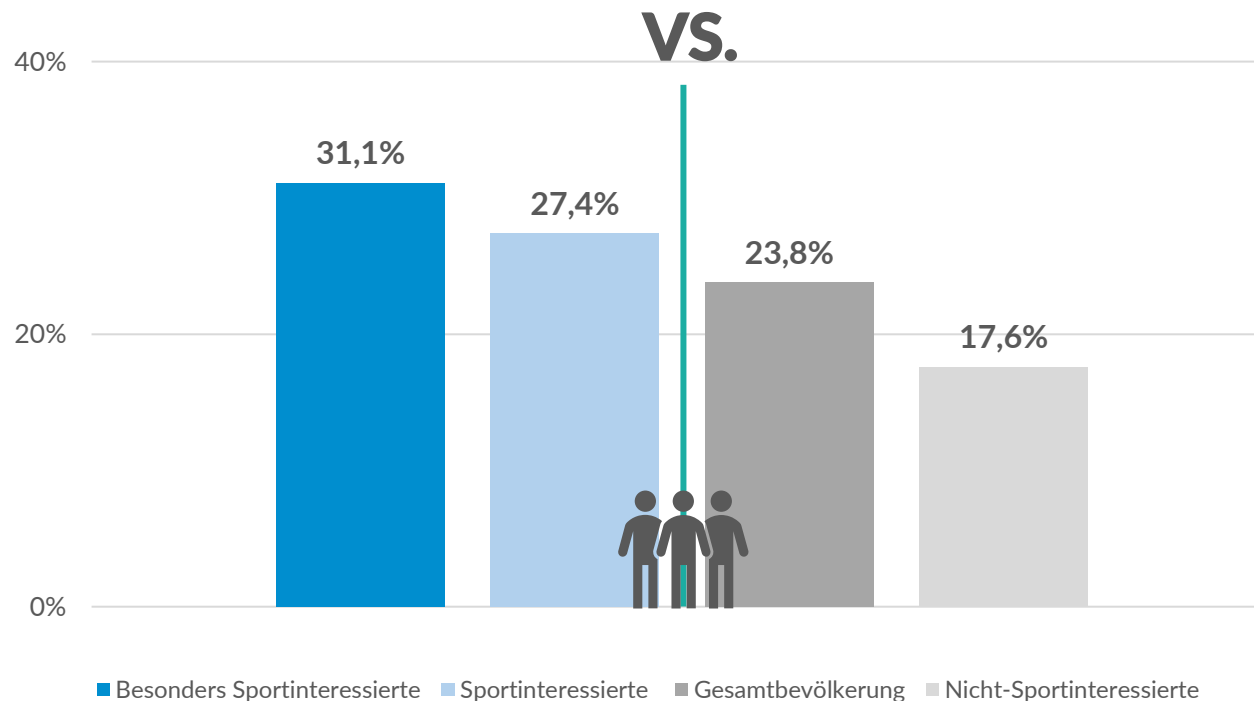
Männer und Frauen teilen eine große Begeisterung für Sport



Mehr als die **Hälfte (51%)** aller Frauen in der Gesamtbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren interessieren sich für **Sport, 14%** sogar ganz besonders.

Unter Männern ist die Zielgruppe noch größer: **76%** sind an Sport insgesamt interessiert. Dies entspricht insgesamt **26,39 Mio.** Menschen.

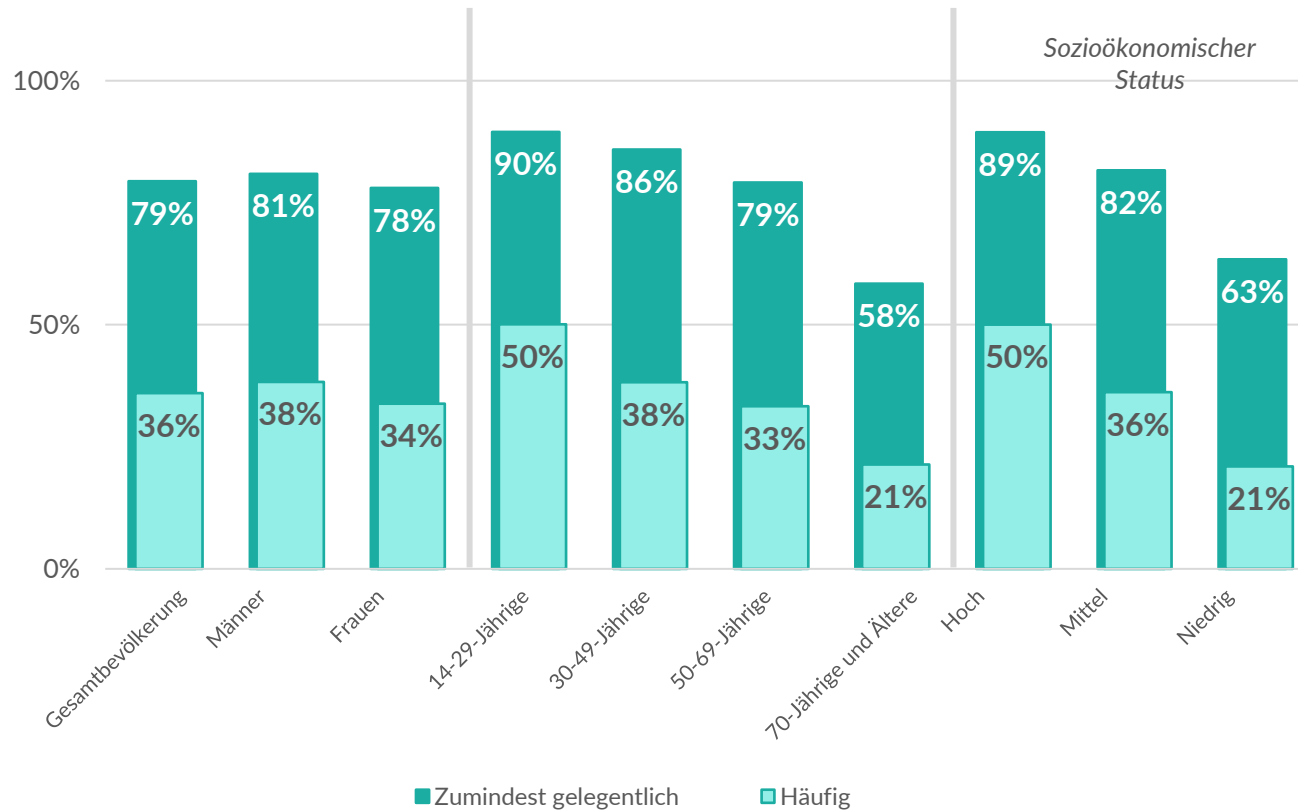
Unbezahlbares Engagement: Sportinteressierte leisten einen wertvollen Beitrag für die Gesellschaft



31,1% der besonders Sportinteressierten übernehmen gesellschaftliche Verantwortung. Sie sind **ehrenamtlich** und **unentgeltlich** in **Sportvereinen** engagiert, Tendenz steigend.

Sie sind eine unersetzbare Stütze für Sportvereine als **Lernorte** für **Demokratie**, **Gemeinschaft** und **Gesundheitsförderung**.

Sport und Bewegung sind fester Bestandteil der Gesellschaft

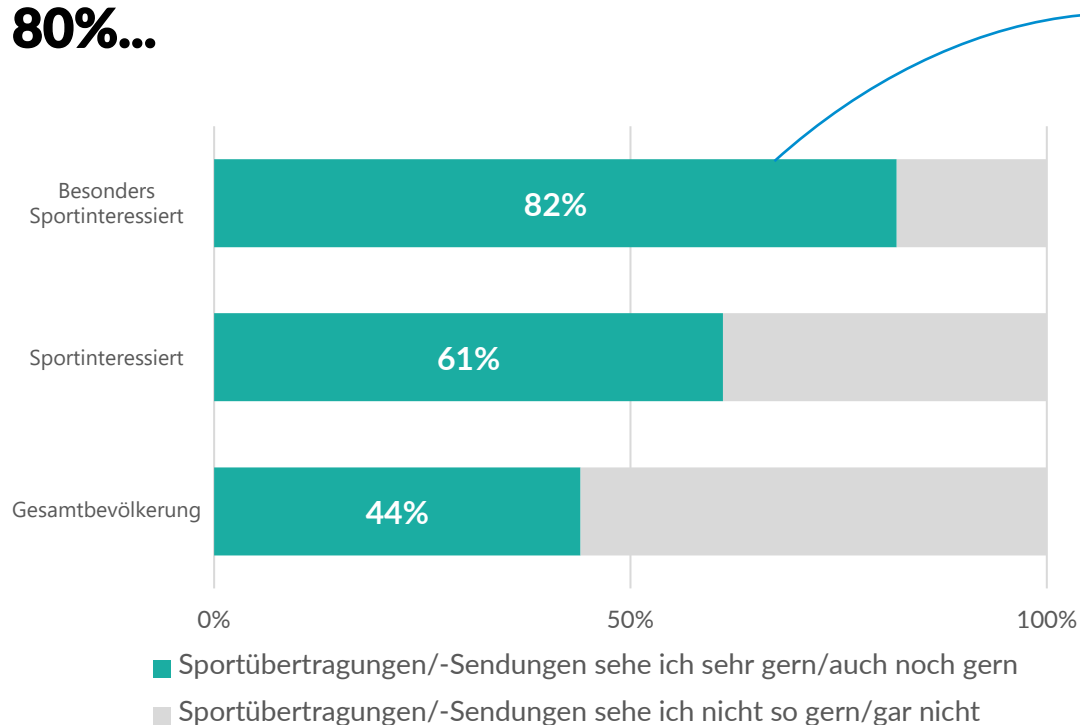


Nicht nur das Sportinteresse in der Gesamtbevölkerung ist groß – auch die eigene **körperliche Betätigung** ist für alle Altersklassen, gesellschaftliche Schichten und Geschlechter häufig bis gelegentlich Teil ihres Alltags.

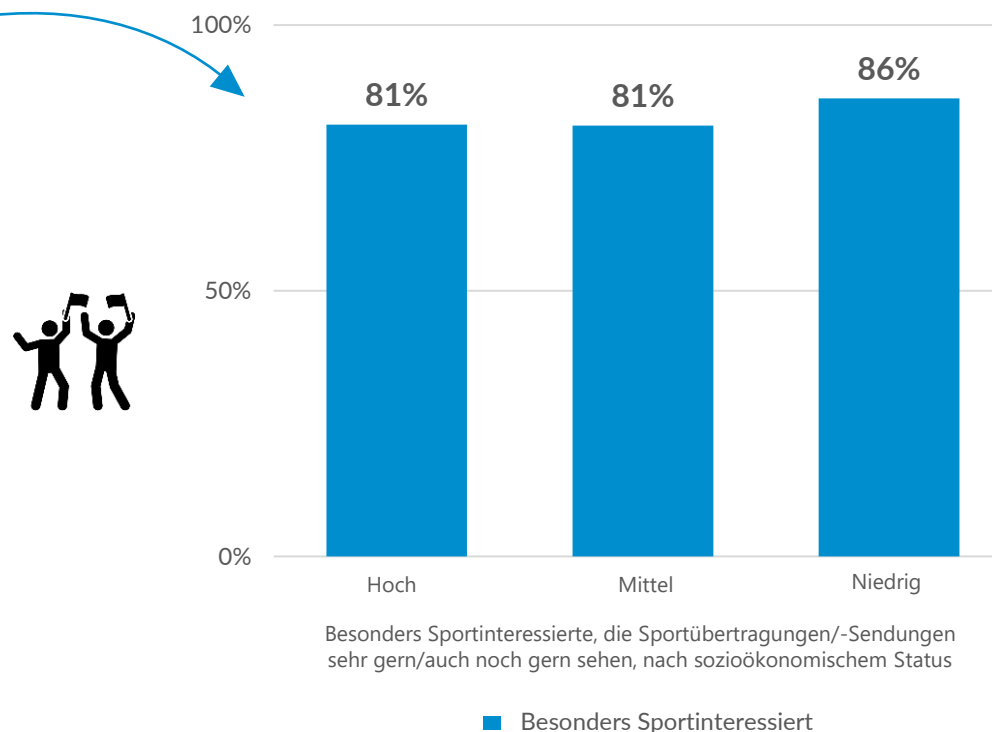
Spannende Erkenntnisse für Rechteinhaber, Sponsoren und Medien gleichermaßen, um ihre sportaffinen Zielgruppen zu vergrößern.

Sport verbindet – ob im „Fernsehen“...

Insgesamt **31,23 Mio.** Menschen verfolgen gerne **Sportsendungen und -übertragungen.**
Unter besonders Sportinteressierten sind es **über 80%...**

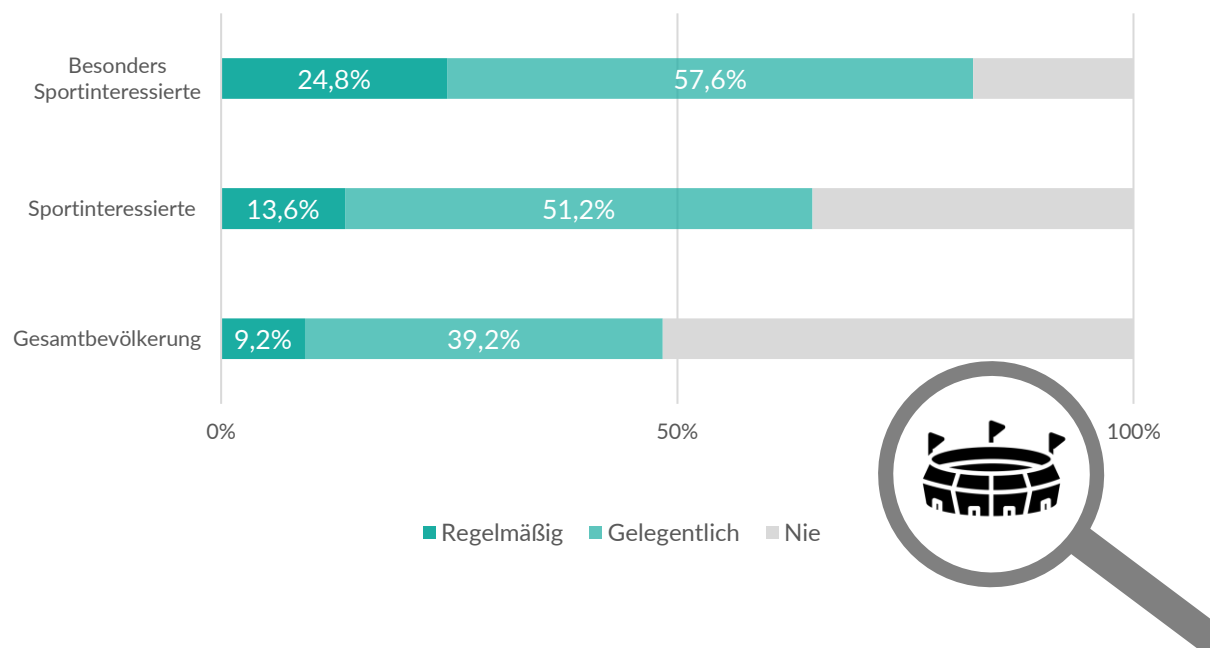


...unabhängig vom sozioökonomischen Status.

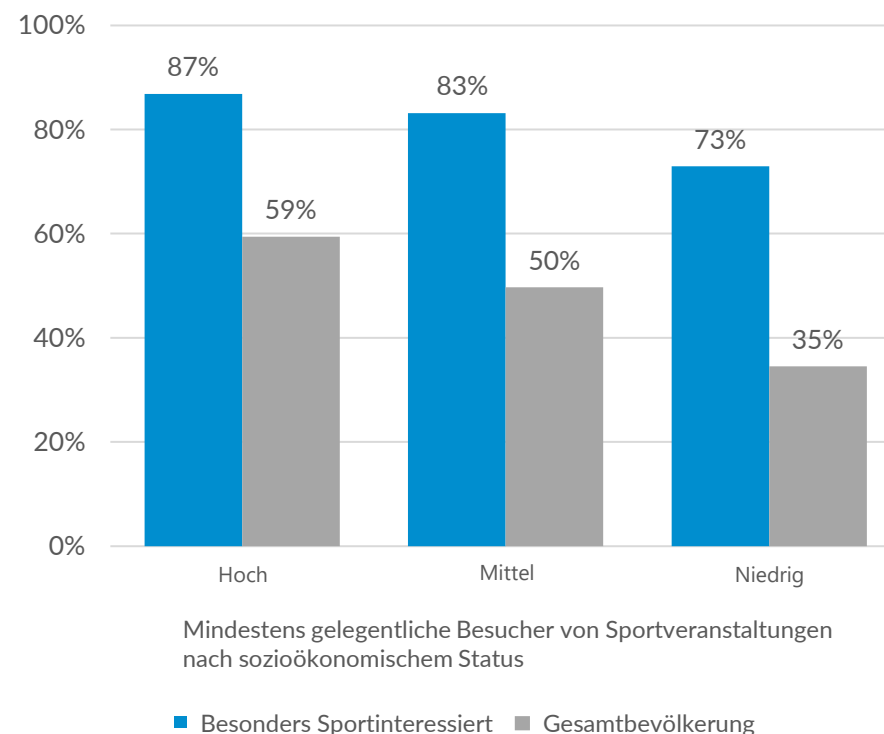


...oder vor Ort!

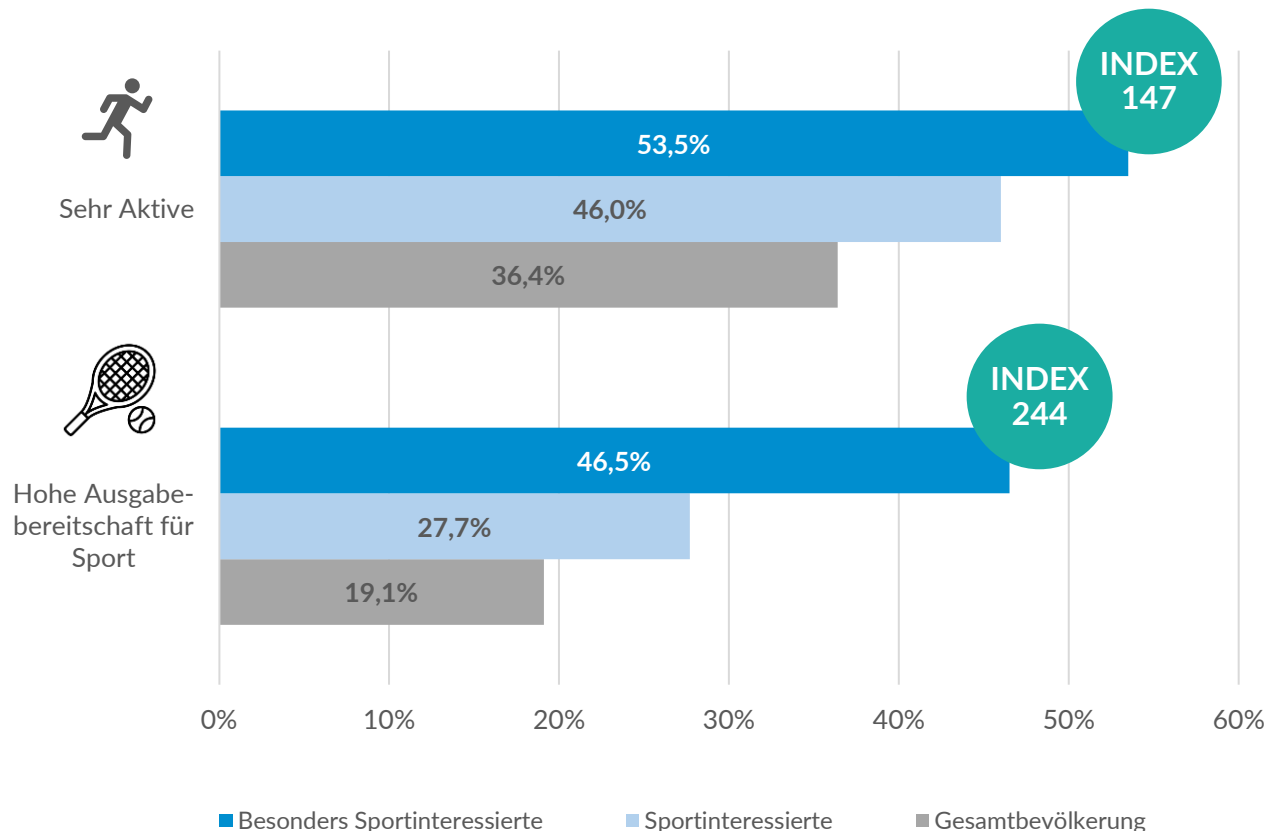
82,4% der besonders Sportinteressierten besuchen mindestens gelegentlich **Sportveranstaltungen**.
Jeder Vierte von ihnen ist **regelmäßig** vor Ort.



Dabei sind Sportveranstaltungen ein **Treffpunkt für Menschen aller sozialer Schichten**.



Gesundheitsbewusst, überdurchschnittlich aktiv und qualitätsbewusst



Gesundheitsbewusstsein

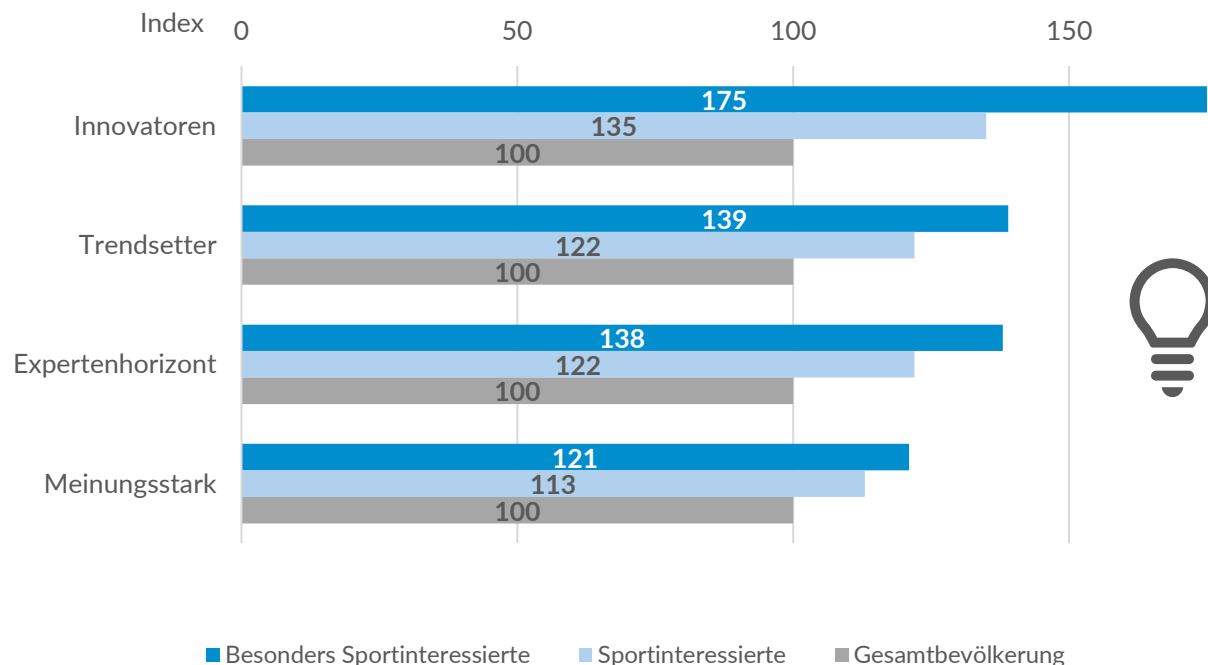
und ein hohes Aktivitäts- und Sportlevel sind unter Sportinteressierten stark ausgeprägt. Mehr als die Hälfte **(53,5%)** der besonders Sportinteressierten sind sehr aktiv.

Und das passende **Equipment?**

Besonders Sportinteressierte zeigen eine hohe Zahlungsbereitschaft für Sport **(46,5%)**.

Ein Index-Wert von 100 entspricht dem Anteil in der Gesamtbevölkerung 14+
Lesebeispiel: Unter den besonders Sportinteressierten finden sich 47% mehr sehr Aktive als in der Gesamtbevölkerung.

Sportinteressierte sind (meinungs-) starke Markenbotschafter und Trendsetter

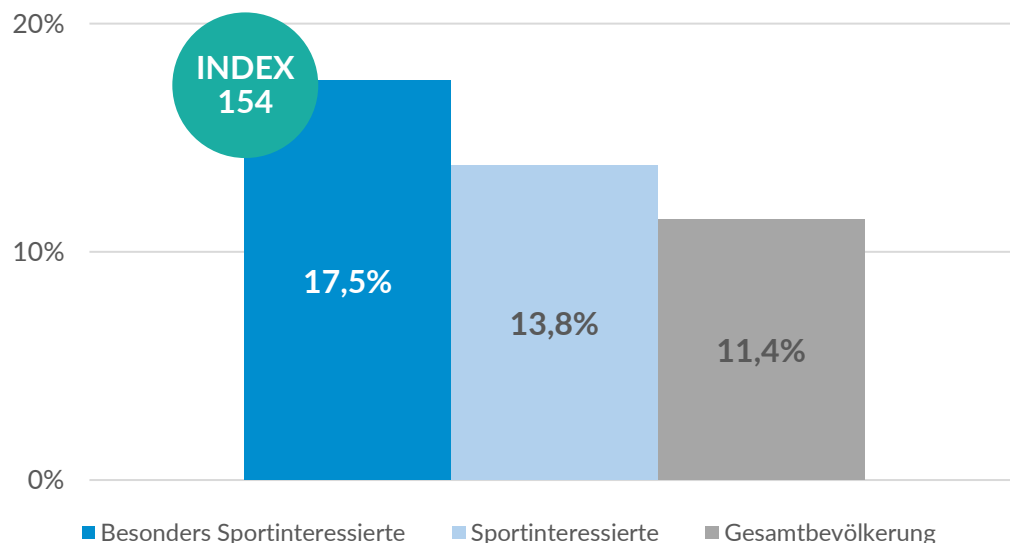


8,1% der besonders Sportinteressierten sind Innovatoren, das sind 75% mehr als in der Gesamtbevölkerung. Weiterhin sind **14,2%** der besonders Sportinteressierten **Trendsetter**.

Sponsoren bietet sich so die Chance, **meinungsstarke** Sportinteressierte gezielt anzusprechen und mit ihrem **sehr breiten Expertenhorizont** (22,6% mit einem breiteren Expertenhorizont als in der Gesamtbevölkerung) zu neuen Markenbotschaftern zu machen.

Ein Index-Wert von 100 entspricht dem Anteil in der Gesamtbevölkerung 14+
Lesebeispiel: Unter den besonders Sportinteressierten finden sich 75% mehr Innovatoren als in der Gesamtbevölkerung.

Sportinteressierte: Faszination für Technik trifft auf hohe Ausgabebereitschaft



Expertentum, Kaufverhalten und Nutzungsintensität im Technikbereich sind unter den **technisch Fortgeschrittenen (TAPs)** besonders ausgeprägt. Diese attraktive Zielgruppe ist mit **17,5%** stark unter den **besonders Sportinteressierten** vertreten.

31,7% DER BESONDERS SPORTINTERESSIERTEN

haben eine **hohe Ausgabebereitschaft** für technische Geräte wie **Computer oder TV**

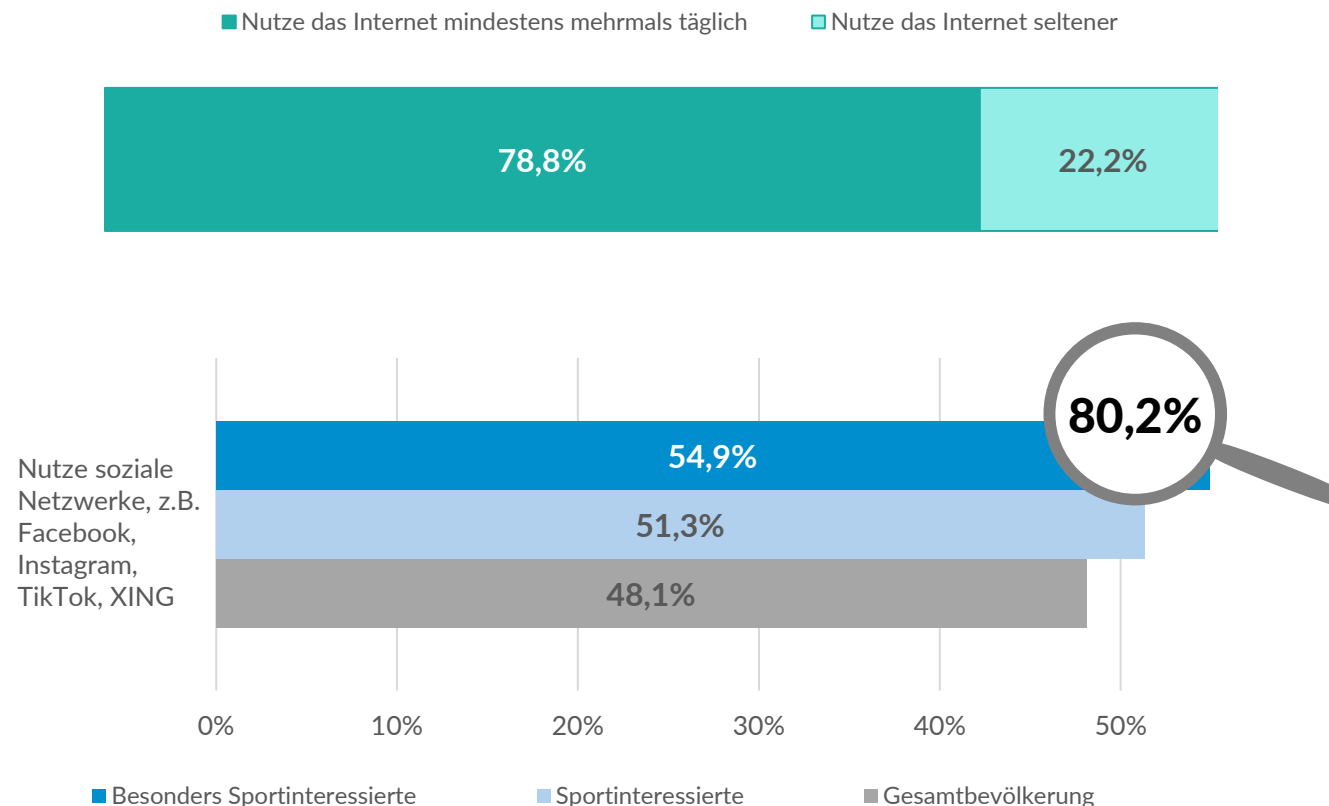


28,5% DER BESONDERS SPORTINTERESSIERTEN

planen in den nächsten **1-2 Jahren** einen **Computer, Tablet oder Notebook zu kaufen.**



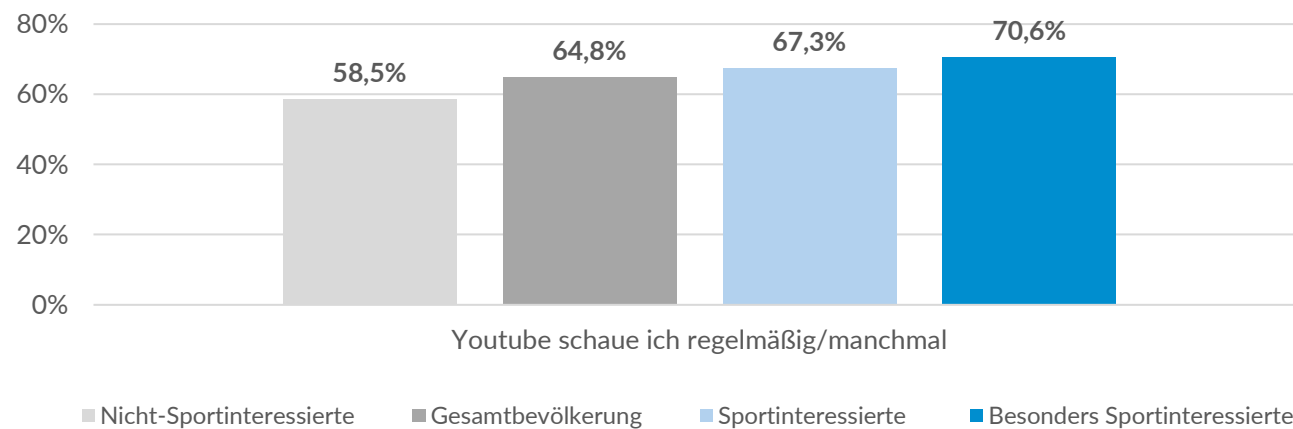
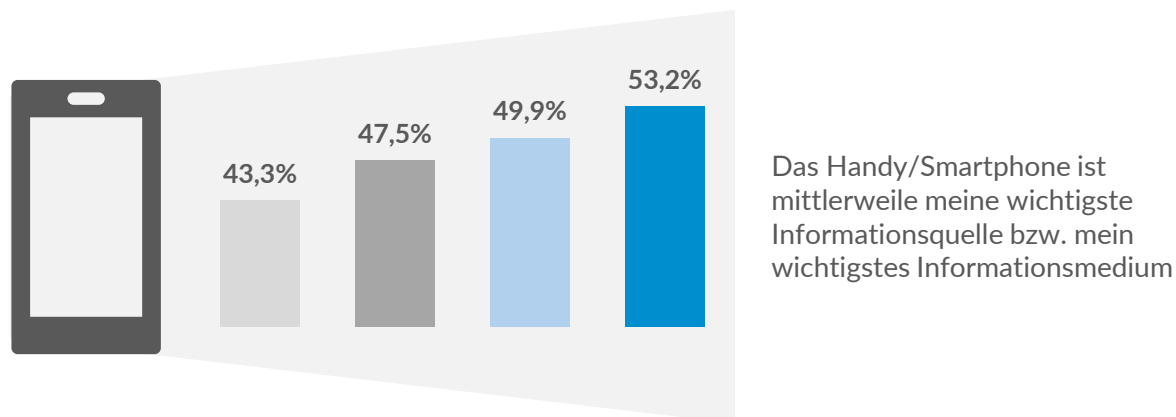
Mit emotionalem Storytelling durch Sport auf Social Media punkten: Sportinteressierte an der Spitze



78,8% der besonders Sportinteressierten nutzen das Internet mindestens mehrmals täglich. Jede*r Zweite der besonders Sportinteressierten nutzt dabei Soziale Netzwerke **(54,9%)**.

Unter den 20-29 jährigen Sportinteressierten sind es sogar **80,2%**, die soziale Netzwerke nutzen und damit mehr als bei den restlichen 20-29 jährigen.

Das digitale Spielfeld bietet vielfältige Möglichkeiten

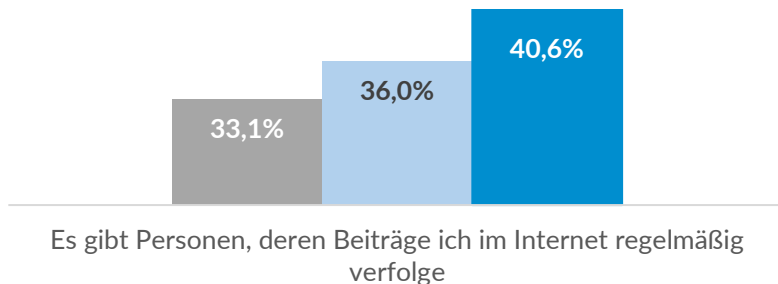


Für **53,2%** der besonders Sportinteressierten ist das Smartphone mittlerweile ihr wichtigstes Informationsmedium. Außerdem schauen 70,6% der besonders Sportinteressierten regelmäßig oder manchmal YouTube-Videos.

Dies beweist die **digitalen Möglichkeiten durch Sport-Content** in Videoform auf allen Kanälen.

Sportinteressierte verfolgen regelmäßig Influencer und sind dabei multithematisch interessiert

40,6% der besonders Sportinteressierten folgen auf sozialen Netzwerken regelmäßig Influencern. Dabei sind sie **multithematisch** unterwegs und interessieren sich, neben dem Sport, auch für andere Themen.



■ Gesamtbevölkerung ■ Sportinteressierte ■ Besonders Sportinteressierte

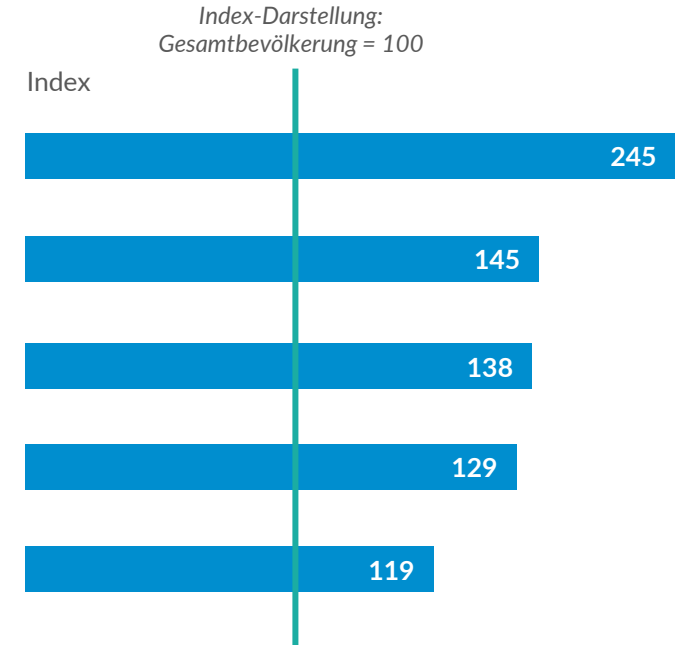
Follower* zum Thema Sport

Follower zum Thema Finanzen

Follower zum Thema Musik

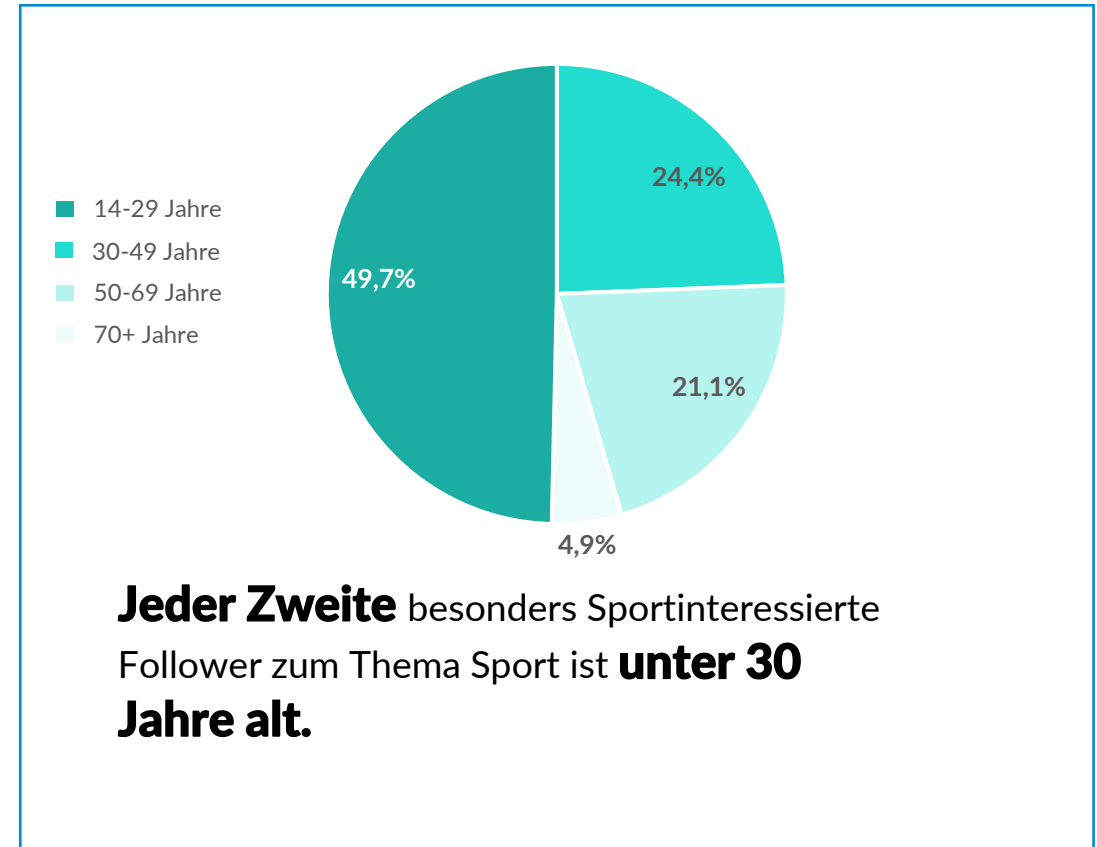
Follower zum Thema Politik

Follower zum Thema Unterhaltung/Comedy

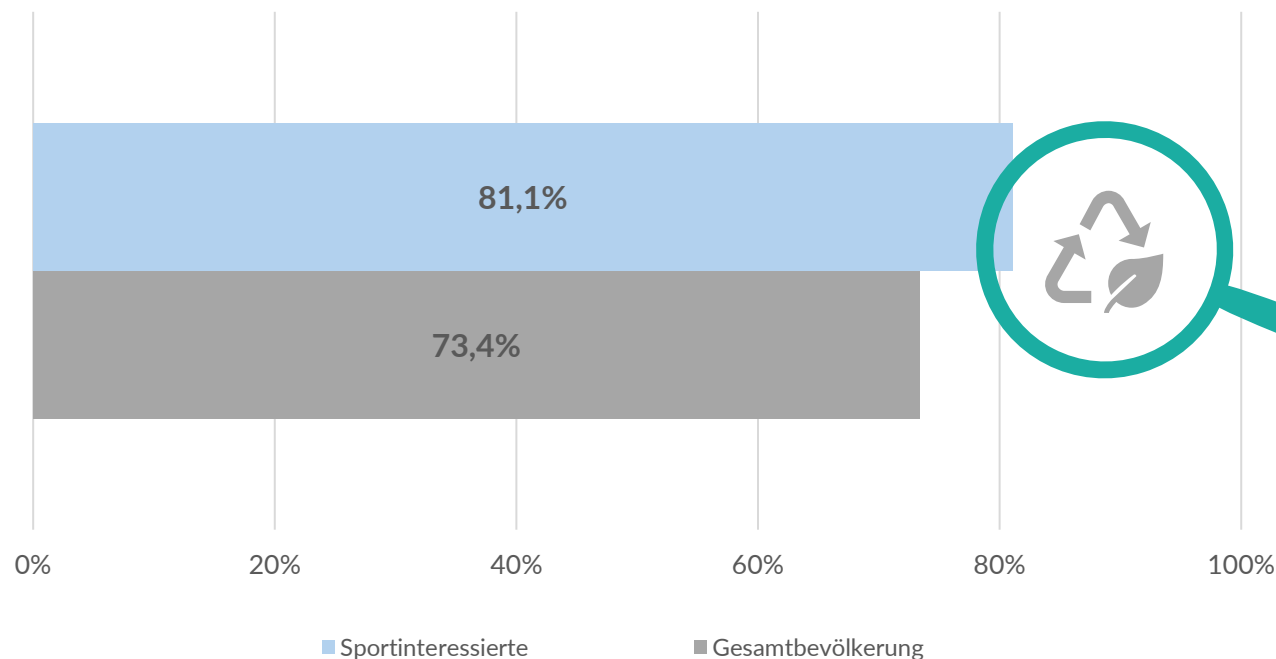


*Follower = regelmäßiger Empfänger von Informationen einer bestimmten Person, Institution o. Ä. in sozialen Netzwerken

Sportinteressierte Follower zum Thema Sport als junge und qualitäts- und markenbewusste Zielgruppe



Eine zukunftsorientierte Zielgruppe mit ausgeprägtem Natur- und Umweltschutzinteresse



36,46 Mio. Sportinteressierte haben ein Interesse an Natur- und Umweltschutz (81,1%).

26,8% in der Zielgruppe haben sogar ein besonderes Interesse an den zukunftsrelevanten Themen.

Darüber hinaus setzen sich **10,84 Mio. (24,1%)** Sportinteressierte sogar **aktiv für Natur- und Umweltschutz** ein.

Sport und E-Sports: Ein Erfolgsmatch mit vielen Fans



83,7% (5,57 Mio.)

der E-Sport Interessierten haben ebenfalls ein
Interesse an Sport.

5,57 Mio. E-Sports Interessierte haben
auch ein Interesse für Sport.
Nahezu jede*r Zweite (**47,3%**) sogar ein
besonderes.

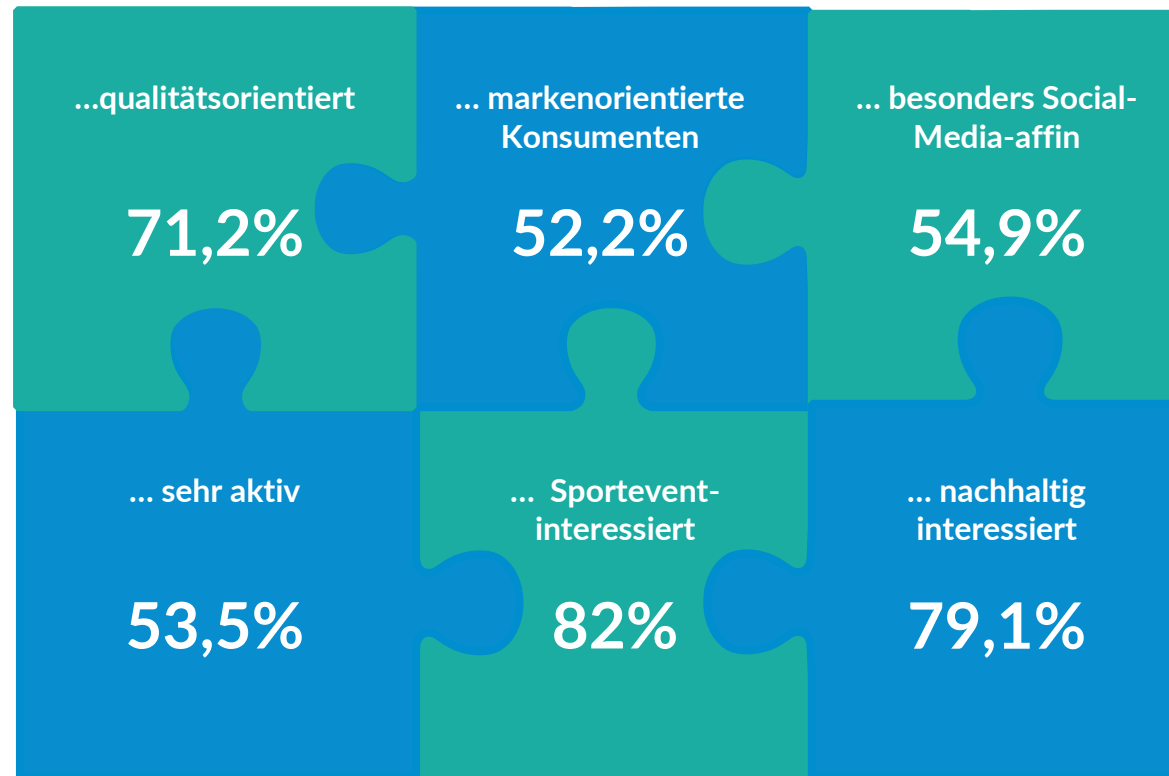


72,2% (4,81 Mio.)

der E-Sport Interessierten besuchen
regelmäßig bis gelegentlich eine
Sportveranstaltung

4,81 Mio. E-Sports Interessierte besuchen
regelmäßig bis gelegentlich eine
Sportveranstaltung.
Unter den **besonders Interessierten**
sind es **1,3 Mio.**

Sponsoring als einzigartige Möglichkeit, um eine attraktive Zielgruppe zu erreichen: Besonders Sportinteressierte sind ...



AWA-Zielgruppentypologien: %-Angaben zählen zur Zielgruppe der Besonders Sportinteressierten
Lesebeispiel: 30,3% der besonders Sportinteressierten haben ein ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein.

