

Sportprofile AWA 2025: Basketball

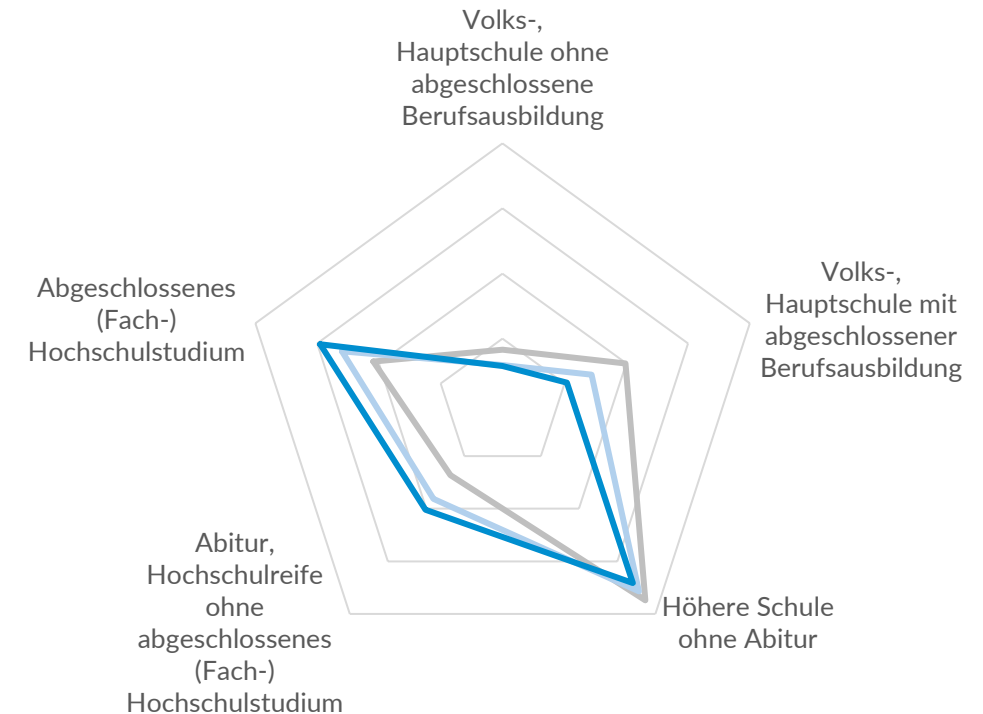
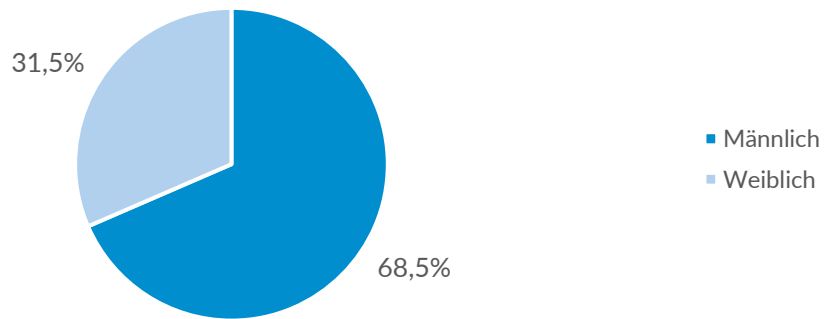
Die Besonderheiten der Basketballinteressierten in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2025

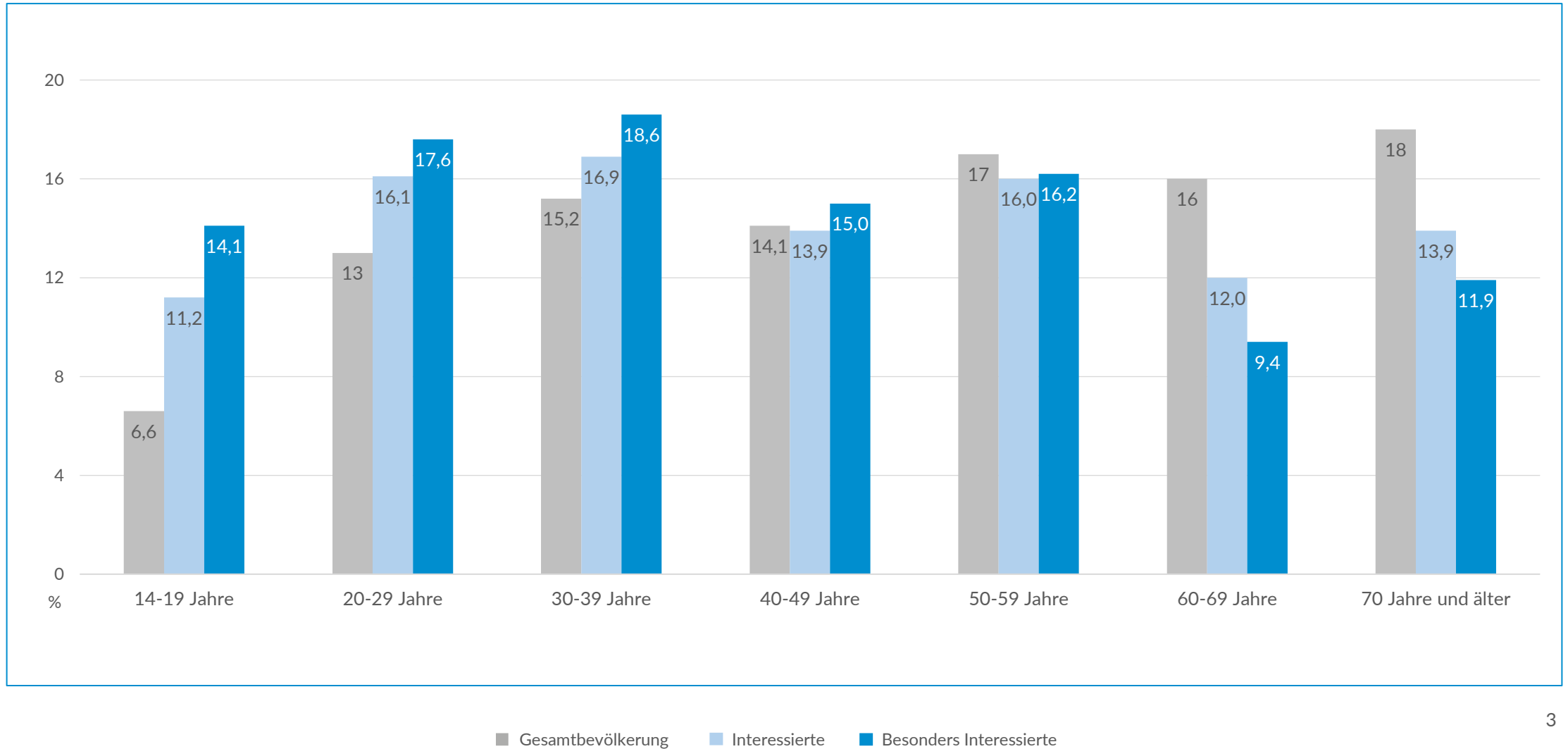
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (71 Mio.)

Soziodemographie: Sponsoren treffen im Basketball auf eine große und gebildete Zielgruppe. Basketball-Interesse in allen Gruppen erreicht Top-Werte seit 2017.

In Deutschland interessieren sich **18,38 Mio.** Menschen und damit **25,9%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Basketball. **4,01 Mio.** (5%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mit **31,5%** ein Drittel der Zielgruppe dar. Basketballinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau**: während nur 20,9% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, sind es bei den besonders Basketballinteressierten **29.5%.**



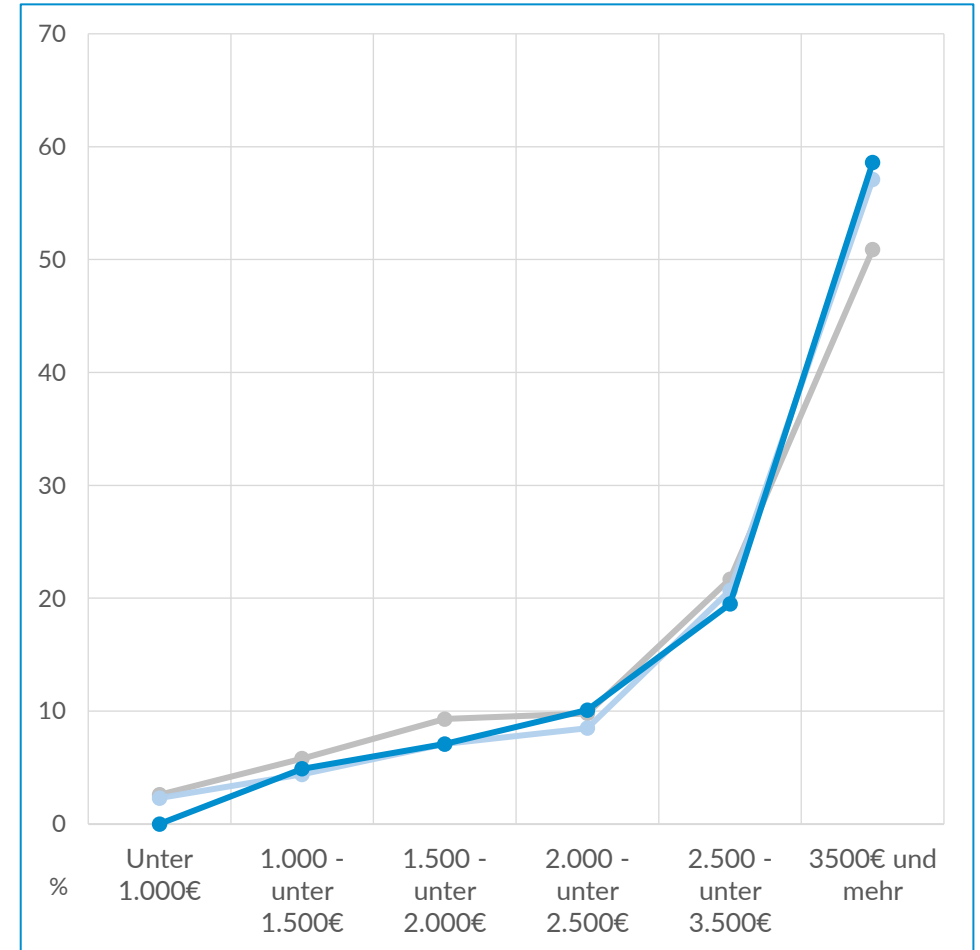
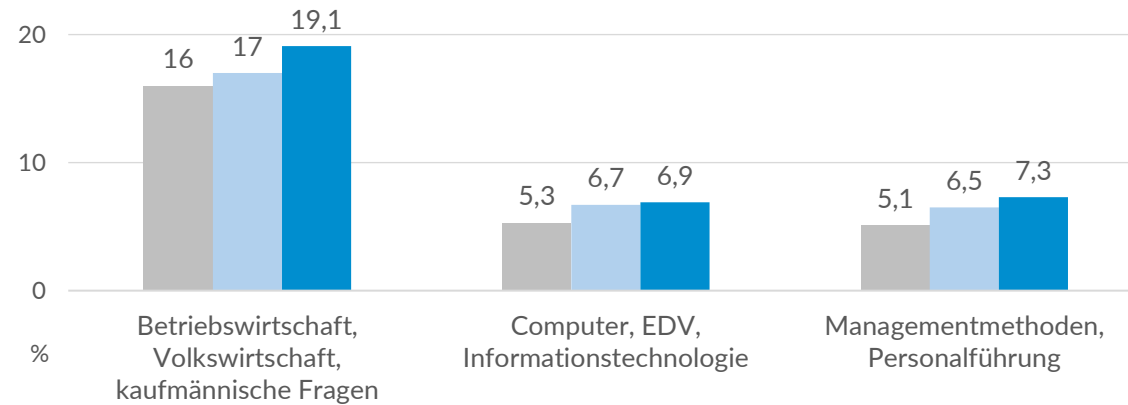
Das Alter der Interessierten im Blick: Die Basketballinteressierten sind eine eher junge Zielgruppe. Besonders ist das Interesse bei der Gruppe 20-29 Jahre gestiegen (+4,8%).



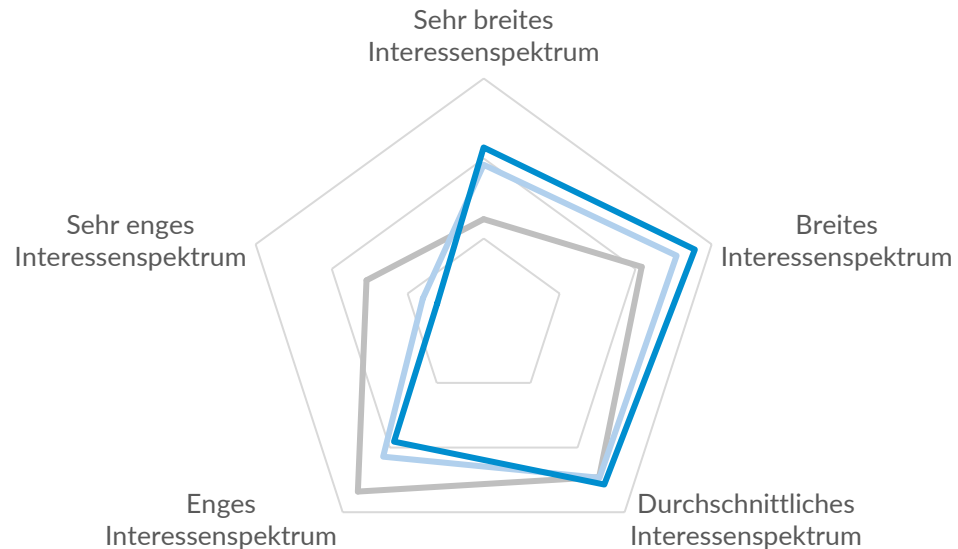
Soziodemographie: Basketballinteressierte sind in unterschiedlichen Berufsgruppen vertreten und haben ein vergleichsweise hohes Haushaltsnettoeinkommen

Die Basketballinteressierten sind in nahezu allen beruflichen Gruppen vertreten. Ein Großteil arbeitet in **betriebswirtschaftlichen Berufen**. Auch der Bereich Personalführung ist überdurchschnittlich stark vertreten.

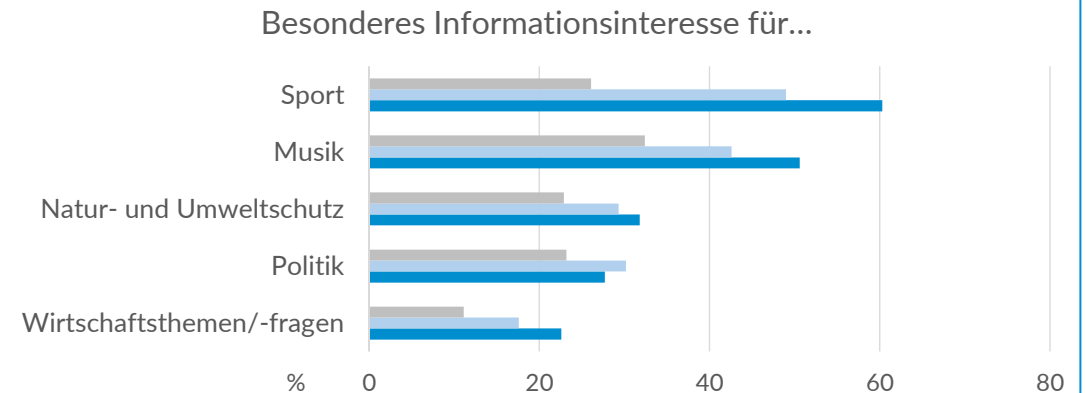
Das monatliche **Haushaltsnettoeinkommen** der Basketballinteressierten liegt vergleichsweise etwas höher als in der Gesamtbevölkerung.



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

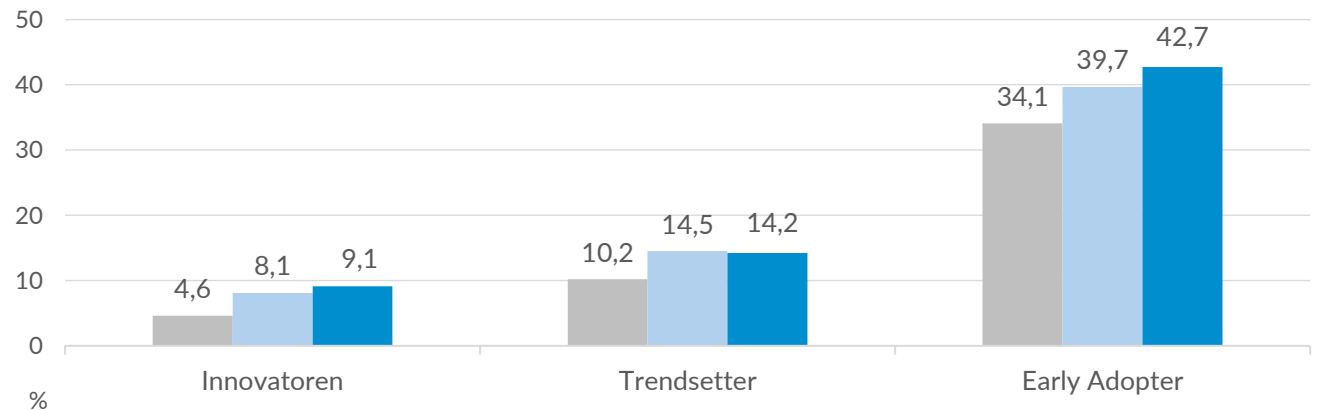
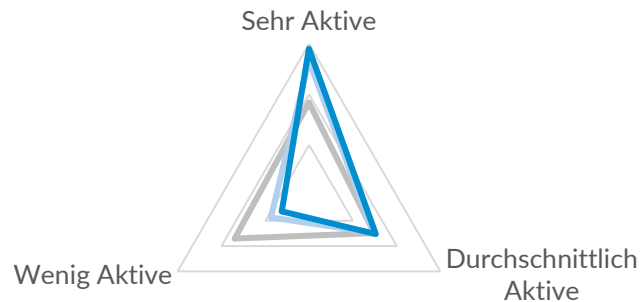
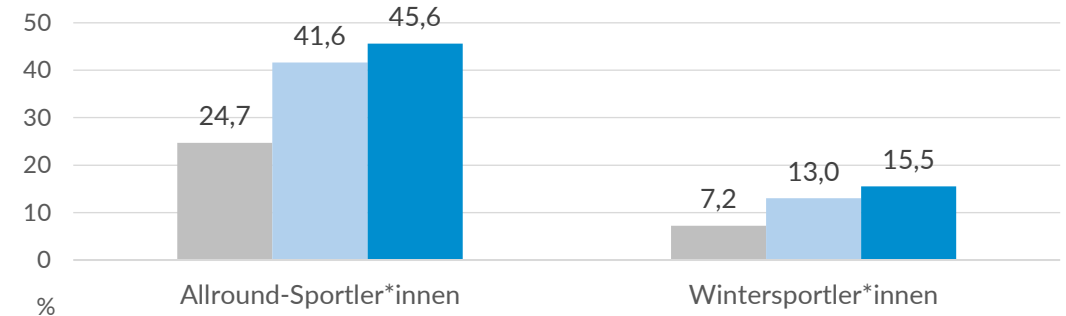


Basketballinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Musik**. Auch die Nutzung des **Internets** sowie **Natur- und Umweltschutz** und **Wirtschafts- und Wissenschaftsthemen** sind für die Zielgruppe von hervorzuhebender Bedeutung.

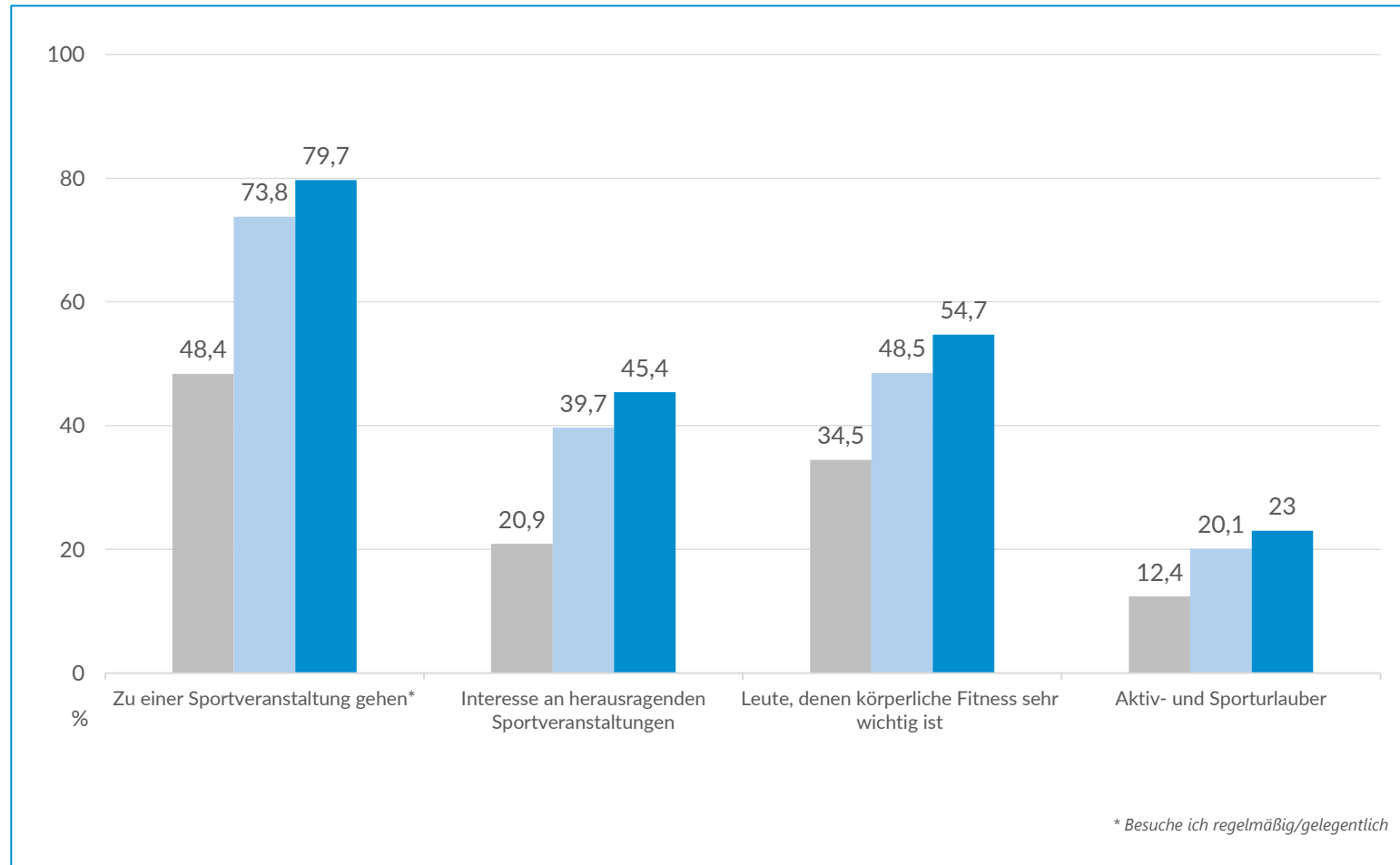


Aktivität und Innovationsorientierung: Die Basketballinteressierten sind eine sportliche und innovative Zielgruppe

Als aktive Sportler*innen zählen sie zu den **Allroundern** und sind besonders aktiv. Die Zielgruppe der Basketballinteressierten sieht sich zudem im Vergleich zur Gesamtbevölkerung als **Innovatoren** und **Trendsetter**.

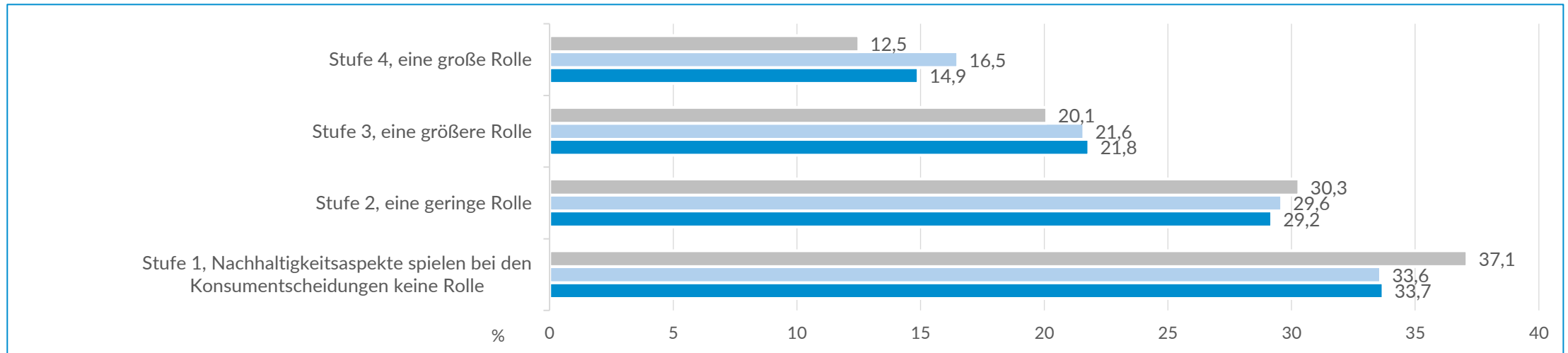


Freizeit: Die Zielgruppe verbringt ihre Freizeit gerne mit Fitness und Sportevents und interessiert sich auch für andere Sportarten



Auch das **Event- und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Basketballinteressierte gehen vergleichsweise gerne zu **Sportveranstaltungen**. Die Zielgruppe interessiert sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für Ballsportarten, wie (Beach)Volleyball, Handball, Fußball und American Football sowie Eishockey und Automobilrennsport.

Nachhaltigkeit im Fokus: Basketballinteressierte leben nachhaltig, um die Umwelt zu schonen und berücksichtigen Nachhaltigkeit in ihren Konsumentscheidungen

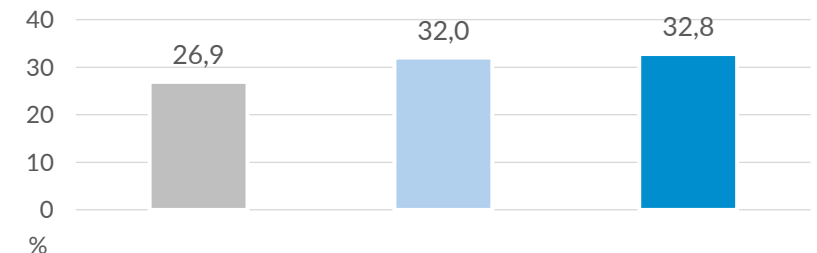


Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung achten Basketballinteressierte bei Konsumentscheidungen eher auf **Nachhaltigkeit**.

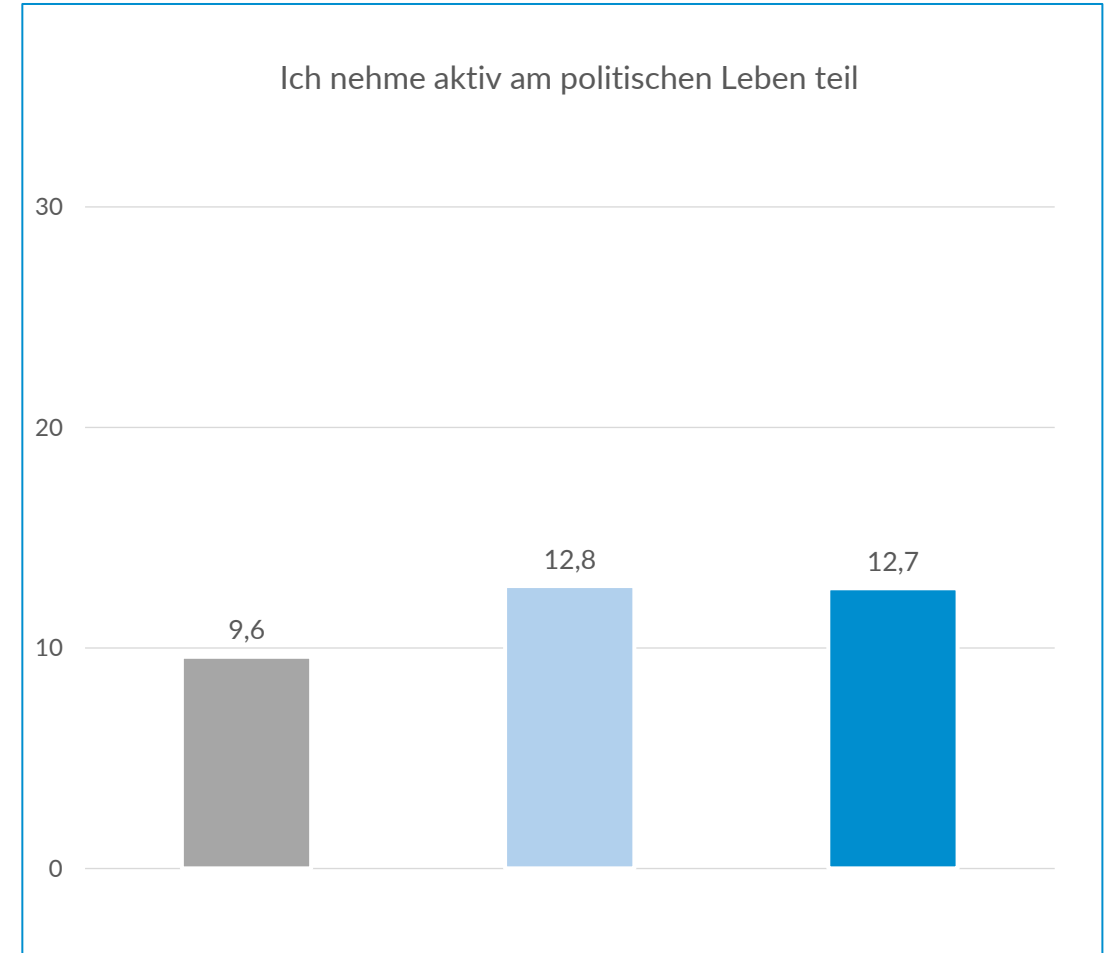
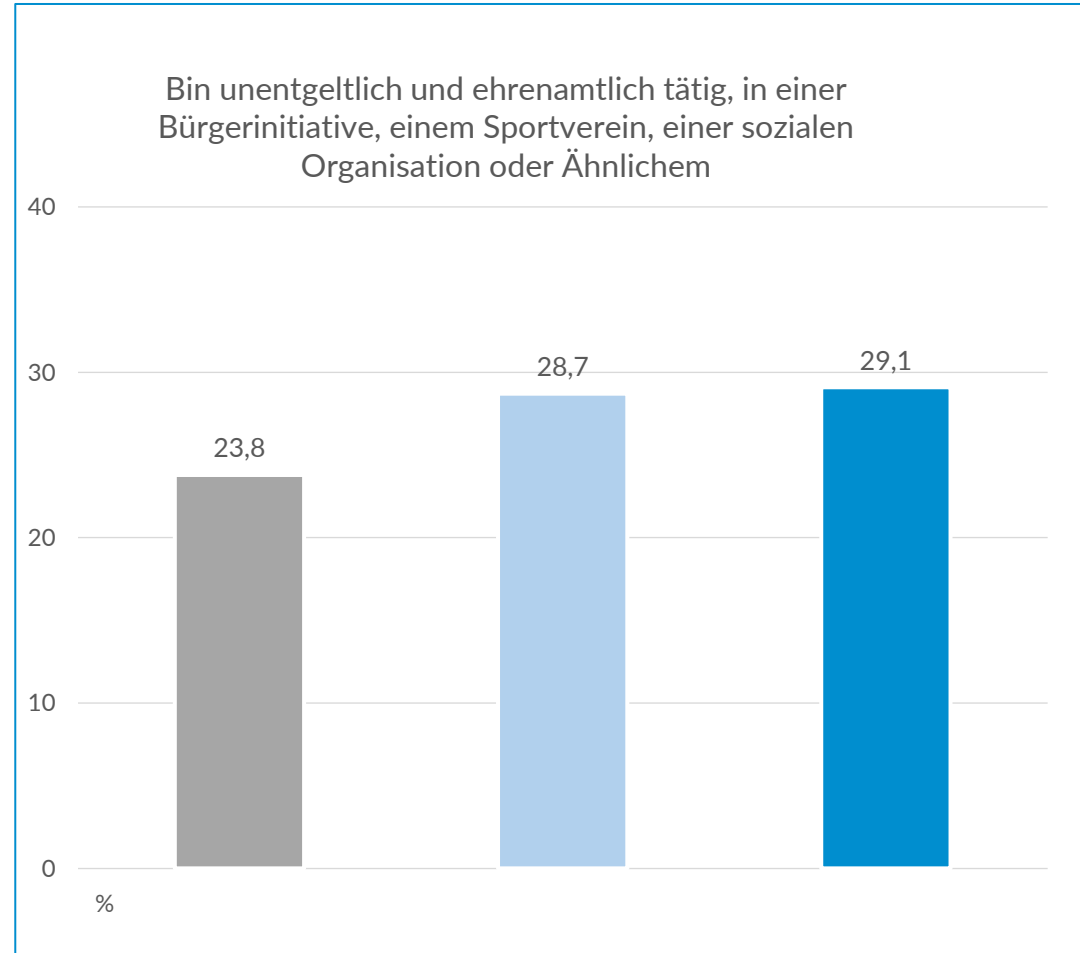
32% der Basketballinteressierten leben nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen.



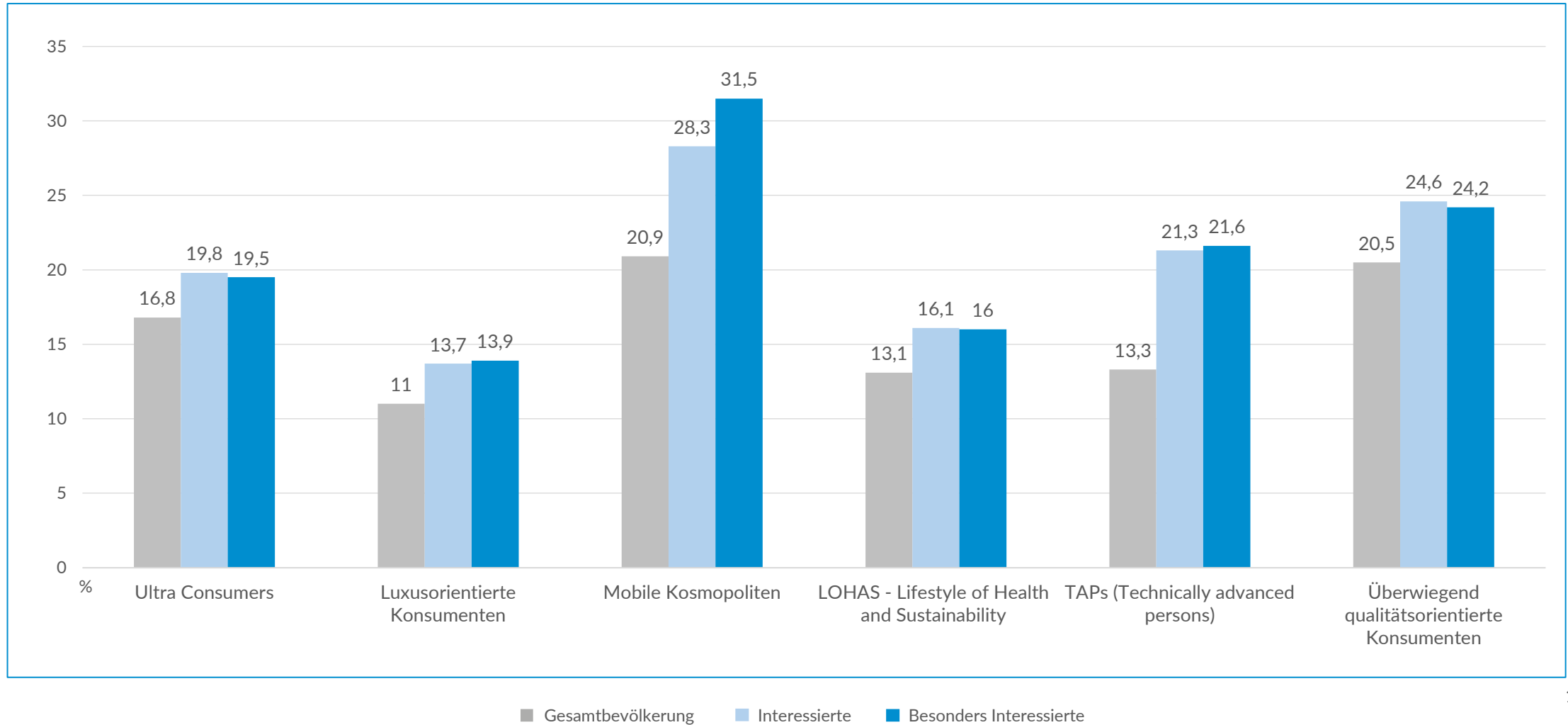
Ich lebe nachhaltig, um Umwelt und Ressourcen zu schonen



Ehrenamt: Basketballfans engagieren sich ehrenamtlich und sind politisch aktiv

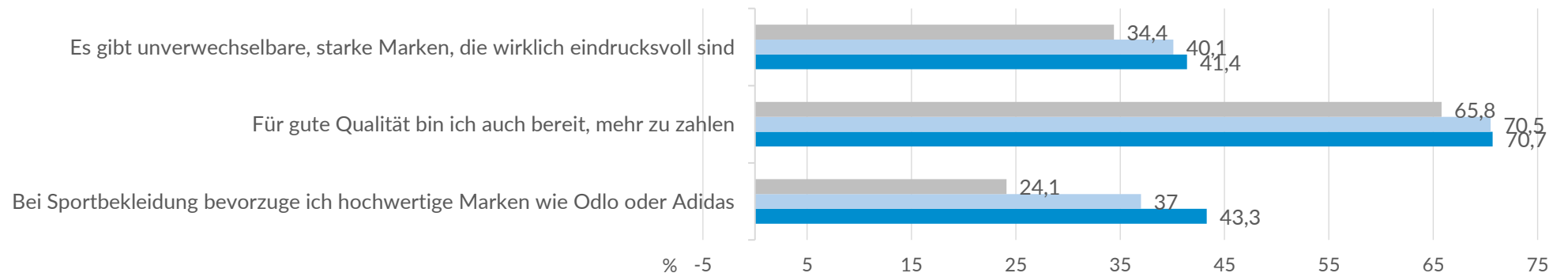
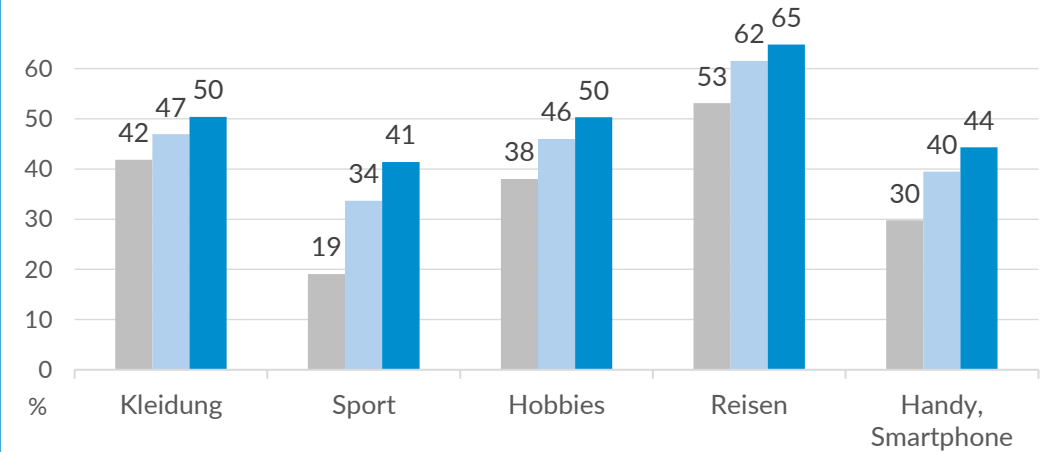


Basketballinteressierte als Konsumenten: Unter den an Basketball interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien sowie Sonderzielgruppen wieder



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

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Hobbies, Kleidung und technische Geräte, wie Smartphones ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht. Der Konsumstil und die Käufertypologie der Basketballinteressenten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld für **Marken** und **Qualität** aus.



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Basketball ist vergleichsweise groß. Mit **18,38 Mio.** ist das Basketball-Interesse in Deutschland bei der Bevölkerung ab 14 Jahren **so groß wie noch nie**.
- Sponsoren treffen im Basketball auf ein vergleichsweise junges Publikum. Zudem sind sie verhältnismäßig gut **gebildet**, arbeiten in unterschiedlichen Berufsfeldern und verfügen im Vergleich über ein hohes **Haushaltsnettoeinkommen**.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **breites Interessenspektrum** (Sport, Musik, Natur, Wirtschaft, Politik) und ist sportlich **sehr aktiv**. Neben zahlreichen Freizeitbeschäftigungen besucht die Basketballzielgruppe überdurchschnittlich gerne **Events/Sportveranstaltungen**.
- Basketballinteressierte Menschen sind außerdem überdurchschnittlich **technikversiert, kosmopolitisch** und **Trendsetter**. Sie achten als Konsumenten auf **Marken** und **Qualität**. **Nachhaltigkeit** spielt im Alltag eine bedeutende Rolle.

