

# Radsport

## Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

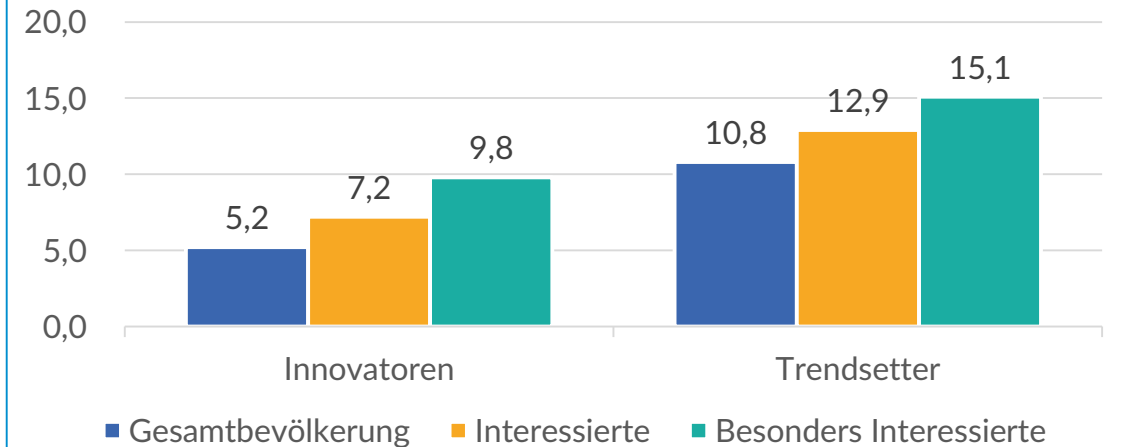
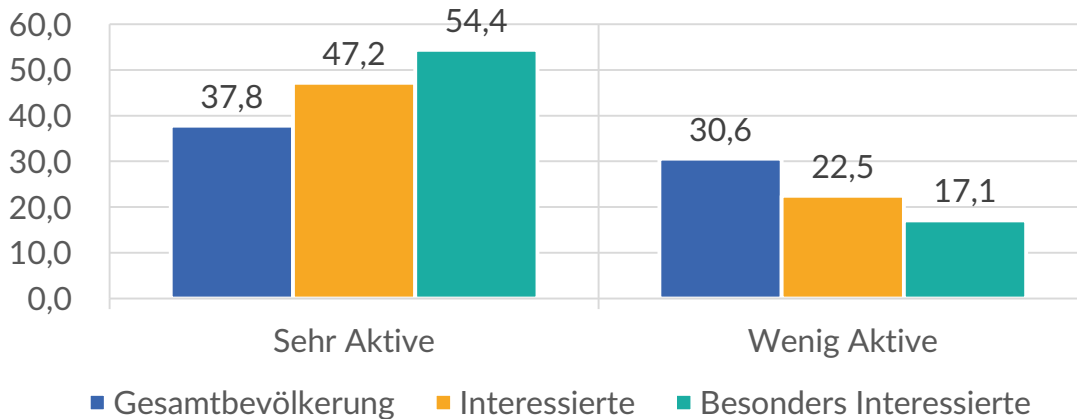
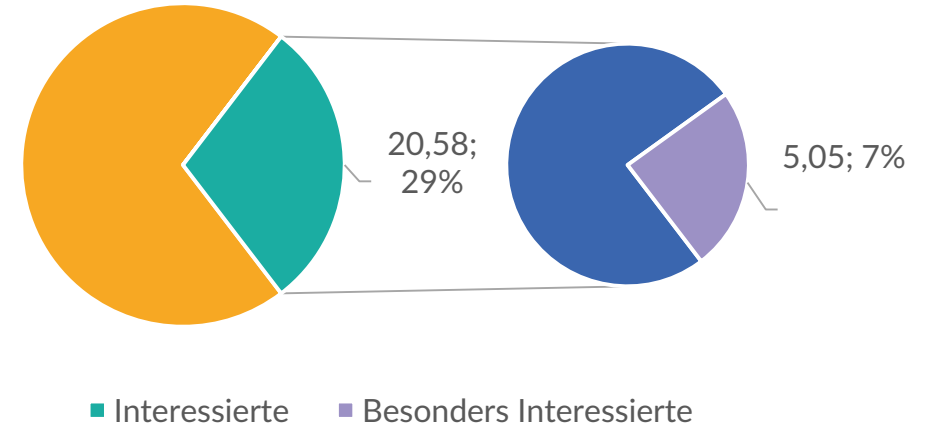
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2018  
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,45 Mio.)



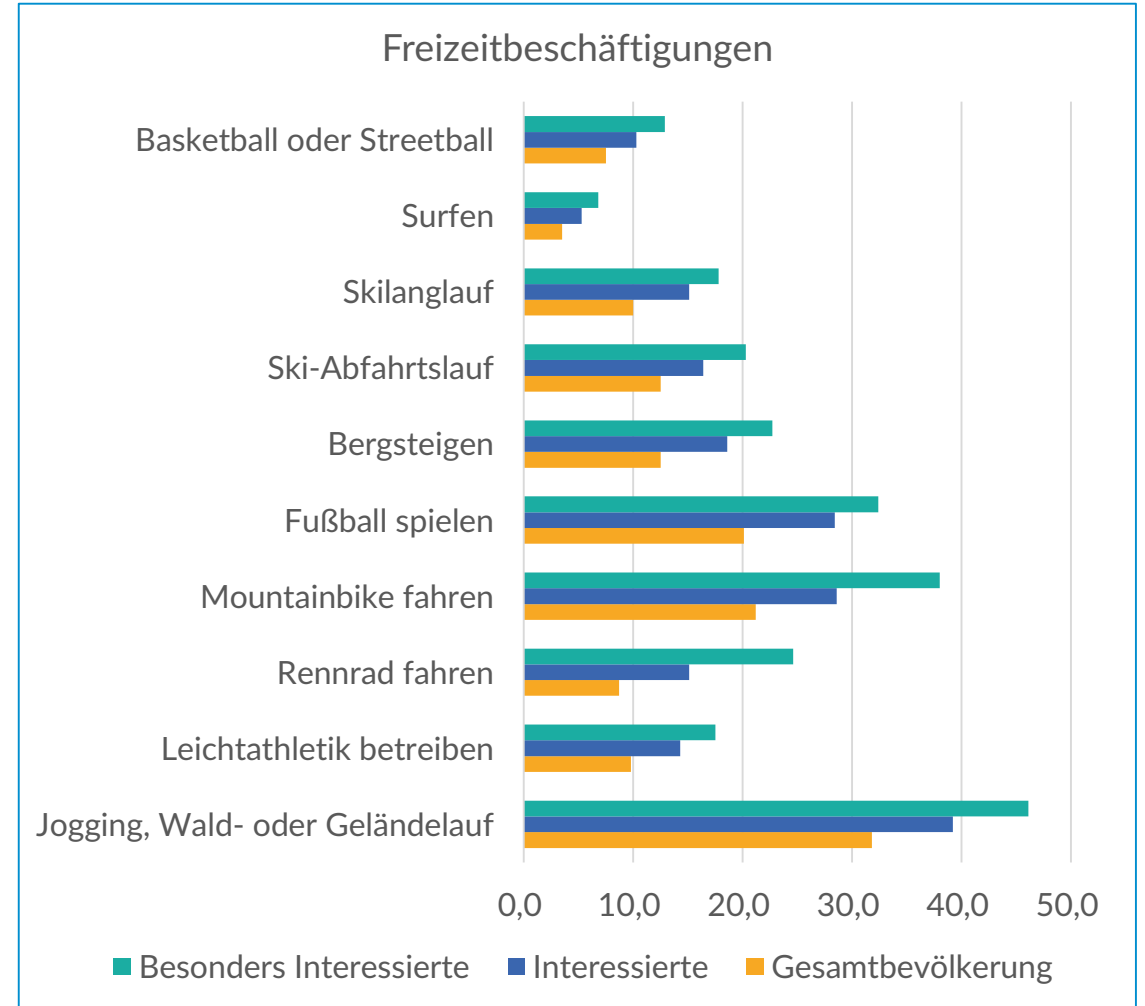
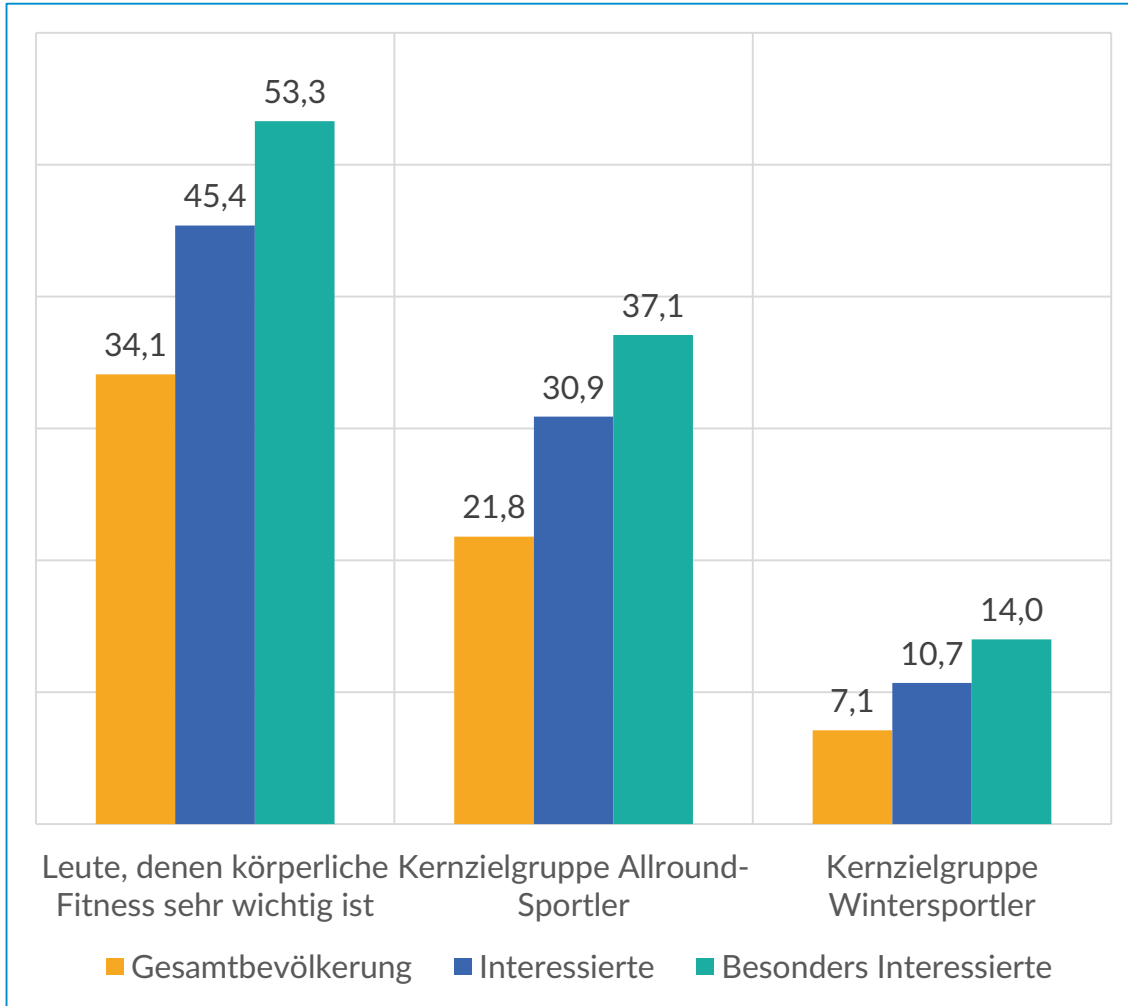
**Soziodemographie:** Fast ein Drittel der Deutschen interessiert sich für Radsport. Die Zielgruppe ist sehr aktiv und zeichnet sich durch ihr besonderes Interesse an Innovationen und Trends aus.

In Deutschland interessieren sich **20,58 Mio.** Menschen für den Radsport, was **29%** der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren entspricht. Davon sind 5,05 Mio. Menschen sogar ganz besonders interessiert (7% der Bevölkerung). Ein Drittel der radsportinteressierten Menschen in Deutschland sind dabei weiblich (34,6%).

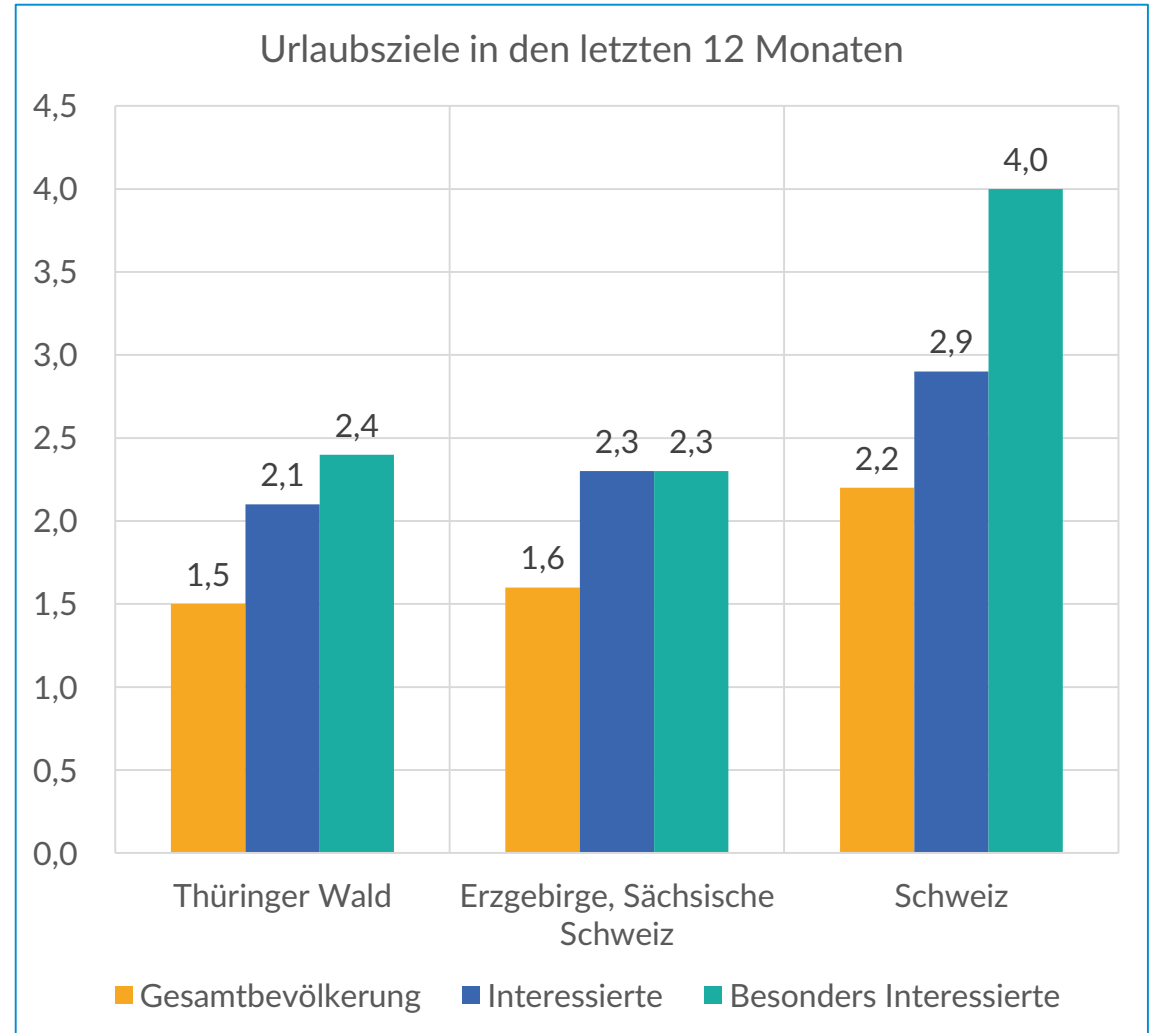
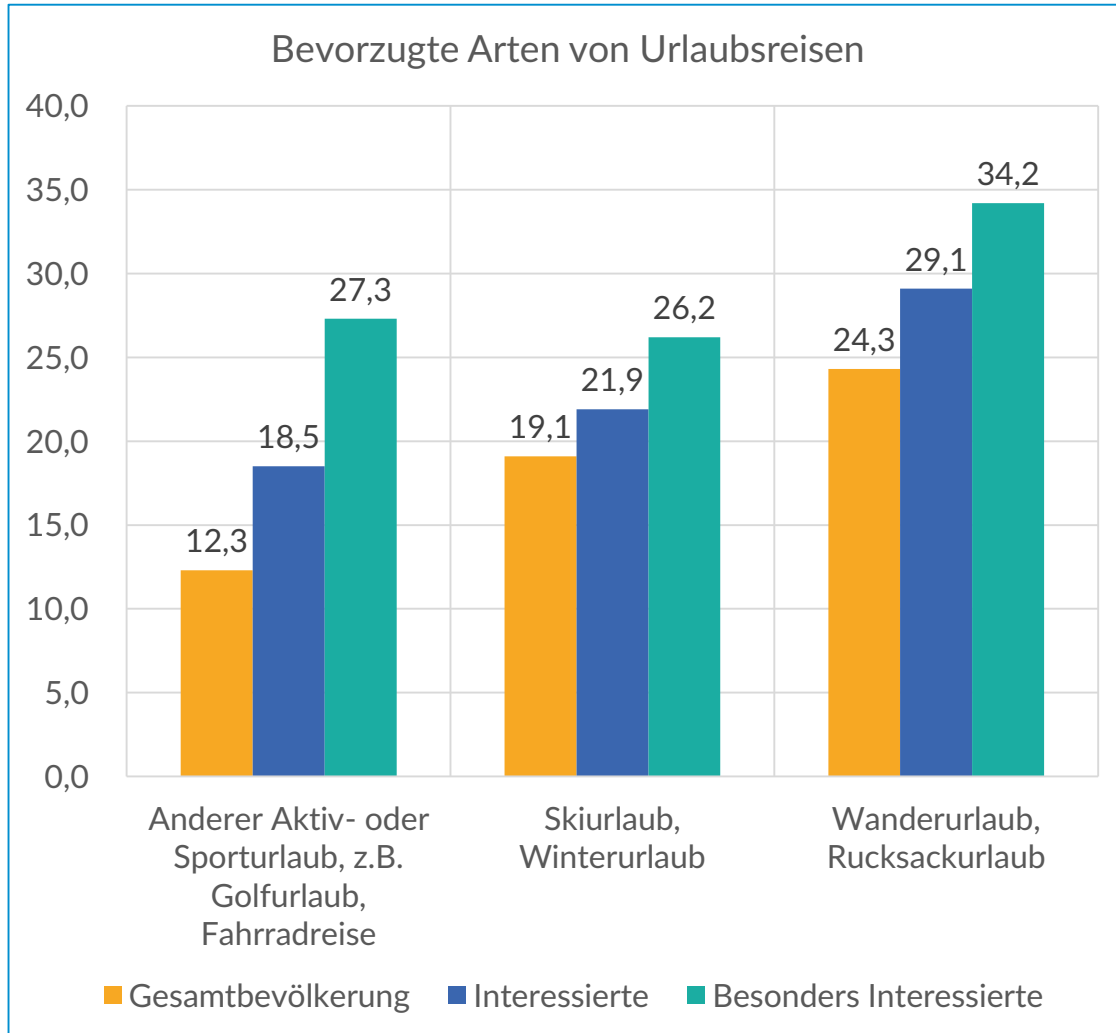
Unter ihnen findet sich ein deutlich erhöhter Anteil von **Innovatoren** und **Trendsettern**. Außerdem sind die Radsportinteressierten überdurchschnittlich **aktiv**.



**Interessen und Vorlieben:** Radsportinteressierte Menschen sind große Sport- und Fitnessliebhaber – und das ganzjährig.



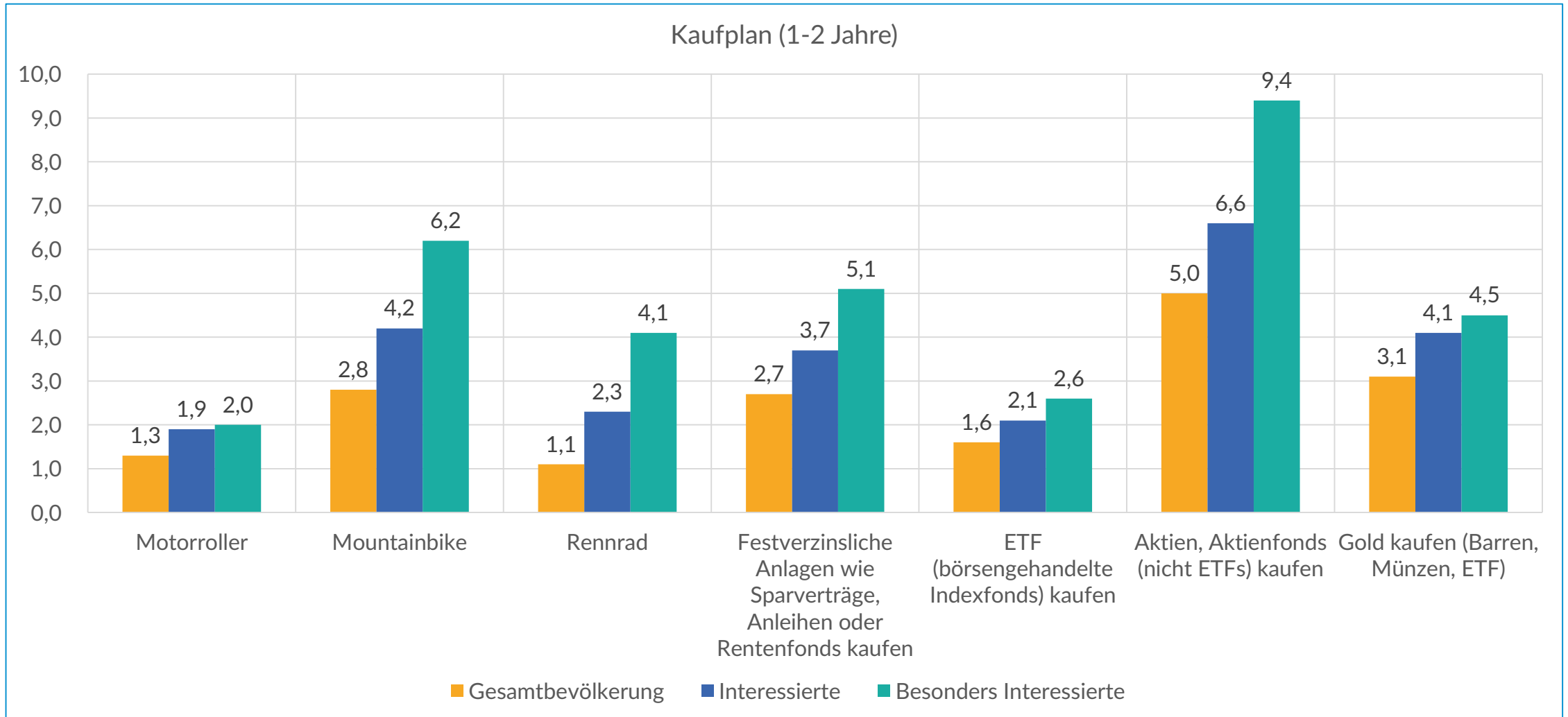
**Interessen und Vorlieben:** Auch in den Urlaubsvorlieben der Zielgruppe spiegelt sich ihre besondere Aktivität und Sportaffinität wider



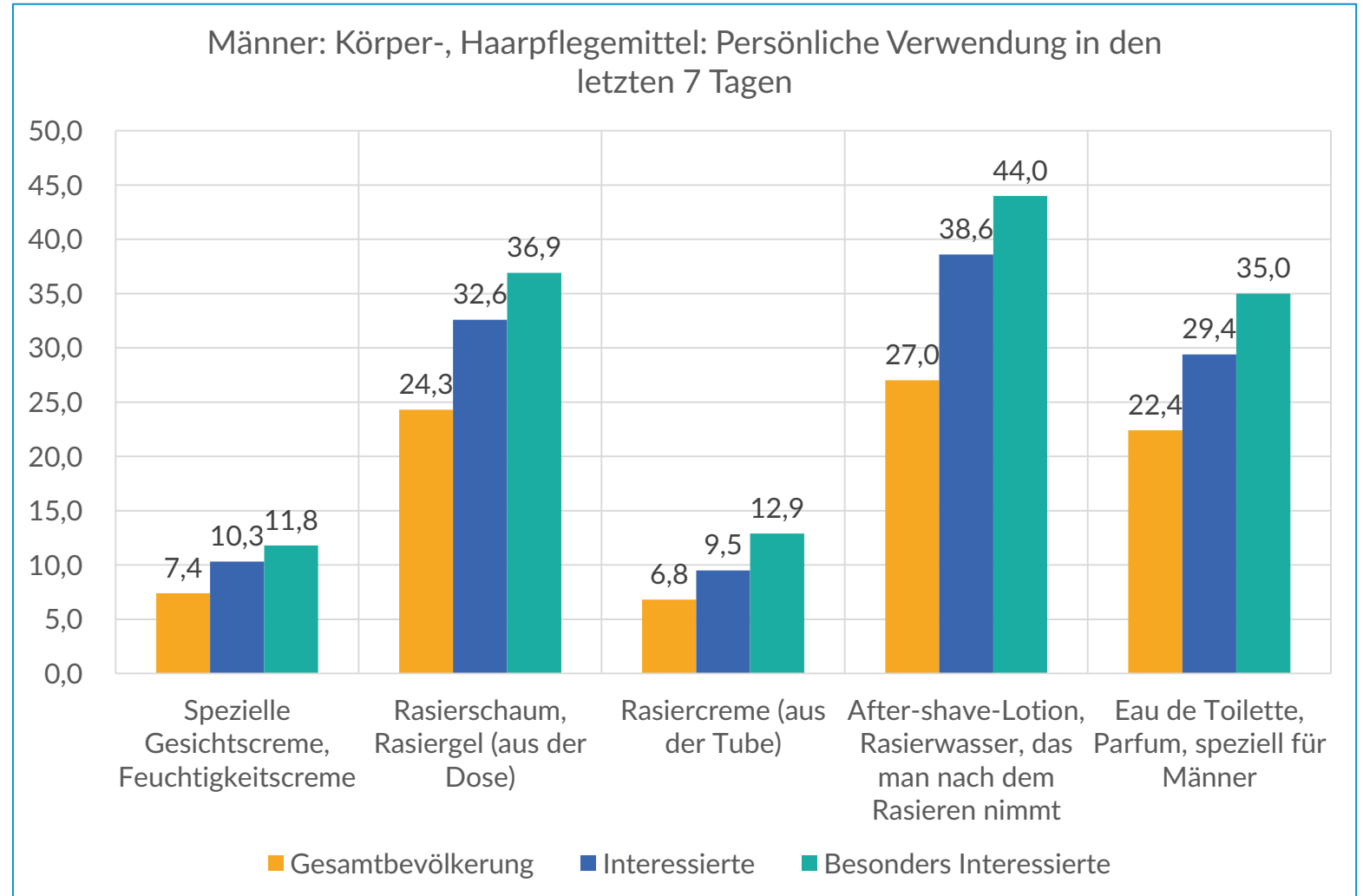
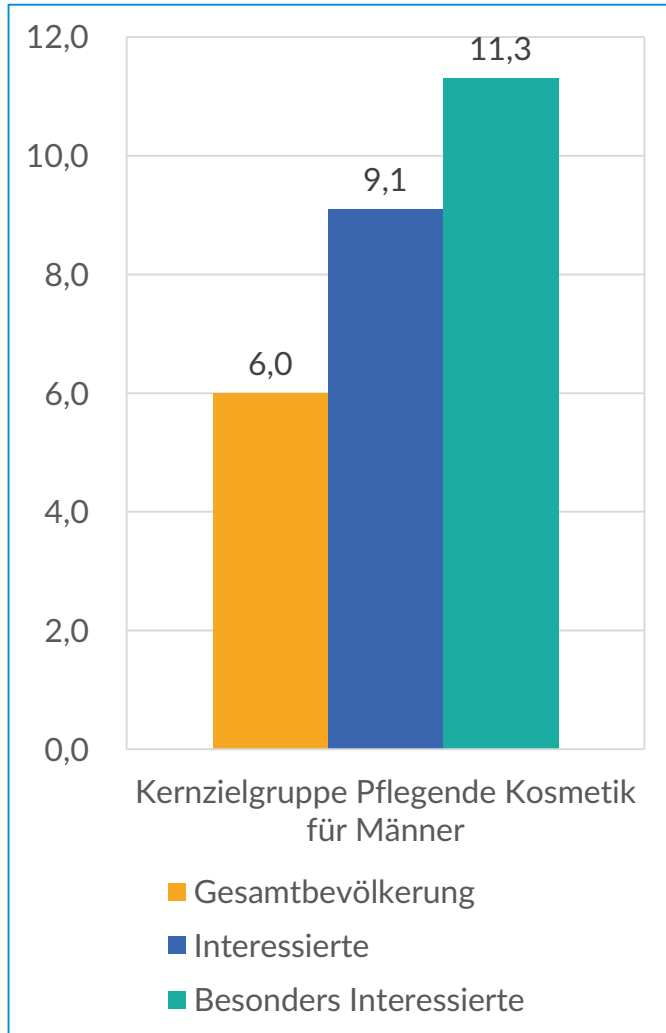
**Interessen und Vorlieben:** Interessanterweise hat die Zielgruppe auch ein erhöhtes Interesse an Autos und Motorrädern sowie Wirtschafts- und Finanzthemen



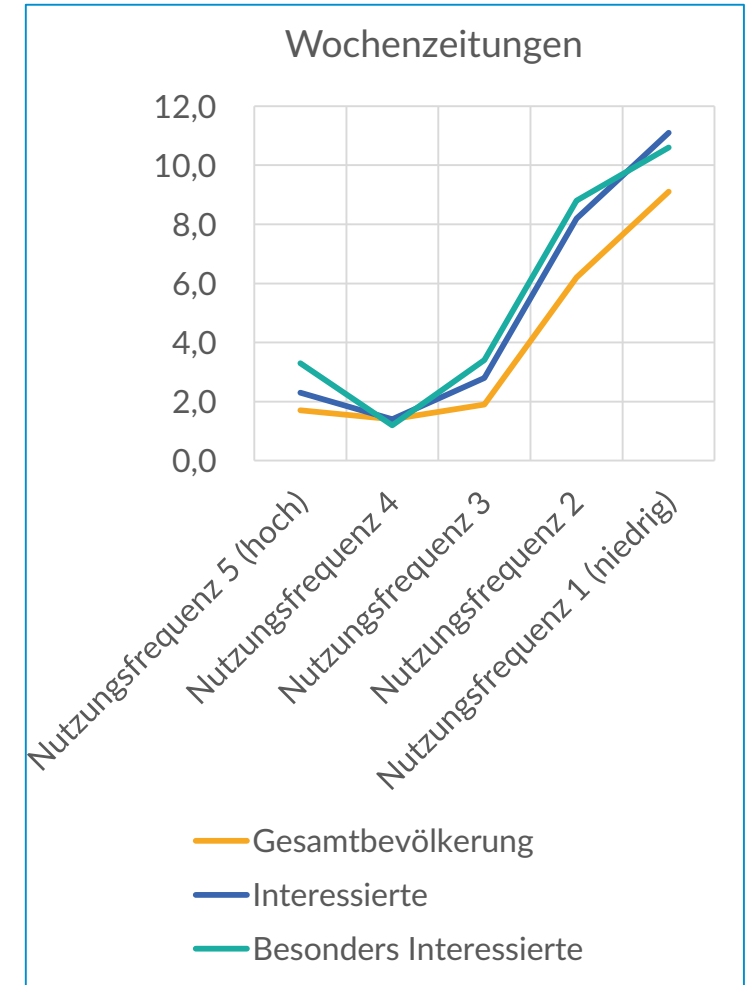
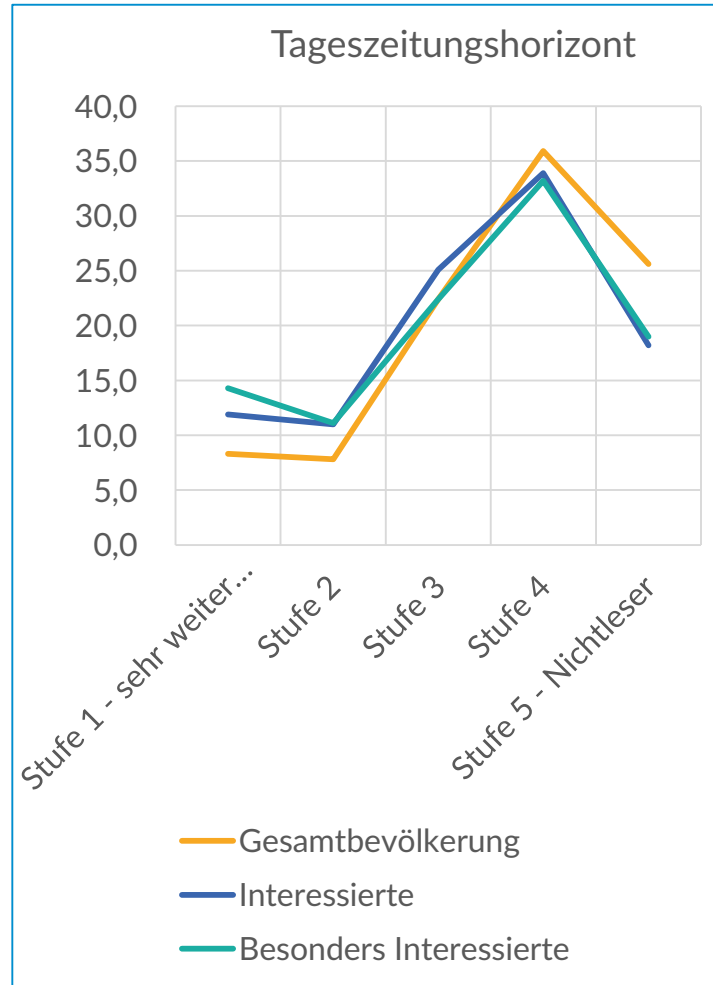
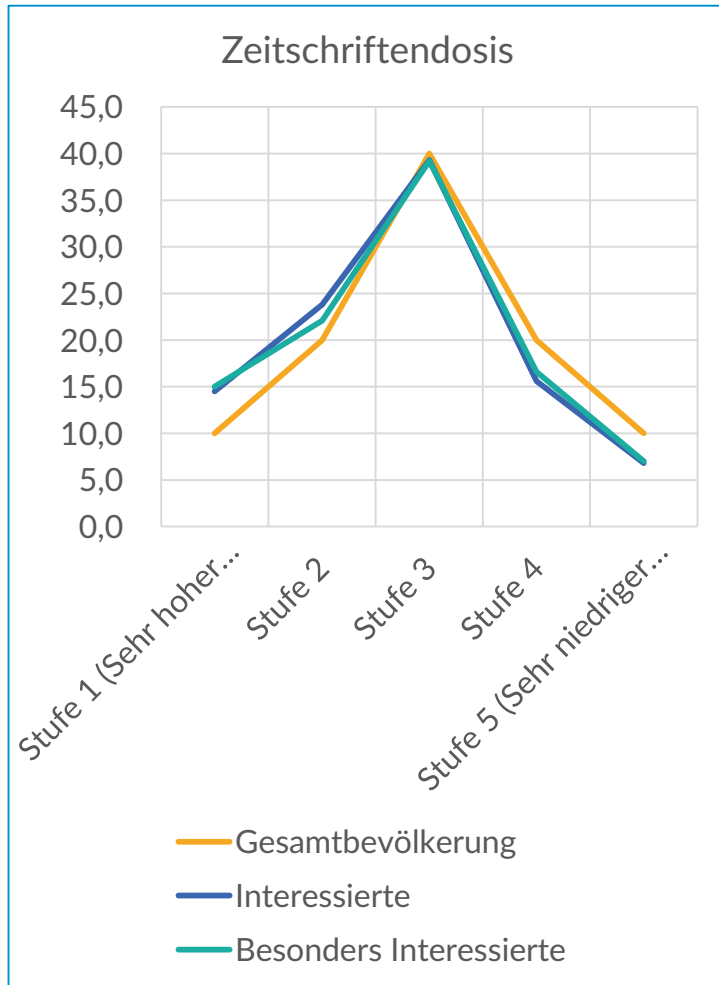
**Die Zielgruppe als Konsumenten:** Kennt man die besonderen Interessen der Zielgruppe, überraschen auch die erhöhten Kaufabsichten für Zweiräder und Finanzprodukte nicht mehr



## Die Zielgruppe als Konsumenten: Interessant ist auch die besondere Nachfrage der radspportinteressierten Menschen nach Pflegeprodukten für Männer



## Mediennutzung der Zielgruppe: Die Printaffinität der Zielgruppe ist vergleichsweise hoch





## Zusammenfassung der Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen

- Fast **ein Drittel der Bevölkerung** ab 14 Jahren in Deutschland interessiert sich für den Radsport. Auch wenn die Zielgruppe überwiegend männlich ist, stellen Frauen doch immerhin ein Drittel der radsportinteressierten Menschen.
- Die Radsportinteressierten zeichnen sich durch ein besonderes **Fitnessbewusstsein** und **sportliche Aktivitäten** aus. Dieses zeigt sich u.a. auch in ihren bevorzugten **Urlaubszielen**. Die Sport- und Tourismusbranche dürfte sich diese Zielgruppe also beispielsweise genauer angucken.
- Neben den sportlichen Aktivitäten hat die Zielgruppe interessanterweise auch ein vergleichsweise hohes Interesse an **Autos** und **Finanzprodukten**. Dieses mündet z.B. in gesteigerten Kaufabsichten für Geldanlagen. Aber auch **Pflegeprodukte** für Männer stehen bei der Zielgruppe hoch im Kurs. Für Unternehmen, die derartige Produkte anbieten, sind die Radsportinteressierten also ebenfalls eine besonders spannende Zielgruppe.
- Sponsoren sollten dabei berücksichtigen, dass die **Printaffinität** der Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung relativ stark ausgeprägt ist.



**VSA** VEREINIGUNG  
SPORTSPONSORING-ANBIETER