

Basketball

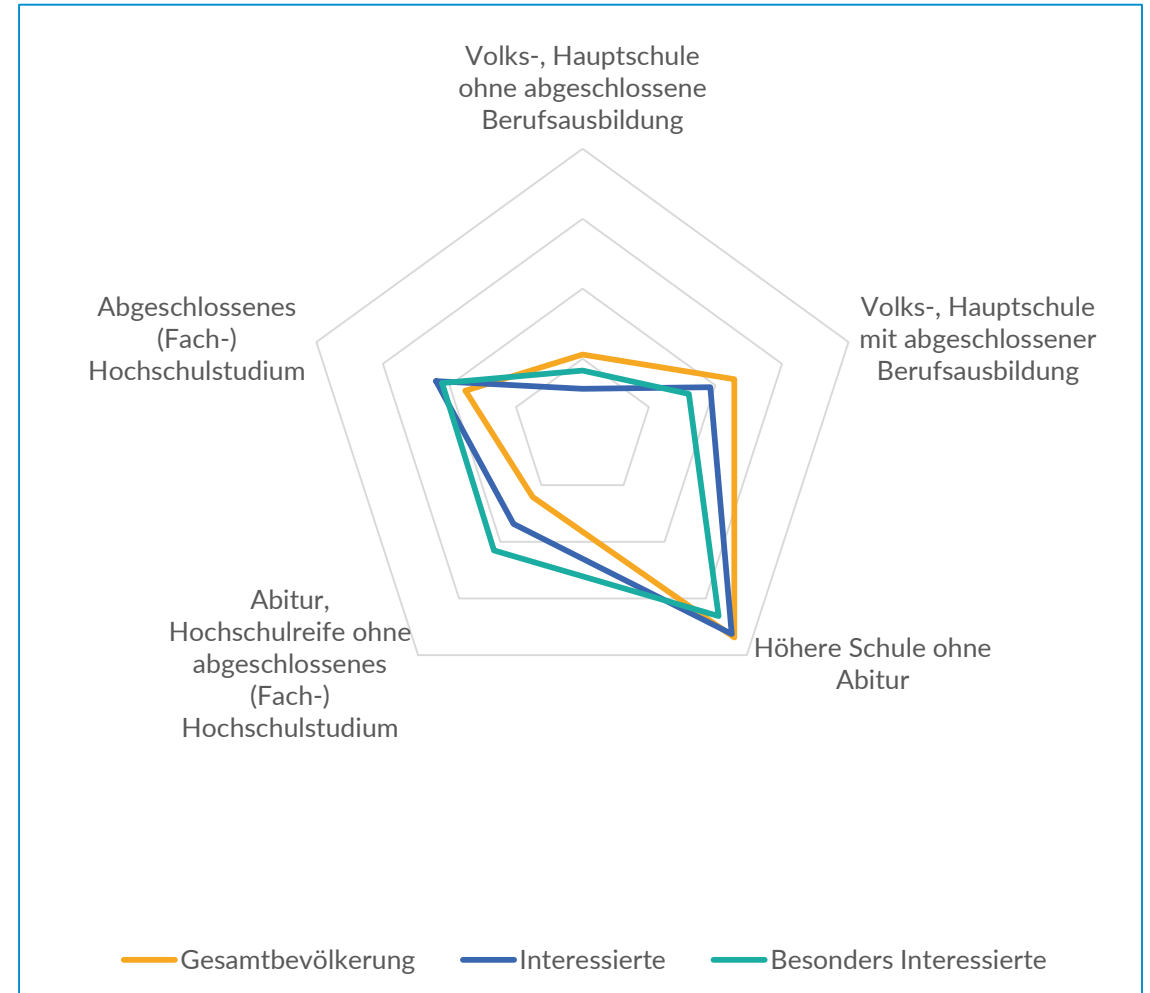
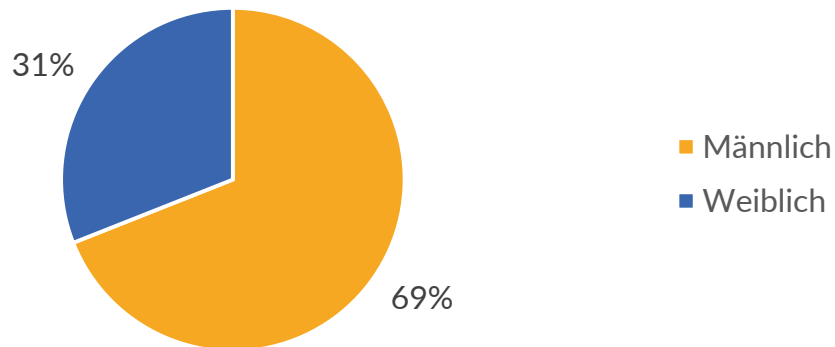
Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

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

Soziodemographie: Sponsoren treffen im Basketball auf eine verhältnismäßig große und gut gebildete Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich **16,08 Mio.** Menschen und damit **23%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Basketball. 2,92 Mio. (4%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mehr als ein Drittel der Zielgruppe.

Basketballinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau**: während nur 18% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Basketballinteressierten immerhin 22%.

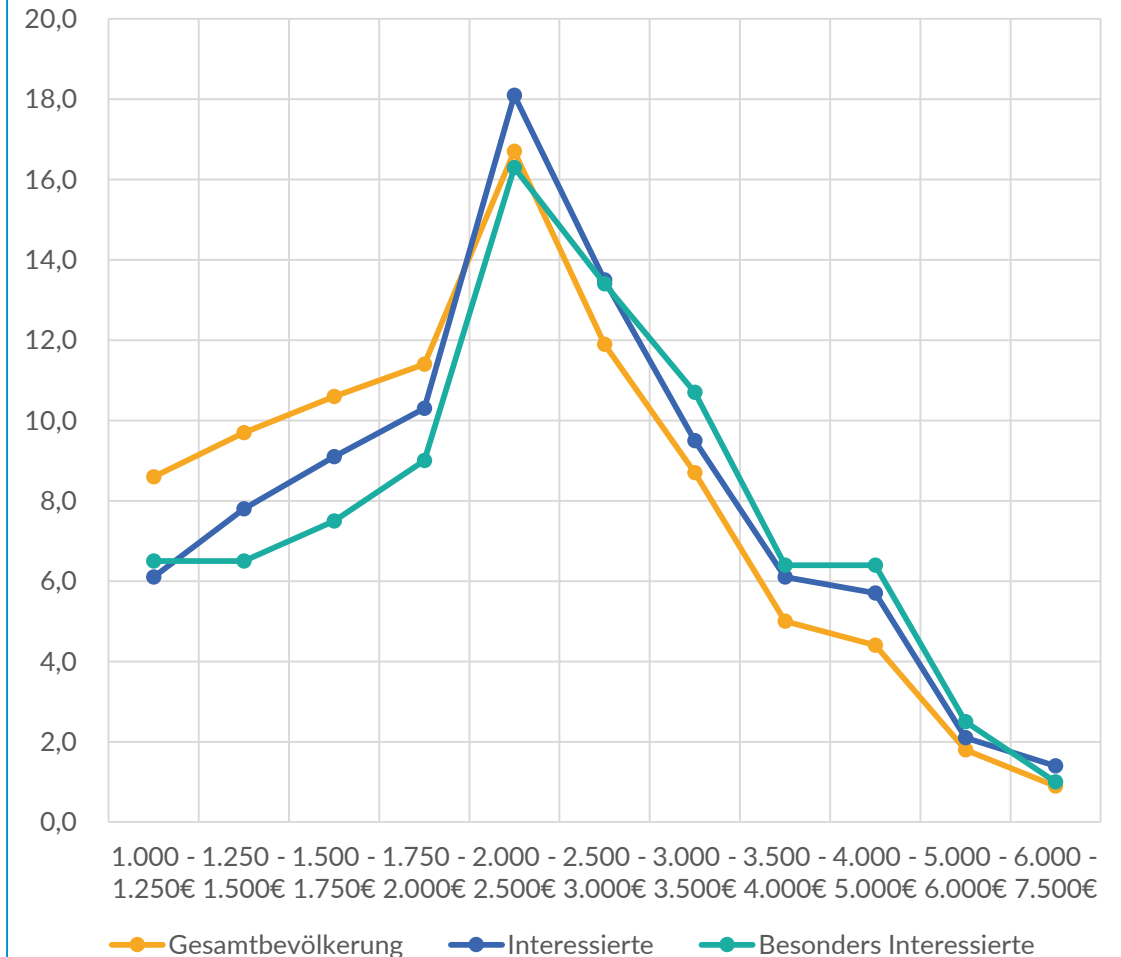
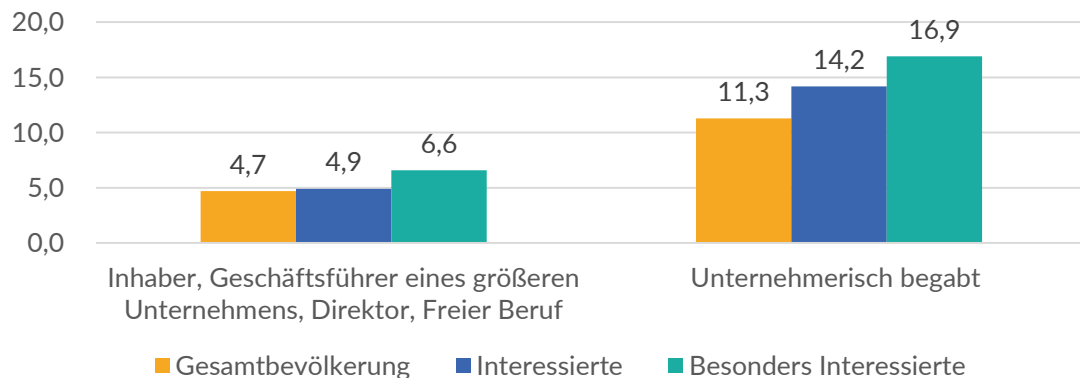


Soziodemographie: Basketballfans sind in Führungspositionen und unternehmerisch begabt

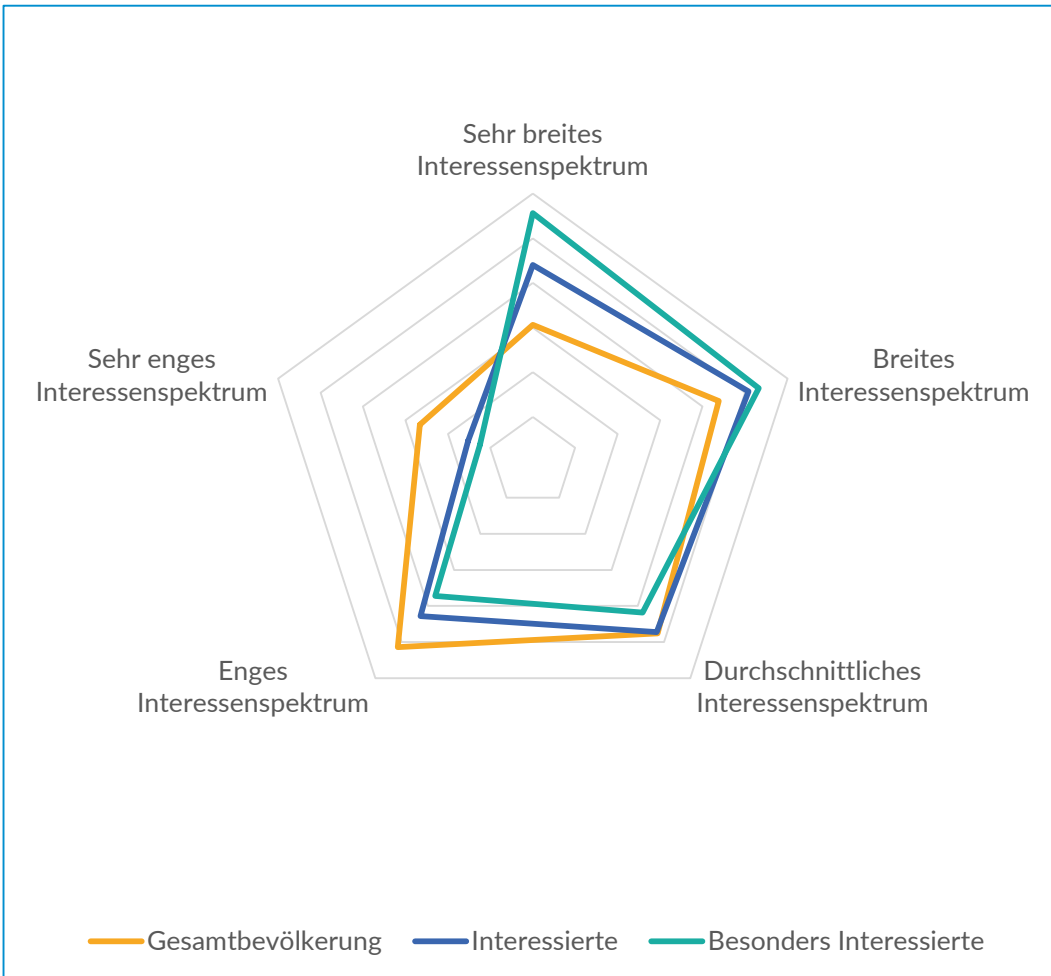
Der Anteil der Personen in **beruflichen Führungspositionen** ist unter den Basketballinteressierten überdurchschnittlich viel höher als in der Gesamtbevölkerung, bei den Basketballfans liegt der Index bei 141.

Ein erhöhter Wert liegt außerdem bei dem Anteil der **unternehmerisch Begabten** unter den Basketballfans vor.

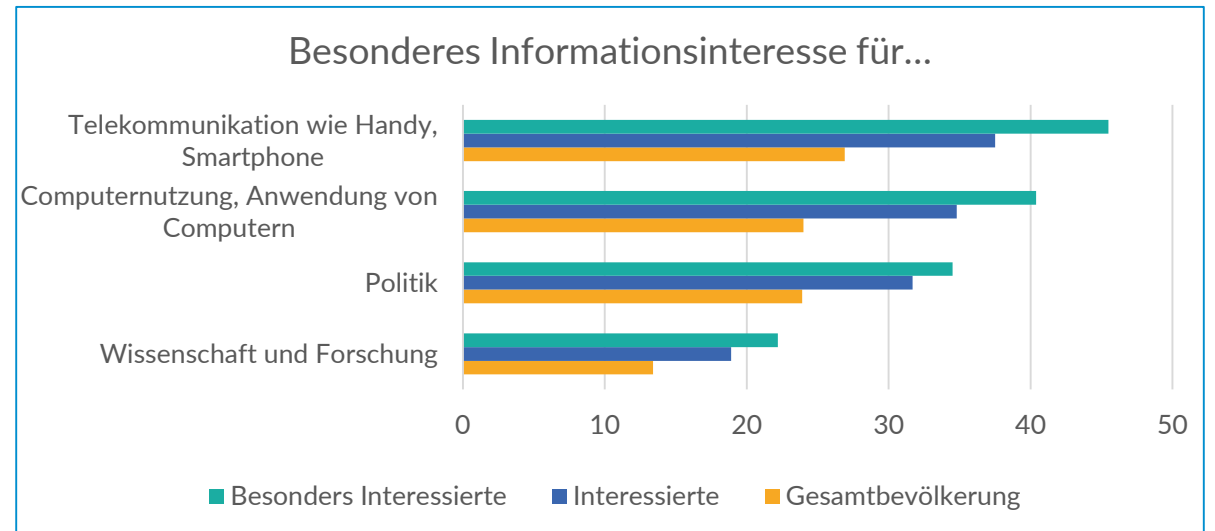
Entsprechend ist das monatliche Haushaltsnettoeinkommen der Basketballinteressierten vergleichsweise höher als in der Gesamtbevölkerung.



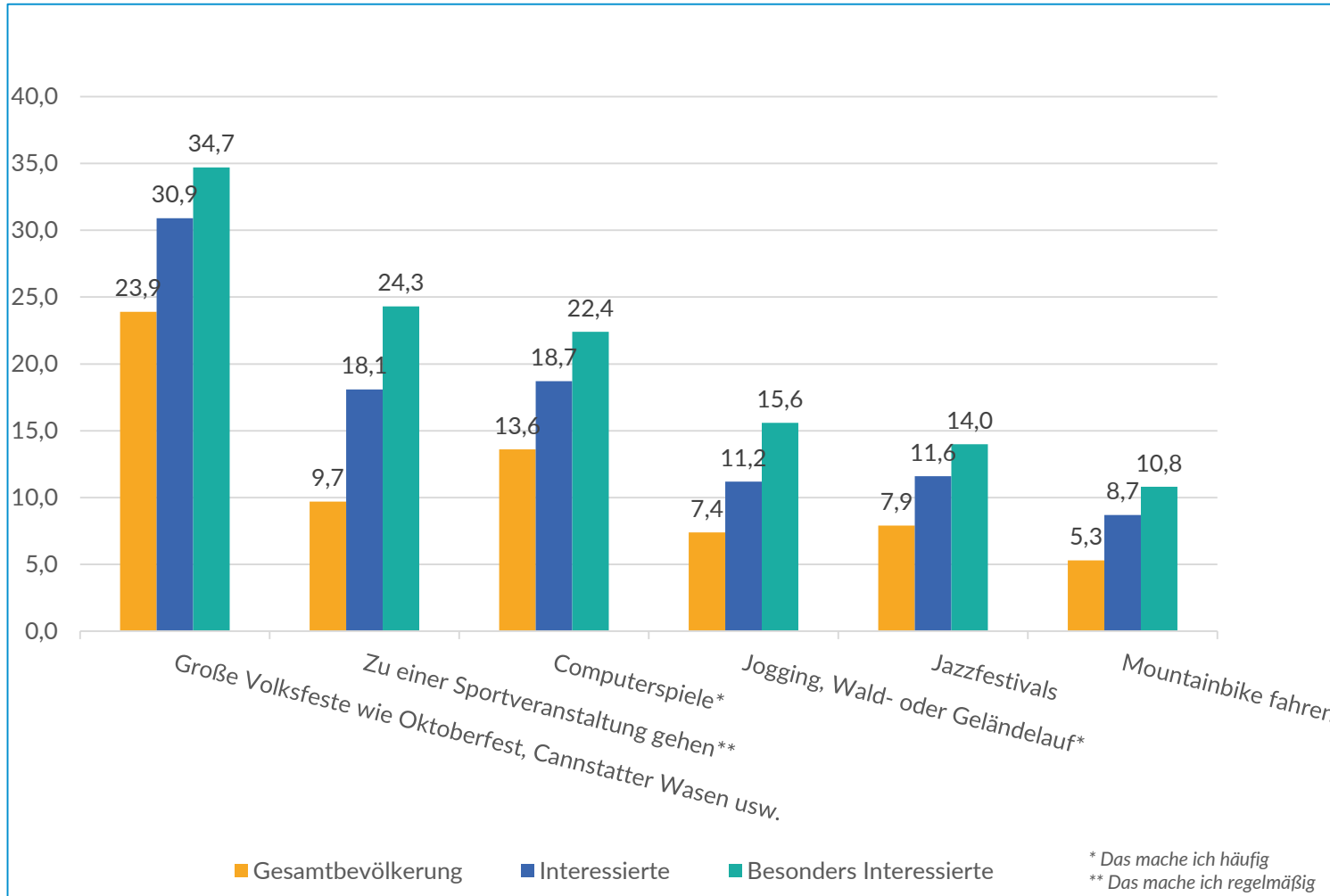
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Unterhaltungsbereich



Basketballinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Handys, Smartphones**, aber auch an der Nutzung von **PCs**, an **Politik** und **Wissenschaft und Forschung**. Außerdem besteht ein erhöhtes Interesse an **Kino, Musik, Natur- und Umweltschutz** sowie **Autos/Autotests** und **Motorrädern**.



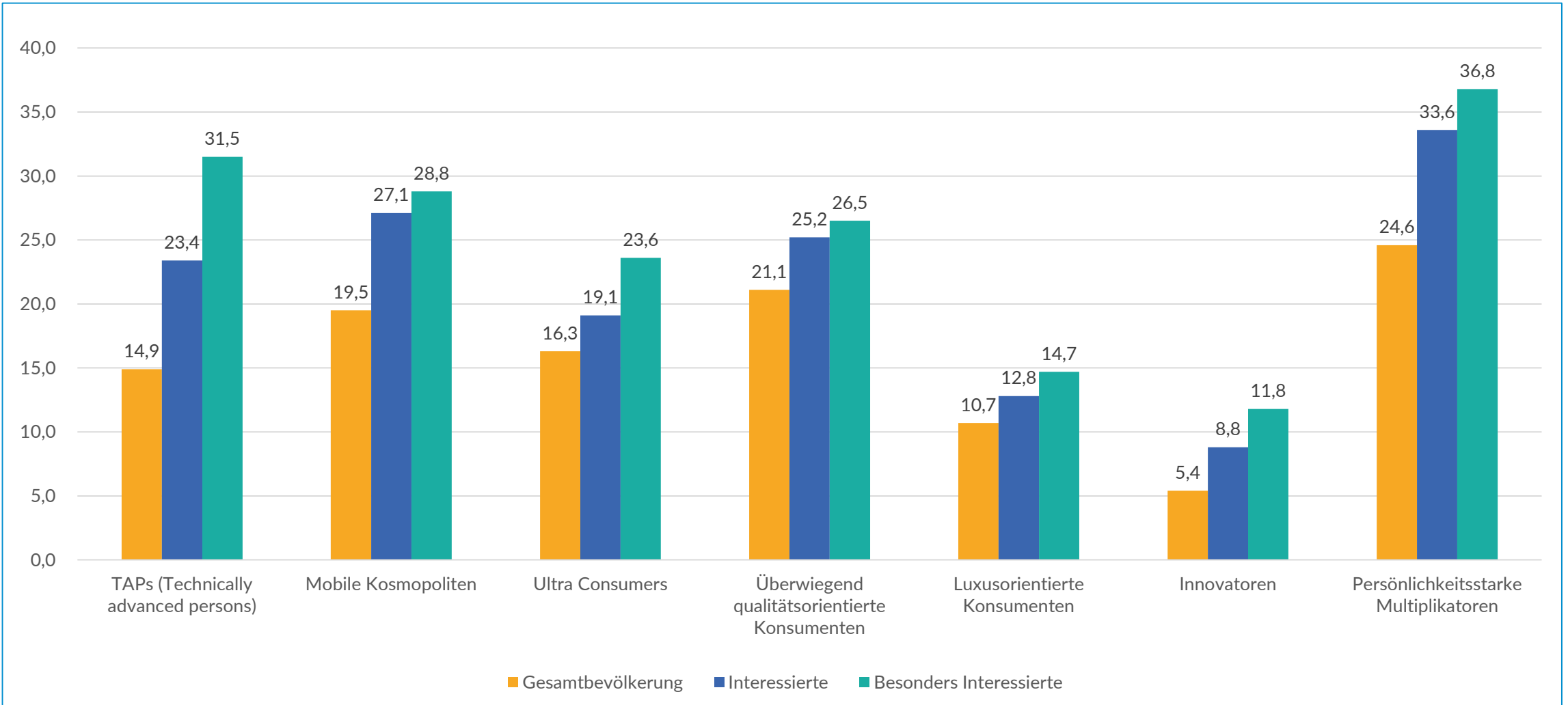
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Kultur und Sport sind von besonderer Relevanz



Auch das **Event-, Musik und Bewegungsinteresse** der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Die Zielgruppe geht vergleichsweise gerne zu großen Volksfesten sowie Konzerten. Daneben beschäftigen sich die Basketballfans gerne in ihrer Freizeit im Fitnessstudio und mit Computerspielen. Sie gehen außerdem gerne in Freizeitparks.

Im Hinblick auf andere Sportarten interessiert sich die Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für American Football, (Beach-)Volleyball, Eishockey, Handball, Snowboard, und Tischtennis. Selbst aktiv werden die Basketballinteressierten darüber hinaus vergleichsweise gerne in der **Natur** auf dem **Mountainbike** und oder beim Joggen.

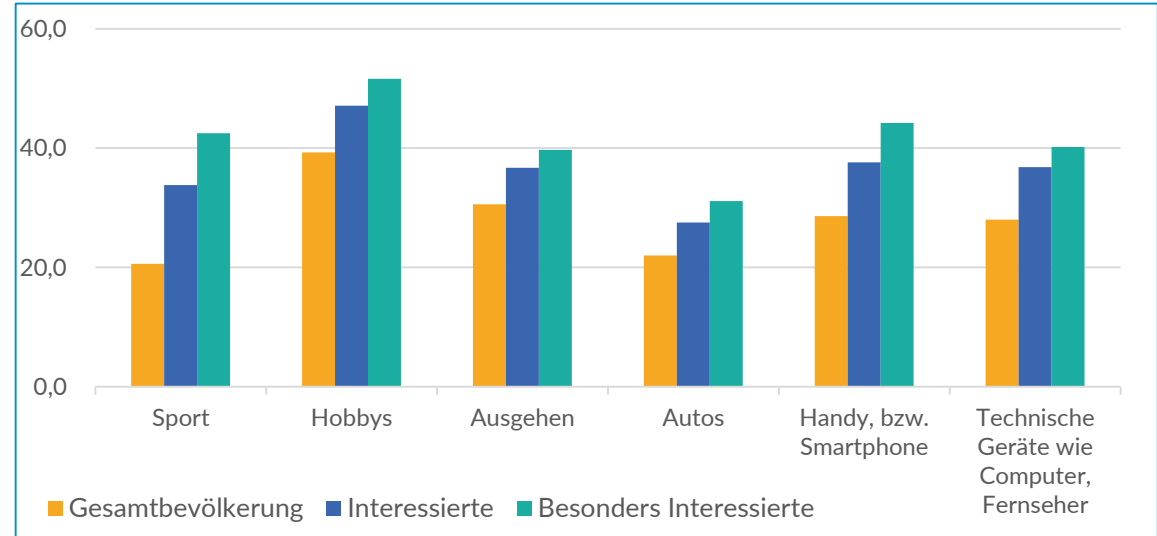
Die Basketballinteressierten als Konsumenten: Unter den an Basketball interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder



Die Basketballinteressierten als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Hobbys und Freizeitbeschäftigung sowie Markenaffinität als zentraler Konsumstil

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Hobbys, Ausgehen, Autos, Smartphones, Computer und Fernseher ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht.

Der Konsumstil und die Käufertypologie der Basketballinteressenten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld aus für **Marken** und „das beste vom Besten“. Neben der Überzeugung, dass für Marken mehr ausgegeben werden kann, versuchen Basketballfans auch, bei technischen Neuerungen **auf dem Laufenden** zu bleiben.



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Basketball ist vergleichsweise groß und größtenteils männlich. Sponsoren treffen im Basketball auf ein Publikum, das überdurchschnittlich gut **gebildet** ist, häufig in **Führungspositionen** arbeitet und über ein vergleichsweise hohes **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **breites Interessenspektrum** und ist überaus **aktiv** und damit gerne viel unterwegs. Neben zahlreichen Freizeitbeschäftigungen in der **Natur** interessiert sich die Basketballzielgruppe überdurchschnittlich für andere Sportarten und gibt gerne Geld für Sportbekleidung aus.
- Basketballinteressierte Menschen sind außerdem vergleichsweise **technikversiert**, **kosmopolitisch** und **Trendsetter**. Neben der Eigenschaft, **persönlichkeitsstarke Multiplikatoren** zu sein, sind sie außerdem **qualitäts-** und **markenorientiert**. Als Konsumenten achten sie außerdem auf Nachhaltigkeit.



VSA VEREINIGUNG
SPORTSPONSORING-ANBIETER