Golf

Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

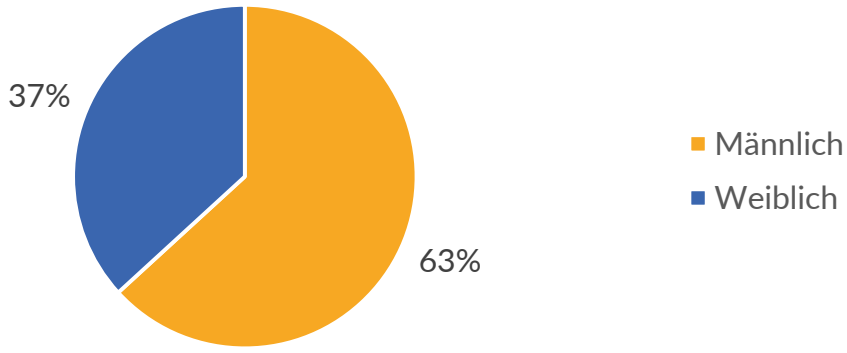
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2019
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,45 Mio.)

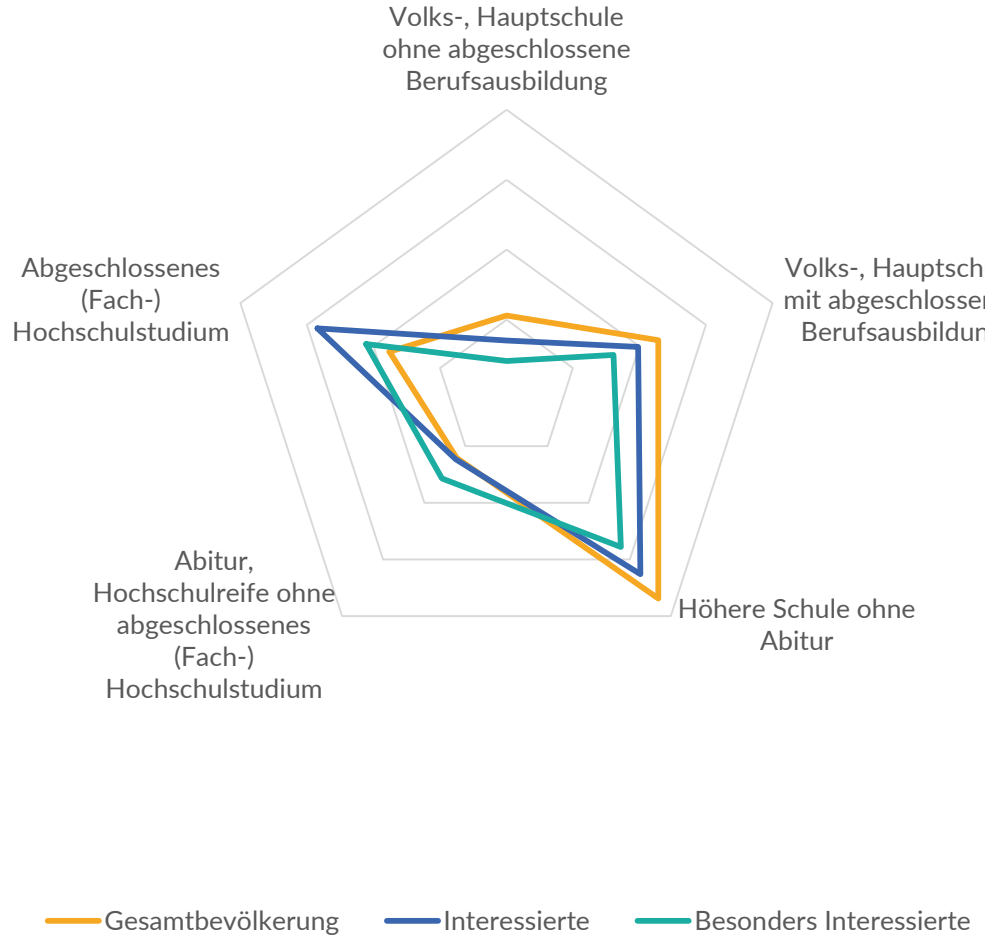
VSA VEREINIGUNG SPORTSPONSORING-ANBIETER

Soziodemographie: Sponsoren treffen im Golf auf eine spitze und gut gebildete Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich 6,7 Mio. Menschen und damit 9% der Bevölkerung ab 14 Jahren für Golf. 1,47 Mio. (2%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport. Frauen stellen mehr als ein Drittel der Zielgruppe.

Golfinteressierte Menschen verfügen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung über ein deutlich erhöhtes Bildungsniveau: während nur 18% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Golf-Interessierten bereits 28%.

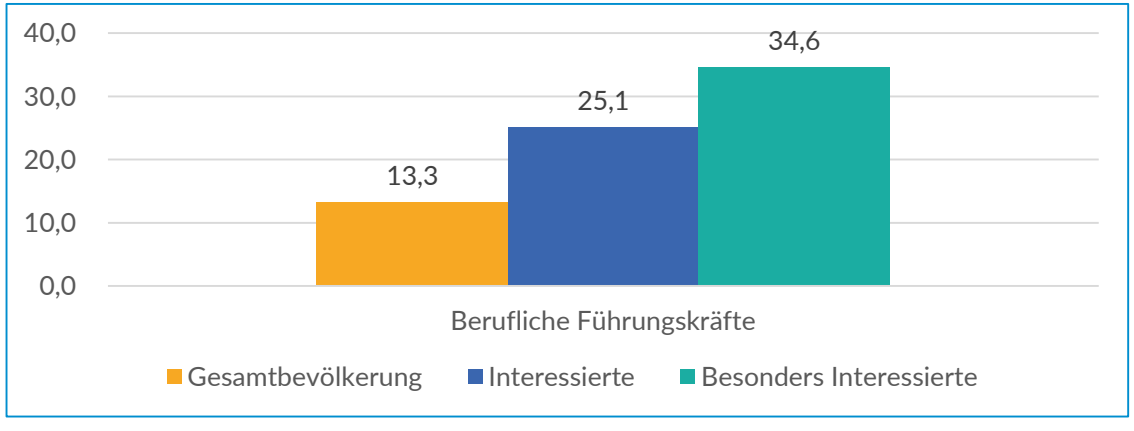


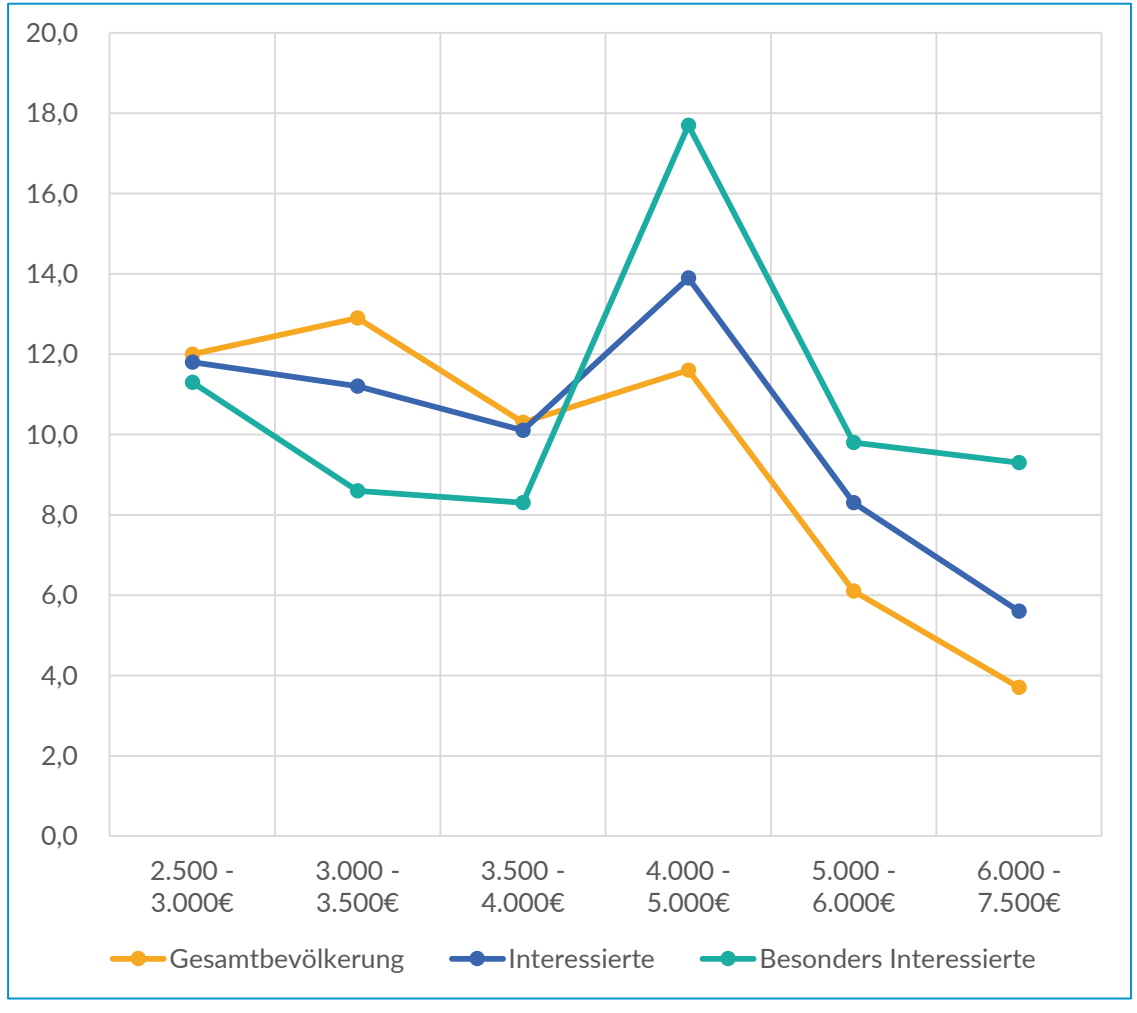


Soziodemographie: Golffans sind in Führungspositionen mit hohen Einkommen

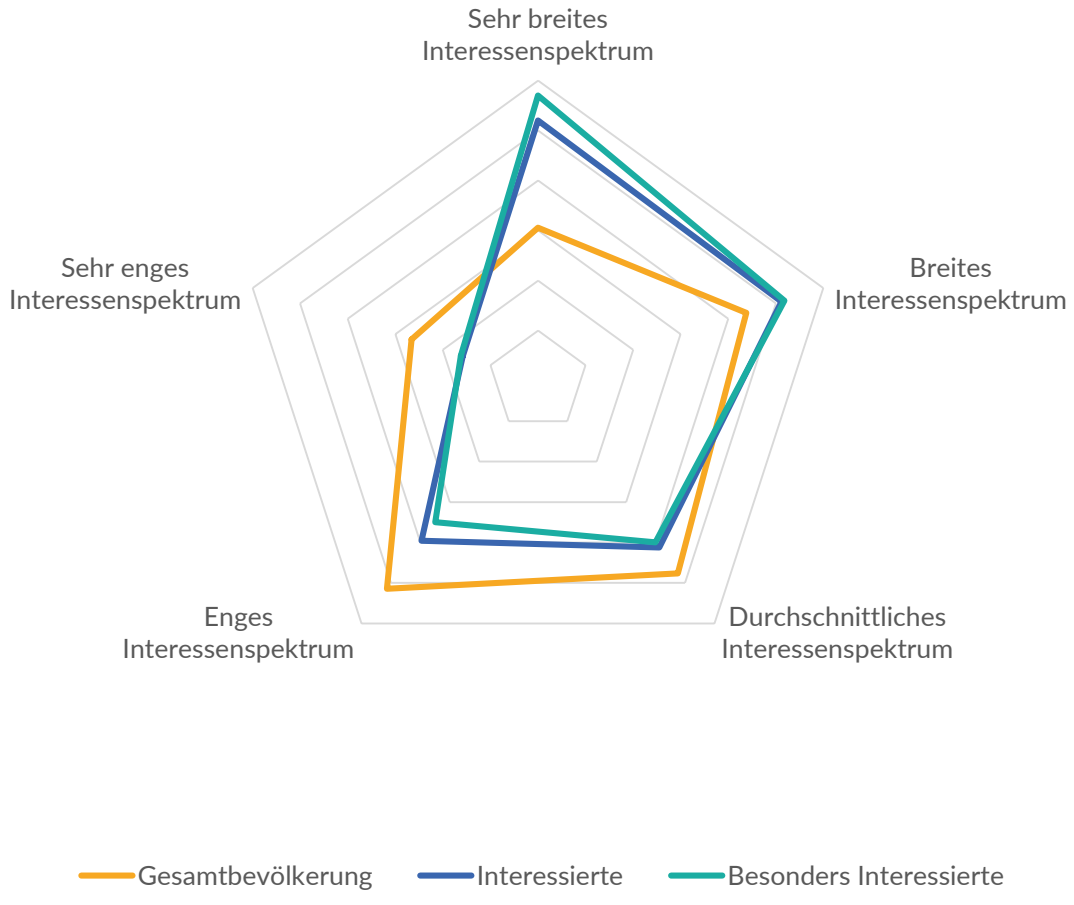
Der Anteil beruflicher Führungskräfte ist unter den Golf-Interessierten überdurchschnittlich viel höher als in der Gesamtbevölkerung, unter den Golf-Fans ist er sogar fast vervierfacht. Golfinteressierte Menschen haben oftmals eine Führungsposition, bzw. sind Führungskraft im Betrieb.

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



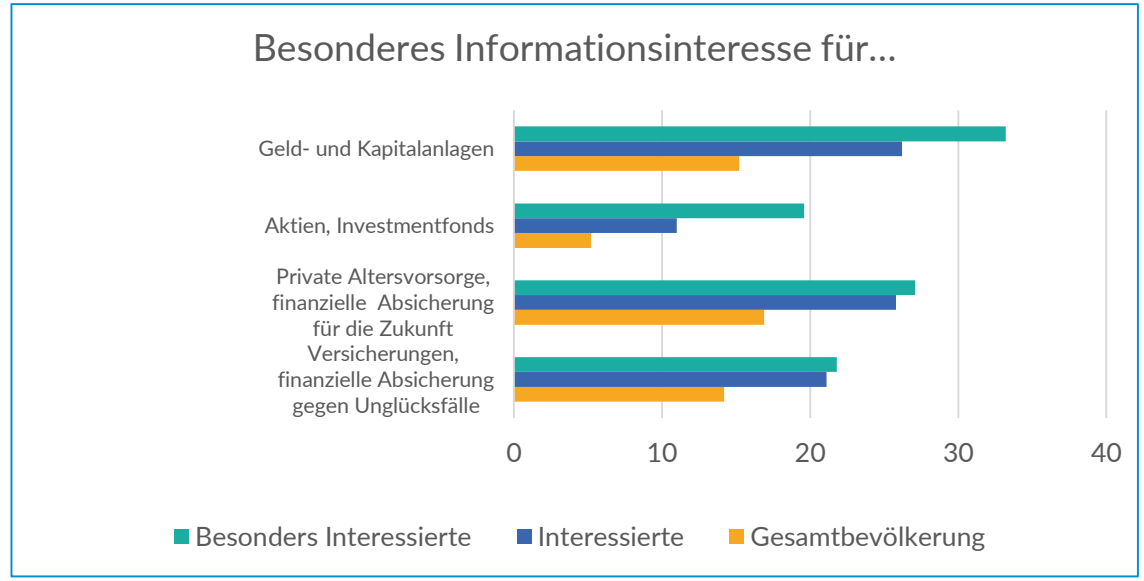


Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Wirtschafts- und Finanzbereich

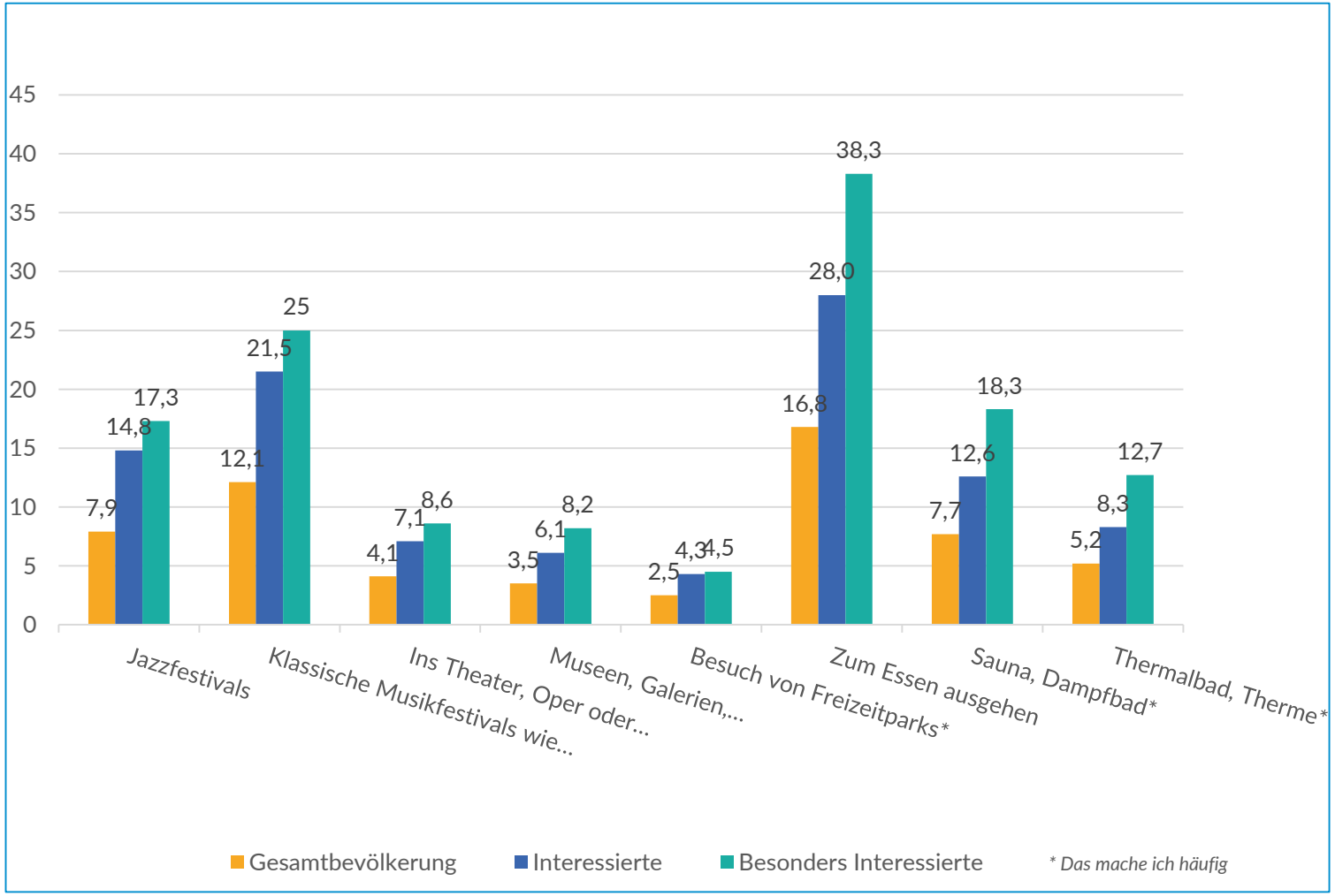


Golfinteressierte Personen weisen ein besonders breites Interessensspektrum auf.

Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an Finanz- und Versicherungsprodukten, aber auch an moderner Architektur und Design, Oldtimer-Autos und –Motorrädern sowie Wissenschaft, Geschichte, und Wirtschafts- und Steuerthemen.



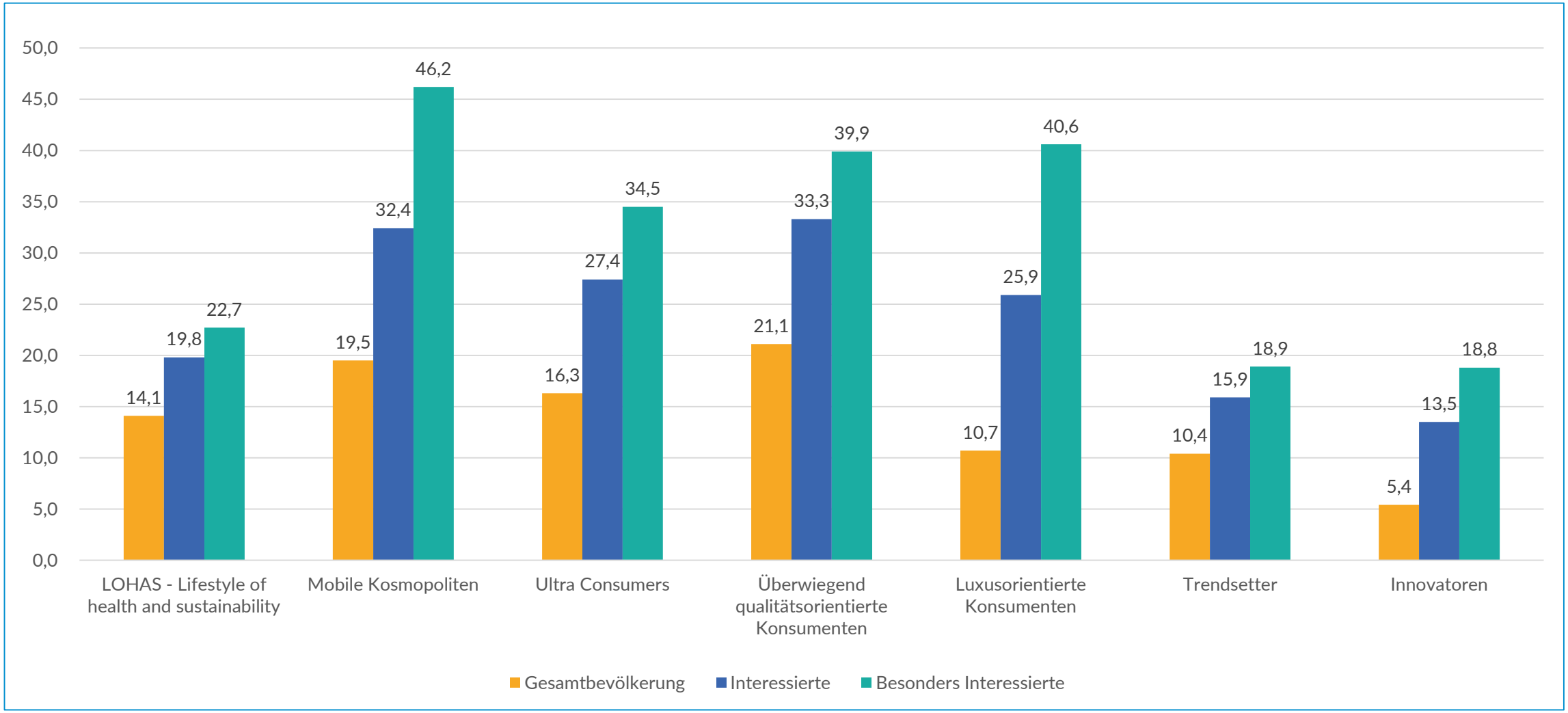
Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Kultur und Sport sind von besonderer Relevanz



Auch das Kunst- und Kulturinteresse der Zielgruppe ist vergleichsweise stark ausgeprägt. Die Zielgruppe geht vergleichsweise gerne zu Klassik- und Jazzfestivals, in das Theater, die Oper, in Museen, Galerien und Restaurants. Auch Saunen sowie Dampf- und Thermalbäder erfreuen sich einer besonderen Beliebtheit.

Im Hinblick auf andere Sportarten interessiert sich die Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in besonderem Maße für Basketball, (Beach-)Volleyball, Segeln, Segel-/Sportfliegen, Tennis, Tischtennis und Triathlon. Selbst aktiv werden die Golfinteressierten darüber hinaus vergleichsweise gerne in der Leichtathletik auf dem Rennrad.

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

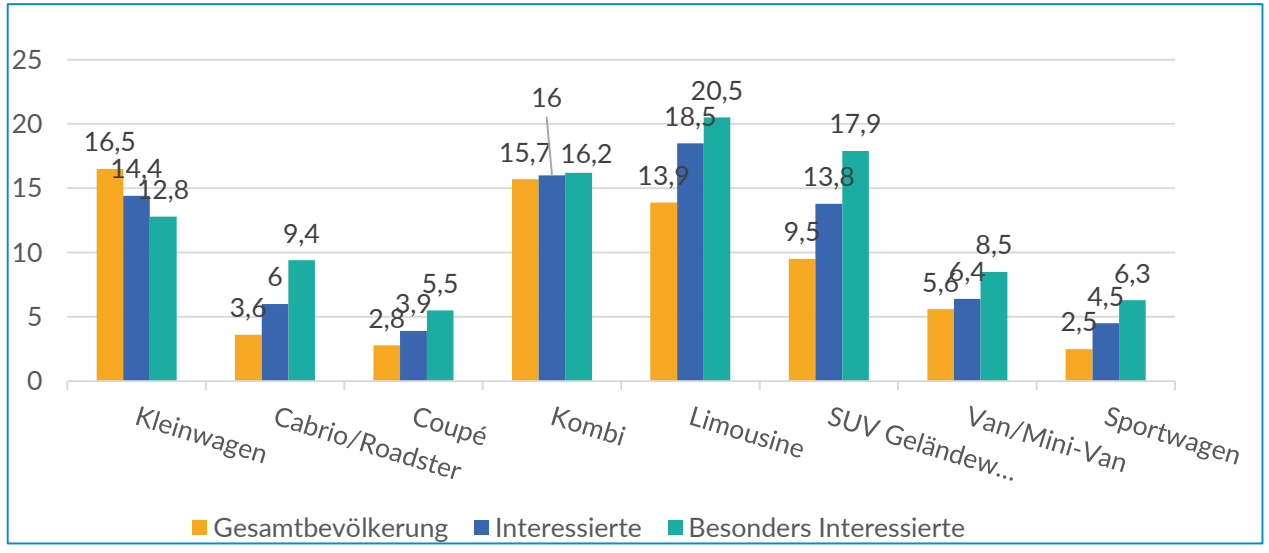


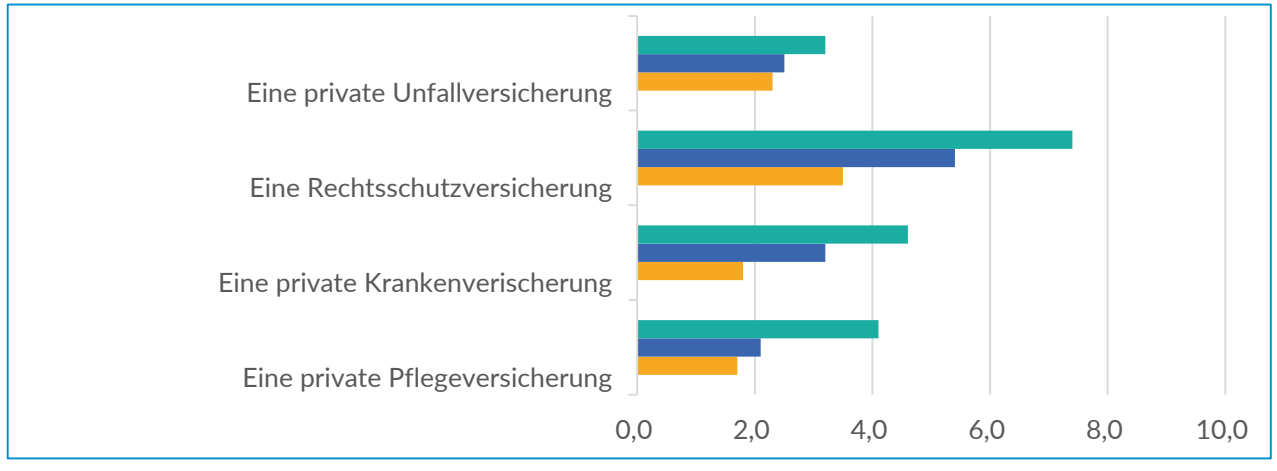
Die Golfinteressierten als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft und ein gesteigertes Interesse an Autos, Geldanlagen und Versicherungen

Die Ausgabebereitschaft der Zielgruppe für Autos, Sport, Kleidung, Reisen, Hobbies, Ausgehen, technische Geräte, Versicherungen, Gesundheit, Wellness, gutes Essen sowie viele weitere Produkte und Aktivitäten ist deutlich erhöht. Gerade bei Autos ist ein klares Bild zu erkennen: Die Fahrzeugform des Wunsch-PKWs ist vergleichsweise häufig ein Cabrio/Roadster, Coupé, Limousine, SUV oder ein Sportwagen.

Auch für Finanz- und Versicherungsinstitute stellen die Golfinteressierten eine spannende Zielgruppe dar: der Besitz von Geldanlagen wie Unternehmensbeteiligungen, Fonds, Aktien und anderen Wertpapieren bzw. eine entsprechende Kaufabsicht ist unter den Golfinteressierten stark ausgeprägt.

Gleiches gilt für die Versicherungen: Der Plan, zukünftig private Pflege-, Kranken-, Rechtsschutz- und Unfallversicherungen abzuschließen, ist vergleichsweise häufig zu beobachten.





Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Golf ist spitz und markant. Sponsoren treffen im Golf auf ein Publikum, das überdurchschnittlich gut gebildet ist, häufig in Führungspositionen arbeitet und über ein vergleichsweise hohes Haushaltsnettoeinkommen verfügt.

- Grundsätzlich besteht bei der Zielgruppe eine erhöhte Kaufbereitschaft und beispielsweise ein besonderes Interesse an Geld- und Finanzprodukten sowie Versicherungen. Als besonders aktive Konsumenten sind die Golfinteressierten durchaus auch luxus- und qualitätsbewusst.

- Golfinteressierte Menschen sind außerdem vergleichsweise vielseitig interessiert, innovativ und kosmopolitisch was sie zu einer ausgesprochen attraktiven Zielgruppe machen. Unternehmen mit einer entsprechenden Angebot und Profil haben gute Chancen, durch Sponsoring im Golf ihre Bekanntheit, ihr Image und ihren Abverkauf in der Zielgruppe zu verbessern.

VSA VEREINIGUNG SPORTSPONSORING-ANBIETER