

Wintersport

Die Besonderheiten der Zielgruppen (Biathlon, Ski-Alpin, Ski-Langlauf, Ski-Springen) in Deutschland

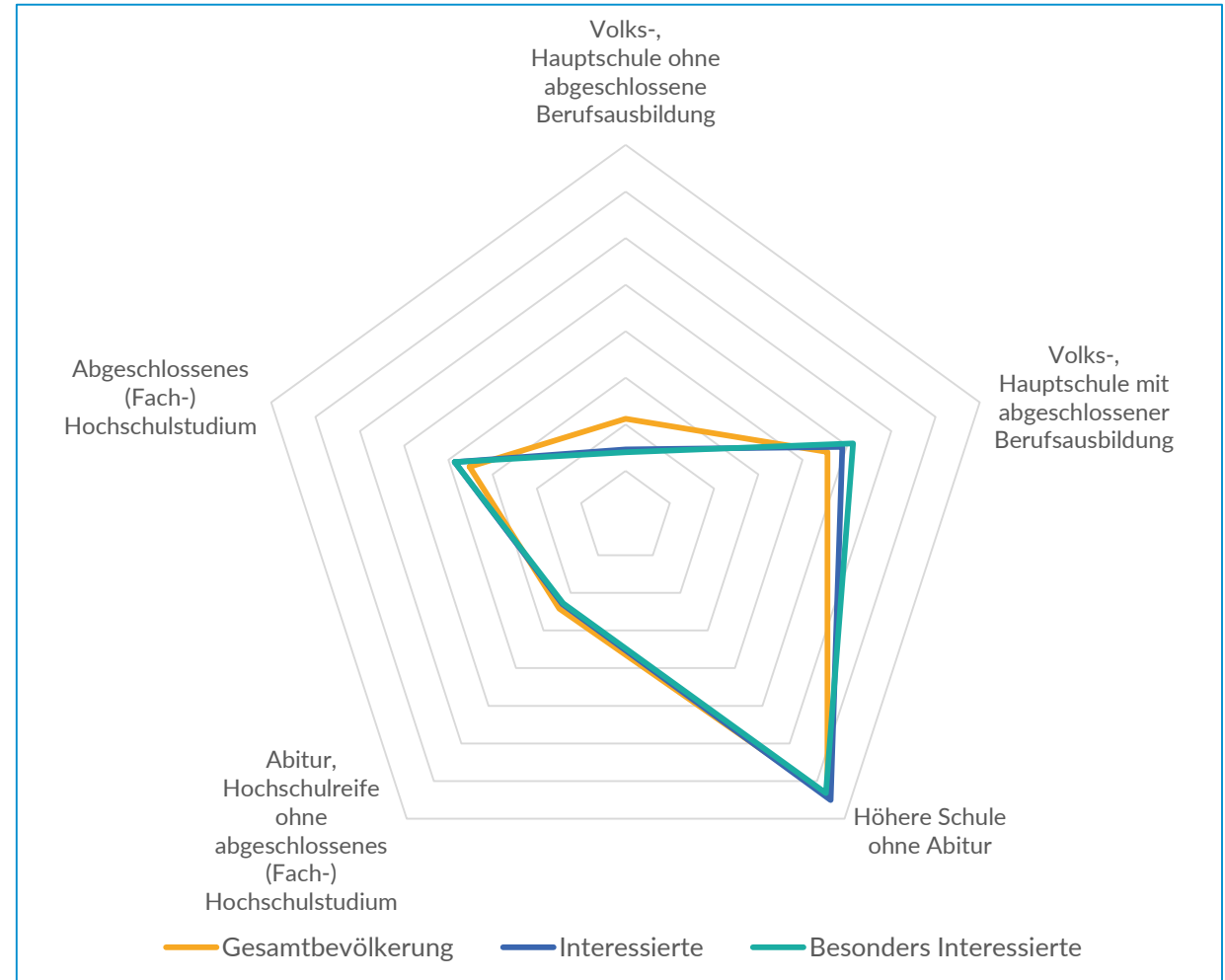
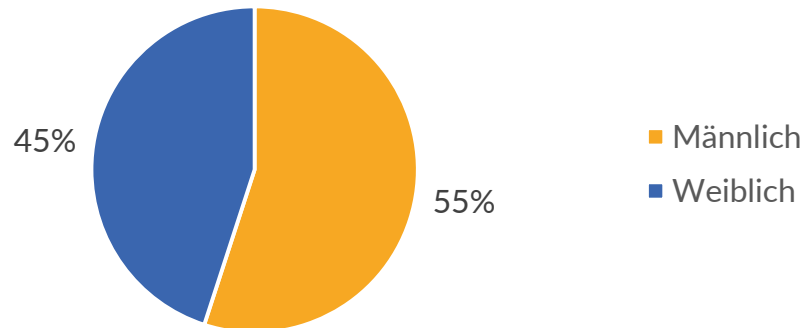
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2019
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,60 Mio.)



Soziodemographie:

Sponsoren treffen im Wintersport auf eine extrem große und gut gebildete Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich **38,06 Mio.** Menschen und damit **54%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für Wintersport. 16,62 Mio. (24%) interessieren sich sogar ganz besonders für die Sportarten Biathlon, Ski-Alpin, Ski-Langlauf oder Ski-Springen. Frauen stellen knapp die Hälfte der Zielgruppe. Wintersportinteressierte Personen verfügen über ein leicht **erhöhtes Bildungsniveau:** Während nur 17,6% der Gesamtbevölkerung ein abgeschlossenes Hochschulstudium aufweisen können, sind es bei den Wintersportinteressierten 19,3%.

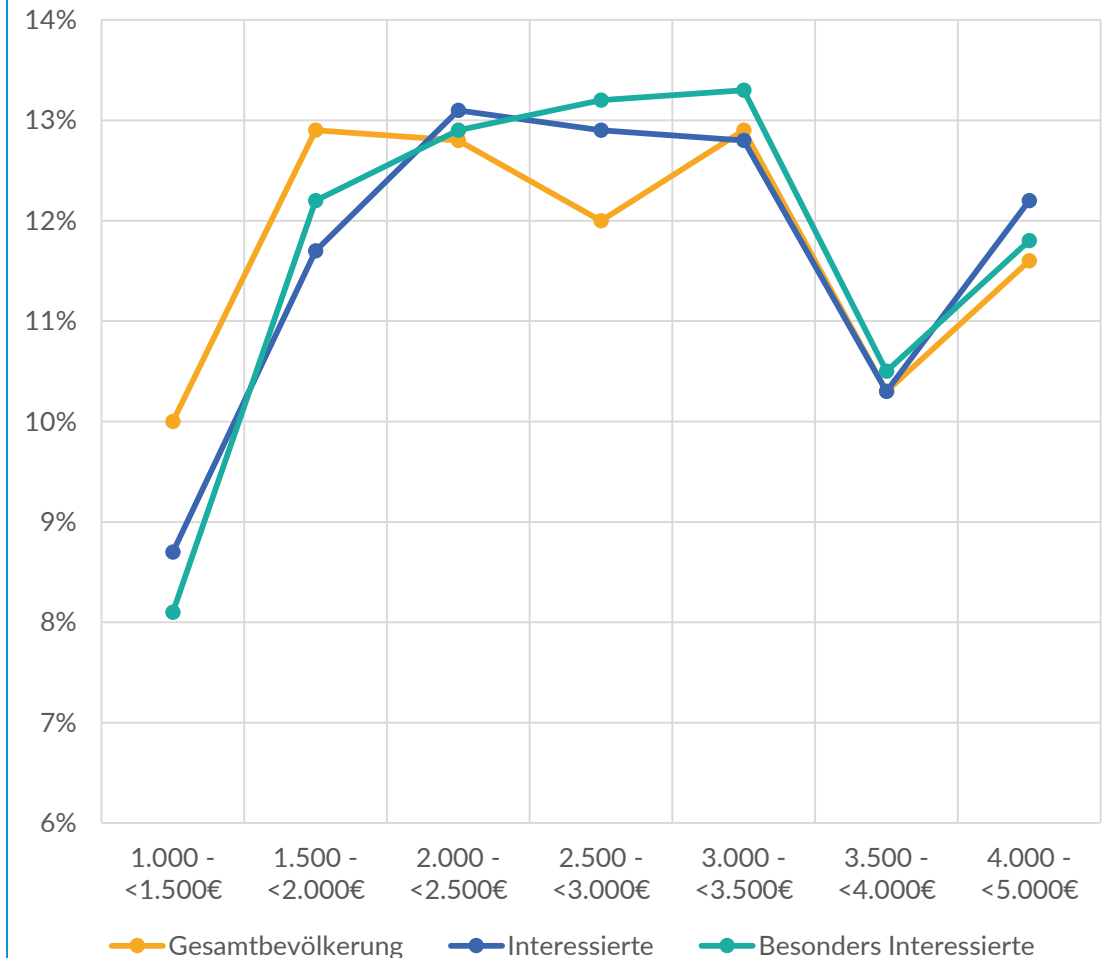
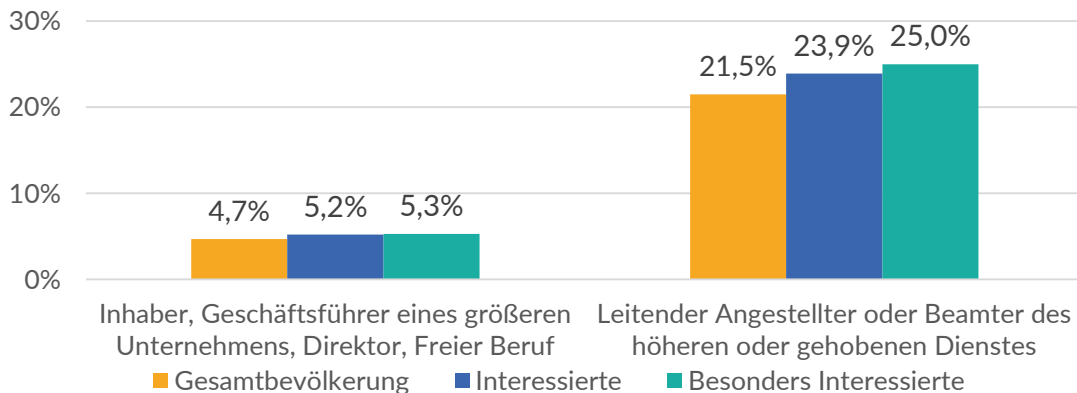


Soziodemographie:

Wintersportfans sind Experten und befinden sich in leitenden Positionen

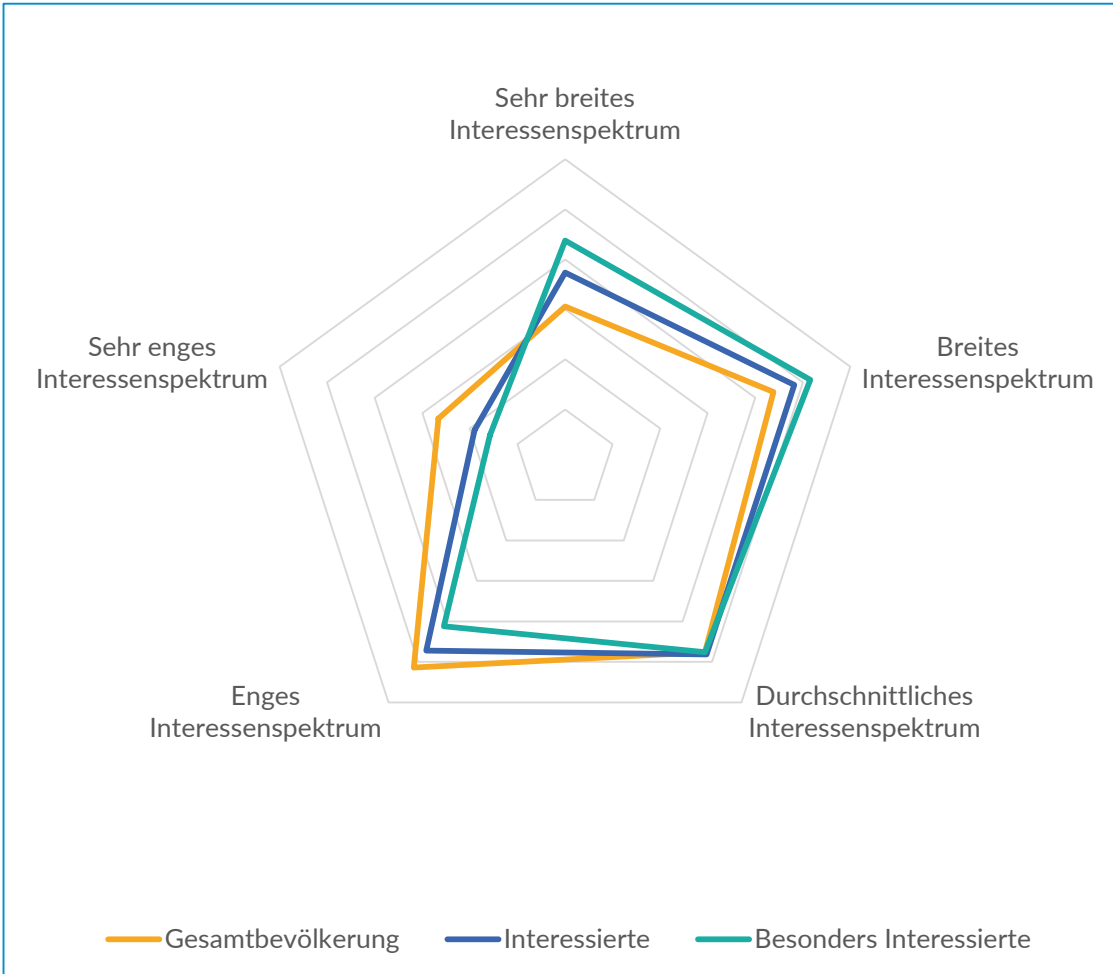
Der Anteil beruflicher **Führungskräfte** ist unter den Wintersportinteressierten ein wenig höher als in der Gesamtbevölkerung. Wintersportinteressierte Personen haben oftmals eine **leitende Position** inne, sind Beamte oder sogar Inhaber und Geschäftsführer eines größeren Unternehmens oder Direktoren. Außerdem ist der **Expertenhorizont** der Wintersportfans gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht.

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

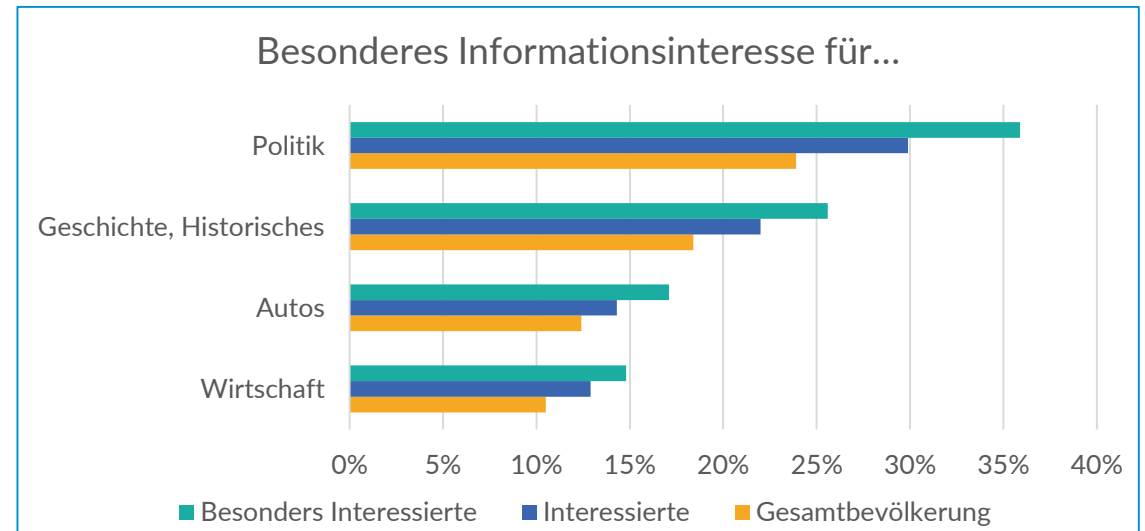


Interessen und Vorlieben:

Eine vielseitig interessierte Zielgruppe - besonders im Politik- und Geschichtsbereich

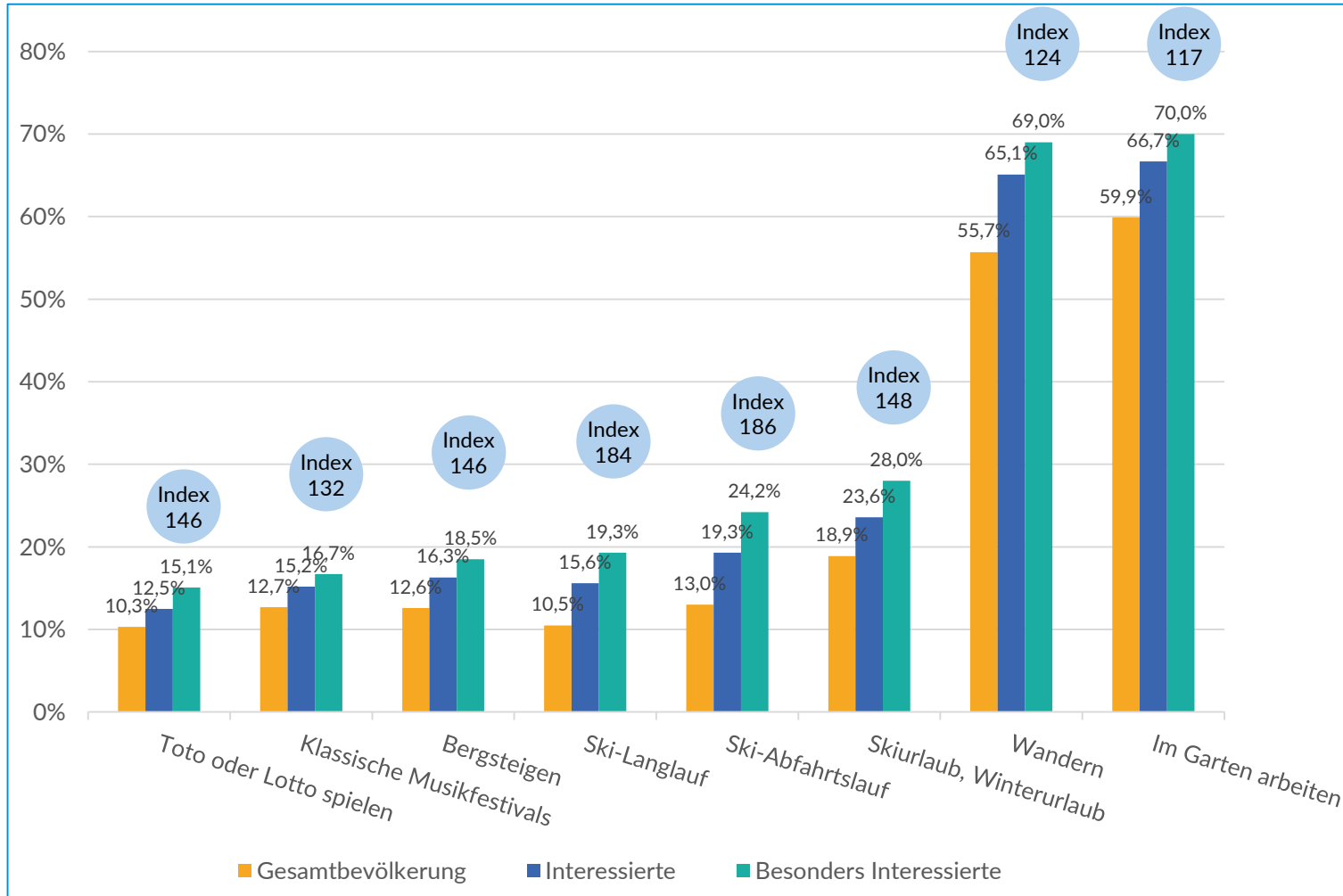


Wintersportinteressierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Politik, Geschichte, Autos** und **Wirtschaft**. Außerdem besteht ein erhöhtes Interesse an **moderner Architektur, Aktien/Investmentfonds** sowie **Garten/-pflege** und **lokalen Geschehnissen**.



Interessen und Vorlieben:

Eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Natur und Sport sind von besonderer Relevanz



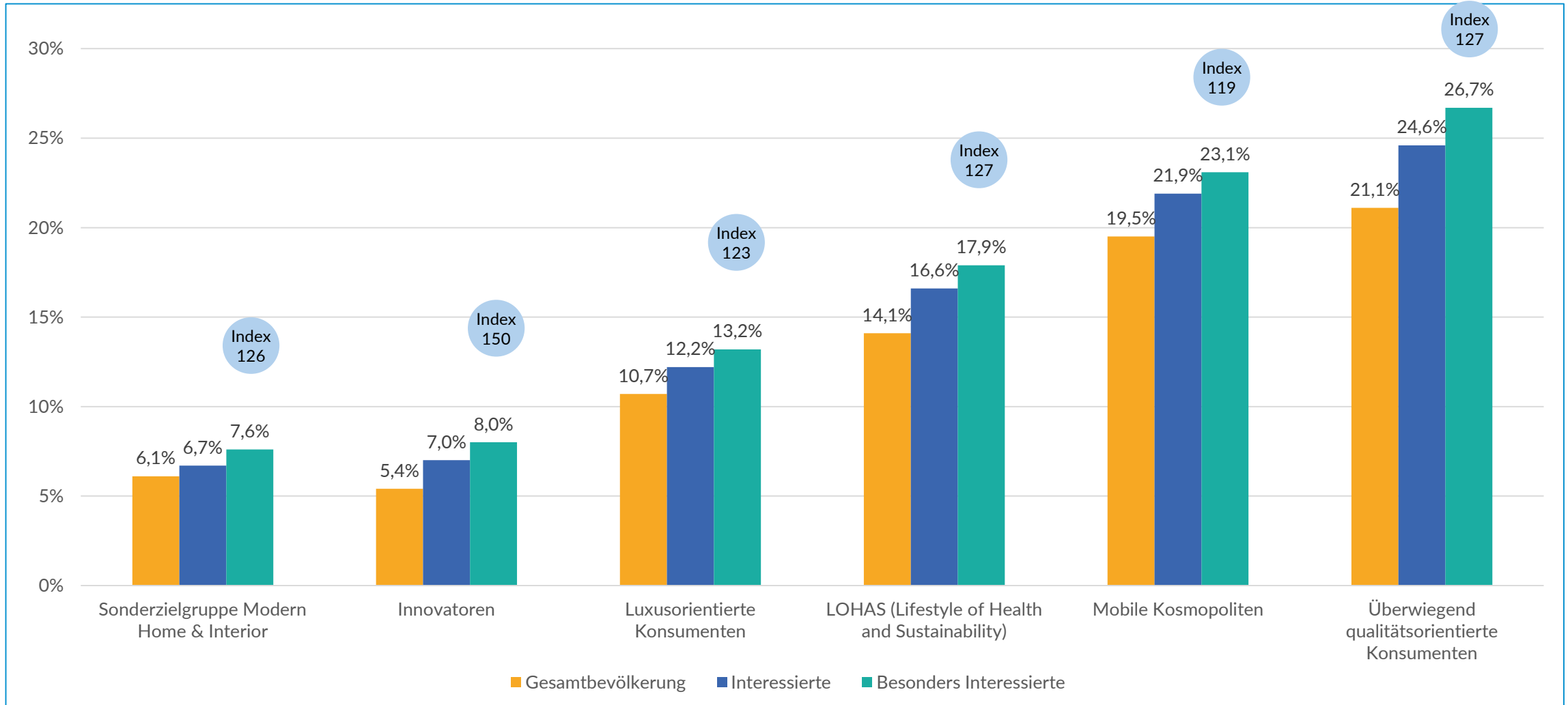
Das Interesse der Zielgruppe an **Aktivitäten in der Natur** ist stark ausgeprägt. Neben sämtlichen Wintersportarten ist die Vorliebe für **Bergsteigen** und **Wandern** besonders ausgeprägt. In ihrer Freizeit engagieren sich Wintersportinteressierte außerdem gerne **ehrenamtlich**, z.B. in Sportvereinen oder besuchen klassische Musikfestivals. Die Zielgruppe setzt sich außerdem besonders stark für den Natur- und Umweltschutz ein.

Im Hinblick auf andere Sportarten interessieren sich die Wintersportfans im Vergleich zur Gesamtbevölkerung unter anderem in besonderem Maße für **Eishockey, Handball, Leichtathletik, Segeln, Tennis, Triathlon** und **Turnen**.

Ein Index-Wert von 100 entspricht dem Anteil in der Gesamtbevölkerung 14+
Lesebeispiel: Unter den besonders Wintersportinteressierte gibt es 46% mehr Personen, die regelmäßig Toto oder Lotto spielen, als in der Gesamtbevölkerung

Die Wintersportinteressierten als Konsumenten:

Unter Interessierten finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder



Ein Index-Wert von 100 entspricht dem Anteil in der Gesamtbevölkerung 14+

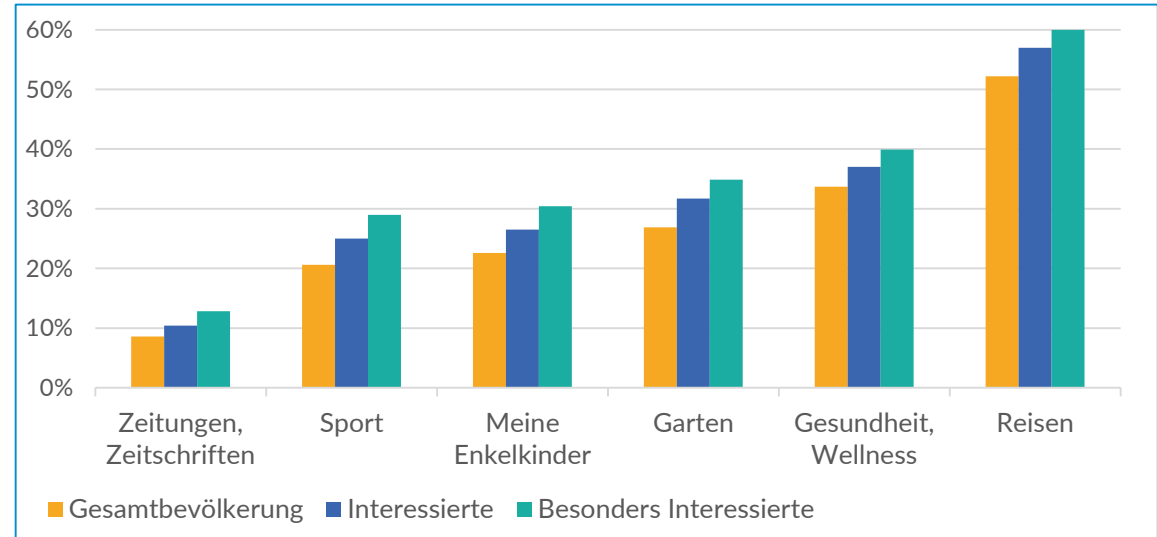
Lesebeispiel: Unter den besonders Wintersportinteressierte gibt es 26% mehr Personen, die der Sonderzielgruppe Modern Home & Interior angehören, als in der Gesamtbevölkerung

Die Wintersportinteressierten als Konsumenten:

Hohe Ausgabebereitschaft für Freizeitbeschäftigung sowie Nachhaltigkeit als zentraler Konsumstil

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Reisen, Gesundheit, Garten, Enkelkinder, Sport sowie Zeitungen und Zeitschriften ist gegenüber der Gesamtbevölkerung teilweise stark erhöht.

Der Konsumstil und die Käufertypologie der Wintersportinteressenten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie geben mehr Geld aus für **regionale** und **qualitativ hochwertige Produkte**. Außerdem stehen beim Auto- und Kleidungskauf **Nachhaltigkeit** und **Umweltschutz** im Vordergrund.



Ich achte beim Kauf von Kleidung darauf, dass sie umwelt- und sozialverträglich hergestellt worden

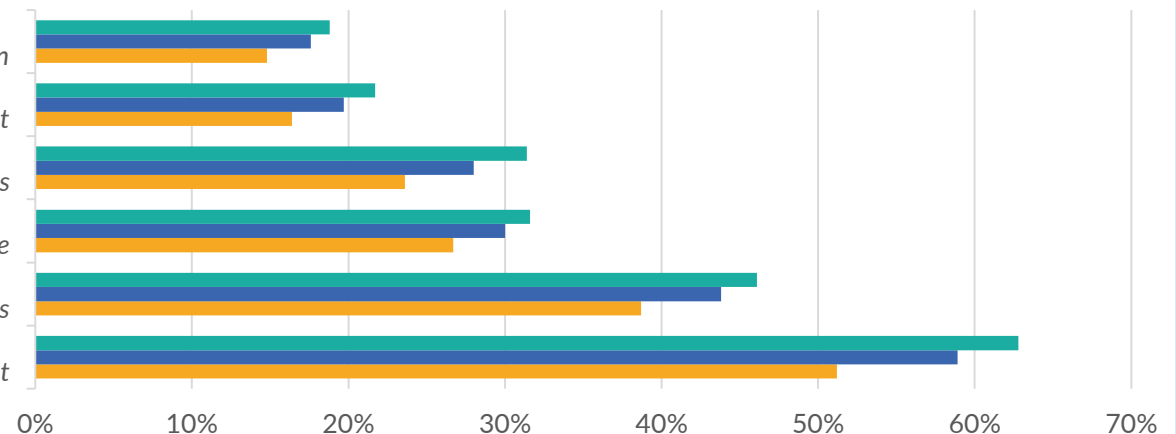
Wenn ich mir ein Auto kaufe, ist es mir besonders wichtig, dass es möglichst umweltfreundlich ist

Bei Sportbekleidung bevorzuge ich hochwertige Marken wie Odlo oder Adidas

Bei Nahrungsmitteln lege ich Wert auf Produkte aus ökologischem Anbau, auf Bio-Produkte

Bei Nahrungsmitteln achte ich vor allem auf die Qualität und nicht so sehr auf den Preis

Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat



Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe im Wintersport ist überdurchschnittlich groß und zur Hälfte weiblich. Sponsoren treffen im Wintersport auf ein Publikum, das leicht überdurchschnittlich gut **gebildet** ist, häufig in **leitenden Positionen** arbeitet und über ein verhältnismäßig hohes **Haushaltsnettoeinkommen** verfügt.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein **breites Interessenspektrum** sowie einen **sehr breiten Expertenhorizont** und ist gerne viel in der Natur unterwegs. Neben zahlreichen **Wintersportaktivitäten**, interessiert sich die Wintersportzielgruppe überdurchschnittlich für sämtliche weitere Freizeitaktivitäten in der **Natur** und engagiert sich gerne **ehrenamtlich**.
- Besonders ausgeprägt ist das Bewusstsein für **nachhaltigen** Konsum – sowohl bei Lebensmitteln als auch bei Kleidung. Wintersportinteressierte Menschen sind **aktive Umweltschützer** sowie **qualitätsorientiert** und gehören zur Gruppe der **Innovatoren**.

