

# Paralympics

## Die Besonderheiten der Zielgruppe in Deutschland

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2020  
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre (70,63 Mio.)

**T E A M**



**P A R A L Y M P I C S**



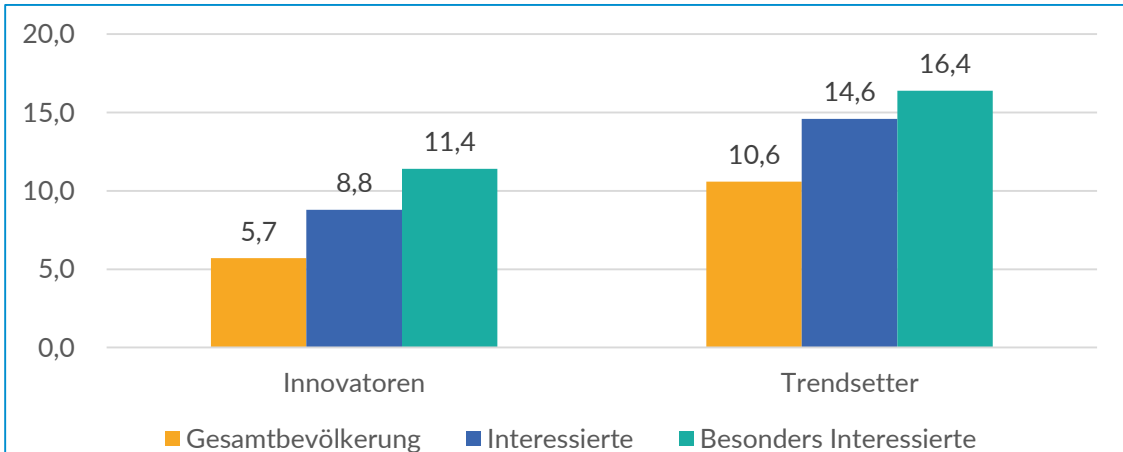
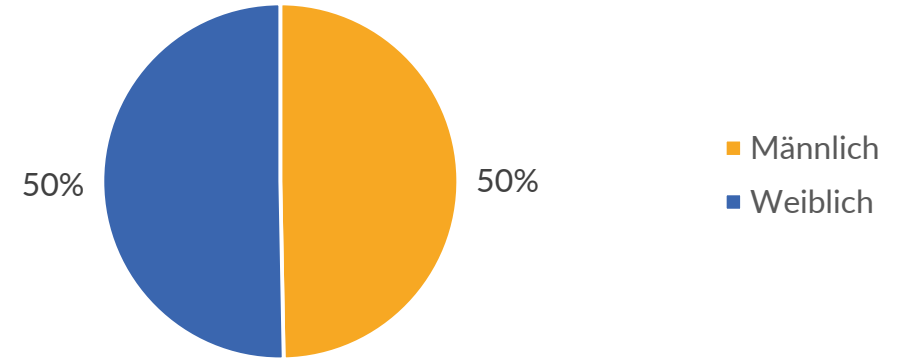
## Soziodemographie: Sponsoren treffen auf eine innovative und aktive Zielgruppe

In Deutschland interessieren sich **19 Mio.** Menschen und damit **27%** der Bevölkerung ab 14 Jahren für die Deutsche Paralympische Mannschaft. 3,4 Mio. (5%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

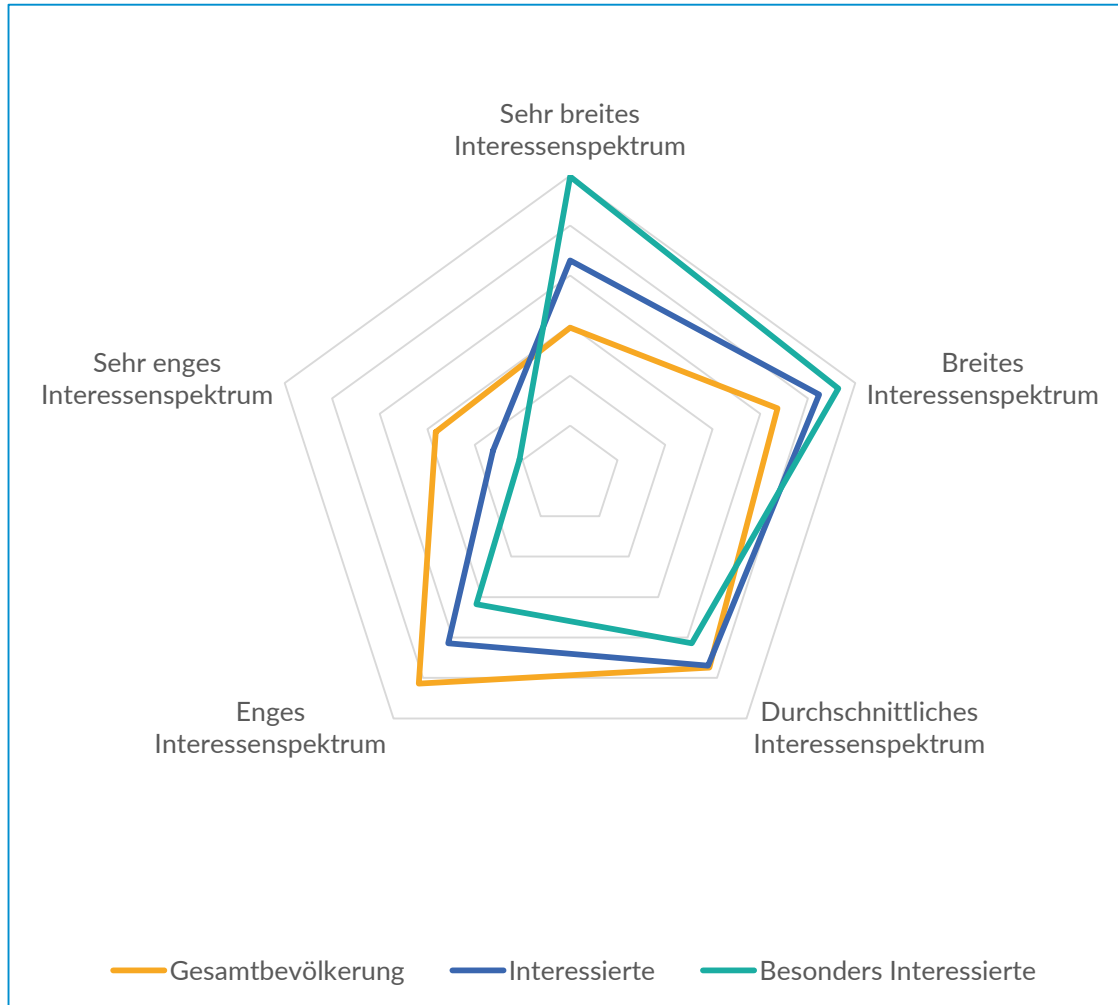
Das Geschlechterverhältnis innerhalb der Zielgruppe ist ausgeglichen.

Beruflich sind die Paralympisch-Interessierten vergleichsweise häufig in den Rechts- sowie Ingenieurwissenschaften aktiv. In der Zielgruppe finden sich auch leitende Angestellte/Beamte des öffentlichen oder gehobenen Dienst.

Außerdem treffen Sponsoren in dieser Zielgruppe auf relativ viele **Innovatoren** und **Trendsetter**.



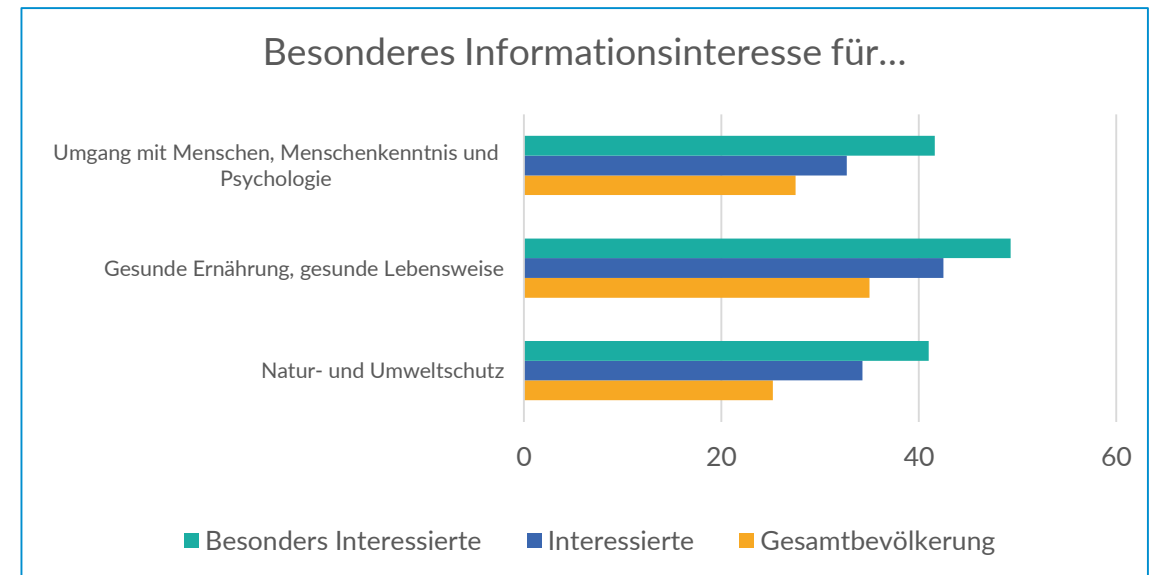
# Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – Gesunde Ernährung sowie Natur und Umweltschutz sind von besonderer Relevanz



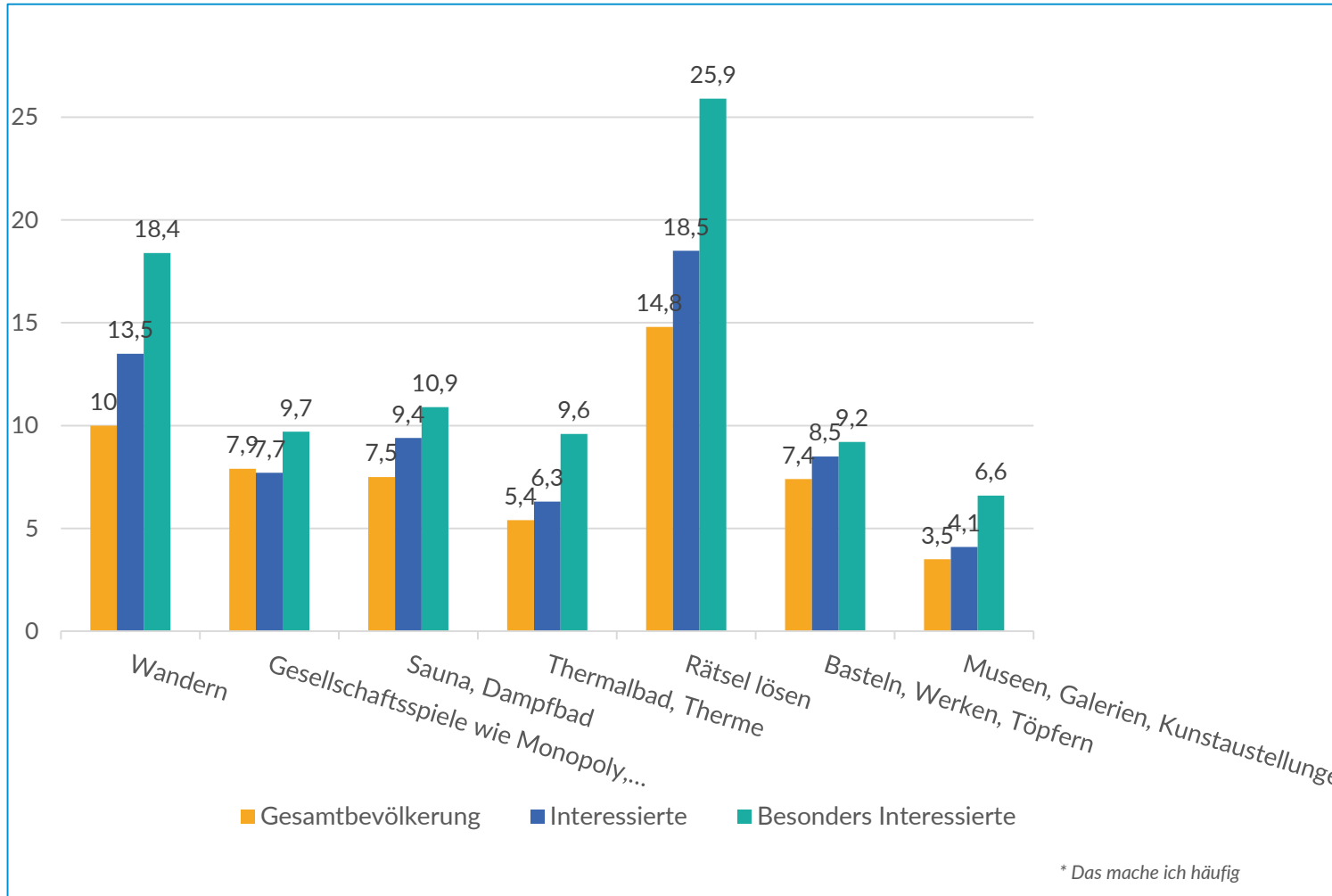
Die Zielgruppe weist ein besonders breites

**Interessenspektrum** auf.

Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht bspw. an **Gesunder Ernährung** und einer gesunden Lebensweise, an **Naturschutz**, aber auch an dem **Umgang** mit **Menschen**, Menschenkenntnis und Psychologie.



## Interessen und Vorlieben: Die Zielgruppe ist überdurchschnittlich aktiv, treibt gerne Sport in der Natur und achtet auf ihre Gesundheit

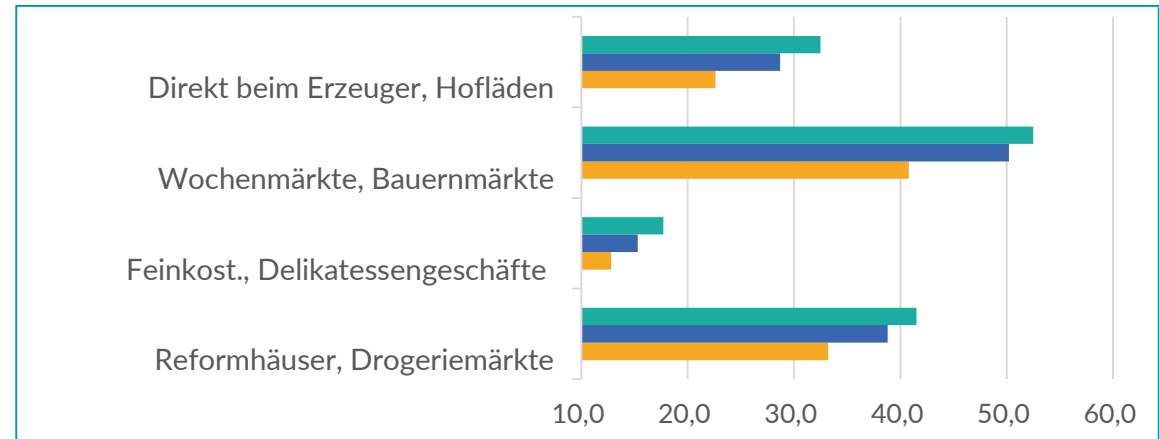
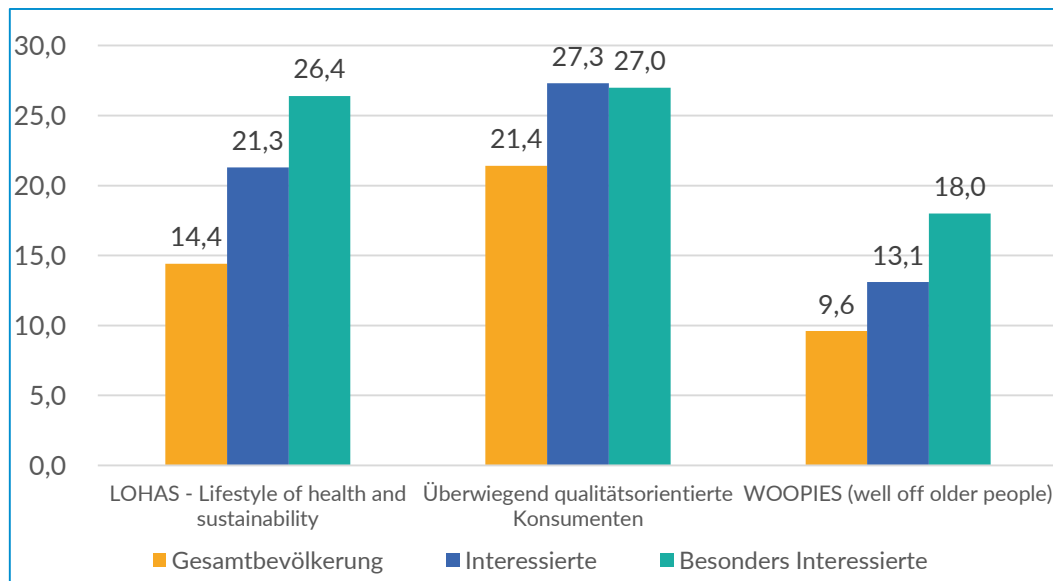
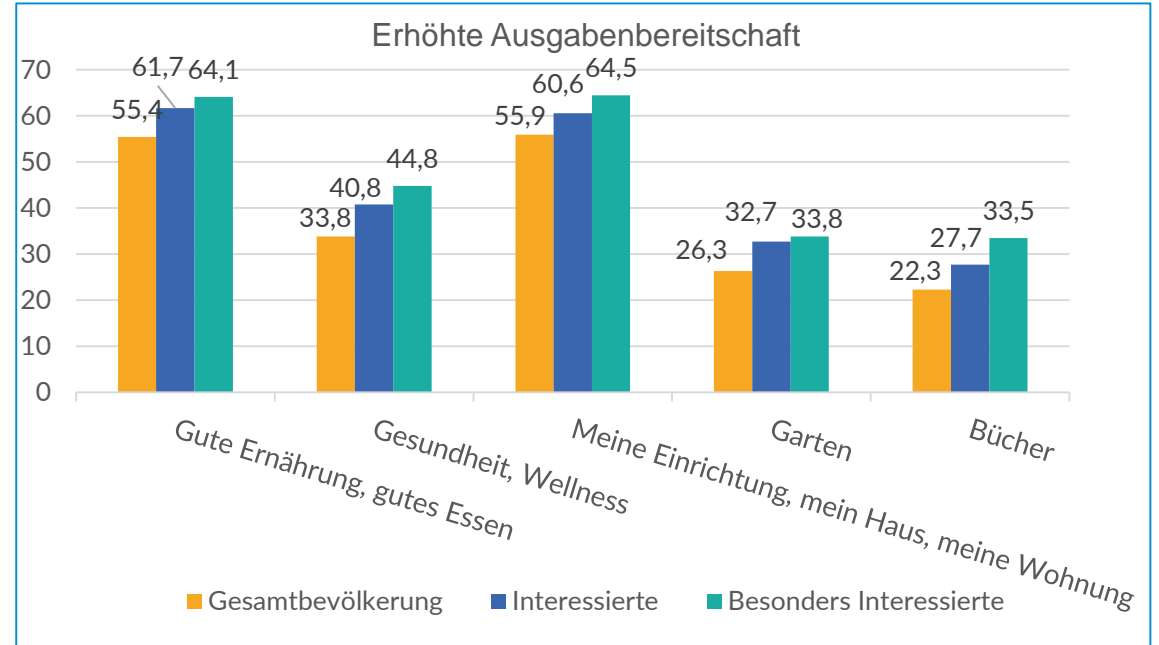


Die Zielgruppe legt vergleichsweise viel Wert darauf Zeit in der Natur zu verbringen. **Wandern** ist daher eine beliebte Freizeitaktivität. Auch Saunen sowie **Dampf-** und **Thermalbäder** erfreuen sich einer besonderen Beliebtheit.

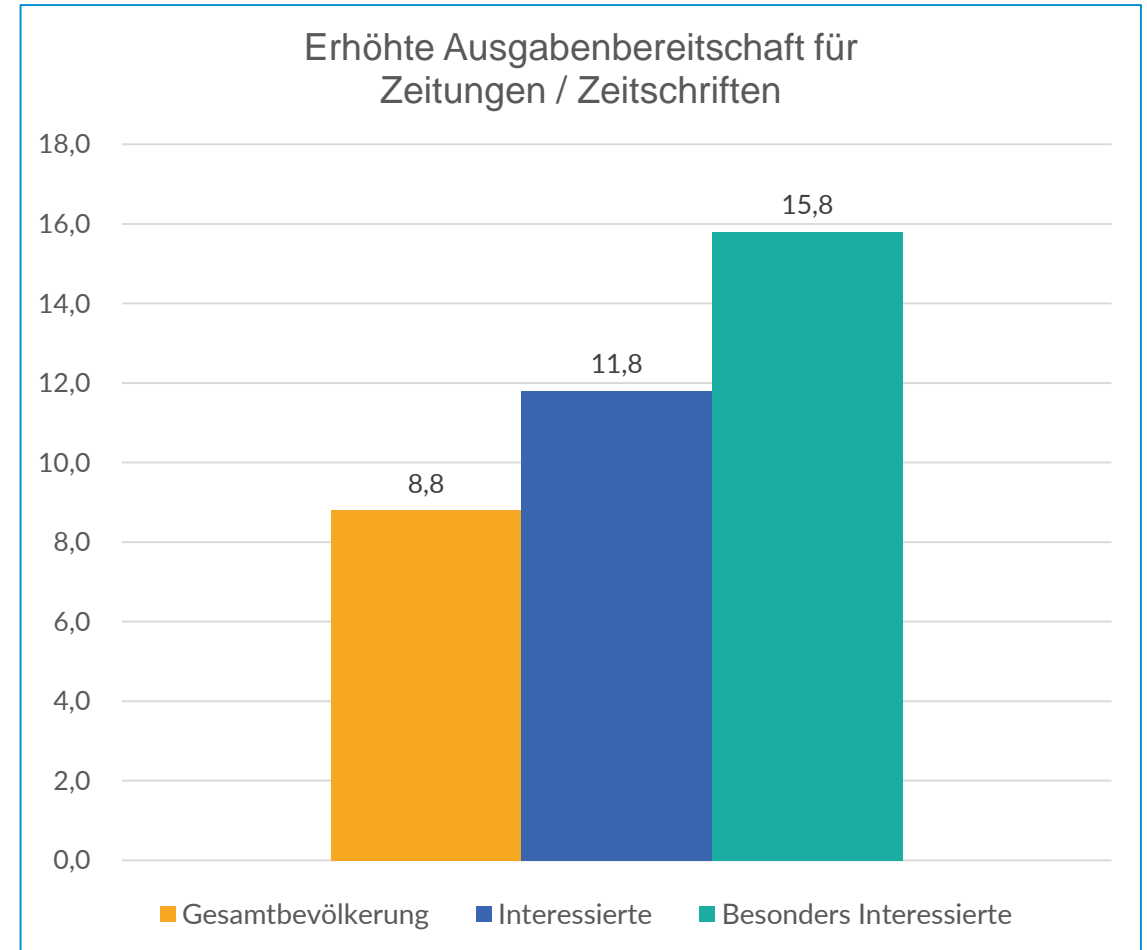
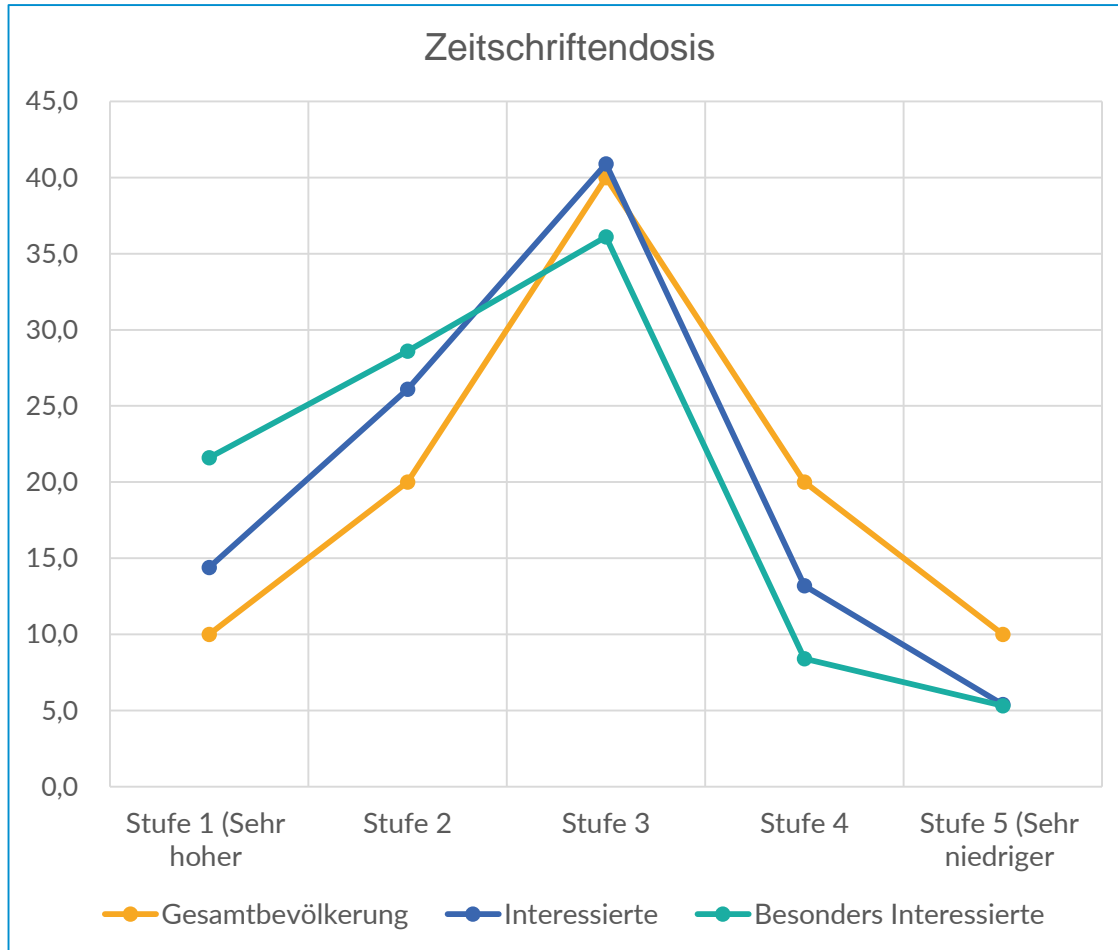
Daneben beschäftigen sich Menschen die sich für die Paralympische Mannschaft interessieren in Ihrer Freizeit gerne mit der **Lösung von Rätseln**, **Gesellschaftsspielen** und Handwerklichen Tätigkeiten wie Basteln, Werken oder Töpfern. Außerdem begeistert sich die Zielgruppe für **Kultur**: Museen, Galerien und Kunstaustellungen sind eine beliebte Freizeitbeschäftigung.

# Die Paralympisch-Interessierten als Konsumenten: Die Zielgruppe legt Wert auf Qualität

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Gesundheit, Wellness, gutes Essen, den Garten, die eigene häusliche Einrichtung, Bücher sowie viele weitere Produkte und Aktivitäten ist erhöht. Die Zielgruppe gehört damit zu jenen Konsumenten die vorwiegend **qualitätsorientiert, nachhaltig** und **gesund** einkaufen. Gerade bei guter Ernährung ist ein klares Bild zu erkennen: Die Zielgruppe zieht es vor bei kleineren Feinkostgeschäften, Reformhäusern, auf dem Wochenmarkt oder direkt beim Erzeuger einzukaufen.



## Mediennutzung der Zielgruppe: Menschen mit Interesse an der paralympischen Mannschaft, nutzen Printmedien vergleichsweise stark und weisen dafür auch eine erhöhte Ausgabebereitschaft auf



## Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe ist **vielseitig** und **qualitätsbewusst**. Sponsoren treffen bei den Paralympisch-Interessierten auf ein Publikum, das über ein überdurchschnittlich breites Interessenspektrum verfügt.
- Grundsätzlich besteht bei der Zielgruppe eine **erhöhte Kaufbereitschaft** und beispielsweise ein besonderes Interesse an guter Ernährung, Wellness, Outdoor-Sport und Gesundheit sowie der Gestaltung des eigenen Heims. Paralympisch-Interessierte konsumieren **qualitätsorientiert**. Sie kaufen Produkte aus Feinkostgeschäften, Hofläden und Reformhäusern - nachhaltige und gesunde Produkte sind von hoher Relevanz.
- Die Zielgruppe ist auffällig **printaffin** und zeigt sowohl eine verstärkte Nutzung von als auch eine erhöhte Ausgabenbereitschaft für Printprodukte. Sponsoren können ihre Kommunikationsmaßnahmen also gut über die Printmedien verlängern.

