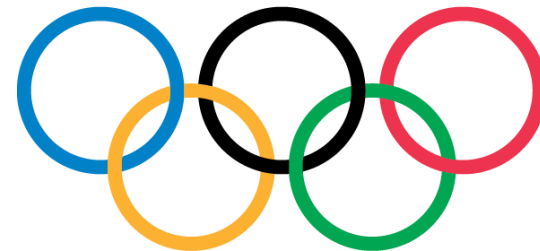


# Olympische Mannschaft

Die Besonderheiten der Zielgruppe in  
Deutschland

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

TEAM



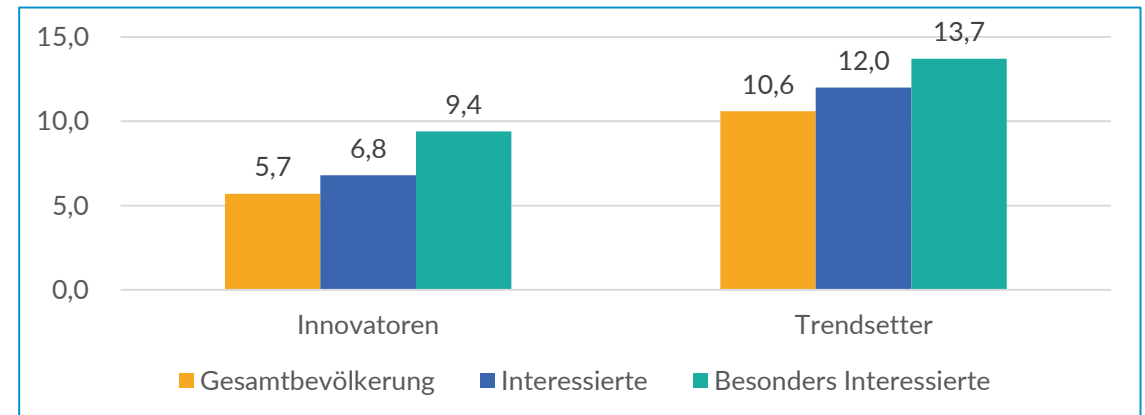
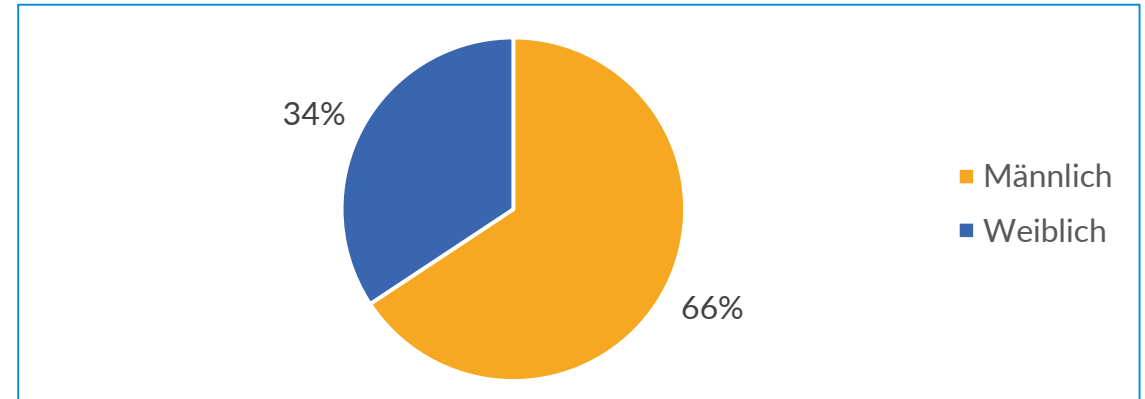
## Soziodemographie: Sponsoren treffen auf eine große und innovative Zielgruppe

In Deutschland interessieren\* sich **25,97 Mio.** Menschen und damit **37%** der Bevölkerung für die Deutsche Olympische Mannschaft. 12,02 Mio. (17%) interessieren sich sogar ganz besonders für den Sport.

Auch wenn das Geschlechterverhältnis innerhalb der Zielgruppe relativ ausgeglichen ist, sind es noch häufiger Männer (66%), die an der Olympischen Mannschaft besonders interessiert sind.

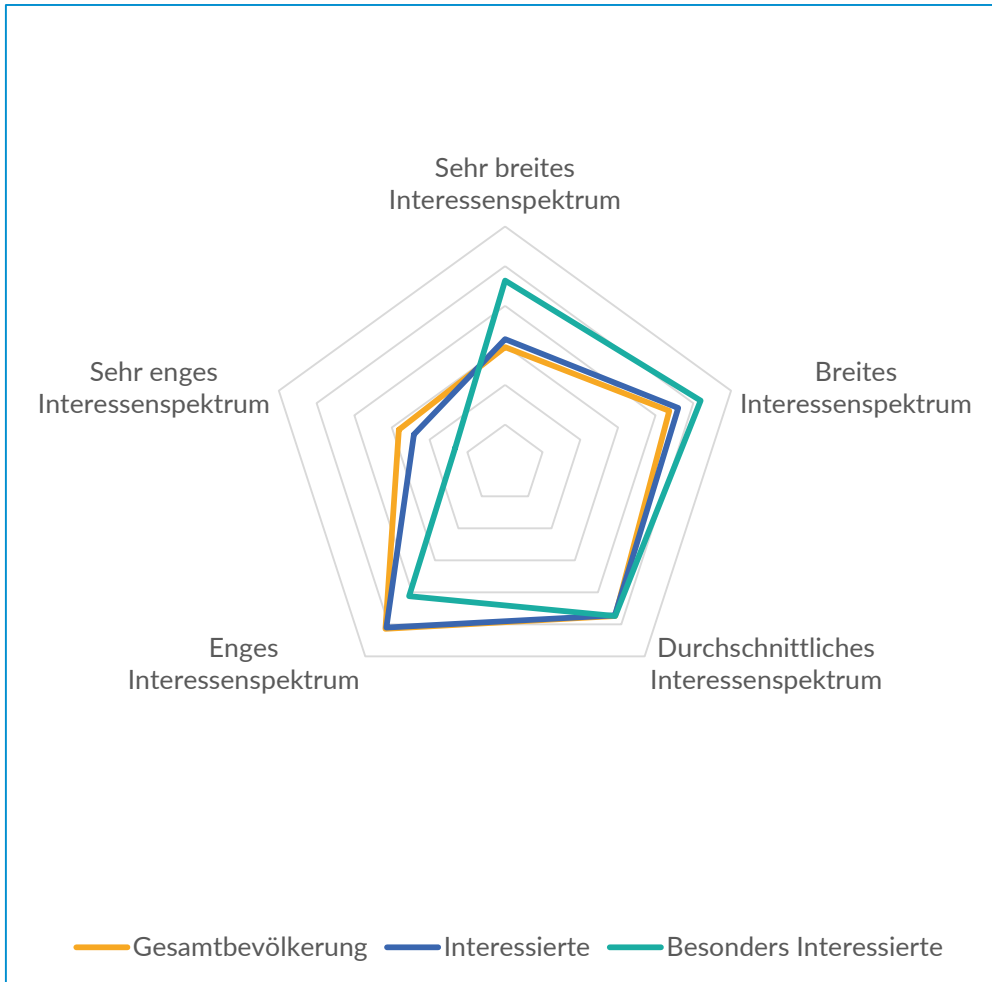
Beruflich sind die Olympisch-Interessierten vergleichsweise häufig in der Politik sowie im Sportwesen und Managementmethoden/Personalwesen Bereich aktiv.

Unter Ihnen finden sich außerdem relativ viele **Innovatoren** und **Trendsetter**.

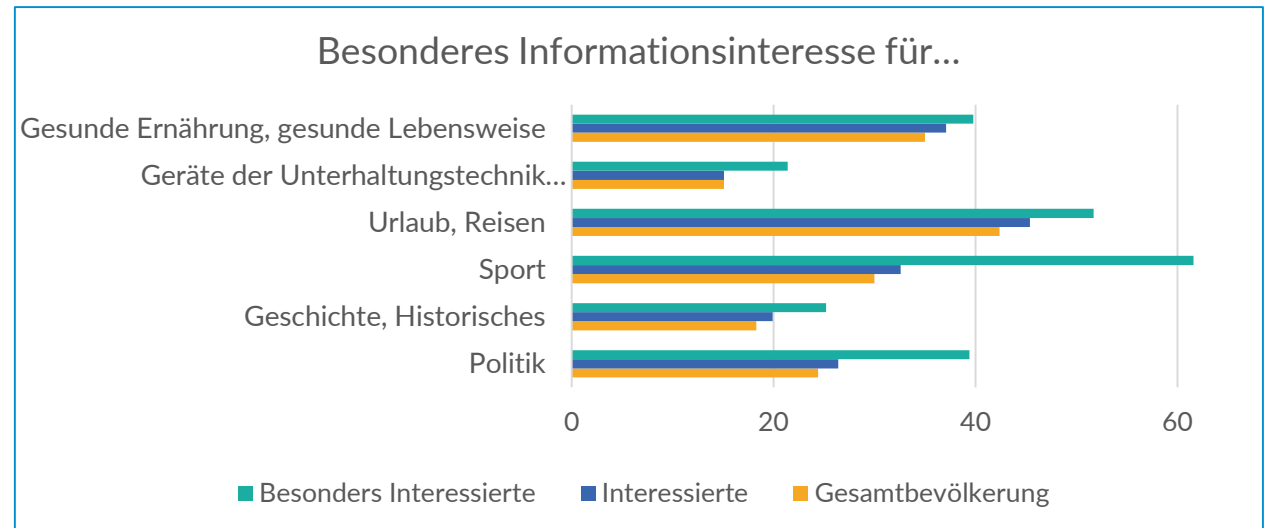


\* Interessiert mich auch aber nicht so sehr

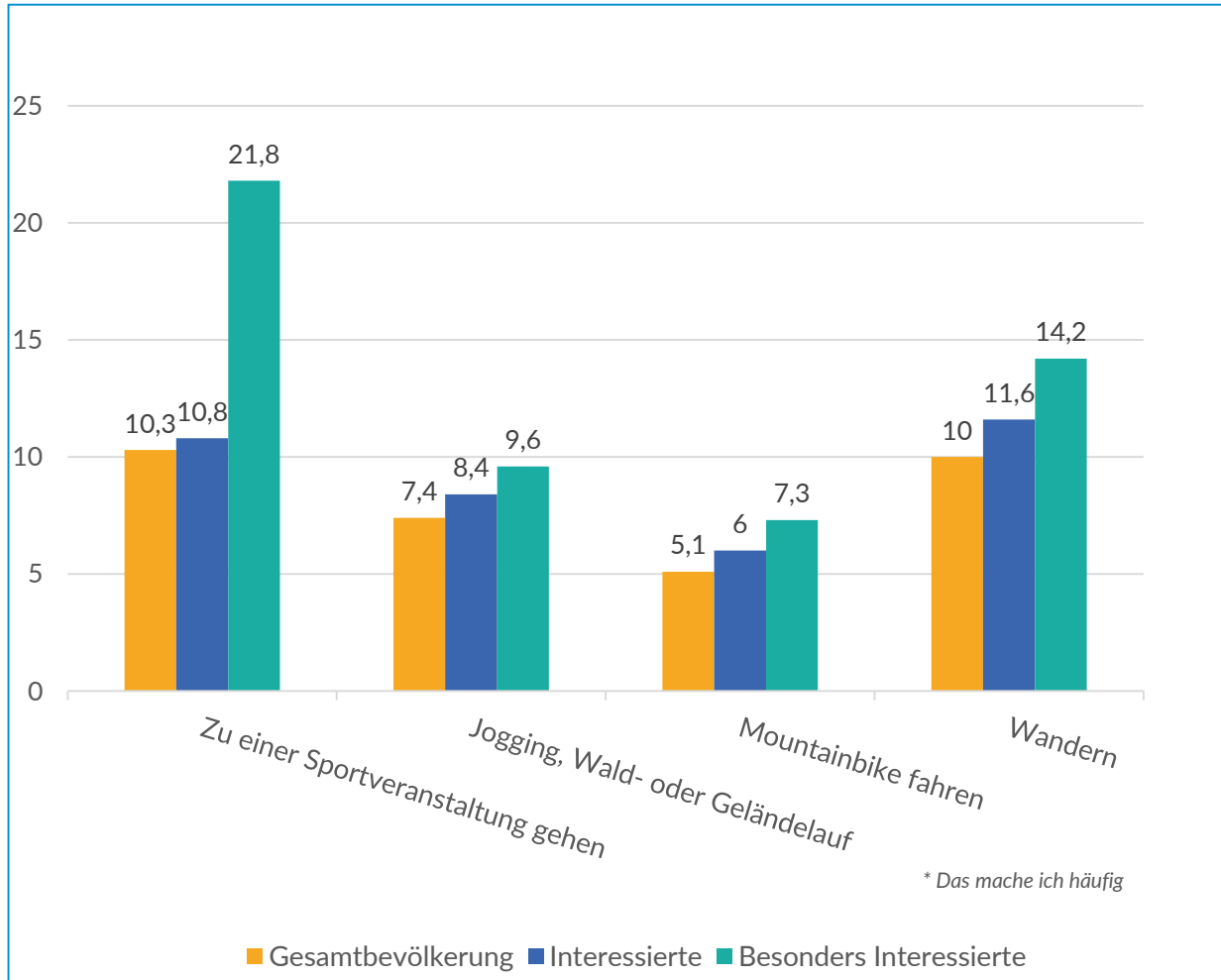
# Interessen und Vorlieben: eine vielseitig interessierte Zielgruppe – von Politik über Reisen bis hin zu Unterhaltungstechnik



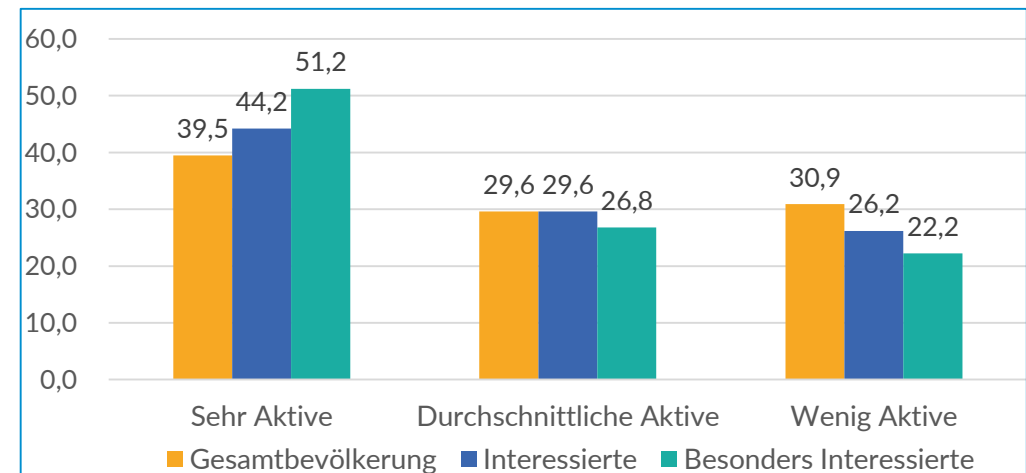
Olympia-Interessierte Personen weisen ein besonders breites **Interessenspektrum** auf. Ein vergleichsweise hohes Interesse besteht neben dem Sport bspw. an **politischen Themen** und **historischen Fragen**, aber auch an Geräten der **Unterhaltungstechnik** wie **Fernseher** und **Musikanlagen**. Außerdem besteht ein erhöhtes Interesse an Urlaub und Reisen sowie einer **gesunden Ernährung** und **Lebensweise**. Aktiv-, Wander- oder Wintersportreisen sind besonders beliebt.



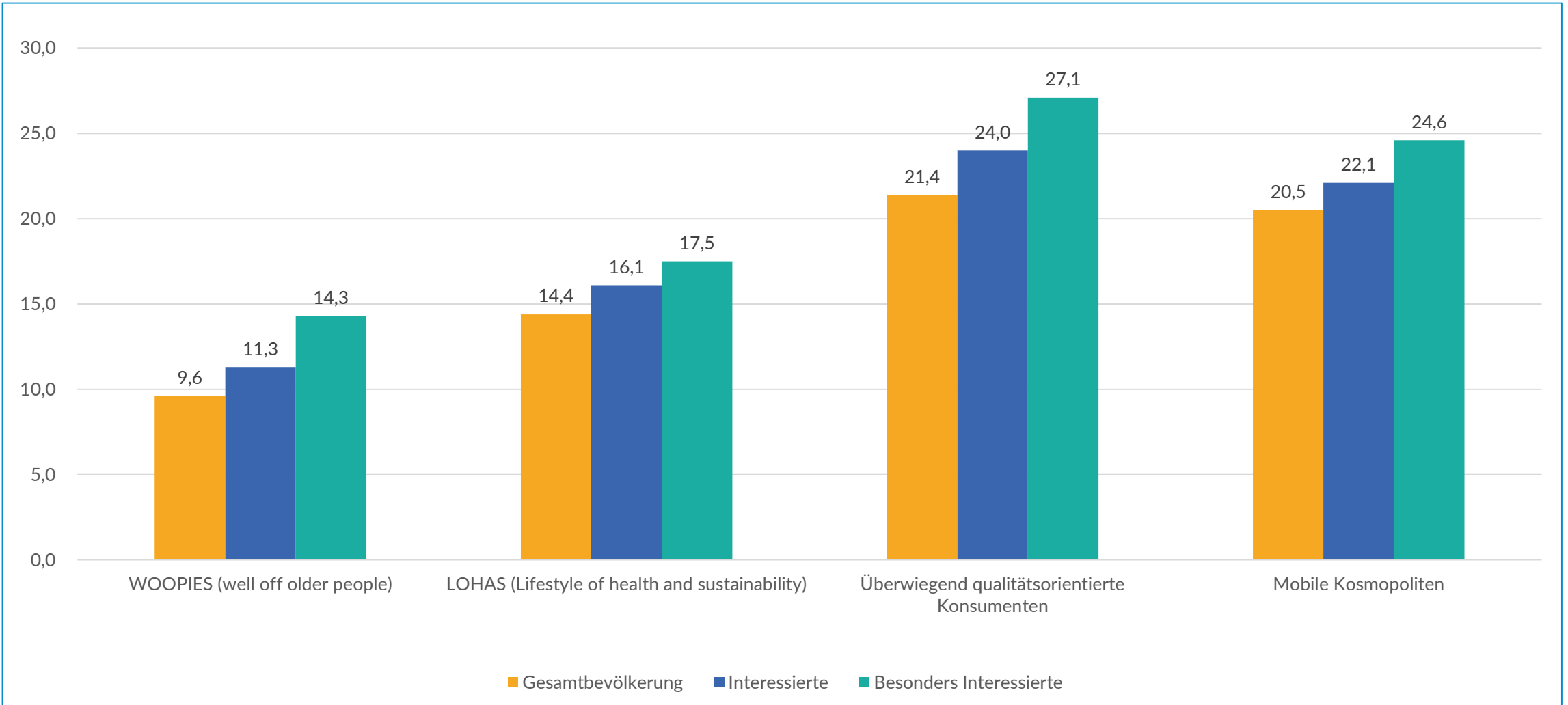
## Interessen und Vorlieben: die Zielgruppe ist sehr aktiv – Sport und ein gesunder Lebensstil sind von besonderer Relevanz



Menschen mit einem Interesse an der Olympischen Mannschaft sind selber sehr aktiv und treiben in ihrer Freizeit überdurchschnittlich viele andere Sportarten. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung besucht diese Zielgruppe regelmäßig **Sportveranstaltungen**, und treibt in Ihrer Freizeit erhöht **Outdoorsport**. So geht diese Zielgruppe in ihrer Freizeit verhältnismäßig häufig **Mountainbike fahren** und **Wandern**.



## Die Zielgruppe als Konsumenten: Unter den an Olympia interessierten Personen finden sich bestimmte attraktive Käufertypologien auffallend häufig wieder

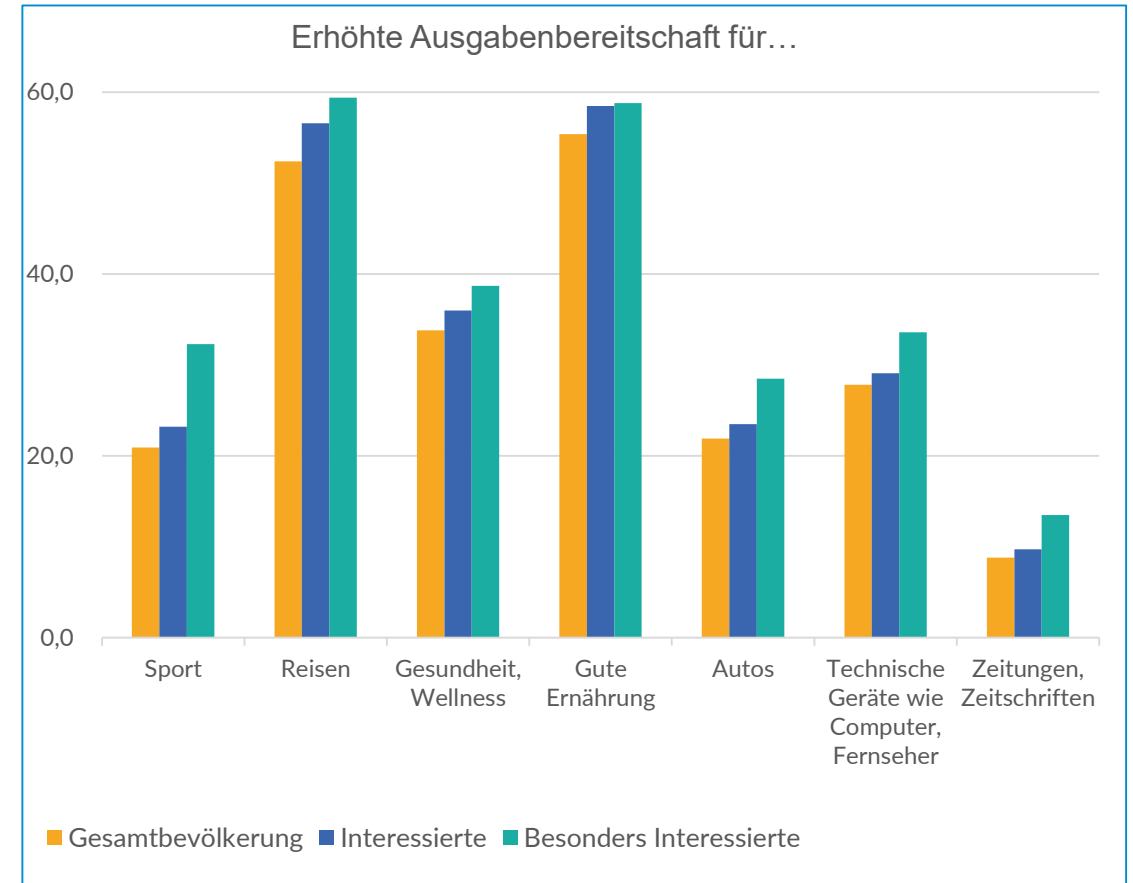
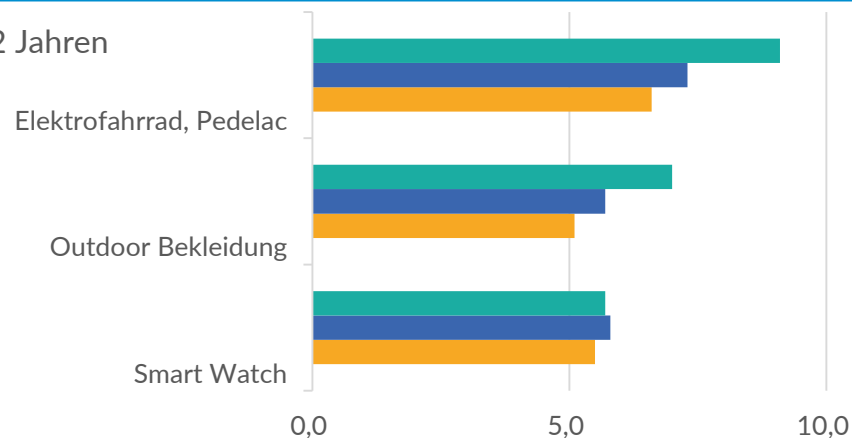


# Die Zielgruppe als Konsumenten: Hohe Ausgabebereitschaft für Sport und Reisen sowie Markenaffinität als zentraler Konsumstil

Die **Ausgabebereitschaft** der Zielgruppe für Sport, Reisen, Gesundheit, gute Ernährung aber auch Autos, Kameras, technische Geräte und Zeitschriften ist gegenüber der Gesamtbevölkerung erhöht.

Der Konsumstil und die Käufertypologie der Olympia-Interessenten spiegelt ein ähnliches Bild wider – sie legen Wert auf **Markenprodukte** besonders im Sportequipment. Neben der Überzeugung, dass für Marken mehr ausgegeben werden kann, versuchen Olympiafans auch, bei technischen Neuerungen **auf dem Laufenden** zu bleiben.

## Kaufplan in 1-2 Jahren



## Zusammenfassung der Ergebnisse

- Die Zielgruppe mit Interesse an der Deutschen Olympischen Mannschaft ist vergleichsweise **groß**. Ganze **37%** der Bevölkerung damit mehr als **25 Millionen** Deutsche ab 14 Jahren interessieren sich für den Sport. Sponsoren erreichen nicht nur ein großes Publikum sondern auch ein ausgesprochen innovatives.
- Grundsätzlich verfügt die Zielgruppe über ein sehr **breites Interessenspektrum** und ist überaus **aktiv** und somit gerne viel unterwegs. Neben zahlreichen Freizeitbeschäftigungen in der **Natur** interessiert sich die Olympischezielgruppe überdurchschnittlich für andere Sportarten und gibt gerne Geld für Sportbekleidung aus.
- Olympia-Interessierte Menschen sind außerdem vergleichsweise **politisch aktiv** und **hilfsbereit** sowie **qualitäts-** und **markenorientiert**. Der Kauf von **Outdoor-Sportequipment** und **innovativen Gadgets** wie bspw. einer Smart Watch ist bei der Zielgruppe verstärkt geplant.



**VSA** VEREINIGUNG  
SPORTSPONSORING-ANBIETER