



**|world|of|windsurfing|**

|world|of|windsurfing|



# Pressekonferenz

Sylt 2007



# Gliederung

- I. World of Windsurfing e.V.
- II. Hintergrund der Marktstudie
- III. Vorgehensweise
- IV. Bekanntheitsgrad
- V. Zielgruppen und Reichweiten
- VI. Image
- VII. Fazit
- VIII. Services von World of Windsurfing e.V.



# I. World of Windsurfing e.V.

- Interessensverband des Windsurfens
- Förderung des Windsurfsports in jedweder Hinsicht
- Aufgabenfelder:
  - ✓ Marktforschung
  - ✓ Konzeptentwicklung
  - ✓ PR
  - ✓ Sponsoring
  - ✓ Eventmanagement



# I. World of Windsurfing e.V.

- zentraler Ansprechpartner des Sports für:
  - ✓ Medien
  - ✓ Sponsoren
  - ✓ externe Partner
- non-profit
- unabhängig
- fundiert
- einzigartig



## II. Hintergrund der Marktstudie

- Windsurfen aus sporthistorischer Sicht:  
„Die Mutter aller Trendsportarten“

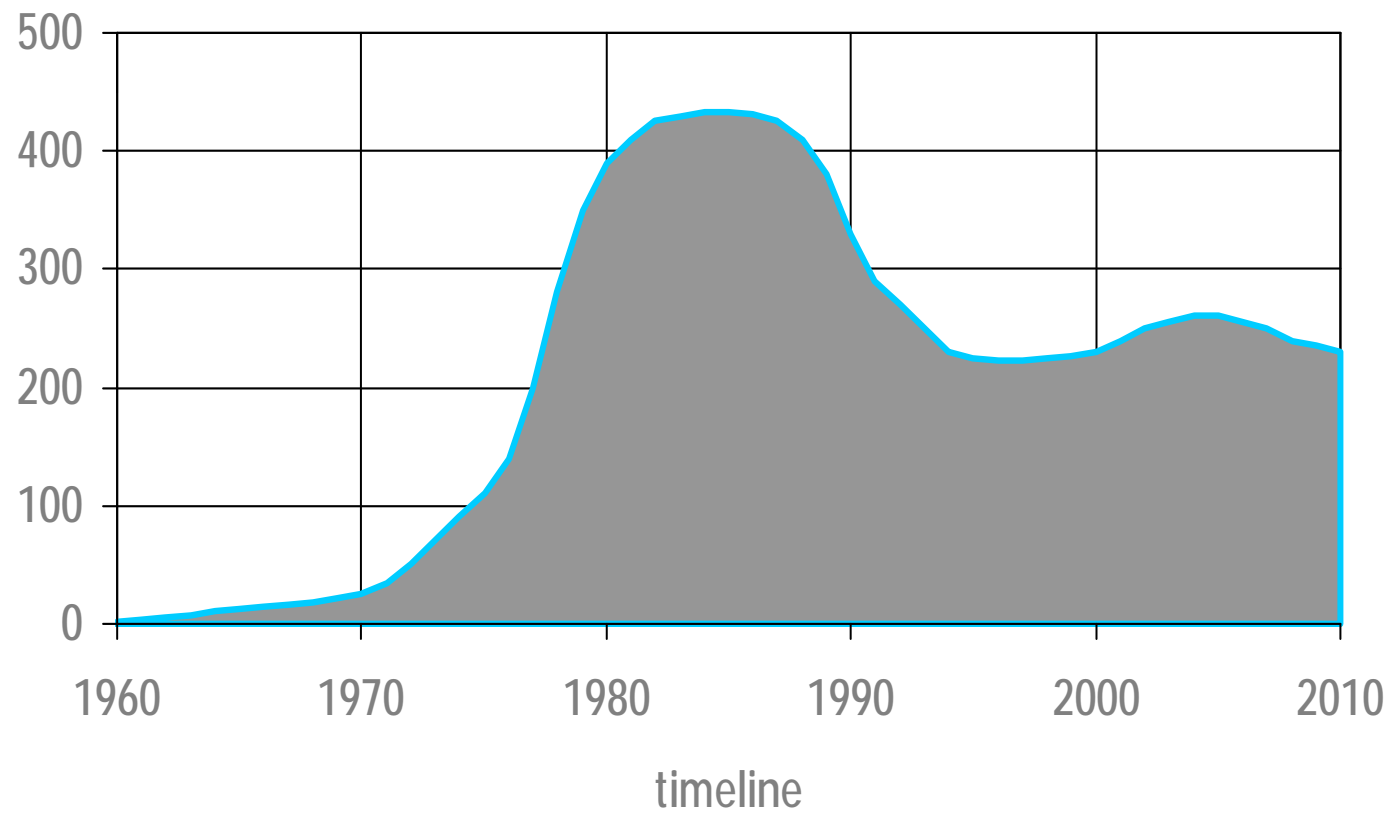
gestern...



The 1970s



## Lebenszyklus einer Trendsportart nach J. SCHWIER (1998)







## II. Hintergrund der Marktstudie

- Windsurfen aus sporthistorischer Sicht:  
„Die Mutter aller Trendsportarten“

...heute!

|world|of|windsurfing|



[www.worldofwindsurfing.org](http://www.worldofwindsurfing.org)



## II. Hintergrund der Marktstudie

- Status Quo des Windsurfen in Deutschland
  - ✓ Bekanntheit - Awareness
  - ✓ Zielgruppen - Involvement
  - ✓ Reichweiten
  - ✓ Image



## III. Vorgehensweise

- unabhängig - [Institut für Demoskopie Allensbach](#)
- repräsentativ - [zwei unabhängige Studien als Quelle](#)
- valide



### III. Vorgehensweise – WOW-Studie

- befragter Personenkreis: [Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahren in der BRD](#)
- Anzahl der Befragten: [insgesamt 1.824](#)
- Auswahlmethode: [repräsentative Quotenauswahl](#)
- Gewichtung und Repräsentanz: [Die gewichtete Stichprobe entspricht der Gesamtbevölkerung ab 16 Jahren in der BRD.](#)
- Art der Interviews: [mündlich-persönlich \(Face-to-Face\)](#)
- Zeitraum der Befragung: [27. April – 10. Mai 2007](#)



### III. Vorgehensweise – AWA 2007

- befragter Personenkreis: [Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in der BRD](#)
- Anzahl der Befragten: [insgesamt 21.058](#)
- Auswahlmethode: [repräsentative Quotenauswahl](#)
- Gewichtung und Repräsentanz: [Die gewichtete Stichprobe entspricht der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren in der BRD.](#)
- Art der Interviews: [mündlich-persönlich \(Face-to-Face\)](#)
- Zeitraum der Befragung: [Frühjahr & Herbst 2006, Frühjahr 2007](#)



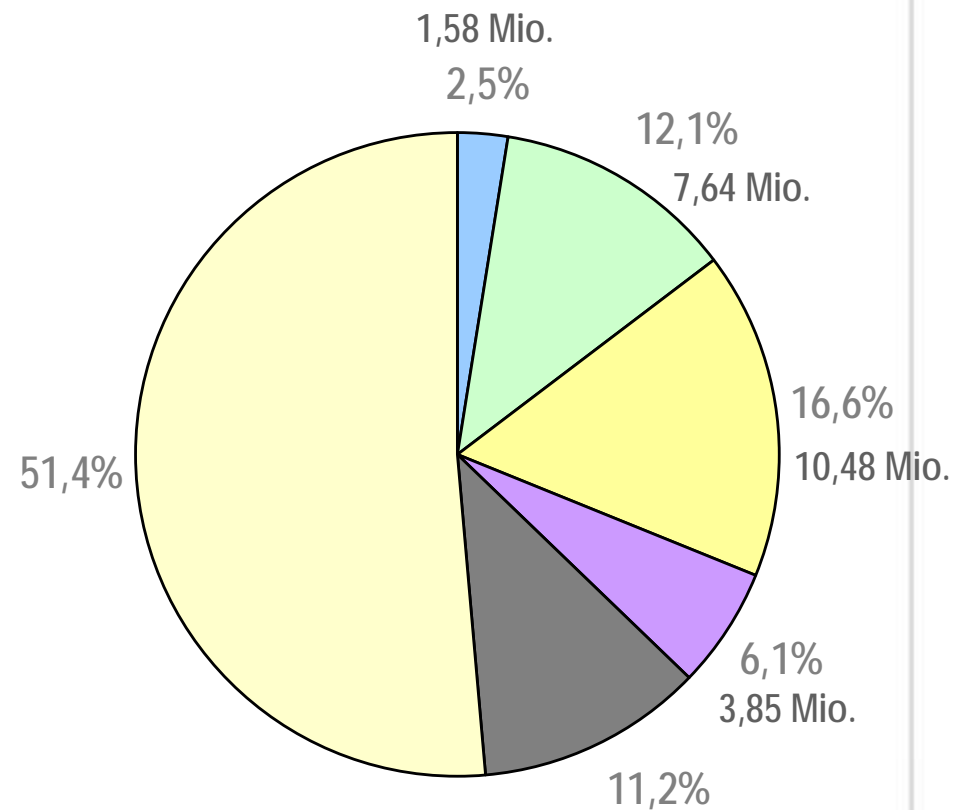
## VI. Bekanntheitsgrad

- 9 von 10 Deutschen kennen die Sportart Windsurfen (88,8%)
  
- Bekanntheitsgrade anderer Sportarten laut AWA 2007:
  - American Football - 83,3%
  - Beachvolleyball - 90,9%
  - Snowboard - 91,6%



## V. Zielgruppen und Reichweiten

- Heute aktive Windsurfer
- Früher Aktive
- Interessierte / würden es gern ausprobieren
- Kennen Windsurfen von Freunden, Verwandten
- Windsurfen ist unbekannt
- Keine Erfahrung mit Windsurfen





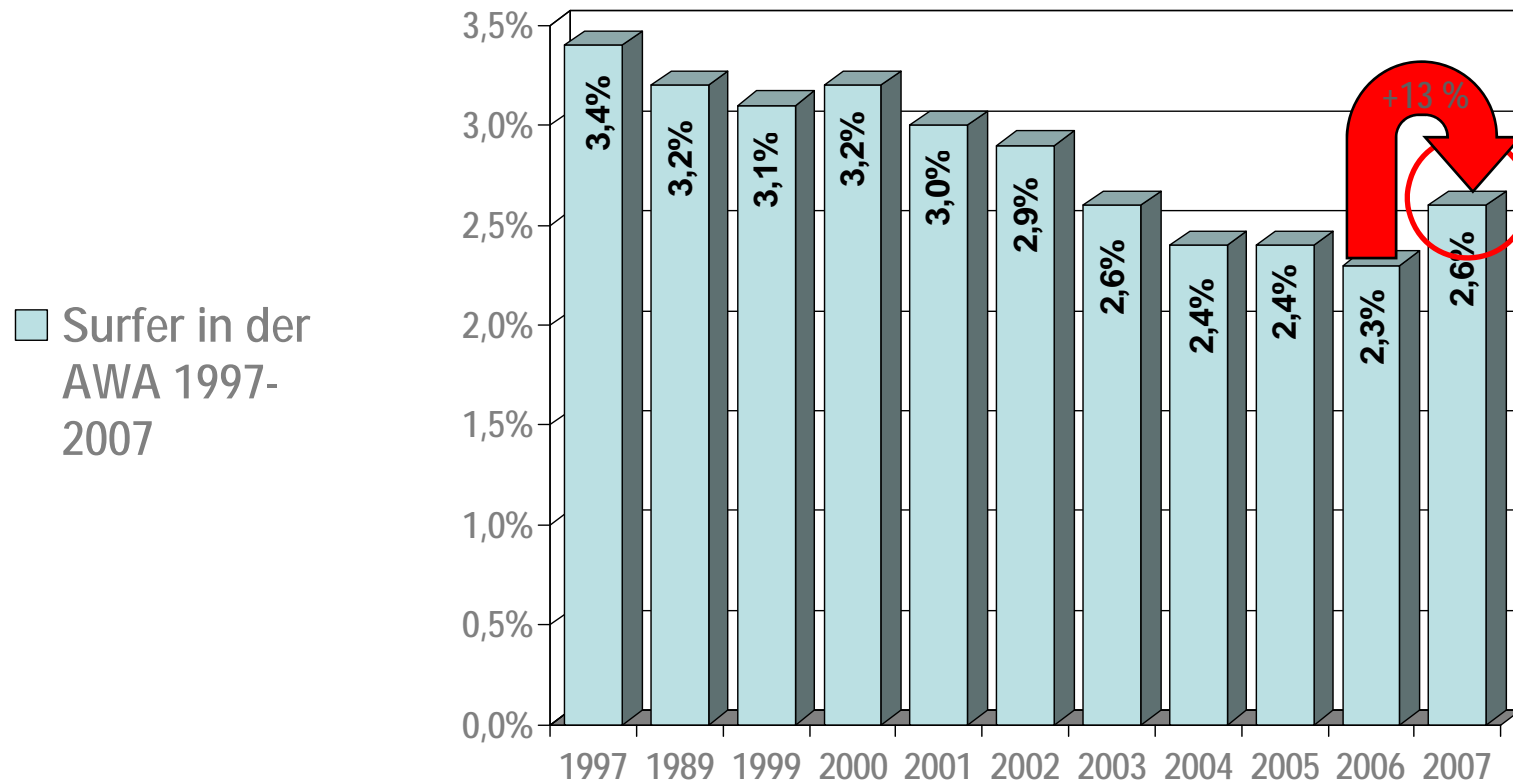


## V. Zielgruppen und Reichweiten

- aktive Sportler verschiedener Sportarten in der AWA 2007
  - Surfen - 2,6%
  - Segeln - 4,1%
  - Snowboard - 4,7%
  - Tauchen - 7,7%
  - Mountainbike - 20,7%



## V. Zielgruppen und Reichweiten





## V. Zielgruppen und Reichweiten

- Die aktiven Surfer in der AWA 2007 – sozio-demographisch:
  - ✓ vor allem Jüngere - über 70% jünger als 39 Jahre
  - ✓ Schüler, Studenten, Auszubildende - 31%
  - ✓ gut Gebildete - 43% haben Abitur, Hochschulreife oder gar abgeschlossenes Studium
  - ✓ Vollzeit-Berufstätige - 53%
  - ✓ obere soziale Schichten - 38%
  - ✓ kaufkräftige Verbraucher - 55% haben ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2500€



## V. Zielgruppen und Reichweiten

- Die aktiven Surfer in der AWA 2007 – sozio-demo-geographisch:
  - ✓ Doppelverdiener ohne Kinder – 15%
  - ✓ junge Alleinlebende – 46 %
  - ✓ aber auch junge Verheiratete/Paare ohne Kinder – 16%
  - ✓ Großstädter – 31% wohnen in Ballungsräumen
  - ✓ Urban Professionals – 11%
  - ✓ West mehr als Ost - West 87%
  - ✓ Süden mehr als Norden – BaWü und Bayern zusammen 35%



## V. Zielgruppen und Reichweiten

- Die aktiven Surfer in der AWA 2007 – Lebensstile:
  - ✓ Abenteuerer - 33%
  - ✓ Weltoffene - 13%
  - ✓ Abwechslungsbereite – 70%
  - ✓ Risikobereite - 28%
  - ✓ Erlebnisorientierte - 59%



## V. Zielgruppen und Reichweiten

- Die aktiven Surfer in der AWA 2007 – Lebensstile:
  - ✓ Personen mit breitem/sehr breitem Interessensspektrum - 54%
  - ✓ sehr Aktive - 62%
  - ✓ Innovatoren - 11%
  - ✓ Trendsetter - 13%
  - ✓ Meinungsführer - 42%
  - ✓ Aufsteiger - 15%
  - ✓ Liberale - 18%



## V. Zielgruppen und Reichweiten

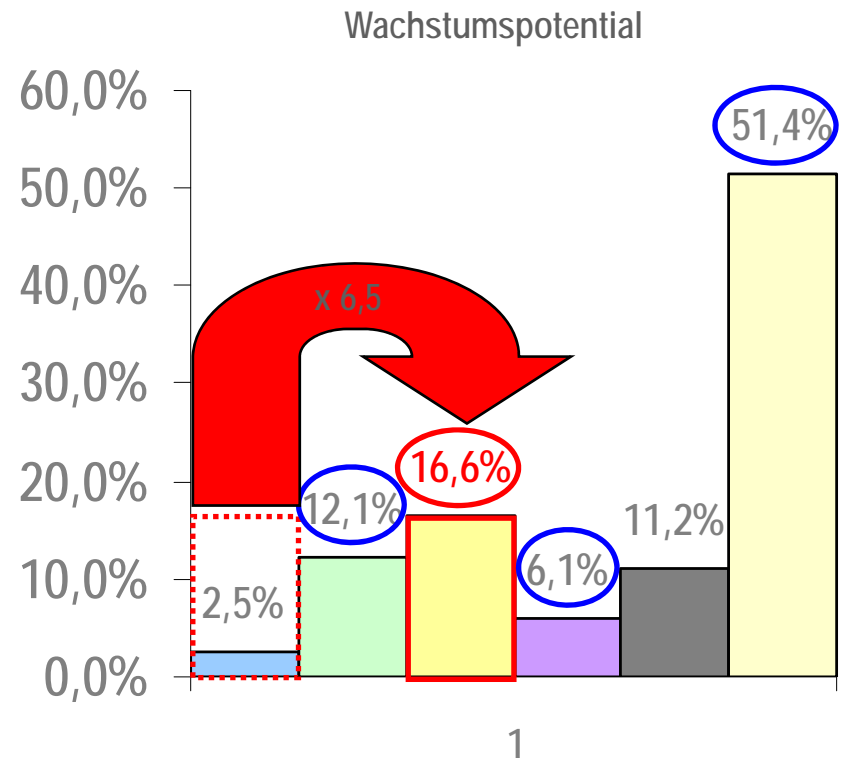
- Die aktiven Surfer in der AWA 2007 – Lebensstile:
  - ✓ Technik-Begeisterte – 46%\*
  - ✓ Personen mit Hang zum Exklusiven - 15%
  - ✓ Genießer – 75%\*
  - ✓ Kultur-Interessierte – 21%\*
  - ✓ Mode-Interessierte – 26%\*
  - ✓ viel Reisende – 63%\*
  - ✓ Sport-Begeisterte generell – 52%\*

\* belegt durch verschiedene Parameter



# V. Zielgruppen und Reichweiten

- Heute aktive Windsurfer
- Früher Aktive
- Interessierte / würden es gern ausprobieren
- Kennen Windsurfen von Freunden, Verwandten
- Windsurfen ist unbekannt
- Keine Erfahrung mit Windsurfen



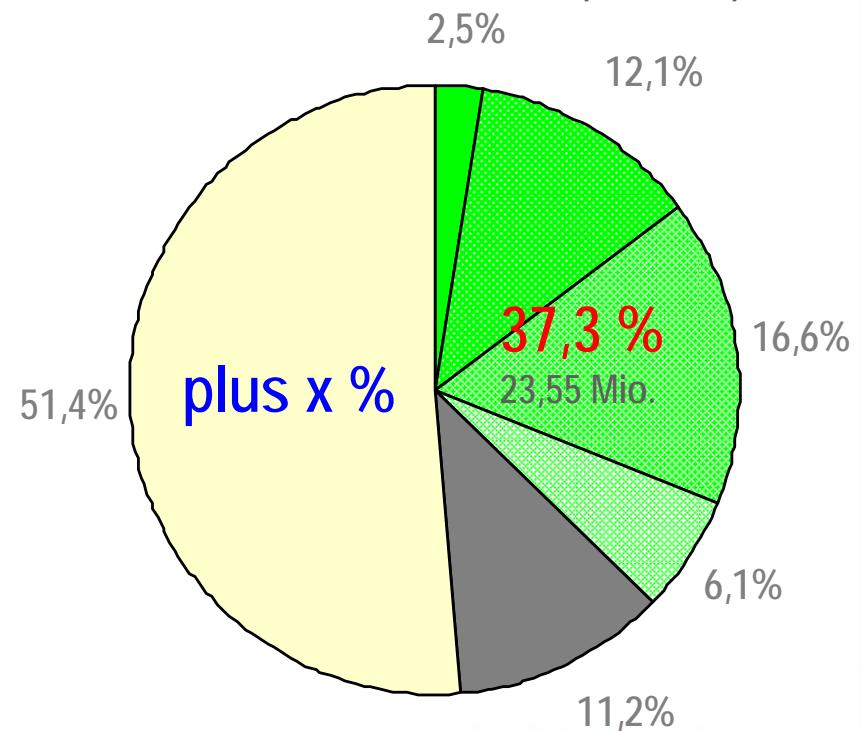




## V. Zielgruppen und Reichweiten

- Heute aktive Windsurfer
- Früher Aktive
- Interessierte / würden es gern ausprobieren
- Kennen Windsurfen von Freunden, Verwandten
- Windsurfen ist unbekannt
- Keine Erfahrung mit Windsurfen

Reichweite von Content-Ads-Sponsorships





## VI. Image

- Die Mehrheit der Bevölkerung meint: Windsurfen...
  - ✓ sieht toll aus! – 70%
  - ✓ macht Spaß! – 56%
  - ✓ da denkt man an Urlaub! – 54%
  - ✓ für Männer wie Frauen gleichermaßen geeignet – 61%
  - ✓ rasante schnelle Sportart – 52%
  - ✓ kann man überall machen, wo es Wind und Wasser gibt – vom deutschen Baggersee bis zur Atlantikküste – 50%



## VI. Image

- Auch beachtlich ausgeprägt sind Assoziationen wie...
  - ✓ farbenfroh – 42%
  - ✓ das Gefühl des Gleitens ist einzigartig – 40%
  - ✓ man genießt Unabhängigkeit und Freiheit – 40%
  - ✓ man ist eng mit der Natur verbunden – 37%
  - ✓ glaubwürdige saubere Sportart – 30%
  - ✓ etwas Außergewöhnliches – 29%
  - ✓ steht für einen ganz bestimmten Lebensstil – 28%



## VI. Image

- Auch beachtlich ausgeprägt sind Assoziationen wie...
  - ✓ ein Trendsport mit Tradition – 20%
  - ✓ erholsam, entspannend – 16%
  - ✓ wieder zunehmend im Kommen - 12%



## VI. Image

- Ausgeprägtere Vorbehalte sind:
  - ✓ schwierige Sportart – 49%
  - ✓ eher etwas für den Urlaub – 41%
  
- Deutlich seltener hält man Windsurfen für:
  - ✓ teuer und aufwendig – 29%
  - ✓ gefährlich – 25%



## VI. Image

- Alles in allem unterscheidet sich das Image, dass die unterschiedlichen Zielgruppen vom Windsurfen haben, nicht wesentlich, wie der Vergleich von...
    - ✓ Aktiven
    - ✓ weitestem Nutzerkreis
    - ✓ Interessierten
- ... zeigt.



## VII. Fazit

- Windsurfen...
  - ✓ ist in Deutschland viel größer als erwartet.
  - ✓ ist in Deutschland wieder im Kommen (AWA 2006/2007).
  - ✓ hat in allen Teilen der Bevölkerung ein sehr positives Image.
  - ✓ hat ein beachtliches Wachstumspotential.



## VII. Fazit

- Ein Siebtel der Deutschen hat Windsurf-Erfahrung.
- Ein knappes Drittel hat Erfahrung oder ist am Windsurfen interessiert.
- Über ein Drittel hat eine im weitesten Sinne persönliche Beziehung zum Windsurfen.