

## Pressemitteilung

### Frauen im Sport: Studie von Appinio zeigt bestehende Ungleichheiten auf

**Hamburg, 28. Juni 2023** – Im Juli startet die Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen. Doch auf die bestätigte Teilnahme der deutschen Nationalmannschaft folgte fast ein TV Blackout. Klar ist: Die Diskussion wäre so bei der Männer-WM nicht geführt worden. Wie steht es um die Gleichberechtigung im Sport? Wie wird Frauen-Sport in den Medien wahrgenommen? Und bestimmt das Geschlecht heute noch die Sportart? Die globale Marktforschungsplattform Appinio hat in dem neuen Hype Train "Frauen im Sport" 1.000 Deutsche in einer repräsentativen Studie (quotiert nach Alter und Geschlecht) befragt.

"Die Studie von Appinio zeigt auf, dass beim Thema Geschlechtergerechtigkeit im Sport noch ein weiter Weg vor uns liegt – und das von der Gesellschaft auch so wahrgenommen wird. Gerade im Fußball müssen wir uns für Gleichheit und Diversität einsetzen, er hat die Kraft, gesellschaftliche Impulse zu setzen. Es braucht eine konsequente Zielsetzung und konkrete Maßnahmen, allem voran aber die Offenheit für neue Entscheidungsträger:innen", sagt **Katja Kraus**, ehemalige Fußballnationalspielerinnen und Managing Director Jung von Matt/SPORTS.

#### Frauen-Sport wird seltener verfolgt

Deutlich werden Unterschiede bei einem Vergleich vom Interesse an Männer- und Frauen-Sportarten. Während 39 Prozent hauptsächlich Männersportarten verfolgen, schauen nur 9 Prozent hauptsächlich Frauen-Sportarten – nur 2 Prozent schauen ausschließlich Frauen-Sport. 50 Prozent der Befragten geben an, Männer- und Frauen-Sportarten gleichermaßen zu schauen. Wenn sich für Frauen-Sportveranstaltungen interessiert wird, dann für die Olympischen Spiele (48 Prozent), die FIFA Frauen Weltmeisterschaft (44 Prozent) oder die 1. Bundesliga im Frauenfußball (38 Prozent).

#### Repräsentation in den Medien

31 Prozent der Befragten geben an, nie oder selten in den Medien von Frauen im Sport zu hören. 58 Prozent der Deutschen glauben darüber hinaus, dass Frauen im Sport nicht ausreichend in den Medien abgedeckt sind. Dies sehen besonders Frauen so (63 Prozent vs.

53 Prozent Männer). Dabei stimmen 78 Prozent zu, dass Frauen-Sportarten an Popularität gewinnen würden, wenn mehr Frauen-Sportveranstaltungen im Fernsehen übertragen würden.

### **Gleichberechtigung im Sport**

Ein Großteil der Deutschen findet, dass Sportlerinnen genauso bezahlt werden sollten, wie ihre männlichen Kollegen (67 Prozent – stimmen (voll und ganz) zu). Dabei sind besonders Frauen der Meinung, dass die Bezahlung gleich sein sollte (80 Prozent vs. 54 Prozent der Männer). Außerdem stimmen 33 Prozent (voll und ganz) zu, dass Athletinnen im Vergleich zu Athleten mehr nach ihrem Aussehen als nach ihren sportlichen Fähigkeiten beurteilt werden. 38 Prozent sind zudem der Meinung, dass Athletinnen die gleiche Uniform wie Athleten tragen sollten, wenn sie gegeneinander antreten. Vor allem Eltern plädieren stärker auf Gleichberechtigung im Sport als Personen ohne Kinder.

### **Geschlecht und Sportart**

Entscheidet das Geschlecht 2023 noch die Sportart? Oftmals ja! Während Befragte mit Töchtern in 28 Prozent der Fälle angeben, dass ihre Töchter Fußball spielen, sind es bei Befragten mit Söhnen ganze 53 Prozent. Die beliebteste Sportart bei den Töchtern ist Schwimmen (36 Prozent vs. 26 Prozent bei Söhnen). Auch Sportarten wie Reiten (21 Prozent vs. 9 Prozent bei Söhnen), Turnen (19 Prozent vs. 10 Prozent bei Söhnen) oder Volleyball (16 Prozent vs. 11 Prozent bei Söhnen) sind bei Töchtern beliebt.

—

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden. Der vollständige Report kann [hier](#) heruntergeladen werden. Zu den Studienergebnissen geht es [hier](#).

—

### **Über Appinio**

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO)

gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

**Pressekontakt:**

Anja Nitschke  
PR & Communications Manager  
anja.nitschke@appinio.com  
+49 40 808 127 130