



Pressemeldung

Datum

17. August 2010

Kontaktperson:

Dr. Doris Kostera

Sozial- und Organisationsfor-
schung

Tel +43 (0)1 71710-421

Fax +43 (0)1 71710-189

Doris.kostera@gfk.com

Mag. Sabina Nassner-Nitsch

PR and Communications

Tel.: +43 (0)1 71710-187

Fax: +43 (0)1 71710-176

sabina.nassner-nitsch@gfk.com

GfK Austria GmbH

Ungargasse 37

1030 Wien

Österreich

Tel +43 (0)1 71710-0

Fax +43 (0)1 71710-194

www.gfk.at

info.austria@gfk.com

Geschäftsführer:

Peter Damisch

Dr. Tomas Krasny

Registriert beim Handelsgericht

Wien unter FN 119110m,

Gesellschaftssitz: Wien

Was in der Krise Spaß macht

Sport, Faulenzen und Kino bieten den ÖsterreicherInnen in schwierigen Zeiten Ablenkung

Wien, 17. August 2010 – Sporteln, ins Kino gehen oder einfach gar nichts tun – das sind jene Dinge, mit denen sich die ÖsterreicherInnen, vor allem die Jungen unter 30, in Krisenzeiten von den Problemen ablenken. Auf Sport setzt zwar auch die ältere Generation, sie findet daneben aber bei Wellnessurlauben und Museums- oder Ausstellungsbesuchen die nötige Entspannung und Abwechslung. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage der GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung.

Junge flüchten ins Kino, Ältere ins Wellnesshotel

Fast drei Viertel der Jungen zieht es ins Kino, wenn es schwierig wird. Am häufigsten tun dies junge Frauen, von denen sogar mehr als 80% in die Traumwelt des Kinos flüchten.

Bei den über 60-Jährigen reagieren sich die meisten beim Sport ab, 43% - vor allem Frauen - geben aber an dass sie in schwierigen Zeiten besonders gerne auf Wellness gehen. Auf Platz 3 der Spassbringer liegen bei den Älteren Museums- und Ausstellungsbesuche.

Wenig Qualifizierte faulenzen, Akademiker treiben Sport

Probleme und Krisen führen bei gering qualifizierten Österreichern offenbar verstärkt zu einer passiven Haltung: der Großteil faulenz in solchen Situationen oder geht ins Kino. Erst an dritter Stelle stehen bei ihnen sportliche Aktivitäten.

Umgekehrt die Situation bei den höher Gebildeten, von denen deutlich mehr als die Hälfte in schwierigen Zeiten beim Sport einen Ausgleich findet. Dahinter folgen Konzertbesuche und Kino.

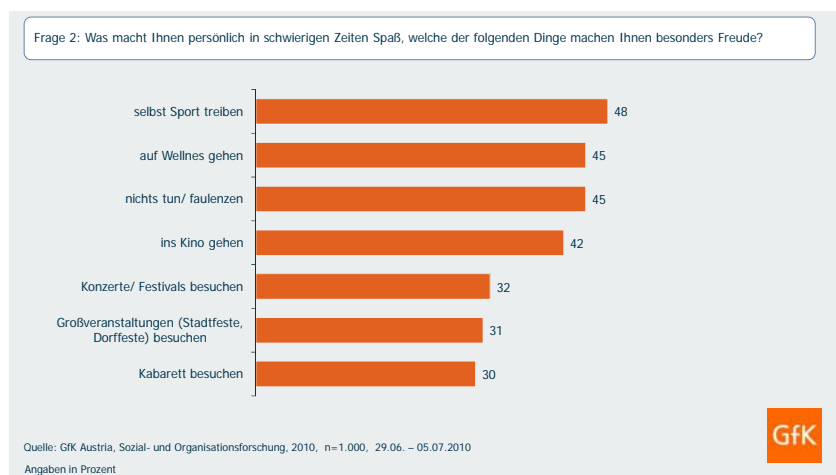
„Die formal weniger Gebildeten haben generell das Empfinden ihre Lebenssituation nicht wirklich beeinflussen zu können. In Krisenzeiten verstärken sich Gefühle des Ausgeliefertseins und des eh nichts an-

dem Könnens. Darauf reagiert diese Gruppe noch häufiger als sonst mit passivem Verhalten“, erklärt Doris Kostera, Account Manager bei GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung diese Diskrepanz.

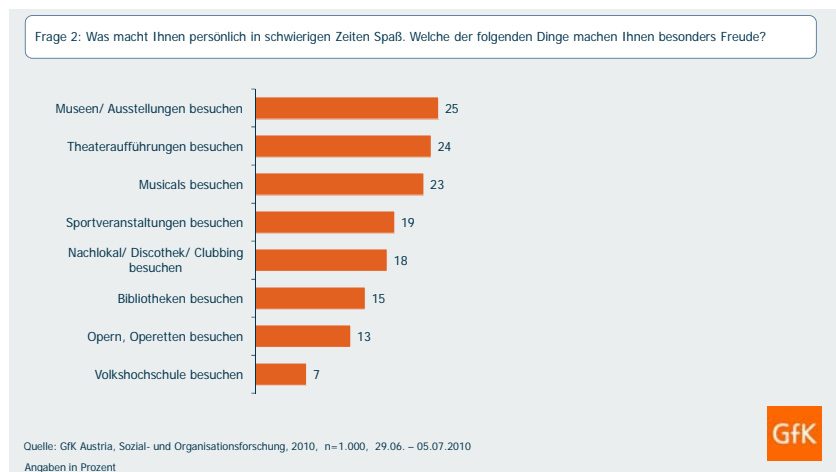
WienerInnen besonders ruhebedürftig

Ein stärkeres Ruhebedürfnis als andere haben daneben aber auch Berufstätige, ledige Personen und jene mit Kindern. Im Bundesländervergleich zeigt sich, dass die Wiener Bevölkerung überdurchschnittlich häufig das Dolce far niente genießt.

Freude an Dingen in schwierigen Zeiten I



Freude an Dingen in schwierigen Zeiten II



Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Markt-

entscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2009 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,16 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.at oder www.gfk.com.

Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe