

GfK Jugend Studie 2010

Ausgewählte Ergebnisse



Die junge Generation: Wer sind sie? Was bewegt sie? Seit 3 Jahrzehnten geht die GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung diesen Fragen nach und trägt so zum Verständnis bei, das notwendig ist, um diese Zielgruppe erfolgreich erreichen zu können.

Für Kids, Jugendliche und junge Erwachsenen verliert der Bezug zu den eigenen Eltern zunehmend an Bedeutung, Freunde werden wichtiger. Neben Spaß und Spiel sind das Finden und Ausleben der eigenen Identität ein wesentlicher Bestandteil dieser Phase und ein wichtiger Teil der Sozialisation in Gemeinschaften, sei es in die eigene Freundesgruppe oder in die Gesellschaft als Ganzes. Die Lebensumstände, in denen die junge Generation sich befindet, und ihr besonderes Lebensgefühl schlagen sich in Vorlieben, Werthaltungen und Verhaltensweisen nieder, die - zum Teil - typisch für diese Lebensphasen sind.

Für die GfK Jugend Studie werden jedes Jahr online 1.200 Personen befragt. Die Studie ist repräsentativ für österreichische Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 12 bis 24 Jahren mit Internetzugang.

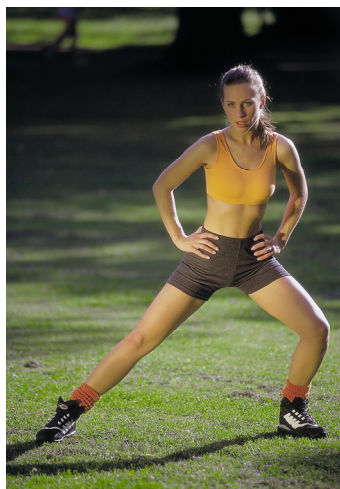
In der diesjährigen Ausgabe sind folgende Themenbände im freien Verkauf erhältlich. Sie enthalten, Executive Summaries, grafische Übersichten über die wichtigsten Ergebnisse inkl. Subgruppen, sowie das vollständige und ausführlich ausgewertete Datenmaterial in Tabellenform.

GfK Jugend Studie 2010:

Band 1: Freizeitaktivitäten

Band 2: Medienverhalten

Band 2: Online Lebenswelten



Freizeitaktivitäten

Die jungen ÖsterreicherInnen von 12 bis 24 Jahren leben stark familienzentriert - das gemeinsame Essen mit der Familie steht an erster Stelle ihrer Aktivitäten. Neben genügend Zeit zum Ausruhen, Faulenzen oder dem süßen Nichtstun haben die Teens und Twens auch oft Zeit ins Kino zu gehen. Vier von zehn 17 bis 19-Jährigen frönen auch dem „Abhängen“ in Discotheken und Nachtlokalen oder besuchen Clubbings. Stadt- und Dorffeste, Konzerte und Museen sind nur gelegentlich angesagt, der Besuch von kulturellen Veranstaltungen stößt bei jungen Österreichern auf nur geringes Interesse.

Zeitbudgets

In ihren eigenen subjektiven Einschätzungen verbringen mehr als drei Viertel der jungen Befragten überdurchschnittlich viel Zeit beim Internetsurfen, während der klassische Medienkonsum, vor allem aber das Radiohören, deutlich zurückgeht. Auf Schlaf, Arbeit, Beruf und Hobbies verzichten die jungen Respondenten aber trotz der Omnipräsenz des Internets nicht. Eher zu kurz kommen hier das Styling und die Körperpflege, auch Mahlzeiten und die Haushaltsführung.

Medienwichtigkeit und Mediennutzung

Für 84 % der jungen ÖsterreicherInnen ist das Internet sehr wichtig, gefolgt vom relativ jungen Medium Handy und dem Klassiker Fernsehen. Die junge Generation kann sich daher auch nicht mehr vorstellen ohne diese Medien zu leben. Es ist daher nicht verwunderlich, dass jeder 8. der jungen Generation mehrmals täglich mit dem Handy telefoniert und 65 % mehrere Male pro Tag, meist von zu Hause aus, im Internet surfen. Bemerkenswert ist die hohe Zahl an Heavy Usern von Computerspielen: ein Viertel der jungen Generation spielt täglich, jeder Fünfte junge Mann sogar mehrmals täglich.

Web 2.0 und Information

Von den zahlreichen Internetservices und -anwendungen macht die junge Generation regen Gebrauch: Chat-Seiten sind das Nonplusultra für die 12 bis 16-Jährigen, online Communities wie Facebook etc. punkten vor allem bei den ab 17-Jährigen, die auch Videoportale nutzen. Auch Informationsseiten, hier vor allem Online Lexika (wie z. B. Wikipedia) freuen sich regen Interesses der jungen ÖsterreicherInnen. Social Bookmarks warten hingegen noch auf ihre große Entdeckung durch die junge Generation. Ein aktives Mitgestalten des Internetcontents durch Videos, Fotos oder Produktbewertungen/Kaufempfehlungen ist jedoch ebenso wenig „in“ wie die Nutzung von Web-TV.

Allgemeine Einstellungen zum Internet

Das Internet ist ein wesentlicher, nicht wegzudenkender Lebensbestandteil für junge ÖsterreicherInnen. Es erleichtert den Alltag und im Internet zu surfen macht so gut wie allen bis zu einem gewissen Grad Spaß. Wie sehr das Internet auch eine Erweiterung des sozialen Umfeldes der jungen Generation darstellt, zeigt sich daran, dass sich mehr als zwei Drittel aller Befragten einer Online Community zugehörig fühlt und das Online-Kennenlernen neuer Freunde als einfach empfindet.

Für **weitere Informationen**, egal ob zu diesen Ergebnis-Highlights oder Ihren Bestellwünschen, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Dr. Angelika Kofler
Abteilungsleiterin
01/71710/137
Angelika.Kofler@gfk.com



Mag. Ulrike Lavrencic
Schwerpunkt Jugend
01/71710/163
Ulrike.Lavrencic@gfk.com