

# GfK Lifestyle 2010

## Ausgewählte Ergebnisse



Die **Lifestyle Studie** wird jährlich seit 1987 von der GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung durchgeführt und erfasst die Lebenswelten der Österreicherinnen und Österreicher. Die aktuelle Studie umfasst n=4.600 Fälle und ist repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahren. Der Erhebungszeitraum lag zwischen 01.06. und 23.07.2010.

In der diesjährigen Ausgabe sind folgende **Themenbände** im freien Verkauf erhältlich. Enthalten sind illustrierter Textbericht und Tabellen: Vollständiges Datenmaterial in Tabellenform ausgewertet nach relevanten Kriterien und Soziodemografie, Übersichtsgrafiken, Executive Summary. Lieferung als gebundener Printband in 1-facher Ausfertigung.

#### THEMENBÄNDE 2010:

- Band 1: **Freizeitaktivitäten** umfasst insgesamt folgende Inhalte:  
18 Freizeitaktivitäten nach Ausübungs-Frequenz (Aktivitäten zu Hause, auswärts, in der Natur, Ausflüge/Urlaube) \* Besuchshäufigkeit diverser Veranstaltungen \* Orte gemeinsamer Freizeitaktivitäten \* Zeitbudgets \* Persönliche Belastungen in der aktuellen Lebenssituation \* OptimistInnen/PessimistInnen
- Band 2: **Medienverhalten** umfasst insgesamt folgende Inhalte:  
Medientypologie \* Wichtigkeit verschiedener Medien \* Nutzungsfrequenz verschiedener Medien \* Mediennutzung an verschiedenen Orten \* Vermissten einzelner Medien \* Nutzungsmotive nach Medien \* Allgemeine Einstellungen zur Mediennutzung
- Band 3: **Online Lebenswelten** umfasst insgesamt folgende Inhalte:  
Internetzugang \* Nutzungsfrequenz Internet nach Orten \* Nutzungszeitraum \* Veränderung des persönlichen Lebens durch das Internet \* Nutzungsfrequenz von verschiedenen Internetdiensten und Services (Kommunikation, Web 2.0, Information) \* Aktivitäten im Internet (Videos, Fotos, Blogs, Web Radio/TV) \* Einstellungen zum Internet (allgemein, online mit anderen)



### Trends bei den Freizeitaktivitäten

#### **Einerseits cocooning, andererseits reisen**

Der schon länger zu beobachtende Trend zum cocooning, also zum Rückzug ins Private, setzt sich weiter fort. Bereits jede/r vierte ÖsterreicherIn verbringt seine/ihre Freizeit alleine und jede/r Fünfte betätigt sich regelmäßig als HeimwerkerIn. Andererseits fahren die ÖsterreicherInnen aber auch wieder mehr weg. Aktuell sagen 17 % , dass sie regelmäßig auf Urlaub fahren, 2005 gaben dies nur 13 % an.

#### **Zeitbudgets: Internetnutzung beansprucht immer mehr Zeit**

Arbeit und Beruf, Schlafen und Internetnutzung beanspruchen besonders viel Zeit. Darüberhinaus wenden die ÖsterreicherInnen aber auch viel Zeit für Fernsehen, Tätigkeiten im Haushalt und für ihre Hobbies auf. Wenig Zeit nehmen sich Herr und Frau Österreicher dagegen für Einkaufserlebnisse und für Körperpflege oder Styling. Ungeachtet der tatsächlichen Nutzungsdaten haben die Menschen jetzt das Gefühl viel mehr Zeit im Internet zu verbringen als noch 2005 — zu Lasten von Fernsehen und Radio hören. Die ÖsterreicherInnen verbringen aktuell auch wieder mehr Zeit mit Essen, gehen aber weniger oft shoppen.

#### **Persönliche Belastungen nehmen zu**

Die ÖsterreicherInnen fühlen sich hauptsächlich durch ihre berufliche oder schulische Situation belastet. Besonders gestresst sind die Jungen unter 25 Jahren. 4 von 10 ÖsterreicherInnen sind auch finanziell zumindest etwas belastet, vor allem die einkommensschwachen Schichten stehen stark unter Druck. In den letzten Jahren hat sich allerdings nicht, wie man aufgrund der Wirtschaftskrise vermuten könnte, der Druck in der Arbeitswelt und der Schule verschärft, sondern die Belastungen sind in den Bereichen Wohnen, Gesundheit und Finanzen gestiegen.

#### **Österreich ein Land der OptimistInnen**

Was die allgemeine Lebenseinstellung betrifft, so bezeichnet sich der weitaus größte Teil der ÖsterreicherInnen als optimistisch. Die meisten OptimistInnen gibt es in der Altersgruppe der 60 bis 69-Jährigen. Auffallend ist auch der überdurchschnittliche Optimismus der KärntnerInnen.

Dagegen ist der Pessimismus vor allem in der Altersgruppe der 20 bis 29-Jährigen verbreitet – jede/r Vierte gibt an von negativen Gedanken geplagt zu werden.

### Trends im Medienverhalten

#### **Internet und Fernsehen sind die wichtigsten Medien**

Das Internet ist aus dem Leben der ÖsterreicherInnen nicht mehr wegzudenken – eine Tatsache, die sich auch in der persönlichen Wichtigkeit der „alten“ und „neuen“ Medien widerspiegelt. Die Aufmerksamkeit gilt immer mehr den digitalen Medien. Ganz oben in der Reihenfolge steht zwar immer noch das Fernsehen, das Internet liegt aber nur knapp dahinter an zweiter Stelle. Mit etwas Abstand folgen Radio und Handy, Tageszeitungen und Bücher.

Keine große Bedeutung mehr haben Festnetztelefon, Teletext und Zeitschriften. Festnetztelefon und Zeitschriften sind bereits für 62 % der ÖsterreicherInnen unwichtig geworden.

#### **Handy wird dennoch am häufigsten genutzt**

Das Handy ist jenes Medium, das von den ÖsterreicherInnen am intensivsten genutzt wird – 8 von 10 nutzen es täglich, davon mehr als die Hälfte sogar mehrmals täglich. Kaum weniger oft genutzt wird das Fernsehen und erst an dritter Stelle folgt das Internet.

#### **Auf Handy und Internet kann am wenigsten verzichtet werden**

Ihrer großen Bedeutung entsprechend würden die ÖsterreicherInnen am stärksten ihr Handy und das Internet vermissen, wenn sie längere Zeit ohne Medien auskommen müssten. Im Ranking folgen Radio und Fernsehen; Bücher und Zeitungen würden nur mehr weniger als der Hälfte der Bevölkerung fehlen. Auf die „alten“ Medien kann also leichter verzichtet werden als auf die „neuen“.

Das Internet hat in den letzten 5 Jahren enorm an Bedeutung zugelegt. Denn war es 2005 nur knapp ein Viertel, das das Internet vermissen würde, so sind es aktuell mehr als 60 %. Einen leichten Bedeutungszuwachs verzeichneten daneben nur noch DVDs und Videofilme. Auf der VerliererInnenseite stehen dagegen die gedruckten Medien.

#### **Informationen übers Weltgeschehen haben hohen Stellenwert**

9 von 10 ÖsterreicherInnen ist es sehr wichtig über das Geschehen auf der Welt gut informiert zu sein. Einen großen Stellenwert hat daneben auch die Kommunikation mit FreundInnen und/oder KollegInnen, bei der Aktuelles besprochen werden kann.

Überraschend: 8 von 10 geben an, dass sie ständig Neues lernen wollen, was eine hohe Wertigkeit von laufender Weiterbildung zeigt.

### Trends in den Online Lebenswelten

#### **Mobile Internetnutzung am Vormarsch**

Das Internet wird von den ÖsterreicherInnen am häufigsten zu Hause genutzt. Insgesamt steigen mehr als drei Viertel der Internetnutzer täglich oder mehrmals täglich zu Hause ins Internet ein. Die aktivsten „Homeuser“ sind vor allem Männer und Personen bis 39 Jahren. Am zweithäufigsten wird das Internet im Büro genutzt, besonders stark von Männern und AkademikerInnen.

Bei der - ohnedies sehr hohen - täglichen Internetnutzung zu Hause ist im Vergleich zu den Vorjahren nur mehr ein leichter Anstieg sichtbar. Die mobile Internetnutzung mittels Laptop nimmt hingegen stetig zu, in den letzten zwei Jahren hat sich die tägliche Nutzung fast verdreifacht.

#### **Videportale und Social Networks am beliebtesten**

An erster Stelle bei den Aktivitäten im Internet steht das Ansehen von Videos auf Videoportalen. Aktivere Nutzungsformen, wie Videos bewerten oder Videos selbst auf Videoportalen hochladen finden noch nicht so starken Anklang.

Vier von zehn InternetuserInnen haben ein Profil auf einer Social Network Seite erstellt. Besonders beliebt sind facebook und ähnliche Seiten bei Jugendlichen: mehr als zwei Drittel der bis 19-Jährigen sind auf diese Weise vernetzt, bei den bis 29-Jährigen sind es sogar mehr als drei Viertel.

Bei den Blogs ist das Nutzungsverhalten ähnlich wie bei Videoportalen. Passiv wurden Blogs bisher von mehr UserInnen gelesen als aktiv bewertet

#### **Das Internet bringt Spaß**

Der Spaßfaktor beim Internet surfen ist den Befragten am wichtigsten: 41 % aller UserInnen bestätigen, dass Internet surfen Spaß macht. Insgesamt ist für ein Drittel das Internet nicht mehr aus dem Leben wegzudenken und erleichtert für ein Viertel den Alltag. Vor allem für höher Gebildete ist das Internet schon eine Selbstverständlichkeit im Privat- und Berufsleben geworden.

#### **Online communities vergrößern sich**

Ein Drittel aller Befragten würde gerne Online-Bekanntschäften auch persönlich treffen, bei den jüngeren UserInnen und Männern ist dieser Wunsch am stärksten ausgeprägt. Fast ein Viertel würde gerne auch persönliche Informationen über andere Menschen im Internet finden. In den letzten zwei Jahren sind leichte Anstiege bei den Online-Communities zu sehen: immer mehr UserInnen gehören einer solchen an.

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

Dr. Angelika Kofler  
01/71710/137  
[Angelika.Kofler@gfk.com](mailto:Angelika.Kofler@gfk.com)



Dr. Doris Kostera  
01/71710/421  
[Doris.Kostera@gfk.com](mailto:Doris.Kostera@gfk.com)

Tamara Mathä  
01/71710/412  
[Tamara.Mathae@gfk.com](mailto:Tamara.Mathae@gfk.com)

