

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Umgeben von Reizen im digitalen Zeitalter

Österreicher schwimmen in Informationsflut

Ständige Erreichbarkeit ist mittlerweile in fast alle Bereiche des Lebens von Herrn und Frau Österreicher vorgedrungen. Es vergeht kein Tag, an dem nicht zahlreiche Anrufe, Nachrichten oder E-Mails eintrudeln und die Aufmerksamkeit der Nation verlangen. Diese Dauerberieselung mit Informationen ist eine interessante Entwicklung der modernen Zeit, die aber auch ihre Schattenseiten zu haben scheint, wie das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com in einer repräsentativen Umfrage zum Thema Reizüberflutung herausgefunden hat: Über 70 Prozent der Österreicher fühlen sich von Informationen überflutet. Wie und warum es dazu kommt, wurde genau durchleuchtet.

„Nicht ohne mein Handy!“

Das Smartphone ist in der Hosen- oder Handtasche immer dabei und wird von allen Altersgruppen mehrmals stündlich überprüft, um auf dem neuesten Stand zu sein und nichts zu verpassen. Die jüngste Altersgruppe (14-19-Jährige) hat hier mit bis zu 9 Mal stündlich aufs Handy schauen die Nase erwartungsgemäß vorne - wenig verwunderlich, erhält sie doch im Schnitt bis zu 61 neue Informationen in Form von Nachrichten (SMS, WhatsApp) über den Tag verteilt. Die „älteren Semester“ (50-69-Jährige) gehen es in diesem Bereich mit 12 oder weniger Nachrichten am Tag gemütlicher an.

Auch während dem Fernsehen wird gerne noch das Smartphone oder eine andere technische Informationsquelle verwendet und damit die Konzentration bewusst oder unbewusst auf mehrere Reize gleichzeitig aufgeteilt. Mehr als ein Drittel (34%) der Österreicher geben zu, mehrmals in der Stunde zum Handy oder Tablet zu greifen, wenn sie daheim vor dem Fernseher sitzen. „Der Second Screen ist in den heimischen Wohnzimmern längst omnipräsent“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com.

Arbeit ist das halbe Leben

Jeder zweite befragte Büroangestellte kann nach Dienstschluss nicht abschalten und gibt an mindestens einmal pro Woche nach der Arbeit noch erreichbar zu sein. Zwar werden im Mittel „nur“ 38 E-Mails pro Tag erhalten, jedoch sind sich die Befragten sicher, die Mehrheit der beruflichen Mails bedürfen unbedingt persönlicher Bearbeitung (56%). Interessantes Detail in diesem Zusammenhang: Treffen neue E-Mails im Posteingang ein, klicken immerhin 23% sofort auf die Benachrichtigung.

„Gründe für den Drang nach permanenter Informationsaufnahme könnten im Verständnis der modernen Arbeitswelt liegen. Mehrere Aufgaben gleichzeitig zu erledigen (94%) sowie ein steigender Grad an Komplexität gehören im Job für die Mehrheit zur Norm (93%)“, fasst Schwabl zusammen. Ebenfalls hohe Zustimmung fanden die ständige Erreichbarkeit (81%) und die Veränderung als fixer Bestandteil der heutigen Arbeitswelt (82%) bei den Befragten.

Zeit für Entschleunigung

Die Österreicher sind im Privat- wie Berufsleben einer permanenten Flut an Reizen ausgesetzt, auf die zeitweise augenblicklich reagiert wird. Im Zuge dessen verschwimmen die Grenzen zwischen Arbeits- und Privatleben immer mehr, was auch mehrheitlich so wahrgenommen wird (74%). Ständige Reizüberflutung und ihre negativen Auswirkungen sollten daher nicht unterschätzt werden. Immerhin zählen Stress (49%), Müdigkeit (48%) und Reizbarkeit (47%) zu den am häufigsten wahrgenommenen Symptomen. Und was sagen die Österreicher selbst zu dieser Situation? Die wünschen sich eine grundsätzliche Entschleunigung ihres Alltags und Berufs. Sei's ihnen gegönnt!

Baden bei Wien, 17. Oktober 2018

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc
Mühlgasse 59
A-2500 Baden, Austria
l.eberhardsteiner@marketagent.com
tel.: +43 2252 - 909009

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 26.09. – 02.10.2018
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 1.001 Interviews
- Umfang: 20 geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Gabriela Jank, MSc

Über Marketagent.com

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 1.200.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG, Generali oder Intersport. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.