

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Österreichs fette Jahre sind vorbei

Körperzufriedenheit, Problemzonen und Abnehm-Strategien der Österreicher im Überblick

Körperform und -gewicht nehmen in der heutigen Gesellschaft einen hohen Stellenwert ein. Nicht nur durch den Fitness-Boom und idealisierte Körperdarstellungen in traditionellen Medien sowie sozialen Netzwerken stehen Bodyshape und Co. bei vielen Menschen hoch im Kurs. Wie wohl sich die Österreicherinnen und Österreicher in ihrer Haut fühlen und wie sie den eigenen Körper optimieren wollen, hat nun das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com im Rahmen des „Der Speck muss weg-Reports“ erhoben. Neben der Körperzufriedenheit wurden auch die beliebtesten Strategien zur Gewichtsreduktion sowie die herrschende Meinung zum Thema Diäten in Österreich näher unter die Lupe genommen. Gleich zu Beginn vorweg: Österreich möchte in Summe um 44.000 Tonnen leichter werden.

Die durchschnittliche Österreicherin ist 1,65 Meter groß und wiegt 64 Kilogramm. Herr Österreicher bringt bei einer mittleren Körpergröße von 1,79 Meter im Durchschnitt 82 Kilogramm auf die Waage. Ein Grund zur Freude? Die Meinung der Befragten ist gespalten. Knapp 45% fühlen sich im Großen und Ganzen mit ihrer Figur wohl, während nur jeder Fünfte sich nicht so recht damit anfreunden kann. Hinsichtlich des Körpergewichtes ist das Wohlbefinden etwas niedriger. Nur etwa 4 von 10 Österreichern sind mit ihrem Gewicht zufrieden, ein Drittel im Gegensatz dazu unzufrieden. Der geringste Anteil der Unzufriedenen ist mit etwa jedem Zehnten bei den unter- und normalgewichtigen Österreichern zu finden, wobei erstere 7% und letztere etwa 38% der Gesamtbevölkerung ausmachen. Die übrigen 55% der österreichischen Bevölkerung gelten nach der BMI-Klassifikation als übergewichtig oder adipös. „Mit dem Gewicht steigt auch die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper“, führt Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com, aus. „Bei Übergewicht sind 41%, bei Adipositas sogar 70% der Betroffenen unzufrieden mit dem eigenen Körpergewicht“, so der Marktforscher weiter.

Der Speck muss weg

Gut zwei Drittel der Österreicherinnen und Österreicher würden gerne abnehmen, wobei vor allem die Frauen die Kilos purzeln lassen wollen. Über drei Viertel der weiblichen Befragten würden sich eine Reduktion des eigenen Gewichtes wünschen. Ein Verlust von 10 Kilogramm an Körpergewicht soll es im Idealfall bei Herrn und Frau Österreicher sein. Dabei besteht bei einigen Körperstellen mehr Luft nach oben als bei anderen. Der Bauch stellt mit großem Vorsprung für 75% der Befragten die Problemzone Nummer 1 dar. Deutlich dahinter folgen Beine, Brust und Po, die etwa von jedem vierten bis fünften Österreicher am eigenen Körper bemängelt werden. In Summe möchte Gesamt-Österreich 44.000 Tonnen an Gewicht verlieren.

Der beste Weg zur Traumfigur?

Um die ungeliebten Fettpölsterchen loszuwerden und das Gewicht zu reduzieren, gelten Sport (89%) und eine Umstellung der Ernährungsgewohnheiten (86%) klar als beste Strategien. Diäten und Fasten werden ebenfalls von 37% der Befragten als sinnvoll eingeschätzt. Im Gegensatz dazu können der Einsatz von Nahrungsergänzungsmitteln (11%) sowie kosmetische und chirurgische Eingriffe (jeweils 6%) nur bedingt von ihrer Sinnhaftigkeit überzeugen. Knapp 16% der Österreicherinnen und Österreicher wären theoretisch jedoch bereit, sich für eine Gewichtsreduktion unters Messer zu legen.

Im direkten Vergleich von Sport und Diät als Maßnahmen zur Gewichtsabnahme geht die Sportausübung als klarer Sieger hervor. „Mehr als 7 von 10 Befragten würden die sportliche Betätigung dem Verzicht auf gewisse Nahrungsmittel vorziehen. Besonders bei Männern ist der Sport mit knapp 84% der klare Favorit“, beschreibt Thomas Schwabl die Ergebnisse. Diese Einstellung spiegelt sich auch in der Anzahl der bereits durchgeführten Diäten wider. Frauen blicken durchschnittlich auf eine Anzahl von 5,1 Diäten zurück, während Männer mit 2,3 Diäten seltener bewusst auf Nahrungsmittel verzichtet haben. Jedoch setzen vor allem adipöse Menschen ihre Hoffnung in diese Strategie zur Gewichtsreduktion. Mit durchschnittlich 8,4 Diäten liegen sie weit vor jenen Personen mit Über- (2,7 Diäten) und Normalgewicht (2,2 Diäten). Das Ergebnis des Fastens und Verzichtens ist allerdings meist ernüchternd: Nur 3 von 10 Österreicherinnen und Österreichern sind mit dem Erfolg ihrer Magerkost-Erfahrung zufrieden.

Stolpersteine für den Diäterfolg

Doch weshalb führen Diäten oft nicht zum gewünschten Ziel? Knapp zwei Drittel der Befragten identifizieren den berühmt-berüchtigten Jo-Jo-Effekt als größten Nachteil dieser Abnehm-Strategie. Für gut ein Drittel werden Diät-Erfolge außerdem als nicht nachhaltig eingeschätzt. Problematisch ist für 4 von 10 Befragten auch die geforderte und notwendige Selbstdisziplin. Vor allem das Essen in Gesellschaft verführt hier zum Verstoß gegen die Diätvorschriften. Das hohe Maß an Konsequenz und Durchhaltevermögen sei oftmals schwer umzusetzen ist. Auch die Kombination mit Sport ist für viele essenziell. Ohne zusätzliche körperliche Betätigung wäre eine Diät für 40% der Befragten nicht sinnvoll. Nicht zu vernachlässigen sind für etwa 3 von 10 Österreicherinnen und Österreicher Aspekte der psychischen und physischen Gesundheit. Der Verzicht würde ihrer Meinung nach schwer fallen, besonders bei Genussmenschen oder in Stresssituationen, und könnte die Stimmung drücken. Darüber hinaus wird die Ernährung als zu einseitig wahrgenommen und auch ein Schaden für die Gesundheit als möglich erachtet.

Baden, am 10. April 2019

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

l.eberhardsteiner@marketagent.com

tel.: +43 (0) 2252 – 909 009

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 01.04.2019 – 05.04.2019
- Sample-Größe: n = 500 Netto-Interviews in der Kernzielgruppe
- Kernzielgruppe: Personen im Alter zwischen 14 und 69 Jahren
- Quotensteuerung: Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung | Random Selection
- 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 mehr als 1.400.000 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 oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.