

# MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

## Jahresrückblick 2016

*Welche Ereignisse uns im Jahr 2016 am stärksten berührt haben*

**In den Jahresrückblicken, die derzeit die Medien beherrschen, ist man sich einig – 2016 war weltpolitisch gesehen ein sehr aufwühlendes Jahr. Der anhaltende Krieg in Syrien, die Flüchtlingskrise, Terroranschläge, BREXIT, Trump ... Die Liste ließe sich noch lange fortführen. Doch welche dieser Ereignisse haben uns heuer am stärksten berührt? Das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com hat das nahende Jahresende zum Anlass genommen, die Österreicherinnen und Österreicher zu fragen, wie sie dieses einschneidende Jahr wahrgenommen haben, welche Schlagzeilen sie am meisten bewegt haben und welche persönliche Bilanz sie aus 2016 ziehen. Dazu standen 504 Befragte zu ausgewählten Ereignissen des Jahres 2016 Rede und Antwort.**

Von den vielen **politischen Ereignissen** des Jahres 2016 bewegten Herrn und Frau Österreicher rückblickend vor allem zwei innenpolitische Themen. „Rund 6 von 10 Österreichern hat die Wiederholung der österreichischen Bundespräsidentenwahl sowie die erneute Durchführung von Grenzkontrollen und Errichtung eines Grenzzauns in Österreich sehr bzw. eher stark berührt“, so Marketagent.com Geschäftsführer Thomas Schwabl. Sieht man über die Ländergrenzen hinweg, waren der Sieg von Donald Trump bei der US-Präsidentschaftswahl (55,8%) und der Putschversuch bzw. die Massenverhaftungen in der Türkei (54,8%) jene außenpolitischen Geschehnisse, die am meisten aufwühlten.

An **terroristisch begründeten Ereignissen** gingen den Österreichern Anschläge in den europäischen Nachbarstaaten besonders nahe. Jeweils rund drei Viertel der Befragten haben der Amoklauf in München (78,2%), die Übergriffe in der Silvesternacht in Köln (74,6%), der Terroranschlag auf dem Brüsseler Flughafen (74,4%) und der Anschlag in Nizza (72,6%) mitgenommen. Besonders emotional wurden diese Nachrichten von Frauen aufgenommen. (Aufgrund des Erhebungszeitraums von 12.12. – 15.12. konnte der Anschlag in Berlin im Rahmen der Umfrage keine Berücksichtigung finden.)

Von den zahlreichen **Unglücken** im Jahr 2016 fühlten sich die Menschen hierzulande von der Erdbebenserie in Italien am stärksten berührt (67,5%). Mehr als jeder Zweite nahm Anteil am Mord am Wiener Brunnenmarkt (56,0%), am Zugunglück im deutschen Bad Aibling (54,4%) bzw. am Flugzeugabsturz in Kolumbien mit dem brasilianischen Fußballteam an Board (54,0%).

Ein Blick auf die **wirtschaftlichen Schlagzeilen** zeigt, dass „Cyber Crime“ zu einem bedeutenden Schlagwort geworden ist. So haben die vermehrten Hackerangriffe die Österreicher mit Abstand am stärksten bewegt (39,7%). Rund ein Viertel beschäftigte die Diskussion um den Verkauf rezeptfreier Medikamente in Drogeriefachmärkten. Die Veröffentlichung der Panama Papers, die im Frühling die Nachrichten beherrschten, hinterließ hingegen nur bei rund einem Viertel der Menschen hierzulande einen nachhaltigen Eindruck.

Das **Sportjahr** 2016 hinterlässt bei den Befragten zwar alles in allem weniger starke Gefühle als die politischen Wirrungen, vor allem den Männern sind aber einige sportliche Ereignisse in emotionaler Erinnerung geblieben. Rund jeden zweiten Österreicher hat der 5. Gesamtweltcup-Sieg von Marcel Hirscher berührt (Frauen: 37,9%). Die Fußball-Europameisterschaft und Dominic Thiems Einstieg in die Top 10 der Weltrangliste bilden Top 2 und 3 der Sport-Highlights des Jahres 2016. Auch hier entpuppen sich vorwiegend die Männer als Sportfans und lassen sich eher von sportlichen Ereignissen mitreißen als die Österreicherinnen.

**Gesellschaftlich** wird vom Jahr 2016 vor allem die Diskussion um die Einführung von Bankomatgebühren in Erinnerung bleiben. Mehr als zwei Drittel der Befragten, allen voran die Generation 60 plus, hat diese Debatte zumindest eher stark berührt. Dahinter reihen sich mit knapp der Hälfte der Stimmen die Senkung der Roaming-Gebühren innerhalb der EU ein. Die Nachricht aus dem Tiergarten Schönbrunn vom Tod des beliebten Panda Männchens Long Hui ging 31,9% nahe, vor allem den weiblichen Befragten. Deutlich weniger emotional wurde hingegen auf die Einführung von Schockfotos auf Zigarettenpackungen (19,4%) reagiert.

In der **Welt der Promis** bewegte die Österreicherinnen und Österreicher allem voran der erste Oscar für Leonardo DiCaprio (26,4%), wobei das weibliche Geschlecht hier wenig überraschend mehr mitfieberte. Dass Bob Dylan als erster Musiker den Literatur-Nobelpreis gewann, zählte für knapp ein Viertel der Befragten, vor allem mit zunehmenden Alter, zu den bewegendsten Ereignissen. 2016 war aber auch ein Jahr, in dem die Welt von vielen prominenten Persönlichkeiten Abschied nehmen musste. Drei wahre Legenden haben die Alpenrepublik dabei am meisten berührt: Mehr als jeder zweite Befragte fühlt sich vom Ableben des Schauspielers Bud Spencer betroffen, 41,7% berührte der Tod von Pop-Legende David Bowie und 31,0% trauern um Box-Champion Muhammed Ali.

Zum Abschluss darf im großen Marketagent.com Jahresrückblick natürlich auch ein Seitenblick auf neueste **Trends** und **Hypes** nicht fehlen. Am stärksten in emotionaler Erinnerung geblieben sind dabei 2016 die sogenannten Killer oder Horror Clowns (38,9%). Vor allem Frauen berührte dieses Phänomen stark. Bei den harmloseren Trends waren es die Virtual Reality-Entwicklungen in der Unterhaltungselektronik, an denen die Männer großen Anteil nahmen (26,7% im Vergleich zu 12,3% der Frauen). Die weiblichen Befragten bewegte das langersehnte Comeback der TV Serie Gilmore Girls (24,1%, Männer: 8,4%).

Und noch ein erfreuliches Ergebnis zum Schluss: Auch wenn 2016 weltpolitisch gesehen ein aufwühlendes Jahr war, blicken mehr als die Hälfte der Befragten (56,4%) alles in allem positiv auf ihr **persönliches Jahr** 2016 zurück. Bei rund einem Viertel hinterlässt 2016 gemischte Gefühle, die restlichen 17,5% ziehen eine weniger gute Bilanz.

Baden, 22. Dezember 2016

Rückfragehinweis:

**Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

[l.eberhardsteiner@marketagent.com](mailto: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: 12.12.2016 – 15.12.2016
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 504 Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 10 geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Silke Hirschberger

**Über Marketagent.com**

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, München, Zürich und Maribor werden jährlich rund 800.000 Web-Interviews durchgeführt und knapp 1.000 Online Research Projekte realisiert. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein knapp 770.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Marketagent.com realisiert digitale Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca-Cola, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali, die OMV und die Bank Austria. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.