

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

24 Stunden Österreich

Marketagent.com begleitet die Österreicher vom Aufwachen bis zum Gute-Nacht-Bussi

Wie sieht ein typischer Tag im Leben von Herrn und Frau Österreicher aus? Was in unserem Land den ganzen lieben Tag lang passiert hat das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com nun so detailverliebt wie nie zuvor erforscht und unsere täglichen Routinen unter die Lupe genommen. Dabei gewähren die Österreicher einen intimen Einblick, wie sich ihr Tag vom Aufstehen bis zum Schlafengehen gestaltet – was sie in der Früh als Allererstes machen, welche Medien sie konsumieren, wie hoch ihr Stresslevel während der Arbeit ist, wie viel Sport ihnen den Schweiß aus den Poren treibt... Oder abgekürzt: 24 Stunden Österreich, die wir nun im Schnellverfahren durchlaufen.

Von wegen Morgenmuffel

Wenn der Wecker Herrn und Frau Österreicher morgens aus den Federn holt, startet die Hälfte von ihnen gut gelaunt in den Tag. Lediglich jeder Zehnte kann dem frühen Vogel nicht viel abgewinnen und muss erst davon überzeugt werden, dass es sich lohnt, das wohlige warme Bett zu verlassen. Die erste Gelegenheit dazu bietet das Guten-Morgen-Bussi (38%), ehe wir uns unseren täglichen Morgenroutinen widmen. Unmittelbar nach dem Aufstehen führt ein Drittel der erste Weg auf die Toilette, während andere schnurstracks die Kaffeemaschine ansteuern (10%). "Nicht ohne mein Handy" lautet die Devise insbesondere für die 14 bis 19-Jährigen, die das Bett nicht ohne einen ersten Blick auf ihr Smartphone verlassen (20%).

Im Badezimmer angekommen räumen die Österreicherinnen mit dem Klischee auf, stundenlang Zeit vor dem Spiegel zu verbringen. 15 Minuten benötigen Sie im Mittel zum Zähne putzen, für Körperpflege, Styling & Co und damit lediglich um 3 Minuten länger als die Männer.

It's all about media ...

... und das bereits in der Früh. „Sage und Schreibe 83% gehen nicht aus dem Haus, ohne zuvor Medien konsumiert zu haben. Was früher die gute alte Tageszeitung war, heißt heute Internet und findet hinsichtlich der Nutzung bei den unter 20-Jährigen seinen Höhepunkt (63%). Die Generation 60 plus verlässt sich lieber auf die Printausgabe und bleibt dem klassischen Nachrichtenmedium treu (41%)“, bringt es Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com auf den Punkt.

Um 7:35 Uhr, also rund eine Stunde nach dem Aufstehen, verlassen wir unter der Woche für Gewöhnlich das Haus und starten voller Vorfreude in den Arbeitstag (43%), wobei der Großteil auf dem Weg ins Büro nicht auf seine persönliche Komfortzone verzichten möchte und mit dem Auto fährt (63%). Dort angekommen kommt jedoch nicht nur ein Gefühl der Produktivität auf, sondern auch eine Portion Stress dazu (33%) – die für manchen über

die Grenze der Belastbarkeit hinauszugehen scheint. So kam bei 14% am gestrigen Arbeitstag sogar der Gedanke an eine Kündigung auf.

Kinderbetreuung und Haushalt liegen immer noch fest in weiblicher Hand

Nach der Arbeit zu Hause angekommen geht es munter weiter. Beinahe die Hälfte der Frauen und immerhin jeder zehnte Mann übernehmen tagtäglich die Hauptverantwortung in Sachen Kinderbetreuung und sind zur Stelle, wenn es um die Zubereitung des Abendessens geht, die Kinder bespaßt und abends mit einer Gute-Nacht-Geschichte ins Bett begleitet werden wollen. Dazwischen gilt es im Schnitt zwei Stunden Hausarbeit unterzubringen – und auch wenn es ums Aufräumen, Geschirrspüler ein- und ausräumen, Wäsche waschen und den vielen weiteren Tätigkeiten im Haushalt geht, beweisen vorrangig die Österreicherinnen Einsatz.

Eine willkommene Abwechslung bietet für rund drei Viertel das Kochen – mit Betonung auf „richtig“ kochen, denn Fast Food oder andere Convenience Produkte finden vielerorts keinen Platz auf dem Teller (44%). Hingegen entpuppen sich die Österreicher als wahre Fleischtiger (75%) und Naschkatzen (67%). Zum Ausgleich landet bei zwei Dritteln aber auch Gemüse auf dem tagtäglichen Speiseplan.

Müdigkeit und Rückenschmerzen: DIE beiden Volkskrankheiten

Es wird also gearbeitet, der Kochlöffel geschwungen und nebenbei der Haushalt und die Kinderbetreuung geschupft: So ein Tag im Leben der Österreicher ist vollgepackt und durchgetaktet und dennoch fanden am gestrigen Tag 17% noch ein freies Zeitfenster für Sport. Auch wenn das mit der Überwindung manchmal so eine Sache ist und ab und zu der Sportmuffel in uns siegt. Das bereuen die Österreicher spätestens dann, wenn sie das Gefühl haben, sich zu wenig bewegt zu haben (48%) und sich körperliche Beschwerden anbahnen. Sitzen ist ja sprichwörtlich das neue Rauchen und so bereiten wir dauerhafter Müdigkeit (24%), Rückenschmerzen (23%), Verspannungen (22%) oder Gelenkschmerzen (15%) den Weg zu den meist verbreiteten Krankheiten in unserem Land. Um dem entgegenzuwirken greifen die Österreicher gerne in die Medikamentenkiste (29%) oder zu diversen Vitaminpräparaten (10%).

Gut gelaunt in Richtung Gute-Nacht-Bussi

Wenn unter der Woche in den heimischen Schlafzimmern um 23:00 Uhr die Lichter ausgehen und wir den Tag Revue passieren lassen, stimmt sich bei 7 von 10 ein Gefühl der Zufriedenheit ein. Die Österreicher erleben ihren Tag, gespickt mit freudigen Ereignissen, guten Unterhaltungen und der ein oder anderen Blödelei, bewusst (73%) und gehen froh gestimmt zu Bett. Und nicht nur das: Die Stimmungskurve steigt im Laufe des Tages sogar an und schickt uns gut gelaunt in den wohlverdienten Schlaf (59%).

Details zum Studiendesign:

Die Stichprobe wurde über einen Zeitraum von 3 Wochen auf die einzelnen Wochentage gleichverteilt. Die Erhebung stellte immer auf den gestrigen Tag ab, d.h. alle oben zitierten Ergebnisse beziehen sich ausschließlich auf den gestrigen Tag und erlauben eine Abbildung im Wochenverlauf (so zum Beispiel auch eine differenzierte Betrachtung zwischen Werktagen und Wochenende).

Baden, 24. Jänner 2019

Rückfragehinweis:

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
- Studiendesign: Erhebung des gestrigen Tages
- Erhebungszeitraum: 27.11.2018 – 16.12.2018
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 3.035 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 63 Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Andrea Berger

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 1.300.000 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.