

Presseinformation

LCG16130 (WI) (CI)

Do, 14. April 2016

Wien/Studien/Jugend/Wirtschaft/Unternehmen/Lifestyle/Medien

Ein Tag im Leben der Millennials – BILD

Jugend Trend Monitor von Marketagent.com und DocLX nimmt bereits zum fünften Mal das Leben von Österreichs Jugend unter die Lupe. Aktuelle Studie untersucht den Tagesablauf und Medienkonsum der 14- bis 29-Jährigen.

Studie zum Download auf

http://presse.leisuregroup.at/doclx/jugendtrendmonitor_2016/studie

Bilder zur Meldung auf http://presse.leisuregroup.at/doclx/jugendtrendmonitor_2016/fotos

Wien (LCG) – Die Generation Y gilt als große Herausforderung für den Arbeitsmarkt und in zahlreichen Studien wird von einer gänzlich neuen Generation gesprochen, die mit neuen Wertesystemen, Wünschen und Vorstellungen heranwächst. Wie die Millennials wirklich ticken, untersuchen im Rahmen des Jugend Trend Monitors, der größten Jugendstudie hierzulande, das Marktforschungsunternehmen Marketagent.com und DocLX, Österreichs größte Event- und Jugendmarketingagentur mit touristischem Schwerpunkt. Im Jänner und März 2016 wurden insgesamt 1.763 Jugendliche im Alter zwischen 14 und 29 Jahren zu ihrem Tagesablauf befragt, der ein sehr homogenes Bild von einer grundsätzlich zufriedenen Jugend zeichnet.

Keine Rebellengeneration

Bei der Studienpräsentation im Palais Schönborn fasst DocLX Holding-Gründer **Alexander Knechtsberger** zusammen: „Die Jugendlichen finden sich im geregelten Alltag sehr gut zurecht, wobei sich das Bedürfnis nach einer ausgeglichenen Work-Life-Balance schon in jungen Jahren erkennen lässt. Wenig Sport steht eine gesunde und ausgewogene Ernährung gegenüber. Deutlich zu erkennen ist die Bedeutung des Smartphones als ständiger Begleiter, das allerdings kaum mehr für klassische Telefonate genutzt wird.“

Studienautor und Marketagent.com-Geschäftsführer **Thomas Schwabl** betont: „Der große Aufruhr um die Generation Y in den Medien scheint übertrieben: Wir sehen eine Generation, die bewusst mit ihrer Zeit umgeht und weitgehend zufrieden ist. Die jungen Erwachsenen und Jugendlichen sind keine Rebellengeneration, sondern haben sich mit dem System und seinen Mechanismen angefreundet.“

Früh auf, gut drauf

Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind keine Langschläfer: Unter der Woche beginnt ihr Tag um 6.30 Uhr und auch am Wochenende verlassen sie das Bett schon um 9.30 Uhr. Fast die Hälfte der Befragten (48,1 Prozent) werden vom Smartphone oder Tablet aus dem Schlaf geholt; der klassische Wecker beendet nur mehr die süßen Träume von 13,6 Prozent der Umfrageteilnehmer. 20,6 Prozent benötigen gar keine technischen Hilfsmittel, sondern wachen von alleine auf. Trotz des frühen Starts in den Tag ist die Laune überwiegend (41,2 Prozent) in den Morgenstunden gut. Deutlich besser wird sie allerdings am Wochenende. Schlecht gelaunt in den Tag starten nur 3,6 Prozent der Millennials. Für die gute Laune am Morgen sorgen auch Liebkosungen: 34 Prozent der Befragten beginnen den Tag mit einem Guten Morgen-Bussi oder einem Kuss.

Mit 15 Minuten fällt die durchschnittliche Zeit im Badezimmer recht knapp aus. Kurz nach dem Aufstehen fassen auch 83 Prozent der Generation Y erste grobe Pläne für den restlichen Tag, wobei unter der Woche etwas mehr als am Wochenende geplant wird.

Zur Geisterstunde wird geschlafen

Unter der Woche und am Sonntag geht die Jugend durchschnittlich um 23.00 Uhr schlafen. Am Samstag verabschieden sich die Youngsters um Mitternacht ins Traumland. Für wohlige Träume sorgen bei 39 Prozent der Befragten ein Gute Nacht-Bussi oder Kuss. 57 Prozent gehen gut gelaunt schlafen, womit dieser Wert deutlich höher ist als in den Morgenstunden. Mit 64 Prozent sind Bettschwere Männer in den Abendstunden etwas besser drauf als Frauen, von denen nur 50 Prozent gut einschlummern. Einschlafprobleme betreffen nur 20 Prozent der jungen Menschen, wobei Männer auch etwas besser einschlafen als Frauen. Sieben Stunden schlafen die jungen Erwachsenen und Jugendlichen durchschnittlich, bevor sie in einen neuen Tag starten.

Work-Life-Balance auch bei den Jungen

Durchschnittlich werden zwischen sechs und acht Stunden täglich mit dem Job oder der Ausbildung verbracht. An einem Wochentag stehen diesem Wert fünf Stunden

gegenüber, die aktiv mit Freizeitgestaltung verbracht werden. Am wenigsten wird am Freitag gearbeitet, an dem auch die Freizeit mit sieben Stunden deutlich überwiegt.

Bewusste Ernährung steht hoch im Kurs

Die erste Mahlzeit des Tages nehmen die Befragten durchschnittlich um 9.30 Uhr zu sich und lassen es sich um 20.00 Uhr das letzte Mal schmecken. Nur zwei Drittel der Youngsters frühstücken, während 86,3 Prozent zu Mittag essen und das Abendessen für 91 Prozent ein fixer Bestandteil ihres Tagesablaufs ist. An Werktagen wird durchschnittlich eine warme Mahlzeit konsumiert und am Wochenende sind es zwei warme Essen, die sich die Umfrageteilnehmer schmecken lassen. Mit einer überwiegenden Mehrheit von 70,8 Prozent mittags und 75,7 Prozent abends stehen frisch zubereitete und gekochte Speisen am Ernährungsplan. Fertiggerichte und Fast Food spielen im Ernährungsverhalten der Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine untergeordnete Rolle. 46,1 Prozent der Umfrageteilnehmer schwingen sogar selbst den Kochlöffel, wobei der Wert bei Frauen mit 35,3 Prozent etwas über jenem der Männer von 23 Prozent liegt. 17,1 Prozent der jungen kochen gerne auch gemeinsam.

„Low Carb“ ist bei den 14- bis 49-Jährigen nicht angekommen: Am liebsten werden Kohlehydrate konsumiert. Ebenfalls hoch im Kurs stehen Milchprodukte, Fleisch und Wurst, Gemüse und Obst. Süßigkeiten, Mehlspeisen, Eier und Fisch treffen den Geschmacksnerv der jungen Generation weniger.

Leitungswasser und Kaffee statt Alkohol und Energy Drinks

Auch bei den Getränken gibt sich die Jugend bewusst gesund: 70 Prozent geben an, am liebsten Leitungswasser zu trinken. Kaffee folgt mit 43 Prozent auf Platz zwei der beliebtesten Getränke und Mineralwasser kommt mit 40 Prozent auf Platz drei. Erst dann folgen Soft Drinks, Tee, Fruchtsäfte und Sirup. Alkoholische Getränke und Energy Drinks haben nur rund 15 Prozent der Befragten am Vortag zu sich genommen. Alkohol wird bevorzugt am Samstagabend konsumiert, wo auch gerne zu salzigen Knabbereien gegriffen wird.

Hausarbeit muss sein

Aufräumen und Geschirrspülen zählen mit je rund 44 Prozent zu den meistgenannten Haushaltsarbeiten. Auch Wäschewaschen, Saugen und Putzen haben einen fixen Platz im Tagesablauf der jungen Generation. Allerdings nur für zwei Drittel: Ein Drittel der Befragten gibt an, keinen Finger im Haushalt zu rühren.

Granteln ist out: 60 Prozent sind gut gelaunt

63 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, am Vormittag gut gelaunt durch den Tag gegangen zu sein, wobei dieser Wert gegen Wochenende hin um rund zehn Prozent ansteigt. Nur elf Prozent sind tendenziell schlecht gelaunt gewesen. Trotzdem machen auch Erschöpfung und Müdigkeit (29 Prozent), Kopfschmerzen (20 Prozent), Verspannungen und Rückenschmerzen den Youngsters Beschwerden. Immerhin 35 Prozent klagten zum Zeitpunkt der Befragung über keine körperlichen Belastungen.

Ausgepowert ins Wochenende

Die meisten körperlichen Beschwerden wie Erschöpfung, Kopfschmerzen oder Verspannungen erreichen ihren Höhepunkt im Wochenverlauf am Freitag, womit die jungen Menschen ausgelaugt in das Wochenende zur Regeneration starten. Auch die meisten negativen Emotionen wie Ärger über andere Personen, Stressgefühle und Sorgen erreichen am Ende der Arbeitswoche ihren Höhepunkt.

Sonntag ist Ruhetag

Am meisten kommunizieren die jungen Erwachsenen und Jugendlichen mit ihren Freunden (84 Prozent), den Eltern (73 Prozent) und Kollegen (47 Prozent). Unter der Woche sind sie mit rund zehn Personen am Tag in persönlichem Kontakt. Der Sonntag bleibt der Tag der Ruhe, an dem nur mit fünf Menschen persönlich kommuniziert wird.

Das Smartphone ist nicht zum Telefonieren da

Am wenigsten wird das Smartphone bei einer täglichen Nutzungsdauer von zwei Stunden zum Telefonieren genutzt, wobei sich klar zeigt, dass umso weniger telefoniert wird, je jünger die Befragten sind. Durchschnittlich werden nur vier Telefonate am Tag geführt, jedoch 53 Kurznachrichten versandt. Hier gilt: je jünger, desto fleißiger beim Tippen. Die 14- bis 19-Jährigen verschicken pro Tag 81 Kurznachrichten; bei den 25- bis 29-Jährigen sind es hingegen nur 27. Auch E-Mails stehen schlecht in der Gunst: nur drei pro Tag werden verschickt.

Facebook ist das meistgenutzte soziale Medium, das von 80 Prozent der Befragten fünfmal täglich genutzt wird. Platz zwei geht an den Videodienst YouTube, auf den 60 Prozent zugreifen und Platz drei holt sich Instagram mit 36,5 Prozent der Befragten.

Twitter, Tinder, Pinterest und Xing spielen bei den 14- bis 29-Jährigen so gut wie keine Rolle.

81 Prozent geben an mit ihren Freunden Kontakt über Kurznachrichten zu haben und 60 Prozent haben ihre Freunde gestern persönlich getroffen. Nur 38 Prozent haben zum Hörer gegriffen. Die Kommunikation mit Freunden wird von 80 Prozent der Befragten überwiegend positiv empfunden.

Generation Couch Potatoes

Sowohl unter der Woche (25 Prozent) als auch am Wochenende (rund 45 Prozent) hängen die jungen Erwachsenen und Jugendlichen am liebsten mit ihren Freunden gemeinsam zuhause ab. Während an Werktagen gemeinsames Lernen den zweiten Platz einnimmt, dominieren an den Wochenenden Besuche in Cafés, Bars, Kneipen, Restaurants und Diskotheken sowie Spaziergänge. Sport hat in der gemeinsamen Freizeitgestaltung eine untergeordnete Rolle.

Im Tagesschnitt wird nur eine Stunde an der frischen Luft verbracht. 60 Prozent des Tages entfallen auf die Nichtbewegungsarten Sitzen, Chillen und Liegen, wobei sich vor allem das jüngste Alterssegment (14 bis 19 Jahre) als bekennende Bewegungsmuffel outet. Nur 30 Prozent der Befragten haben am Vortag aktiv Sport betrieben, wobei die Jüngeren etwas sportlicher als die Älteren sind. Jedoch sind 40 Prozent der Generation Y davon überzeugt, ausreichend Sport zu betreiben. Wenn Sport betrieben wird, dann sehr gerne unter einem festen Dach: Zu den beliebtesten Sportarten zählen Fitness, Yoga und Pilates mit 42 Prozent, Kraftsport und –training mit 22 Prozent. Erst auf dem dritten Platz folgt Laufen. Sport wird durchschnittlich 1:20 Stunden betrieben und da bevorzugt am späten Nachmittag oder Abend.

Nachrichten kommen an

70 Prozent der jungen Menschen nehmen Nachrichten zumindest am Rande wahr, wobei chronikale Nachrichten und aktuelles Tagesgeschehen, Politik sowie lokale und regionale Geschehnisse die Wahrnehmung dominieren. Nach Hörfunk und TV bestimmen bereits Artikel in sozialen Medien die Nachrichtenwahrnehmung. Als traditionsreiches Digitalmedium hat der Teletext noch nicht ausgedient: Er rangiert als Informationsquelle vor Wochenzeitungen und Magazinen. Zeitungen werden bevorzugt in ihren Onlineausgaben konsumiert. Immerhin zwei Drittel der Millennials geben an, täglich zwei Stunden vor dem klassischen Fernseher zu verbringen. Der PC liegt mit einer

durchschnittlichen Nutzungsdauer von drei Stunden durch 72 Prozent der Befragten bereits vor dem linearen TV-Gerät.

Gut gelaunte und zufriedene Generation

Mit 54 Prozent betrachtet sich mehr als die Hälfte der Befragten als gut gelaunt am Vortag. 64 Prozent würden den zurückliegenden Tag gerne nochmal erleben, 67 Prozent geben an, ihn bewusst erlebt zu haben und 60 Prozent hatten auch genug Zeit für sich selbst. In der Gesamtbetrachtung des Vortages steigt die Zufriedenheit gegen Wochenende und erreicht am Samstag ihren Höhepunkt.

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 des Instrumentariums ist ein mehr als 700.000 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 A1 Telekom Austria, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca Cola, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali, OMV und die Bank Austria. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab. Weitere Informationen auf <http://www.marketagent.com>.

Über DocLX Holding

Als Muttergesellschaft der DocLX Event Consulting GmbH und der DocLX Travel Events GmbH ist die DocLX Holding mit einem Jahresumsatz von durchschnittlich 20 Millionen Euro und 35 hoch spezialisierten Mitarbeitern Österreichs führende Eventagentur mit touristischem Schwerpunkt. Mit Sitz im Wiener Innenstadtpalais Schönborn-Batthyány zeichnet die Unternehmensgruppe als strategischer Partner des WienTourismus exklusiv für den Vertrieb der Wien-Karte, Österreichs erfolgreichster Touristenkarte, verantwortlich. Zu den größten Eventproduktionen der Agenturgruppe unter der Leitung von **Alexander Knechtsberger** (Doc) zählen die internationale Event-Maturareise X-Jam, das mehrtägige Lighthouse Festival in Kroatien, die Vermarktung des Erzbergrodeos sowie Eventkonzeptionen und –umsetzungen für namhafte nationale und internationale Konzerne. Die 1991 von Knechtsberger gegründete Agentur wurde

mehrfach mit dem Austrian Event Award ausgezeichnet, ist Mitglied im Event Marketing Board Austria und TÜV zertifiziert. Weitere Informationen auf <https://www.wien.info/de/reiseinfos/wien-karte>, <http://palaisschoenborn-freyung.at> sowie <http://www.doclx-holding.com>.

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf <http://www.leisure.at>. (Schluss)

Rückfragen & Kontakt:

leisure communications

Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: +43 664 8563001

<mailto:akhaelss@leisure.at>

<https://twitter.com/akhaelss>

<http://www.leisure.at/presse>