

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Freundschaft

Wie Freunde zu unserem persönlichen Glück beitragen

Baden bei Wien, 31. Jänner 2017: Der Valentinstag steht vor der Tür und das ist für viele Österreicher nicht nur Grund ihrem Partner besondere Aufmerksamkeit zu schenken, sondern auch ihren lieben Freunden. Das hat das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com zum Anlass genommen, das Thema Freundschaft genauer unter die Lupe zu nehmen und Herrn und Frau Österreicher zu fragen, welche Rolle Freunde in ihrem Leben spielen. Ergebnis: 2 von 3 haben einen besten Freund oder eine beste Freundin, jeder Dritte würde sich in einer ernststen Problemsituation eher an einen Freund wenden, als an seine Familie. Im Schnitt zählen die Österreicher 10 Freunde zu ihrem weitesten und 4 Freunde zu ihrem engsten Freundeskreis.

Freundschaft als wichtiger Faktor zum persönlichen Glück

6 von 10 Österreichern messen Freundschaften einen sehr hohen Stellenwert in ihrem Leben bei und zeigen damit, wie sehr Freunde zu unserem persönlichen Glück beitragen. Insbesondere für Frauen und die jüngere Generation nehmen Freundschaften einen sehr wichtigen Part ein. Dabei gehören für die Österreicher im Mittel zehn Freunde zum weitesten und vier Freunde zu ihrem engsten Freundeskreis. Während Männer fünf Freunde zu ihren engsten Kameraden zählen, sind es bei Frauen vier.

Doch wie sieht dies in der Social Media-Welt aus? Hier stellt sich unweigerlich die allseits beliebte Frage, wie viele Kontakte man auch im wahren Leben zu seinen „echten Freunden“ rechnen würde. „Der Durchschnitts-Österreicher hat 122 Freunde auf Facebook, würde jedoch nur einen Bruchteil davon, nämlich 10, als echte Freunde bezeichnen“, zieht Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com Bilanz. Das soll jedoch nicht bedeuten, dass Freundschaft im Widerspruch mit dem Internet steht. So sind knapp 3 von 10 Befragten der Ansicht, dass Online-Freundschaften mit Personen, die man nicht persönlich kennt, ebenso tiefgehend sein können, wie Freundschaften im „wahren Leben“. Dieser Auffassung ist allen voran die jüngere Generation.

Die wichtigsten Freundschaften werden im jungen Erwachsenenalter geknüpft

84,0% glauben an die Freundschaft für's Leben und beweisen dadurch, wie sehr ihnen dieses Thema am Herzen liegt. So halten die engsten Freundschaften der Österreicher im Mittel bereits seit 18 Jahren an, wobei Männer durchschnittlich auf eine 20-jährige Freundschaft zurückblicken, Frauen auf 15 Jahre. Und selbst die junge Generation pflegt im Schnitt bereits seit 10 Jahren enge Freundschaften. Entscheidend für die Entwicklung der wichtigsten Freundschaften ist laut den Befragten die Zeit als Jugendlicher bzw. junger Erwachsener. So knüpften 63,1% der Österreicher ihre wichtigsten Freundschaften während dieser jungen Phase, bei 4 von 10 entwickelten sich auch im Erwachsenen-Alter noch enge Freundschaften. Für 2 von 3 Respondenten gibt es im Freundeskreis eine ganz besondere Person, die sie als ihren besten Freund / ihre beste Freundin bezeichnen würden.

Zwischen Freundschaft und Liebe ...

Bei so viel Vertrautheit, die zwischen Freunden entstehen kann, stellt sich oftmals die Frage, ob es eine rein platonische Beziehung zwischen Männern und Frauen überhaupt gibt. 34,3% sind der Ansicht, dass es eine solche in Wahrheit nicht gibt, allen voran Männer. Fakt ist, dass bereits jeder Dritte einmal in einen guten Freund verliebt war, vor allem in jungen Jahren. Auch hier stechen die Männer heraus, indem 44% angaben, schon einmal mehr als nur eine gute Freundin in einer Person gesehen zu haben.

Apropos Liebe: „Auf die brisante Frage, ob man eher dem Partner oder dem besten Freund den Laufpass geben würde, konnten sich 6 von 10 Befragten ad hoc nicht festlegen. Mehr als jeder Vierte entscheidet sich aber klar für die Liebe. Das trifft vor allem auf die Generation 60+ zu“, so Thomas Schwabl. 12,2 Prozent hingegen würden sich in einer solchen Situation von ihrem Partner trennen und der Freundschaft den Vortritt geben. Unabhängig davon haben bereits knapp 6 von 10 einmal eine Freundschaft aufgekündigt. Hauptgrund für das Beenden einer Freundschaft ist das Gefühl, mehr zu investieren, als man zurückbekommen hat.

Wenn Freunde zur Familie werden

Für drei Viertel der Befragten ist die Bindung zu ihren Freunden aber so stark, dass sie diese wie ihre Familie sehen. Dass Freundschaften immer bedeutender werden, liegt für mehr als die Hälfte daran, dass der familiäre Zusammenhalt nicht mehr so stark ist, wie früher. So würde sich jeder Dritte in einer ernsten Problemsituation eher an seine Freunde, als an die Familie wenden. Doch die Zahl an Freunden, auf die man sich im Ernstfall verlassen kann ist beschränkt. Laut eigener Einschätzung der befragten Österreicher sind es im Schnitt drei Freunde, mit denen man durch Dick und Dünn geht und die einem bei einem ernsten persönlichen Problem wirklich zur Seite stehen würden.

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: 07.11.2016 – 12.11.2016
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 501 Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 19 geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Christina Strasser

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 780.000 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.