

Pressemitteilung

Selbstoptimierung noch kein Volkssport

Datum:
21. November 2014

Claudia Gaspar
GfK Verein
Knowledge Management
Tel. +49 911 395 2624
claudia.gaspar@gfk-verein.org

Sandra Lades
GfK Verein Presse
Tel. +49 911 395 3606
sandra.lades@gfk-verein.org

GfK-Nürnberg e.V.
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2715
info@gfk-verein.org
www.gfk-verein.org

Geschäftsführung:
Prof. Dr. Raimund Wildner

Präsidium:
Prof. Hubert Weiler
(Präsident)
Ralf Klein-Bölting
Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des
Gesellschafterrats:
Claus-P. Rach

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg

Umfrage des GfK Vereins zum Thema Selbstoptimierung

Nürnberg, 21. November 2014 – Leistungssteigerung und Selbstverwirklichung – das verbinden die Deutschen in erster Linie mit Selbstoptimierung. Jedoch haben 61 Prozent der Deutschen noch keine Bekanntschaft mit diesem Begriff gemacht. Dies zeigt eine repräsentative Umfrage des GfK Vereins.

Selbstoptimierung – ein vergleichsweise neuer Trend – ist noch nicht in allen Köpfen angekommen: 61 Prozent der Befragten in Deutschland kennen den Begriff nicht. 31 Prozent kommt der Terminus zumindest bekannt vor und nur acht Prozent sind sich ganz sicher, Selbstoptimierung schon einmal gehört oder gelesen zu haben.

Während das Geschlecht der Befragten kaum Einfluss auf den Wissensstand hat, spielt das Alter durchaus eine Rolle. Am besten informiert sind die 35- bis 49-Jährigen: Fast die Hälfte gibt an, den Begriff zu kennen. Bei den jüngsten Befragten ist der Begriff nicht ganz so weit verbreitet: 37 Prozent der 14- bis 34-Jährigen haben schon einmal von Selbstoptimierung gehört. Ab 65 Jahren gehört nur noch jeder Dritte zu den Kennern.

Trend-Interessierte: Besser informiert

Neben dem Alter ist das Interesse an neuen Trends und Entwicklungen von Bedeutung für den Wissensstand: Mehr als 40 Prozent der trendbewussten Befragten kennen den Begriff Selbstoptimierung, jeder zehnte von ihnen sogar ganz sicher. Bei den Bundesbürgern, die sich nicht um neue Entwicklungen kümmern, ist Selbstoptimierung eher unbekannt: Fast drei Viertel sind noch nicht damit in Berührung gekommen.

Selbstoptimierung wird mit Job und Gesundheit verbunden

Die Arbeitswelt ist der Bereich, den die Deutschen am ehesten mit Selbstoptimierung verbinden. Mehr als drei Viertel der „Kenner“-Gruppe nennen das Berufsleben, wenn sie den Begriff vorgegebenen

Lebensbereichen zuordnen sollen. Jeder Zweite denkt an Gesundheit und Wohlbefinden sowie Sport und Fitness. 40 Prozent verbinden mit Selbstoptimierung Freizeit und Hobbies sowie Finanzthemen. Und jeweils ein Drittel der Kenner nennt die Themen Familienleben und Freunde, Ernährung sowie Haushalt.

Freie Assoziationen: Leistungssteigerung auf Platz eins

Bei den freien Assoziationen zur Bedeutung von Selbstoptimierung dominieren Aspekte der Leistungssteigerung und der Selbstverwirklichung. Fragt man diejenigen, die den Begriff kennen, welche Inhalte sie spontan mit Selbstoptimierung verbinden, nennt fast die Hälfte Leistungsverbesserung, jeder Fünfte denkt an Selbstfindung. Ein besseres Zeitmanagement und eine gelungene Work-Life-Balance ordnen 15 bzw. 14 Prozent dem Begriff zu. Jeder Zehnte assoziiert außerdem die Themen Gesundheit und Fitness.

Teilgruppe ‚Begriffskenner‘ Freie Assoziationen zum Begriff ‚Selbstoptimierung‘	
Leistungsverbesserung / Leistungssteigerung	45%
Selbstverwirklichung / Selbstfindung	22%
Zeitmanagement	15%
Work-Life-Harmony / Einklang Privat, Freizeit, Beruf	14%
Körper / Gesundheit / Fitness	10%
Sonstiges	16%

Quelle: GfK Verein, Studie „Selbstoptimierung 2014“

Fragestellung: Wenn Sie den Begriff „Selbstoptimierung“ hören, was kommt Ihnen dazu alles in den Sinn, was verbinden Sie damit? n=398

Zur Studie

Im Auftrag des GfK Vereins hat die GfK Marktforschung im September 2014 1.018 Männer und Frauen ab 14 Jahren (repräsentativ für die deutsche Bevölkerung) zum Thema „Selbstoptimierung“ befragt. Einen ausführlichen Artikel sowie Charts zum Download finden Sie unter www.gfk-compact.de (aktuelles FokusThema „Das optimierte Selbst“). Für Rückfragen und weitere Informationen zur Studie wenden Sie sich bitte an: Claudia Gaspar, GfK Verein, Tel. + 49 911 395-2624, claudia.gaspar@gfk.com

Zum GfK Verein

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus rund 600 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

Weitere Informationen unter www.gfk-verein.org.

Twitter: GfK_Verein /// facebook: GfK Verein

V.i.S.d.P.
GfK Verein, Presse
Sandra Lades
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-3606 /// sandra.lades@gfk-verein.org