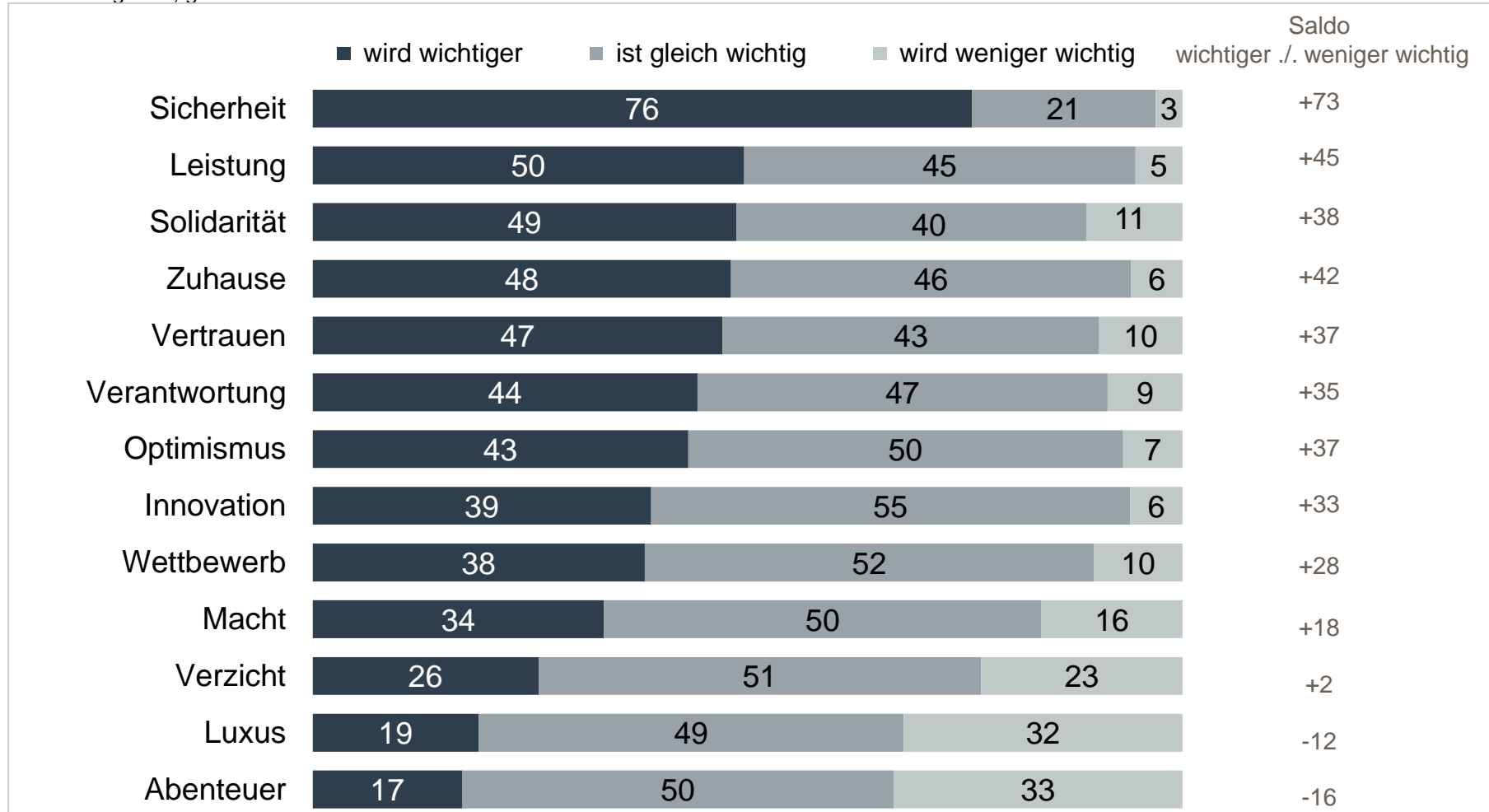


# Sicherheit steht an erster Stelle, Abenteuer an letzter Stelle, wenn es um den Bedeutungszuwachs von Werten geht

Ich nenne Ihnen im Folgenden einige Werte und Sie sagen mir bitte, ob deren Bedeutung in der aktuellen Zeit Ihrer Meinung nach zu- oder abnimmt, d.h. ob sie wichtiger oder weniger wichtig werden.

Antwortvorgaben; gerundete Prozente

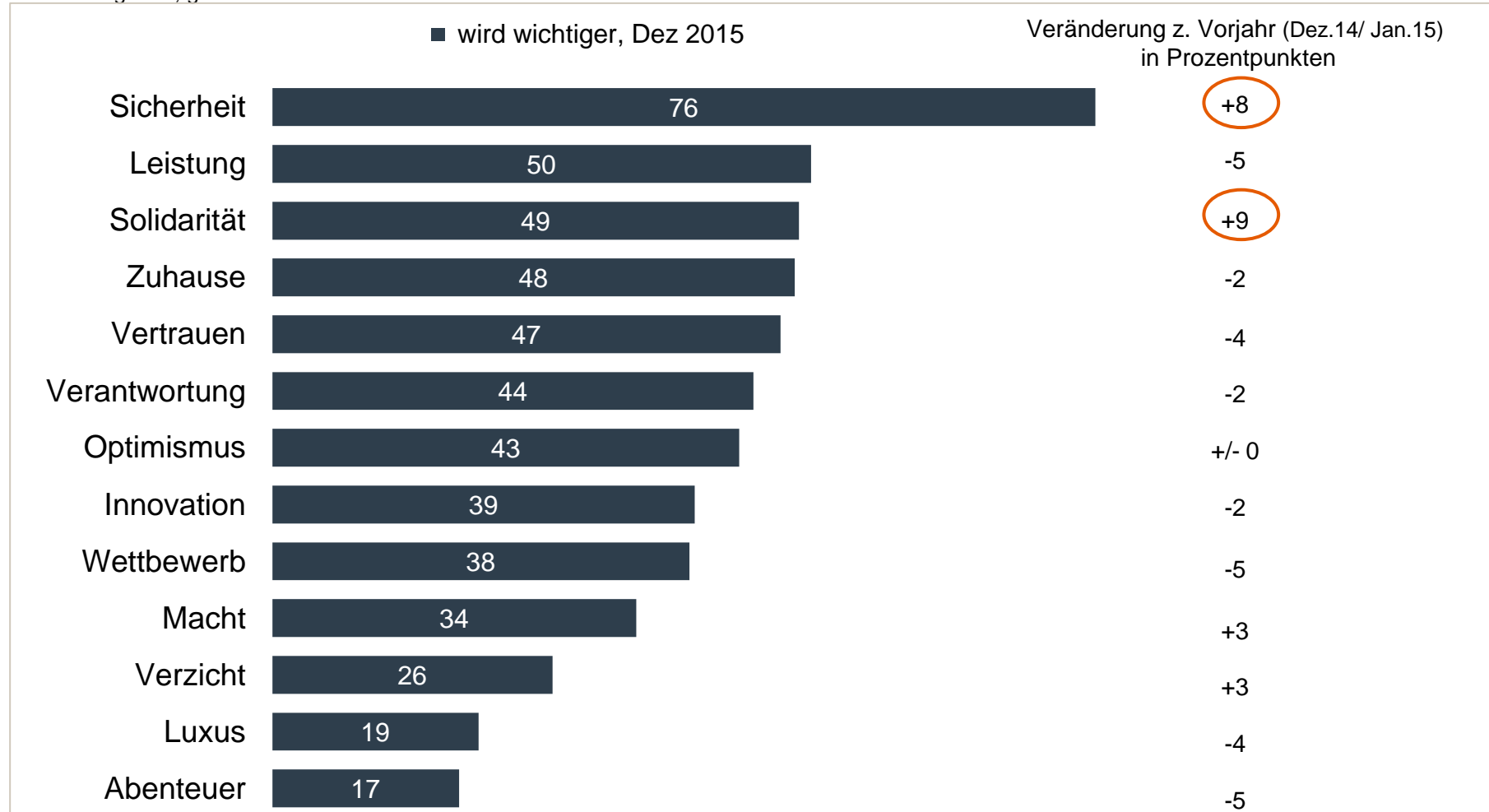


Quelle: GfK Verein BUS-Umfrage Dezember 2015, 1.078 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

# Solidarität und Sicherheit haben die höchsten Bedeutungsgewinne im Vergleich zum Vorjahr

Ich nenne Ihnen im Folgenden einige Werte und Sie sagen mir bitte, ob deren Bedeutung in der aktuellen Zeit Ihrer Meinung nach zu- oder abnimmt, d.h. ob sie wichtiger oder weniger wichtig werden.

Antwortvorgaben; gerundete Prozente



Quelle: GfK Verein BUS-Umfrage Dezember 2015, 1.078 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

# Der Bedeutungsgewinn von Werten wird je nach Altersgruppe anders gesehen; Doch Einigkeit herrscht in punkto Sicherheit

Ich nenne Ihnen im Folgenden einige Werte und Sie sagen mir bitte, ob deren Bedeutung in der aktuellen Zeit Ihrer Meinung nach zu- oder abnimmt, d.h. ob sie wichtiger oder weniger wichtig werden.

Antwortvorgaben; gerundete Prozente

Anteil: 'Werte werden wichtiger'	Gesamt	14-24 Jahre	25-34 Jahre	35-49 Jahre	50-64 Jahre	65 Jahre und älter
<i>Basis (Anzahl der Personen)</i>	1078	148	164	258	256	253
Sicherheit	<b>76%</b>	<b>77%</b>	<b>68%</b>	<b>75%</b>	<b>78%</b>	<b>79%</b>
Leistung	50%	55%	46%	49%	52%	47%
Solidarität	49%	53%	42%	51%	47%	50%
Zuhause	48%	40%	40%	54%	47%	54%
Vertrauen	47%	52%	40%	46%	47%	49%
Verantwortung	44%	49%	34%	45%	50%	42%
Optimismus	43%	38%	44%	50%	43%	39%
Innovation	39%	37%	47%	39%	41%	32%
Wettbewerb	38%	38%	36%	41%	42%	34%
Macht	34%	32%	41%	33%	32%	31%
Verzicht	26%	20%	20%	26%	31%	28%
Luxus	19%	25%	28%	20%	16%	15%
Abenteuer	17%	27%	21%	15%	15%	13%

Quelle: GfK Verein BUS-Umfrage Dezember 2015, 1.078 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

# Studienbeschreibung

## Methode

Quelle:	<b>GfK Verein / GfK Compact</b>
Methode:	GfK Classic BUS, face to face-Umfrage
Befragungszeitraum:	Dezember 2015
Zielpersonen:	Allgemeine Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)
Stichprobe:	N= 1.078 Personen
davon:	
Männer	n = 528
Frauen	n = 550
14 – 24 Jahre	n = 148
25 – 34 Jahre	n = 164
35 – 49 Jahre	n = 258
50 – 64 Jahre	n = 256
65+ Jahre	n = 253