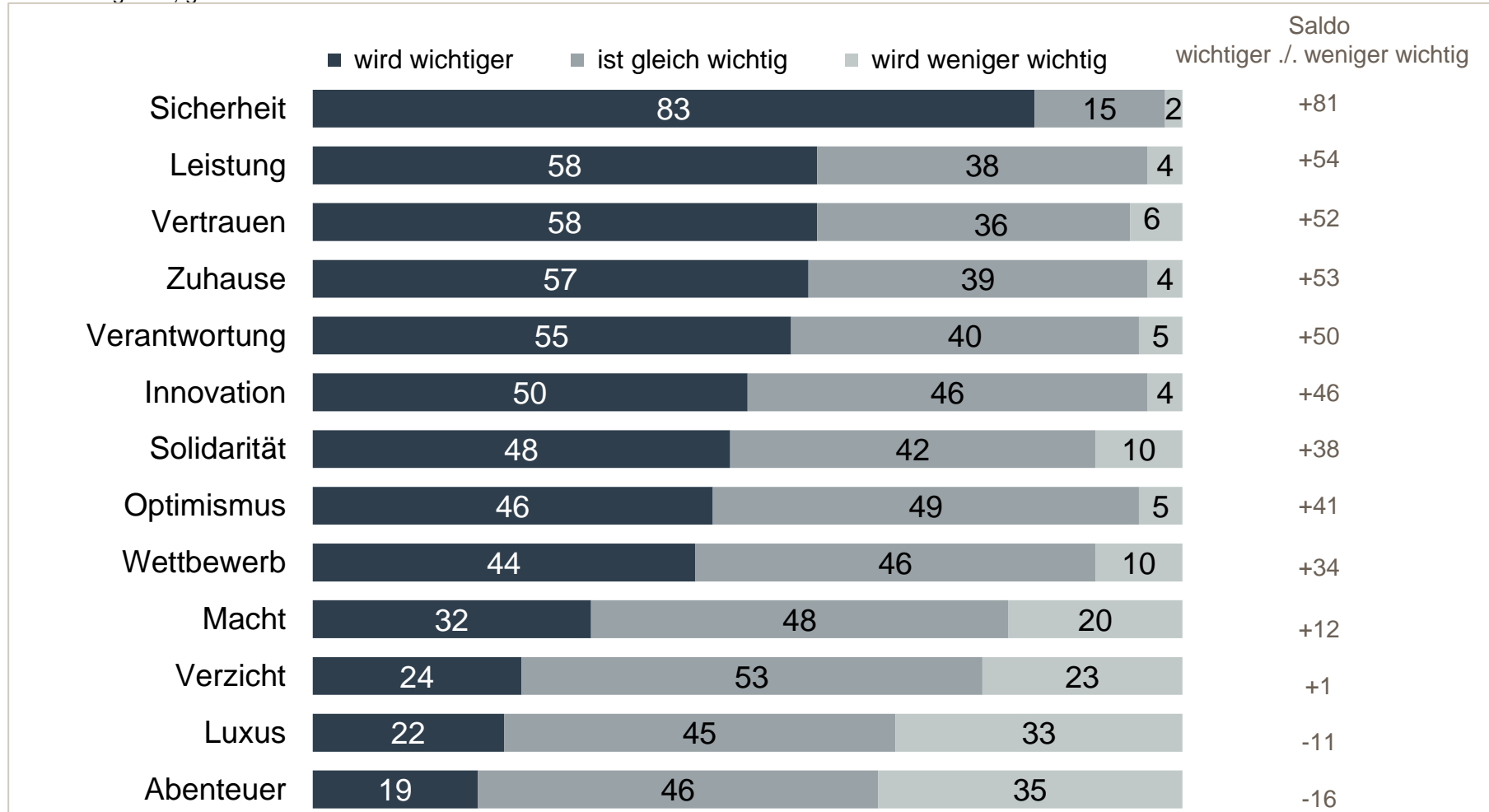


Sicherheit steht nach Meinung der Deutschen ganz klar vorne, wenn es um den gesellschaftlichen Bedeutungszuwachs von Werten geht

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

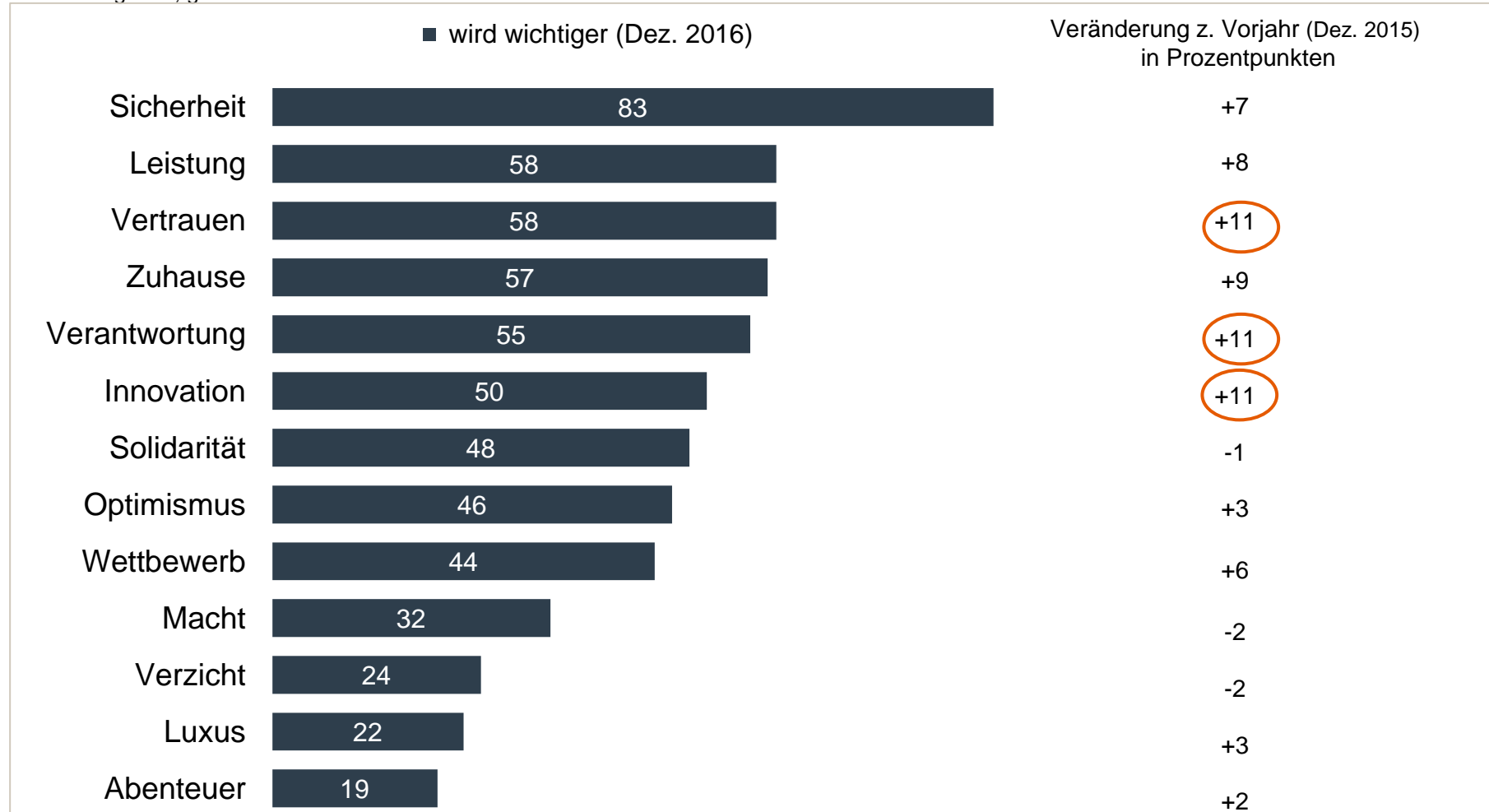


Quelle: GfK Verein; CAPI BUS-Umfrage Dezember 2016, 1998 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

Vertrauen, Verantwortung und Innovation 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

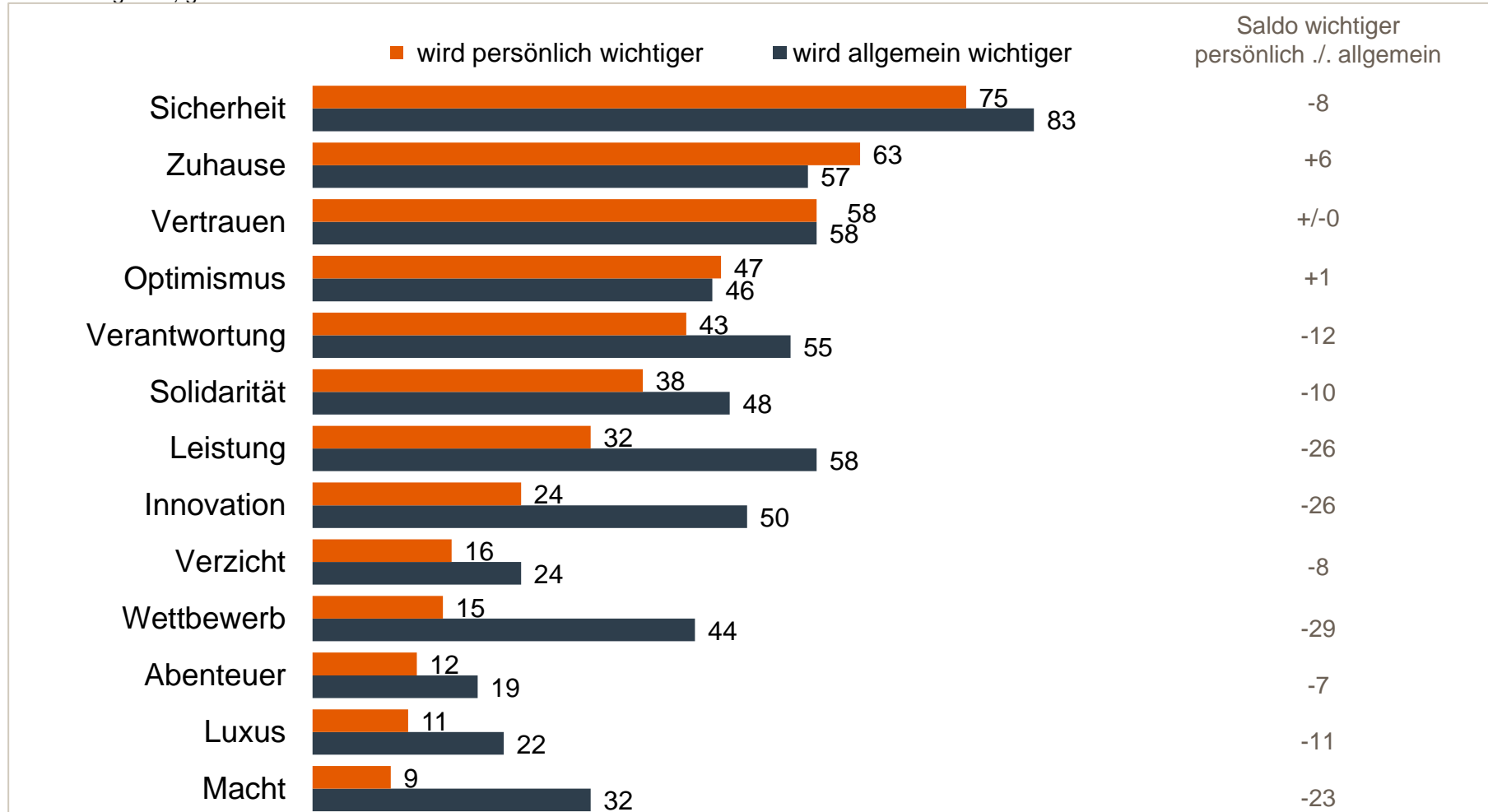


Quelle: GfK Verein; CAPI BUS-Umfrage Dezember 2016, 1998 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

Bei vielen Werten ist die Diskrepanz zwischen persönlichem und allgemein erwartetem Bedeutungszuwachs sehr hoch

Vergleich zwischen allgemeiner und persönlicher Werterelevanz

Antwortvorgaben; gerundete Prozente



Quelle: GfK Verein; CAPI BUS-Umfrage Dezember 2016, 1998 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

Der Bedeutungsgewinn von Werten ist teilweise recht unterschiedlich; Doch Sicherheit steht bei allen Altersgruppen an erster Stelle

Jetzt möchten wir gerne wissen, ob die Bedeutung der folgenden Werte **für Sie persönlich** zu- oder abnimmt, also für Sie **persönlich wichtiger oder weniger wichtiger** werden.

Antwortvorgaben; gerundete Prozente

Anteil: 'Werte werden für mich persönlich wichtiger'	Gesamt	14-24 Jahre	25-34 Jahre	35-49 Jahre	50-64 Jahre	65 Jahre und älter
<i>Basis (Anzahl der Personen)</i>	1998	292	247	514	479	466
Sicherheit	75%	67%	74%	79%	73%	76%
Zuhause	63%	46%	64%	67%	64%	65%
Vertrauen	58%	55%	61%	63%	58%	50%
Optimismus	47%	52%	49%	53%	43%	39%
Verantwortung	43%	54%	55%	51%	37%	28%
Solidarität	38%	31%	38%	44%	39%	35%
Leistung	32%	59%	37%	39%	24%	14%
Innovation	24%	39%	28%	29%	19%	14%
Verzicht	16%	11%	17%	21%	15%	16%
Wettbewerb	15%	23%	20%	19%	12%	8%
Abenteuer	12%	27%	16%	11%	8%	3%
Luxus	11%	15%	17%	12%	8%	5%
Macht	9%	13%	13%	8%	8%	8%

Quelle: GfK Verein; CAPI BUS-Umfrage Dezember 2016, 1998 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

Studienbeschreibung

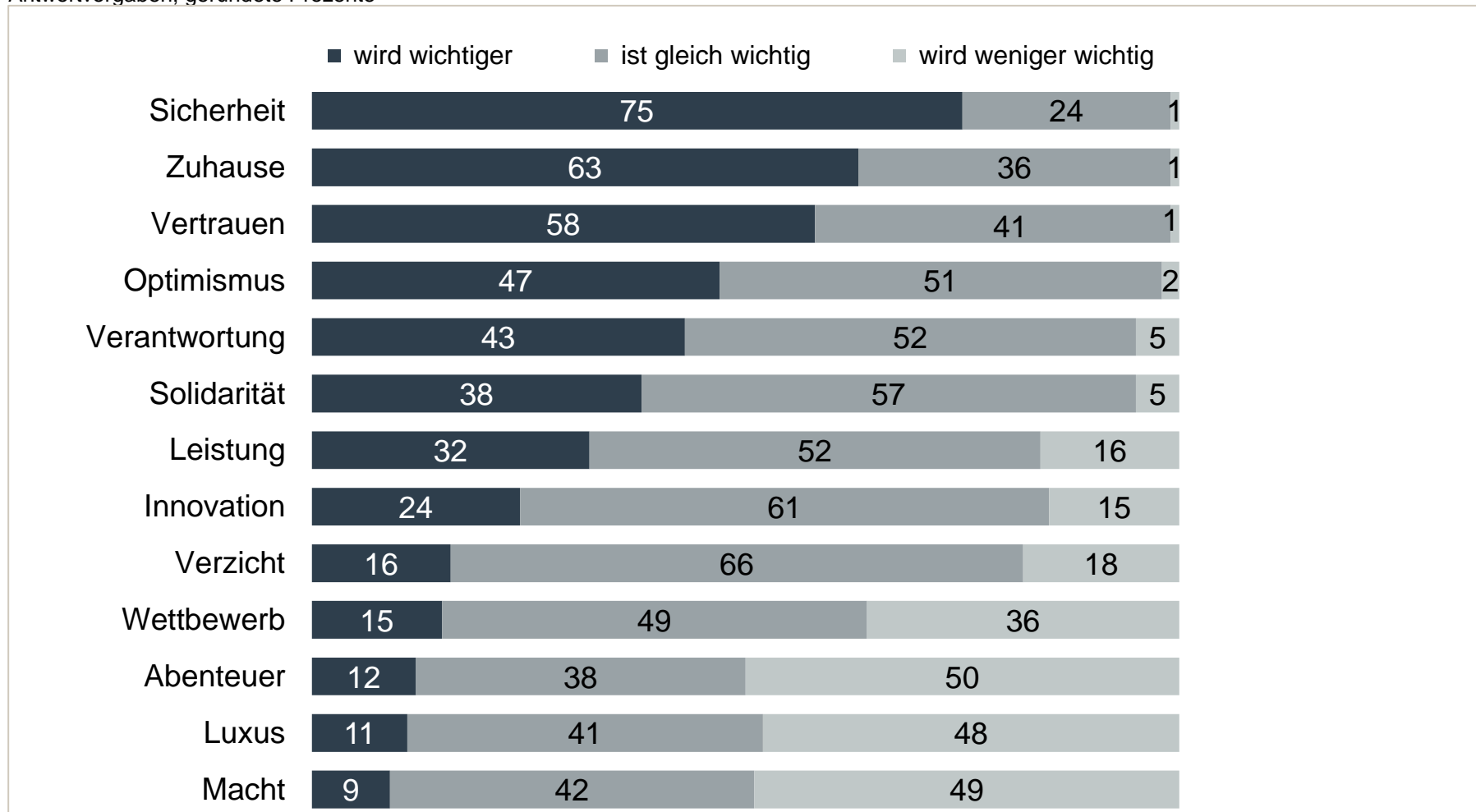
Methode

Quelle:	GfK Verein / GfK Compact
Methode:	GfK Classic BUS (CAPI), face to face-Umfrage
Befragungszeitraum:	Dezember 2016
Zielpersonen:	Allgemeine Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)
Stichprobe:	N= 1998 Personen
davon:	
Männer	n = 979
Frauen	n = 1019
14 – 24 Jahre	n = 292
25 – 34 Jahre	n = 247
35 – 49 Jahre	n = 514
50 – 64 Jahre	n = 479
65+ Jahre	n = 466

Persönlichen Relevanz: Sicherheit ebenfalls der Wert mit dem größten Bedeutungszuwachs

Jetzt möchten wir gerne wissen, ob die Bedeutung der folgenden Werte für Sie persönlich zu- oder abnimmt, also für Sie persönlich wichtiger oder weniger wichtiger werden.

Antwortvorgaben; gerundete Prozente



Quelle: GfK Verein CAPI BUS-Umfrage Dezember 2016, 1998 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland

Allgemeiner Bedeutungszuwachs von Werten nach Altersgruppen

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

Allgemeine Werte Anteil: ‚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>	1998	292	247	514	479	466
Sicherheit	83%	80%	80%	84%	84%	83%
Leistung	58%	70%	60%	59%	55%	53%
Vertrauen	58%	57%	60%	60%	55%	59%
Zuhause	57%	42%	59%	61%	58%	58%
Verantwortung	55%	55%	57%	59%	52%	53%
Innovation	50%	53%	53%	50%	47%	47%
Solidarität	48%	45%	47%	55%	46%	47%
Optimismus	46%	42%	43%	51%	46%	47%
Wettbewerb	44%	52%	40%	42%	44%	41%
Macht	32%	27%	33%	33%	32%	33%
Verzicht	24%	14%	24%	26%	23%	27%
Luxus	22%	24%	29%	21%	20%	19%
Abenteuer	19%	30%	24%	17%	15%	14%

Quelle: GfK Verein CAPI BUS-Umfrage Dezember 2016, 1998 Frauen und Männer ab 14 Jahren in Deutschland