

Pressemitteilung

Die „Glücklichmacher“ in Deutschland: Gesundheit ist wichtig, Geborgenheit sorgt für Glücksgefühle.

Eine Studie von quantilope beleuchtet, was die Menschen in Deutschland glücklich macht.

- **Gesundheit, Familie und Liebe sind am wichtigsten für das Glück.**
- **Menschen in Partnerschaften sowie Männer sind häufiger glücklich.**
- **Geborgenheit trägt am stärksten zum „Gesamtglück“ bei.**
- **Geld ist ein unterschätzter Glückstreiber.**
- **Glücksagenda variiert je nach demografischer Gruppe**

Hamburg, 17. April 2019 Die Suche nach dem Glück, treibt die Menschen seit jeher um. Doch was bedeutet Glück und wie lässt es sich erreichen? Diese Fragen hat das Software-Unternehmen quantilope untersucht und befragte 700 Frauen und Männer in Deutschland mithilfe seiner Agile Insights Software zum Thema Glück. Die Auswertung liefert tiefe Einblicke in Befindlichkeiten, emotionale Motive und Assoziationen rund um das Glückselbst. So belegt die Studie unter anderem, dass für die allermeisten Menschen Familie, Geborgenheit und Gesundheit im Zentrum des Glücks stehen.

„Die Ergebnisse zeigen zudem, dass Glück sehr vielschichtig ist. Beispielsweise rangiert für Frauen auch Selbstverwirklichung weit oben auf der Glücksagenda, während für ältere Menschen Spaß von großer Bedeutung ist“, erklärt Dr. Peter Aschmoneit, CEO und Co-Founder von quantilope. Interessant ist zudem die Erkenntnis, dass es offenbar eine bei 1.500 € liegende „Geld-Glücksgrenze“ gibt.

Glücksgefühle speisen sich aus sozialen Aspekten

Der Mensch strebt auf zahlreichen Wegen nach Glück. Viele suchen ihr Glück in der Liebe. Auch ein erfüllender Job, Freizeit und Hobbies können glücklich machen. Und nicht zuletzt führt Konsum zu Glücksmomenten, etwa durch ein tolles Konzert, eine schöne Wohnung, ein schnittiges Auto, einen edlen Rotwein.

So vielfältig die Möglichkeiten heute auch sind, sich Glückserlebnisse zu verschaffen, umso mehr lohnt es, nachzuhaken: Was finden die Menschen besonders wichtig für ihr Glück? Was verbinden sie mit Glück? Macht Geld glücklich? Und sieht das Glück eigentlich aus?

Die quantilope-Studie offenbart, dass Glück ein Wohlgefühl ist, das sich insbesondere aus sozialen Aspekten speist. Familie, Partnerschaft, Freundschaft, Gemeinsamkeit, Liebe, Geborgenheit und Harmonie stehen klar im Mittelpunkt, wenn es um das

Glücklichsein geht. Als wichtige Glückstreiber kristallisieren sich indessen solche Faktoren heraus, bei denen eine gewisse Unzufriedenheit besteht. Bei Frauen gilt dies etwa für die Selbstverwirklichung und bei den 50- bis 69-Jährigen für den Spaßfaktor.

Geld – ein unterschätzter Glückstreiber

Die Auswertung zeigt zudem, dass Geld nicht unerheblich zum Glück beiträgt. So bezeichnen sich Menschen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen (HNE) unter 1.500 € signifikant häufiger als unglücklich, als Menschen mit höherem Einkommen. Ist jedoch diese „Grundsicherung“ gegeben, wirkt sich Geld weniger stark auf das Glücksempfinden aus. Denn Menschen mit einem HNE von 1.500 € bis 3.199 € bezeichnen sich nicht signifikant häufiger als glücklich, als jene, die 3.200 € und mehr verdienen.

Eine weitere Frage zum Thema Geld ergab allerdings, dass vier von zehn Menschen mit ihrer Geldsituation eher unzufrieden bis sehr unzufrieden sind – womöglich auch, weil beglückende Dinge wie Freizeitaktivitäten, eine gemütliche Wohnung oder schicke Kleidung eben Geld kosten. Die Antworten legen jedenfalls nahe, dass Geld auf das Glücksempfinden einen größeren Einfluss hat, als die meisten Menschen offen zugeben. Insofern ist die finanzielle Absicherung ein unterschätzter Glückstreiber.

Die zentralen Erkenntnisse der Glücksstudie

- **Menschen in Partnerschaften sowie Männer sind glücklicher.**
Der durchschnittliche „Glücksscore“ hierzulande beträgt 4,3. Basis ist eine sechsstufige Skala von sehr unglücklich bis sehr glücklich, auf der sich 47% der Befragten als glücklich bzw. sehr glücklich bezeichnen. Nur 7,5% sind unglücklich/sehr unglücklich. Die besonders glücklichen Menschen sind signifikant häufiger männlich (55,82%) und leben signifikant häufiger in einer Partnerschaft (78%).
- **Familie ist Glücksmacher Nummer 1.**
Gemeinsame Zeit und Unternehmungen mit Partner und Kindern machen besonders glücklich. Es folgen Freizeit, Wohnen und Freundschaft, die ebenfalls verstärkt für Glücksgefühle sorgen.
- **Die „Geld-Glücksgrenze“ liegt bei 1.500 € Haushaltsnettoeinkommen.**
Menschen mit einem monatlichen HNE unter 1.500 € bezeichnen sich im Vergleich zu Menschen mit höherem Einkommen häufiger als unglücklich.

- **Gesundheit als wichtigste Voraussetzung für das Lebensglück.**
Weitere wichtige Glücksfaktoren sind die Familie, Liebe, Freiheit/Unabhängigkeit sowie Freunde/soziale Kontakte. Dagegen werden Besitz, Status und Macht als besonders unwichtig für das Glück bewertet.
- **Größter Glückstreiber? Geborgenheit!**
Geborgenheit ist am entscheidendsten für das Glücksempfinden der Menschen in Deutschland.
- **Frauen haben eine eigene Glücksagenda:**
Für Frauen gehören insbesondere auch Wertschätzung und Selbstverwirklichung zum Glücklichsein.
- **Generation 50+ braucht Spaß, um glücklich zu sein.**
Nach Geborgenheit und Liebe, steht Spaß bei den 50- bis 69-Jährigen an dritter Stelle der Glückstreiber. Außerdem hängen Glück und Entspannung für diese Generation eng zusammen.
- **Glück wird mit Freude und Vertrauen assoziiert.**
Wichtigste emotionale Motive dahinter sind u.a. Entspannung, Harmonie und Genuss. Vernunftlastige Begriffe wie Kontrolle, Disziplin oder Effizienz werden kaum mit Glück verbunden.
- **Das Glück ist grün und rundlich.**
Die beiden Top-Glücksfarben von Frauen wie Männern in Deutschland sind grün und hellgelb. Ferner zeigt der Männer-Frauen-Vergleich, dass Frauen die Farben lila, rosa oder pink signifikant stärker mit Glück verbinden. Darüber hinaus ist für neun von zehn Menschen das Herz die Glücksform schlechthin. Grundsätzlich werden dem Glück eher runde als eckige Formen zugeordnet.

„Bei einer nicht so direkt greifbaren Sache wie dem Glück, gilt es, Bewertungen, Assoziationen und emotionale Motive der Befragten genau unter die Lupe zu nehmen. Mithilfe unserer Agile Insights Software, die auf hochwertigen Forschungsmethoden basiert, lassen sich Antwortverzerrungen aufgrund von Tabus bzw. sozialer Erwünschtheit herausfiltern“, erläutert Dr. Peter Aschmoneit.

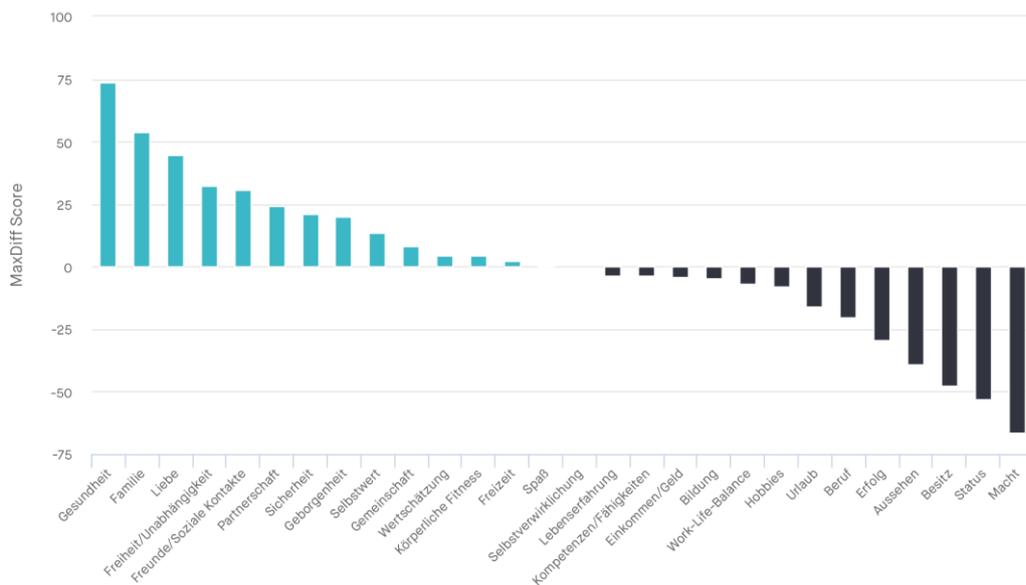
Über die Studie

Bei der Glücksstudie handelt es sich um eine quantitative Online-Befragung zu dem Thema Glück. Befragt wurden rund 700 Frauen und Männer aus Deutschland zwischen 18 und 69 Jahren. Um eine Einflussnahme zuvor gestellter Fragen auf die Beantwortung nachfolgender Fragen zu vermeiden, wurden die 700 Befragten in mehrere gleich strukturierte Gruppen unterteilt, die jeweils verschiedenen Teile des Fragebogens ausgefüllt haben.

Die Erhebung erfolgte Anfang 2019 und wurde von quantilope unter Verwendung der Agile Insights Software durchgeführt. Eingesetzte Methoden waren u.a.: Maximum-Difference-Scaling (MaxDiff), Treiberanalysen und Messungen impliziter Assoziationen.

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit werden personenbezogene Substantive und Pronomen in der männlichen Sprachform verwendet. Dies impliziert jedoch keine Benachteiligung weiterer Geschlechter, sondern ist im Sinne der sprachlichen Vereinfachung als geschlechtsneutral zu verstehen.

Bildmaterial



Grafik

Was wichtig bzw. unwichtig ist für das Glück (Quelle: Glücksstudie 2019, quantilope)

Download / Links

Pressemeldung und Bildmaterial:

<https://www.quantilope.com/de/press-blog/gluecksstudie-deutschland>

Studie:

<https://l.quantilope.com/studie-das-macht-die-menschen-in-deutschland-gluecklich>

Pressekontakt

quantilope GmbH
Aimée-Désirée Bauer
Susannenstraße 29, D - 20357 Hamburg
Office +49 40 210 918 979
Mobil +49 176 457 04 732
E-Mail aimee.bauer@quantilope.com

Über quantilope

quantilope ist ein Software-Unternehmen und ermöglicht mit seiner Agile Insights-Technologie eine agile und kundenzentrierte Unternehmensführung. Die für hohe Innovationskraft ausgezeichnete All-in-One-Software befähigt Unternehmen, die relevanten Bedürfnisse der Kunden und Konsumenten einfach und immer in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen.

quantilope ist flexibel für sämtliche Fragestellungen im Unternehmen einsetzbar und bietet intelligente, automatisierte Tools auf Basis hochmoderner Methoden der quantitativen Marktforschung kombiniert mit Machine Learning und künstlicher Intelligenz. Die Tools eignen sich für Fragestellungen aus Marketing, Produktmanagement, Demand-Planning, HR, Business Development und Consulting. Mit der Agile Insights Software managen agile Teams den gesamten Insights-Prozess auf einer einzigen Plattform: von der Fragestellung, über Panelmanagement, Datenerhebung, professionelle Analyse bis zur Visualisierung und Kommunikation der Insights. Unternehmen sind so befähigt, für die Entscheidungen wichtige Kundenbedürfnisse in Echtzeit zu messen, einfach zu verstehen und unmittelbar einfließen zu lassen.

Entwickelt wurde quantilope 2014 von international anerkannten Wissenschaftlern und Experten aus Marktforschung, Marketing, Data Science und IT. Seitdem begeistert die Technologie namhafte Unternehmen, Agenturen sowie Institute.

Hinweis zur geschlechtergerechten Ansprache

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit werden personenbezogene Substantive und Pronomen in der männlichen Sprachform verwendet. Dies impliziert jedoch keine Benachteiligung weiterer Geschlechter, sondern ist im Sinne der sprachlichen Vereinfachung als geschlechts-neutral zu verstehen.