

Jugend-Trend-Monitor

10. Auflage

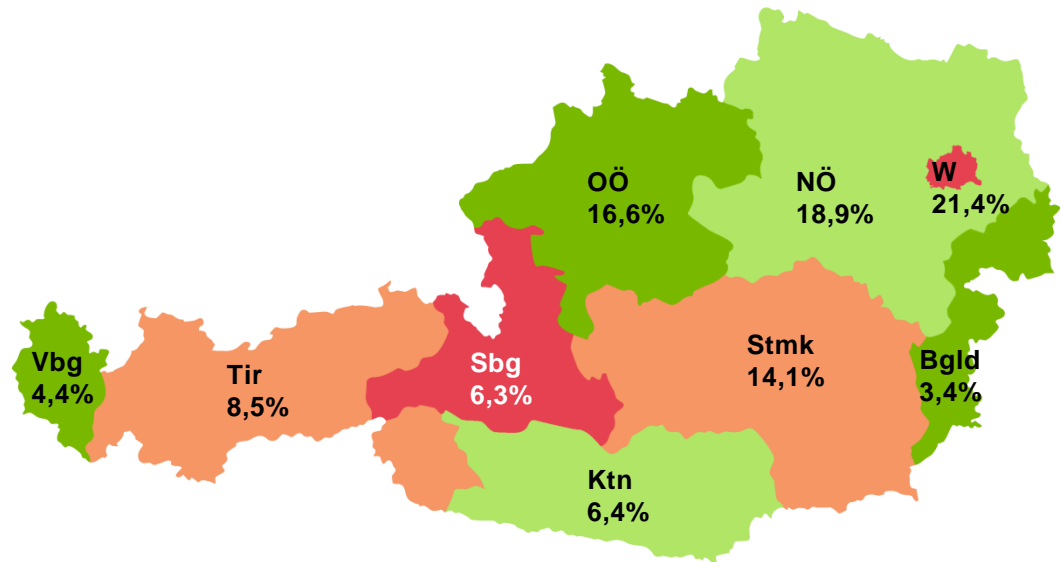
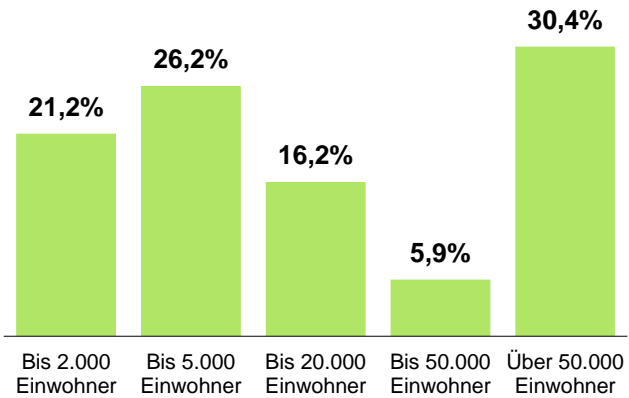
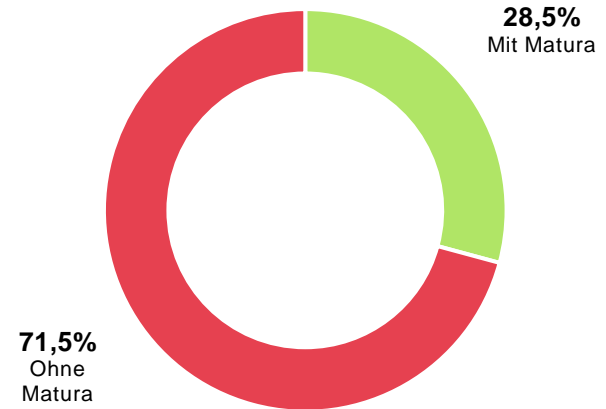
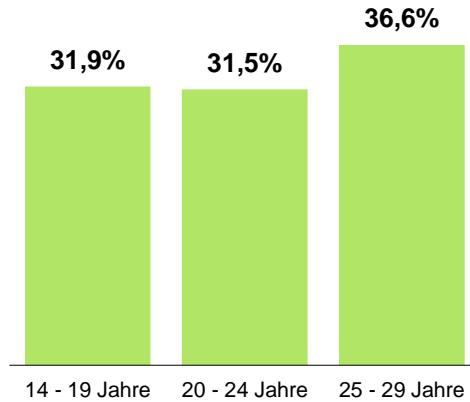


Wien, 9. Mai 2023

Umfrage-Basics

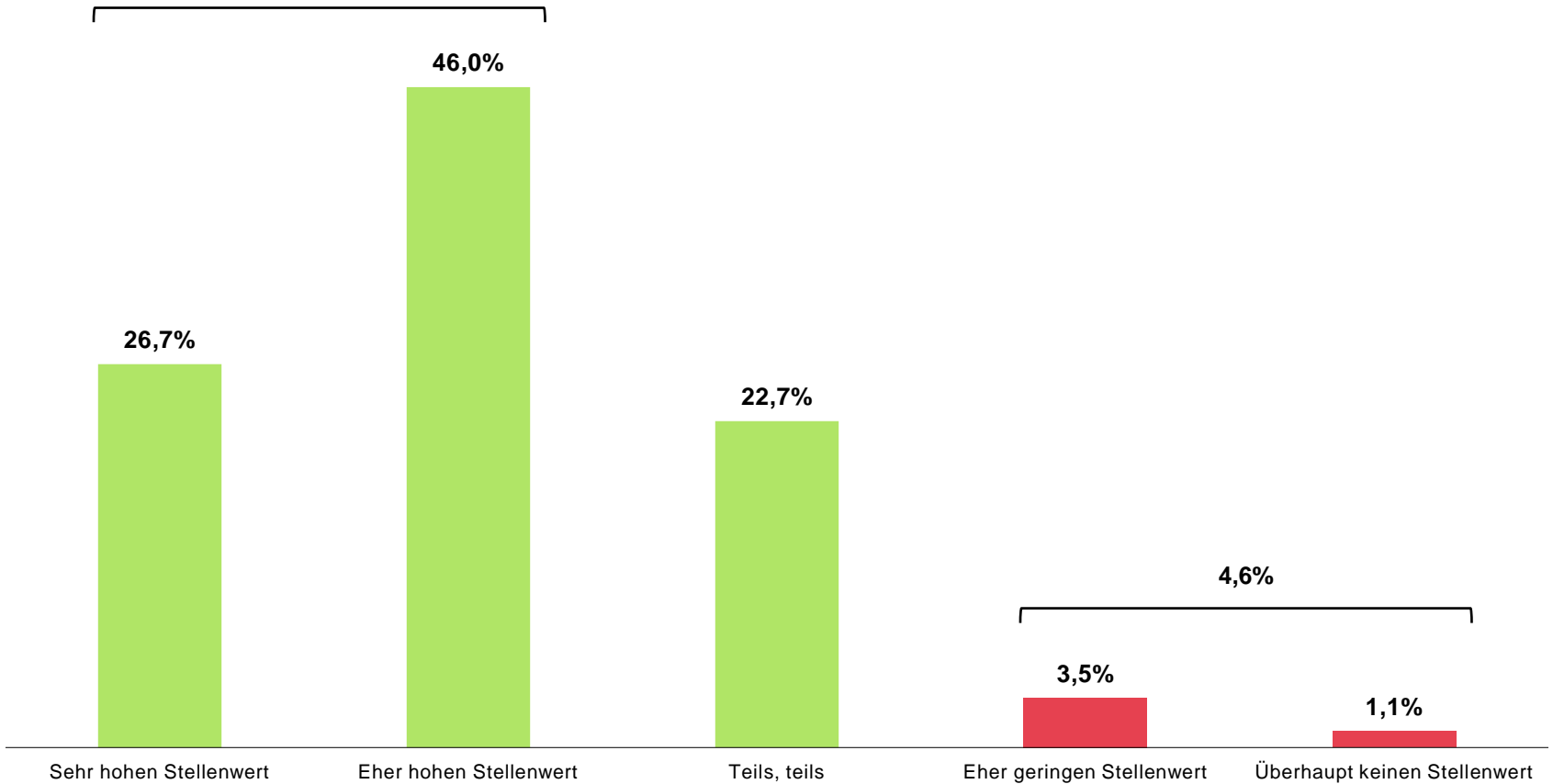
Auftraggeber	Kooperation mit DocLX
Methode	CAWI Computer Assisted Web Interviews
Sample-Größe	n = 2.316 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 29 Jahren Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung Random Selection gewichtet
Feldzeit	27.02.2023 – 27.03.2023
Studienumfang	41 Fragen
Mobile Teilnahme	77,2%

Zusammensetzung des Samples | n = 2.316

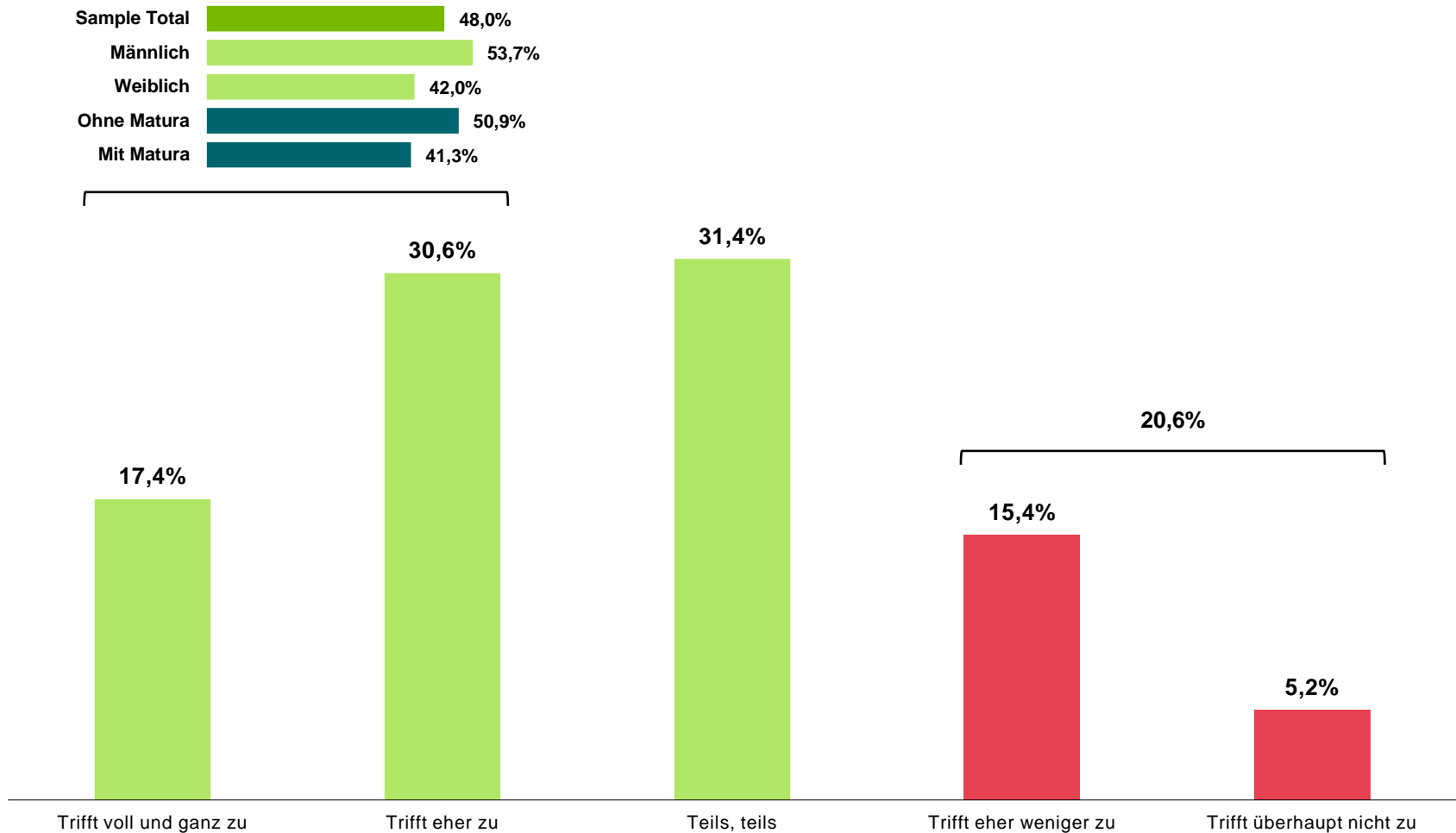


New Work

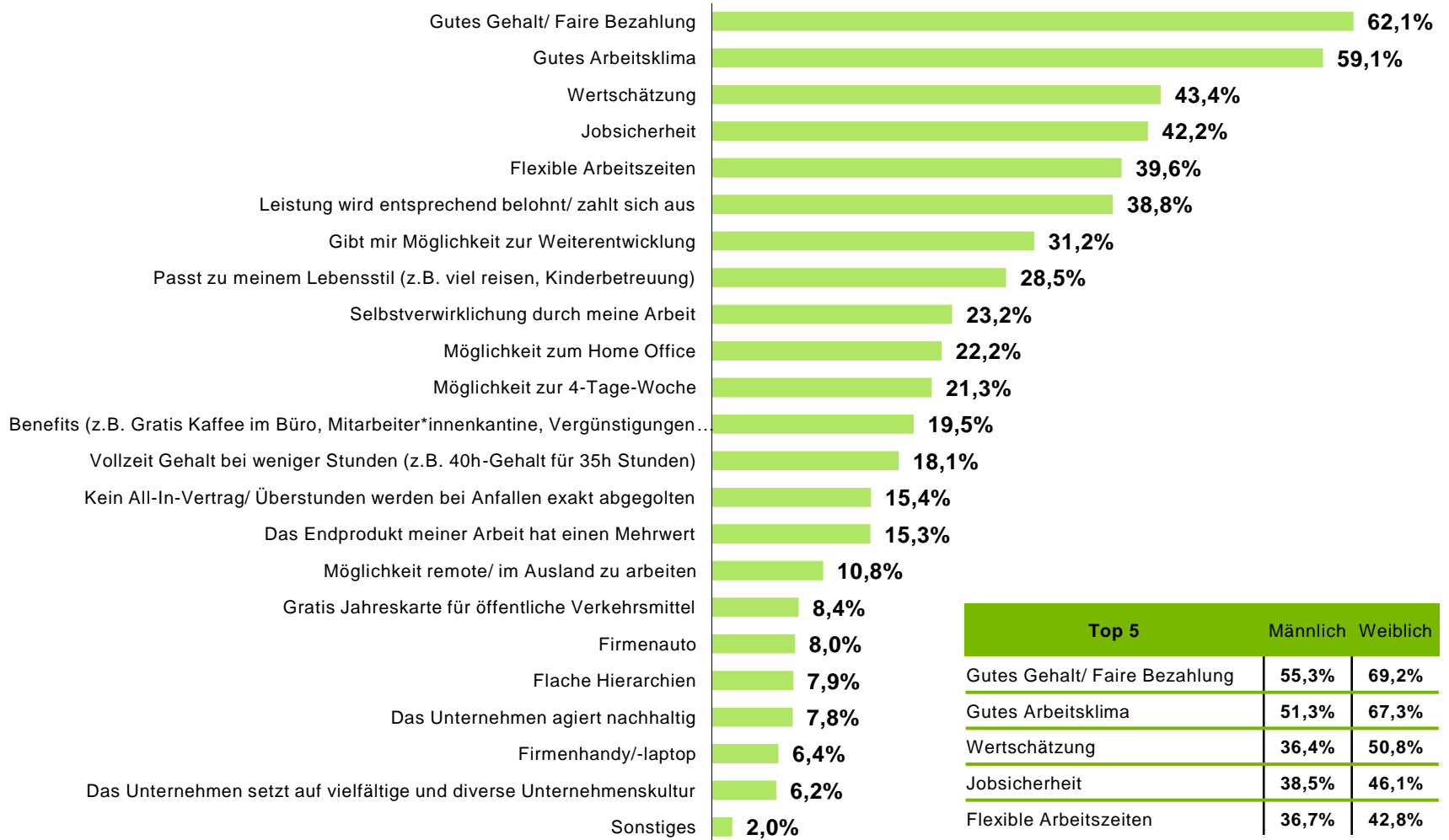
Stellenwert der Arbeit im Leben



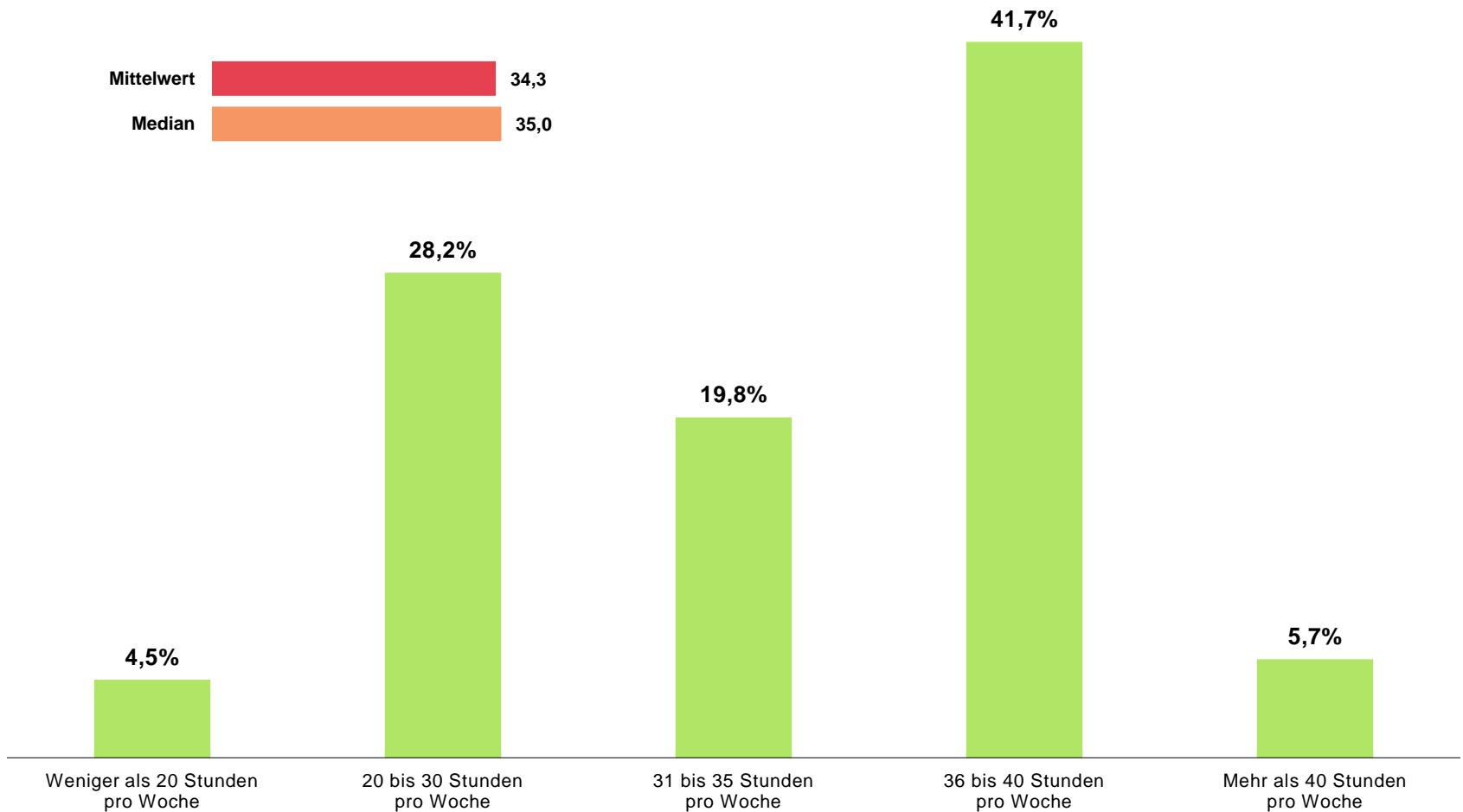
Aussage: "Es zahlt sich aus, jetzt viel zu arbeiten und später in der Pension zu genießen."



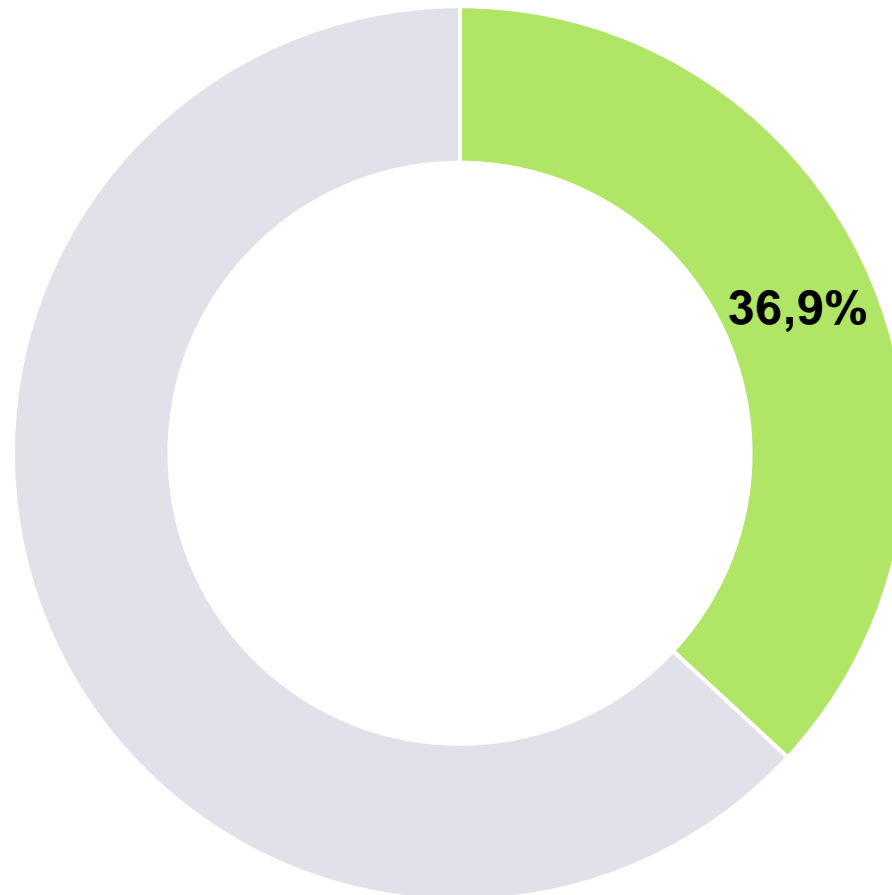
Wichtiges bei der (zukünftigen) Arbeit



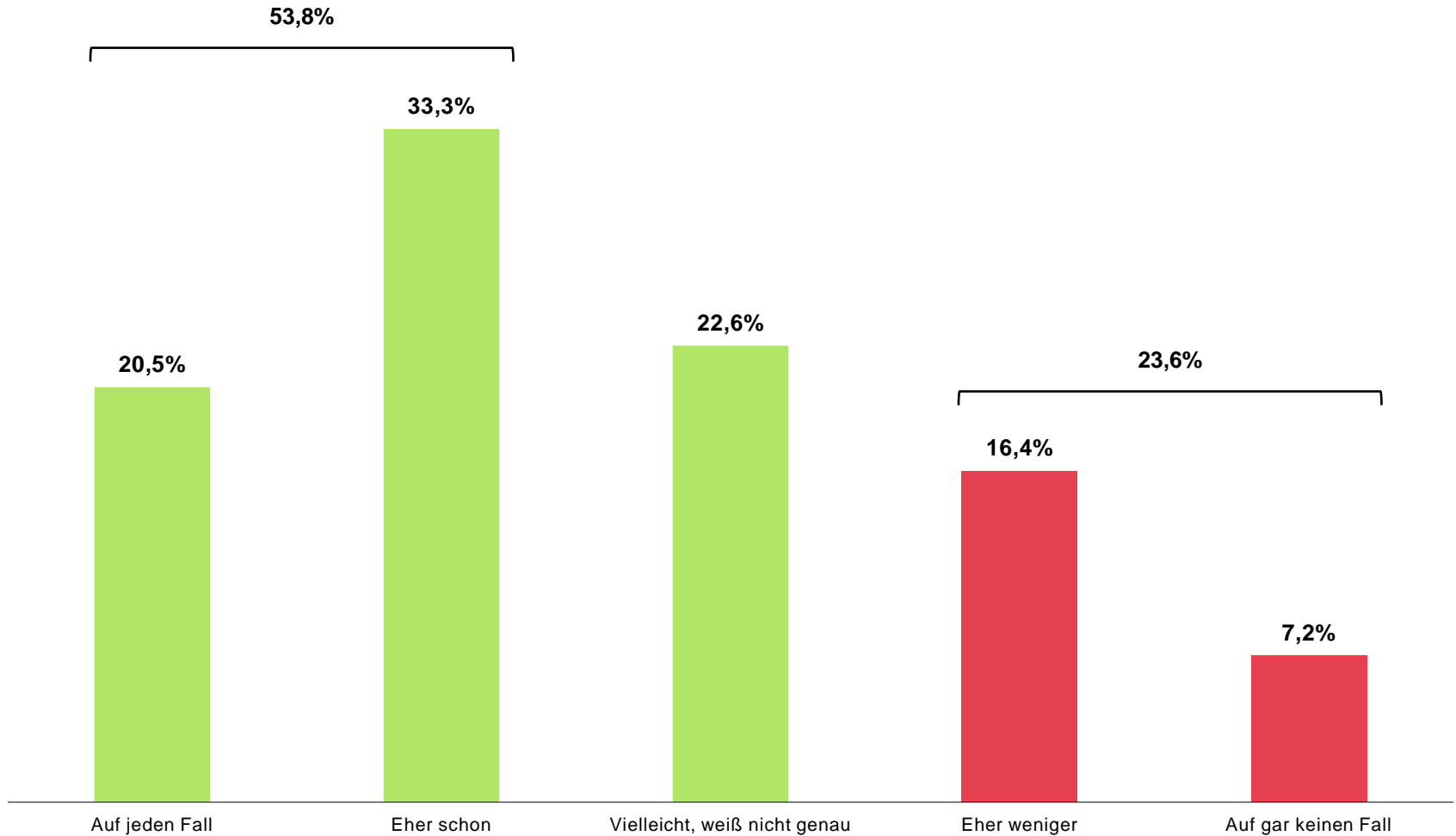
Präferiertes Arbeitsausmaß



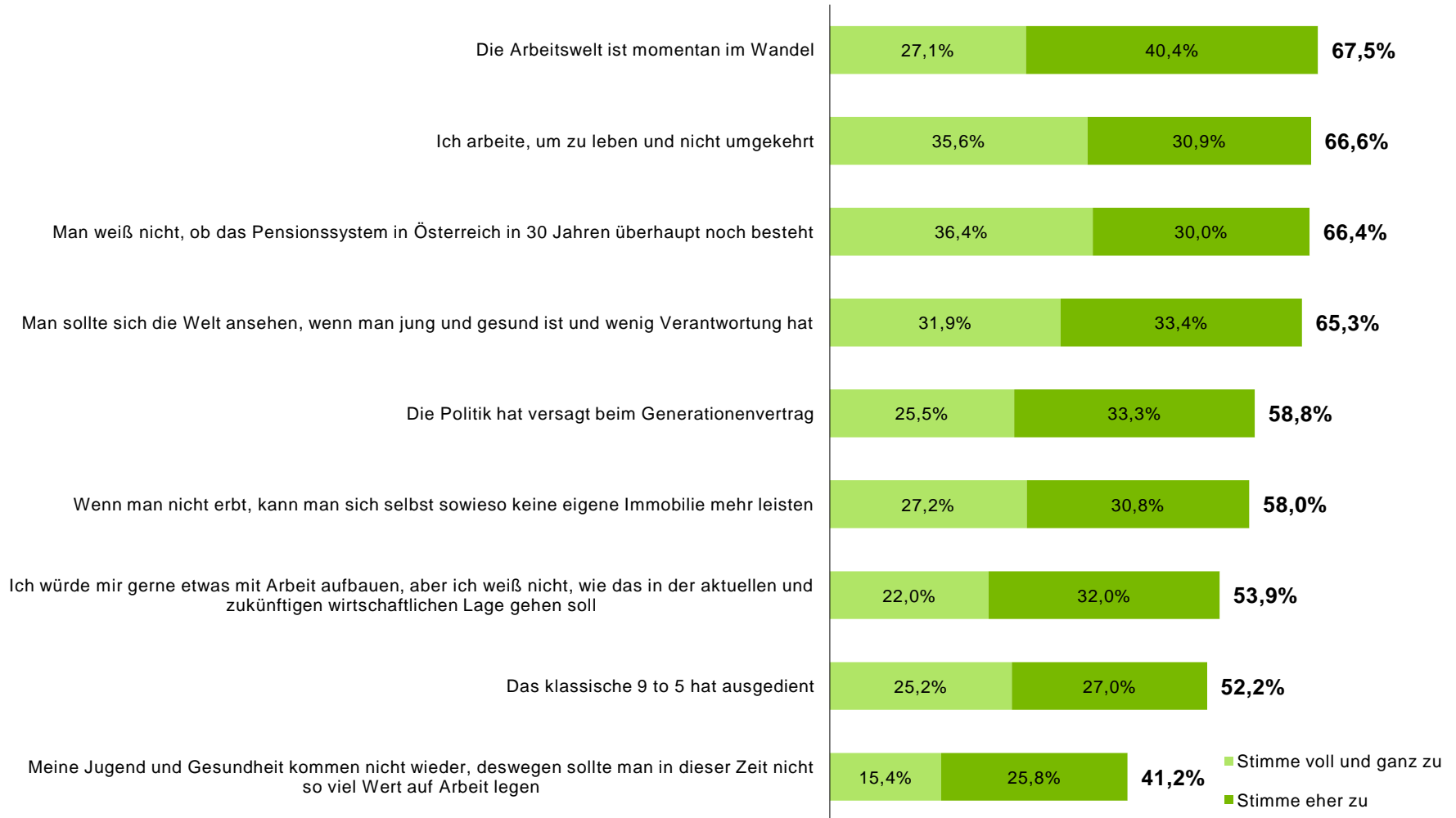
Präferierter Home Office-Anteil



Leben als digitale(r) Nomade/ Nomadin

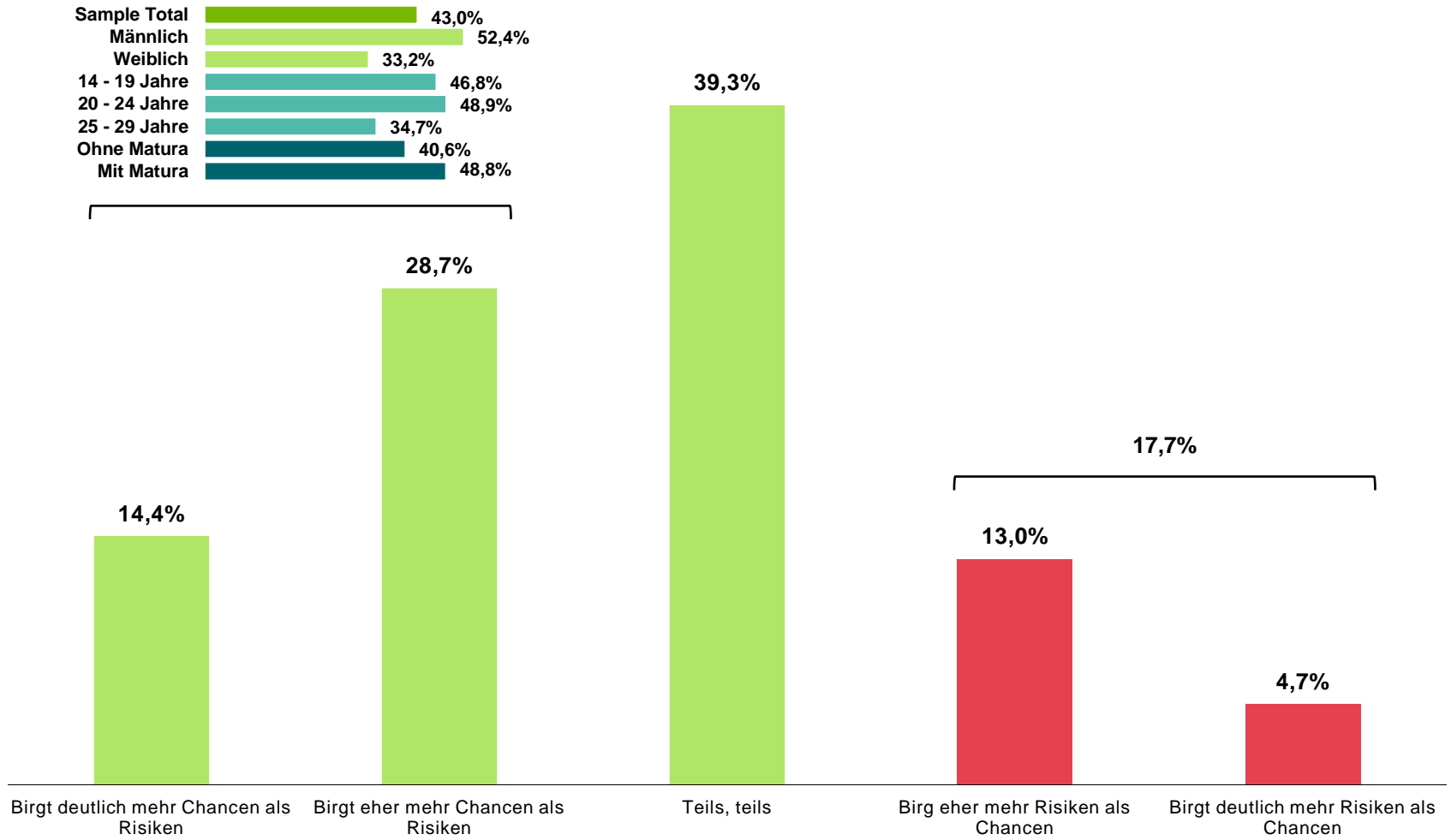


Aussagen: Arbeit und Zukunft

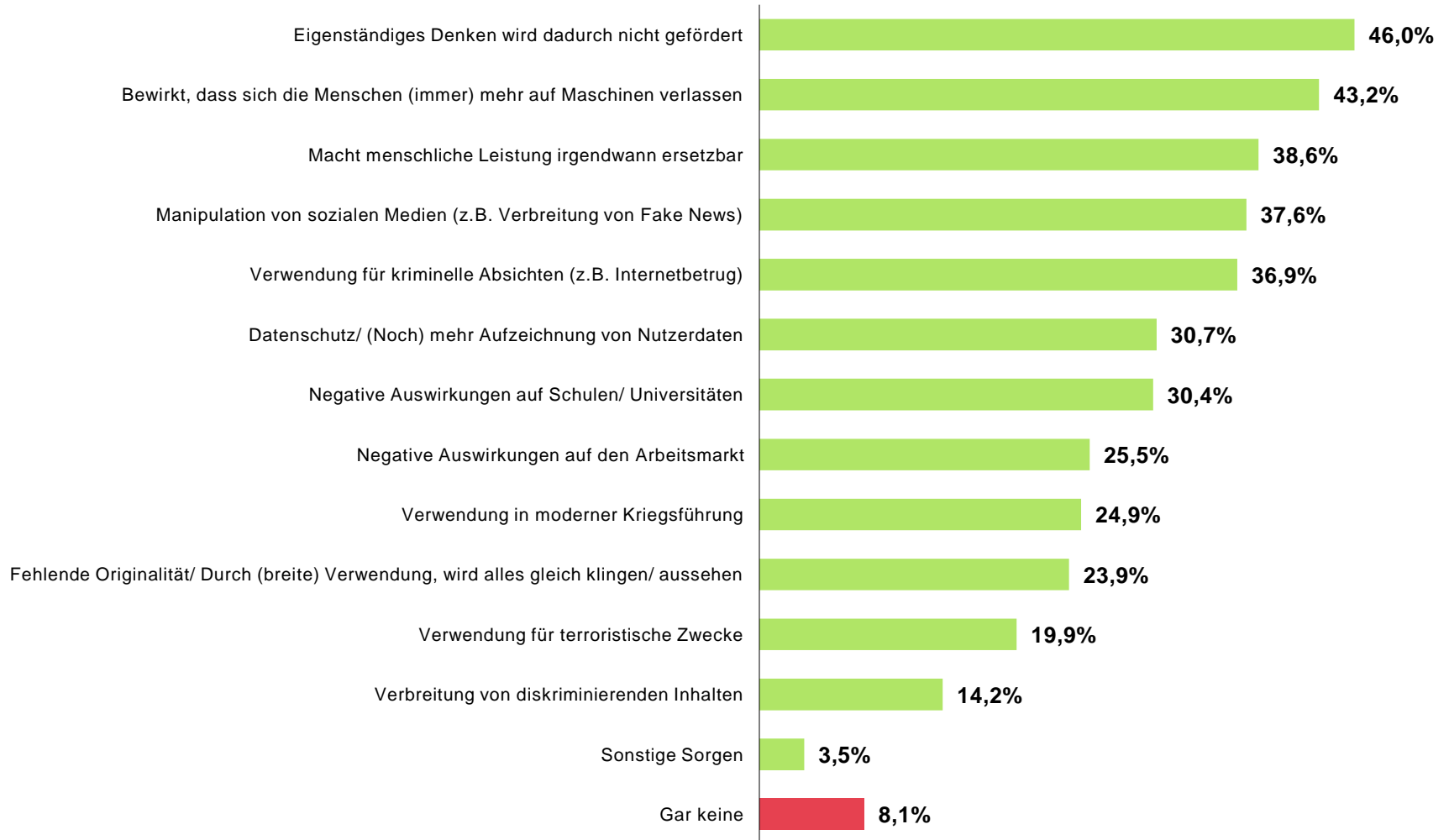


Künstliche Intelligenz

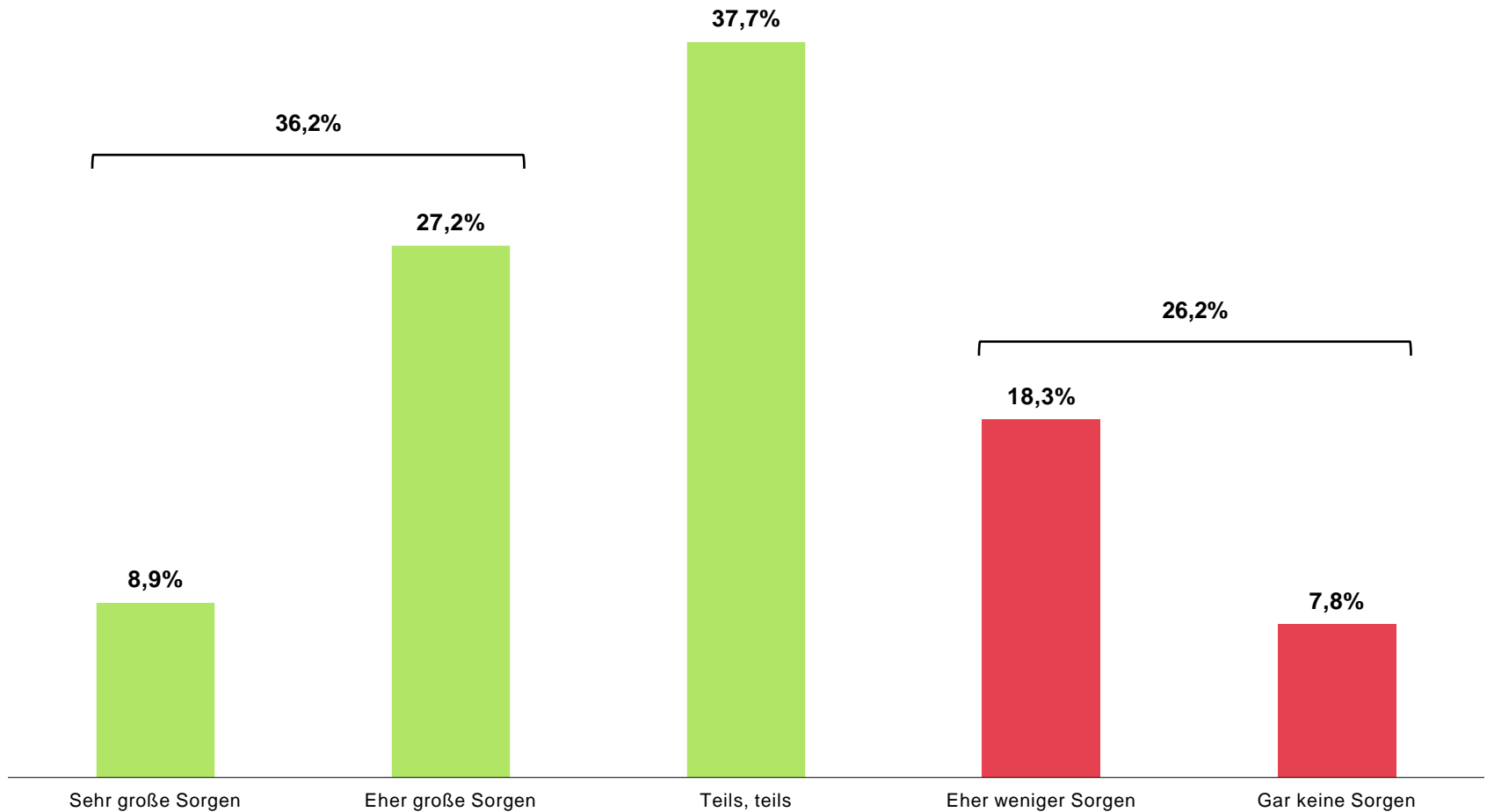
KI-Tools: Chance vs. Risiko



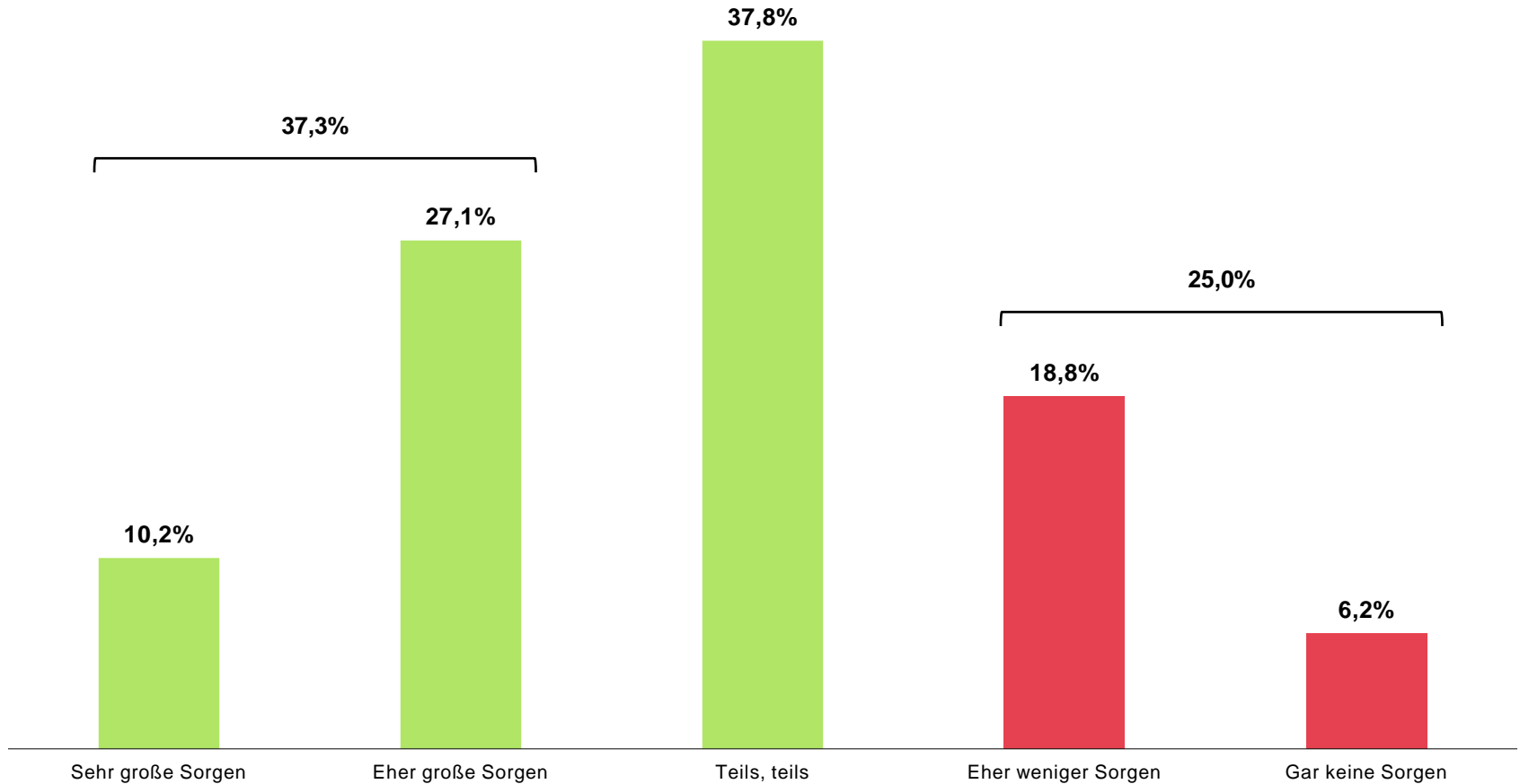
Sorgen im Zusammenhang mit KI-Tools



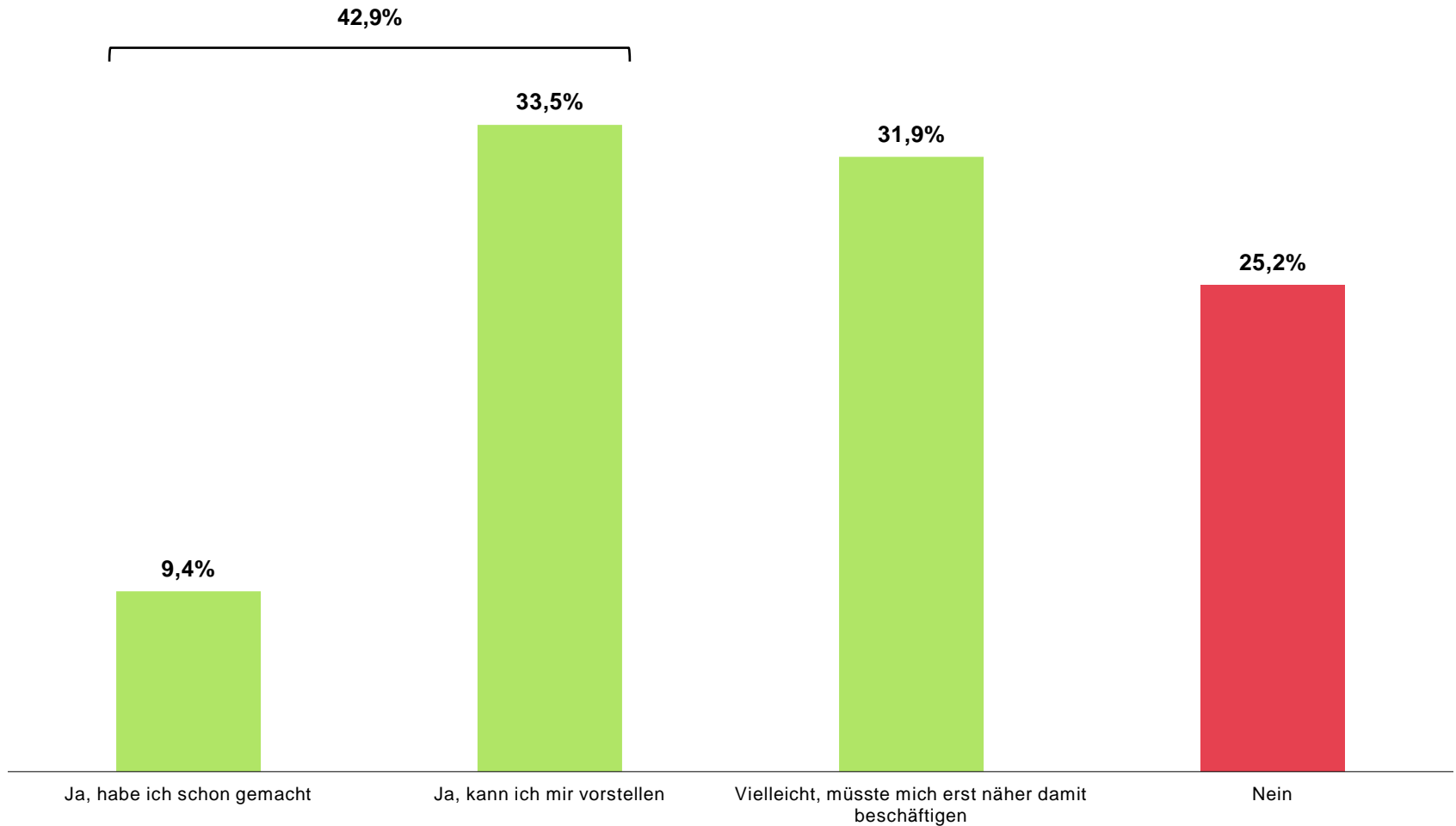
Sorgen im Zusammenhang mit KI-Tools in Bezug auf akademische Leistungen



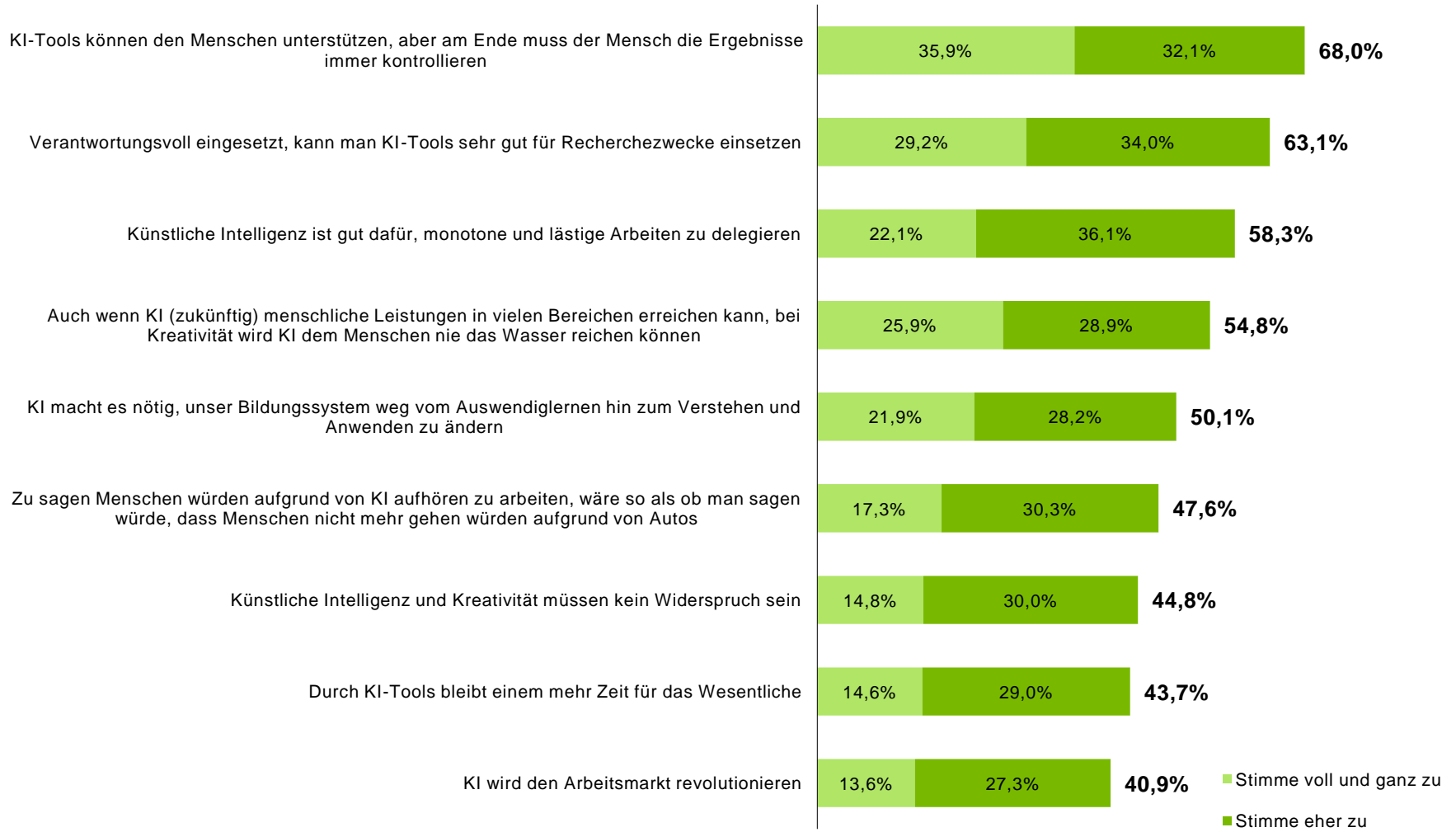
Sorgen im Zusammenhang mit KI-Tools in Bezug auf den Arbeitsmarkt



KI-Tools als Schummelmethode

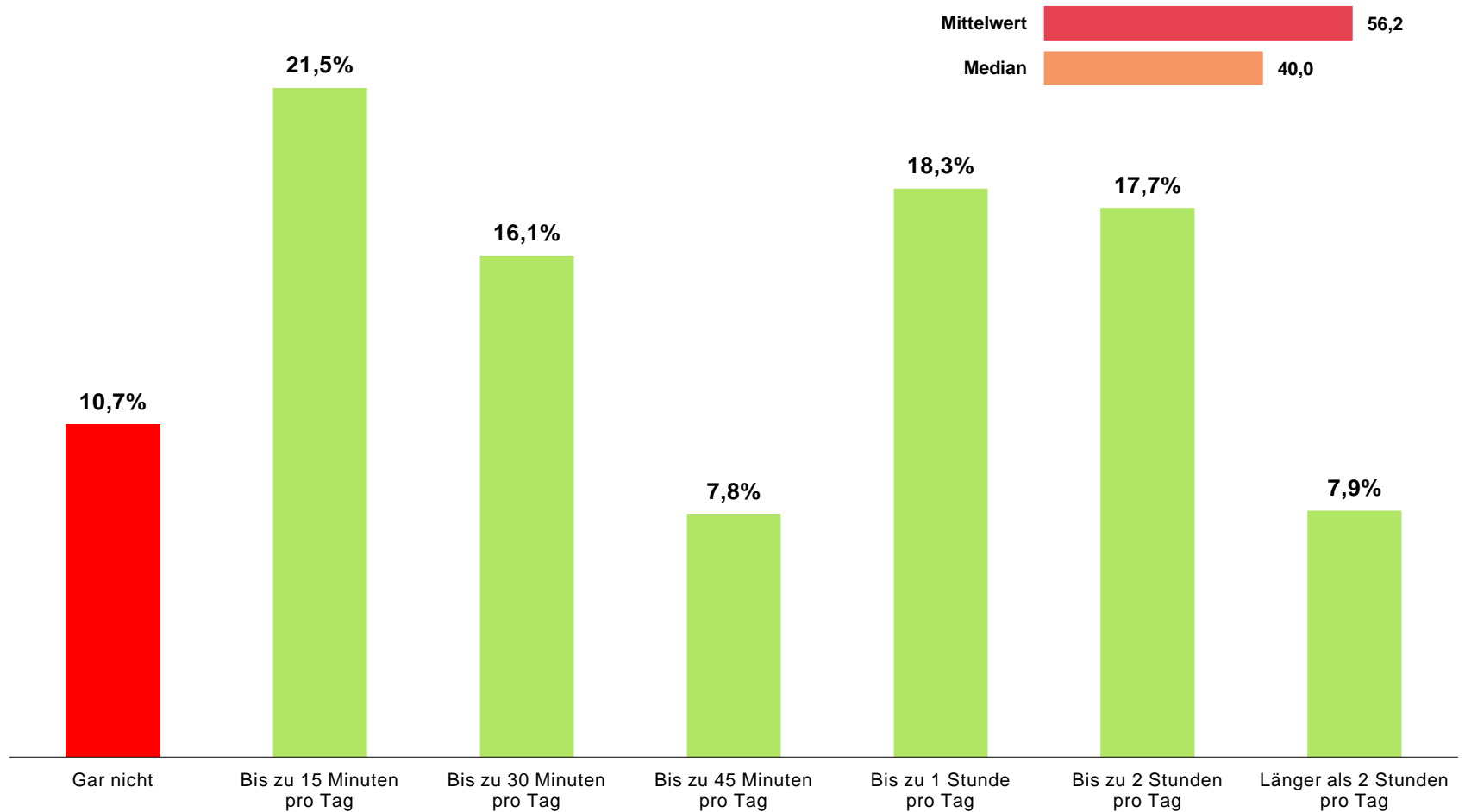


Aussagen: KI-Tools

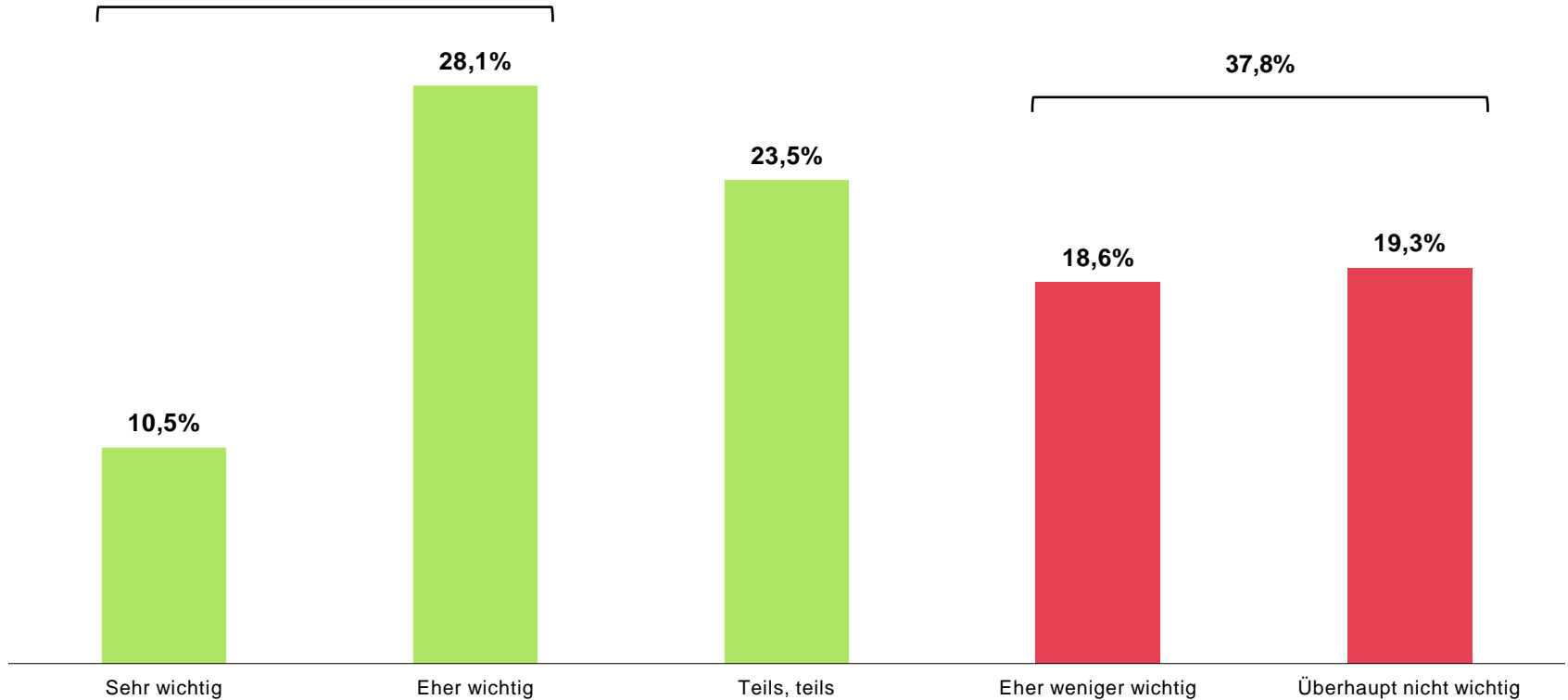
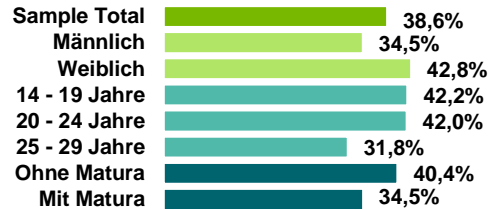


Instagram

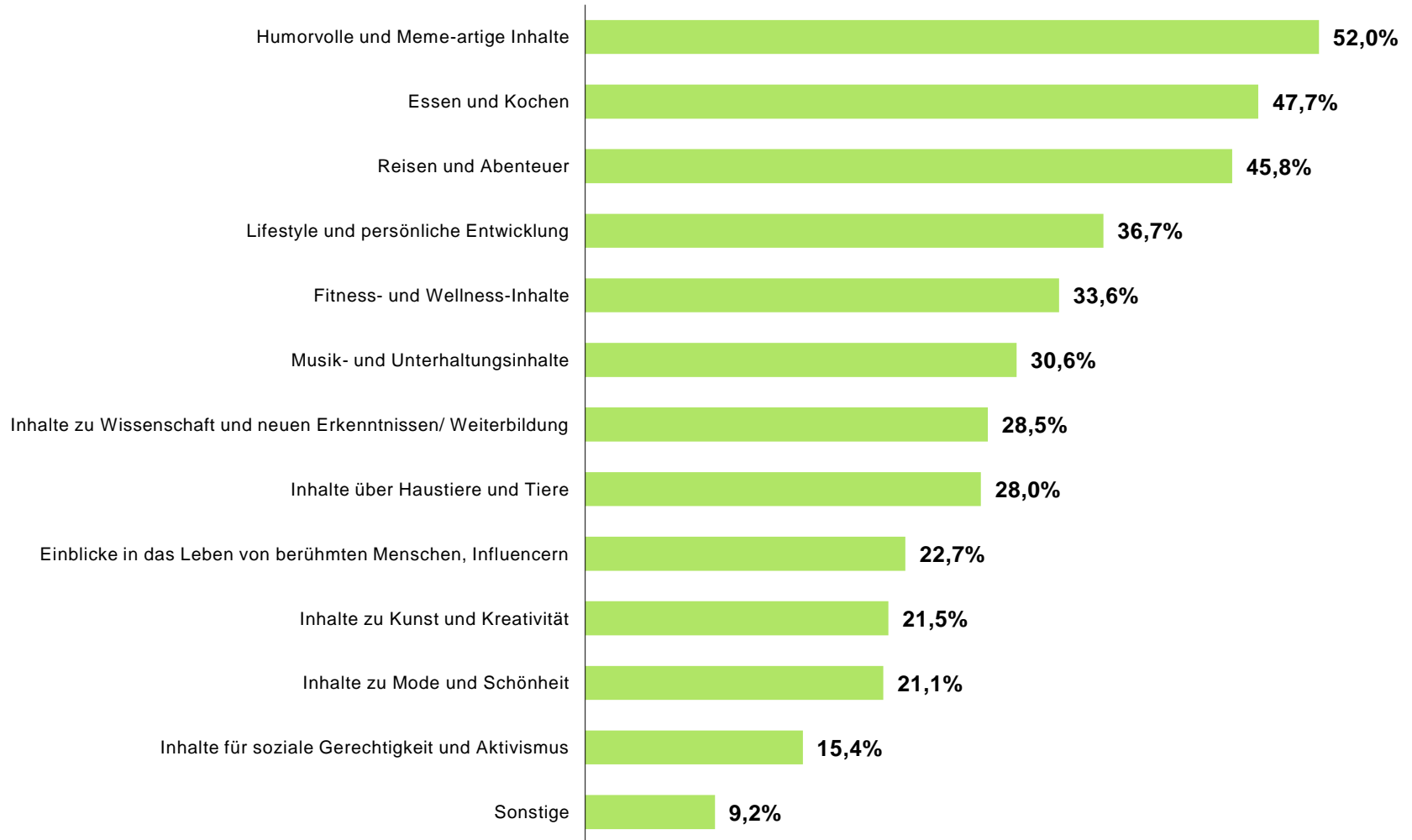
Nutzung von Instagram



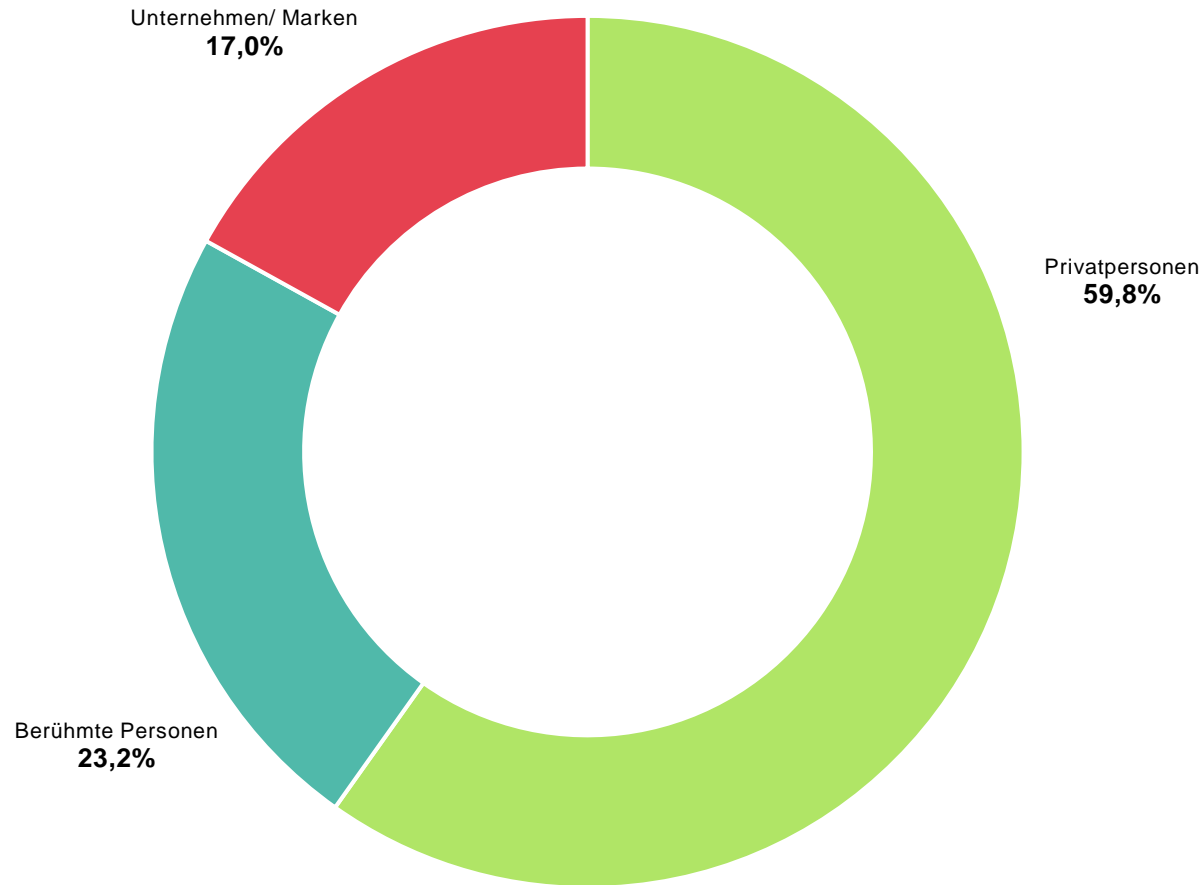
Wichtigkeit der eigenen Instagram-Präsenz



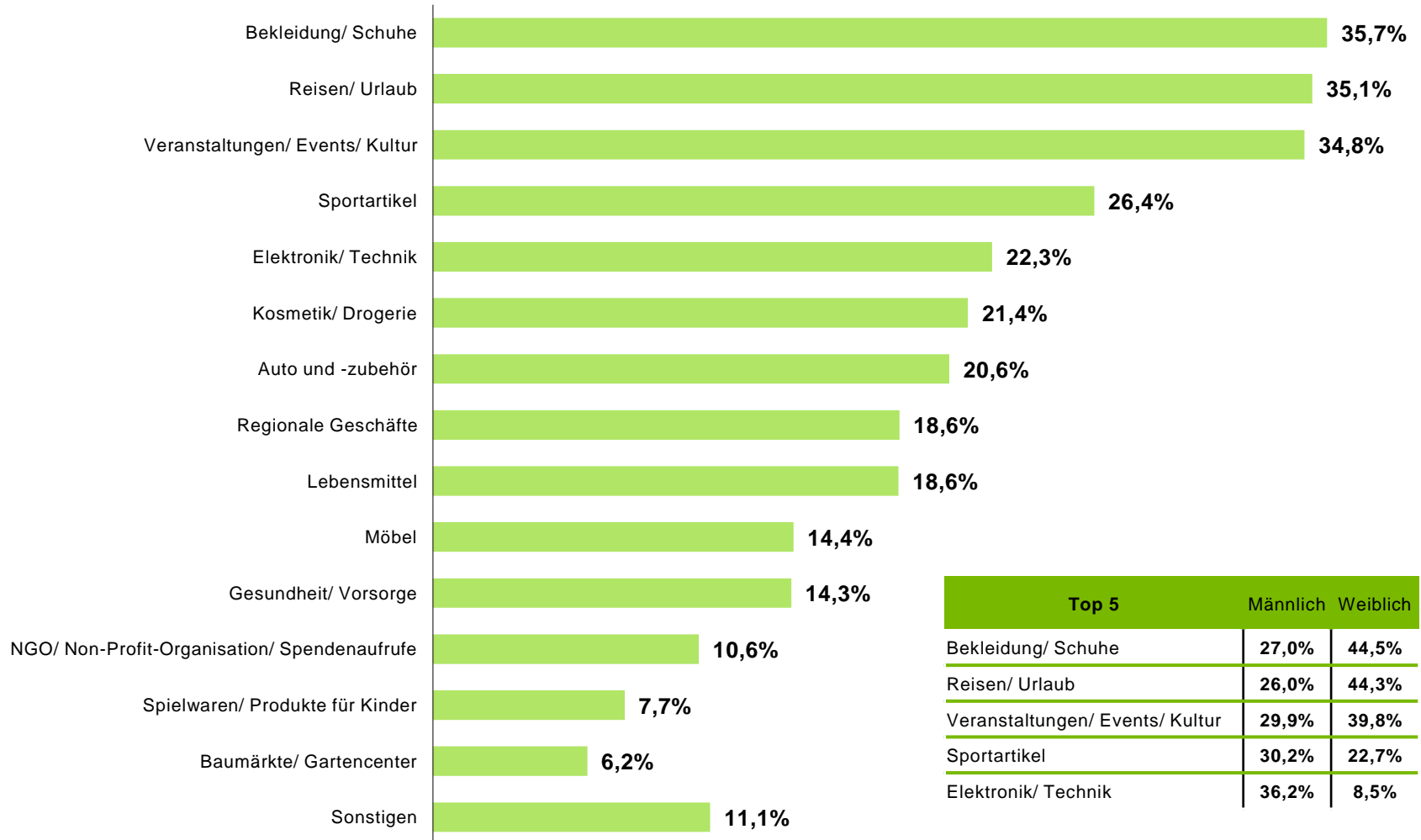
Bevorzugter Content auf Instagram



Follower-Verhältnis auf Instagram

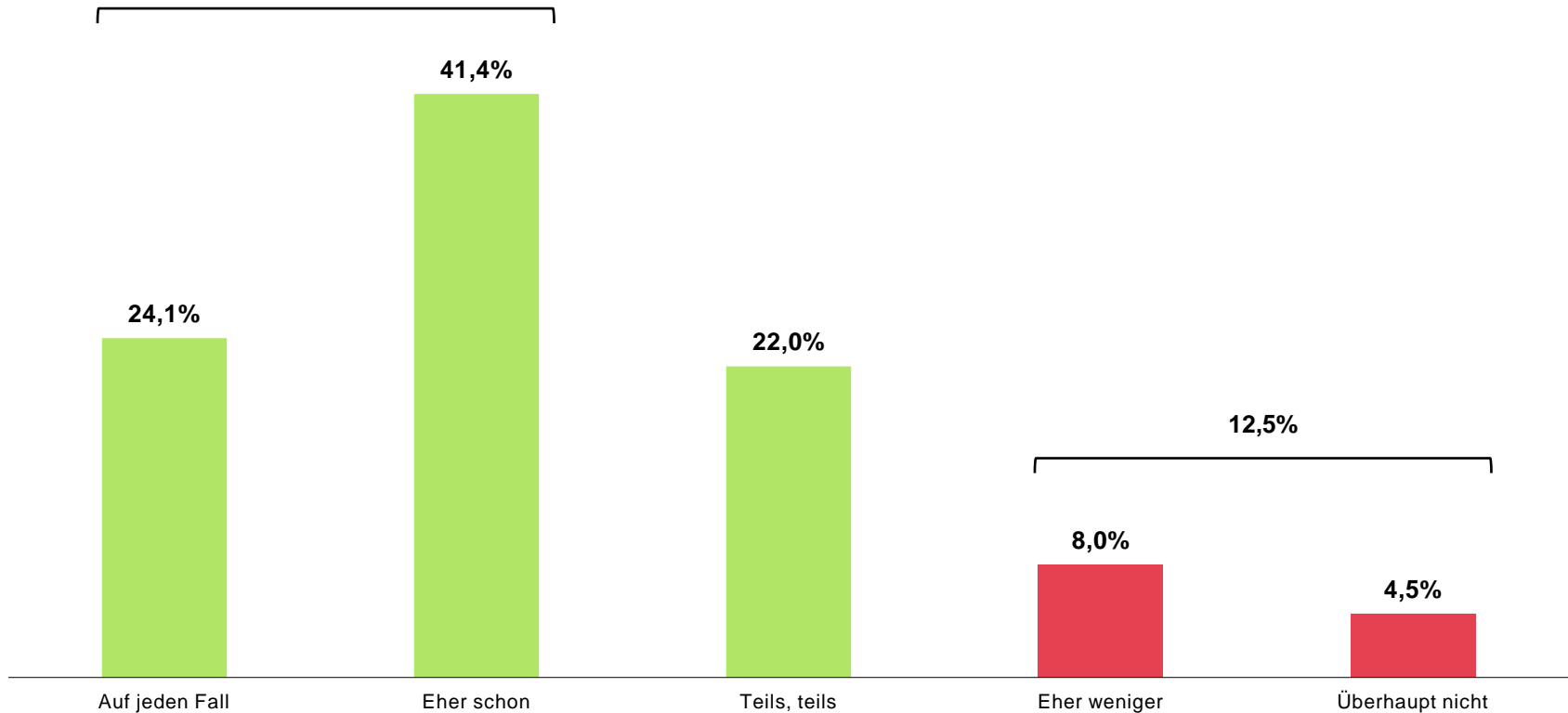
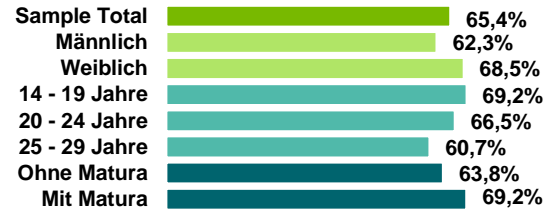


Branchen, denen man auf Instagram folgt

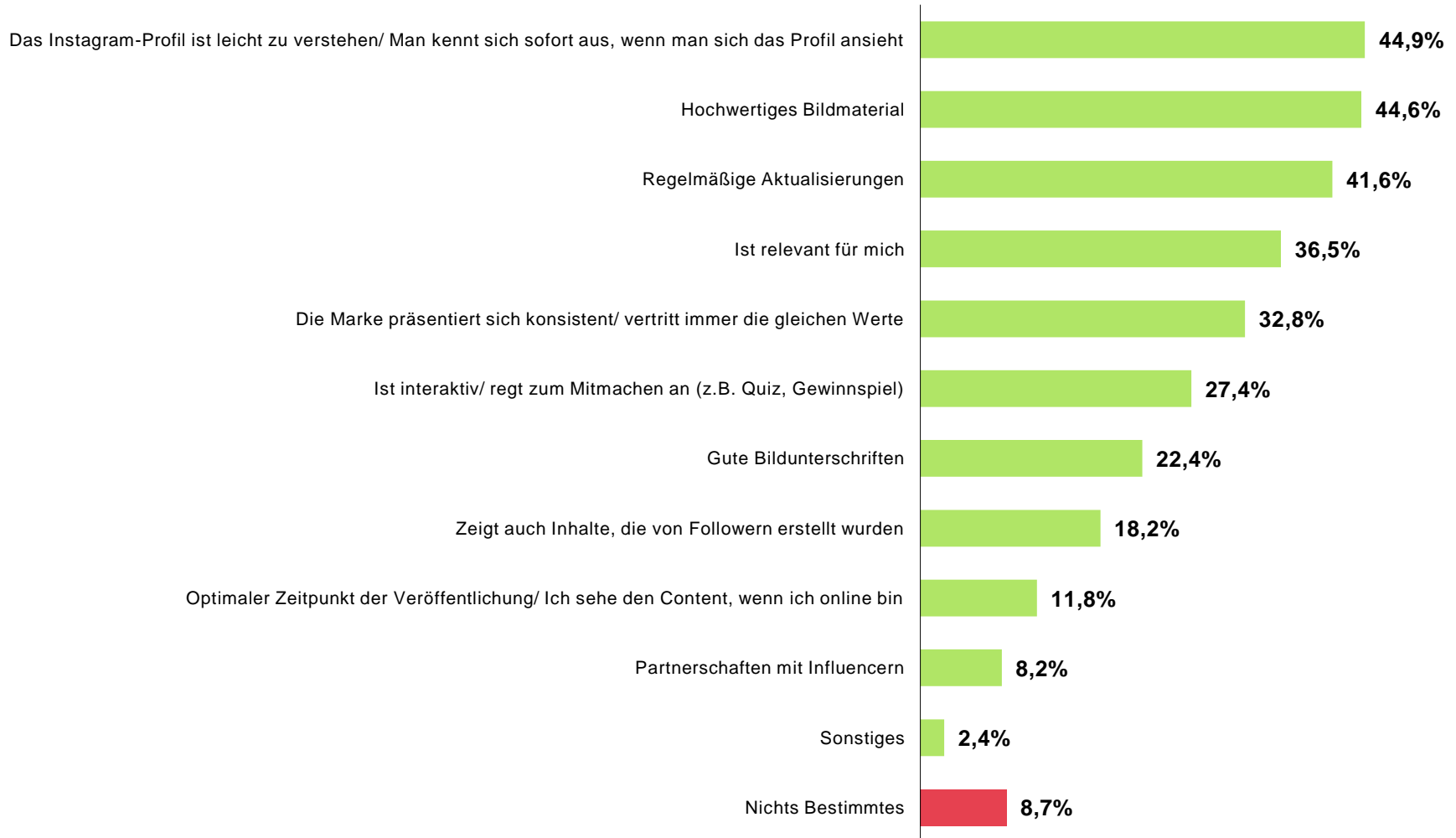


Top 5	Männlich	Weiblich
Bekleidung/ Schuhe	27,0%	44,5%
Reisen/ Urlaub	26,0%	44,3%
Veranstaltungen/ Events/ Kultur	29,9%	39,8%
Sportartikel	30,2%	22,7%
Elektronik/ Technik	36,2%	8,5%

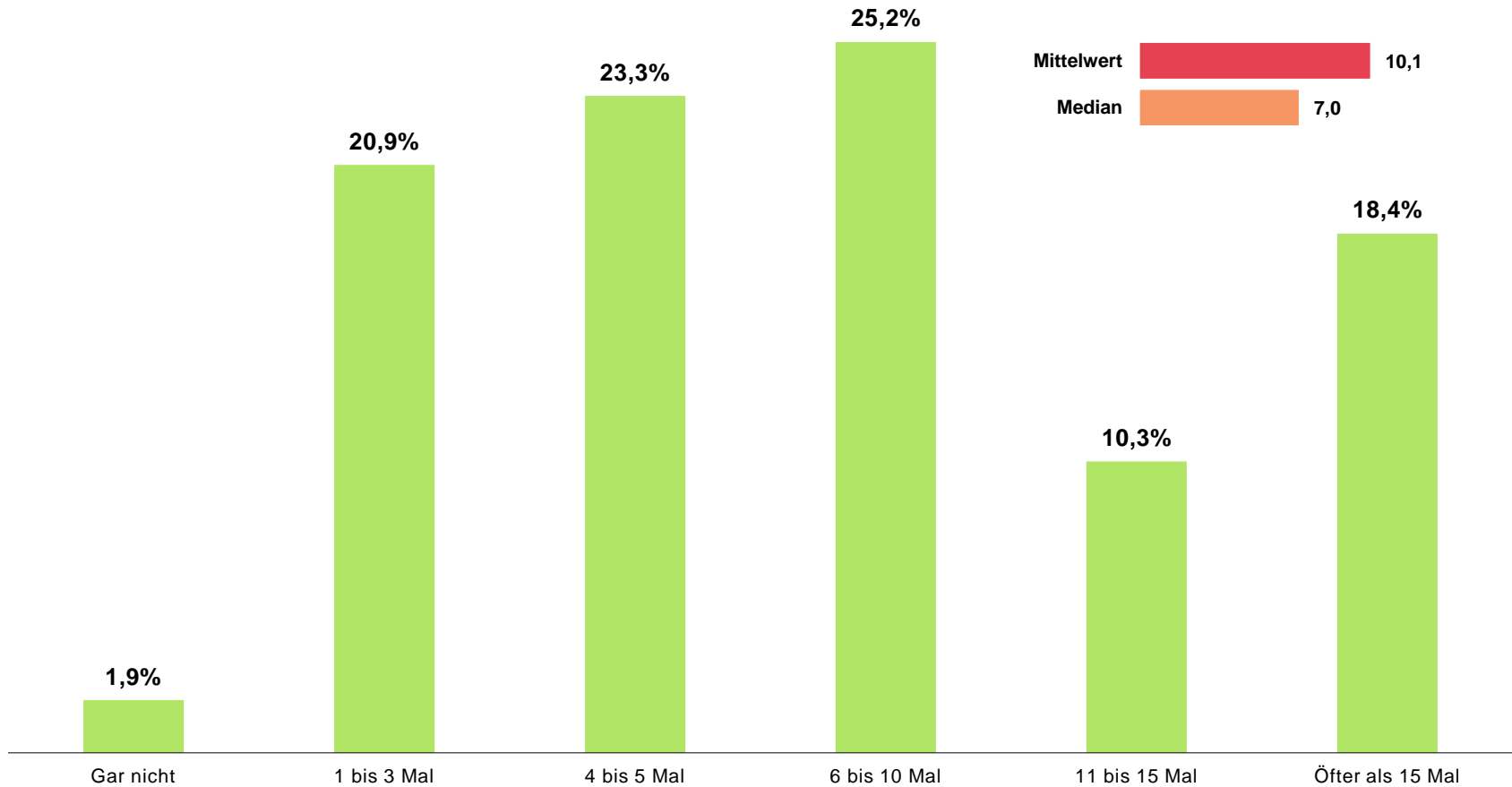
Wichtigkeit der Instagram-Präsenz von Unternehmen



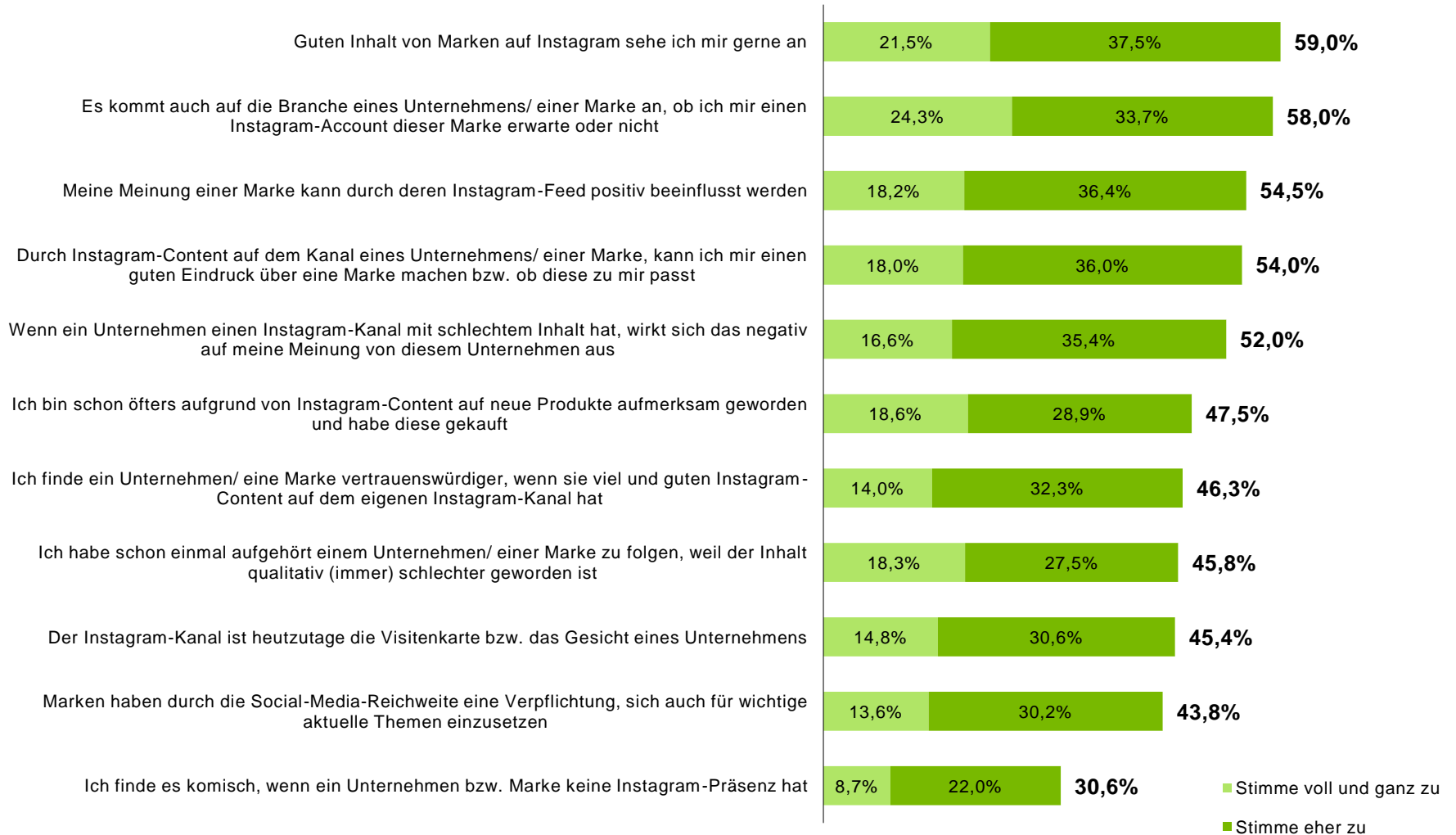
Guter Instagram-Content eines Unternehmens/ einer Marke



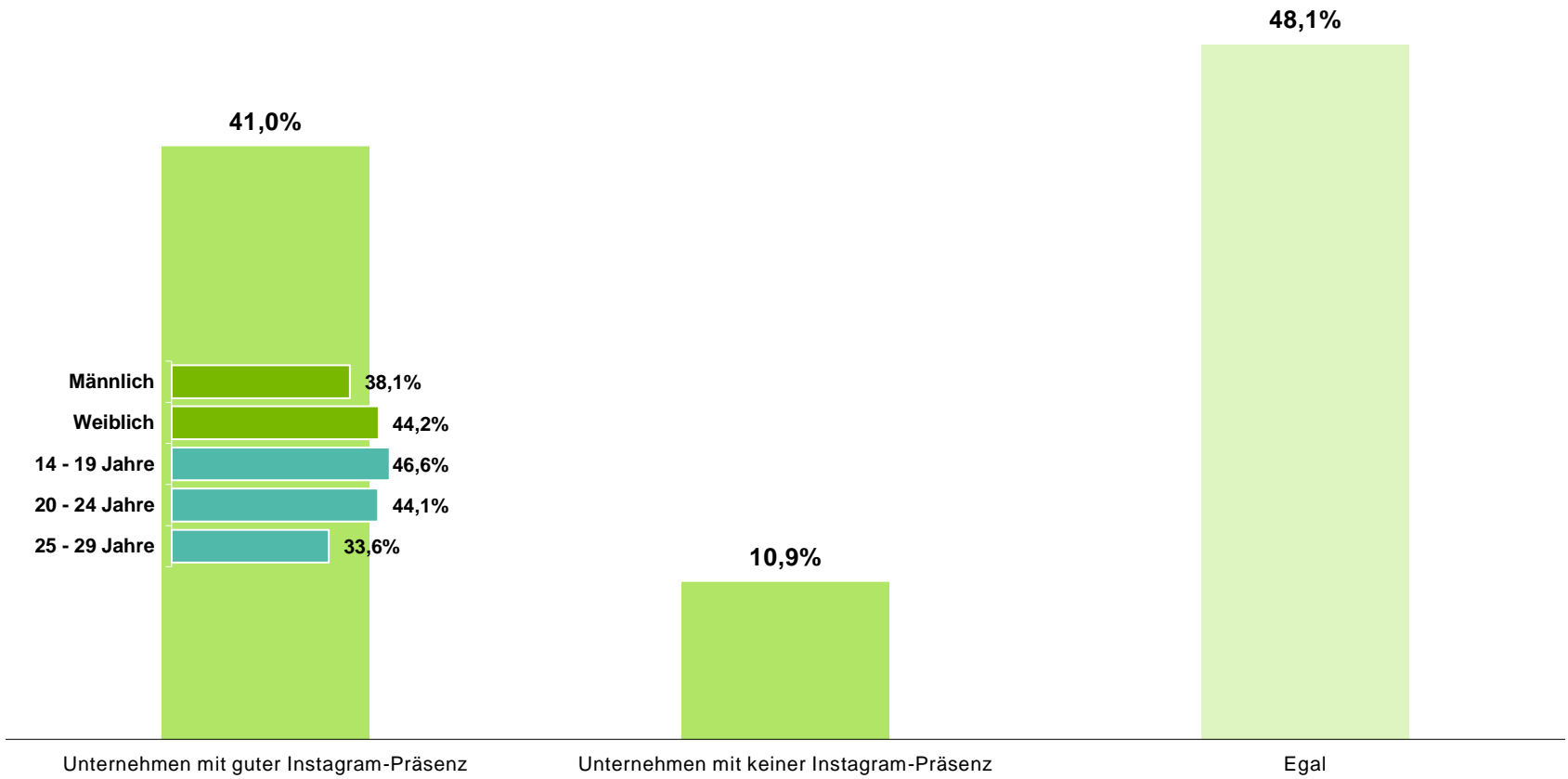
Optimale monatliche Content-Menge bei Unternehmen



Aussagen: Instagram und Unternehmen/ Marken

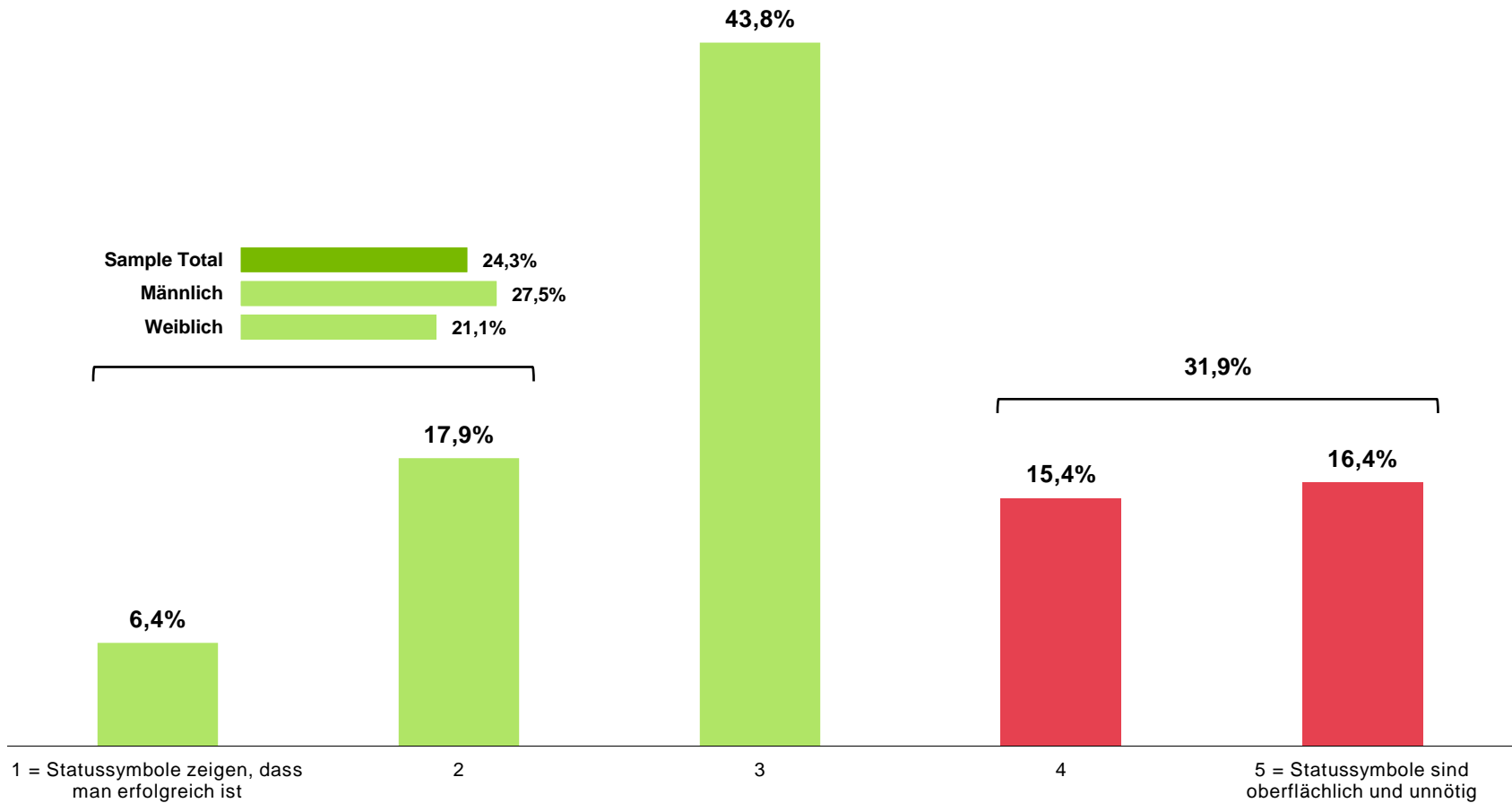


Instagram als Entscheidungsträger bei der Kaufentscheidung

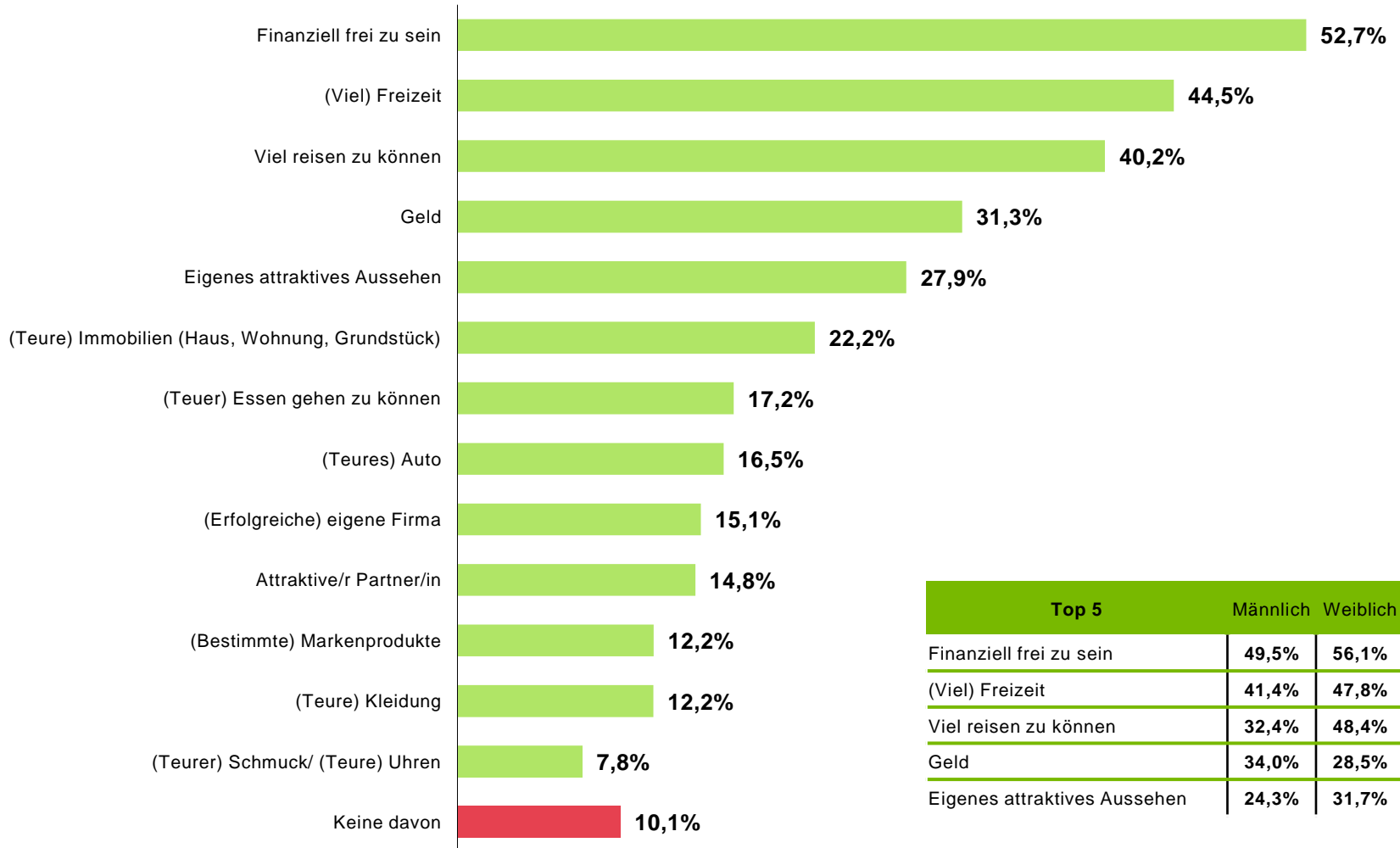


Statussymbole, Marken und Besitz

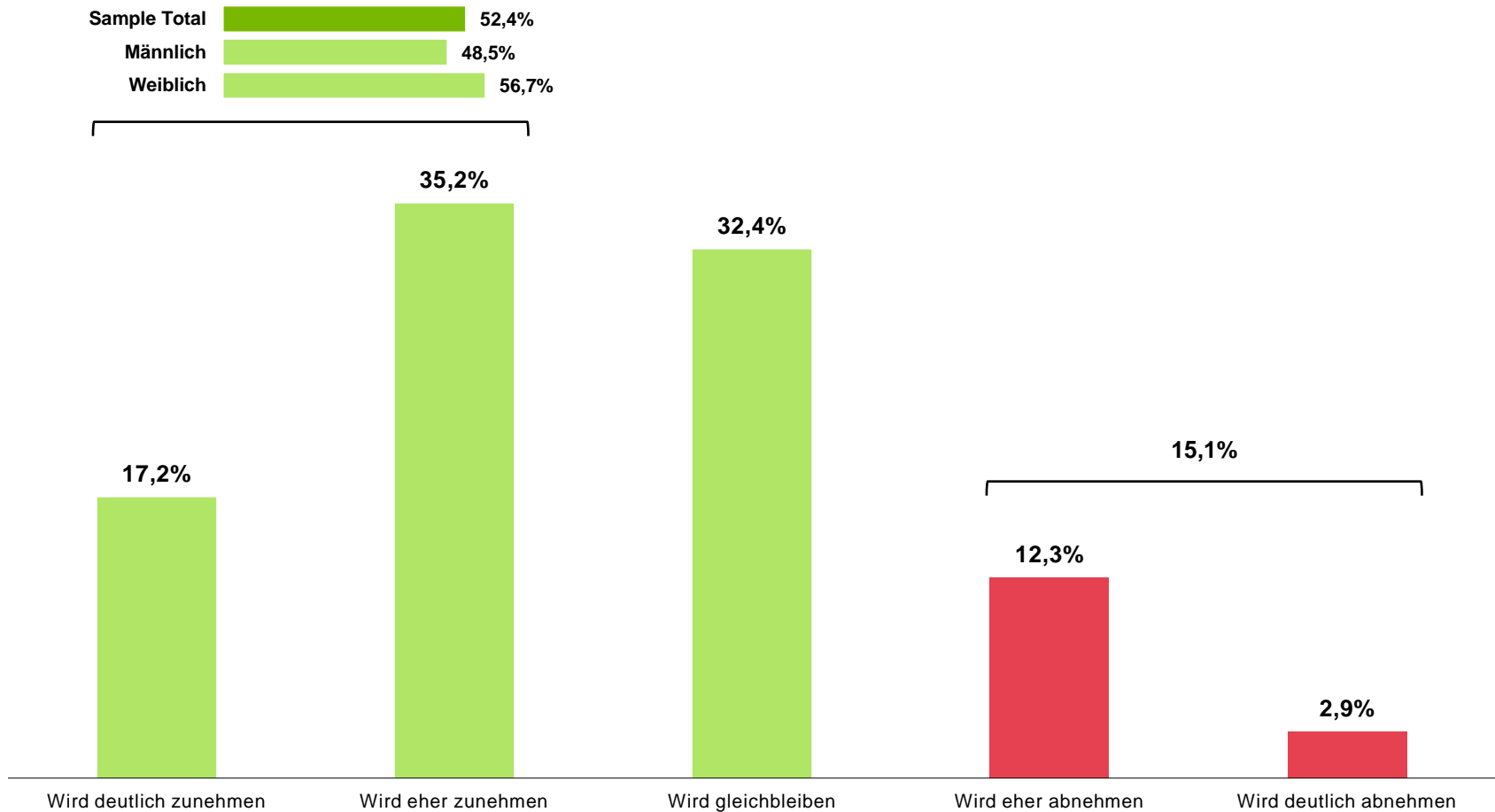
Meinung zu Statussymbolen



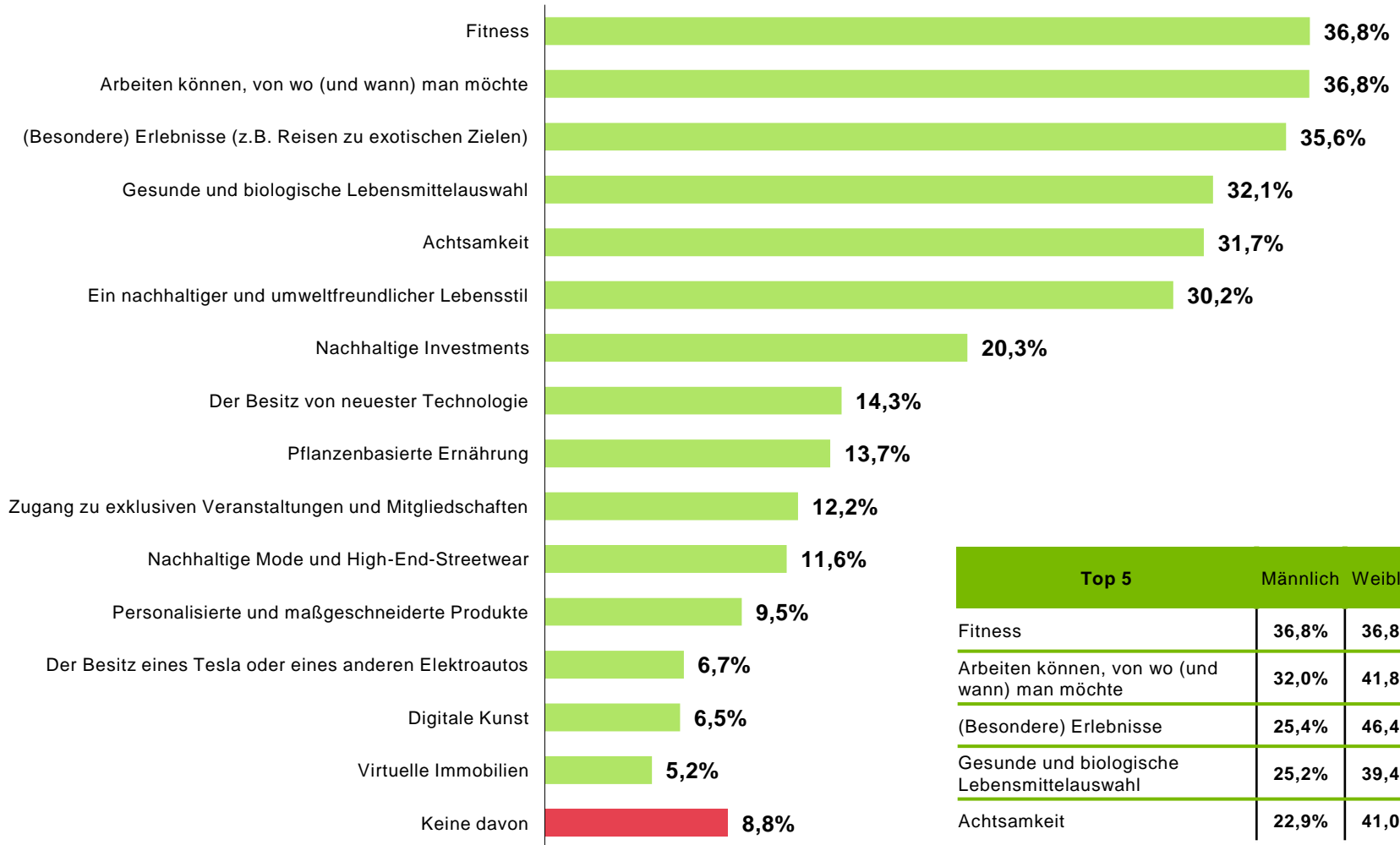
Wichtigkeit folgender "klassischer" Statussymbole



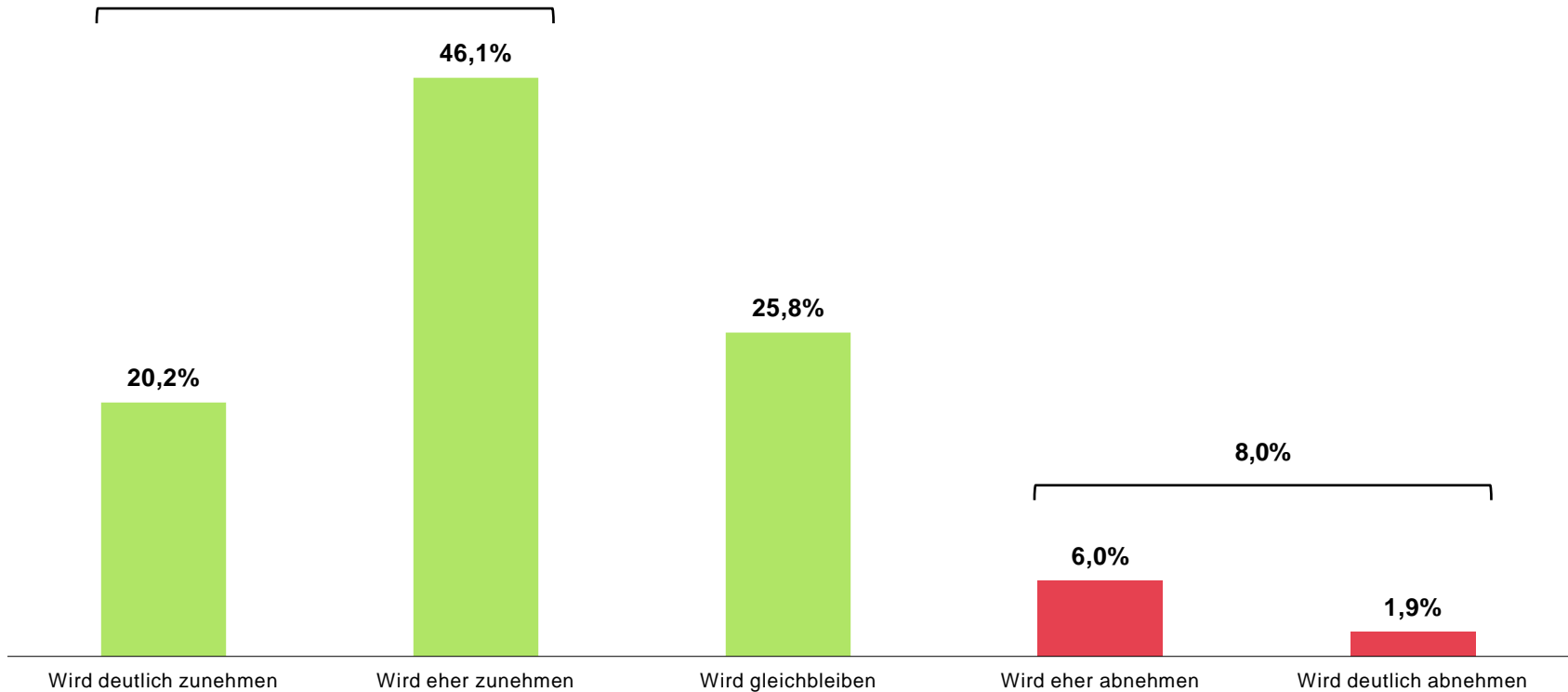
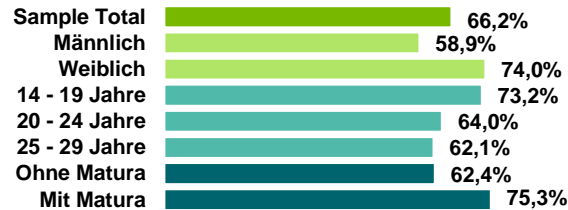
Entwicklung von "klassischen" Statussymbolen in den nächsten 10 Jahren



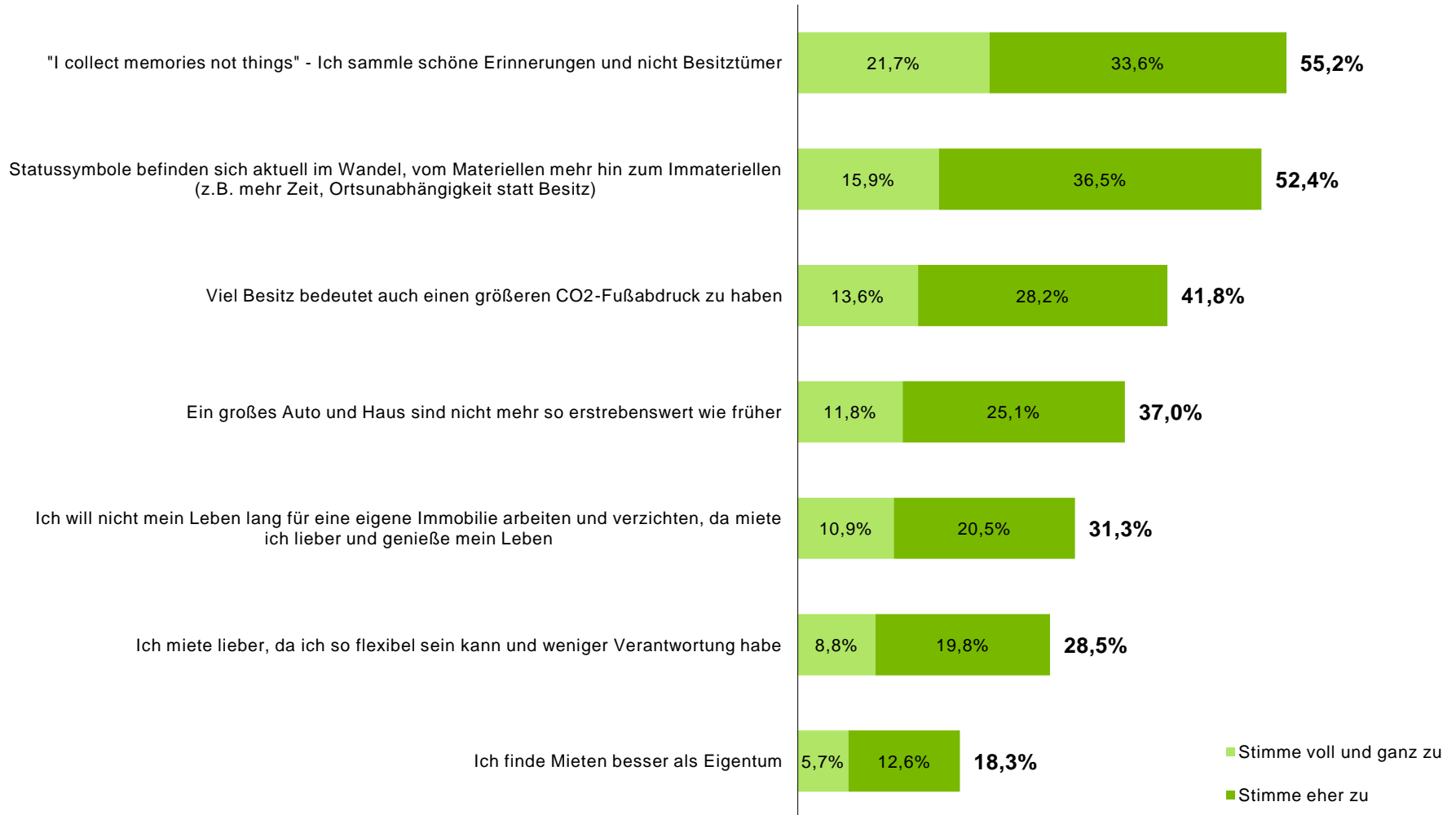
Wichtigkeit folgender "neuer" Statussymbole



Entwicklung von "neuen" Statussymbolen in den nächsten 10 Jahren



Aussagen: Statussymbole



**einfach
schnell
fragen.**

Mag. Thomas Schwabl

t.schwabl@marketagent.com

02252 909 009

Mühlgasse 59 | 2500 Baden

www.marketagent.com

Dr. iur. Alexander Knechtsberger, M.E.S.

alexander.knechtsberger@doclx-holding.com

+43 1 - 47 87 255

Palais Schnapper

Parkring 20 | 1010 Wien

www.doclx.com



marketagent.