

YouGov-Studie zum Karnevalsbeginn am 11. November in Kooperation mit SINUS

Fremdgehen ist auch zu Karneval ein No-Go für die Deutschen

Köln, 05.11.2018. Alaaf!, Helau!, Ahoi! – diese Narrenrufe hallen ab dem 11.11. wieder durch Deutschlands Straßen. Doch wie stehen die Deutschen zur „Fünften Jahreszeit“? Sind die Faschingsfans oder die Faschingsmuffel in der Überzahl? Was begeistert die einen, was nervt die anderen? Und: Stimmt es wirklich, dass Fremdgehen an Fasching verziehen wird? Diesen Fragen ist die Data and Analytics Group YouGov in Kooperation mit dem SINUS-Institut in einer repräsentativen Studie auf den Grund gegangen.

Karneval spaltet die Deutschen

In der Bevölkerung stehen sich zwei fast gleich große Lager gegenüber: 29 Prozent sind Faschingsgegner und 28 Prozent Faschingsfans. Dem größten Teil der Deutschen (41 Prozent) ist Karneval, Fasching oder Fastnacht allerdings egal. Die Jecken und Narren sind also eine Minderheit in Deutschland. Den traditionellen Beginn der närrischen Tage am bekanntesten Schnapsdatum Deutschlands (11.11. um 11:11 Uhr) werden daher auch nur 12 Prozent der Bevölkerung aktiv feiern. Ihren eigentlichen Höhepunkt erreicht die Karnevalszeit Anfang nächsten Jahres in der Woche vor Aschermittwoch (28.02. bis 05.03.2019). Dann lassen sich auch mehr Deutsche von der guten Laune anstecken: Immerhin ein Fünftel (21 Prozent) will die „Jecken-Tage“ bejubeln. Jeder Zehnte (10 Prozent) will sich die lustigste Zeit des Jahres nicht von Chef und Kollegen verderben lassen und nimmt sich sogar Urlaub.

Fasching hin oder her: Fremdgehen bleibt ein Tabu

Die Karnevalszeit hat den Ruf, dass es die Deutschen während dieser Zeit mit der Treue nicht so genau nehmen: Zunächst bis zur Unkenntlichkeit verkleidet und dann mit ein paar Bier zu viel die Hüllen fallen lassen – aber nicht vor dem/ der eigenen Partner/in. Die Studienergebnisse zeigen jedoch, dass die Moral im Lande auch zur Narrenzeit bei den allermeisten intakt ist. Einen Freischein zum Faschingsflirt stellen sich nur 23 Prozent der liierten bzw. verheirateten Deutschen aus, fast genauso viele (22 Prozent) erteilen ihrer besseren Hälfte zu Fasching eine Flirt-Erlaubnis. Mehr als Flirten ist aber auch während der Faschingszeit tabu: Für 85 Prozent der Vergebenen kommen sexuelle Abenteuer außerhalb der eigenen Partnerschaft nicht in Frage, ebenso viele fordern diese Standfestigkeit auch von ihrer besseren Hälfte ein. Nur eine kleine Minderheit (6 Prozent) erlaubt sowohl sich als auch dem/r Partner/in einen närrischen Seitensprung.

Ausgelassene Stimmung, Straßenumzüge und eingängige Musik – das begeistert die Faschingsfans

Die Faschingsfans begründen ihre Begeisterung vor allem mit der ausgelassenen Stimmung, die eine tolle Abwechslung zum Alltag darstellt (63 Prozent). Bei der Mehrheit beliebt sind auch die Straßenumzüge (54 Prozent). Knapp die Hälfte (48 Prozent) bekommt gute Laune von der Karnevalsmusik. Für etwas weniger (38 Prozent) ist die Narretei eine ernste Sache, denn sie wollen bewusst jeckes Brauchtum pflegen. Knapp

ein Drittel schunkelt, singt und tanzt gerne gemeinsam mit anderen Menschen (31 Prozent) oder mag es, sich zu verkleiden (29 Prozent).

Trinken, Albernheit, Müll – das stört die Faschingsmuffel

Und was stört die Faschingsmuffel an den bunten Tagen? 60 Prozent geht es auf den Geist, dass es nur noch um ausgiebiges Trinken geht. Knapp die Hälfte kritisiert, dass sich die Menschen zu albern verhalten und dass die ausgelassene Fastnachtsstimmung zu aufgesetzt ist (jeweils 48 Prozent). Auch die zugemüllten Straßen sind für viele ein Problem (43 Prozent).

Köln ist DIE deutsche Karnevalshochburg

Darüber welche Stadt die Karnevalshochburg in Deutschland ist, sind die Menschen aus Köln, Mainz und Düsseldorf sicherlich unterschiedlicher Meinung. Aus Sicht aller Deutschen ist dieser Streit jedoch entschieden: Für über zwei Drittel (68 Prozent) ist Köln DIE deutsche Karnevalshochburg. Mainz (15 Prozent) und Düsseldorf (6 Prozent) liegen weit abgeschlagen auf dem zweiten und dritten Platz.

Die Einstellung zu Karneval hängt vom Lebensstil ab

Inwiefern die Faschingsbegeisterung eine Frage des Lebensstils ist, erläutert Manfred Tautscher, Geschäftsführer des SINUS-Instituts, am Beispiel der Sinus-Milieus[®]: „Besonders faschingsfeierfreudig äußert sich das Milieu der Performer. Diese effizienzorientierte Leistungselite kann an Karneval aus dem stressigen beruflichen Alltag ausbrechen und nach dem Motto „Work hard, play hard“ feiern. Das Milieu der Sozialökologischen wird man hingegen kaum im Faschingstrubel finden. Aus der Sicht dieser engagierten Gesellschaftskritiker verstößt Karneval mit seinen teilweise tradierten Rollenbildern, überschwänglichem Hedonismus, exzessivem Konsum und Umweltverschmutzung gegen das normativ „richtige“ Leben.“ Mehr Informationen zu diesen „Gruppen Gleichgesinnter“ in der Gesellschaft finden sich auf der [Webseite des SINUS-Instituts](#).

Österreicher sind fastnachtsbegeisterter als Deutsche

Fastnacht hat in Österreich nicht mehr Anhänger als in Deutschland (30 Prozent sind Faschingsfans). Das hat unser Partner INTEGRAL Marktforschung für Österreich herausgefunden. Allerdings feiern unsere Nachbarn den Höhepunkt des Faschings zwischen Opernball und Faschingsdienstag ausgiebiger (30 Prozent in Österreich vs. 21 Prozent in Deutschland).

[Für den Download von Pressegrafiken klicken Sie bitte hier.](#)

Über die Studie

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.052 Personen zwischen dem 05.10.2018 und 10.10.2018 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Pressekontakt:

YouGov Deutschland GmbH
Lisa Inhoffen
Manager PR
Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zu SINUS:

SINUS Markt- und Sozialforschung
Susanne Ernst
Pressestelle
Tel.: +49 (0) 6221 80 89 – 0
E-Mail: presse@sinus.de

+++ +++ +++

Über YouGov:

YouGov ist eine internationale Data and Analytics Group. Unsere Daten basieren auf unserem hochgradig partizipativen Panel, bestehend aus weltweit 6 Millionen Menschen. Aus diesem kontinuierlichen Datenstrom, kombiniert mit unserer breiten Forschungsexpertise und Branchenerfahrung, haben wir eine systematische Forschungs- und Marketingplattform entwickelt.

Mit 36 Standorten in 23 Ländern und Panelmitgliedern in 38 Ländern verfügt YouGov über eines der zehn größten Marktforschungsnetzwerke weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter yougov.de

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



YouGov Deutschland GmbH
Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
presse@yougov.de

Über SINUS

SINUS Markt- und Sozialforschung ist ein Full-Service-Institut mit Büros in Heidelberg und Berlin. Seit 40 Jahren ist SINUS Spezialist für sozialwissenschaftliche Forschung und strategische Marketing- und Kommunikationsberatung. SINUS entwickelt Zielgruppen-Strategien für Unternehmen und Institutionen, die den soziokulturellen Wandel als Erfolgsfaktor nutzen wollen.

Ein zentrales Tool dafür sind die [Sinus-Milieus](#)[®] - ein Gesellschafts- und Zielgruppenmodell, das Menschen nach ihren Lebenswelten in „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammenfasst. Die Sinus-Milieus[®] zählen seit Jahrzehnten zu den bekanntesten und einflussreichsten Segmentationsansätzen und sind mittlerweile für über 40 Länder verfügbar.

SINUS kooperiert eng mit dem Schwesterunternehmen INTEGRAL Marktforschung in Wien, Österreich.

Weitere Informationen über SINUS unter www.sinus-institut.de und auf [Facebook](#).