

YouGov-Studie zum „Tag des Glücks“ in Kooperation mit SINUS-Institut

Gegen alle Vorurteile: Deutsche sind glücklich und optimistisch

Köln, 19.03.2019. Allen Klischees zum Trotz: 2 von 3 Deutschen sagen (66 Prozent), dass sie momentan glücklich sind – immerhin jeder Vierte (27 Prozent) ist jedoch aktuell unglücklich. Zudem sieht die Bevölkerung leicht optimistisch in die Zukunft: 28 Prozent denken, dass sie in fünf Jahren noch glücklicher sind als heute. Der größte Teil (49 Prozent) geht aber davon aus, in fünf Jahren genauso glücklich bzw. unglücklicher zu sein als heute. Das zeigen Ergebnisse einer Umfrage des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov in Kooperation mit dem SINUS-Institut.

Das direkte Umfeld wird als deutlich glücklicher eingeschätzt als die Bevölkerung insgesamt

Ihnen nahestehende Personen schätzen die Befragten noch einmal glücklicher ein, als sich selbst – 71 Prozent denken, dass ihre Familie, Freunde oder Kollegen glücklich sind. Entgegen der positiven Einschätzung des eigenen Glücks bzw. des Glücks im direkten Umfeld wird die Bevölkerung insgesamt als deutlich weniger glücklich wahrgenommen: Nur noch 46 Prozent sagen, dass die Menschen in Deutschland insgesamt glücklich sind. 38 Prozent haben den Eindruck, dass die eigenen Landsleute unglücklich sind.

Die Schlüssel zum Glück sind Gesundheit, eine intakte Familie und eine gute Partnerschaft

Der am häufigsten genannte Schlüssel zum Glück ist Gesundheit (51 Prozent). Mit deutlichem Abstand folgen eine gute Partnerschaft (32 Prozent), eine intakte Familie (31 Prozent), ausreichend Geld (25 Prozent) und ein schönes Zuhause (23 Prozent). Geringe Relevanz für das Glücklichein haben hingegen ein erfülltes Sexualleben (6 Prozent), eine intakte Umwelt (5 Prozent) und Schönheit bzw. gutes Aussehen (2 Prozent). Ihr Glück nehmen die Deutschen dabei am liebsten selbst in die Hand: 67 Prozent stimmen der Aussage „Jeder ist seines Glückes Schmied“ zu.

Moderne und Oberschichtige Deutsche sind am glücklichsten

Inwiefern Glück eine Frage des sozialen Milieus ist, erläutert Manfred Tautscher, Geschäftsführer des SINUS-Instituts: „Zum einen zeigt sich: Je sozial privilegierter und moderner ein Sinus-Milieu ist, desto glücklicher stuft es sich ein. Zum anderen setzen diese gesellschaftlichen Gruppen unterschiedliche, lebensweltliche Akzente bei der Frage nach Gütern, die ihnen Glück bringen. Für die sogenannte Bürgerliche Mitte sind beispielsweise die Familie und ein verlässliches und harmonisches soziales Umfeld der Schlüssel zum Glück. Für das junge Expeditiv Milieu bedeutet Glück hingegen, ein intensives und unkonventionelles Leben führen zu können.“

Kinderglück, Liebe und Reisen sind die größten Glückserlebnisse im Leben

Nach dem bisher glücklichsten Ereignis gefragt, geben ein Viertel der Deutschen (25 Prozent) die Geburt des eigenen Kindes bzw. der eigenen Kinder an. Weitere bedeutende Glücksmomente waren das Kennenlernen der Partnerin / des Partners (13 Prozent), eine Reise (6 Prozent) und ein besonderes Erlebnis mit der Familie und / oder Freunden (5 Prozent). Trotz all der positiven Grundstimmung bleiben die

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



Deutschen bescheiden und sehen sich mehrheitlich nicht als Glückspilze: So denkt über die Hälfte (56 Prozent) nicht, dass sie viel Glück in ihrem bisherigen Leben hatte. 40 Prozent würden wichtige Lebensentscheidungen heute anders fällen.

Die größten Hindernisse zum Glück sind Geldsorgen und gesundheitliche Probleme

„Auch, wenn ein Großteil der Deutschen glücklich ist, bezeichnet sich immerhin jeder vierte Deutsche als unglücklich“, so Philipp Schneider, Head of Marketing YouGov Deutschland. „Die größten Barrieren zum Glück sind dabei nicht überraschend: Knapp ein Fünftel nennt den aktuellen Gesundheitszustand oder Geldsorgen als Hemmnis für das eigene Glück. Weiterhin vermisst gut jeder Achte eine gute Partnerschaft. Auch wünschen sich 4 Prozent weniger Stress.“

Österreich ist glücklicher als Deutschland

Österreicher sind im aktuellen Vergleich noch glücklicher als Deutsche. Das hat INTEGRAL Marktforschung repräsentativ für Österreich herausgefunden. So stufen unsere Nachbarn sowohl sich selbst als glücklicher ein (81 Prozent der Österreicher sind momentan glücklich vs. 66 Prozent der Deutschen) als auch ihre Landsleute insgesamt (65 Prozent der Österreicher denken, dass die Menschen in Österreich glücklich sind vs. 46 Prozent der Deutschen denken, dass die Menschen in Deutschland glücklich sind).

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

Über die Studie

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH in Kooperation mit der SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, an der 2.026 Personen zwischen dem 05.03.2019 und 11.03.2019 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

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



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

YouGov Deutschland GmbH

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

Über SINUS-Institut

SINUS Markt- und Sozialforschung ist ein Full-Service-Institut mit Büros in Heidelberg und Berlin. Seit über 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