

FREDA

DIE GRÜNE
ZUKUNFTS
AKADEMIE

JUGENDSTUDIE 2023



01 —

Studien Design

- Ziele & Inhalte der Studie
- Methodik
- Stichprobenkonzept

02 —

Key Findings & Learnings

03 —

Die Ergebnisse im Detail

- Politisches Interesse & Aktivität
- Die Wahrnehmung von Parteien durch junge Österreicher:innen
- Wahlverhalten
- Wertvorstellungen & Normen
- Ehrenamtliches Engagement & Teilnahme an Veranstaltungen
- Politische Influencer:innen
- Mediennutzung

ZIELE & INHALTE DER STUDIE

- » Primäres Ziel:
Die junge Generation besser verstehen, um sie stärker für Politik begeistern zu können, das Vertrauen in die Politik wieder zu stärken und die gefühlte Distanz verringern. Damit soll ein Beitrag zum perspektivischen Funktionieren der Demokratie in Österreich geleistet werden. -> Verhinderung des Abwendens junger Menschen von der Politik
- » Studieninhalte:
 - » Interesse an Politik, politisches Engagement
 - » Bewertung und Images der Parteien.
 - » Bekanntheit junger Politiker:innen in Österreich.
 - » Mediennutzung zur politischen Information & Social Media Verhalten
 - » Aktivierungspotenziale, Themeninteresse
 - » Lifestyle/Werte & Normen

METHODE

- Online Befragung (CAWI)
- Interviewlänge: 20 Minuten
- Feldpartner: Bilendi
- Feldzeit: März 2023 (KW 11-12)

STICHPROBE

- 1.000 Interviews in Österreich
- Repräsentativ nach Alter, Geschlecht & Bundesländern
- Zielaltersgruppe 16-29 Jahre

KEY FINDINGS

- » Zukunftsangst und Verunsicherung sind bei jungen Menschen weit verbreitet. Das belegt die vorliegende Studie sehr deutlich.
- » Nur knapp ein Viertel der befragten Österreicher:innen 16-29 Jahre blickt positiv in die Zukunft.
- » Die Klimakrise, Corona und auch der Ukraine-Konflikt haben bei den jungen Österreicher:innen ihre Spuren hinterlassen.
- » Parallel dazu überfordern die sozialen Medien viele junge Menschen.

Das Gefühl, permanent online sein zu müssen, um nichts zu verpassen, sozialer Druck, Hass im Netz und der Drang, sich immer ‚perfekt darstellen zu müssen‘, führen bei vielen jungen Menschen zu Stress und Erschöpfung.

KEY FINDINGS

» 29% der Befragten verspüren in ihrem Leben sehr stark Zukunftsangst und Verunsicherung, 23% Überforderung und Erschöpfung.

» 16% der jungen Österreicher:innen verspüren in ihrem Leben Einsamkeit.

25% der Befragten stufen sich selbst eher als Einzelgänger:in mit wenig Sozialkontakten (persönlich und/oder online) ein.

Signifikant überdurchschnittlich hoch ist der ‚Einzelgänger:in‘-Wert in der Altersgruppe 20-24 Jahre.

» Auffällig ist, dass die Werte für Zukunftsangst & Verunsicherung, Überforderung & Erschöpfung sowie Stress durch finanzielle Engpässe bei jungen Frauen signifikant überdurchschnittlich hoch sind.

KEY FINDINGS

- » Gleichzeitig widerspricht die FREDA Jugendstudie dem derzeit oft geäußertem Vorurteil, dass die junge Generation nicht ambitioniert und leistungsbereit ist (zumindest aus ihrer eigenen Sicht).
- » Immerhin 30% aller Befragten halten ‚Leistung‘ für etwas sehr wichtiges in ihrem Leben, weitere 46% finden sie zumindest etwas wichtig.
- » Weitere sehr wichtige Werte und ‚Bausteine für ein gutes Leben‘ für die jungen Österreicher:innen sind die Kontrolle über das eigene Leben, Mental Health, Fitness und Erlebnisse durch Reisen.
- » Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit spielen für knapp 30% eine sehr wichtige Rolle, für weitere 45% sind sie zumindest etwas wichtig.
- » Für manche etwas überraschend mag sein, dass ‚Solidarität mit Schwächeren‘ bei den 16-29-Jährigen einen signifikant höheren Relevanzwert erzielt als ‚Feiern gehen und Party machen‘.

KEY FINDINGS & LEARNINGS

- » Im Bereich Politik untermauert die vorliegende quantitative Studie auf valider Basis zahlreiche Erkenntnisse aus den vorbereitenden Gruppendiskussionen.
- » Wie in den Focus Gruppen ist das Interesse der jungen Menschen an Politik grundsätzlich vorhanden – nur können sie mit den etablierten Parteien wenig anfangen.
- » **Gut 1/5 der Befragten interessiert sich sehr für Politik, weitere 53% zumindest etwas.**
- » Nur 6% interessieren sich nach eigener Angabe überhaupt nicht für Politik.
- » 26% der Befragten haben bereits einmal an einer Demo teilgenommen
22% haben politische Ziele durch online Aktivitäten unterstützt.
- » Weniger als die Hälfte aller Befragten (43%) haben sich noch nie in irgendeiner Form politisch betätigt.

KEY FINDINGS & LEARNINGS

- » **Aber: 27% der befragten jungen Österreicher:innen wissen aktuell nicht, welche Partei sie bei einer Nationalratswahl wählen sollten.**
- » Das entspringt zum Teil aus dem Gefühl heraus, dass man sich zu wenig auskennt.
- » Der Hauptgrund ist allerdings, dass das Bild der etablierten Parteien schlecht ist. Keine Partei in der vorliegenden Studie erzielt in der Bewertung nach Schulnoten eine Durchschnittsnote mit einer ‚2‘ vor dem Komma.
- » Die beliebteste Partei in der Studie ist die Bierpartei mit einer Durchschnittsnote von 3,3.
- » Nur Bundespräsident Van der Bellen wird von den Befragten mit einer Durchschnittsnote von 3,1 besser als die Bierpartei bewertet.

Van der Bellen ist bei den jungen Wähler:innen aller Parteien relativ beliebt. Nur bei der FPÖ-Anhängerschaft findet er keinen Anklang.

KEY FINDINGS & LEARNINGS

Wie entsteht politisches Interesse?

- » Das politische Interesse junger Menschen entsteht besonders häufig aus konkreten Lebensthemen, aktuell z. B. der Klimakrise oder der Corona-Pandemie.
Die Klimakrise war bzw. ist für besonders viele Anhänger:innen der Grünen der ‚politische Auslöser‘.
- » Das Gefühl, zur Gesellschaft etwas beitragen und mitbestimmen zu können, ist eine weitere wichtige Triebfeder für politisches Interesse.
- » Zudem belegt die Studie den starken Einfluss der Eltern und der Schule auf das politische Interesse. Vor allem bei jüngeren Befragten spielen die Schule und die Lehrer:innen eine zentrale Rolle beim ‚politischen Bewusstseinsbildungsprozess‘.
- » Berichte in Social Media sind heute eine weitere sehr relevante Quelle, die das politische Interesse wecken können. Deshalb ist es unerlässlich für die Parteien und Politiker:innen, mit adäquatem Content auf den Social Media Plattformen präsent zu sein.

KEY FINDINGS & LEARNINGS

- » Bei der Einschätzung, für wie gut man sich selber politisch informiert hält, fällt der signifikante Unterschied zwischen Männern und Frauen auf.

26% der Männer halten sich für sehr gut informiert, aber nur 7% der Frauen = 17% Gesamt.
54% aller Befragten halten sich zumindest für ‚etwas informiert‘.

- » Von den Parteien am stärksten wahrgenommen wird von jungen Österreicher:innen die FPÖ. Sie ist zwar nicht die ‚junge Partei‘ – das sind vor allem die Bierpartei, sowie mit Abstand dahinter, die NEOS und die Grünen.

Aber sowohl in den klassischen Massenmedien, auf Social Media, in der Schule und im privaten Umfeld wird die FPÖ stärker wahrgenommen als die anderen Parteien.

KEY FINDINGS & LEARNINGS

Welche Themen bewegen die jungen Österreicher:innen?

- » Die Teuerung beschäftigt die Befragten aktuell mit großem Abstand am meisten. Hier unterscheiden sich junge Menschen nicht von dem älteren Rest der Bevölkerung.
- » Nur für die Anhänger:innen der Grünen Partei ist das Thema Klima- und Umweltschutz relevanter.
- » Dennoch ist der Klima- und Umweltschutz für viele junge Menschen ein sehr wichtiges Thema, auch außerhalb des Grünen Wähler:innenpotenzials.

Immerhin 30% der Befragten könnten sich sehr gut vorstellen, sich ehrenamtlich für Klima- & Umweltschutzprojekte zu engagieren.

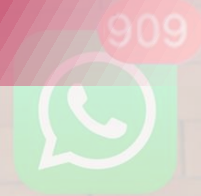
- » 31% könnten sich sehr gut vorstellen, sich ehrenamtlich für Projekte zu engagieren, die ‚die Zukunft aktiv gestalten‘ (‚im Kleinen die Welt retten‘).
- » Das Problem ist aber offensichtlich, dass es zu wenig direkte, positive Angebote dazu gibt bzw. die Form oder Rahmenbedingungen der Angebote nicht attraktiv genug sind.

KEY FINDINGS & LEARNINGS

Wie kann man nun junge Menschen stärker für Politik begeistern?

Top 4 Nennungen:

- » Mir das Gefühl geben, dass ich gemeinsam mit anderen etwas bewegen kann.
- » Den jungen Menschen mehr Entscheidungen überlassen.
- » Mich und meine Ideen ernst nehmen und mich ordentlich behandeln.
- » Mehr Information & Diskussionen zur Politik in der Schule.



KEY FINDINGS & LEARNINGS

- » Compelling Content on Social Media is the Key.
- » Noch mehr rein in die Social Media Lebenswelt der jungen Menschen.

Immerhin 29% der Befragten fänden es gut, mehr mit Politik in ihrem Social Media Feed in Kontakt zu kommen.

Sogar 48% finden es sehr gut oder gut, wenn Botschaften von Politiker:innen oder Parteien in ihrer Social Media Timeline auftauchen.

- » Passende Meinungsführer:innen (Influencer:innen) identifizieren.
- » Talk About kreieren, shareable Content.



KEY FINDINGS & LEARNINGS

- » Ganz entscheidend ist es auch, die jungen Menschen dort abzuholen, wo sie sind.

Das sind die Schule & der virtuelle Social Media Raum.

Es sind aber auch Konzerte, Festivals, Kirtage und **Veranstaltungen zu Themen, die sie bewegen:**

- » **Umwelt- & Klimaschutz**
- » **Nachhaltigkeit**
- » **Reisen**
- » **Mental Health & Fitness.**



KEY FINDINGS & LEARNINGS

- » Junge Menschen dort abzuholen, wo sie sind, bedeutet auch: mehr Sichtbarkeit in den Schulen, im privatem Umfeld und den klassischen Massenmedien.
- » Der Ort, an dem man sich am meisten mehr Kontakt mit der Politik wünscht, ist die Schule. 37% der Befragten fänden ‚mehr Politik-Kontakt‘ in der Schule gut.

Gerade die ganz Jungen erreicht man so sehr gut. -> *wichtige frühe Sozialisierung/Politisierung*

- » Zur Diskussion: Wie kann die Politik bzw. politische Bildung stärker in die Schulen kommen?
 - » Umwelt- & Klimaschutzprojekte an der Schule
 - » Politiker:innen besuchen Schulen?
Überparteiliche Initiative starten?



KEY FINDINGS & LEARNINGS

- » Auch wenn junge Politiker:innen nicht zwangsläufig eine Partei attraktiv machen: sie schaffen eine Projektionsfläche, reduzieren gefühlte Distanz und tragen zum Gesamtbild der Parteien und der Politik insgesamt bei.
- » Aktuell gibt es in den österreichischen Parteien keine jungen Personalities, die besonders hervorstechen.
- » Daher braucht es mehr junge Politiker:innen, die von den Parteien auch besondere mediale Unterstützung bekommen.
- » Junge, glaubwürdige und authentische engagierte Menschen, die ein Sprachrohr, Identifikationsfiguren und Role Models für die junge Generation sein können.

Junge Personalities, die Interesse wecken, Follower:innen generieren, Vertrauen und ‚gefühlte Nähe‘ schaffen und so das Bild der Politik und der Politiker:innen in Österreich insgesamt verbessern.

- » Das ist ein wichtiger Baustein zur langfristigen Stützung einer funktionierenden Demokratie in Österreich. Wenn zu viele junge Menschen sich abwenden und das Vertrauen verlieren, nimmt die Demokratie Schaden.



#FREDA JUGENDSTUDIE 2023

ERGEBNISSE IM DETAIL:
POLITISCHES
INTERESSE & AKTIVITÄT



ZUKUNFTSANGST & VERUNSICHERUNG

SIND BEI JUNGEN MENSCHEN WEIT

VERBREITET

– WORIN SIE SICH KAUM VON DEN

ANDEREN ALTERSKOHORTEN

UNTERSCHIEDEN!



EINSCHÄTZUNG DER ZUKUNFTSENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH



24% ‚Die Dinge in Österreich laufen in die richtige Richtung‘



62% ‚Die Dinge in Österreich laufen in die falsche Richtung‘

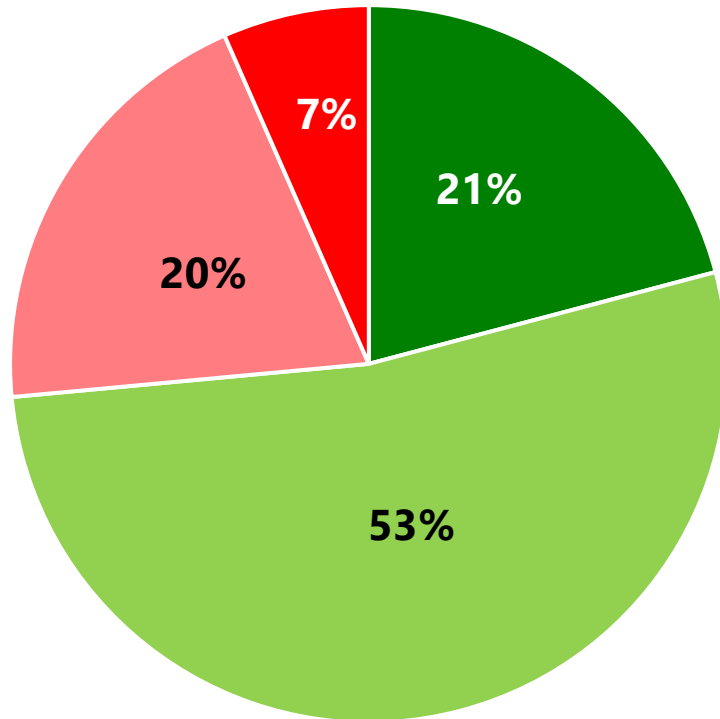


14% ‚Weiß nicht/keine Angabe‘

Die Entwicklungseinschätzung der jungen Österreicher:innen ist deutlich negativ. Weit über die Hälfte der Befragten sind der Ansicht, dass die Dinge im Land in die falsche Richtung laufen. Nur knapp ein Viertel blickt positiv in die Zukunft.

Aber: damit sehen sie die Zukunft zumindest nicht negativer als der/die ‚Durchschnittsösterreicher:in. 2022 haben in Österreich Gesamt 71% angegeben, dass die Dinge in die ‚falsche Richtung‘ laufen.

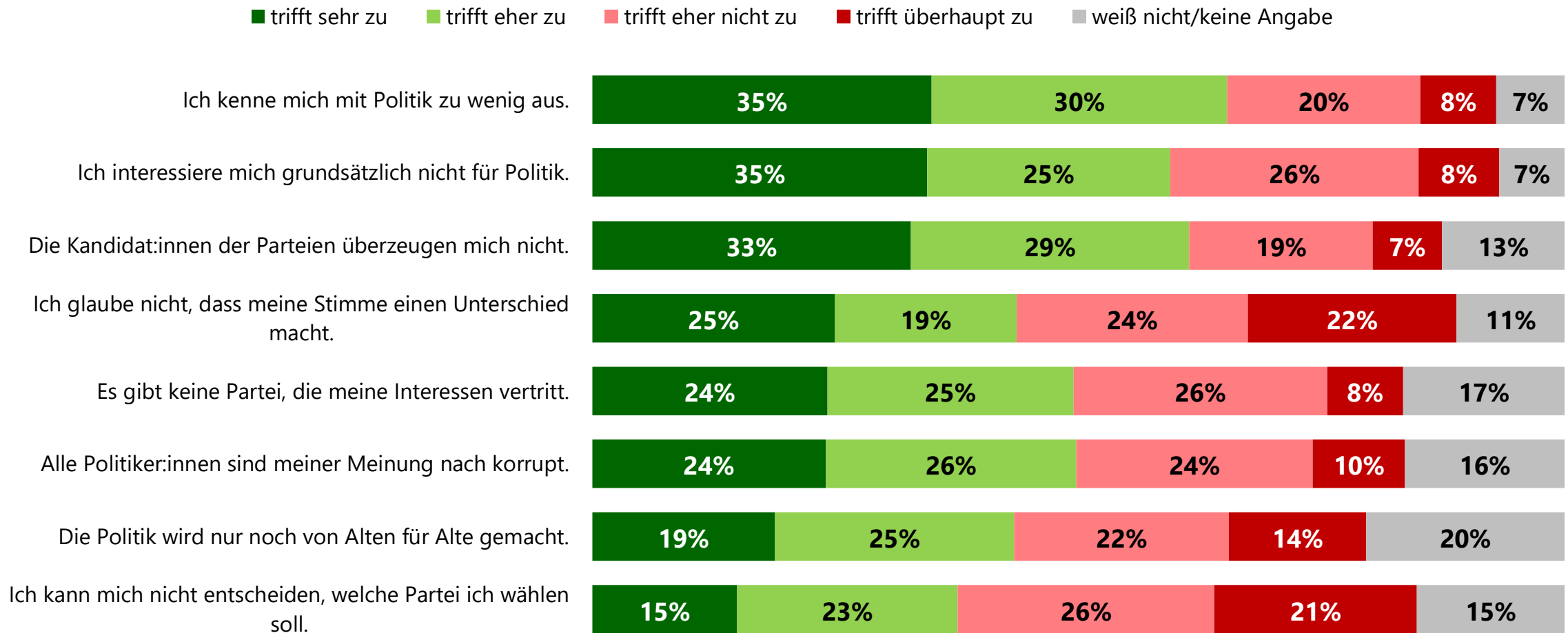
POLITISCHES INTERESSE



- sehr interessiert
- etwas interessiert
- weniger interessiert
- überhaupt nicht interessiert

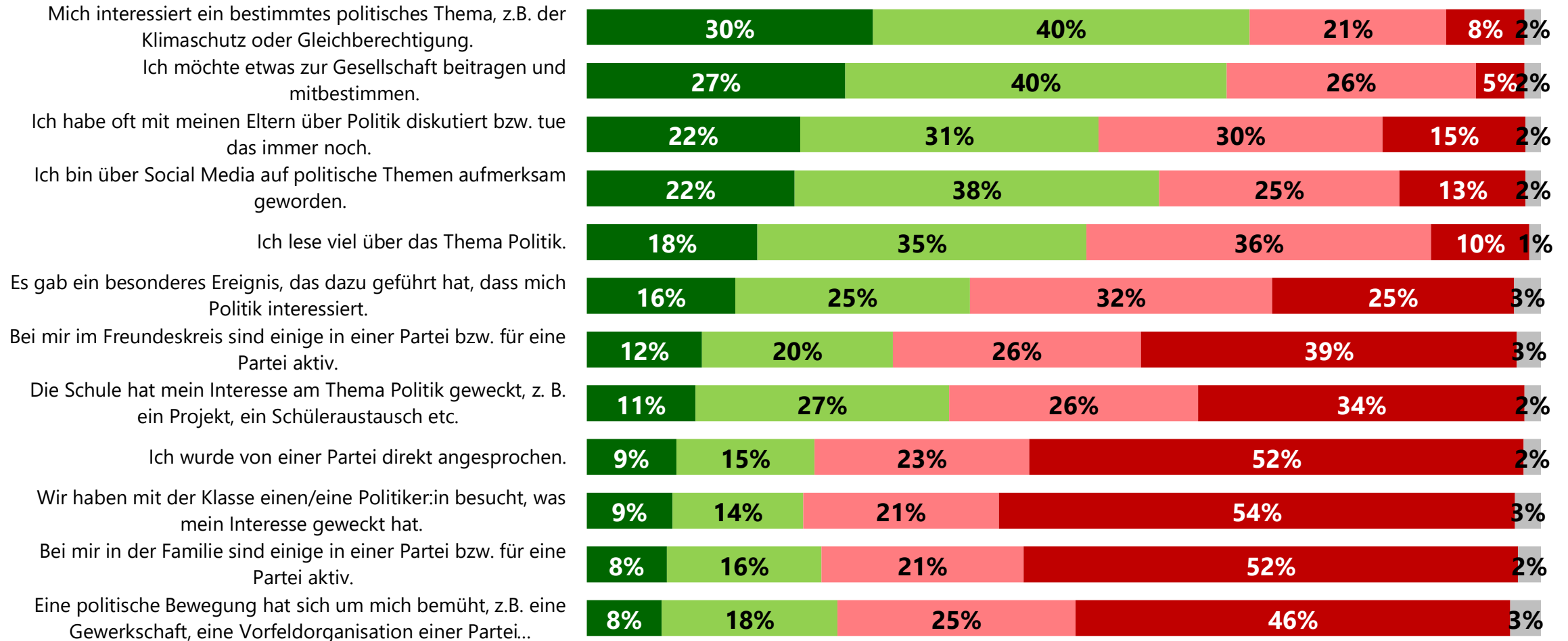
Politisches Interesse (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
sehr interessiert	21	29	12	19	20	23
etwas interessiert	53	49	57	53	55	51
weniger interessiert	20	17	23	19	20	20
überhaupt nicht interessiert	7	6	7	9	6	6
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

GRÜNDE FÜR FEHLENDES INTERESSE



GRÜNDE FÜR INTERESSE AN DER POLITIK

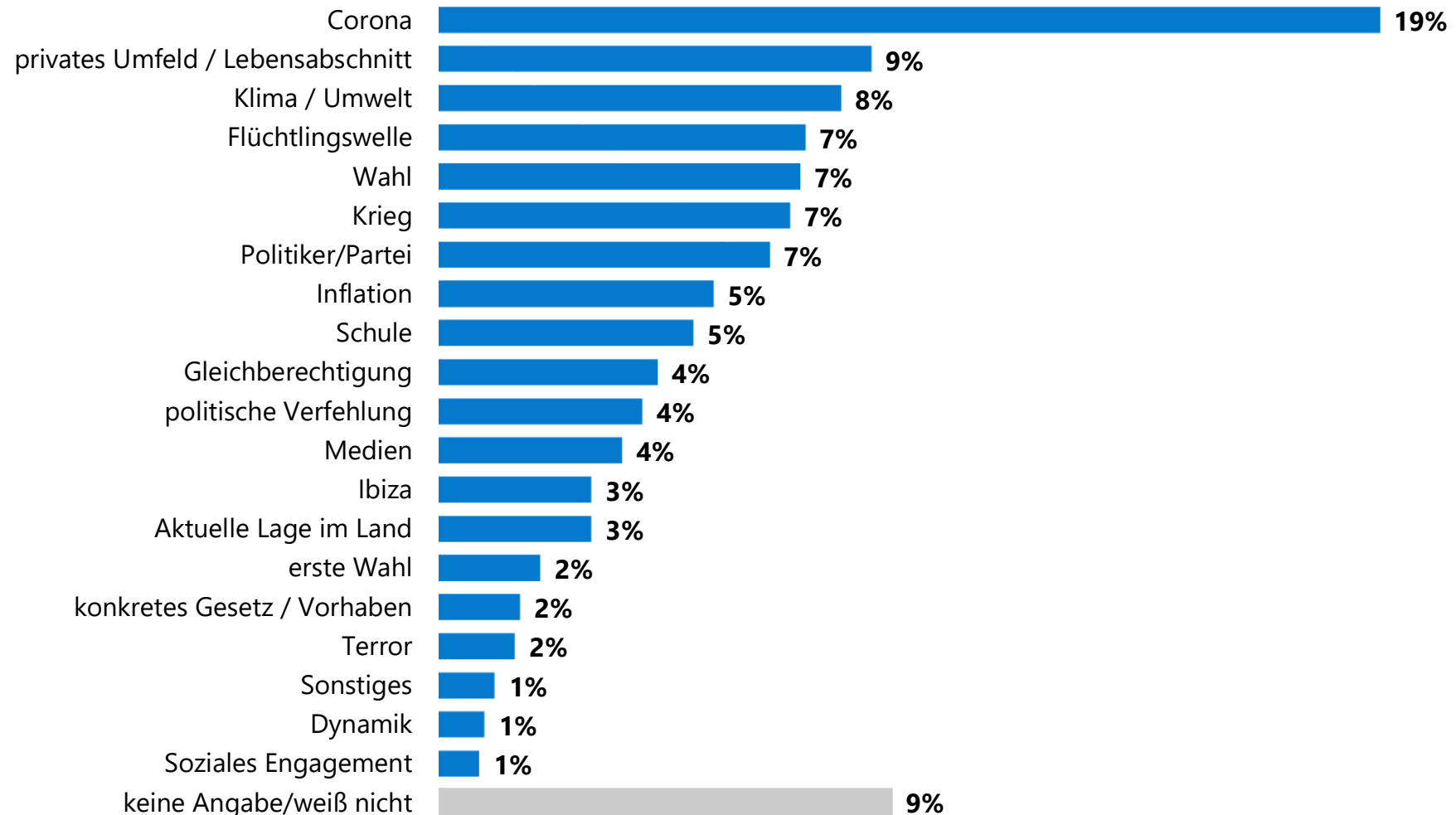
■ trifft sehr zu ■ trifft eher zu ■ trifft eher nicht zu ■ trifft überhaupt zu ■ weiß nicht/keine Angabe



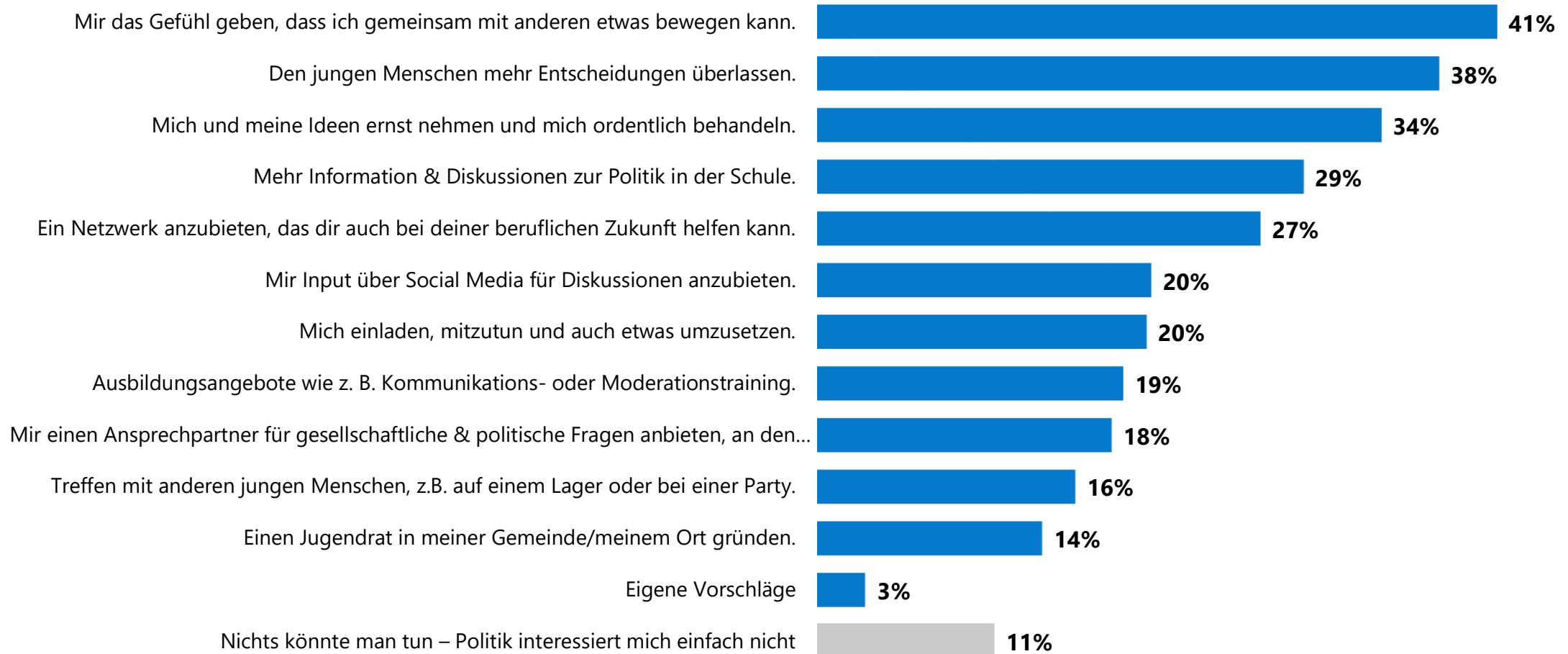
GRÜNDE FÜR INTERESSE AN DER POLITIK

Gründe Interesse für Politik: trifft sehr zu (Basis: Antworten - in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Mich interessiert ein bestimmtes politisches Thema, z.B. der Klimaschutz oder Gleichberechtigung.	30	27	33	37	26	29
Ich möchte etwas zur Gesellschaft beitragen und mitbestimmen.	27	27	28	30	28	25
Ich habe oft mit meinen Eltern über Politik diskutiert bzw. tue das immer noch.	22	23	22	21	22	23
Ich bin über Social Media auf politische Themen aufmerksam geworden.	22	20	24	32	22	16
Ich lese viel über das Thema Politik.	18	22	14	16	15	21
Es gab ein besonderes Ereignis, das dazu geführt hat, dass mich Politik interessiert.	16	16	15	16	15	16
Bei mir im Freundeskreis sind einige in einer Partei bzw. für eine Partei aktiv.	12	14	10	9	12	14
Die Schule hat mein Interesse am Thema Politik geweckt, z. B. ein Projekt, ein Schüleraustausch etc.	11	14	8	16	10	11
Ich wurde von einer Partei direkt angesprochen.	9	12	6	6	12	9
Wir haben mit der Klasse einen/eine Politiker:in besucht, was mein Interesse geweckt hat.	9	13	4	13	7	8
Bei mir in der Familie sind einige in einer Partei bzw. für eine Partei aktiv.	8	11	6	7	10	8
Eine politische Bewegung hat sich um mich bemüht, z.B. eine Gewerkschaft, eine Vorfeldorganisation einer Partei (Turnverein...).	8	10	6	6	8	9
Basis:	736	394	339	173	260	303

KONKRETE EREIGNISSE FÜR DAS INTERESSE AN POLITIK (OFFENE ABFRAGE)



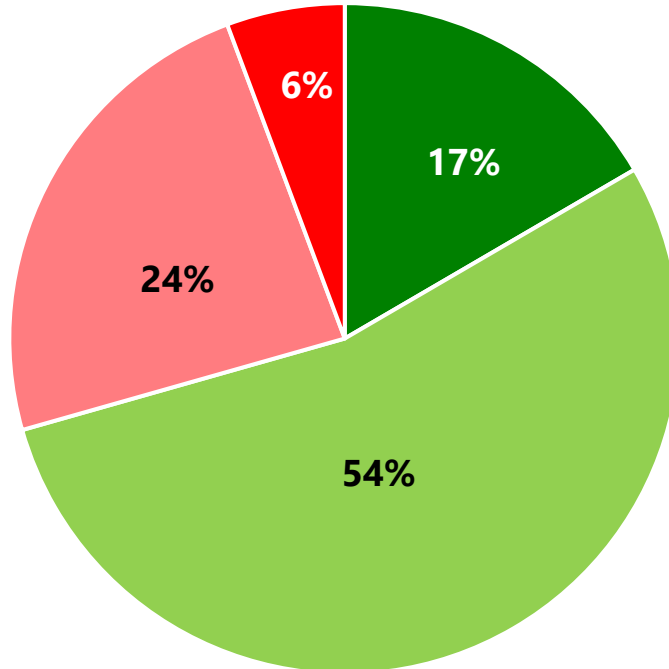
ANSATZPUNKTE ZUR STEIGERUNG DER BEGEISTERUNG FÜR POLITIK



ANSATZPUNKTE ZUR STEIGERUNG DER BEGEISTERUNG FÜR POLITIK

Ansatzpunkte zur Steigerung der Begeisterung für Politik (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Mir das Gefühl geben, dass ich gemeinsam mit anderen etwas bewegen kann.	41	38	44	42	40	41
Den jungen Menschen mehr Entscheidungen überlassen.	38	34	41	36	41	36
Mich und meine Ideen ernst nehmen und mich ordentlich behandeln.	34	31	37	38	31	35
Mehr Information & Diskussionen zur Politik in der Schule.	29	27	32	42	24	27
Ein Netzwerk anzubieten, das dir auch bei deiner beruflichen Zukunft helfen kann.	27	27	27	30	29	24
Mir Input über Social Media für Diskussionen anzubieten.	20	19	22	29	20	15
Mich einladen, mitzutun und auch etwas umzusetzen.	20	22	18	17	20	22
Ausbildungsangebote wie z. B. Kommunikations- oder Moderationstraining.	19	18	19	20	20	17
Mir einen Ansprechpartner für gesellschaftliche & politische Fragen anbieten, an den ich mich wenden kann.	18	17	18	17	19	18
Treffen mit anderen jungen Menschen, z.B. auf einem Lager oder bei einer Party.	16	15	16	21	15	13
Einen Jugendrat in meiner Gemeinde/meinem Ort gründen.	14	15	12	18	12	12
Eigene Vorschläge	3	3	3	2	3	4
Nichts könnte man tun – Politik interessiert mich einfach nicht	11	10	12	9	11	12
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

POLITISCHER INFORMATIONSGRAD

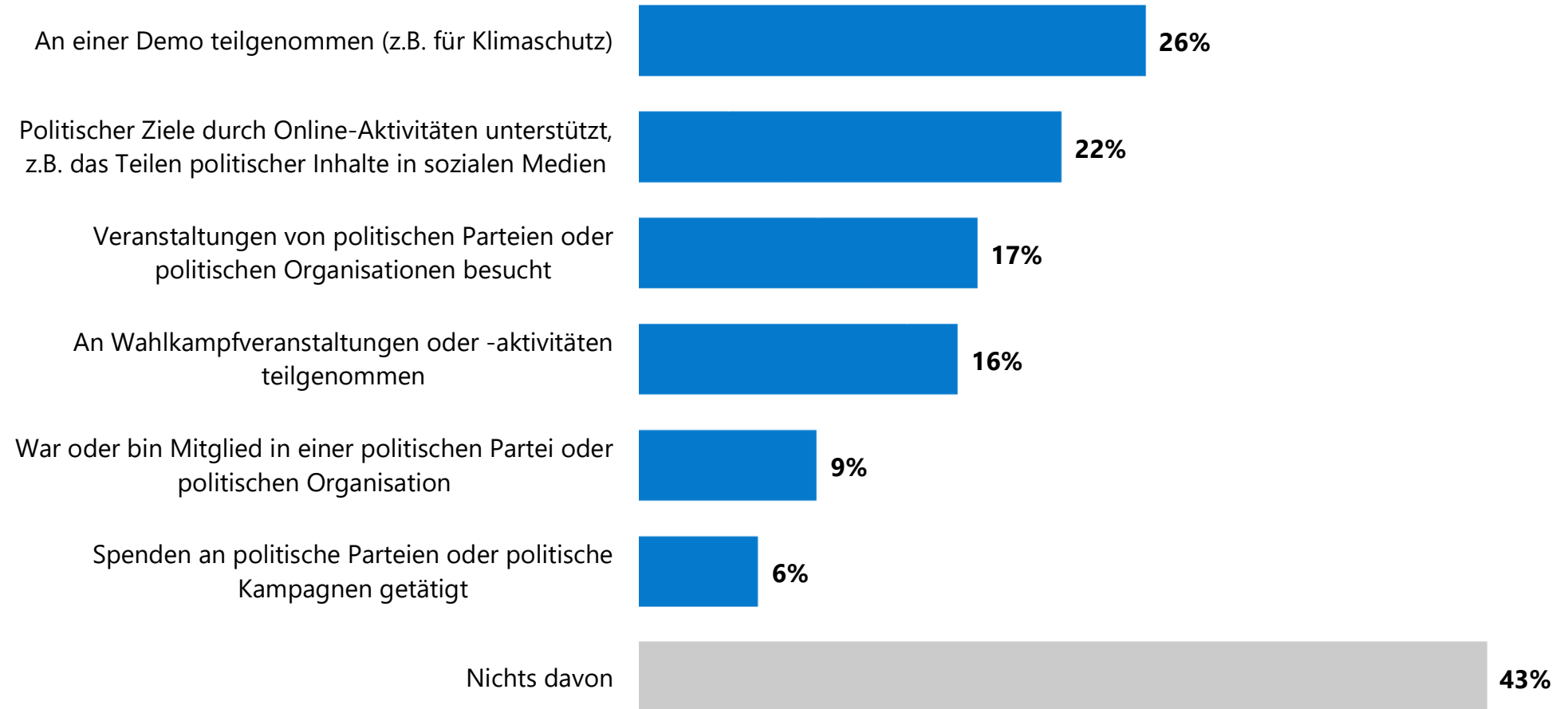


- sehr gut informiert
- etwas informiert
- weniger informiert
- überhaupt nicht informiert

Junge Männer halten sich signifikant häufiger für sehr gut über Politik informiert als junge Frauen.

Politischer Informationsgrad (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
sehr gut informiert	17	26	7	14	18	17
etwas informiert	54	52	56	53	53	56
weniger informiert	24	19	29	28	24	21
überhaupt nicht informiert	6	4	7	6	4	7
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

POLITISCHE AKTIVITÄT

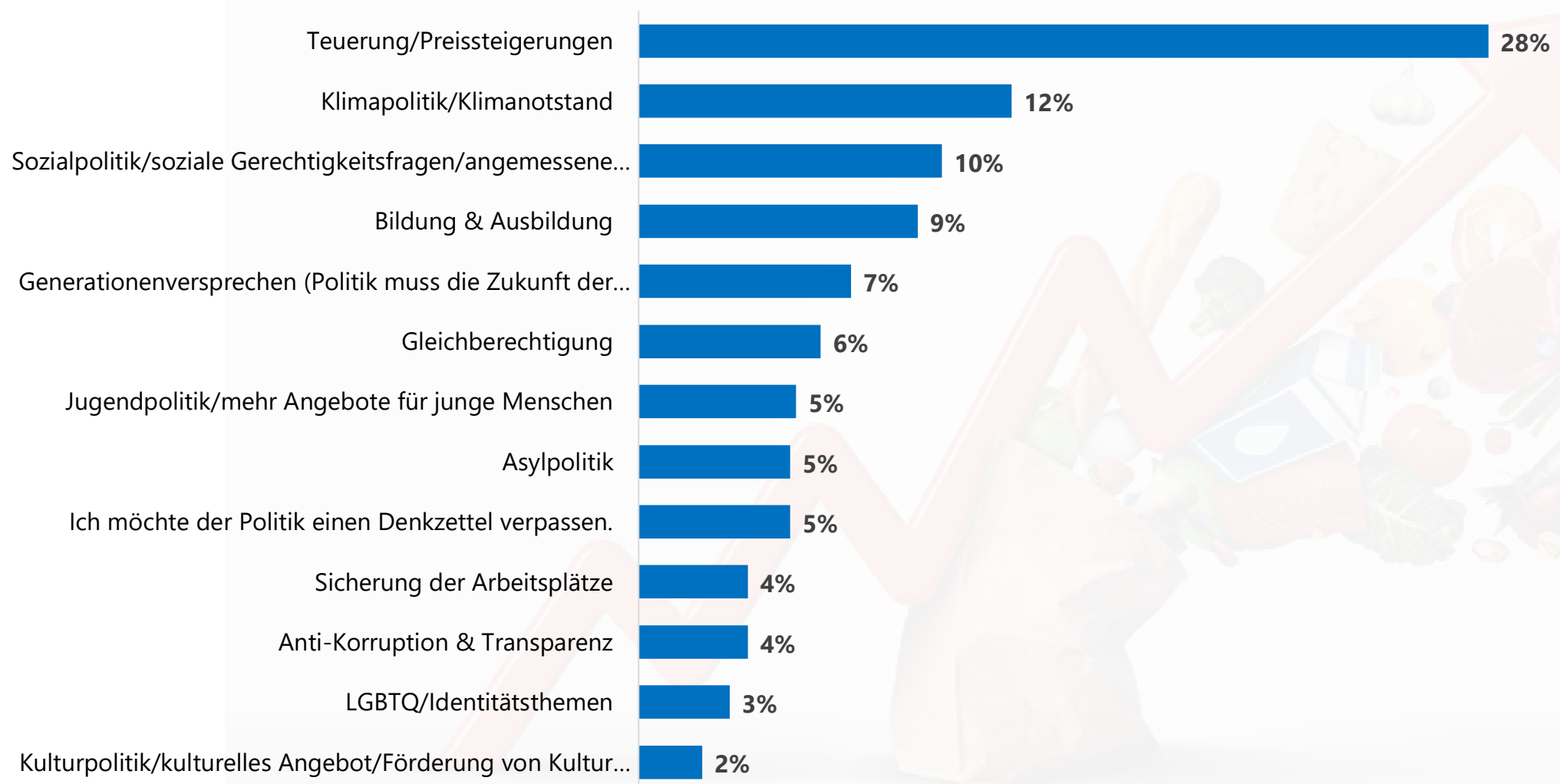


POLITISCHE AKTIVITÄT



Politische Aktivität (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
An einer Demo teilgenommen (z.B. für Klimaschutz)	26	24	28	31	26	23
Politischer Ziele durch Online-Aktivitäten unterstützt, z.B. das Teilen politischer Inhalte in sozialen Medien	22	24	19	25	22	20
Veranstaltungen von politischen Parteien oder politischen Organisationen besucht	17	18	17	14	16	21
An Wahlkampfveranstaltungen oder -aktivitäten teilgenommen	16	19	14	22	15	14
War oder bin Mitglied in einer politischen Partei oder politischen Organisation	9	11	7	6	8	11
Spenden an politische Parteien oder politische Kampagnen getätigt	6	10	3	5	7	6
Nichts davon	43	40	47	33	44	49
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

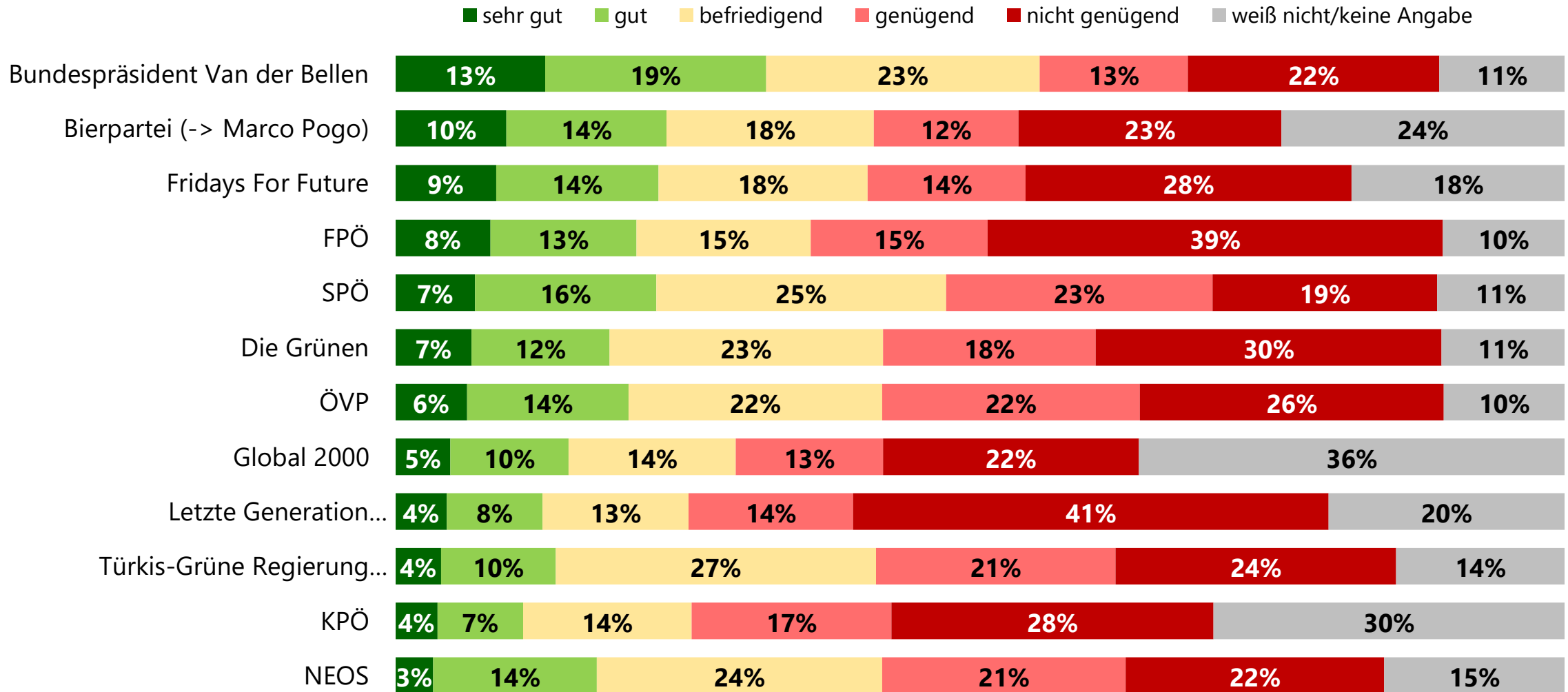
DAS THEMA MIT GRÖßTEM EINFLUSS AUF DIE WAHLENTSCHEIDUNG NRW



DAS THEMA MIT GRÖßTEM EINFLUSS AUF DIE WAHLENTSCHEIDUNG NRW

Wichtigstes Thema Wahlentscheidung Nationalratswahl (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Teuerung/Preissteigerungen	28	25	31	21	27	33
Klimapolitik/Klimanotstand	12	13	12	15	13	10
Sozialpolitik/soziale Gerechtigkeitsfragen/angemessene Bezahlung der Arbeitnehmer:innen	10	8	12	7	10	12
Bildung & Ausbildung	9	12	6	14	10	6
Generationenversprechen (Politik muss die Zukunft der jungen Menschen mehr in den Focus stellen und darf nicht auf Kosten künftiger Generationen leben)	7	6	8	11	7	5
Gleichberechtigung	6	2	11	8	6	5
Jugendpolitik/mehr Angebote für junge Menschen	5	6	5	10	5	3
Asylpolitik	5	6	4	4	6	4
Ich möchte der Politik einen Denkmittel verpassen.	5	7	3	3	6	5
Sicherung der Arbeitsplätze	4	6	2	2	3	5
Anti-Korruption & Transparenz	4	5	2	2	3	5
LGBTQ/Identitätsthemen	3	3	3	3	3	3
Kulturpolitik/kulturelles Angebot/Förderung von Kultur durch den Staat	2	2	2	1	3	3
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

BEWERTUNG VON PARTEIEN & INSTITUTIONEN



BEWERTUNG VON PARTEIEN & INSTITUTIONEN

Durchschnittliche Beurteilung nach Schulnotensystem (Basis: bewertet)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Bundespräsident Van der Bellen	3,1	3,0	3,2	2,9	3,0	3,4
Bierpartei (-> Marco Pogo)	3,3	3,2	3,5	3,2	3,2	3,5
SPÖ	3,4	3,3	3,4	3,3	3,3	3,5
Fridays For Future	3,5	3,5	3,4	3,1	3,3	3,8
NEOS	3,5	3,4	3,6	3,5	3,4	3,7
ÖVP	3,5	3,4	3,7	3,4	3,5	3,7
Global 2000	3,6	3,5	3,7	3,3	3,5	3,8
Die Grünen	3,6	3,6	3,6	3,5	3,5	3,7
Türkis-Grüne Regierung	3,6	3,5	3,7	3,5	3,5	3,7
FPÖ	3,7	3,6	3,9	3,8	3,7	3,6
KPÖ	3,8	3,7	4,0	3,9	3,7	3,8
Letzte Generation (Klimaaktivisten)	4,0	3,9	4,0	3,7	4,0	4,1
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

#FREDA JUGENDSTUDIE 2023

WAHRNEHMUNG VON PARTEIEN



SPÖ

**BIER
PARTEI**

Die
Volkspartei

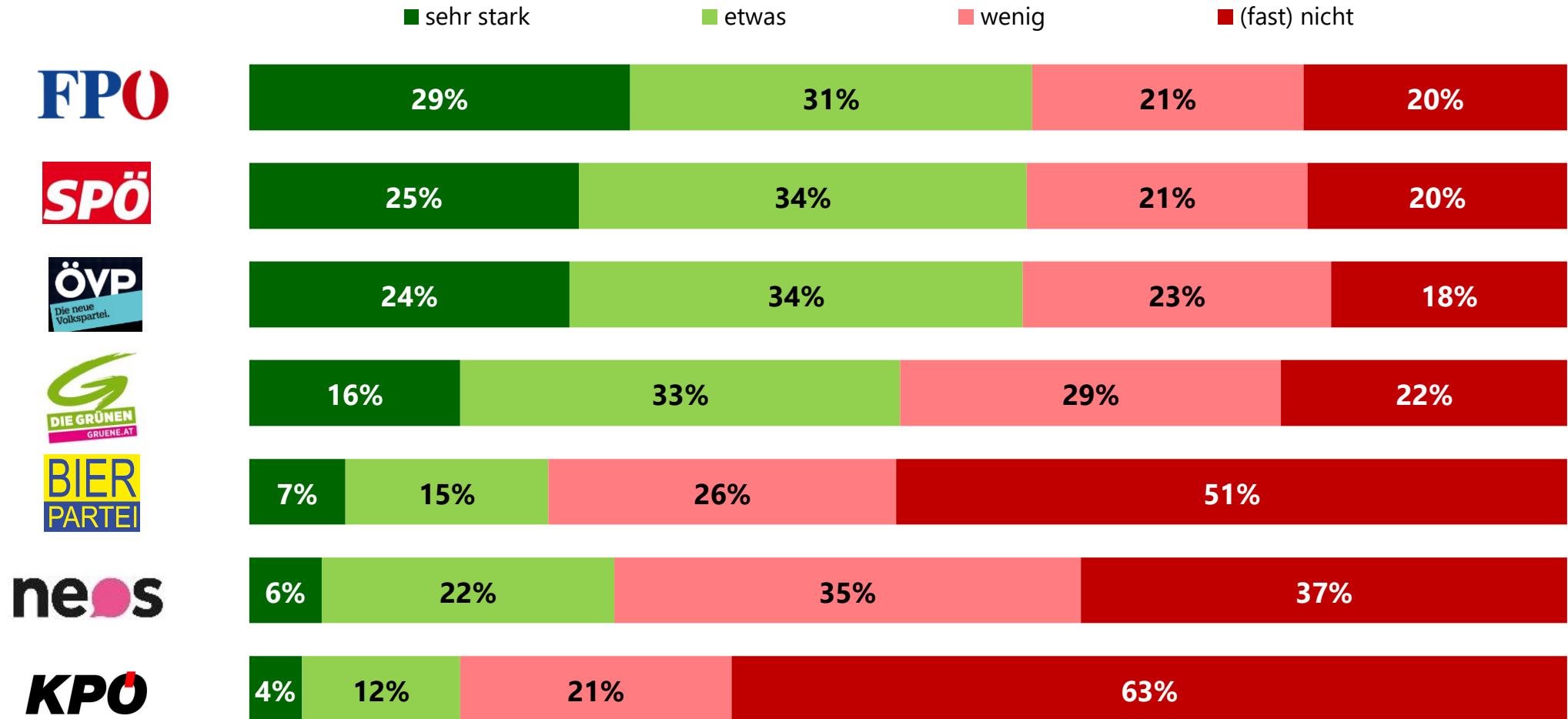
G
DIE GRÜNEN
GRUENE.AT

KPO

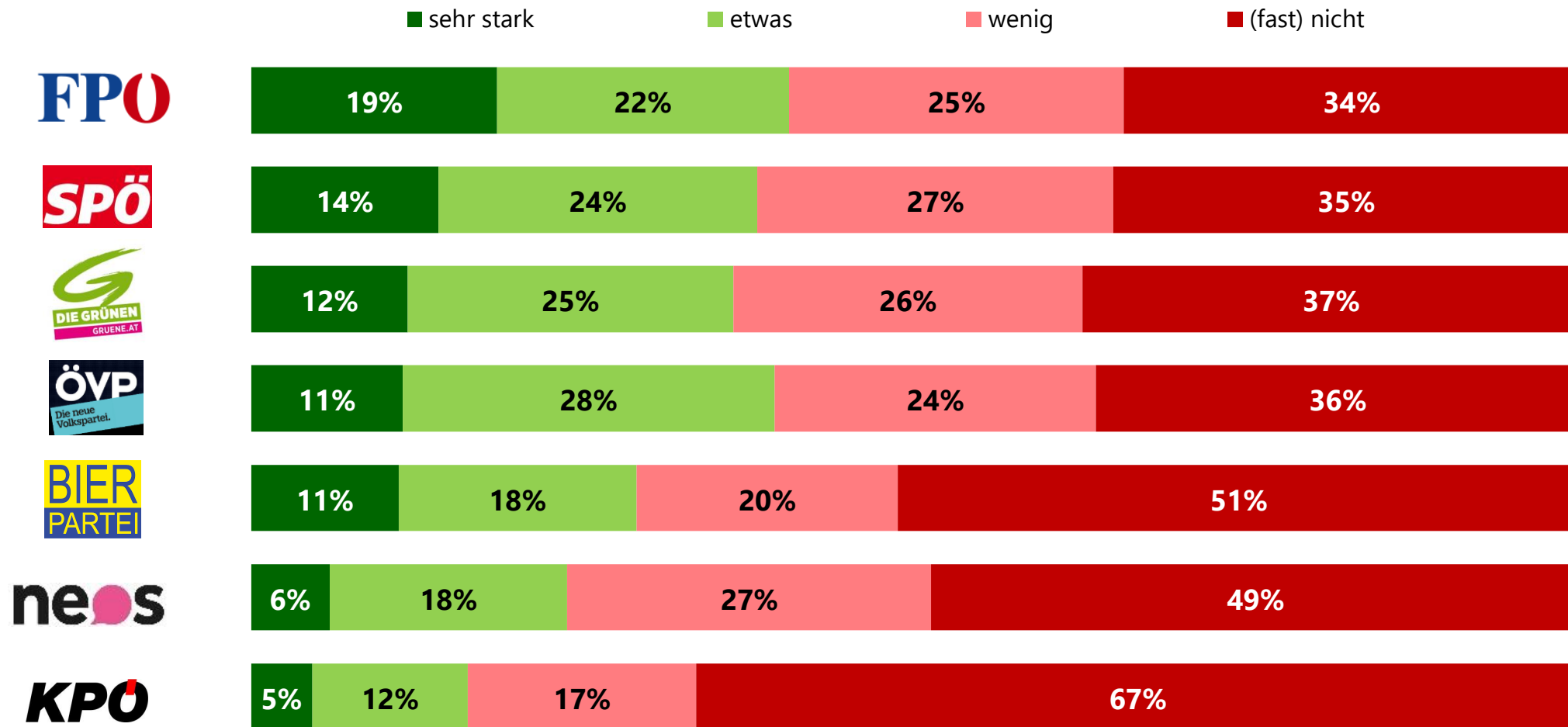
FPO

neos

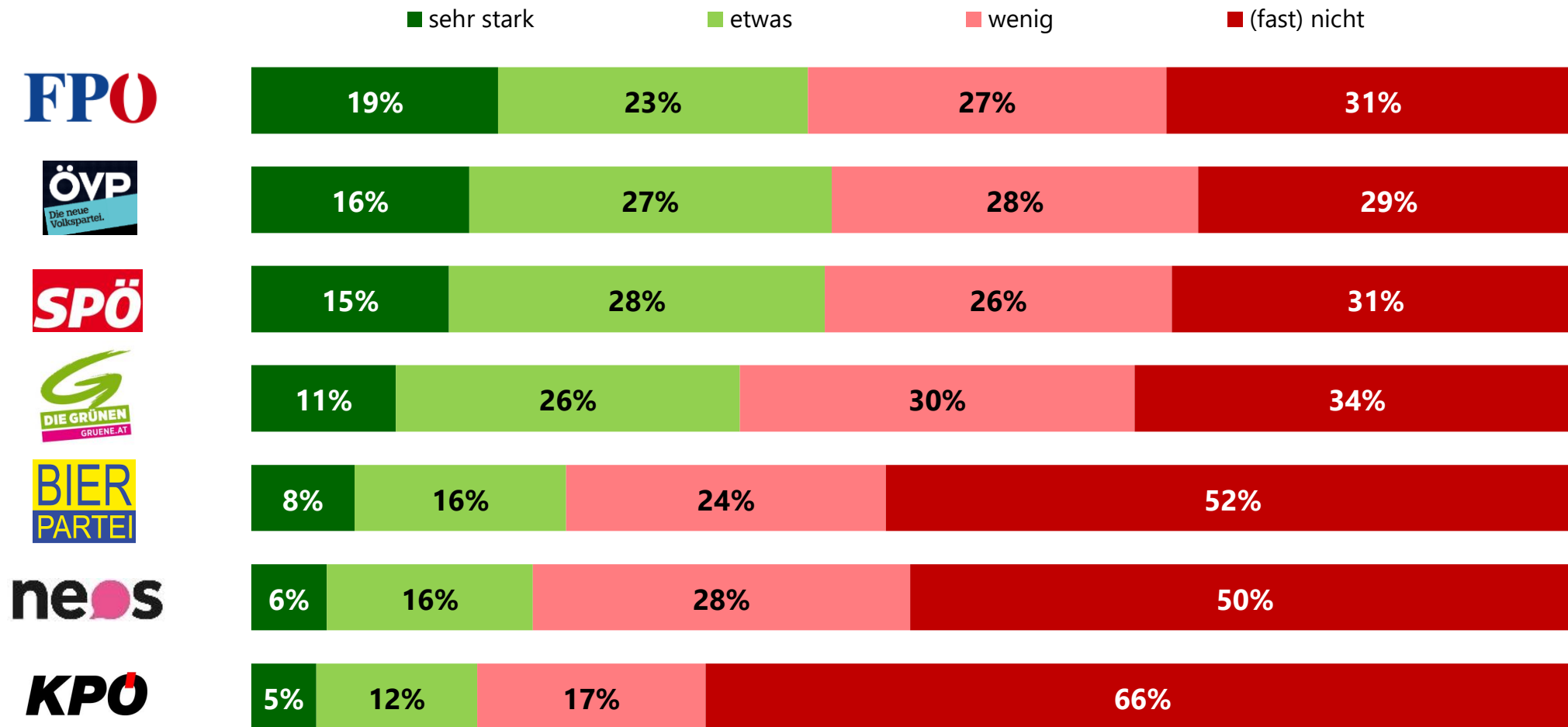
WAHRNEHMUNG VON PARTEIEN IN DEN KLASSISCHEN MASSENMEDIEN



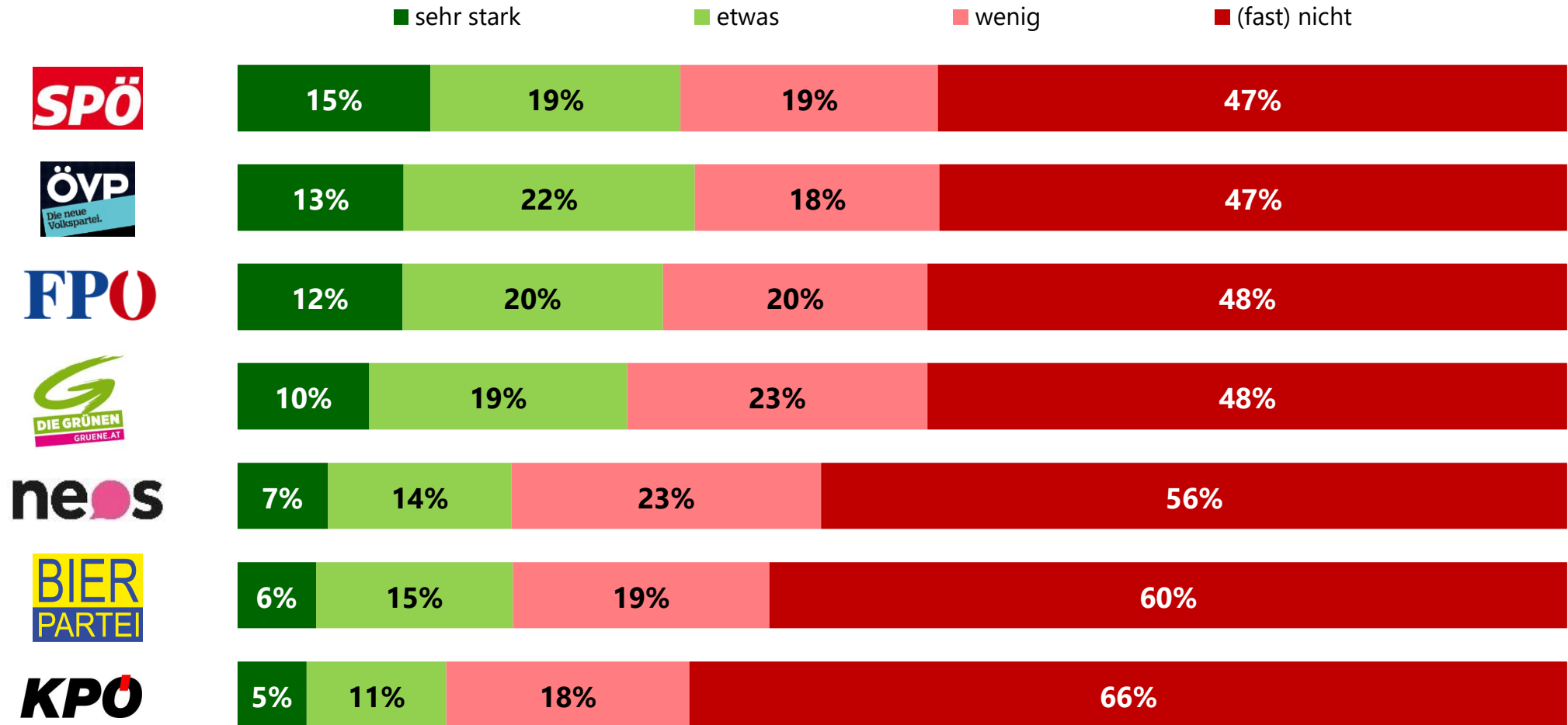
WAHRNEHMUNG VON PARTEIEN IM SOCIAL MEDIA FEED



WAHRNEHMUNG VON PARTEIEN IM PRIVATEN UMFELD



WAHRNEHMUNG VON PARTEIEN IN DER SCHULE

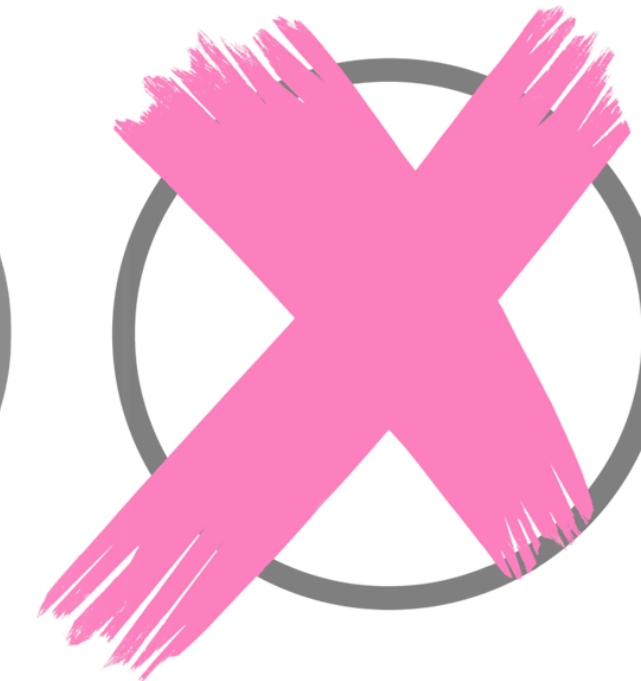


DIE BIERPARTEI

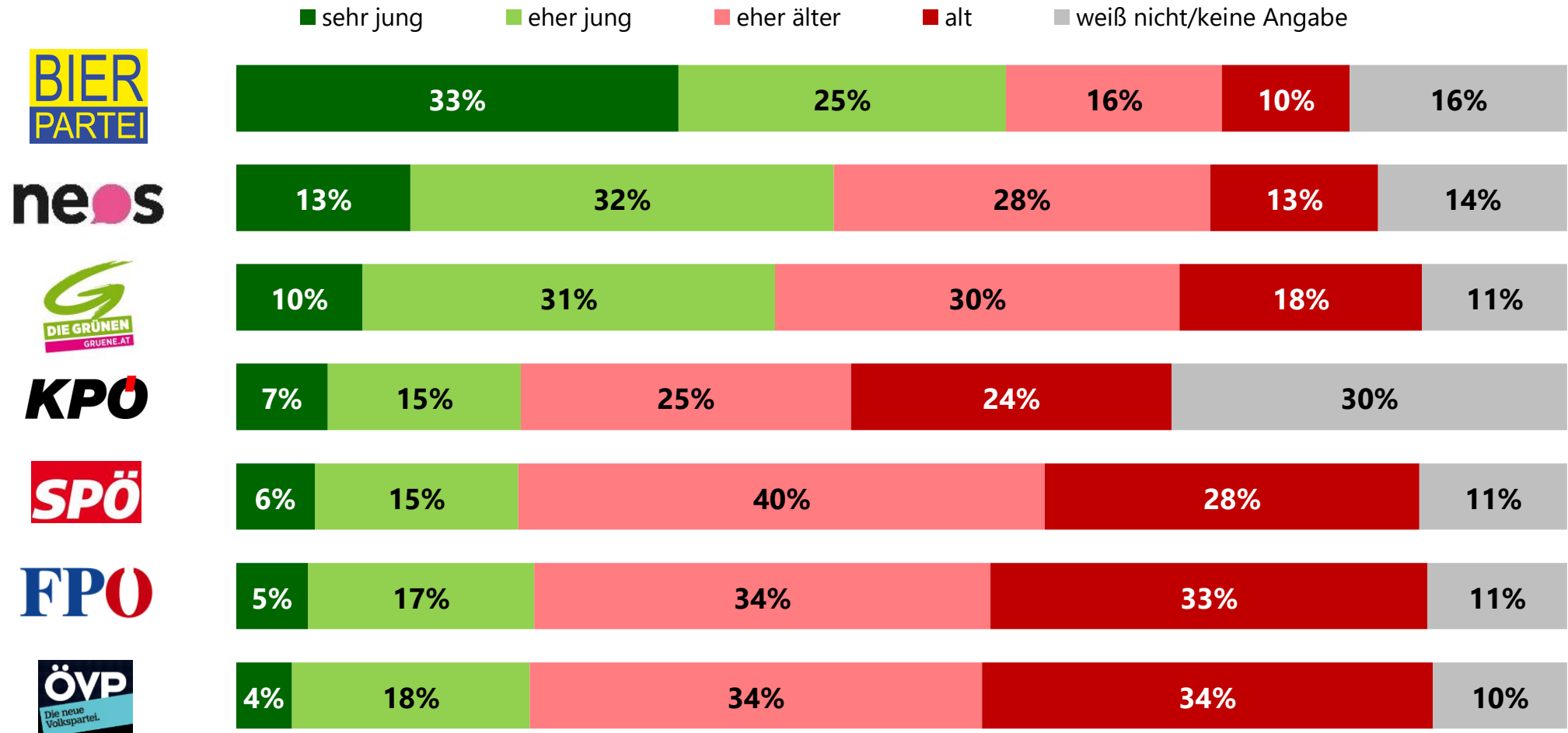
**IST DIE PARTEI, DIE ALS
'AM JÜNGSTEN'
WAHRGENOMMEN WIRD.**

MIT ABSTAND DAHINTER:

neos &



ALTERSANMUTUNG DER PARTEIEN

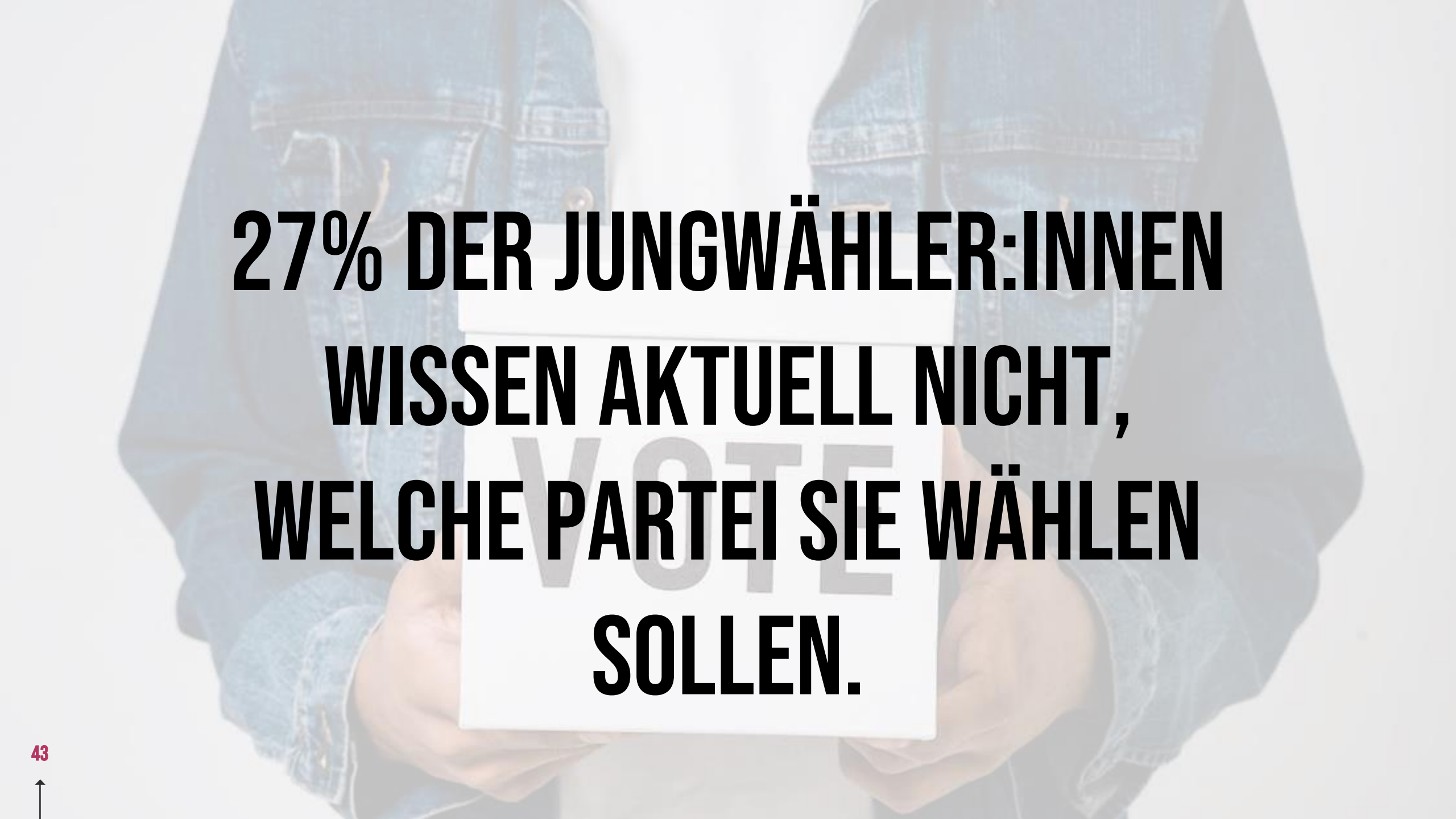


BRAND SUPPORT

#FREDA JUGENDSTUDIE 2023

WAHLPOTENZIALE & WAHLVERHALTEN

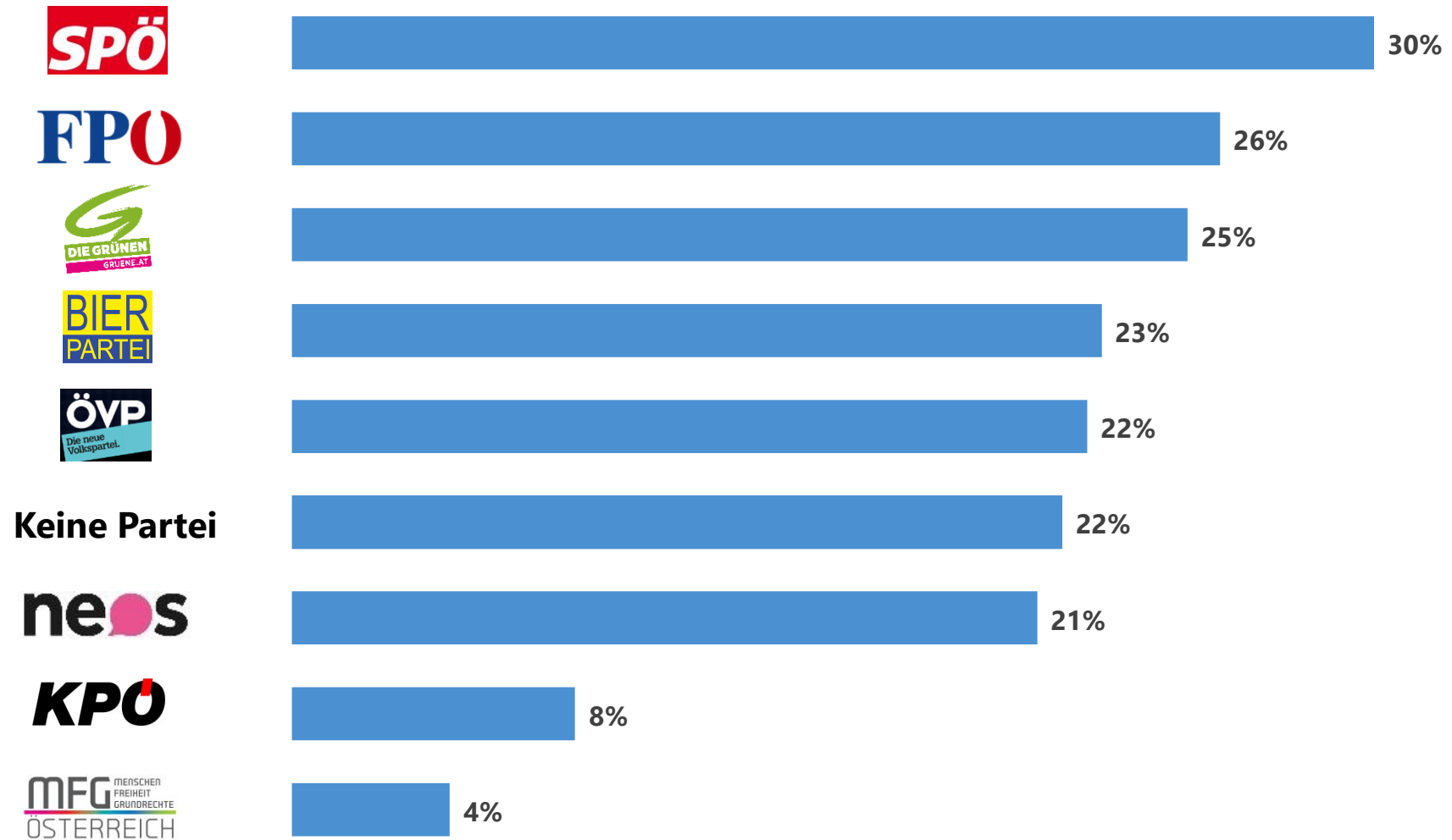


A person wearing a blue denim jacket is holding a white rectangular sign. The word "VOTE" is printed in large, light grey letters on the sign. The person's hands are visible at the bottom corners of the sign.

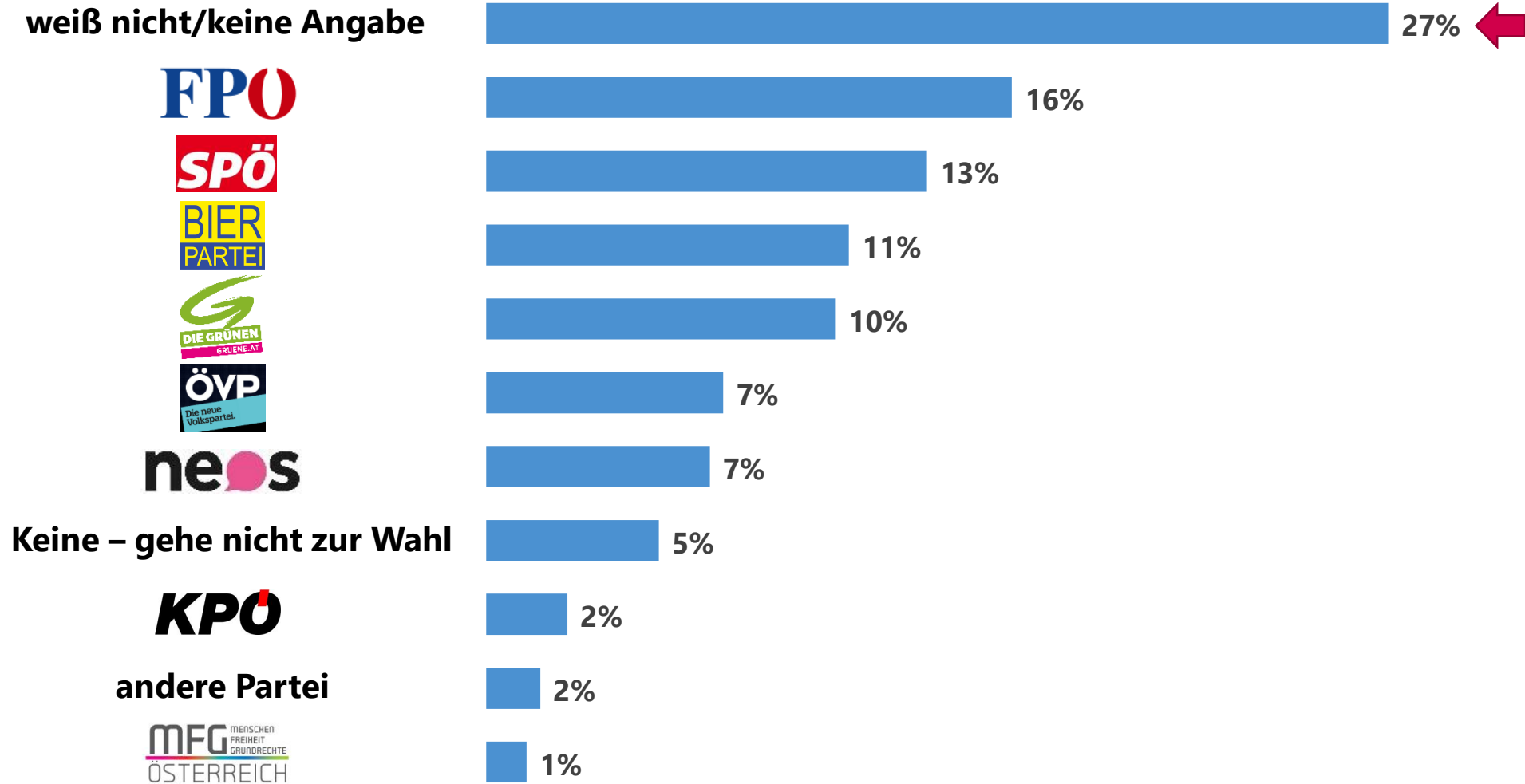
**27% DER JUNGWÄHLER:INNEN
WISSEN AKTUELL NICHT,
WELCHE PARTEI SIE WÄHLEN
SOLLEN.**



POTENZIALWÄHLER:INNEN



WAHLVERHALTEN: SONNTAGSFRAGE NATIONALRATSWAHL



WAHLVERHALTEN: SONNTAGSFRAGE NATIONALRATSWAHL

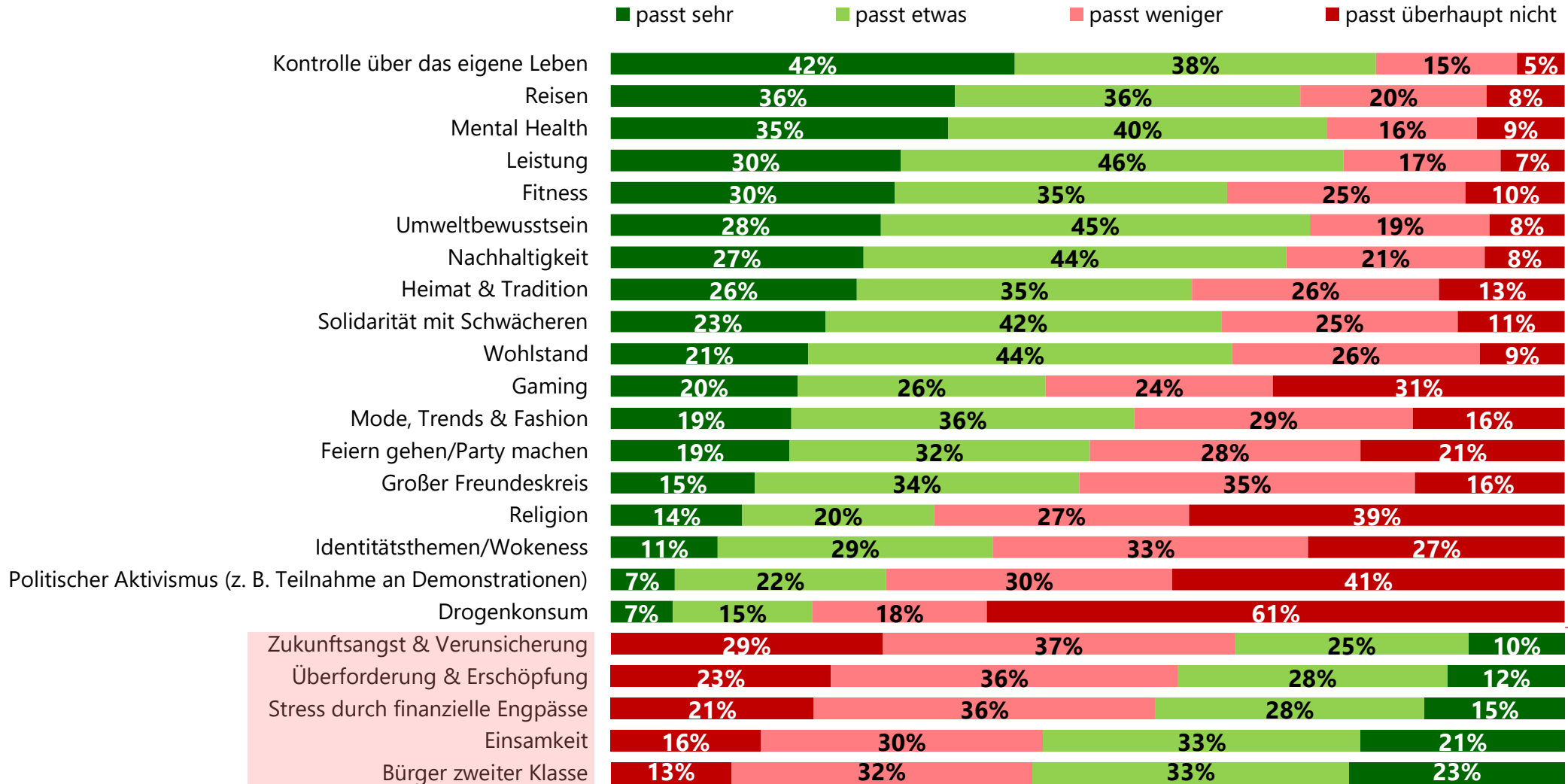
Wahlverhalten: Sonntagsfrage Nationalratswahl (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Weiß nicht/keine Angabe	27	19	35	30	25	26
FPÖ	16	17	14	12	14	19
SPÖ	13	16	10	10	13	15
Bierpartei (-> Marco Pogo)	11	11	10	18	9	8
Die Grünen	10	12	9	6	12	11
ÖVP	7	8	6	9	6	7
NEOS	7	7	6	5	9	5
Keine – ich gehe nicht zur Wahl	5	5	5	6	6	4
KPÖ	2	2	3	2	3	2
Eine andere Partei	2	2	2	0	1	3
MFG	1	2	1	3	1	1
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

#FREDA JUGENDSTUDIE 2023

WERTE & NORMEN



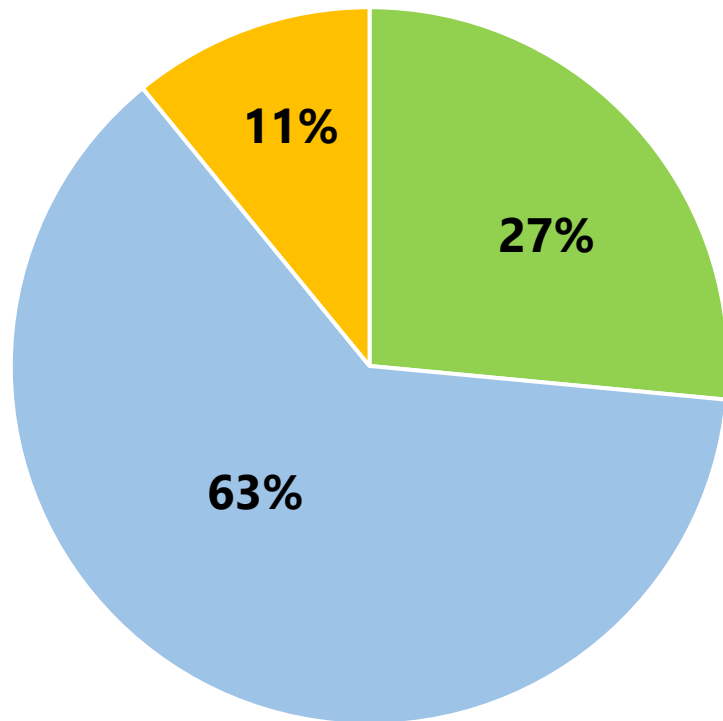
WERTVORSTELLUNGEN & NORMEN



WERTVORSTELLUNGEN & NORMEN

Werte & Normen: passen sehr (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Kontrolle über das eigene Leben	42	40	45	44	45	40
Reisen	36	32	41	40	36	34
Mental Health	35	29	41	41	36	32
Leistung	30	32	28	36	31	27
Fitness	30	37	22	36	31	26
Umweltbewusstsein	28	27	29	26	29	29
Nachhaltigkeit	27	25	28	22	29	27
Heimat & Tradition	26	27	25	19	26	30
Solidarität mit Schwächeren	23	21	24	19	26	22
Wohlstand	21	25	17	23	24	17
Gaming	20	30	9	22	21	17
Mode, Trends & Fashion	19	18	20	27	18	15
Feiern gehen/Party machen	19	20	17	25	19	15
Großer Freundeskreis	15	19	11	12	18	14
Religion	14	17	11	21	13	10
Identitätsthemen/Wokeness	11	10	12	12	15	8
Politischer Aktivismus (z. B. Teilnahme an Demonstrationen)	7	8	5	5	9	6
Drogenkonsum	7	9	3	4	9	6
Zukunftsangst & Verunsicherung	29	22	35	28	31	27
Überforderung & Erschöpfung	23	19	27	27	27	18
Stress durch finanzielle Engpässe	21	15	28	16	25	21
Einsamkeit	16	17	14	17	17	14
Bürger zweiter Klasse	13	14	11	9	14	13
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

MEINUNGSFÜHRERSCHAFT - SELBSTEINSCHÄTZUNG

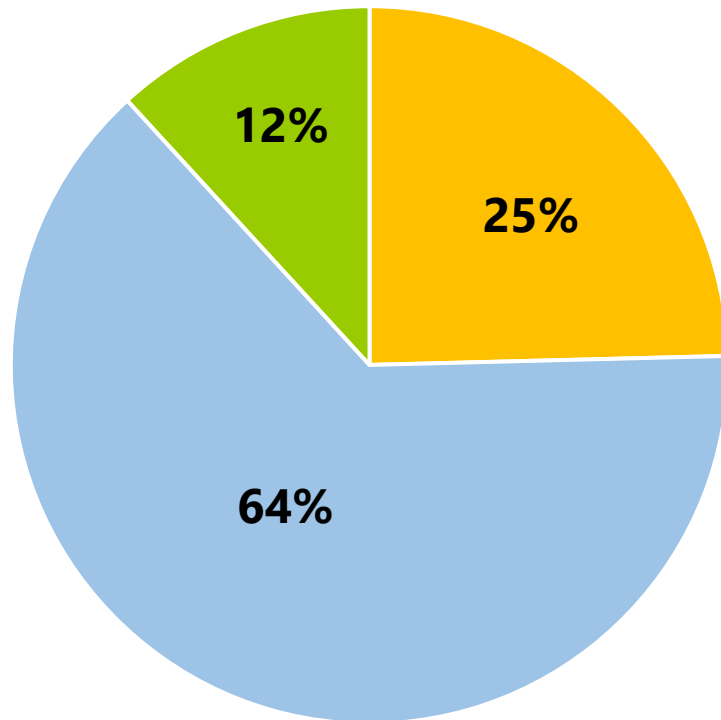


Meine Meinung...

- ... gebe ich sehr oft & gerne weiter.
- ... gebe ich manchmal weiter, manchmal auch nicht.
- ... behalte ich eher für mich.

Selbsteinschätzung Meinungsführerschaft (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
... gebe ich sehr oft & sehr gerne weiter.	27	29	25	27	26	27
... gebe ich manchmal weiter, manchmal auch nicht.	63	61	64	61	64	62
... behalte ich eher für mich.	11	11	11	12	10	11
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

SOZIALE KONTAKTE - SELBSTEINSCHÄTZUNG



- Einzelgänger/eher wenig Sozialkontakte
- „normal viele“ Kontakte/„normaler“ Austausch
- sehr viele Kontakte/Kommunikation

Selbsteinschätzung Sozialkontakte (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
... eher ein Einzelgänger ist/eher wenig Sozialkontakte (persönlich und/oder online)	25	25	24	22	28	23
... „normal viele“ Kontakte hat und sich „normal viel“ austauscht (persönlich und/oder online)	64	63	65	64	61	66
... sehr viele Kontakte hat und sehr viel kommuniziert (persönlich und/oder online)	12	12	11	14	11	11
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

BRAND SUPPORT

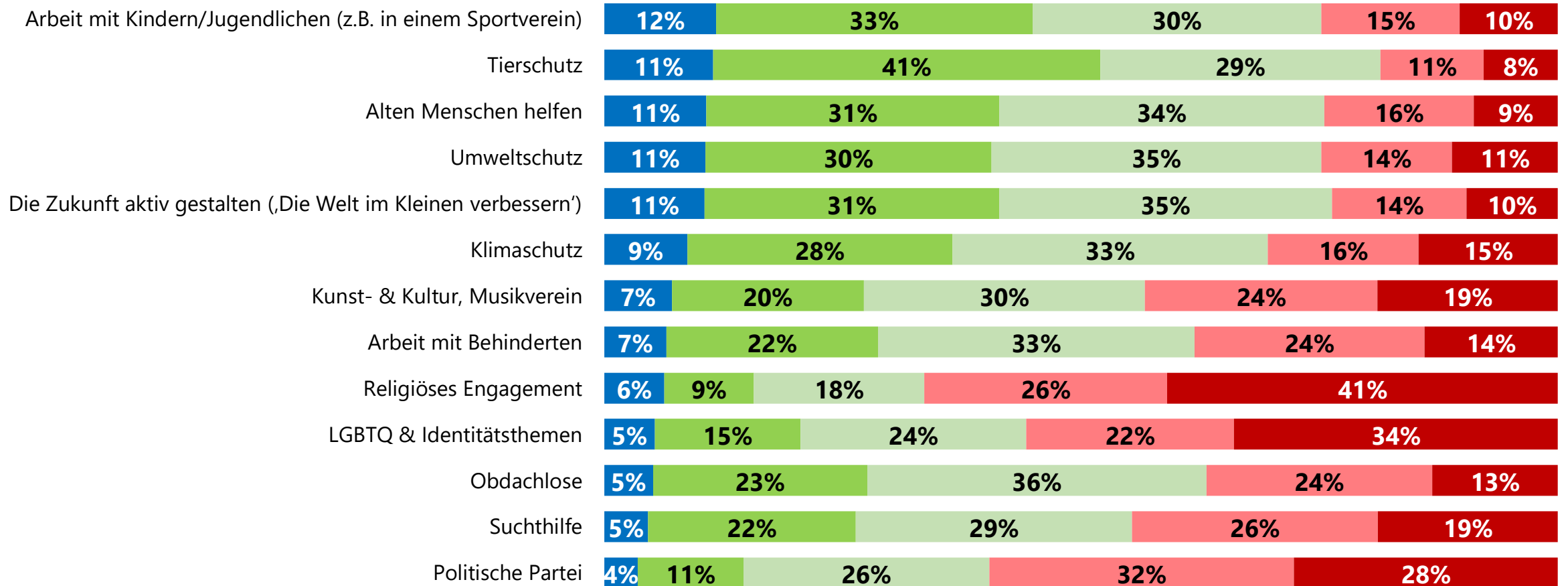
#FREDA JUGENDSTUDIE 2023

**EHRENAMTLICHES
ENGAGEMENT &
VERANSTALTUNGEN**



INTERESSE AN EHRENAMTLICHEM ENGAGEMENT

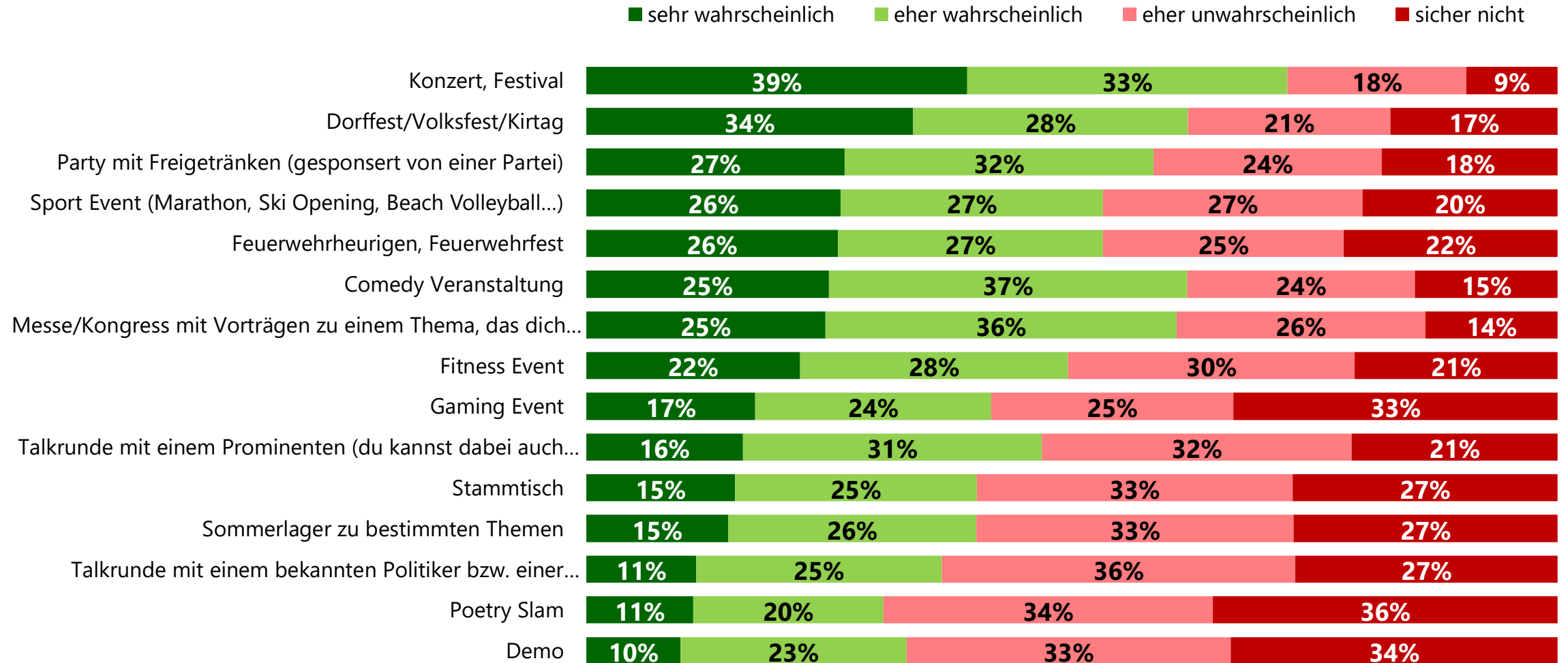
■ bereits tätig ■ sehr vorstellbar ■ etwas vorstellbar ■ eher nicht vorstellbar ■ überhaupt nicht vorstellbar



INTERESSE AN EHRENAMTLICHEM ENGAGEMENT

Ehrenamtliches Engagement: sehr vorstellbar (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Tierschutz	41	34	47	39	41	41
Arbeit mit Kindern/Jugendlichen (z.B. in einem Sportverein)	33	31	35	32	32	35
Die Zukunft aktiv gestalten („Die Welt im Kleinen verbessern“)	31	29	34	32	30	31
Alten Menschen helfen	31	25	37	30	28	33
Umweltschutz	30	29	31	34	33	25
Klimaschutz	28	26	29	35	30	22
Obdachlose	23	18	27	20	21	25
Arbeit mit Behinderten	22	19	25	23	19	24
Suchthilfe	22	19	24	21	23	22
Kunst- & Kultur, Musikverein	20	18	22	19	22	19
LGBTQ & Identitätsthemen	15	11	20	14	18	14
Politische Partei	11	14	9	10	12	11
Religiöses Engagement	9	10	9	7	12	9
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

TEILNAHMEWAHRSCHEINLICHKEIT AN VERANSTALTUNGEN



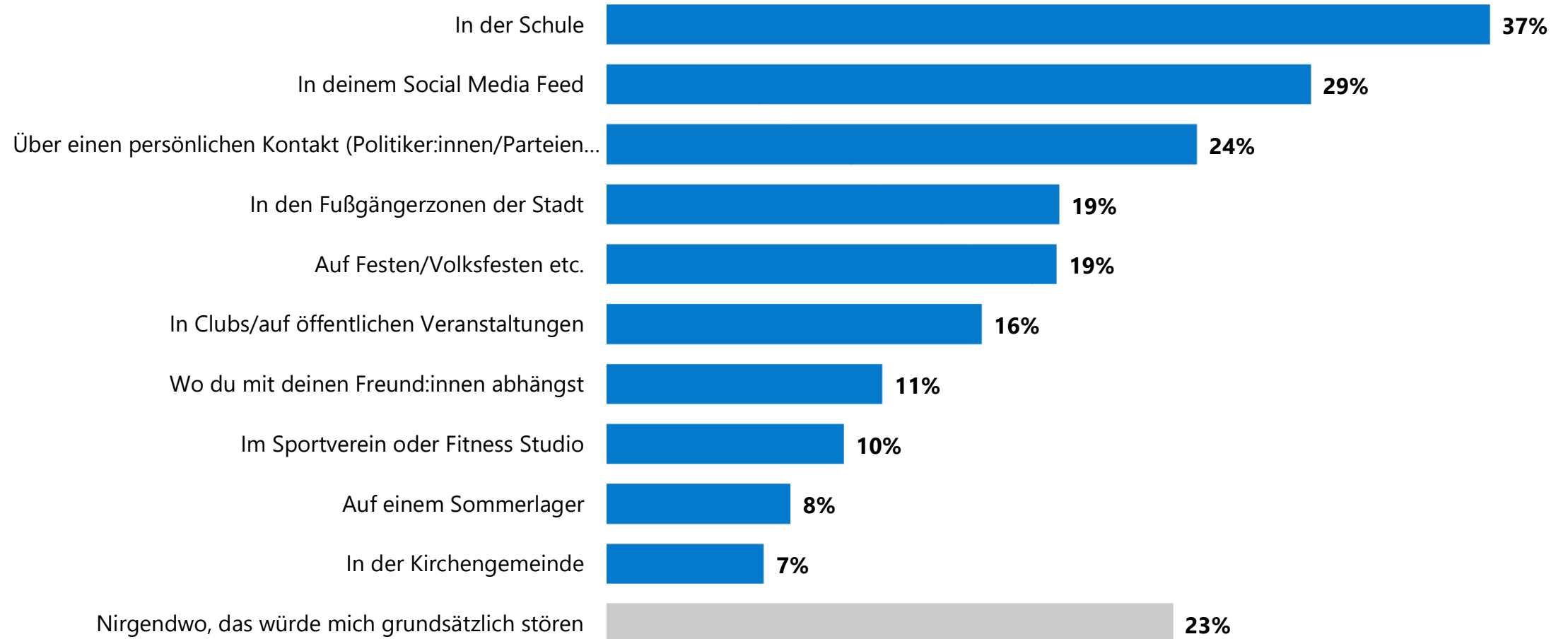
BRAND SUPPORT

#FREDA JUGENDSTUDIE 2023

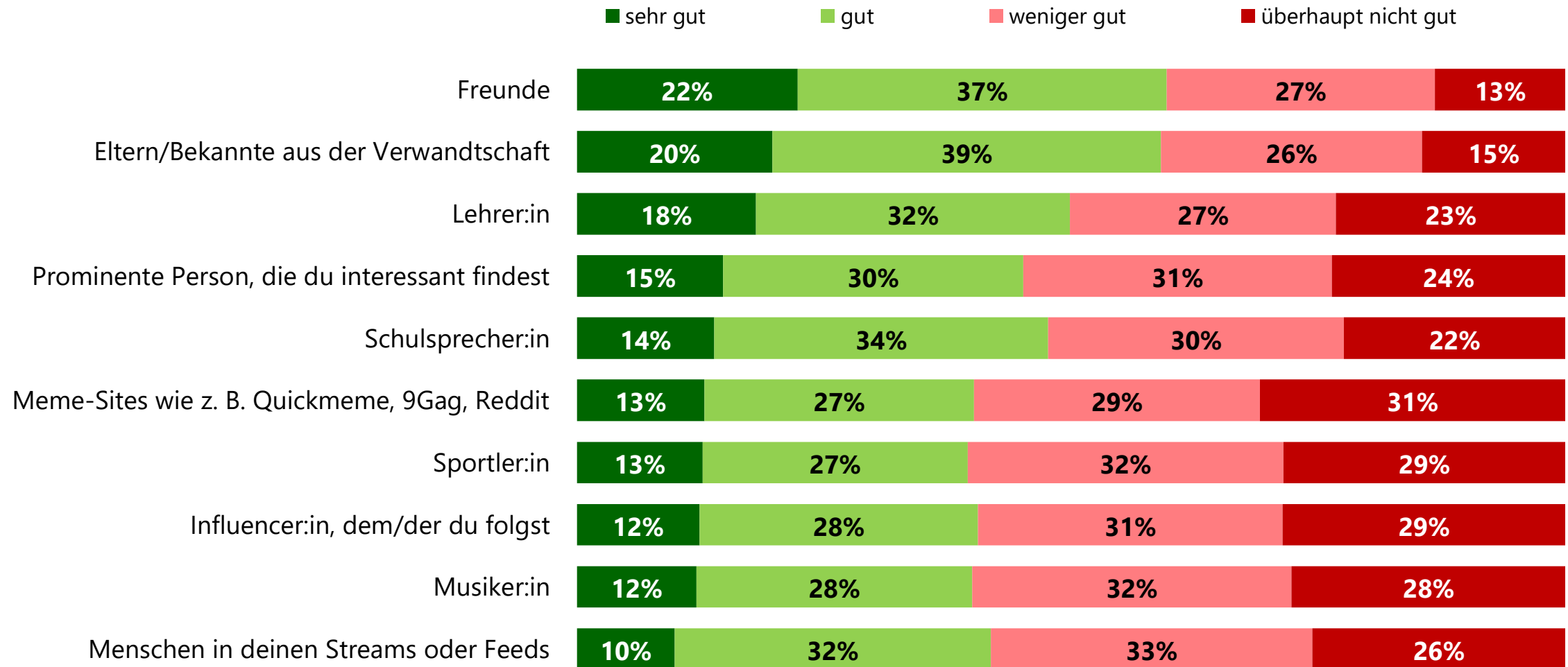
POLITISCHE INFLUENCER:INNEN



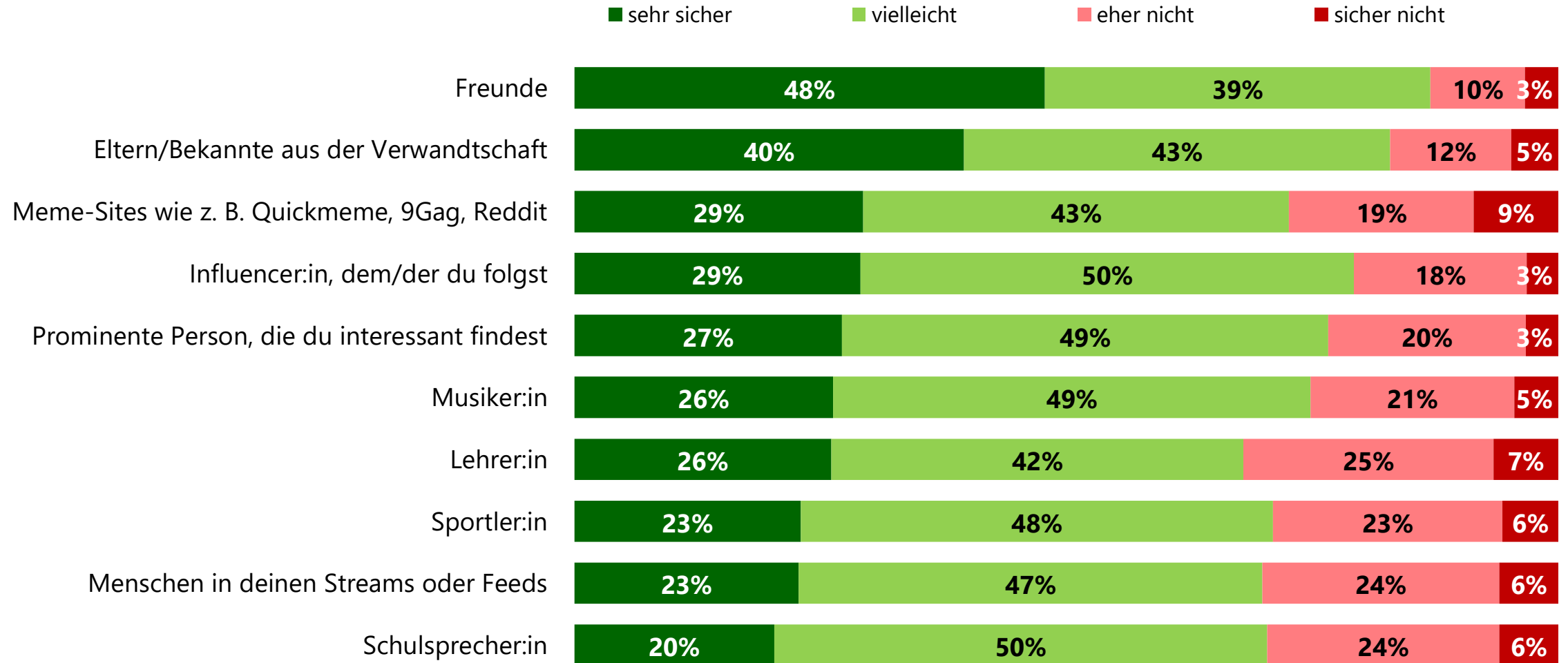
POTENZIAL KONTAKTORTE MIT POLITIK



BEWERTUNG POLITISCHER INFLUENCER



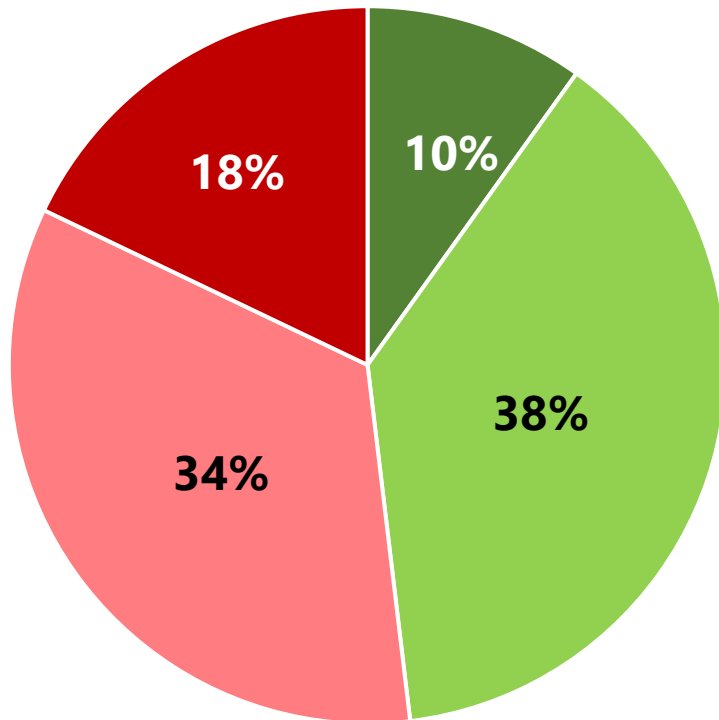
NUTZUNGS- & LIKE-WAHRSCHEINLICHKEIT





**IMMERHIN DIE HÄLFTE DER JUNGEN
ÖSTERREICHER:INNEN FÄNDE ES SEHR GUT ODER
GUT, IN DER SOCIAL MEDIA TIMELINE
BOTSCHAFTEN VON PARTEIEN ODER
POLITIKER:INNEN ZU SEHEN.**

AKZEPTANZ VON PARTEIEN UND POLITIKER:INNEN IN DER SOCIAL MEDIA TIMELINE



- sehr gut
- gut
- weniger gut
- überhaupt nicht gut

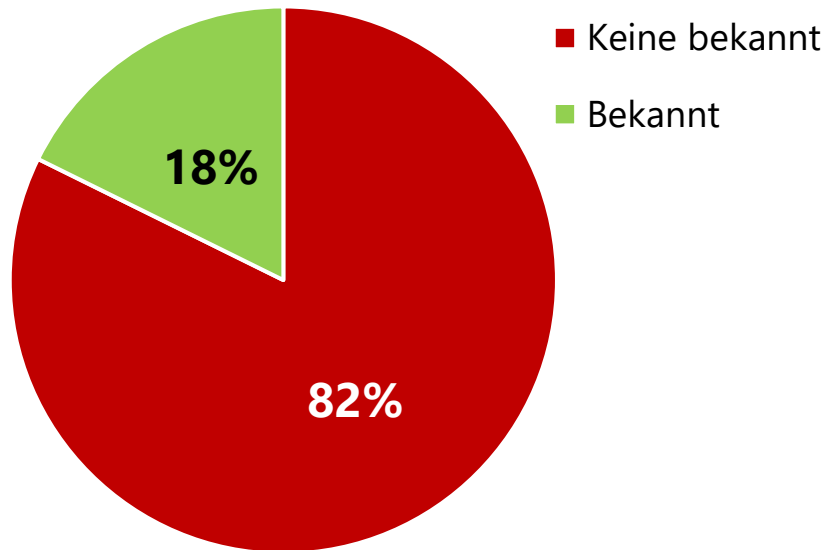
Akzeptanz von Parteien und Politiker:innen in Timeline (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
sehr gut	10	13	7	12	11	8
gut	38	39	38	43	41	34
weniger gut	34	30	38	33	32	37
überhaupt nicht gut	18	18	17	12	17	22
Basis:	1.000	507	488	240	350	410



Junge Politiker:innen?

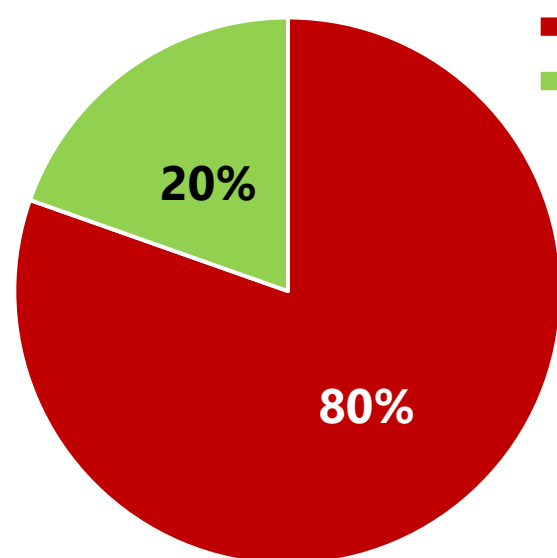
**Da fällt den jungen
Österreicher:innen (fast) nur
Marco Pogo ein.**

KENNT MAN JUNGE POLITIKER:INNEN, DIE MAN MAG?



Politiker:innen	Anzahl Nennungen*
Dominik Wlazny/Marco Pogo	22
Yannik Shetty	6
Claudia Plakolm	4
Herbert Kickl	4
Karl Nehammer	4
Sebastian Kurz	3
Alma Zadic	2
Kay-Michael Dankl	2
Nikolaus Swatek	2
Stefan Kaineder	2
Udo Landbauer	2

KENNT MAN POLITIKER:INNEN MIT INTERESSANTEN SOCIAL MEDIA POSTS?



■ Keine bekannt

■ Bekannt

Politiker:innen mit interessanten Posts	Anzahl Nennungen*
Dominik Wlazny / Marco Pogo	13
Alexander Van der Bellen	8
Gerald Grosz	8
Karl Nehammer	8
Yannik Shetty	8
Herbert Kickl	6
Pamela Rendi-Wagner	4
Sebastian Kurz	4
Claudia Plakolm	3
Leonore Gewessler	3
Alma Zadic	2
Beate Meinl-Reisinger	2
HC Strache	2

#FREDA JUGENDSTUDIE 2023

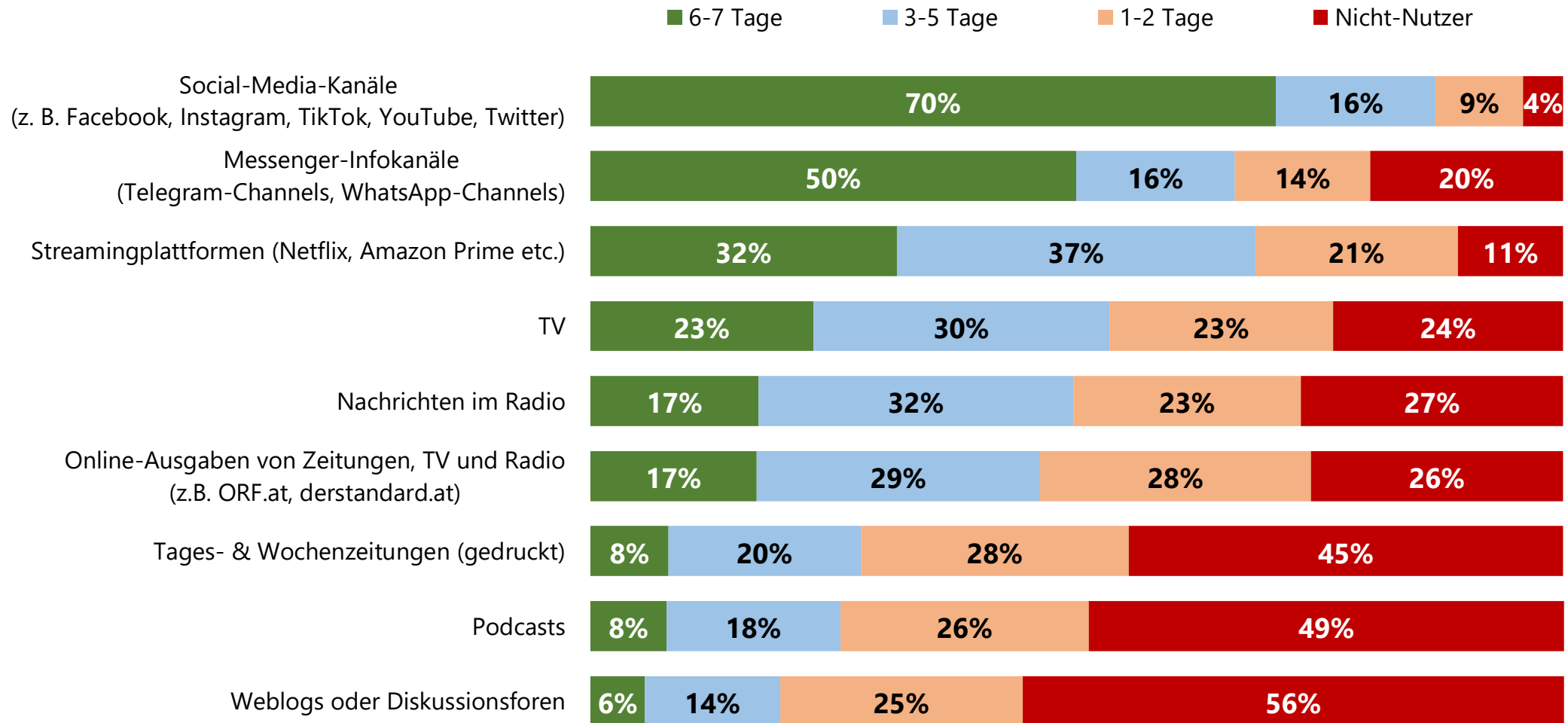
MEDIENNUTZUNG





SOCIAL MEDIA KANÄLE (Z.B. INSTAGRAM/FACEBOOK) SIND MIT GROßEM ABSTAND DIE AM MEISTEN GENUTZTEN MEDIEN.

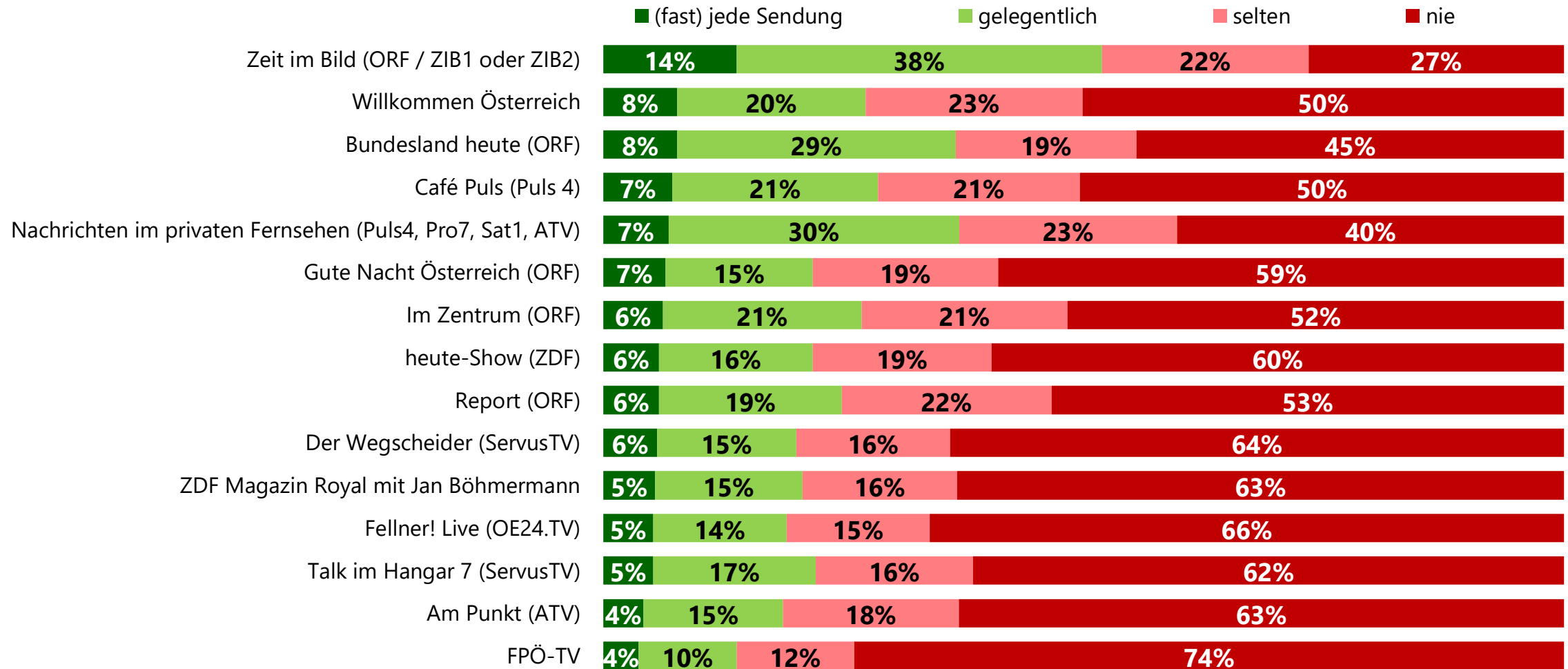
MEDIENNUTZUNG



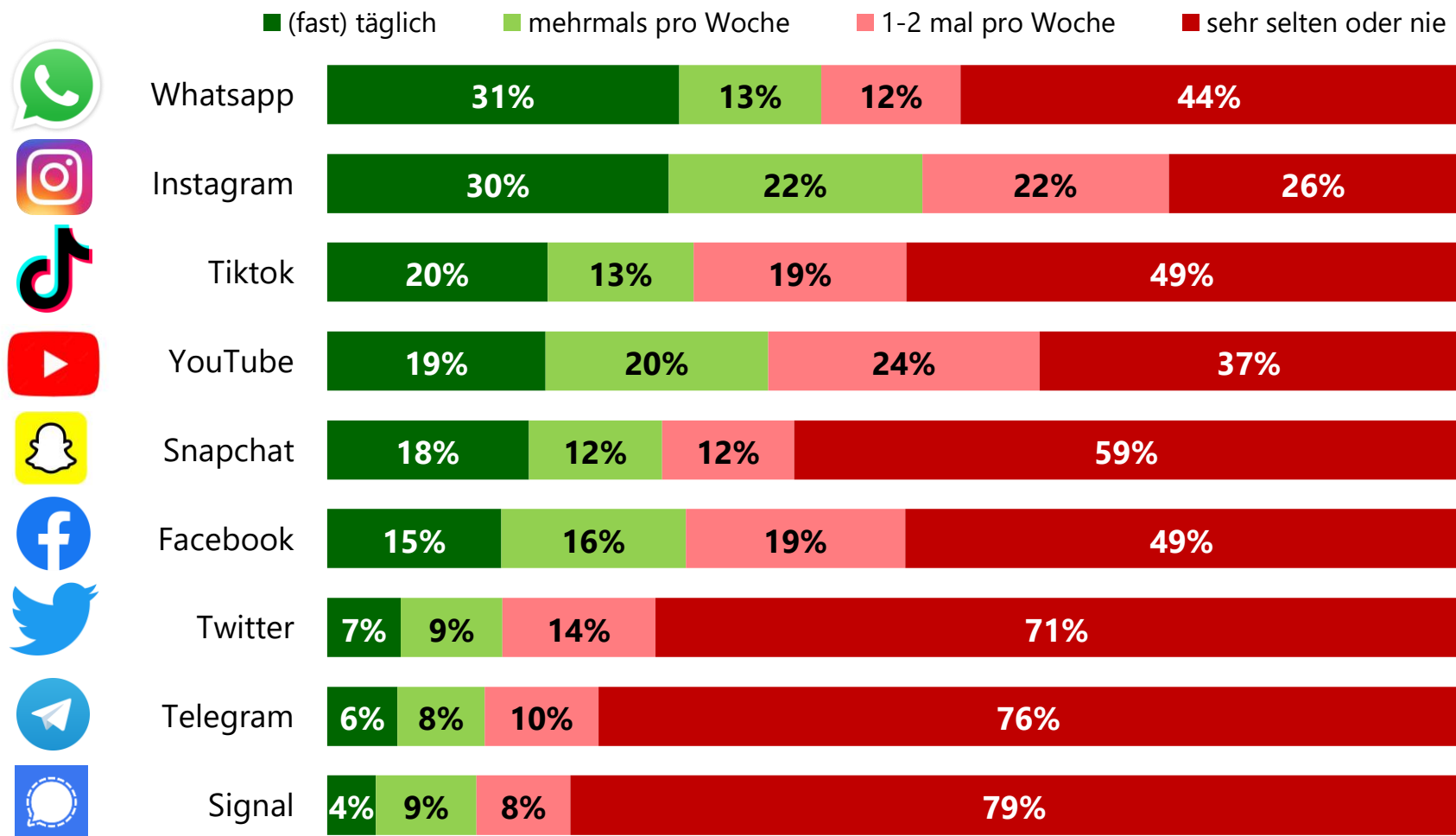
DURCHSCHNITTLICHE MEDIENNUTZUNG PRO WOCHE (IN TAGEN)

Mediennutzung (in Tagen)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
Social-Media-Kanäle (z. B. Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter)	5,7	5,4	6,1	5,9	5,7	5,6
Messenger-Infokanäle (Telegram-Channels, WhatsApp-Channels)	4,3	4,1	4,6	4,6	4,3	4,2
Streamingplattformen (Netflix, Amazon Prime etc.)	4,0	3,8	4,2	3,9	4,1	4,0
TV	3,1	3,1	3,2	2,6	2,9	3,5
Nachrichten im Radio	2,9	3,0	2,8	2,4	2,7	3,4
Online-Ausgaben von Zeitungen, TV und Radio (z.B. ORF.at, derstandard.at)	2,7	3,1	2,4	2,6	2,7	2,9
Tages- & Wochenzeitungen (gedruckt)	1,7	2,1	1,3	1,7	1,6	1,8
Podcasts	1,6	1,8	1,4	1,6	1,6	1,5
Weblogs oder Diskussionsforen	1,3	1,6	0,9	1,3	1,3	1,2
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

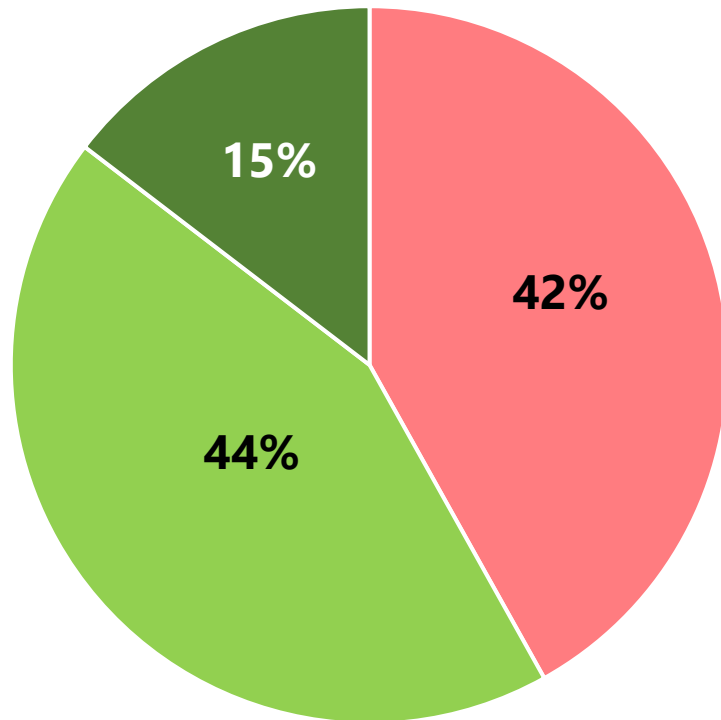
NUTZUNGSHÄUFIGKEIT SENDUNGEN



SOCIAL MEDIA NUTZUNG FÜR DIE POLITISCHE INFORMATIONEN



HÄUFIGKEIT SOCIAL MEDIA POSTS



- keine Posts
- 1-4 Posts pro Woche
- 5 Posts und mehr pro Woche



Häufigkeit von Posts auf Social Media Kanälen (in %)	Gesamt	Männer	Frauen	16-19 Jahre	20-24 Jahre	25-29 Jahre
keine Posts	42	41	42	39	43	43
1-4 Posts pro Woche	44	42	45	45	42	44
5 Posts und mehr pro Woche	15	16	13	16	15	13
Basis:	1.000	507	488	240	350	410

©2023



TELEPHONE

+49-911-9535-100



E-MAIL

info@brandsupport.de



Address

Wieseneckstr. 26
D – 90571 Schwaig