



Presse-Information

Deutsche Millennials: Priorität ist die Familie

Hamburg, 19. Oktober 2017. Die Generation der Millennials sieht sich mit dem Vorurteil konfrontiert, sie sei egoistisch. Doch mehr als die Hälfte (60%) der deutschen Millennials setzt die Familie an erste Stelle. Auch die Partnerschaft (43%) oder die Freunde (24%) nennt die zwischen 1980 und 1995 geborene Generation Y als höchste Priorität in ihrem Leben. Diese aktuellen Ergebnisse stammen aus der Studie „#MeettheMillennials“ des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Ipsos.

Freizeitgestaltung daheim und in der Natur

In der Freizeit treffen sich drei Viertel (74%) der Millennials am liebsten mit ihren Freunden, zwei Drittel (67%) beschäftigen sich mit der Familie. Sie halten sich dabei nicht nur Zuhause auf (Kochen und Backen (49%)/ Werkeln/Do-it-yourself (35%)), sondern gehen auch gerne aus (61%) oder raus in die Natur (55%).

Ohne Smartphone geht es nicht

Nahezu alle (93%) nutzen ein Smartphone und haben dieses immer bei sich (83%). Acht von zehn (85%) sind damit auch täglich online, um zu surfen oder mit Freunden und Familie zu kommunizieren. Doch das Smartphone wird nicht nur zur Kommunikation genutzt, sondern auch um Videos zu schauen, vor allem auf YouTube (84%) oder in sozialen Netzwerken wie Facebook (79%).

Diana Livadic von Ipsos Connect: *„Die Netzwerke und Plattformen, die Millennials im Alltag nutzen, sind dabei im ständigen Wandel: war Facebook noch vor ein paar Jahren das präferierte Netzwerk für die Mehrheit der Millennials, so sind bei vielen inzwischen auch neuere Plattformen wie Instagram, Snapchat oder auch Musically äußerst beliebt.“*

Weitere Ergebnisse der aktuellen Ipsos-Studie „#MeettheMillennials“ wird **Jonathan Gable**, Senior Director bei Ipsos Connect am **25. Oktober auf der Research & Results** vorstellen.

Steckbrief:

Diese Ergebnisse stammen aus der aktuellen Studie „#MeettheMillennials“ von Ipsos Connect. In einer Online-Befragung wurde zwischen dem 08. und 14. September 2017 eine repräsentative Stichprobe von 1.058 Personen zwischen 22 und 37 Jahren in Deutschland befragt. Die Studie bietet einen Einblick in die Lebenswelt und das Medienverhalten der Generation Y, die inzwischen 28 Prozent der kaufkräftigen, deutschen Bevölkerung ausmacht.

Bei Fragen rund um das Thema Millennials melden Sie sich gerne bei Jonathan Gable (jonathan.gable@ipsos.com) oder Diana Livadic (diana.livadic@ipsos.com).

Die Familie hat für die Mehrheit der deutschen Millennials die höchste Priorität



Über Ipsos und Ipsos Connect:

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen, dabei orientieren wir uns an den „4S“: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert.

So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 87 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.

Ipsos Connect ist der globale Forschungsbereich, der sich mit den Themenschwerpunkten Markenkommunikation, Werbung und Medien befasst. Bei Ipsos Connect untersuchen wir, wie Medien, Marken und Konsumenten in einer immer komplexer werdenden Welt durch überzeugende Inhalte, großartige Kommunikation und die Wahl der effizientesten Kanäle verbunden werden können.



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179