

Pressemeldung vom 29.06.2005

Das Psychologische Klima der Schweiz 2005

Schweizer tun sich schwer mit dem Anpassungsprozess an die Globalisierung

Nach einer fast 30 Jahre anhaltenden Entwicklung zu progressiven und aussengerichteten Werten ist im 2001 eine eigentliche Zäsur eingetreten. Die damit verbundenen Trends wie Hedonismus, Extraversion, Erfolgsorientierung, Materialismus, Erotik und Convenience waren die eigentlichen Triebfedern. Sie sind in den jährlichen DemoSCOPE Trendreports vor allem unter den Begriffen Hedonismus und Narzissmus beschrieben worden.

Seit vier Jahren zeichnet sich nun eine deutliche Trendwende ab. Trotzdem bleiben wesentliche Merkmale der nun schon 30 Jahre anhaltenden Entwicklung spürbar. Anhaltender Materialismus und zunehmende Erfolgsorientierung zeugen vom härteren Konkurrenzkampf im Inland. Die Bequemlichkeit, der Hang nach möglichst viel Convenience in der Freizeit, beim Einkaufen und Zeitersparnis im Alltag hält zwar an. Auch die Sorge um die Gesundheit, das Streben nach Schönheit und Wellness nehmen weiter zu.

Der Pioniergeist einer lange Zeit progressiven Gesellschaft, eine gewisse Risikobereitschaft und der Blick über die persönlichen- und die Landesgrenzen hinaus, Mut zum Individualismus und zum Nonkonformismus sind dagegen seit einiger Zeit rückläufig. Von der viel zitierten Nachhaltigkeit im Umgang mit Ressourcen, zukunftsorientierter Planung im privaten und gesellschaftlich-politischen Bereich, sind wir heute weiter entfernt als zu Beginn der Neunzigerjahre.

Die neuen Tendenzen sind vielmehr konservativ. Anstelle der lange Zeit zunehmenden Weltoffenheit, ja sogar eines zeitweiligen Eskapismus aus unseren engen Grenzen hinaus, ist ein neues Bedürfnis nach Verwurzelung entstanden, die „New Swissness“, bei der jüngeren Generation besonders stark ausgeprägt, lässt die Wertschätzung für die nähere und nächste Umgebung, die Beteiligung am lokalen Gesellschaftsleben und den Stolz auf Schweizerische Eigenart und auch weltweit anerkannte Errungenschaften in Wirtschaft und Sport anwachsen. Parallel dazu ist auch eine eigentliche Renaissance des Autoritarismus festzustellen. Ein Problem bei der aktuellen Entwicklung ist allerdings die mangelnde Einigkeit der verschiedenen, jeweils stark egoistischen, Interessengruppen, was und wer denn als Führung anerkannt werden sollte.

Der Schweizer Anpassungsprozess an eine veränderte Welt ist im Gange: allerdings konzentriert er sich vorläufig auf eine vorwiegend wirtschaftlich geprägte und egoistische Auseinandersetzung mit der verschärften Konkurrenzsituation im In- und Ausland. Nachhaltige Konzepte zu einer weniger materialistischen und von Weltoffenheit geprägten Geisteshaltung sind bei der grossen Mehrheit der Bevölkerung bis heute ausgeblieben. Man wartet eher ab und reagiert erst unter Druck der Realität auf Herausforderungen.

Die Studie

Anzahl Interviews:	6'000
Universum:	Wohnbevölkerung Deutsch- und Westschweiz, 15 – 74 jährig, quotiert nach Geschlecht, Alter und Regionen
Befragungsmethode:	telefonische Interviews
Befragungszeit:	Januar bis März 2005

Interessenten stellen wir gerne weitere Informationen zu diesem Thema zur Verfügung. Bitte melden Sie sich bei:

Ruedi Kaufmann, Telefon 041 375 40 00, ruedi.kaufmann@demoscope.ch

Zur DemoSCOPE Gruppe:

Die DemoSCOPE gehört zu den führenden Markt- und Meinungsforschungsunternehmen der Schweiz. Die Kerntätigkeiten sind die klassische Ad Hoc Marktforschung, die psychografische Marktforschung Market@Radar und PKS - Psychologisches Klima der Schweiz, die qualitative Marktforschung SCOPE, die auch Drittkunden zur Verfügung stehende Fieldwork-Abteilung mit 300 computergestützten Telefon-Arbeitsplätzen in Adligenswil, Winterthur und Genf sowie der Datascope, dem auf Marktforschung spezialisierten Logistik- und Informatik-Center. DemoSCOPE beschäftigt rund 100 Festangestellte und knapp 1'000 Teilzeitangestellte in Adligenswil, Zürich, Winterthur, Lausanne und Genf.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.demoscope.ch.

Kontakt:

Roland Huber
Marketing & Business Development
Mitglied der Geschäftsleitung

DemoSCOPE
Research & Marketing
Klusenstrasse 17/18
6043 Adligenswil
Switzerland
phone: ++41 41 375 44 41
mobile: ++41 78 861 81 31
fax: ++41 41 375 40 01
e-mail: roland.huber@demoscope.ch
www.demoscope.ch