



PRESSEINFORMATION

An Halloween scheiden sich die Gruselgeister

*Von den Jungen als Spaßkultur verehrt, von den Älteren als Geschäftemacherei abgetan:
Halloween spaltet die Nation - gewinnt aber von Jahr zu Jahr mehr Gruselfans*

Verkleidung, „Süßes oder Saures“ und Gruselparties: Am 31. Oktober ist Halloween und das Land ist gespalten. Kein anderer Brauch scheidet die Geister stärker als das neu aufgelegte Kürbisfest. Das Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com hat mehr als 500 Österreicher rund um Ihre Einstellung zum neuen Trend Halloween befragt. Ergebnis: Mehr als die Hälfte der Österreicher hält Halloween für eine unnötige Übernahme einer irisch/amerikanischen Tradition. Dennoch gewinnt der importierte Grusel von Jahr zu Jahr mehr Fans, vor allem unter den Jungen. In Österreich feiert bereits jeder Vierte Halloween, bei den Unter-30-Jährigen sogar jeder Zweite - vorrangig mit Partys. Zwei Drittel würden Kinder, die am 31. Oktober an der Haustüre mit dem Spruch „Süßes oder Saures“ Süßigkeiten einfordern, mittlerweile beschenken.

Generationenkonflikt Halloween

Kein Brauch scheidet die Geister hierzulande stärker als Halloween, das als kommerzialisiertes Spaß-Event immer mehr Einzug in unsere Breitengrade findet. Wie eine aktuelle Studie von Marketagent.com, Österreichs führendem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut, belegt, halten 54 Prozent der Österreicher Halloween für eine unnötige Übernahme einer irisch/amerikanischen Sitte. Zwei von fünf Befragten (41,5%) haben laut Studie eine negative Einstellung gegenüber dem neuen Brauch. Fast schon könnte man vom Generationenkonflikt „Halloween“ sprechen, beschränken sich die Fans in der Alpenrepublik doch größtenteils auf die Unter-30-Jährigen. So steht jeder zweite österreichische Jugendliche (52,1%) Halloween positiv gegenüber und hält es für ein lustiges Fest (54,3%). Kein Wunder, denn Österreichs Jugendliche feiern den neuen Brauch in erster Linie mit Partys.

Jeder vierte Österreicher macht mit

Dennoch lässt sich feststellen, dass der Brauch hierzulande von Jahr zu Jahr mehr Fans in der Gesamtbevölkerung gewinnt. So ist die Zahl der Halloween-Gegner innerhalb von nur einem Jahr um ein Fünftel gesunken („auf jeden Fall/eher eine unnötige irisch/amerikanische Sitte“: 2012 64,7%; 2013 53,6%). „In Österreich feiert mittlerweile jeder Vierte Halloween, unter den Unter-30-Jährigen sogar jeder Zweite. Auch das traditionelle Kürbisschnitzen ist in Österreich mittlerweile mit Halloween verschmolzen“, erklärt Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Zwei von drei Österreichern (65,9%) würden Kinder, die am 31. Oktober an der Haustüre mit dem Spruch „Süßes oder Saures“ Süßigkeiten einfordern, entsprechend beschenken. Nur 7 Prozent der Befragten würden diese wieder wegschicken, 22 Prozent würden erst gar nicht aufmachen.

Handel & Gastronomie: Das lukrative Geschäft mit dem Gruselkult

Nützen tut der Halloween-Trend nach Meinung der Befragten vor allem dem Handel und der Gastronomie. Jeder zweite Österreicher (49,9%) ist voll und ganz davon überzeugt, dass Halloween einzig und allein dem Umsatzwachstum dieser Branchen dient, vor allem die

älteren Befragten. Die Vorstellung, dass Halloween Allerheiligen und Allerseelen immer mehr in den Hintergrund drängen könnte, schlägt jedoch zwei Drittel der Österreicher (66,1%) zumindest etwas aufs (Party)gemüt. Auch gegenüber dem Allzeitklassiker Fasching hat der Neuling Halloween (noch) deutlich Nachrang. Im Vergleich mögen 55 Prozent der Österreicher den guten alten Fasching doch deutlich lieber als den neuen importierten Brauch (8,5%). Wenigstens daran hat sich in jüngster Vergangenheit nichts geändert (2013: 54,7%; 2012: 55,8%).

Wiener Neudorf, am 24. Oktober 2013

Studiensteckbrief:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Respondenten: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Erhebungszeitraum: 27.09.2013 – 04.10.2013
- Sample-Größe: n = 519 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Grundgesamtheit: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Umfang: 8 geschlossene Fragen

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Christina Strasser
Brown Boveristrasse 8/1
A-2351 Wiener Neudorf, Austria
c.strasser@marketagent.com
tel.: +43 (0) 2236 – 205 886

FN 206987v, Landesgericht Wiener Neustadt
DVR: 3000570

About Marketagent.com

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Wiener Neudorf, München, Zürich und Maribor werden jährlich mehr als 800.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 700 Online Research Projekte realisiert; Tendenz steigend. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 515.000 (Stand: Oktober 2013) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde und im April 2011 das Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt. Im Februar 2012 wurde die Erfüllung dieser Qualitätsstandards erneut unter Beweis gestellt und bestätigt. Seit März 2012 ist Marketagent.com Mitglied im Netzwerk der „Leitbetriebe Austria“.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen. Zu den Kunden zählen namhafte Firmen und Marken wie Coca-Cola, OBI, Nestlé, L'Oréal, Ikea, Bayer, Generali oder Samsung. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.