



PRESSEINFORMATION

Sommerlicher Badespaß in der Alpenrepublik – so trotz Österreich der Hitze

Nur jeder Zwölfte bleibt trotz schweißtreibender Hitze dem kühlen Nass fern

Marketagent.com hat im Rahmen einer aktuellen Umfrage das Badeverhalten von Herrn und Frau Österreicher im Sommer, angesagte Badeoutfits und die größten Unarten anderer Badegäste erhoben. 500 Österreicher im Alter zwischen 14 und 69 Jahren wurden dazu online befragt. Ergebnis: Vor allem die heimischen Badeseen und Strandbäder erfreuen sich an Tagen wie diesen großer Beliebtheit. 52 Prozent sagen der Hitzewelle an öffentlichen Badeseen und in Strandbädern den Kampf an, 47 Prozent suchen die Erfrischung im kühlen Freibad-Nass. Nur jeder Zwölfte bleibt trotz schweißtreibender Hitze dem Wasser fern. Bei durchschnittlich 24 Grad Wassertemperatur fühlt sich der Österreicher wie ein Fisch im Wasser. Beim öffentlichen Badevergnügen wird vor allem auf einen sauberen und gepflegten Eindruck der Anlagen und die Wasserqualität Wert gelegt.

Lange hat sich der Sommer geziert, nun endlich hat die Hitzewelle auch Österreich erreicht und Österreichs Frei- und Strandbäder erleben einen regen Zustrom badefreudiger Gäste. Laut einer aktuellen Studie von Marketagent.com, einem der führenden Markt- und Meinungsforschungsinstitute im deutschsprachigen Raum, erfreuen sich an Tagen wie diesen vor allem die heimischen Badeseen und Strandbäder großer Beliebtheit. 52 Prozent der Österreicher sagen der Hitze an öffentlichen Badeseen und in Strandbädern den Kampf an, 47 Prozent suchen die Erfrischung im kühlen Freibad-Nass. Etwas mehr als jeder Dritte (36,1%) trotz den hohen Temperaturen an vom Badetourismus noch unberührten Gewässern wie Flüssen, Bächen oder Seen.

Nur jeder zwölfte Österreicher outet sich gänzlich als Bademuffel, der trotz schweißtreibender Hitze dem Wasser fern bleibt (8,5%). Zumindest alle öffentlichen Badeanstalten will jeder fünfte Österreicher diesen Sommer meiden (21,1%), mehrheitlich aufgrund der dort anzutreffenden Menschenmassen (48,6%). Die hohen Eintrittspreise treiben 20 Prozent der Verweigerer öffentlichen Badevergnügens (zusätzliche) Schweißperlen auf die Stirn und weitere 15 Prozent sehen grundsätzlich nicht ein, warum sie überhaupt Eintritt für die schnelle Erfrischung zahlen sollten. 11 Prozent fühlen sich schlichtweg durch die Anwesenheit anderer Badegäste gestört.

„Beim öffentlichen Badevergnügen legen die Österreicher vor allem auf einen sauberen und gepflegten Eindruck der Anlagen und die Wasserqualität Wert, gefolgt von der örtlichen Nähe. Günstige Eintrittspreise liegen auf Platz fünf der wichtigsten Kriterien“, erklärt Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. „Eine hochwertige Gastronomie vor Ort und eine gute Freizeitausstattung der Anlage sind Herrn und Frau Österreicher dagegen weitgehend egal.“

Was die Wassertemperatur betrifft, so fühlt sich der Österreicher bei durchschnittlich 24 Grad am wohlsten. Bei weniger als 20 Grad Wassertemperatur stecken die Bewohner der Alpenrepublik höchstens den Zeh ins Wasser, ab 30 Grad wird's der Badenation dann zu ungemütlich warm im Wasser. Immerhin suchen die Österreicher die Nähe des Wassers vorrangig zum Plantschen und Abkühlen (79,3), erst danach folgen die Erholung und Entspannung (75,4%) sowie das Sonnenbaden (56,9%).

Die Unarten anderer Badegäste können den einen oder anderen beim sommerlichen Badevergnügen schon aus der Ruhe bringen. Als absolutes No-Go im öffentlichen Badebereich gilt in der Alpenrepublik das Verunreinigen der Hygieneanlagen (72,0%). Gleich danach kommen das Verschmutzen des Wassers in der Badeanlage (61,3%) und schlichtweg rücksichtsloses Verhalten gegenüber anderen Badegästen (58,0%). Ebenfalls unter den Top fünf in der Hitliste der Unarten zu finden sind unbeaufsichtigte Kinder (41,0%) und lärmende Badegäste (38,1%), die zwei von fünf Befragten aus der Fassung bringen.

Mehrheitlich lassen sich die Österreicher in einer durchschnittlichen Badesaison mit mehr als einem Badeoutfit blicken. 14 Prozent tragen nur eine, 45 Prozent brauchen in einer Saison zwei Garnituren, der Rest sogar noch mehr. Österreichs Herren geben im Mittel maximal 30 Euro (Median) pro Badehose aus. Österreichs Frauen erreichen erst bei 50 Euro die Schmerzgrenze. Wichtig ist den Österreichern vor allem, dass sie in der Bademode eine gute Figur machen. So stellt für knapp 60 Prozent die Passform das wichtigste Kriterium beim Badeoutfit dar, die Qualität ist dagegen nur für die wenigsten entscheidend (11,6%).

Welches Stück Stoff heuer für am meisten Furore beim öffentlichen Badevergnügen in Österreich sorgt, hat Marketagent.com ebenfalls erhoben: Ganz oben in der Hitliste der heißesten Badeoutfits liegt bei Frauen der Triangel-Bikini (Top-Box „gefällt mir sehr gut“: 44,6%), vor allem wenn es nach Österreichs Männern geht (m: 51,4%; w: 38,1%). Kaum Blicke der anderen Badegäste zieht frau dagegen mit Tankini (17,8%), Monokini (17,4%) oder Badeanzug (16,4%) auf sich. Bei Männern outen sich weite Badeshorts als modische Bringer (mittellange, weite Badeshorts: 28,8%; kurze, weite Badeshorts: 27,0%), zumindest solange diese über dem Knie enden. Wenn es nach dem schwachen Geschlecht geht, dürften die Outfits der männlichen Badegäste ruhig noch ein wenig enger und knapper sein als es mann optisch lieb ist. Das modische Comeback der klassischen Badehose in Slip-Form zeichnet sich für das starke Geschlecht aber zumindest derzeit (noch) nicht ab (15,8%). Auch die Surfer-Shorts (15,2%) dürfte, zumindest modisch gesehen, bereits das Zeitliche gesegnet haben.

Wiener Neudorf, am 19. Juni 2013

Studiensteckbrief

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 31.05.2013 – 07.06.2013
- Respondenten: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 507 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Grundgesamtheit: web-aktive ÖsterreicherInnen zwischen 14 und 69 Jahren
- Umfang: 11 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 475.000 (Stand: Juni 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.