



PRESSEINFORMATION

Activia Wohlfühl-Umfrage: So gut fühlen sich die Deutschen wirklich

- **Gesunde Ernährung ist Frauen wichtiger als Sex**
- **Für 79 Prozent der Deutschen ist ausreichend Schlaf wichtigster Wohlfühlfaktor – noch vor der Familie (73 Prozent) und dem Partner (62 Prozent)**
- **Weniger als die Hälfte der Deutschen fühlt sich im Job wohl**
- **Shakira vor Helene: 40 Prozent der Deutschen drehen bei Shakira lauter, 28 Prozent bei Helene Fischer**

Haar, 5. Mai 2014. Für Shakira, die neue Markenbotschafterin von Danone, gehören Musik und Tanzen zum Wohlfühlen dazu. Aber was brauchen die Deutschen, damit es ihnen gut geht? Ist es ausreichend Schlaf, eine ausgewogene Ernährung oder Sex? Die Activia Wohlfühl-Umfrage, eine repräsentative Umfrage unter rund 1.000 Deutschen, deckt die Top-Wohlfühlfaktoren auf.

Lieber leichte Kost als guten Sex?

Die Activia Wohlfühl-Umfrage zeigt: Über die Hälfte der weiblichen Befragten (53 Prozent) gibt an, dass eine ausgewogene Ernährung ihr Wohlbefinden positiv beeinflusst. Für nur 44 Prozent der Frauen hingegen ist Sex dafür entscheidend. Das sehen die deutschen Männer anders: 65 Prozent der männlichen Befragten sagen, dass Sex einen positiven Einfluss auf ihr Wohlbefinden hat.

Die Top-Wohlfühlfaktoren der Deutschen: Schlaf, Wetter und Familie

Neben Sex und einer ausgewogenen Ernährung, zum Beispiel mit Joghurt, nennen die Deutschen noch eine Reihe weiterer Faktoren, die ihr Wohlbefinden steigern: Auf Platz 1 liegt ausreichend Schlaf (79 Prozent), gefolgt von schönem Wetter (78 Prozent), der Familie (73 Prozent) und dem Partner (72 Prozent). Auch hier zeigt sich ein Geschlechterunterschied: Während die Familie das Wohlbefinden von 81 Prozent der Frauen positiv beeinflusst, ist diese nur für 74 Prozent der Männer entscheidend.

Musik als Wohlfühlfaktor: Shakira vor Helene

Auch Musik hat bei den Deutschen Auswirkungen aufs Wohlbefinden: Wenn ein Hit wie „Waka Waka“ von Shakira, der Activia Markenbotschafterin, im Radio läuft, drehen 40 Prozent lauter und



fühlen sich richtig gut dabei. Helene Fischers „Atemlos durch die Nacht“ ist für 28 Prozent ein Grund, das Radio aufzudrehen. Richtig wild wird es im Auto der Männer – sie hören mit „TNT“ von ACDC am liebsten Hard Rock (40 Prozent).

Mit Familie und Freunden sind die Deutschen am zufriedensten/bei Job und Work-Life-Balance besteht Wohlfühlbedarf

Fragt man, mit was und mit wem sich die Deutschen in ihrem Leben wohl fühlen, zeigt sich: Am zufriedensten sind sie mit ihren Freunden (78 Prozent) und ihrer Familie (77 Prozent), gefolgt von ihrer Freizeit (74 Prozent) und ihrem sozialen Umfeld (69 Prozent). Betrachtet man Körper, Job und Work-Life-Balance sieht das Urteil anders aus: Weniger als die Hälfte der Deutschen ist mit ihrem Job (44 Prozent) und mit ihrer Work-Life-Balance (48 Prozent) zufrieden und fast jeder fünfte Deutsche (17 Prozent) gibt an, dass er sich in seinem Körper unwohl fühlt.

Wohlfühl im Vergleich: Die Bayern haben die Nase vorn

Im Vergleich der Bundesländer fällt in Punkto Wohlfühlen auf, dass die Bayern besonders mit ihrem sozialen Umfeld und ihrem Körper zufrieden sind: 76 Prozent der Bayern fühlen sich mit ihrem sozialen Umfeld wohl – und sind damit absoluter Spitzenreiter im bundesweiten Vergleich. Schlusslicht sind die Nordrhein-Westfalen: Mit ihrem sozialen Umfeld sind nur 64 Prozent zufrieden. Auch was das Wohlfühlen im eigenen Körper angeht, haben die Bayern mit 61 Prozent (bundesdeutscher Vergleich: 54 Prozent) die Nase vorn.

Männer haben ihr Wohlbefinden eher selbst in der Hand

Fragt man die Deutschen, inwieweit sie ihr Wohlbefinden von anderen beeinflussen lassen, zeigt sich, dass Männer weniger Einfluss von Außen zulassen: 36 Prozent der männlichen Befragten sagen, dass sie ihr Wohlbefinden selbst in der Hand haben, während dies nur bei 23 Prozent der Frauen der Fall ist.

Deutsche brauchen Unterstützung beim Wohlfühlen

Ob Männer oder Frauen: Wenn es den Deutschen nicht so gut geht – zum Beispiel im Job – wissen nur neun Prozent der Befragten immer, was sie dagegen tun können. „Das zeigt: Die Deutschen haben eindeutig Nachholbedarf in punkto Wohlfühlen“, sagt Achim Sam, der Activia Wohlfühlexperte. „Darum begeben sich gemeinsam mit Activia auf die Suche nach Wohlfühltipps,



die sich ganz einfach in den Alltag integrieren lassen und die Deutschen unterstützen, sich dauerhaft wohlfühlen“. Neuigkeiten dazu werden in Kürze auf activia.de veröffentlicht.

Über die Innofact - Umfrage

Die bevölkerungsrepräsentative Activia Wohlfühl-Umfrage wurde im Zeitraum vom 11.3. bis zum 12.3.2014 online durchgeführt. Befragt wurden 1.052 Deutsche im Alter von 14 bis 69 Jahren. Die Ergebnisse wurden gerundet.

Über die Kommunikation von Activia

Die Sängerin Shakira ist seit März 2014 Markenbotschafterin von Activia in über 50 Ländern. In Deutschland wird die Kampagne zusätzlich unterstützt von Ernährungswissenschaftler Achim Sam, Lifestyle-Redakteur und Erfinder der 24 Stunden Diät. Als Activia Wohlfühlexperte befragt Achim Sam Experten aus den Bereichen Ernährung, Bewegung und Musik, rund um das Activia Motto „Wohlfühlen kommt von innen“ und entlockt ihnen alltagstaugliche Wohlfühl-Tipps.

Activia: Seit 2004 einer der beliebtesten Joghurts in Deutschland

Activia ist weltweit die größte Marke unter den Milchfrischeprodukten. Eingeführt in 1987 gibt es Activia heute in 70 Ländern auf fünf Kontinenten. In Deutschland ist Activia seit 2004 auf dem Markt. Activia enthält neben herkömmlichen Joghurtkulturen die besondere Bifidus Kultur ActiRegularis. Durch diesen Mix an Kulturen erhält Activia seinen charakteristisch milden und bei Konsumenten so beliebten Geschmack. Zur Produktfamilie gehören fünf verschiedene Joghurtprodukte mit jeweils zahlreichen, verschiedenen Geschmackssorten. Ob Natur, Fruchtsorten, Trockenfrucht, Cerealien oder Müsli: Activia bietet eine große Vielfalt. Hinter den Activia Produkten stehen 90 Jahre Danone Erfahrung und Begeisterung für Milchprodukte.

Über Danone

Danone steht seit 1919 für Joghurttradition und zeichnet sich bis heute durch eine besondere Expertise für feinsten Joghurtgenuss aus. In den deutschen Molkereien Rosenheim, Ochsenfurt und Hagenow verwendet Danone die frische Milch regionaler Landwirte für höchste Qualität und Frische seiner Joghurt- und Milchfrischeprodukte. Beliebte Marken von Danone sind Activia, Actimel, Fruchtzwerg, Dany Sahne, Die Danone Molkerei, Danone Disney® und neu: die Danone Mars® Produkte.

Für Interviewanfragen, Bildmaterial und weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Sandra Ibing, Danone GmbH, Tel.: 089 / 62733 – 374, E-Mail: presse@danone.de

Tiina Decker, Danone GmbH, Tel. 089 / 62733 – 437, E-Mail: presse@danone.de

Tanja Waxenberger, fischerAppelt, relations GmbH, Tel.: 089 / 7474 66 – 31 E-Mail: twa@fischerappelt.de

Alle aktuellen Presseinformationen finden Sie auch in unserem Newsroom: <http://presse.danone.de>