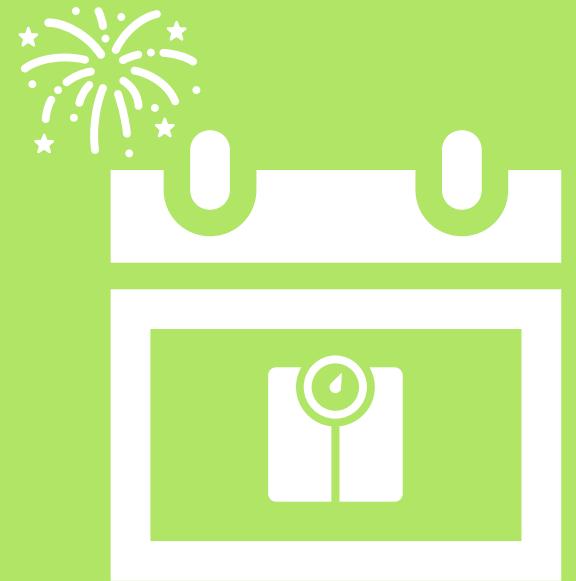


# Neujahrsvorsätze

Dezember 2025

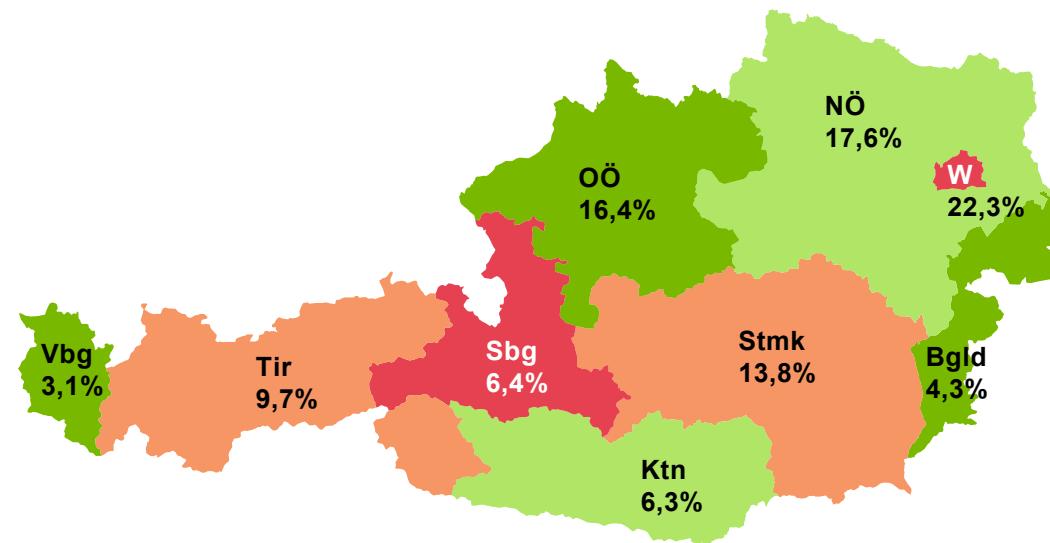
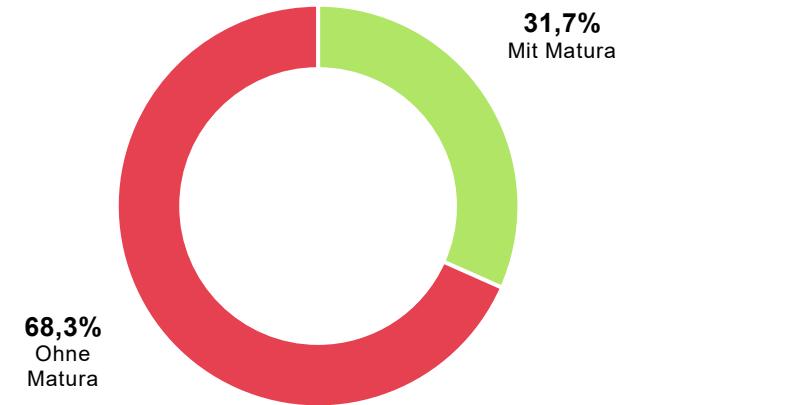
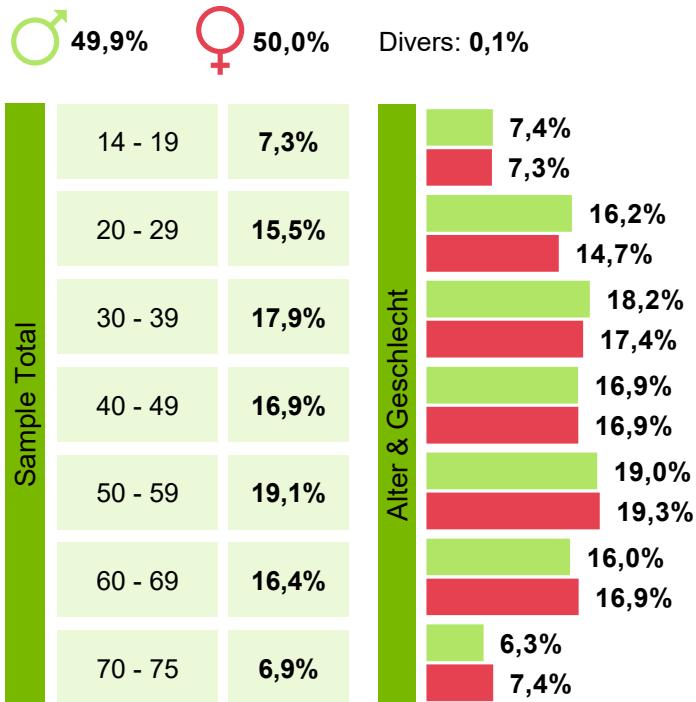


**marketagent.**

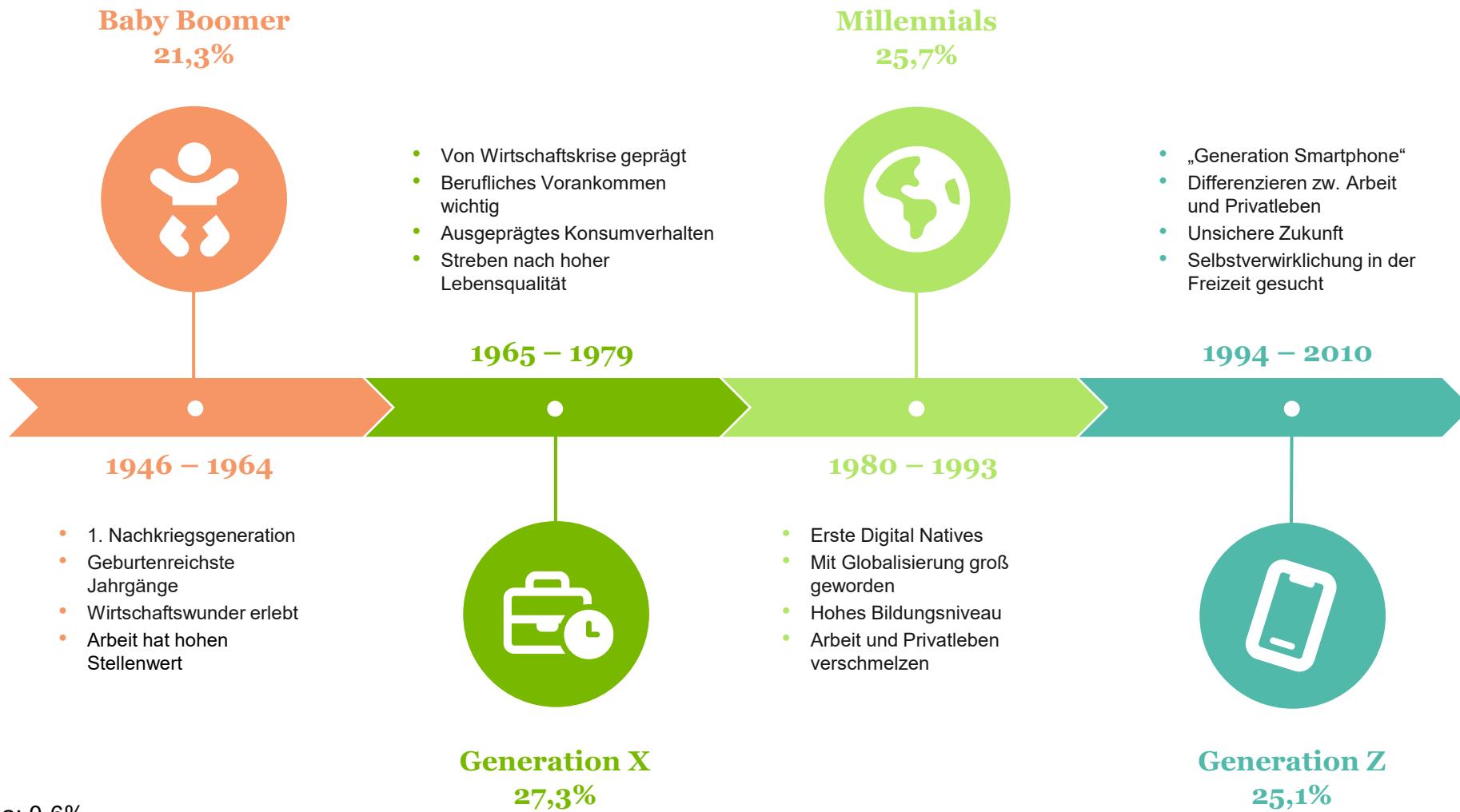
# Umfrage-Basics

<b>Auftraggeber</b>	Himmelpower Communications GmbH für Novo Nordisk Pharma GmbH
<b>Methode</b>	CAWI   Marketagent Online Access Panel
<b>Sample-Größe</b>	n = 1.000 Netto-Interviews
<b>Kernzielgruppe</b>	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren   Inzidenz: 100%
<b>Quotensteuerung</b>	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung   Random Selection   gewichtet
<b>Feldzeit</b>	17.12.2025 - 22.12.2025
<b>Studienumfang</b>	3 Fragen
<b>Mobile Teilnahme</b>	63,2%
<b>Daten-Cleaning</b>	78 Respondent*innen

# Zusammensetzung des Samples | n = 1.000



# Generationen im Überblick | n = 1.000



\*Generation Alpha: 0,6%

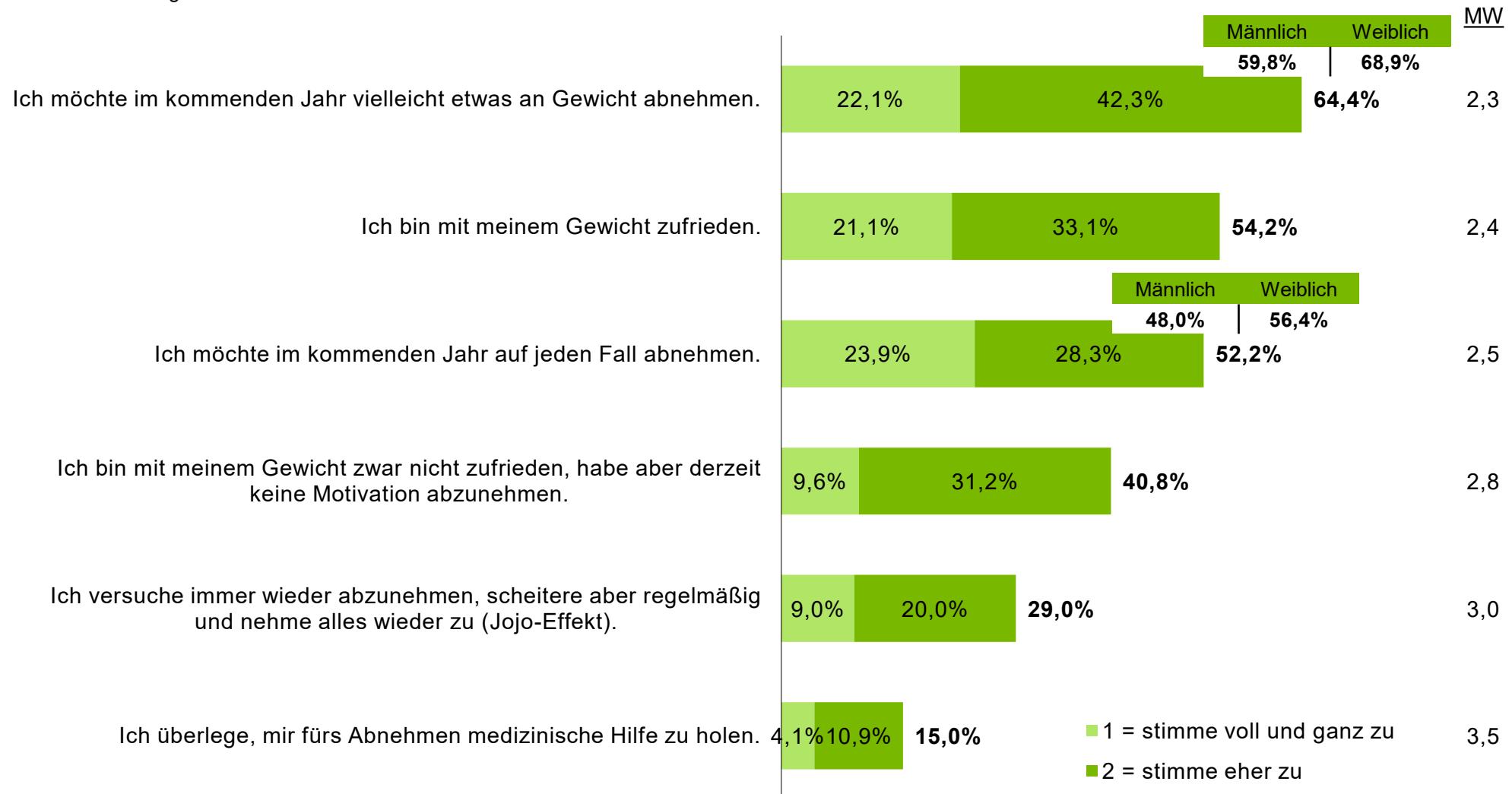
# Familien-/ Wohnsituation | n = 1.000



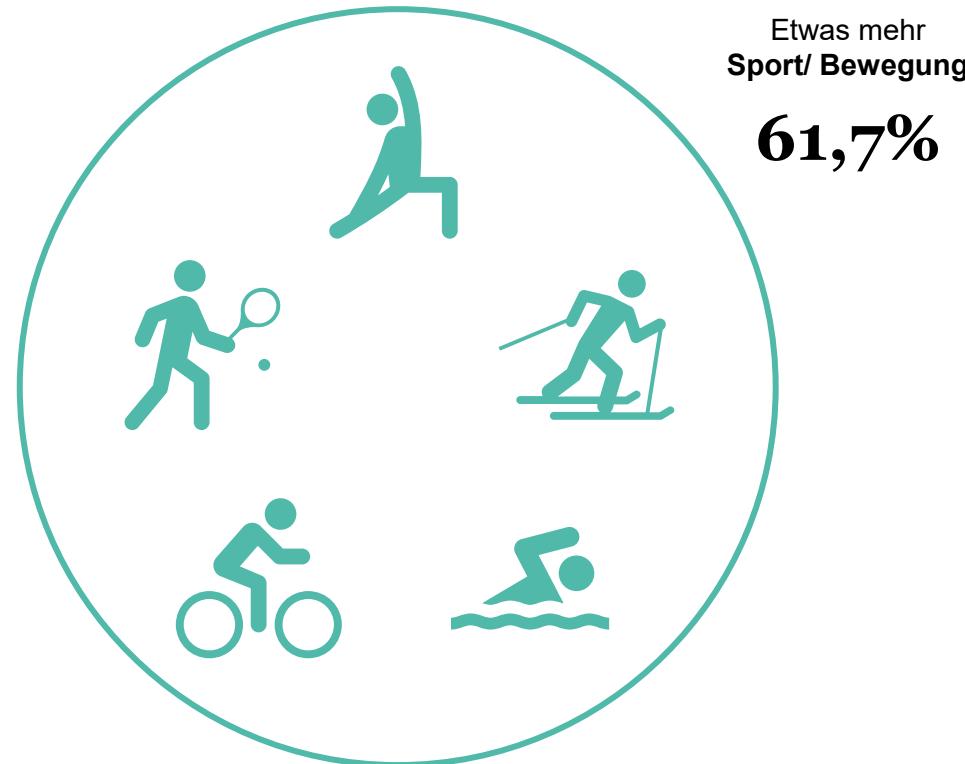
# Ergebnisse

# Einstellungen zum eigenen Gewicht und Abnehmvorhaben

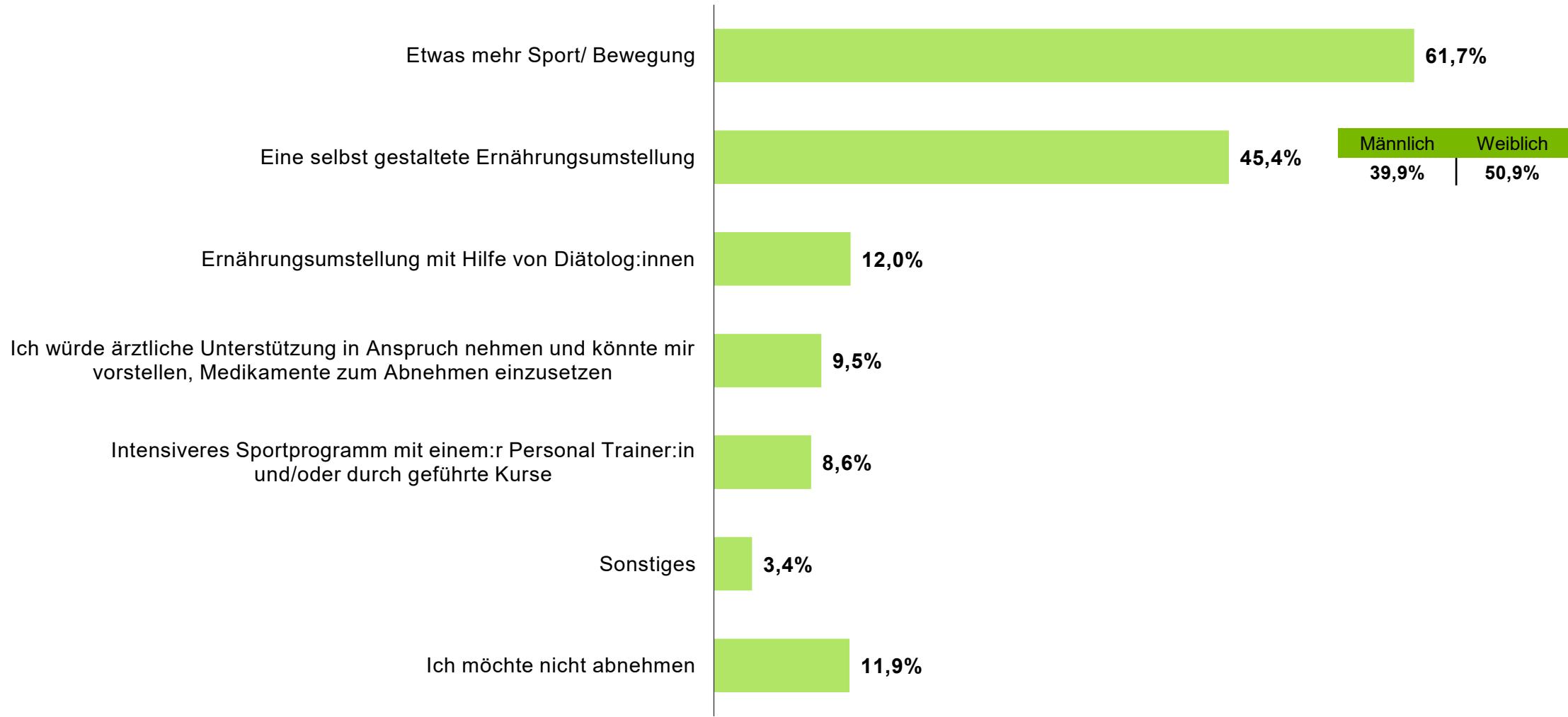
Top-2-Box: stimme voll und ganz zu / stimme eher zu



## Top 2 bevorzugte Methoden zur Gewichtsreduktion

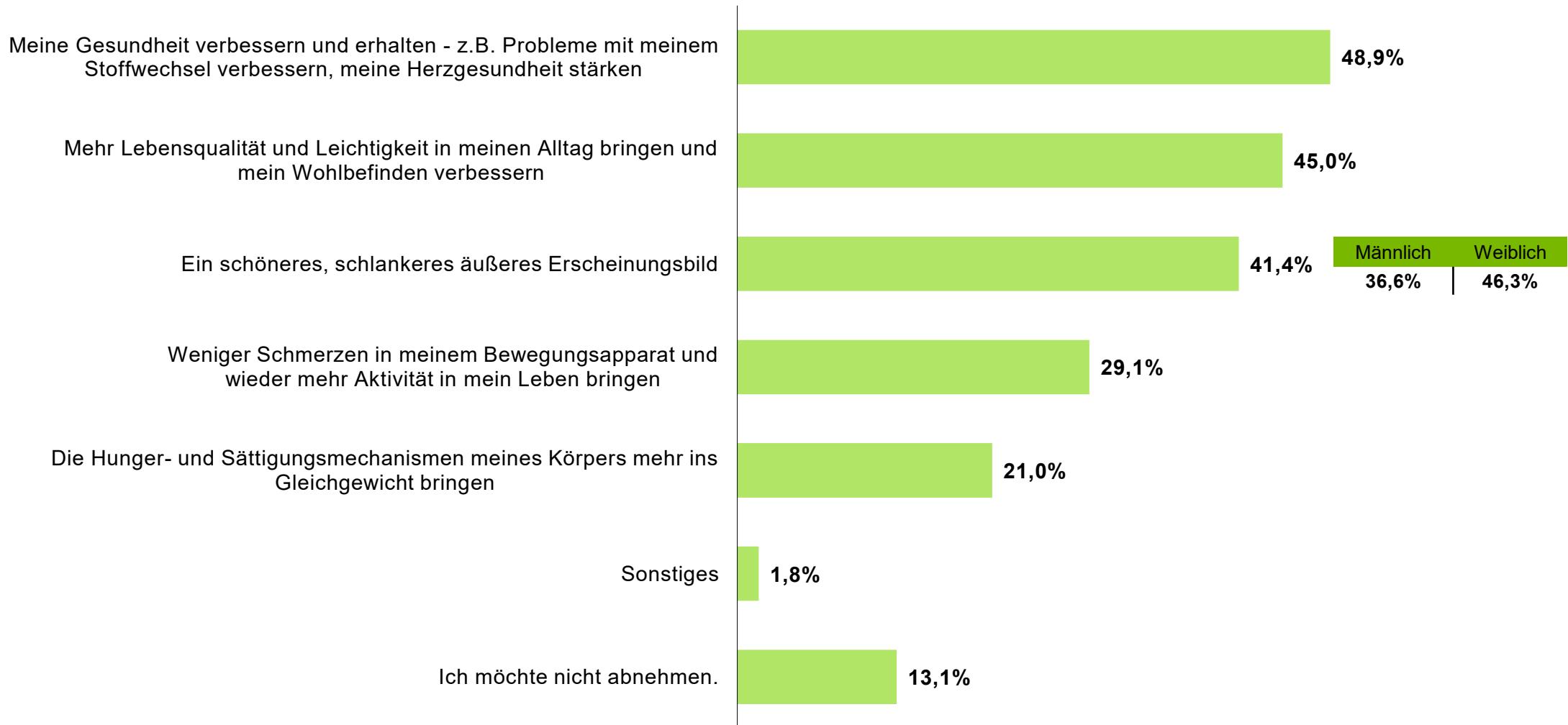


# Bevorzugte Methoden zur Gewichtsreduktion



2. [...] Angenommen Sie möchten einen Versuch zur Gewichtsreduktion starten - welche Methode(n) würden Sie bevorzugt wählen? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

# Persönliche Ziele beim Abnehmen



3. Was sind bzw. wären Ihre vorrangigen Ziele bei der Reduzierung von Gewicht? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

einfach  
schnell  
fragen.

**Mag. Daniela Schöller**  
**Studienleiterin**

d.schoeller@marketagent.com  
02252 909 009 22

Mühlgasse 59  
2500 Baden

[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)



**LEITBETRIEBE AUSTRIA**



**marketagent.**

# Schwankungsbreite

bei einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5%

## Lesebeispiel:

Wenn bei einer Stichprobengröße von  $n = 1.000$  der erobene Wert bei 40 Prozent liegt, dann weicht der „wahre“ Wert mit einer Wahrscheinlichkeit von 95% um maximal 3,0 Prozentpunkte (Schwankungsbreite 3,0)

vom erobenen Stichprobenwert ab.  
D.h. addiert bzw. subtrahiert man diese 3,0 vom erobenen Stichprobenwert, so erhält man die Grenzen, innerhalb derer der „wahre“ Wert in der Grundgesamtheit liegt.

	Erhobener Wert in %									
	3	5	10	15	20	25	30	40	50	
Fallzahl	97	95	90	85	80	75	70	60	50	
100	3,3	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,6	9,8	
200	2,4	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,8	6,9	
300	1,9	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,5	5,7	
400	1,7	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,8	4,9	
500	1,5	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,3	4,4	
750	1,2	1,6	2,1	2,6	2,9	3,1	3,3	3,5	3,6	
1.000	1,1	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,1	
1.250	0,9	1,2	1,7	2,0	2,2	2,4	2,5	2,7	2,8	
1.500	0,9	1,1	1,5	1,8	2,0	2,2	2,3	2,5	2,5	
2.000	0,7	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2	
2.500	0,7	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	2,0	
3.000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,8	1,8	
3.500	0,6	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	
4.000	0,5	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,5	
5.000	0,5	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	
7.500	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	
10.000	0,3	0,4	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	

Quelle: Claus Ebster, Lieselotte Stalzer: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, UTB 2017