

KOSENAMEN 2013

Eine repräsentative Umfrage unter 5.000 Deutschen

Hinweis:

Alle Studienergebnisse sind unter Nennung der Quelle www.befragmich.de und Mitteilung an uns zur Veröffentlichung freigegeben. Um Belegexemplare der Veröffentlichung wird gebeten.

Hamburg, im Februar 2013



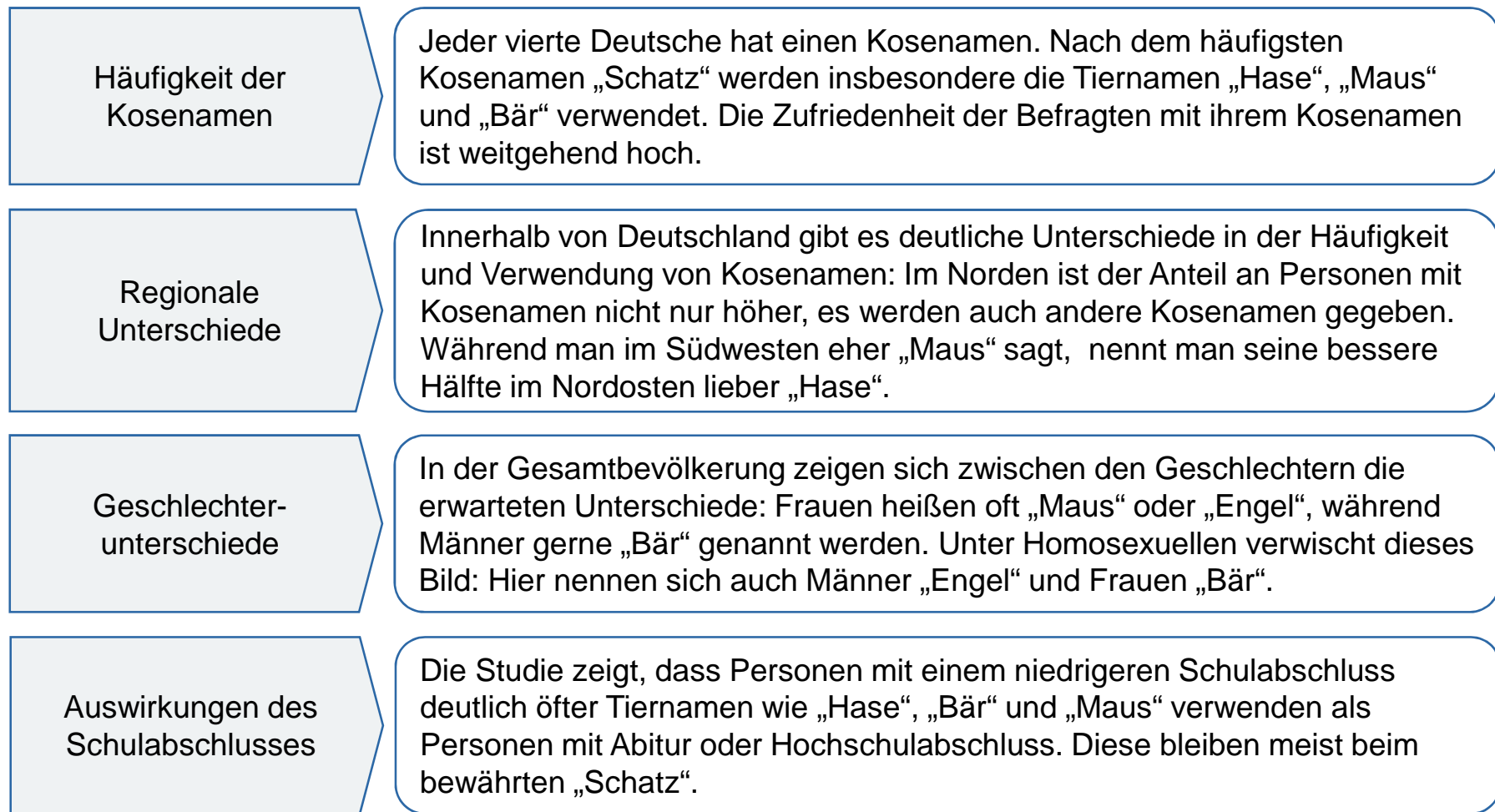
Knapp 5.000 Personen wurden über das Umfrageportal BEFRAGMICH zum Thema Kosenamen befragt.

ERHEBUNGSDATEN

Untersuchungs-gegenstand	Verbreitung und Verwendung von Kosenamen in Deutschland sowie Unterschiede in verschiedenen Regionen, zwischen Männern und Frauen und bei unterschiedlichen Schulabschlüssen.
Stichprobe	n = 4.966 Teilnehmer von BEFRAGMICH (für die Struktur siehe Abschnitt „Soziodemografische Daten“)
Befragungszeitraum	14.11.2012 bis 05.12.2012
Methode	Repräsentative Onlineumfrage unter in Deutschland lebenden Personen über das aktiv und passiv rekrutierte Online Access Panel www.befragmich.de

Die Ergebnisse der Studie lassen unterschiedliche Kernaussagen zu.

ZUSAMMENFASSUNG DER KERNAUSSAGEN



Studienergebnisse

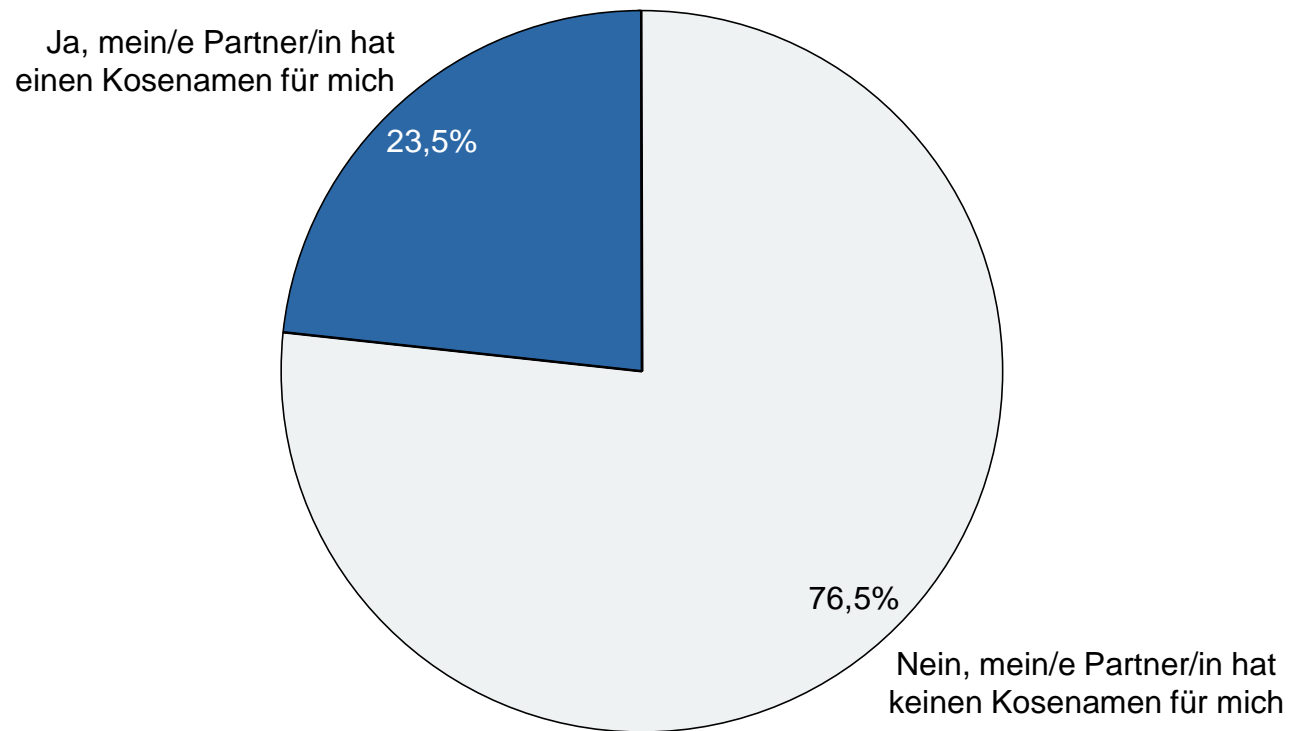
Soziodemografische Daten

Über BEFRAGMICH®

Gut jeder vierte Deutsche wird von seinem oder ihrem Partner mit einem Kosenamen angesprochen.

AUSGANGSSITUATION: ANTEIL DER BEFRAGTEN MIT KOSENAMEN

„Hat Ihr Partner einen Kosenamen für Sie?“

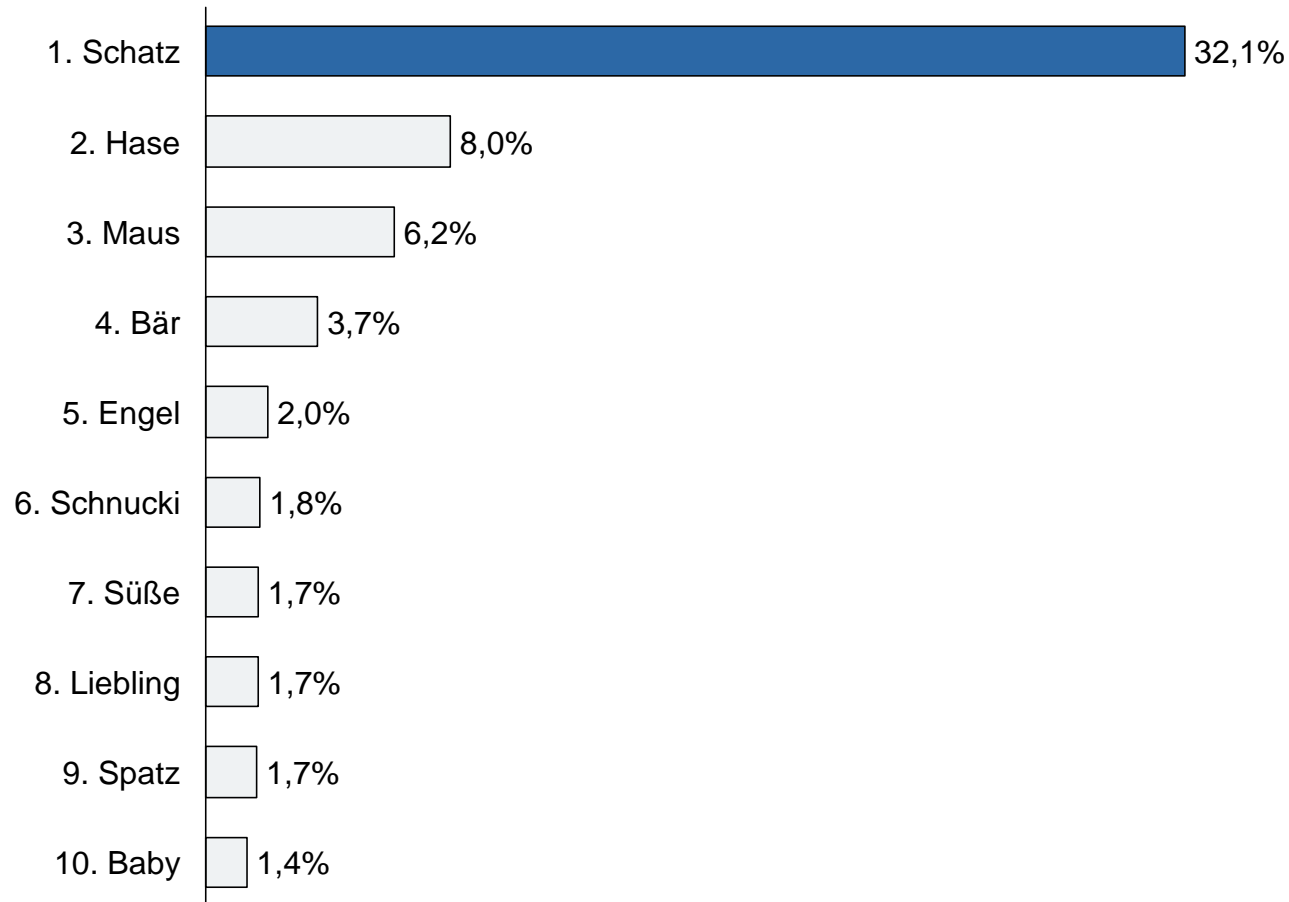


n=4.824

„Schatz“ ist mit großem Abstand der häufigste Kosenamen: Fast jeder dritte Kosenamen lautet so.

HÄUFIGSTE KOSENAMEN

„Mein Partner hat folgenden Kosenamen für mich / Ich habe folgenden Kosenamen für meinen Partner:“

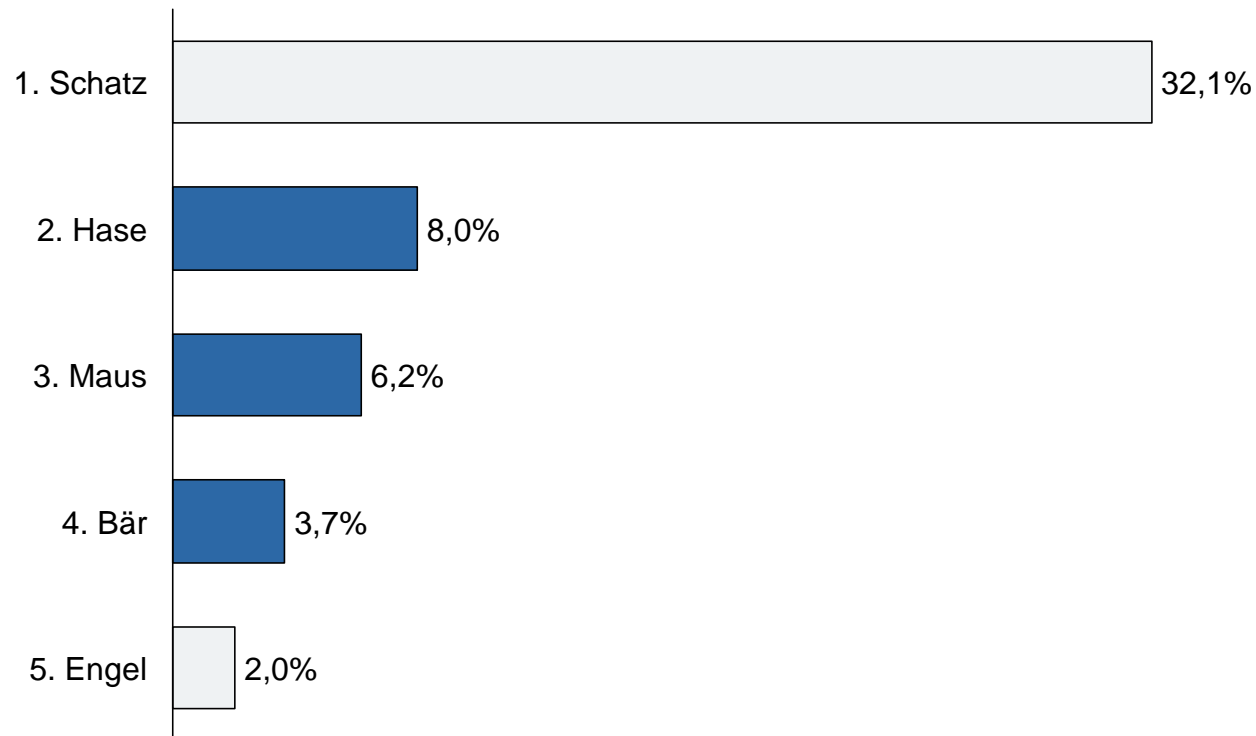


n=1.920 Personen, die einen Kosenamen von ihrem / für ihren Partner haben

Die Plätze Zwei bis Vier nehmen mit „Hase“, „Maus“ und „Bär“ drei Tiernamen ein.

HÄUFIGSTE KOSENAMEN

„Mein Partner hat folgenden Kosenamen für mich / Ich habe folgenden Kosenamen für meinen Partner:“

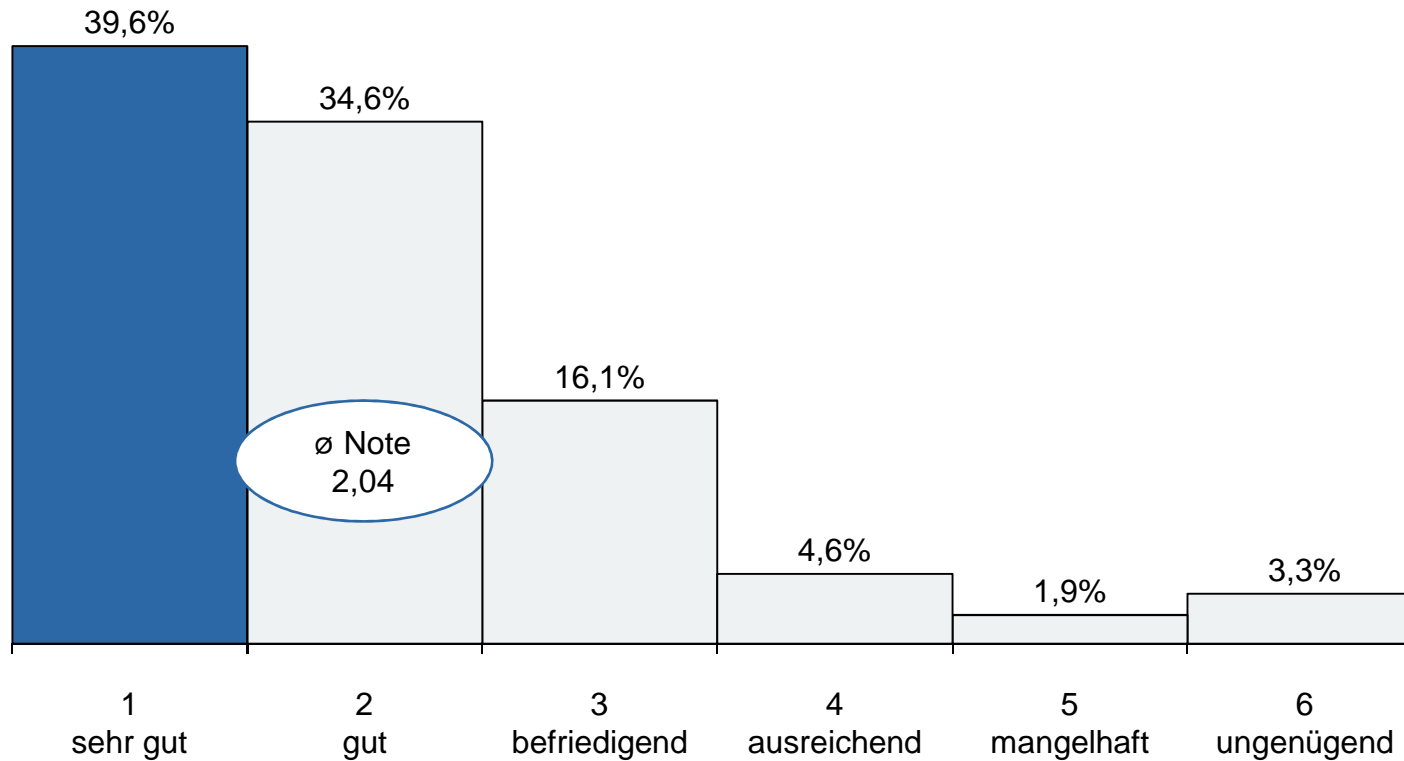


n=1.920 Personen, die einen Kosenamen von ihrem / für ihren Partner haben

Personen mit Kosenamen finden diesen im Schnitt „gut“, zu vierzig Prozent sogar „sehr gut“.

GEFALLEN DES EIGENEN KOSENAMENS IN SCHULNOTEN

„Wir finden Sie den Kosenamen, den Ihr/e Partner/in für Sie hat?“



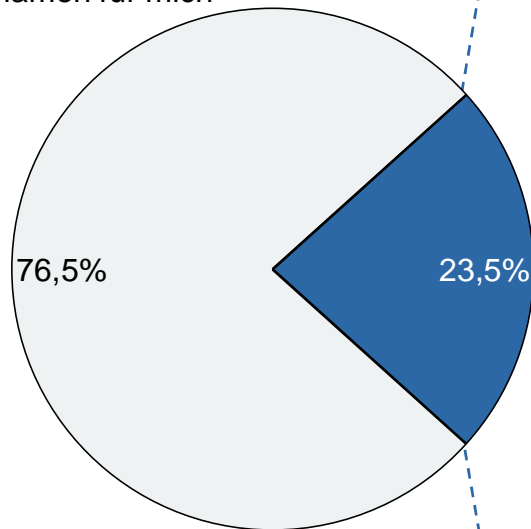
n=1.132 Personen, die einen Kosenamen von ihrem Partner haben

Jeder Elfte würde seinen Kosenamen lieber gegen einen anderen tauschen.

WUNSCH NACH ANDEREM KOSENAMEN

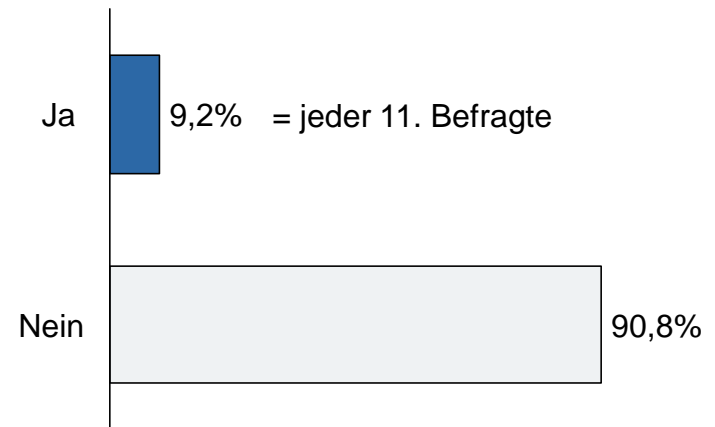
„Hat Ihr Partner einen Kosenamen für Sie?“

Nein, mein/e Partner/in hat keinen Kosenamen für mich



Ja, mein/e Partner/in hat einen Kosenamen für mich

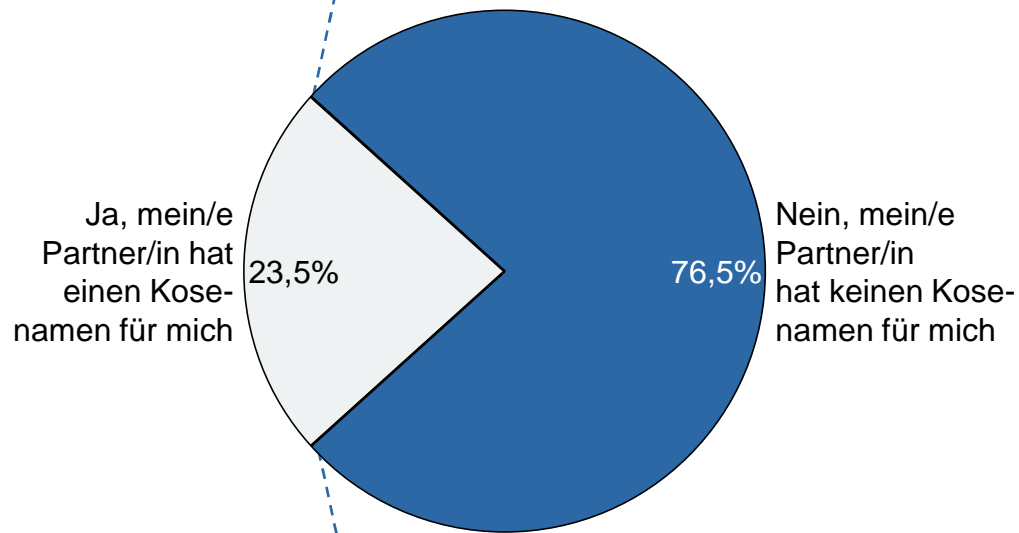
„Hätten Sie lieber einen anderen Kosenamen?“



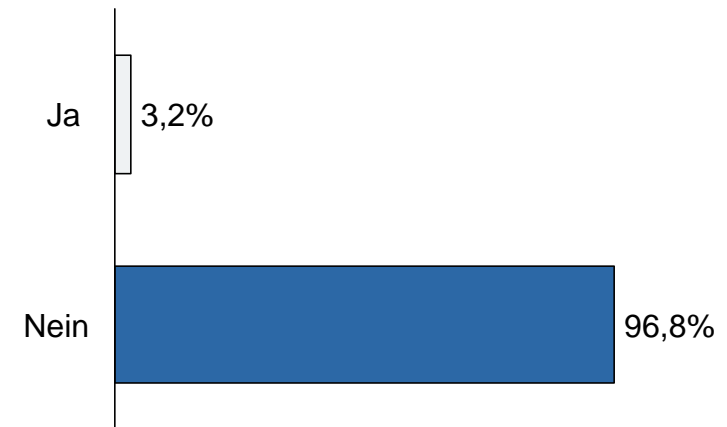
Wer keinen Kosenamen hat, möchte in aller Regel auch keinen haben.

WUNSCH NACH KOSENAMEN BEI NICHTVORHANDENSEIN

„Hat Ihr Partner einen Kosenamen für Sie?“



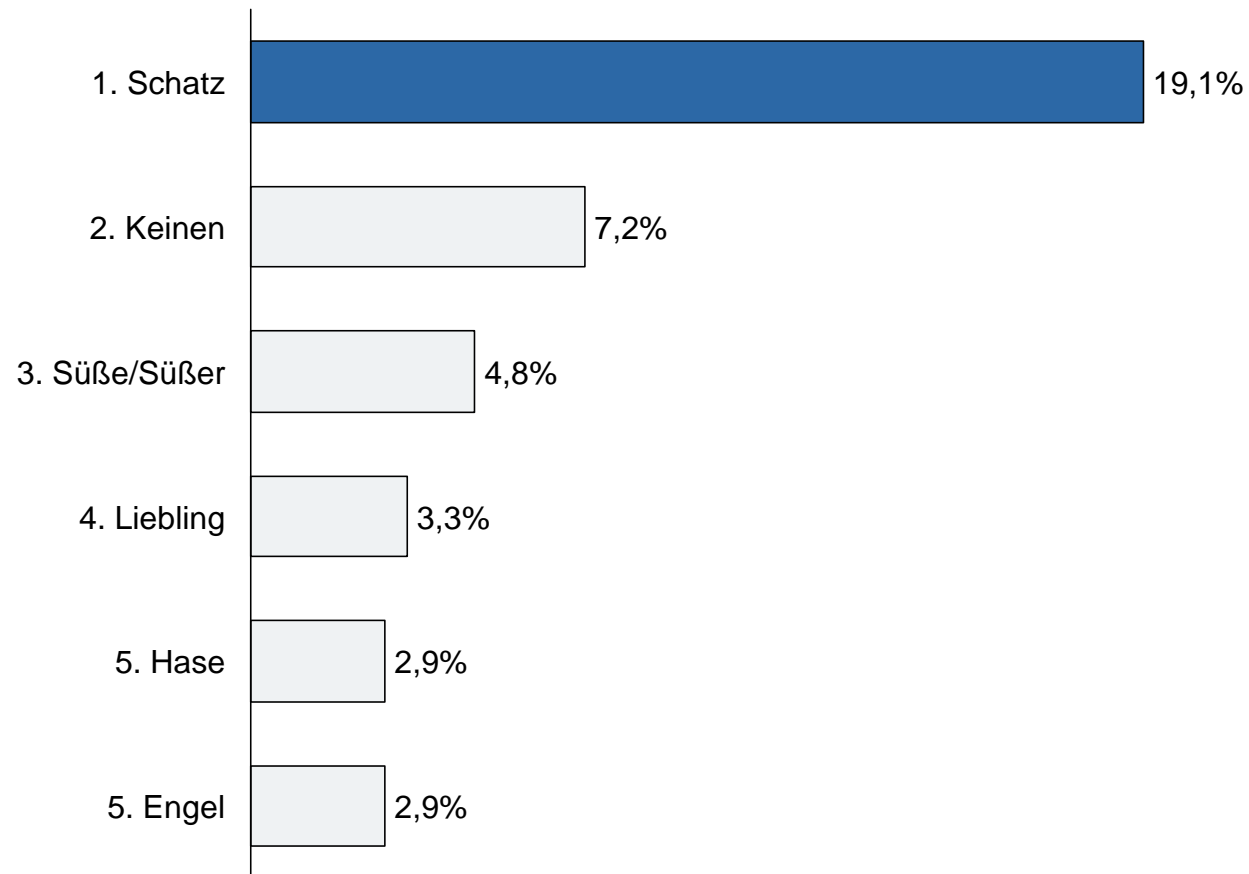
„Hätten Sie lieber einen Kosenamen?“



Der Grund für die Unzufriedenheit ist oft, dass die Befragten lieber „Schatz“ heißen wollen.

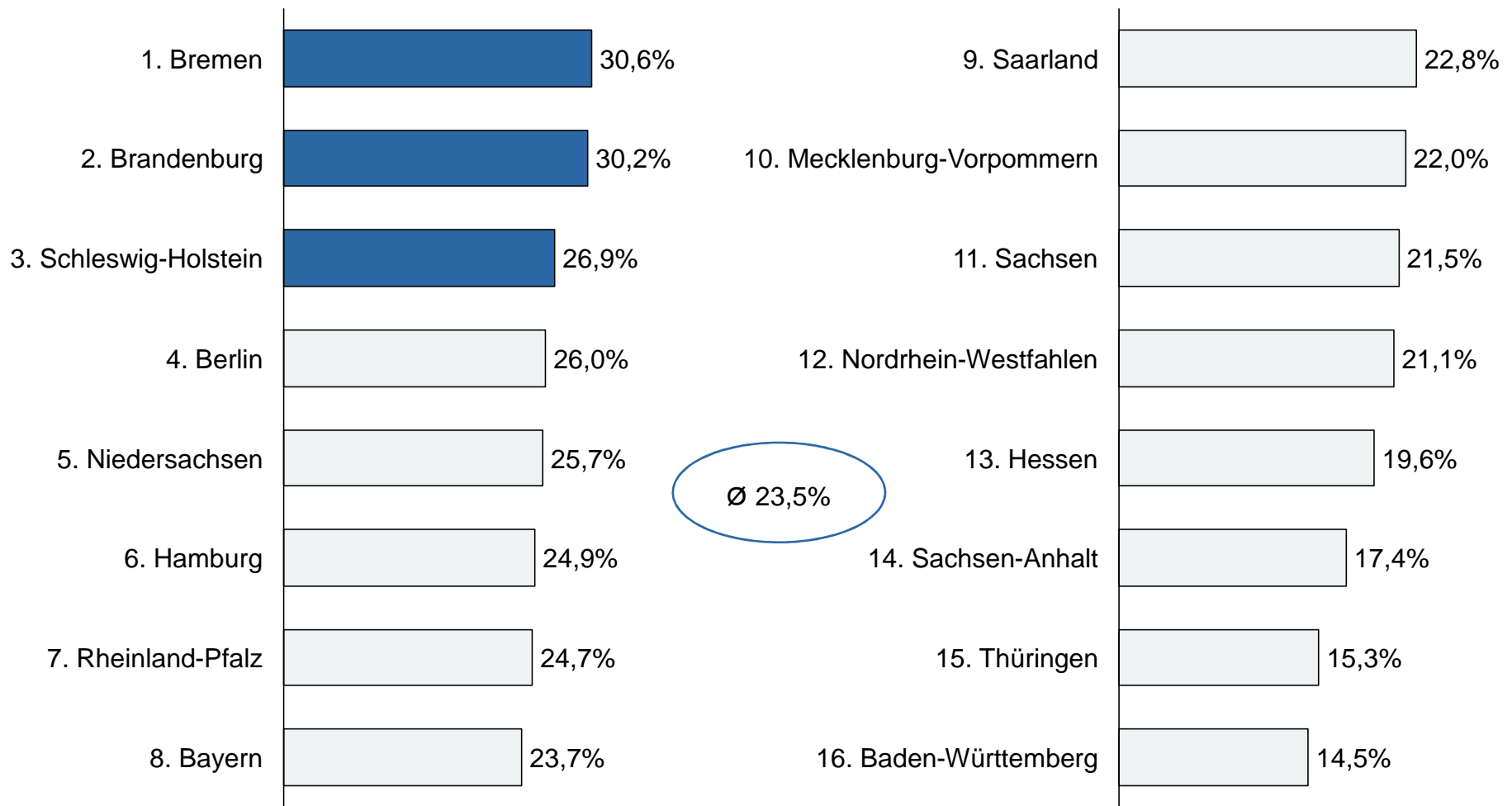
WUNSCH-KOSENAMEN VON UNZUFRIEDENEN / BEFRAGTEN OHNE KOSENAMEN MIT WUNSCH NACH KOSENAMEN

„Welchen Kosenamen hätten Sie gerne?“



Die Top 3 der Bundesländer mit dem höchsten Anteil an Kosenamen sind Bremen, Brandenburg und Schleswig-Holstein.

ANTEIL DER BEFRAGTEN MIT KOSENAMEN NACH BUNDESLÄNDERN

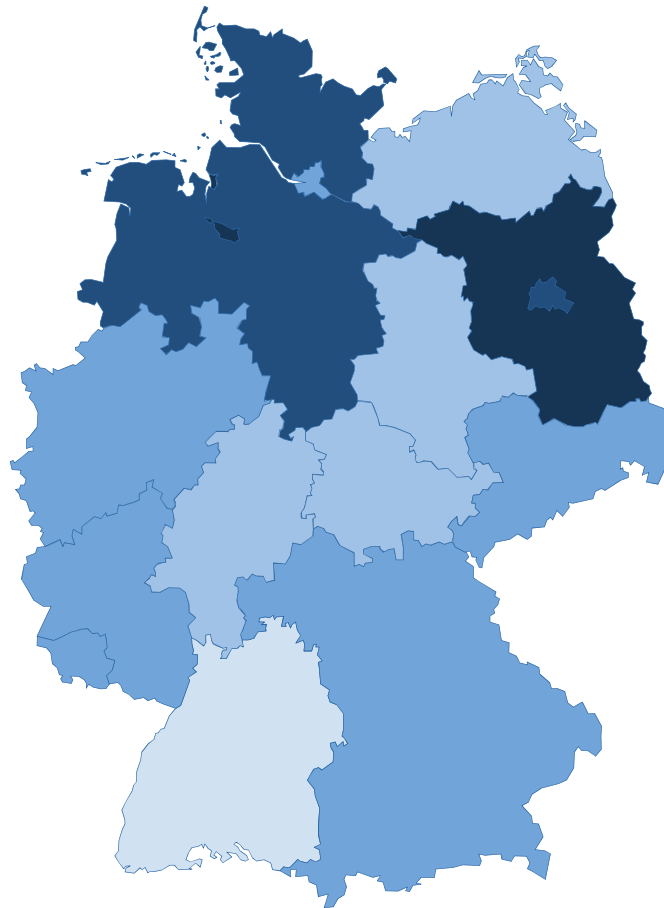
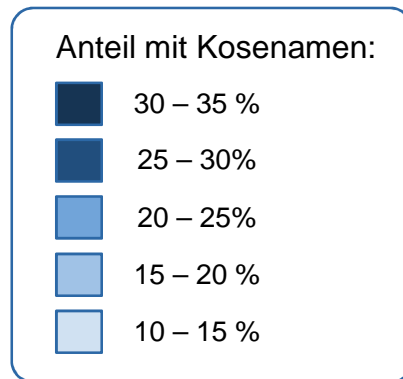


n=4.824

Der Anteil der Befragten mit Kosenamen ist in Baden-Württemberg am niedrigsten und nimmt nach Norden hin zu.

ANTEIL DER BEFRAGTEN MIT KOSENAMEN

„Hat Ihr Partner einen Kosenamen für Sie?“

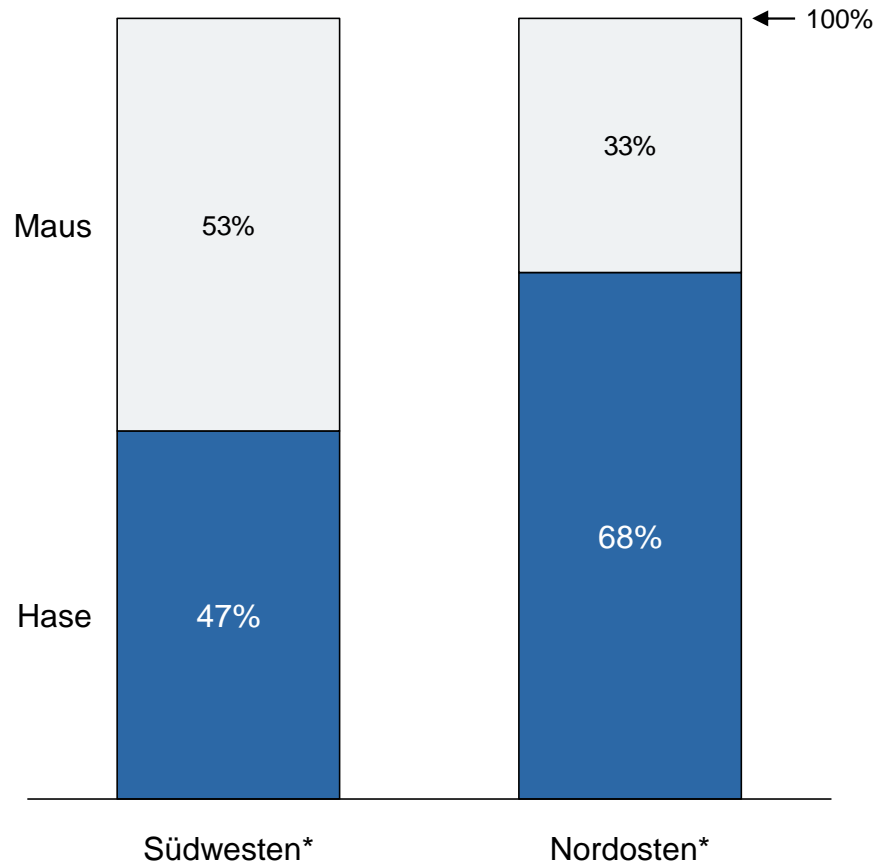


- In Bremen haben die Deutschen am häufigsten einen Kosenamen.
- Brandenburg ist das Flächenland mit der höchsten Anteil an Kosenamenträgern.
- Diese beiden Bundesländer haben ein mehr als doppelt so hohen Anteil an Kosenamenträgern wie der letztplatzierte in dieser Reihe.
- Baden-Württemberg ist das einzige Bundesland mit weniger als 15% Bürgern mit Kosenamen.
- Alle Bundesländer mit einem Anteil von mehr als 25% liegen im Norden.
- Tendenziell nimmt der Anteil der Kosenamen nach Norden hin zu.



n=4.824

Nach „Schatz“ werden beim zweiten Platz regionale Unterschiede deutlich: Im Südwesten ist „Maus“ vorne, im Nordosten dominiert „Hase“.

KOSENAMEN NACH REGION – MAUS VS. HASE



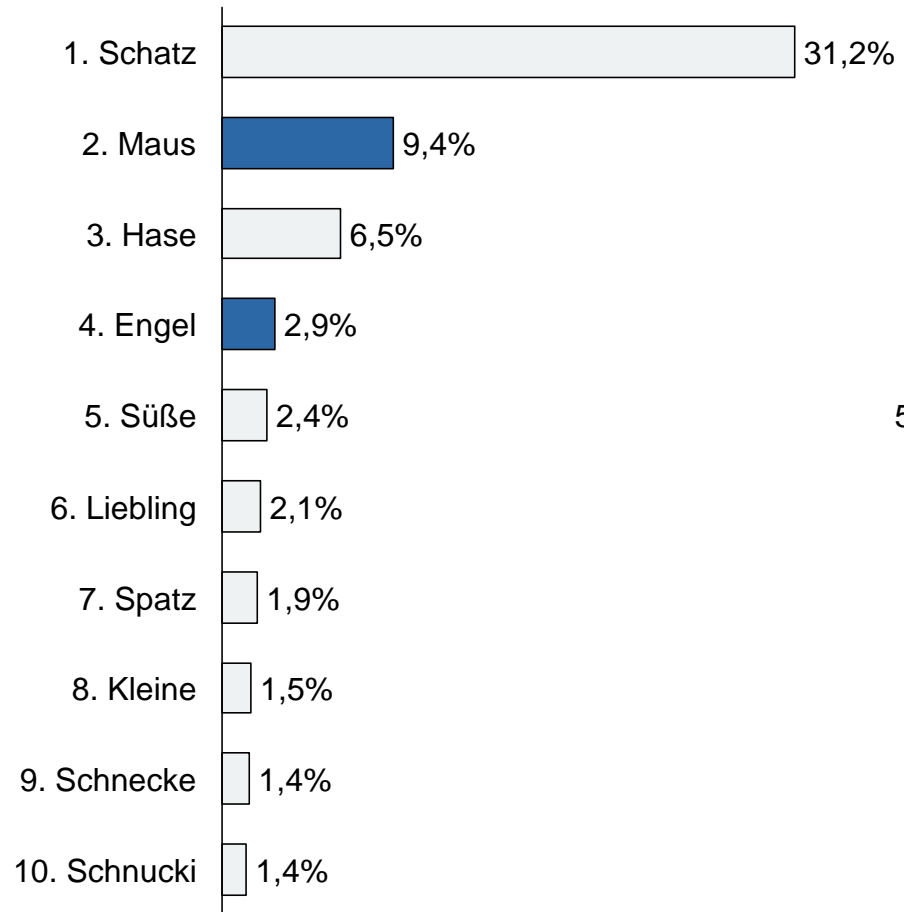
*Markierungen:

-  Nordosten
-  Südwesten

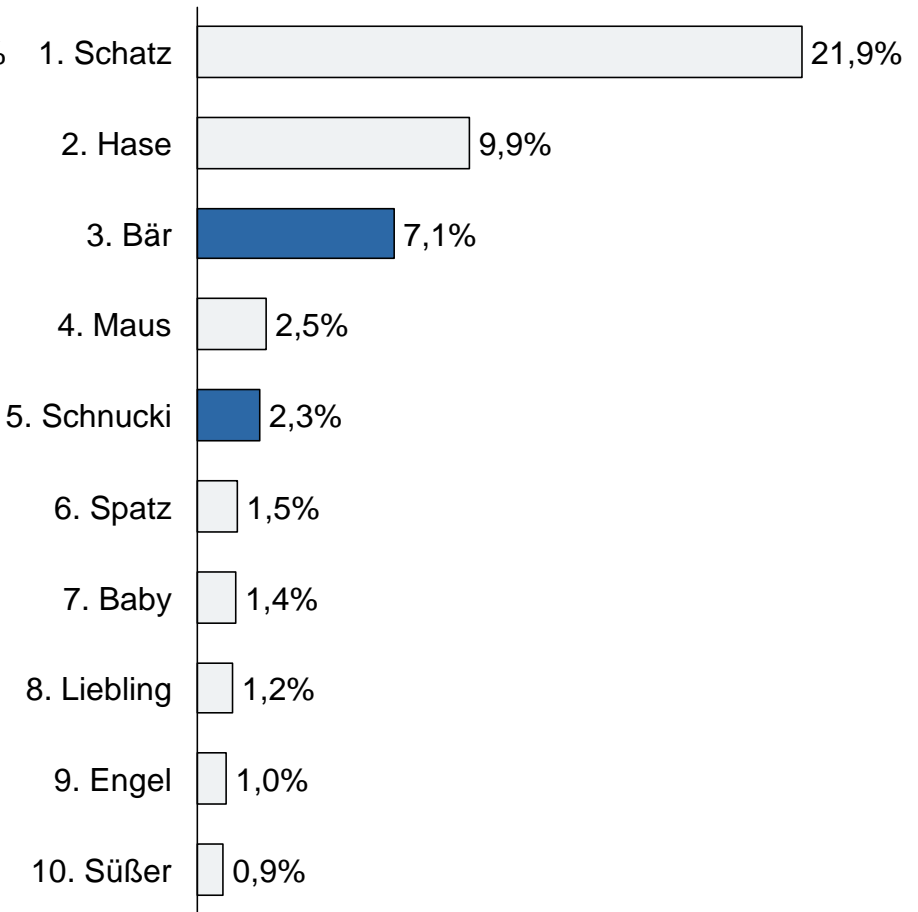
Bei den Frauen sind „Maus“ und „Engel“ geläufige Kosenamen, während bei den Männern „Bär“ und auch „Schnucki“ häufiger vorkommen.

KOSENAMEN NACH GESCHLECHT

Häufigste Kosenamen für Frauen



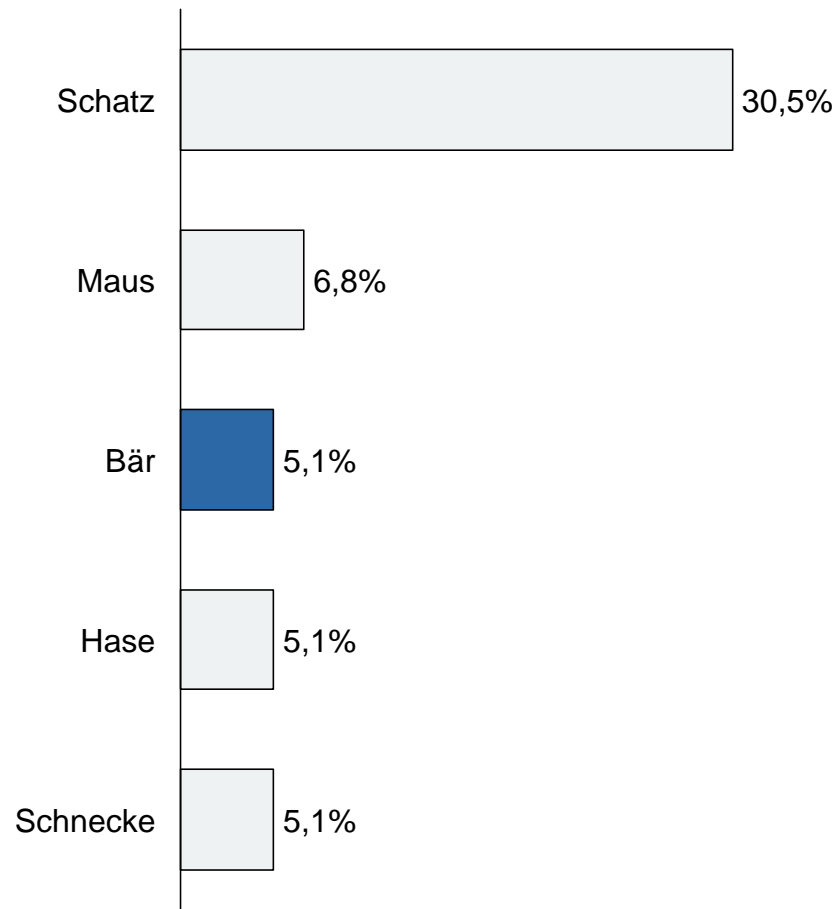
Häufigste Kosenamen für Männer



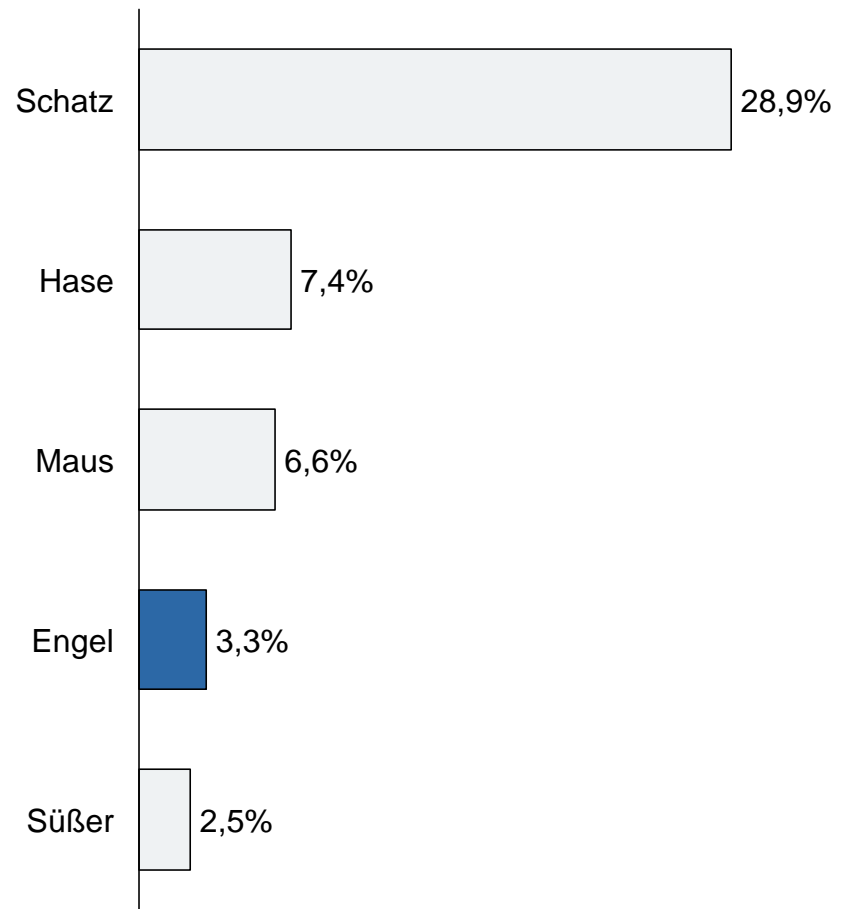
Unter homosexuellen Männern und Frauen sind die untypischen Kosenamen „Bär“ für Frauen und „Engel“ für Männer häufiger als sonst.

HÄUFIGSTE KOSENAMEN

Häufigste Kosenamen für homosexuelle Frauen

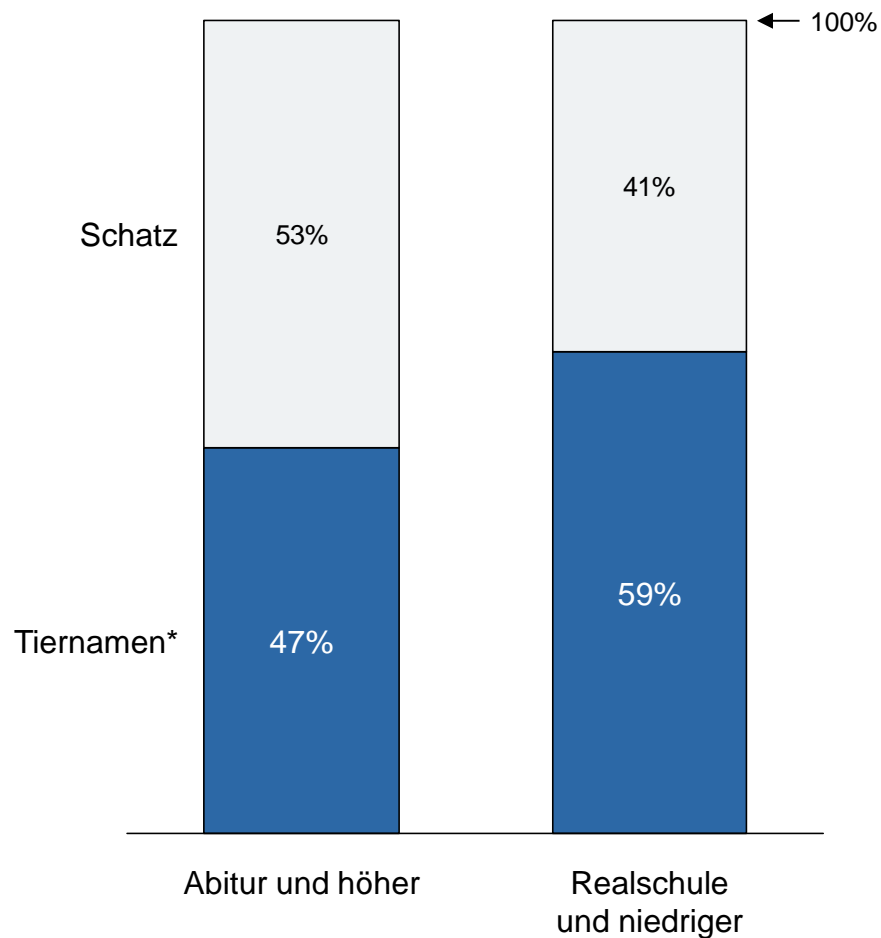


Häufigste Kosenamen für homosexuelle Männer



„Schatz“ ist vor allem bei besser Qualifizierten beliebt, während Befragte mit niedrigerer Bildung deutlich öfter Tiernamen benutzen.

KOSENAMEN NACH SCHULABSCHLUSS

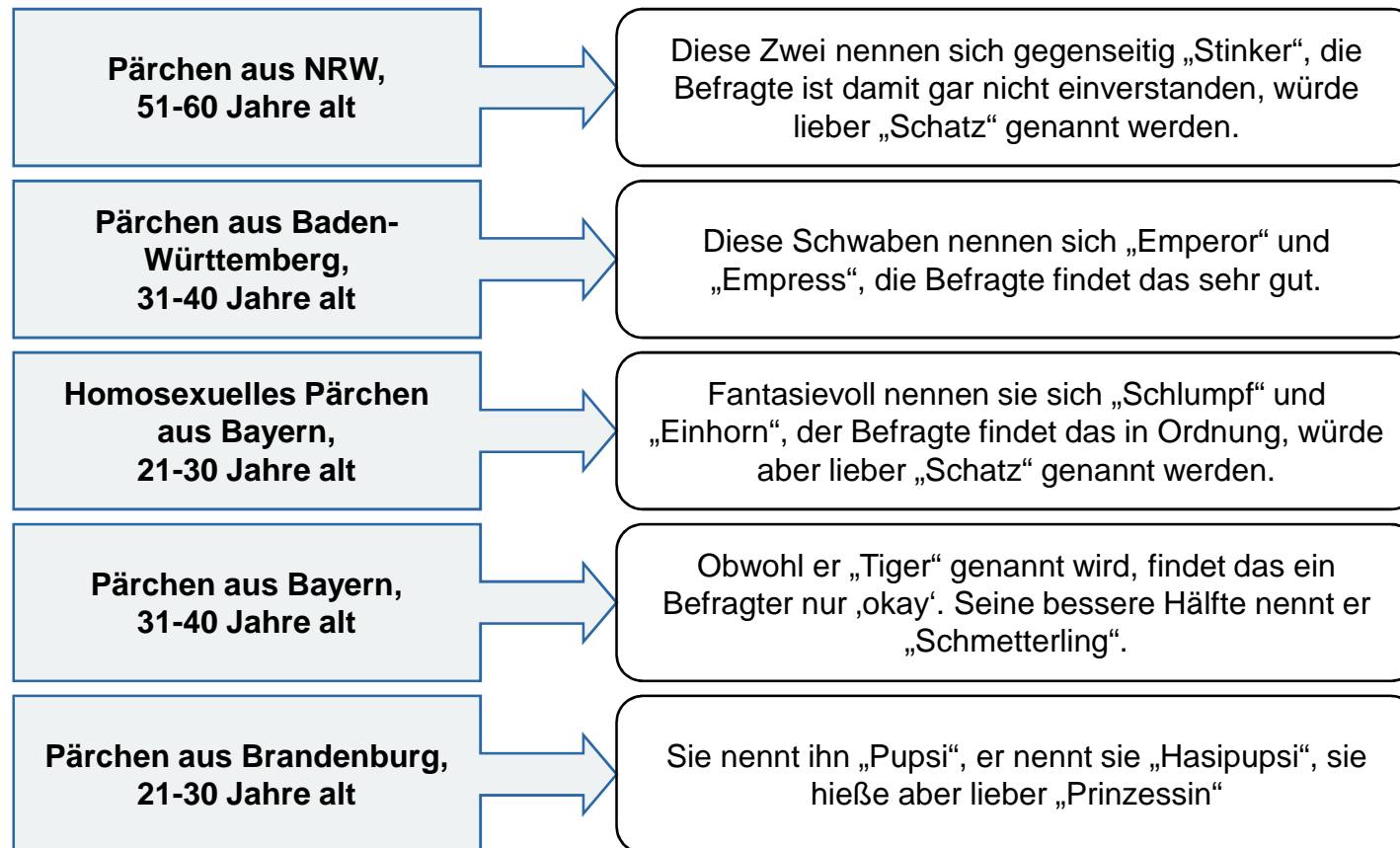


- Wer mindestens Abitur hat, wird häufiger „Schatz“ genannt, als dass er oder sie einen Tiernamen bekommt.
- Bei Personen mit Realschulabschluss oder niedriger sind die Namen „Hase“, „Maus“ und „Bär“ deutlich mehr vertreten als „Schatz“.
- Insofern werden Tiernamen Personen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen in der Summe häufiger gegeben als bei höheren Abschlüssen.
- Gründe können darin zu finden sein, dass Akademiker tendenziell konservativer sind und mehr auf ihre Außenwirkung bedacht sind, so dass ein Kosenamen auch bedenkenlos in der Öffentlichkeit verwendet werden kann.
- Ferner könnte man argumentieren, dass Personen mit niedrigerem Bildungsabschluss gefühlsbetonter, kreativer und offener sind, was sich in der Wahl tierischer Kosenamen niederschlägt.

*häufigste drei Tiernamen: „Hase“, „Maus“ und „Bär“

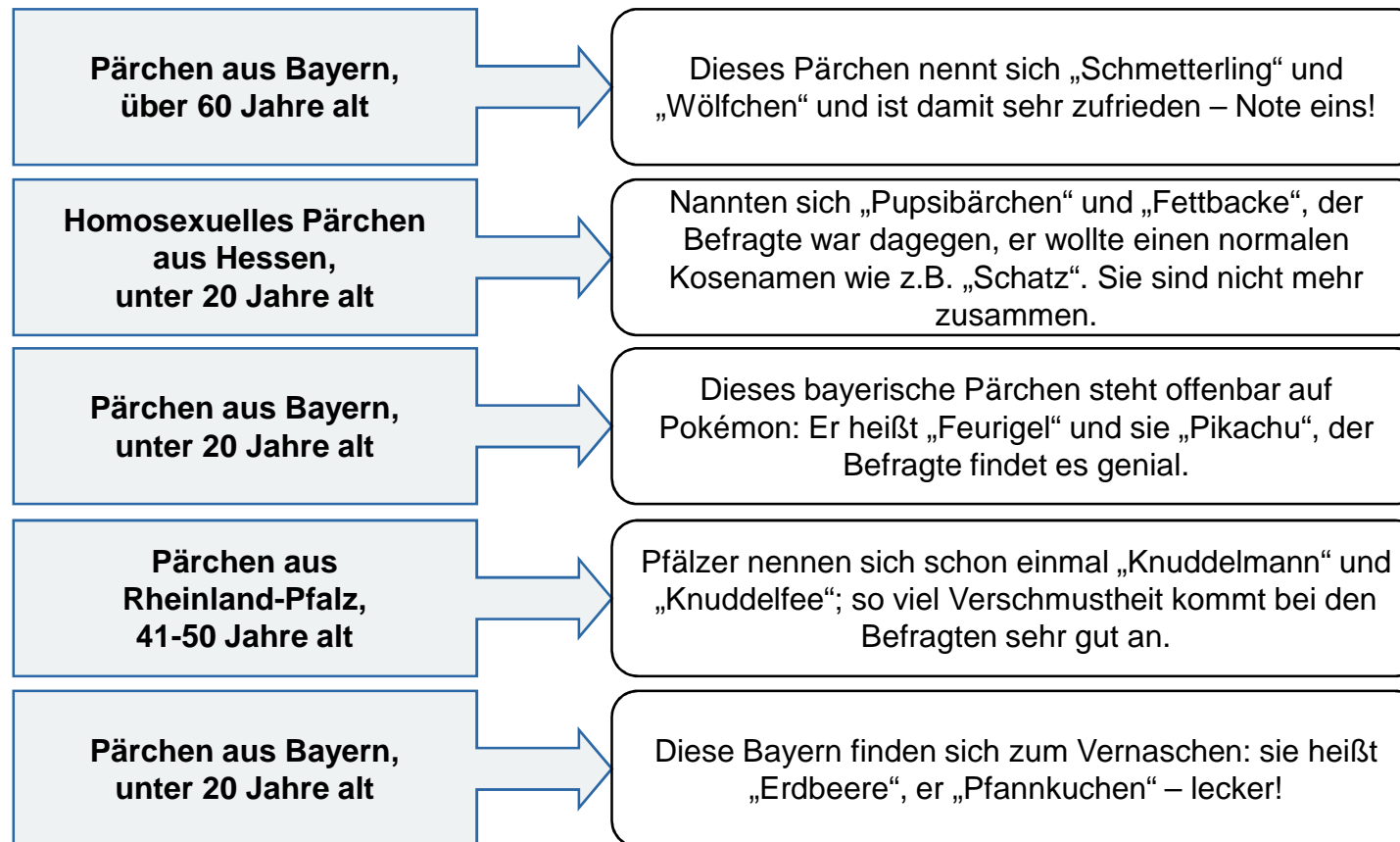
Bei der Betrachtung der einzelnen Datensätze sind uns kuriose Einzelfälle aufgefallen.

KURIOSITÄTEN (1/2)



Bei der Betrachtung der einzelnen Datensätze sind uns kuriose Einzelfälle aufgefallen.

KURIOSITÄTEN (2/2)



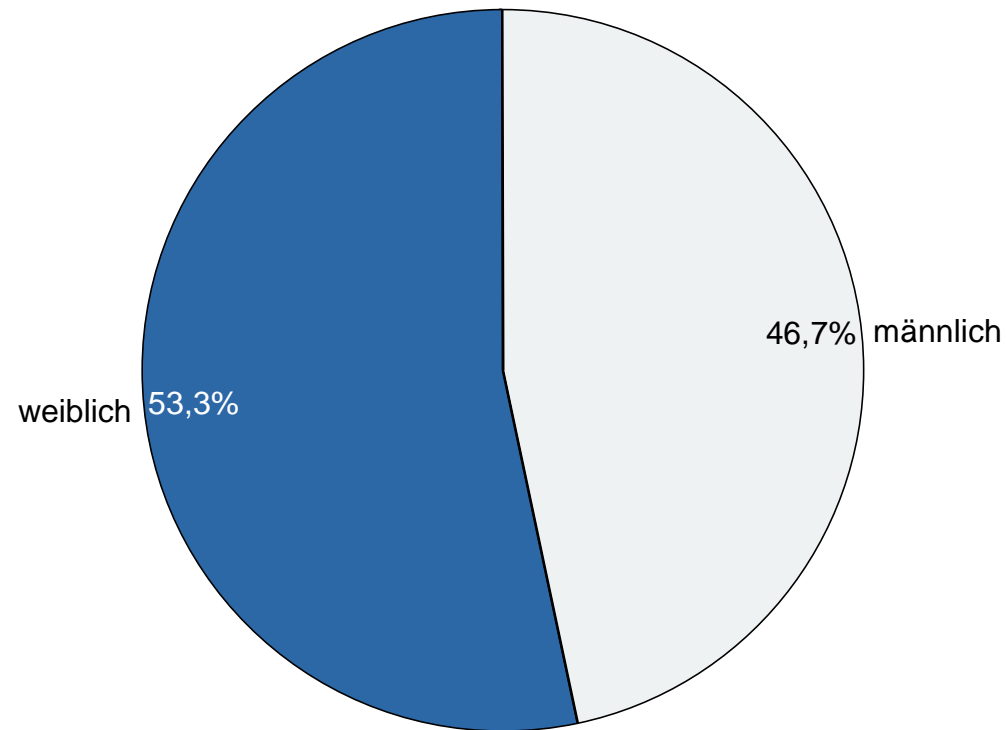
Studienergebnisse

Soziodemografische Daten

Über BEFRAGMICH®

Frauen waren in der Studie leicht mehr vertreten als Männer.

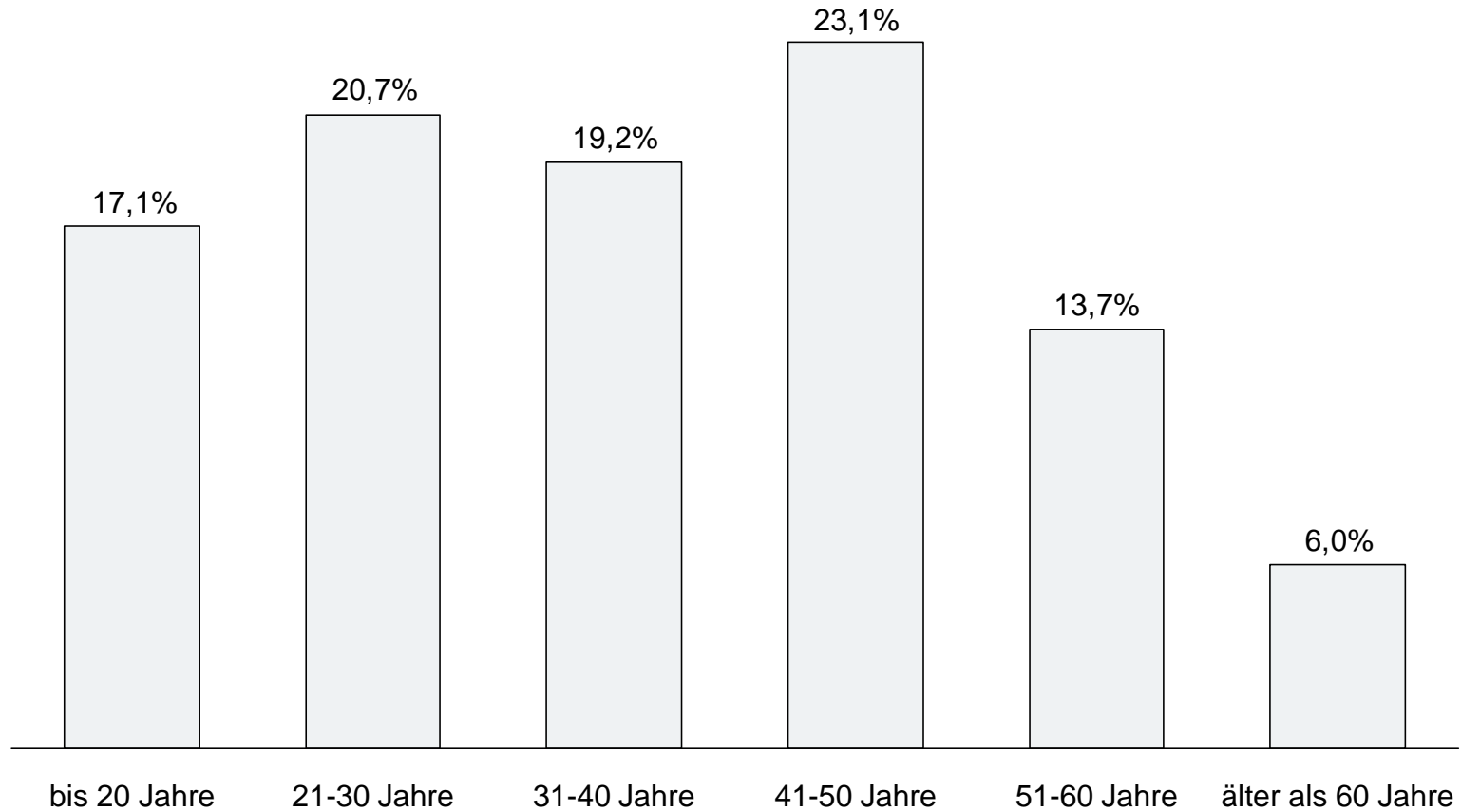
GESCHLECHT DER BEFRAGTEN



n=4.966

Die Teilnehmer verteilen sich wie folgt über die Altersgruppen.

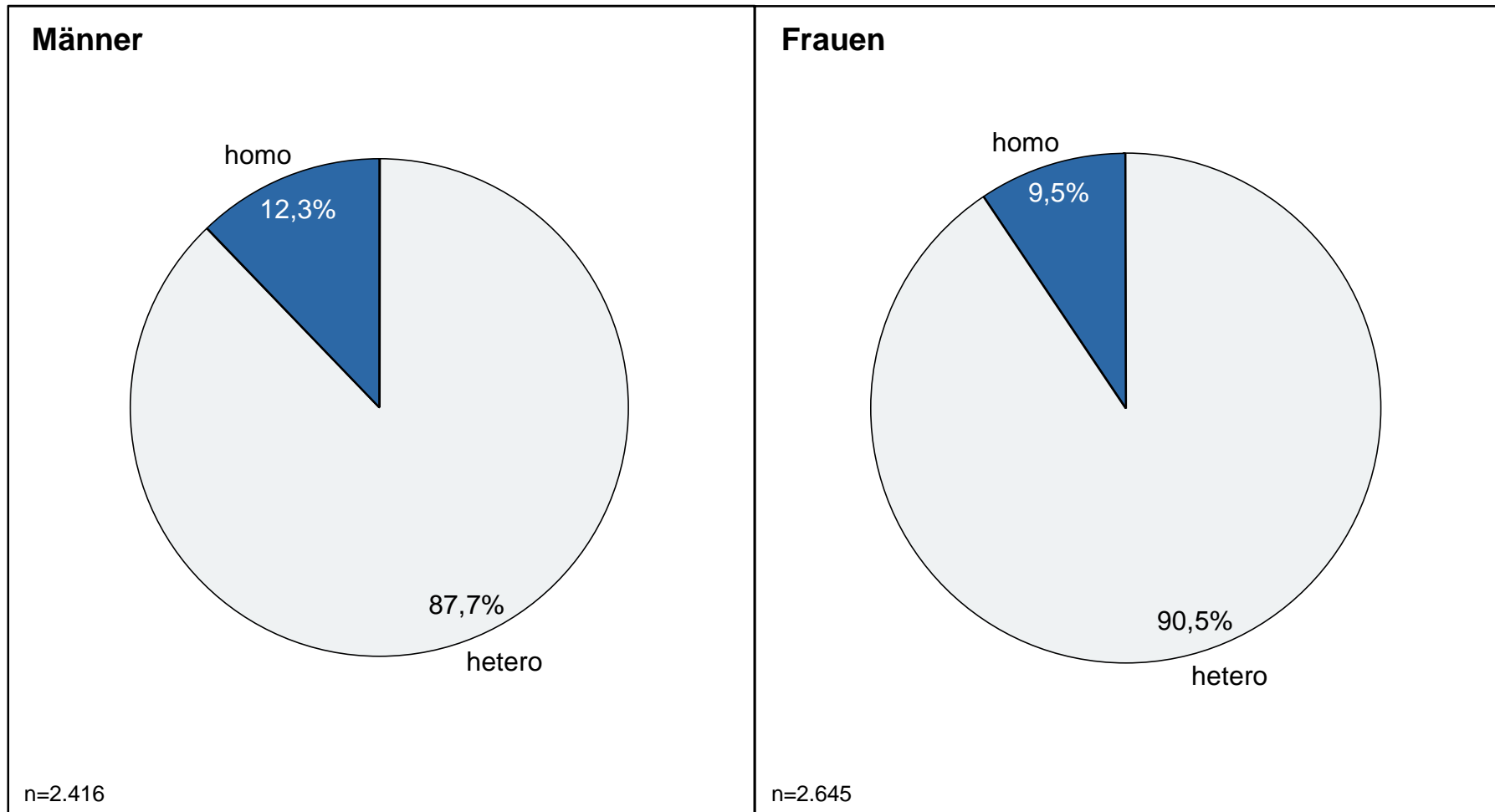
ALTERSSTRUKTUR DER BEFRAGTEN



n=4.966

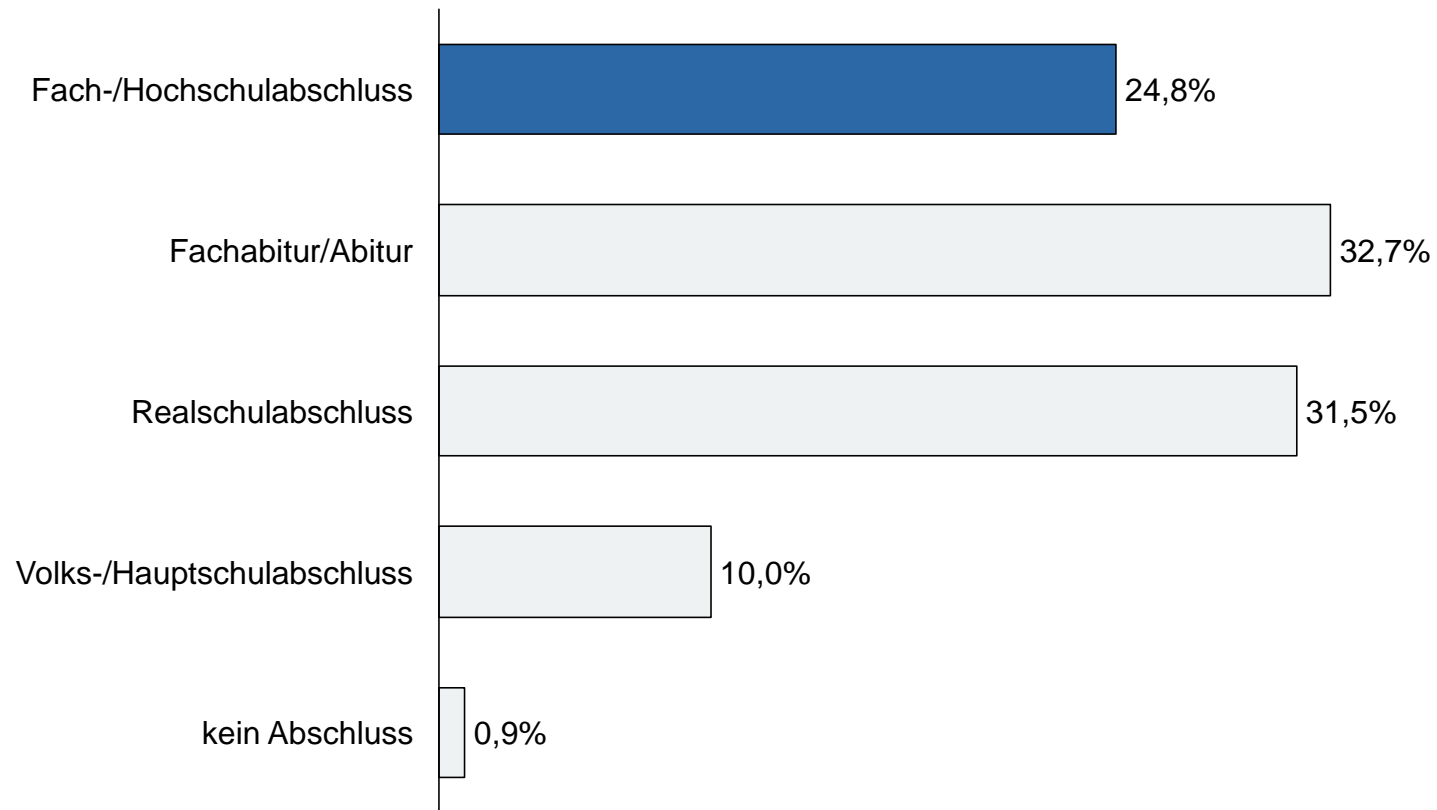
Etwa zwölf Prozent der befragten Herren und 10% der befragten Damen gaben an, am selben Geschlecht interessiert zu sein.

SEXUELLE ORIENTIERUNG DER BEFRAGTEN



Ungefähr ein Viertel der Befragten hat einen Hochschulabschluss.

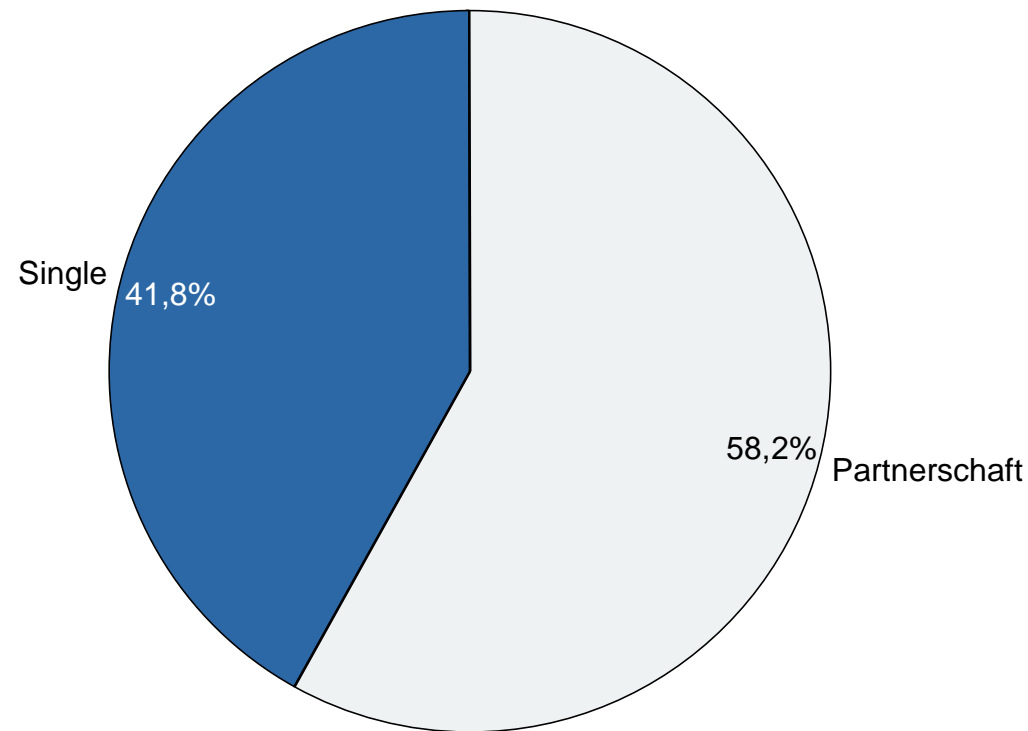
SCHULABSCHLUSS DER BEFRAGTEN



n=4.966

Vier von zehn Befragten sind aktuell Single, die restlichen befinden sich in festen Händen.

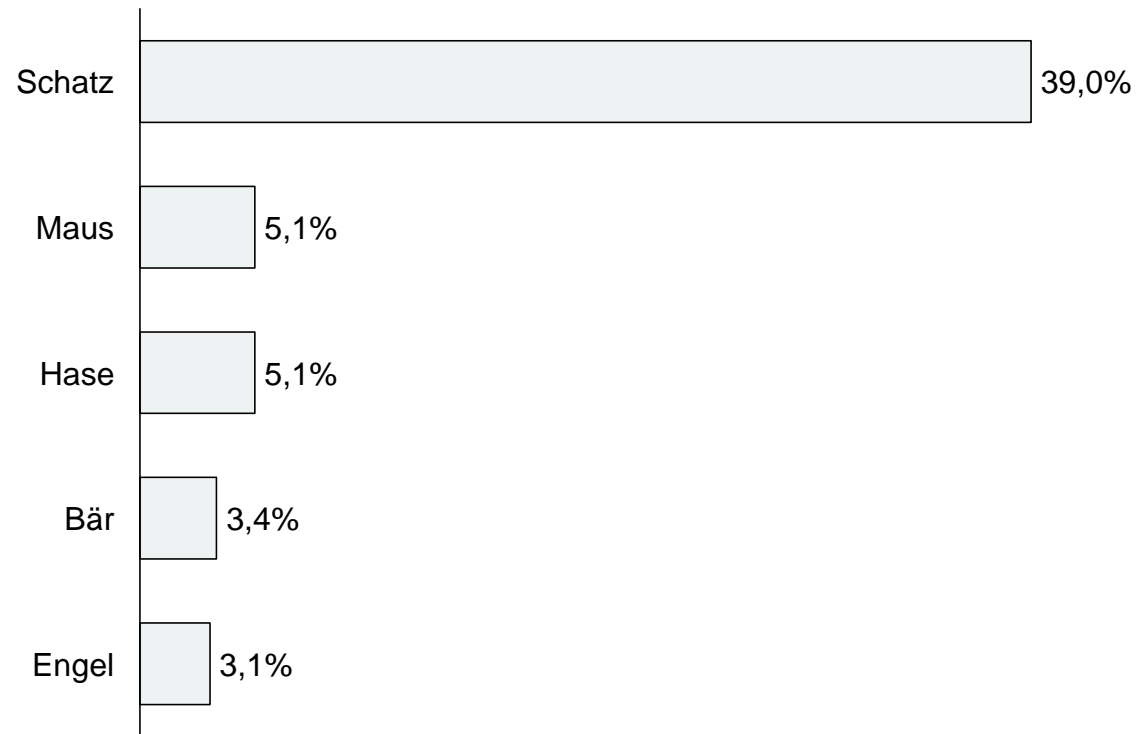
BEZIEHUNGSSTATUS



n=4.966

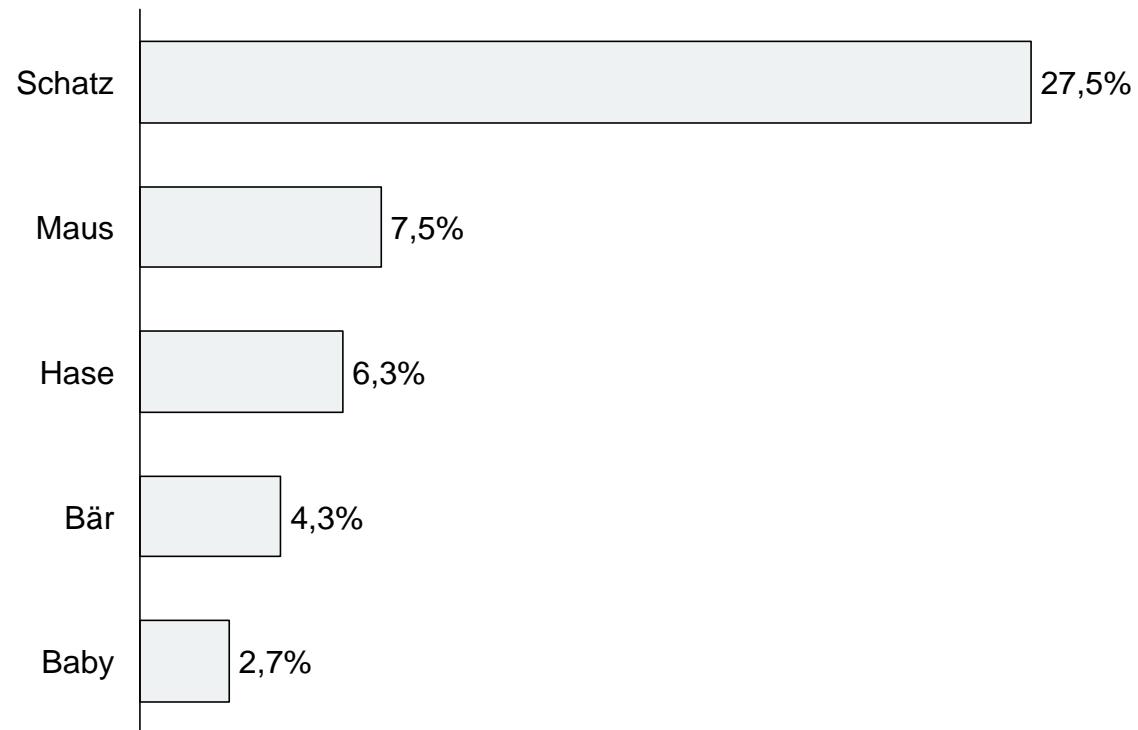
Kosenamen in Nordrhein-Westfalen

KOSENAMEN NACH REGION - NRW



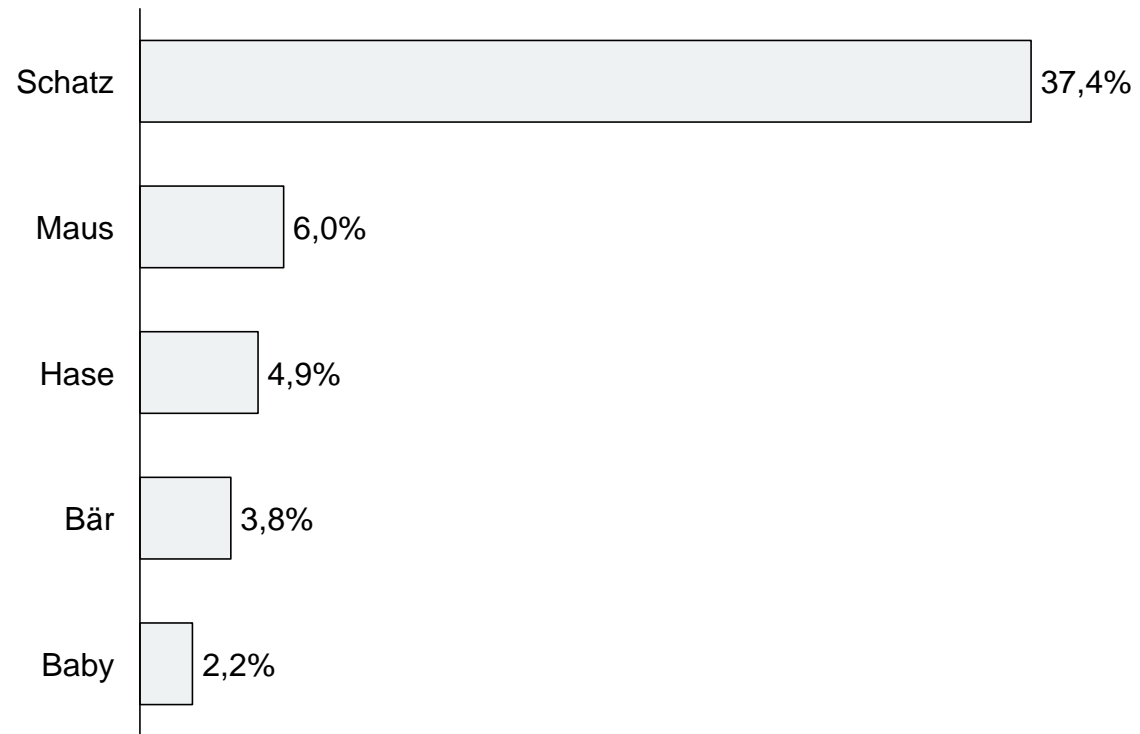
Kosenamen in Bayern

KOSENAMEN NACH REGION - BAYERN



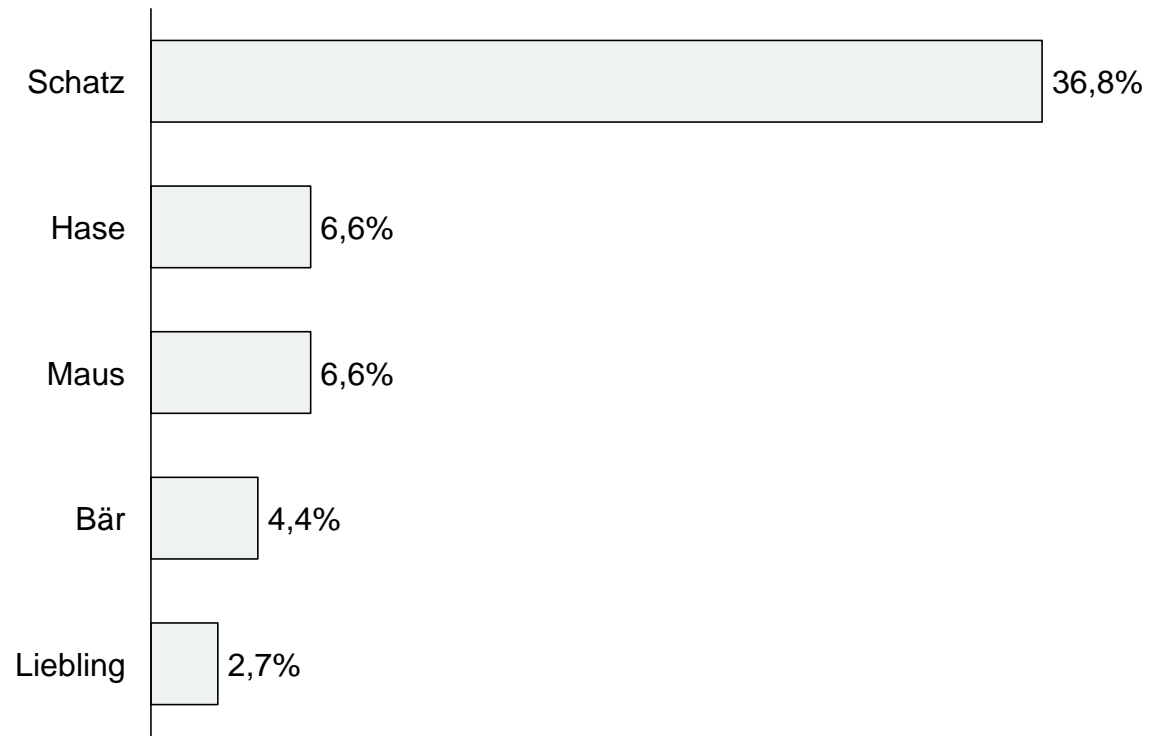
Kosenamen in Baden-Württemberg

KOSENAMEN NACH REGION – BADEN-WÜRTTEMBERG



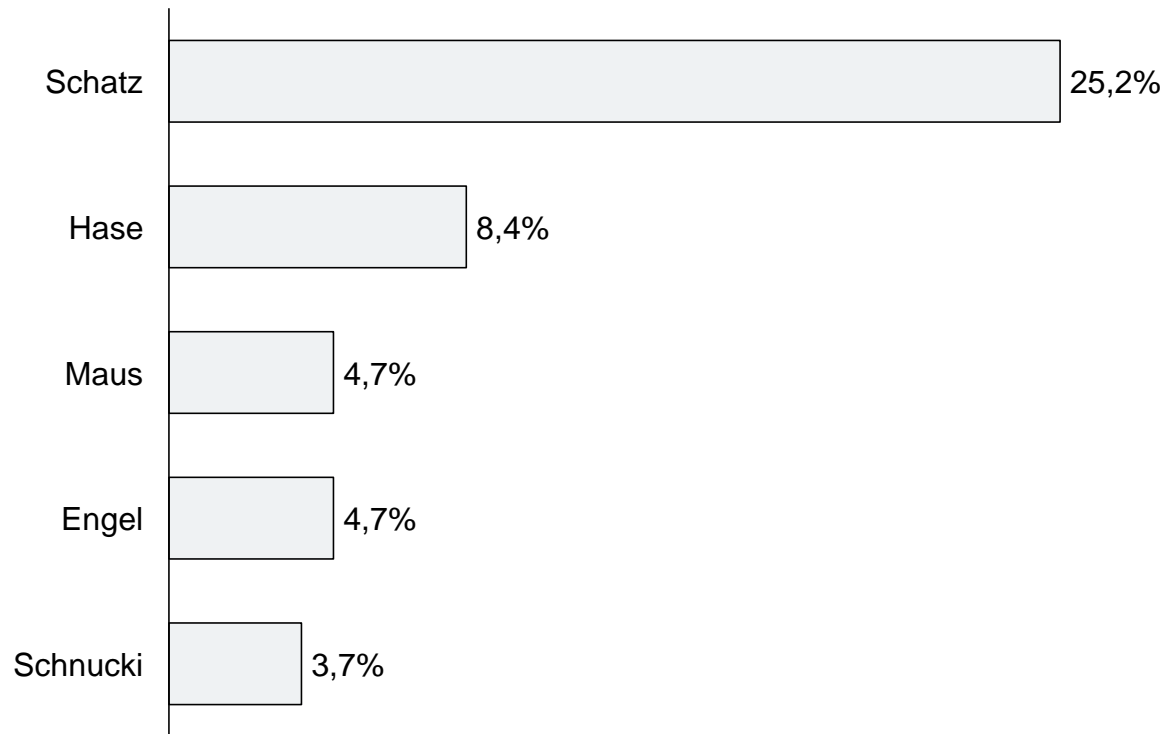
Kosenamen in Niedersachsen

KOSENAMEN NACH REGION – NIEDERSACHSEN



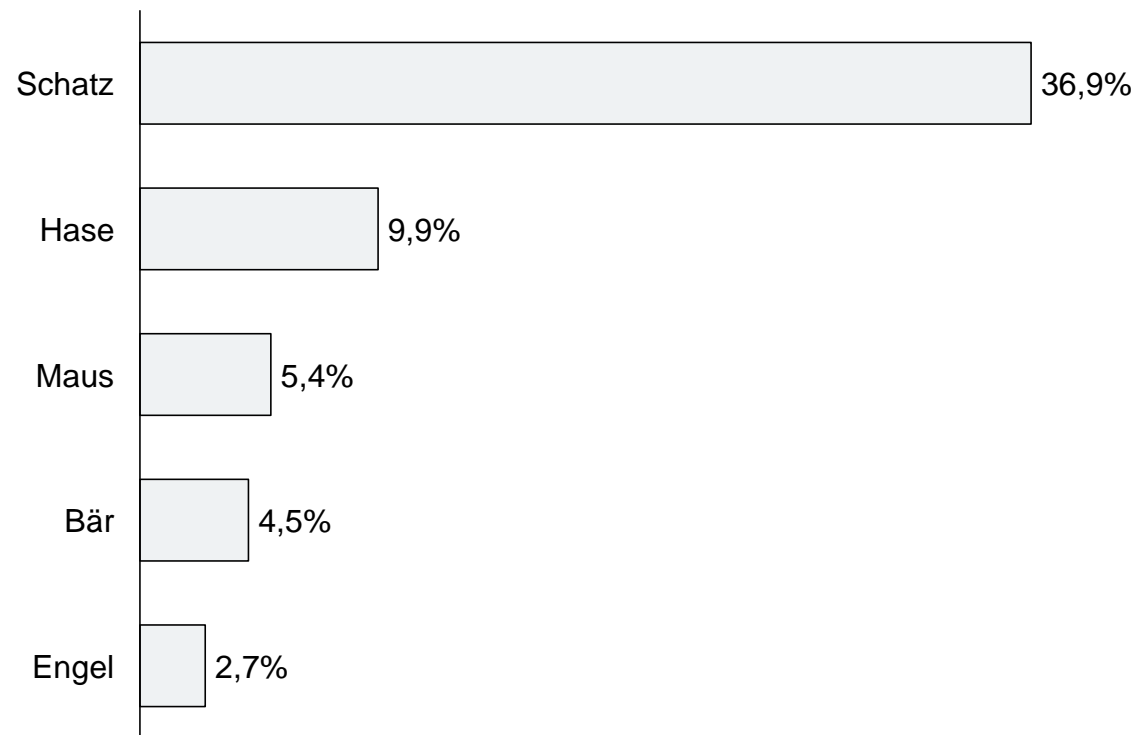
Kosenamen in Hessen

KOSENAMEN NACH REGION – HESSEN



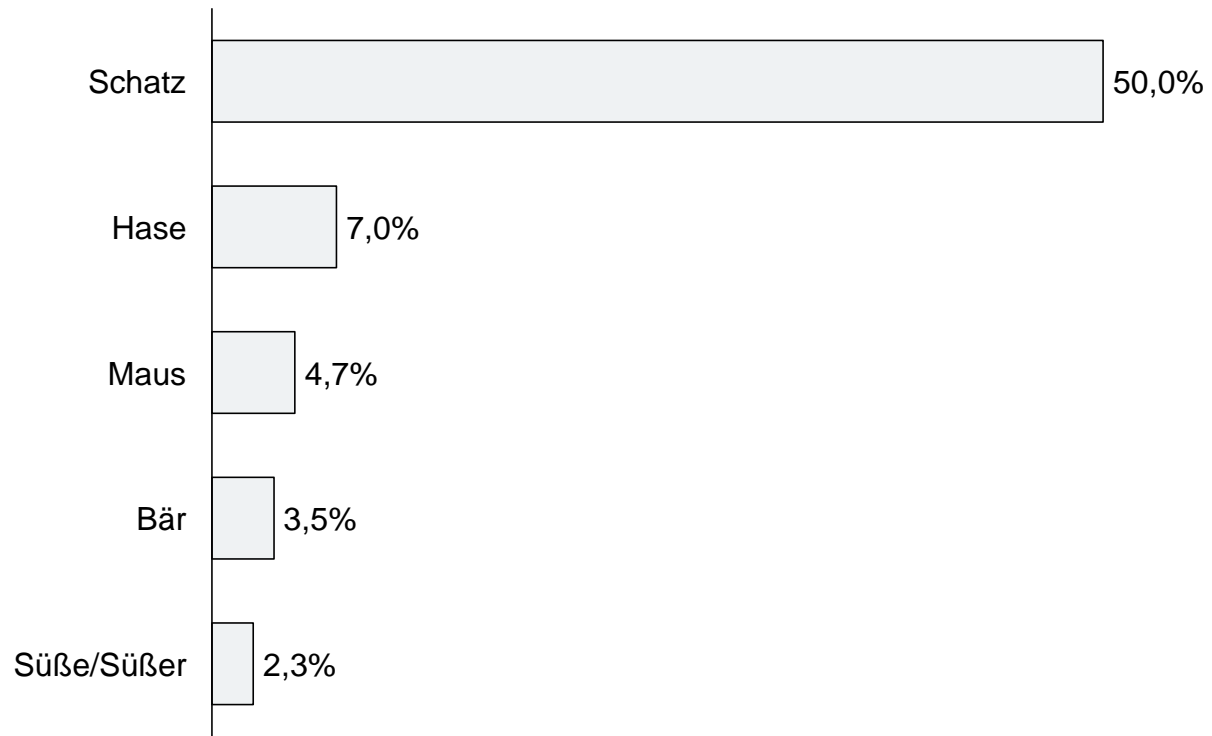
Kosenamen in Sachsen

KOSENAMEN NACH REGION – SACHSEN



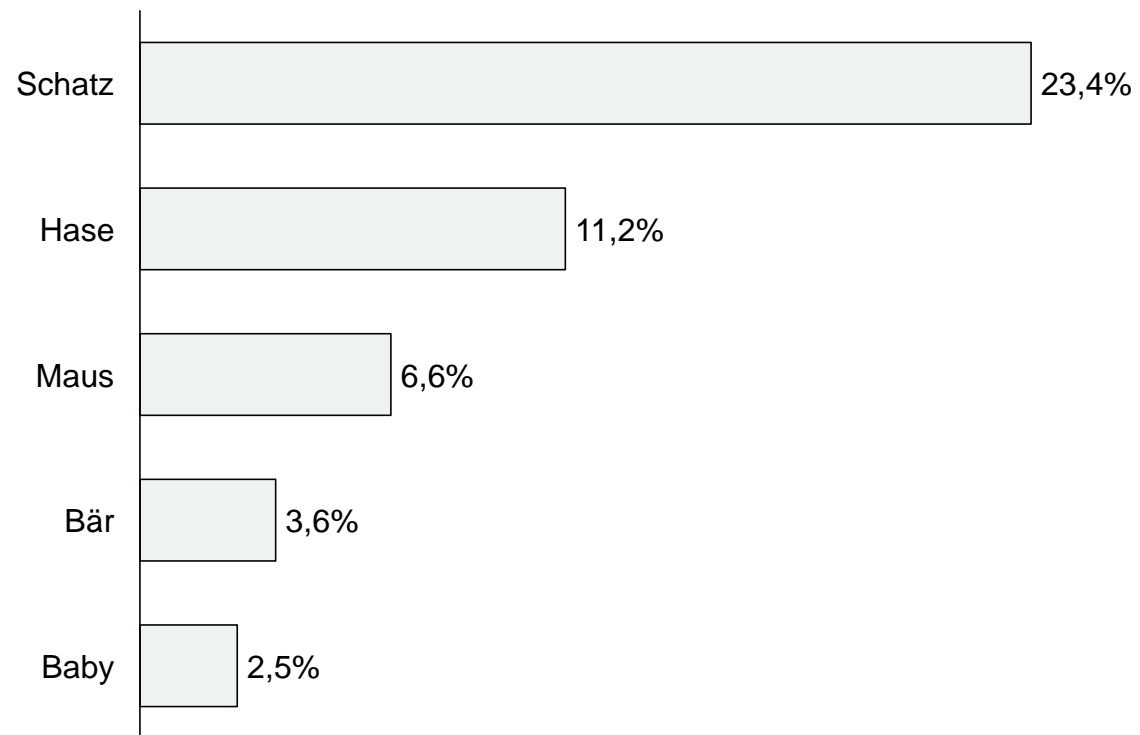
Kosenamen in Rheinland-Pfalz

KOSENAMEN NACH REGION – RHEINLAND-PFALZ



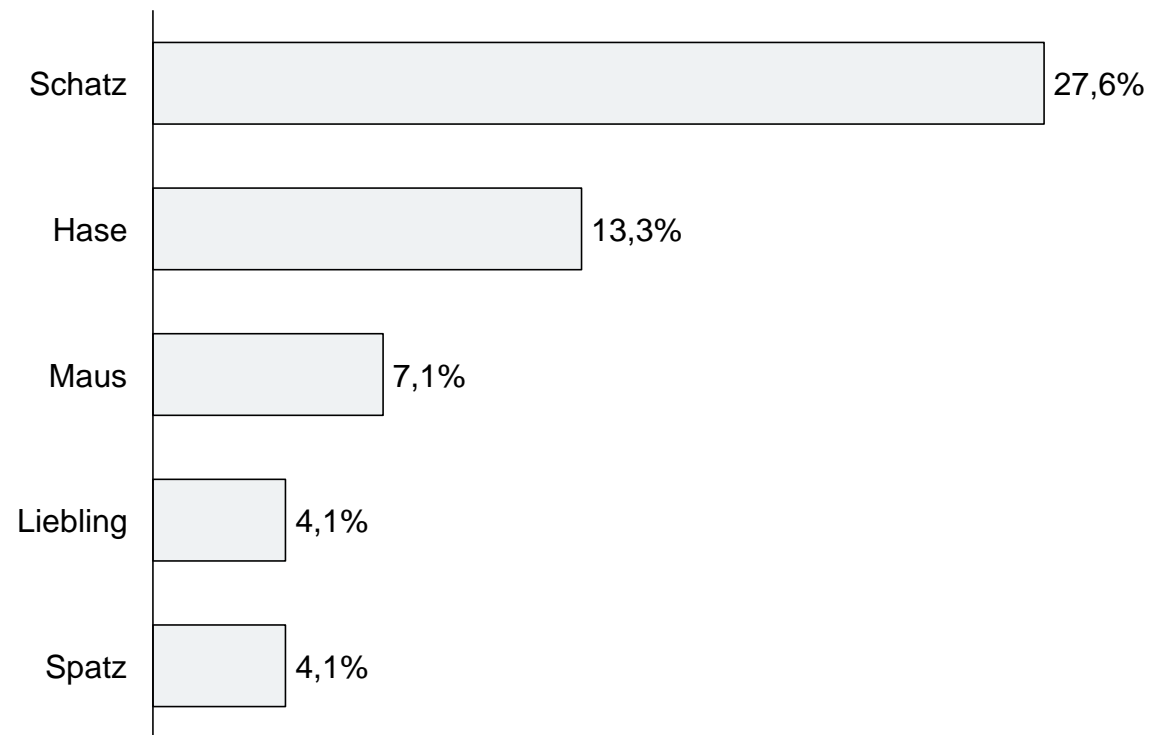
Kosenamen in Berlin

KOSENAMEN NACH REGION – BERLIN



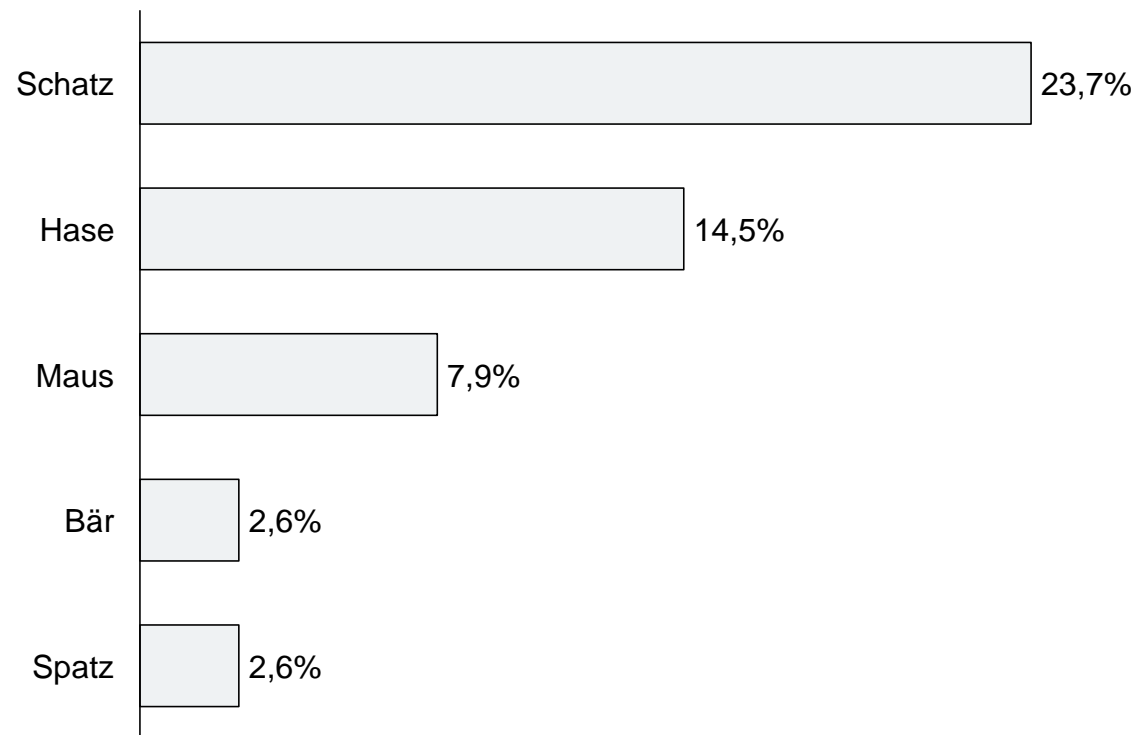
Kosenamen in Schleswig-Holstein

KOSENAMEN NACH REGION – SCHLESWIG-HOLSTEIN



Kosenamen in Brandenburg

KOSENAMEN NACH REGION – BRANDENBURG



Studienergebnisse
Soziodemografische Daten

Über BEFRAGMICH®

Wir unterstützen bei der Durchführung von Onlinemarktforschung

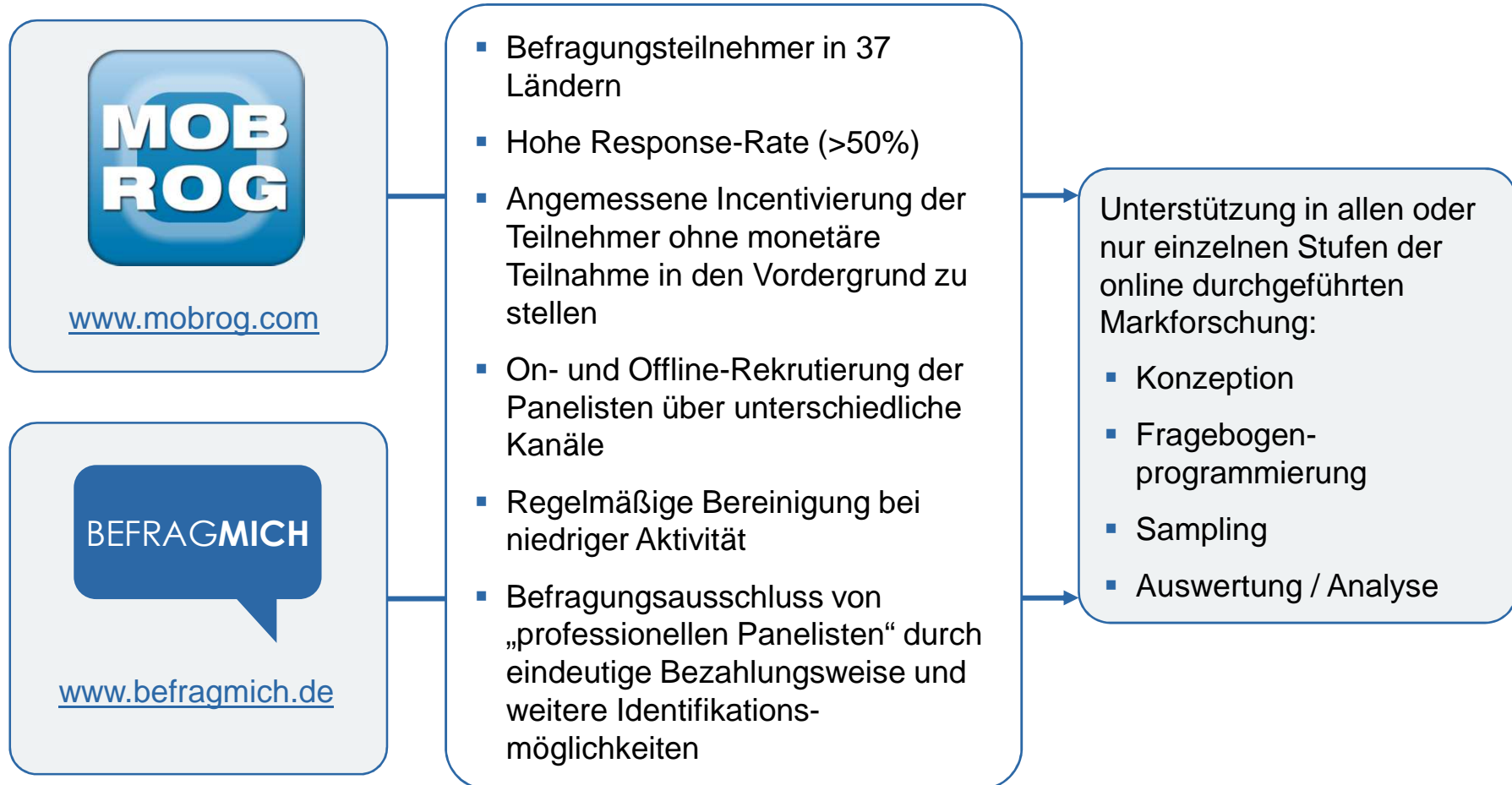
- Online-Marktforschung ist ein geeignetes Instrument, um vergleichsweise preiswert eine breite Bevölkerungs- oder Zielgruppe zu befragen.
- Wir unterstützen Klienten aus unterschiedlichen Branchen bei der Durchführung ihrer Online-Marktforschung: in Deutschland und auf der ganzen Welt.
- Wir führen Online-Marktforschung für unsere Klienten durch, indem wir die relevante Zielgruppe über unser eigenes Online-Panel identifizieren und für die jeweilige Umfrage rekrutieren.
- Die aus der Befragung gewonnenen Ergebnisse analysieren wir mit statistisch fundierten Methoden und bereiten die Daten in aussagekräftigen Schaubildern auf.

Wir stehen für:

- Hohe Datenqualität
- Sehr gute Erreichbarkeit auch von speziellen Zielgruppen mit niedrigen Inzidenzen
- Organisatorisch reibungslose Abwicklung mit einem Ansprechpartner
- Exzellentes Preis-/Leistungsverhältnis
- Kurze Feldzeiten und somit rasche Projektabwicklung und schnelle Datenlieferung
- Langfristige Partnerschaften mit unseren Auftraggebern

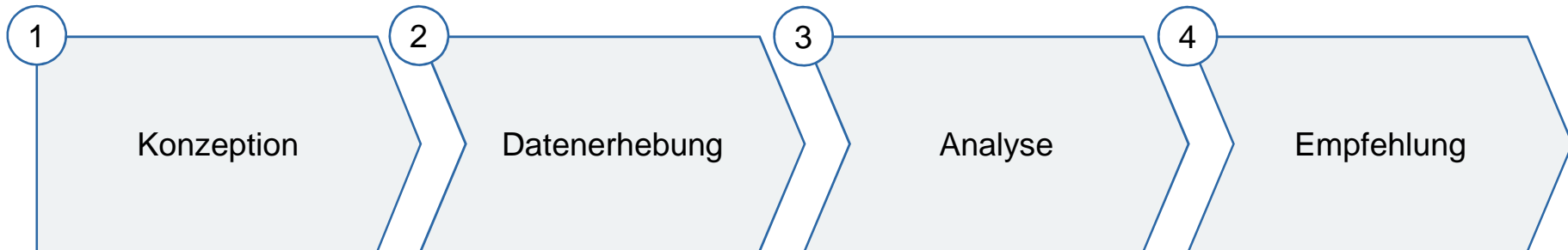
Über unsere Umfrageportale haben wir Zugriff auf Befragungsteilnehmer weltweit.

ONLINEMARKTFORSCHUNG – UNSERE ONLINEPANEL MOBROG® UND BEFRAGMICH®



Wir können Sie im gesamten Prozess Ihrer Marktforschung unterstützen.

UNTERSTÜTZUNG IM GESAMTEN MARKTFORSCHUNGSPROZESS



- Ist-Situation feststellen und analysieren
- Zielsetzung festlegen
- Untersuchungsdesign konzipieren
- Fragebogen / Leitfaden entwickeln
- Zeitlichen Ablauf klären

- Quantitative Primärforschung (telefonisch, schriftlich, persönlich, online)
- Qualitative Primärforschung
- Sekundäranalyse / Desk Research

- Datenauswertung
- Statistische Datenanalyse
- Qualitative Analyse
- Dateninterpretation
- Aussagekräftige Dokumentation

- Handlungsoptionen identifizieren und bewerten
- Implikationen ableiten
- Begleitung von Umsetzungsprozessen



Dr. Grieger & Cie. Marktforschung

www.grieger-cie.de

Inhaber:

Dr. Gunnar Grieger
Winterhuder Weg 144
22085 Hamburg
Germany

(040) 22 81 31 94-0

hallo[at]grieger-cie.de

© 2013 Dr. Grieger & Cie. | Marktforschung aus Hamburg

All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photography, recording, or any information storage and retrieval system, without permission from Dr. Grieger & Cie.