

DSCHUNGELCAMP



ÖSTERREICH - DEUTSCHLAND

BEGEGNUNG DER ÖSTERREICHISCHEN UND DEUTSCHEN SEELE! REAKTIONEN - PHÄNOMENE - IDENTIFIKATIONEN

Das auf einem privaten Kanal laufende Reality-TV-Format mit dem vielsagenden Titel „Dschungelcamp“ erlaubt auch den ambitionierten Couchpotatoes und Medienjunkies in die Rolle des Hobbypsychologen zu schlüpfen. Die personelle Besetzung des Formats mit deutschen Bundesbürgern und zwei Österreichern, erlaubt im wahrsten Sinne des Wortes einen Anschauungsunterricht über das Verhalten und die Präsentation unterschiedlichster Typologien in medial dramaturgisch perfekt durchgeplanten Szenarien, die an bekannte psychologische Feldexperimente erinnern. Als „Sidestep“ zur Auseinandersetzung mit dem Wesen der österreichischen und deutschen Seele, kann man ohne den Anspruch auf eine Analyse der tiefergehenden Bedeutung etwaiger Wesensunterschiede, in unterhaltsamer Art und Weise Diskrepanzen und Dynamiken reflektieren, die durch dieses Format in die Wohnzimmer beider Nationen übertragen werden. Das Humaninstitut als tiefenpsychologisch orientiertes Institut hat die aktuelle Dschungelcamp Thematik in der vorliegenden Untersuchung mit Hilfe von sozialwissenschaftlichen Parametern analysiert.

Untersuchungszeitraum: 20.01.2014 bis 23.01.2014

Stichprobe: Österreichweit 800 Personen nach dem Quotaverfahren

Verantwortlicher Ansprechpartner: Dr. Franz Witzeling,
Soziologe und Psychotherapeut, Leiter des Humaninstituts

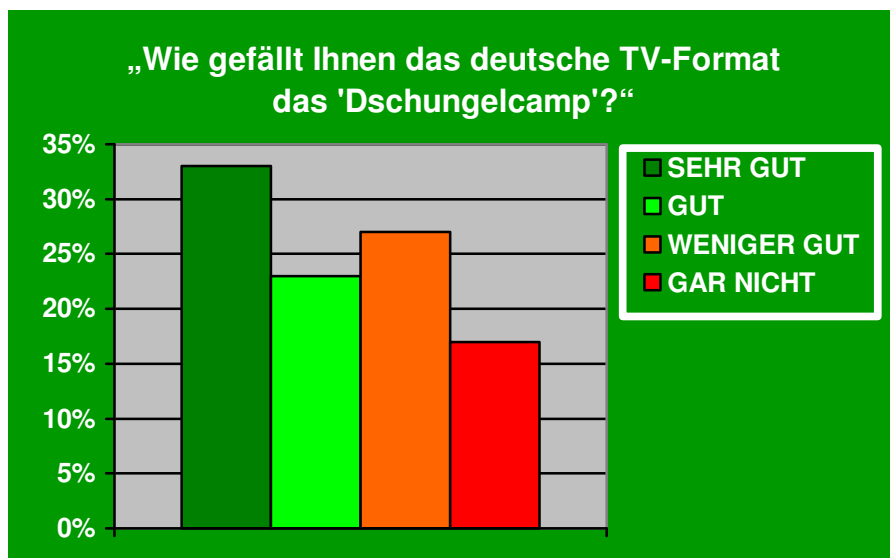
Statistische Analyse: Mag. Daniel Witzeling, Psychologe

Link: www.humaninstitut.at E-Mail: office@humaninstitut.at

FRAGEN - ANTWORTEN - ERGEBNISSE - ANALYSEN
Frage 1:

„Wie gefällt Ihnen das deutsche TV-Format das 'Dschungelcamp'?“

SEHR GUT	33%
GUT	23%
WENIGER GUT	27%
GAR NICHT	17%


Frage 2:

„Wie beurteilen Sie das TV-Format 'Dschungelcamp'?“

UNTERHALTSAM / SPANNEND	48%
NERVIG / ABSTOßEND	29%
UNINTERESSANT / LANGWEILIG	8%
INSZENIERT / KÜNSTLICH	15%




Frage 3:

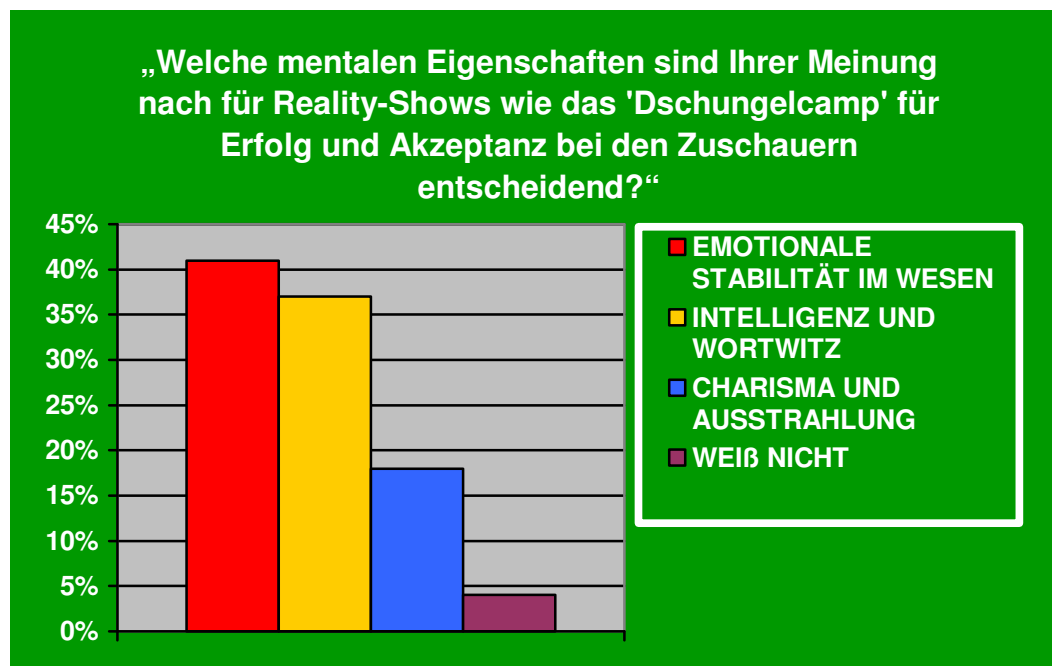
„Wie bewerten Sie das Verhalten des österreichischen Stars Larissa Marolt im 'Dschungelcamp'?“

KREATIV	47%
AUTHENTISCH	11%
KÜNSTLICH (übertrieben)	26%
WEIß NICHT	16%

Frage 4:

„Welche mentalen Eigenschaften sind Ihrer Meinung nach für Reality-Shows wie das 'Dschungelcamp' für Erfolg und Akzeptanz bei den Zuschauern entscheidend?“

	EMOTIONALE STABILITÄT IM WESEN	41%
	INTELLIGENZ UND WORTWITZ	37%
	CHARISMA UND AUSSTRAHLUNG	18%
	WEIß NICHT	4%



NATIONEN VERGLEICH: ÖSTERREICH/DEUTSCHLAND "ÖSTERREICHISCHE UND DEUTSCHE MENTALITÄT"

ANALYSESTATIONEN DES DSCHUNGELCAMP NATIONEN-VERGLEICHS:

- FÜHRUNG IM KAMPF UM DIE DSCHUNGELKRONE
- SEELENVERGLEICH DER LÄNDER-SEELEN
- AUTHENTISCH ODER AUFGESETZT
- SPRÜCHE ODER STRATEGIEN

Frage 5:

„Welches Land liegt Ihrer Meinung nach im Rennen um den(die) Dschungelkönig(in) voran?“

DEUTSCHLAND	35%
ÖSTERREICH	51%
WEIß NICHT	14%

Frage 6:

„Gibt es Ihrer Meinung nach einen grundsätzlichen Unterschied zwischen der österreichischen und deutschen Mentalität (Seele)?“

JA	63%
NEIN	32%
WEIß NICHT	5%

Frage 7:

„Welche der Dschungelcamp-Teilnehmer sind Ihrer Meinung nach auf den ersten Blick authentischer?“

ÖSTERREICHISCHE TEILNEHMER	34%
DEUTSCHE TEILNEHMER	42%
WEIß NICHT	24%

Frage 8:

„Welche der Dschungelcamp-Teilnehmer stehen mehr für laute Sprüche als für stille Strategien?“

ÖSTERREICHISCHE TEILNEHMER	73%
DEUTSCHE TEILNEHMER	21%
WEIß NICHT	6%

MEDIEN: BEDEUTUNG VON REALITY-TV-FORMATEN

Frage 9:

„Welche Bedeutung und welchen Wert haben Ihrer Meinung nach Realityformate wie das 'Dschungelcamp' für unsere Gesellschaft?"
(Mehrfachnennung möglich!)

UNTERHALTUNGSWERT	82%
KOMMERZIELLER WERT	74%
SPIEGEL DER GESELLSCHAFT	57%
PSYCHODRAMA	80%

Frage 10:

„Sind Ihrer Meinung nach Formate wie das 'Dschungelcamp' die Medienzukunft?"

JA	56%
NEIN	26%
WEIß NICHT	18%

- HUMANINSTITUT -
www.humaninstitut.at
Dr. Franz Witzeling
Alter Platz 30
A-9020 Klagenfurt
+43 463 514002
office@humaninstitut.at

- HUMANINSTITUT Vienna -
www.comvivo.tv
Mag. Daniel Witzeling
Auhofstraße 126
A-1130 Wien
+43 664 5224931
vienna-office@humaninstitut.at