

SPIN DATEN MONITOR



SPORT. BEWEGUNG. LEBENSSTIL.

GESUNDHEITSBEZOGENE VERHALTENSWEISEN VON STUDIERENDEN.

HERAUSGEGEBEN DURCH



SPIN
SPORT INNOVATION



constata

SPORT. BEWEGUNG. LEBENSSTIL.

GESUNDHEITSBEZOGENE VERHALTENSWEISEN VON STUDIERENDEN.

INHALTSVERZEICHNIS

WAS BIETET DER DATEN MONITOR SPORT. BEWEGUNG. LEBENSSTIL?	1
WELCHE THEMENKOMPLEXE WERDEN BEHANDELT?	1
WELCHE GESUNDHEITSBEZOGENEN FRAGESTELLUNGEN WERDEN BEANTWORTET?.....	2
THEMENFELD 1: WELCHE AKTIVITÄTEN CHARAKTERISIEREN DEN LEBENSSTIL VON STUDIERENDEN?	3
THEMENFELD 2: WIE STEHT ES UM DAS SPORT- UND BEWEGUNGSVERHALTEN VON STUDIERENDEN?	5
THEMENFELD 3: IN WELCHEM ZUSAMMENHANG STEHEN STUDIUM UND SITZVERHALTEN?.....	19
THEMENFELD 4: WIE IST DAS ERNÄHRUNGSVERHALTEN VON STUDIERENDEN?	24
THEMENFELD 5: VERWENDEN STUDIERENDE APPS ZUR UNTERSTÜTZUNG GESUNDHEITSFÖRDERNDER VERHALTENSWEISEN?....	26
SONDERTEIL: BIOMETRISCHE DATEN	28
HINTERGRUND ZUM DATEN MONITOR.....	33



WAS BIETET DER DATEN MONITOR SPORT. BEWEGUNG. LEBENSSTIL?

Wer erfolgreich seine Zielgruppen ansprechen und aktivieren will, muss sie gut kennen.

Dabei können Daten helfen, relevante Probleme und Bedürfnisse dieser Zielgruppen zu verstehen und entsprechend wirksame Maßnahmen oder passgenaue Produkte zu entwickeln.

Viele Ansätze im praktischen Marketing versuchen dabei nicht mehr, den Kunden rein über soziale Milieus bzw. in seiner gesamten Lebenssituation zu erfassen, sondern beschränken sich auf Typisierungen in einem bestimmten Bereich.

So ist es etwa aus Sicht einer effektiven Gesundheits- und Bewegungsförderung von großer Bedeutung, möglichst viel über die gesundheitsbezogenen Verhaltensweisen einer Zielgruppe zu wissen.

Studierende sind in diesem Zusammenhang für die gesamte Gesundheitswirtschaft und das Gesundheitswesen nicht nur eine interessante Zielgruppe, sondern auch ein wichtiger Indikator für Trends.

Das Studium stellt eine Lebensphase dar, in der junge Menschen neben der fachlichen Vorbereitung auf das zukünftige Berufsleben insbesondere auch ihren eigenen Lebensstil entwickeln.

Dabei spielen gesundheitsbezogene Einstellungen und Verhaltensweisen eine wichtige Rolle.

Und die Größe der Zielgruppe nimmt zu. 2016 lag die Gesamtzahl der Studierenden in Deutschland bei über 2,8 Millionen – so viele wie noch nie. Dies bedeutet eine Steigerung um etwa 40 % innerhalb der letzten 10 Jahre (2006: 2,0 Mio.).

Darüber hinaus betrug die Studienanfängerquote im Wintersemester 2016/2017 nahezu 56 %. Dem entsprechend beginnen mittlerweile deutlich mehr als die Hälfte der Schulabgängerinnen und -abgänger eines jeden Altersjahrgangs ein Hochschulstudium. 2006 waren es noch etwa 36 % (Statistisches Bundesamt 2017).

Der Daten Monitor *Sport. Bewegung. Lebensstil.* präsentiert in diesem Kontext bundesweite Daten von über 11.000 Studierenden aller Fachrichtungen.

In fünf übergeordneten Themenkomplexen werden zahlreiche gesundheitsbezogene Fragestellungen bearbeitet.

Alle Ergebnisse werden praxisorientiert über Abbildungen präsentiert und prägnant resümiert.

WELCHE THEMENKOMPLEXE WERDEN BEHANDELT?

(1) WELCHE AKTIVITÄTEN CHARAKTERISIEREN DEN LEBENSSTIL VON STUDIERENDEN?

(2) WIE STEHT ES UM DAS SPORT- UND BEWEGUNGSVERHALTEN VON STUDIERENDEN?

(3) IN WELCHEM ZUSAMMENHANG STEHEN STUDIUM UND SITZENDER LEBENSSTIL?

(4) WIE IST DAS ERNÄHRUNGSVERHALTEN VON STUDIERENDEN?

(5) VERWENDEN STUDIERENDE APPS ZUR UNTERSTÜTZUNG GESUNDHEITSFÖRDERNDER VERHALTENSWEISEN?



BIOMETRISCHE DATEN DER ÜBER 11.000 BEFRAGTEN

WELCHE GESUNDHEITSBEZOGENEN FRAGESTELLUNGEN WERDEN BEANTWORTET?



- WELCHE GRÖßEREN INTERESSENBEREICHE CHARAKTERISIEREN DEN LEBENSSTIL VON STUDIERENDEN?



- WELCHE ROLLE SPIELEN SPORT UND BEWEGUNG IM ALLTAG VON STUDIERENDEN?
- WELCHE ZIELGRUPPEN LASSEN SICH FÜR ANGEBOTE ZUR BEWEGUNGSFÖRDERUNG VON STUDIERENDEN ABLEITEN?
- IST GESUNDHEIT FÜR STUDIERENDE ÜBERHAUPT EIN MOTIV SPORT ZU TREIBEN?
- WELCHE SPORTAKTIVITÄTEN BEVORZUGEN DIE STUDIERENDEN?
- WO KANN MAN STUDIERENDE MIT SPORT- UND BEWEGUNGSANGEBOTEN ERREICHEN?
- WELCHE BARRIEREN MUSS MAN ÜBERWINDEN, UM STUDIERENDE IM RAHMEN DER BEWEGUNGSFÖRDERUNG ZU UNTERSTÜTZEN?



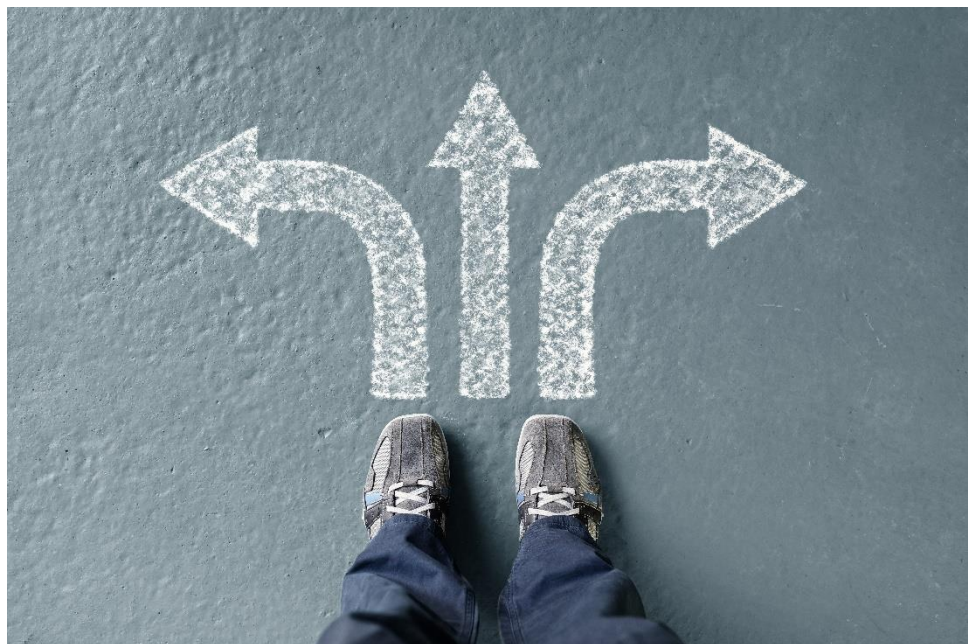
- WIE AUSGEPRÄGT IST DAS PROBLEM EINES SITZENDEN LEBENSSTILS BEI STUDIERENDEN?



- WIE GESUND ERNÄHREN SICH STUDIERENDE?



- WELCHE GESUNDHEITSBEZOGENEN APPS KENNEN UND VERWENDEN STUDIERENDE?
- DURCH WELCHE GESUNDHEITSBEZOGENEN APPS LASSEN SICH STUDIERENDE AKTIVIEREN?



THEMENFELD 1: WELCHE AKTIVITÄTEN CHARAKTERISIEREN DEN LEBENSSTIL VON STUDIERENDEN?

Während sich Milieus vorwiegend durch soziale Herkunft bilden, wird der Lebensstil selbst gewählt.

Ein bestimmter Lebensstil reflektiert gewissermaßen die Wahlfreiheit, so zu leben, wie man möchte.

Jedoch bedeutet eine Entscheidung für einen Lebensstil meist auch eine Entscheidung gegen einen anderen.

Studierende bilden und festigen während des Studiums ihren persönlichen Lebensstil und ihre Freizeitinteressen.

Zur groben Einteilung in eine Lebensstil-Typologie standen den teilnehmenden Studierenden in der aktuellen Erhebung sechs Interessensbereiche zur Wahl.

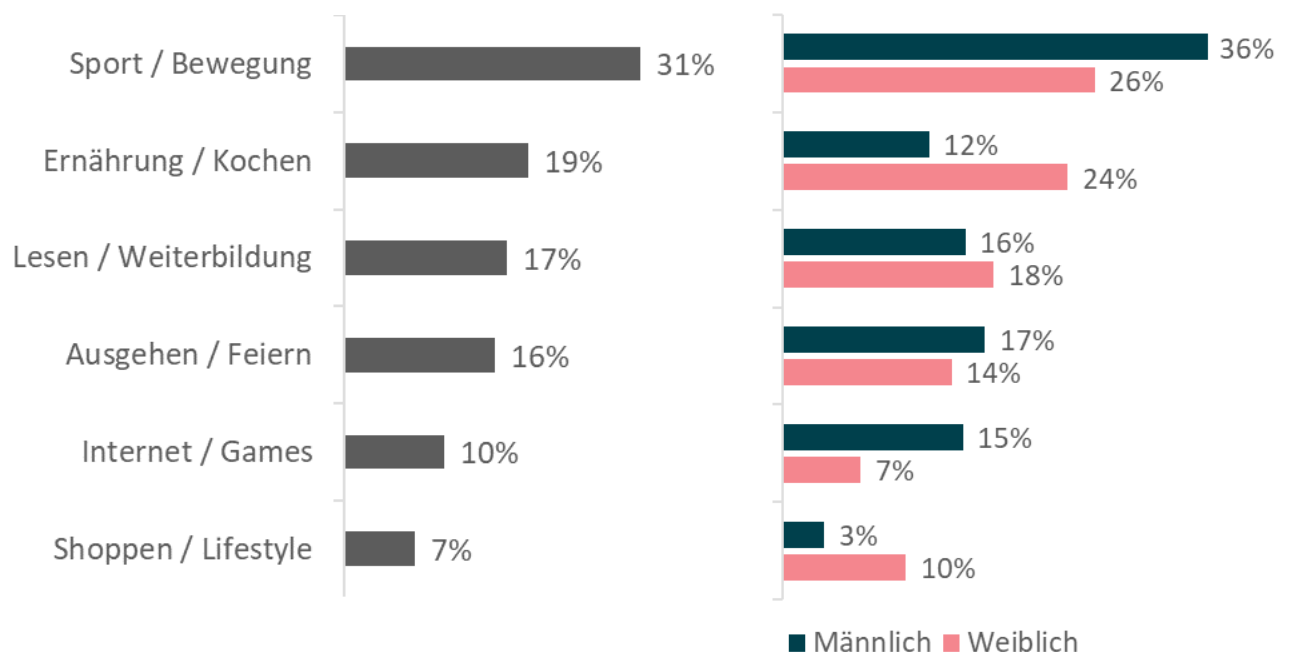
Von diesen Freizeitaktivitäten wurde „Sport und Bewegung“ am häufigsten als *das* charakterisierende Merkmal des eigenen Lebensstils genannt.

WELCHE AKTIVITÄTEN CHARAKTERISIEREN DEN LEBENSSTIL VON STUDIERENDEN?

FRAGE: „WELCHE DER FOLGENDEN ASPEKTE HABEN IN IHRER FREIZEIT DEN HÖCHSTEN STELLENWERT?“

ABB. 1

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN / NACH GESCHLECHT; N = 11.463



TAB. 1

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 11.461

	Sport / Bewegung	Ernährung / Kochen	Lesen / Weiterbildung	Ausgehen / Feiern	Internet / Games	Shoppern / Lifestyle
Kunst / Musik	17 %	26 %	25 %	17 %	8 %	6 %
Sprach- / Kulturwissenschaften	19 %	20 %	27 %	14 %	12 %	8 %
Medienwissenschaften	24 %	19 %	16 %	16 %	12 %	13 %
Sozial- / Geisteswissenschaften	25 %	21 %	18 %	19 %	9 %	7 %
Erziehungswissenschaften	27 %	26 %	14 %	15 %	10 %	9 %
Informatik	27 %	12 %	18 %	14 %	24 %	5 %
Psychologie	29 %	22 %	23 %	14 %	5 %	7 %
Rechtswissenschaft	30 %	16 %	19 %	18 %	6 %	11 %
Naturwissenschaften	30 %	22 %	17 %	15 %	11 %	5 %
Mathematik	34 %	19 %	18 %	13 %	9 %	7 %
Ingenieurwissenschaften	35 %	18 %	14 %	15 %	12 %	6 %
Wirtschaftswissenschaften	35 %	18 %	13 %	17 %	6 %	11 %
Medizin / Gesundheitswissenschaften	38 %	25 %	14 %	12 %	6 %	5 %
Sportwissenschaften	88 %	4 %	4 %	4 %	0 %	0 %

Insgesamt interessieren sich Studierende in ihrer Freizeit besonders häufig für die gesundheitsrelevanten Handlungsfelder „Sport und Bewegung“ (31 %) sowie „Kochen und Ernährung“ (19 %).

„Sport und Bewegung“ wird dabei von Frauen (26 %) und Männern (36 %) am häufigsten als das charakterisierende Merkmal des eigenen Lebensstils genannt. Frauen identifizieren sich zudem besonders häufig mit dem Handlungsfeld „Kochen und Ernährung“ (24 %). Damit geben doppelt so viele Frauen für diesen Freizeitaspekt den höchsten Stellenwert an wie Männer (12 %).

Bezogen auf die Studienrichtung zeigen sich naheliegende Präferenzen: Für 88 % der Studierenden der Sportwissenschaft hat „Sport und Bewegung“ auch in der Freizeit den höchsten Stellenwert. Ansonsten lassen sich die unterschiedlichen Freizeitpräferenzen zwischen den Studienrichtungen am ehesten über den jeweiligen Frauen- und Männeranteil in den verschiedenen Studienrichtungen erklären.

Bei der Interpretation der Ergebnisse für die eigene Zielgruppenansprache gilt es zu bedenken, dass Freizeitinteressen jedoch nicht automatisch auch mit den entsprechenden Verhaltensweisen einhergehen. Dies zeigen die folgenden Kapitel dieses Daten Monitors.

Dabei ist es wichtig zu wissen, dass Einstellungen und Überzeugungen – neben der persönlichen biografischen Situation – auch stark vom gesellschaftlichen Zeitgeschehen geprägt werden. Sie sind somit durchaus von außen beeinflussbar. Diesbezüglich können sich die Gesundheitsförderung und Gesundheitswirtschaft das große Maß an Offenheit der Studierenden zu Nutze machen, um Interesse und Spaß an gesundheitsfördernden Verhaltensweisen bzw. an konkreten Maßnahmen und Angeboten anzuregen.

THEMENFELD 2: WIE STEHT ES UM DAS SPORT- UND BEWEGUNGSVERHALTEN VON STUDIERENDEN?

Sport und Bewegung werden eine Reihe meritotischer Eigenschaften zugesprochen. Wer sich regelmäßig bewegt, kann Krankheiten vorbeugen und seine Psyche stärken. Gleichzeitig kann Sport soziale und kommunikative Kompetenzen fördern.

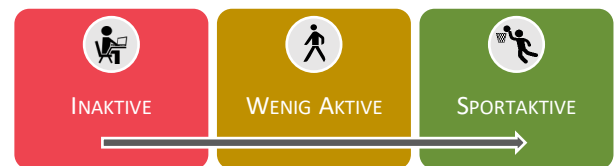
Die Ergebnisse der Erhebung zeigen zwar, dass Sport und Bewegung generell einen hohen Stellenwert im Freizeitverhalten von Studierenden in Deutschland einnehmen, diese münden jedoch nicht automatisch in entsprechende Verhaltensweisen.

Es muss deshalb zunächst geklärt werden, welche Rolle Sport und Bewegung im Alltag der Studierenden tatsächlich spielen. In einem ersten Schritt wird daher gezeigt, wie häufig und wie viel Sport die Studierenden treiben.

Weiterhin werden die bevorzugten Sportaktivitäten dargestellt sowie der Frage nachgegangen, ob Gesundheit überhaupt ein relevantes Sportmotiv ist. Welche Zielgruppen sich für Angebote ableiten lassen und wo bzw. wie man die Studierenden mit Sport- und Bewegungsangeboten erreichen kann, wird ebenfalls thematisiert.

WELCHE ROLLE SPIELEN SPORT UND BEWEGUNG IM ALLTAG VON STUDIERENDEN?

Betrachtet man, wie häufig und wie viel Sport Studierende in Deutschland treiben, und stellt man dabei die gesundheitsbezogene Perspektive in den Vordergrund, ergeben sich 3 Gruppen:



INAKTIVE Alle Studierenden, die angeben nie oder so gut wie nie Sport zu treiben. Diese Gruppe ist durch allgemeine Angebote zur Bewegungsförderung nur schwer zu aktivieren. Hier braucht es sehr gezielte und eng begleitete Unterstützungsmaßnahmen.



WENIG AKTIVE Alle Studierenden, die zwar angeben Sport zu treiben, aber weniger als 3 Mal wöchentlich oder weniger als durchschnittlich 30 Minuten täglich aktiv sind. Diese Gruppe stellt die Kernzielgruppe für alle möglichen Formen und Angebote der Bewegungsförderung dar. Sie ist grundsätzlich interessiert und offen für Sport und Bewegung, schafft es aber aus unterschiedlichen Gründen nicht, Sport zu einem festen Bestandteil des eigenen Lebensstils zu machen.



SPORTAKTIVE Alle Studierenden, die mindestens 3 Mal pro Woche und durchschnittlich mindestens 30 Minuten pro Tag sportlich aktiv sind. Diese Gruppe hat Sport bereits zu einem festen Bestandteil ihres Lebensstils gemacht. Sie benötigt eher weniger externe Unterstützung und Angebote.

FRAGE: „WIE HÄUFIG SIND SIE DERZEIT NORMALERWEISE SPORTLICH AKTIV? BITTE GEBEN SIE DIE HÄUFIGKEIT AN, MIT DER SIE SPORT TREIBEN. (EINHEITEN PRO WOCHE SOWIE STUNDEN PRO WOCHE)“

ABB. 2

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN UND NACH GESCHLECHT; N = 11.463

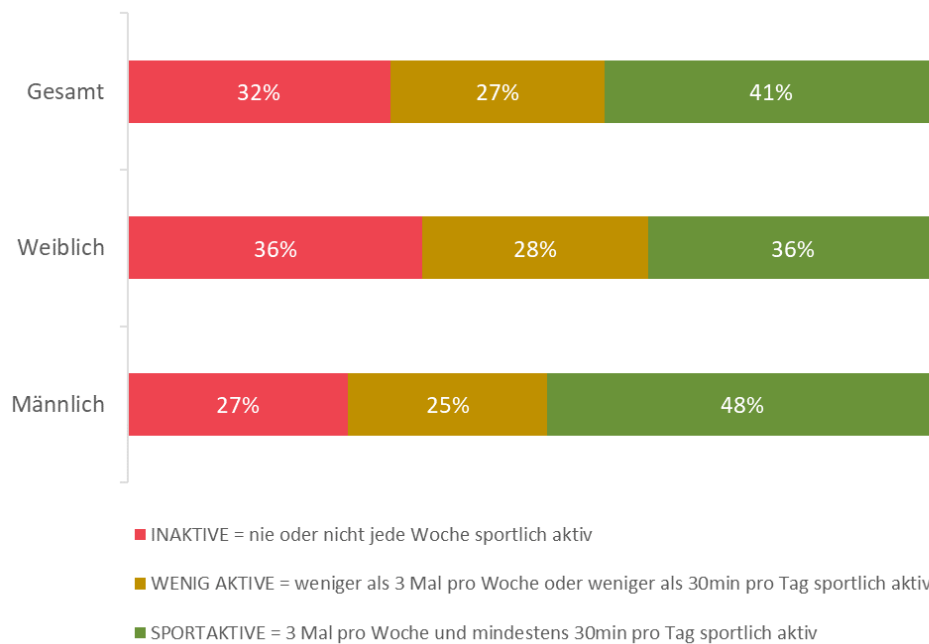


ABB. 3

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 11.463

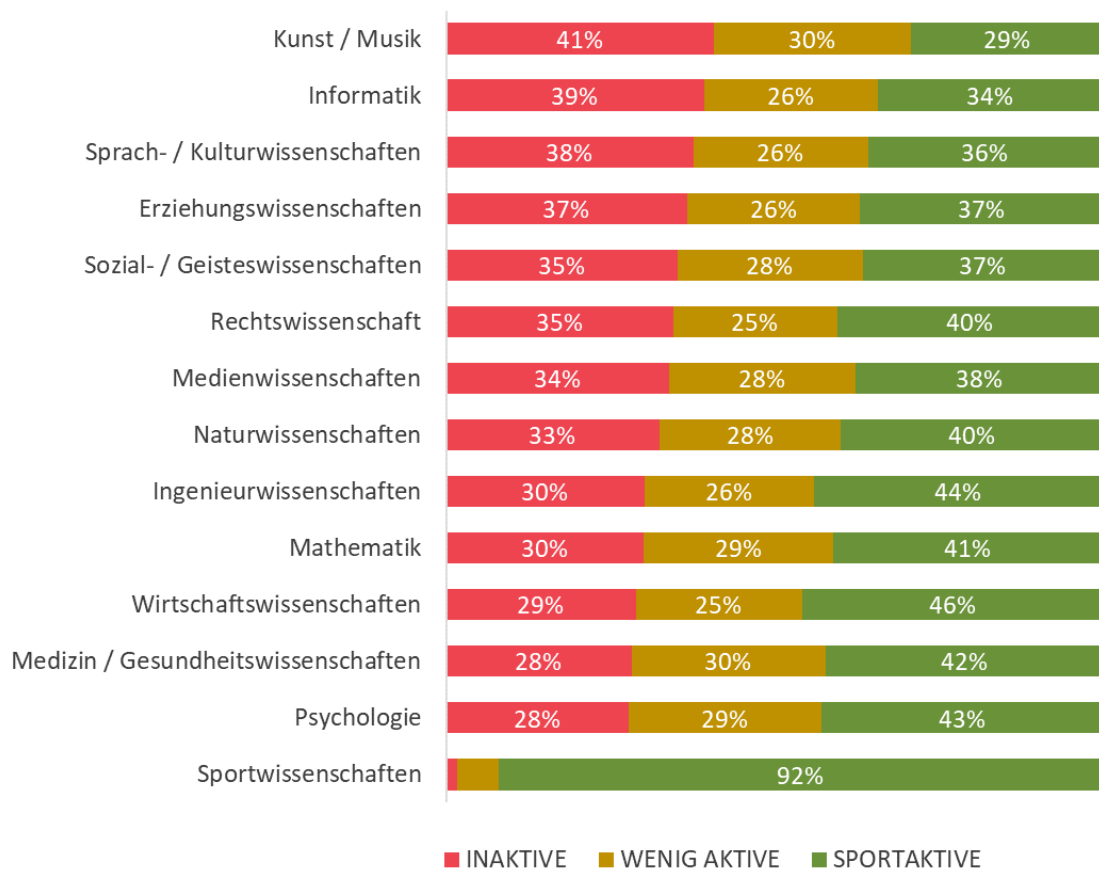
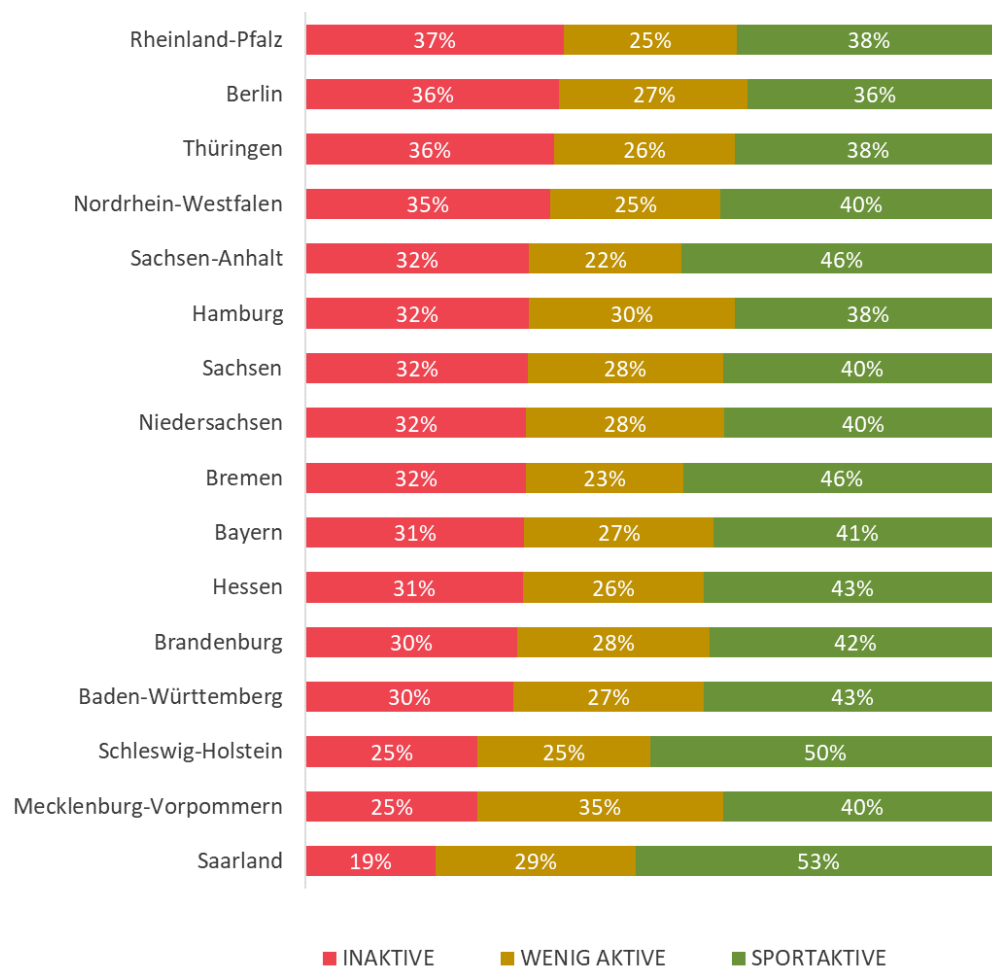


ABB. 4

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, NACH BUNDESLAND; N = 11.132



Ähnlich wie in der Gesamtbevölkerung bestätigt sich bei den Studierenden eine generelle Drittelregel: Rund ein Drittel der Studierenden ist inaktiv (32 %), knapp ein Drittel ist (zu) wenig aktiv (27 %), und gut ein Drittel der Studierenden ist ausreichend aktiv (41 %).

Dabei zeigen die erhobenen Daten, dass Frauen mit 36 % häufiger komplett inaktiv sind als Männer (27 %). Bezogen auf die Studienrichtungen sind die Gruppe der Kunst-, Kultur-, Geistes- und Sozialwissenschaftler (35 % bis 41 %) sowie die Informatiker (39 %) vergleichsweise häufiger inaktiv als Studierende anderer Fachrichtungen.

Im Vergleich der Bundesländer zeigen sich deutliche Unterschiede im Hinblick auf das Aktivitätsniveau der Studierenden. Allerdings kann keine der mit dem Studienort verknüpften Merkmale, z.B. Ost vs. West oder städtische vs. ländliche Prägung, eine dafür plausible Erklärung liefern.

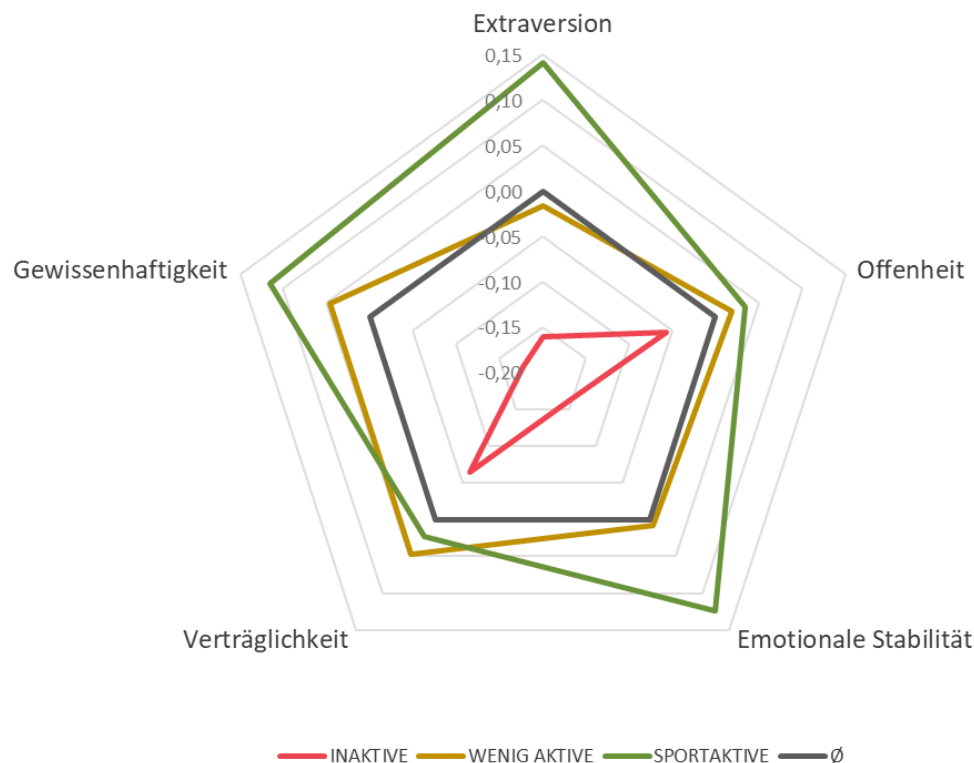
Zwar passt es, dass rund ein Drittel Sport als wichtigste Freizeitaktivität benennt und auch gut ein Drittel regelmäßig sportlich aktiv ist. Der hohe Stellenwert des Sports, der sich bei den Freizeitinteressen und Lebensstilbeschreibungen der Studierenden abgezeichnet hat, spiegelt sich jedoch im Sport- und Bewegungsverhalten der Studierenden mit zwei Drittel „Inaktiven“ oder „Wenig Aktiven“ nicht wider.

WELCHE ZIELGRUPPEN LASSEN SICH FÜR ANGEBOTE ZUR BEWEGUNGSFÖRDERUNG VON STUDIERENDEN ABLEITEN?

Gesundheits- und Bewegungsförderung kann nur dann effektiv und effizient sein, wenn sie sich systematisch an den Voraussetzungen und Bedürfnissen einer möglichst klar definierten Zielgruppe ausrichtet. Wer sind also insbesondere die Studierenden, die gar nicht oder nur wenig sportlich aktiv sind? Welche Persönlichkeitsmerkmale charakterisieren die inaktiven, wenig aktiven und sportaktiven Studierenden?

ABB. 5

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE DEN PERSÖNLICHKEITSTEST ABSOLVIERT HABEN; N = 7.965



Bei den „Big Five“ oder auch dem Fünf-Faktoren-Modell handelt es sich um ein Modell der Persönlichkeitspsychologie. Dem Modell zufolge existieren fünf Hauptdimensionen der Persönlichkeit, die, je nach Persönlichkeit, unterschiedlich ausgeprägt sind.

Ein Vergleich dieser fünf Persönlichkeitsmerkmale von Studierenden der drei Aktivitätslevel zeigt: „Sportaktive“ unterscheiden sich von „Wenig Aktiven“ und „Inaktiven“ insbesondere auf den Dimensionen: (1) Extraversion, (2) Emotionale Stabilität und (3) Gewissenhaftigkeit.

Unklar bleibt jedoch, ob die sportliche Aktivität dabei die abhängige oder unabhängige Variable darstellt. Die Annahme, dass ein hohes Level an Gewissenhaftigkeit dazu beiträgt, regelmäßig sportlich aktiv zu sein (Sport als abhängige Variable) bzw. die Vermutung, dass sportliche Aktivität einen Beitrag zur emotionalen Stabilität leistet (Sport als unabhängige Variable) können somit nicht geklärt werden.

Wichtig für die Zielgruppenansprache ist jedoch, dass insbesondere die „Inaktiven“ aufgrund ihrer Persönlichkeit gezielt anders angesprochen werden müssen, um für gesundheitsfördernde Maßnahmen und Angebote motiviert zu werden.

IST GESUNDHEIT FÜR STUDIERENDE ÜBERHAUPT EIN MOTIV SPORT ZU TREIBEN?

Die gesundheitlichen Folgen von Bewegungsmangel werden teilweise erst mit fortgeschrittenem Lebensalter vollständig spürbar. Bei jüngeren Menschen sind die mit Bewegungsmangelkrankheiten verbundenen Symptome daher häufig kein Thema. Mit dem Alter auftretende Einschränkungen sind oft noch zu kompensieren.

Aus dieser Perspektive stellt sich die Frage, ob Studierende bereits ein ausgeprägtes Bewusstsein für die Notwendigkeit regelmäßiger Bewegung haben und welche Rolle Gesundheit somit als Motiv für die eigene Bewegungsaktivität spielt.

FRAGE: „WARUM TREIBEN SIE SPORT? BITTE WÄHLEN SIE DIE FÜR SIE 2 WICHTIGSTEN GRÜNDE AUS.“

ABB. 6

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGBEN HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE SPORT ZU BETREIBEN – 1. UND 2. GRUND KUMULIERT; N = 7.746

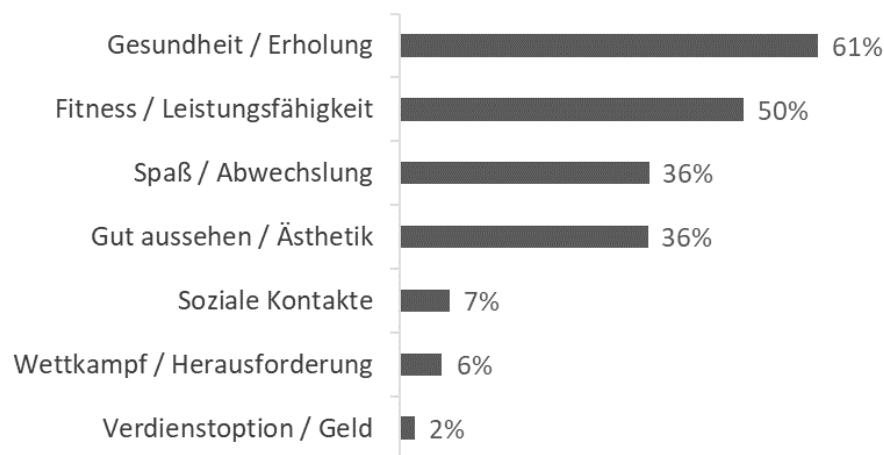
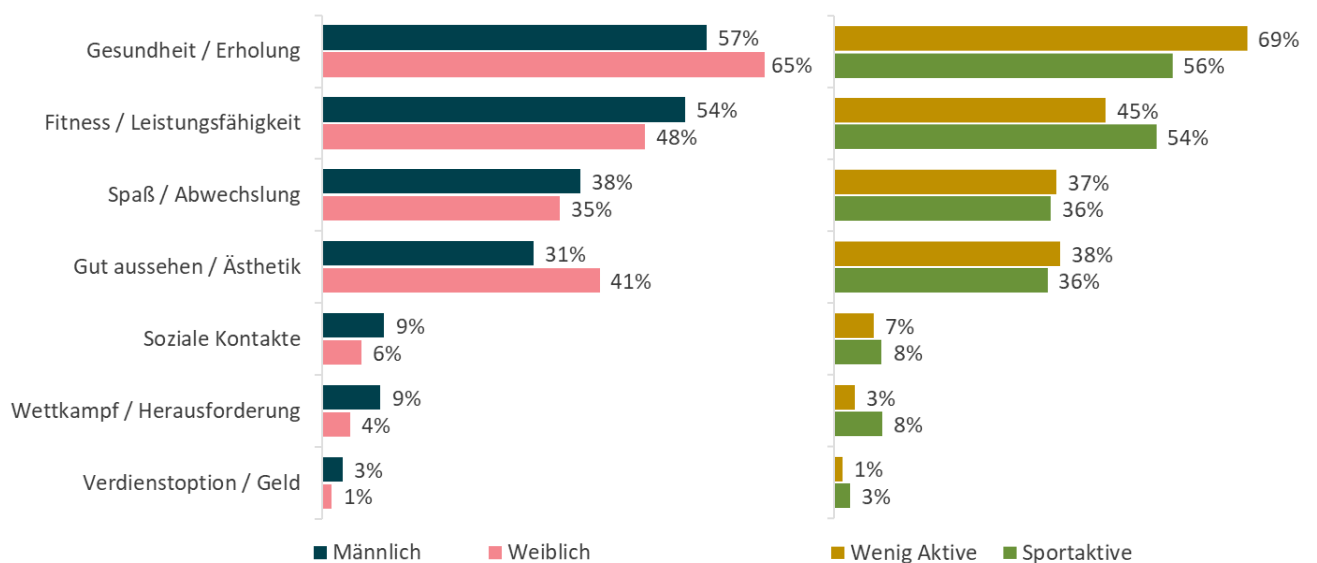


ABB. 7

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGBEN HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE SPORT ZU BETREIBEN – 1. UND 2. GRUND KUMULIERT, NACH GESCHLECHT / NACH AKTIVITÄTSLEVEL; N = 7.746



TAB. 2

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, MINDESTENS
1 MAL PRO WOCHE SPORT ZU BETREIBEN - 1. UND 2. GRUND KUMULIERT, NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 7.748

	Gesundheit / Erholung	Fitness / Lei- stungsfähigkeit	Spaß / Abwechslung	Gut aussehen / Ästhetik	Soziale Kontakte	Wettkampf / Herausforderung	Verdienst- option / Geld
Sportwissenschaften	41 %	61 %	44 %	18 %	9 %	20 %	7 %
Mathematik	52 %	51 %	44 %	33 %	8 %	9 %	3 %
Wirtschaftswissenschaften	56 %	52 %	33 %	42 %	8 %	7 %	3 %
Ingenieurwissenschaften	58 %	53 %	40 %	30 %	9 %	7 %	3 %
Rechtswissenschaft	60 %	51 %	33 %	47 %	3 %	5 %	2 %
Medienwissenschaften	62 %	48 %	31 %	48 %	4 %	5 %	0 %
Sozial- / Geisteswissenschaften	63 %	47 %	40 %	34 %	8 %	5 %	2 %
Informatik	64 %	49 %	35 %	34 %	9 %	8 %	2 %
Erziehungswissenschaften	64 %	47 %	37 %	43 %	4 %	4 %	1 %
Naturwissenschaften	65 %	47 %	41 %	31 %	9 %	5 %	2 %
Sprach- / Kulturwissenschaften	68 %	48 %	34 %	40 %	6 %	4 %	2 %
Medizin / Gesundheitswissen- schaften	69 %	55 %	31 %	34 %	5 %	4 %	2 %
Kunst / Musik	69 %	48 %	30 %	40 %	9 %	1 %	3 %
Psychologie	72 %	44 %	32 %	43 %	5 %	4 %	1 %

TAB. 3

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, MINDESTENS
1 MAL PRO WOCHE SPORT ZU BETREIBEN - 1. UND 2. GRUND KUMULIERT, NACH BUNDESLAND; N = 7.518

	Gesundheit / Erholung	Fitness / Lei- stungsfähigkeit	Spaß / Abwechslung	Gut aussehen / Ästhetik	Soziale Kontakte	Wettkampf / Herausforderung	Verdienst- option / Geld
Saarland	52 %	56 %	38 %	35 %	8 %	8 %	2 %
Brandenburg	57 %	47 %	34 %	48 %	3 %	6 %	5 %
Schleswig-Holstein	57 %	56 %	37 %	36 %	7 %	5 %	2 %
Bayern	58 %	51 %	40 %	35 %	7 %	6 %	2 %
Berlin	59 %	52 %	32 %	39 %	9 %	7 %	2 %
Thüringen	60 %	57 %	38 %	36 %	2 %	6 %	2 %
Nordrhein-Westfalen	61 %	51 %	35 %	37 %	7 %	6 %	3 %
Niedersachsen	61 %	47 %	39 %	35 %	8 %	7 %	2 %
Hamburg	61 %	51 %	31 %	42 %	6 %	7 %	2 %
Sachsen	63 %	50 %	40 %	32 %	7 %	6 %	2 %
Bremen	64 %	46 %	35 %	35 %	12 %	5 %	3 %
Sachsen-Anhalt	64 %	48 %	39 %	31 %	11 %	5 %	2 %
Baden-Württemberg	64 %	50 %	37 %	35 %	7 %	5 %	2 %
Rheinland-Pfalz	64 %	50 %	38 %	32 %	10 %	6 %	1 %
Hessen	64 %	48 %	35 %	37 %	7 %	7 %	1 %
Mecklenburg-Vorpommern	66 %	50 %	35 %	35 %	6 %	8 %	1 %

Für fast zwei Drittel der Studierenden (61 %) ist „Gesundheit und Erholung“ eines der beiden wichtigsten Motive, um sich sportlich zu betätigen. Zudem treibt die Hälfte der Studierenden (50 %) Sport, um fit und leistungsfähig zu sein.

Spaß und gutes Aussehen sind dagegen nur für rund ein Drittel (je 36 %) besonders wichtig. Auffallend ist, dass die Motive „Soziale Kontakte“ (7 %) und „Wettkampf / Herausforderung“ (6 %) nur selten gewählt wurden – beides zentrale Merkmale des traditionellen Vereinssports.

Betrachtet man die Ergebnisse getrennt nach Geschlecht, ist bei Frauen die Tendenz, Sport als „Mittel zum Zweck“ zu nutzen (bspw. Gesundheit, Fitness oder gutes Aussehen) generell deutlicher als bei Männern ausgeprägt. Im Gegensatz dazu scheint Sport als Selbstzweck (Spaß, Geselligkeit) den Studierenden beider Geschlechter im Allgemeinen weniger wichtig zu sein.

Sehr große Unterschiede gibt es in Bezug auf die Sportmotive zwischen den Fächergruppen. Während die angehenden Sportwissenschaftler „Wettkampf / Herausforderung“ zu 20 % angeben, liegt dieses Motiv in allen anderen Fachbereichen meist weit unter 10 % oder spielt praktisch keine Rolle (z. B. Fächergruppe Kunst / Musik: 1 %). Betrachtet man den Aspekt „Gut aussehen / Ästhetik“, nennen 18 % der Sportstudierenden diesen als einen der beiden wichtigsten Gründe, Sport zu treiben; Studierende anderer Studienrichtungen hingegen geben dieses Motiv zu rund einem Drittel (ab 31 %) bis zur Hälfte (bis 48 %) an.

Hinsichtlich einer Zielgruppenansprache im Bereich der Bewegungs- und Gesundheitsförderung kann festgehalten werden, dass bei den Studierenden generell eine Art gesellschaftlicher Wertewandel weg von den Sportmotiven „Wettkampf“ und „Leistung“ bzw. „Soziale Kontakte“ hin zu „Gesundheit“ und „Fitness“ stattfindet. Dadurch sind Studierende im Besonderen offen für gesundheitssportliche Aktivitäten und Angebote.

WELCHE SPORTAKTIVITÄTEN BEVORZUGEN DIE STUDIERENDEN?

Das Sportartenspektrum in Deutschland ist in den letzten Jahrzehnten von einigen Dutzend auf mehrere hundert Sport- und Bewegungsformen angewachsen. Dies zeigt einerseits ein großes Interesse der Menschen an neuen und interessanten Sportaktivitäten. Gleichzeitig ist damit aber auch die Herausforderung verbunden, im Rahmen der gesundheitsbezogenen Bewegungsförderung Prioritäten zu setzen und sich auf eine Auswahl an Sportarten und Bewegungsaktivitäten zu fokussieren, um mit den gegebenen Ressourcen auch qualitativ hochwertige Angebote für die jeweils anvisierte Zielgruppe zu schaffen.

Aus dieser Prämisse ergibt sich die Fragestellung nach den beliebtesten Sportarten und Bewegungsaktivitäten der Studierenden sowie die Frage, mit welchen Inhalten es Sportanbietern gelingen kann, eine möglichst große Zahl von Studierenden anzusprechen.

Bei der Interpretation der folgenden Abbildungen ist zu beachten, dass diese jeweils den Anteil derjenigen Studierenden zeigen, die die jeweilige Sportart am häufigsten oder zweithäufigsten betreiben, wodurch Mehrfachnennungen möglich werden. Die Basis bilden Befragte, die mindestens 1 Mal pro Woche Sport betreiben.

FRAGE: „WELCHE SPORTART BETREIBEN SIE AM HÄUFIGSTEN?“ UND „WELCHE SPORTART BETREIBEN SIE AM ZWEITHÄUFIGSTEN?“

ABB. 8

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE SPORT ZU BETREIBEN; N = 11.796

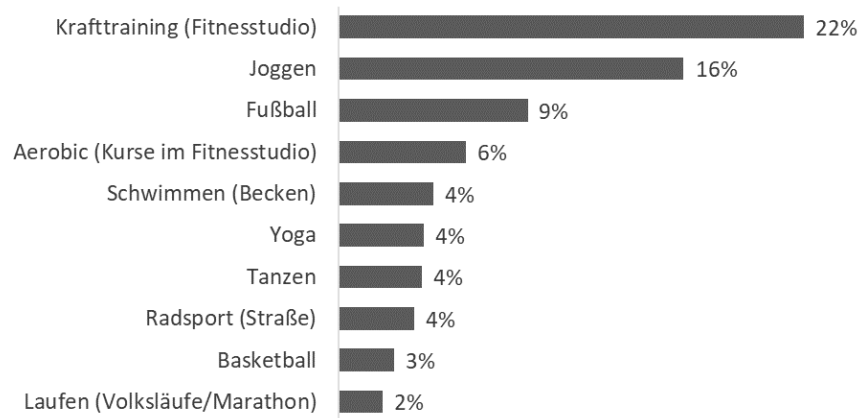
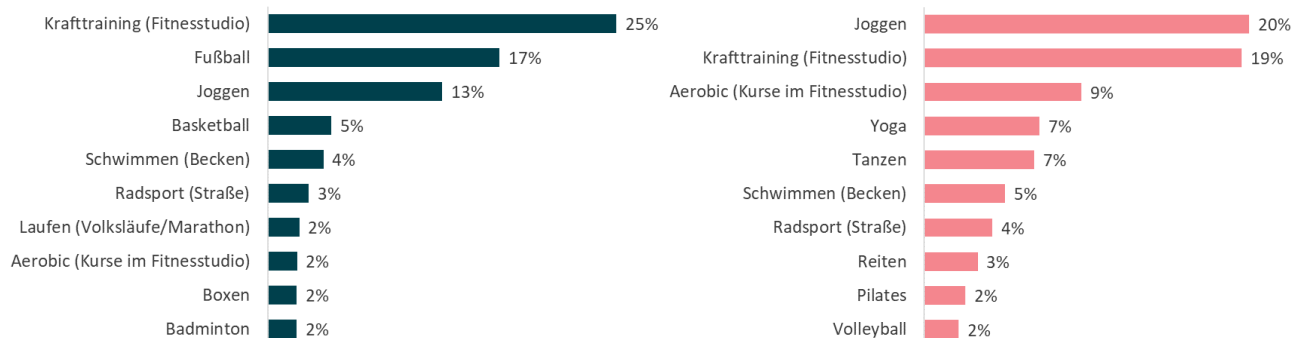


ABB. 9

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE SPORT ZU BETREIBEN, NACH MÄNNERN (LINKS) UND FRAUEN (RECHTS); MÄNNER N = 5.564 / FRAUEN N = 6.232



Insgesamt wurden von den Studierenden rund 70 Sportarten oder Bewegungsformen als Erst- oder Zweitsportart aus einer vorgegebenen Sportartenliste ausgewählt. Weitere rund 100 Aktivitäten wurden durch die Studierenden als freie Antworten ergänzt. Die Daten zeigen damit eine enorme Vielfalt und Heterogenität der Sportinteressen der Studierenden.

Allerdings werden lediglich drei Sportarten von mehr als 10 % der sportaktiven Studierenden betrieben: Krafttraining im Fitnessstudio (22 %), Joggen (16 %) sowie – allerdings nur bei den Männern – Fußball mit 17 %. Alle Sportaktivitäten außerhalb der gezeigten Top 10 werden von weniger als 2 % der sportaktiven Studentinnen und Studenten betrieben.

Gleichzeitig wird deutlich, dass sich die Studierenden als Gruppe auf wenige Aktivitäten beschränken. Die Erhebungsdaten offenbaren, dass im Durchschnitt jeder sportaktive Studierende „nur“ 1,8 Sportarten betreibt. Lediglich 16 % der sportaktiven Studierenden betreiben regelmäßig 3 Sportarten oder mehr.

Sehr deutlich zeigt sich in der Befragung auch, wie „dominant“ gesundheitsbezogene Sportarten in der Gunst der Studierenden sind (Krafttraining, Joggen, Aerobic, Pilates, etc.). Eine mögliche Schlussfolgerung ist, dass Studierende – gemäß des zu 61 % gewählten Sportmotivs „Gesundheit und Erholung“ – bewusst etwas für ihre Gesundheit und ihren Körper tun.

Hinsichtlich einer gezielten Ansprache der Studierenden durch andere Sportaktivitäten gilt es zu bedenken, dass sowohl mit etablierten Sportarten wie Handball (1,2 %), Tennis (1,2 %) oder Leichtathletik (0,7 %) als auch mit sogenannten Trendsportarten wie Beach-Volleyball (0,6 %), Triathlon (0,1 %) oder Lacrosse (0,1 %) momentan nur ein sehr kleiner Teil der sportaktiven Studierenden erreicht wird.

WELCHE SPORTAKTIVITÄTEN BEVORZUGEN DIE STUDIERENDEN?

Will man Angebote im Bereich der bewegungsorientierten Gesundheitsförderung schaffen oder optimieren, so ist neben der inhaltlichen Ausrichtung des Angebots auch das „Setting“, also der organisatorische Rahmen in dem dieses Angebot gemacht werden soll, relevant.

Daraus ergibt sich die Fragestellung, wo Studierende bevorzugt Sport treiben. Dies kann Aufschluss darüber geben, mit welchen Partnern sich beispielsweise eine Zusammenarbeit im Bereich der bewegungsorientierten Gesundheitsförderung von Studierenden am ehesten lohnt. Beziehungsweise in welchen Angebotsbereichen gegebenenfalls nachgebessert werden muss, um Studierende besser zu erreichen.

Die folgenden Abbildungen basieren auf den Antworten der Studierenden, die angegeben haben, mindestens 1 Mal pro Woche Sport zu treiben. Berücksichtigt wird das Setting für die drei von den Studierenden jeweils am häufigsten betriebenen Sportarten, wodurch sich auch hier die Möglichkeit von Mehrfachnennungen ergibt.

FRAGE: „IN WELCHEM ORGANISATORISCHEN RAHMEN BETREIBEN SIE IHREN SPORT?“

ABB. 10

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE SPORT ZU BETREIBEN; N = 16.742

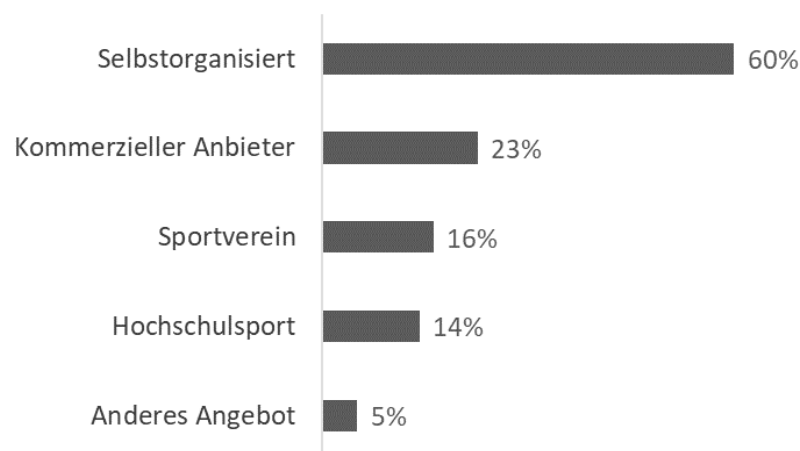


ABB. 11

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEZEIGT HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE
SPORT ZU BETREIBEN, NACH GESCHLECHT; N = 16.742

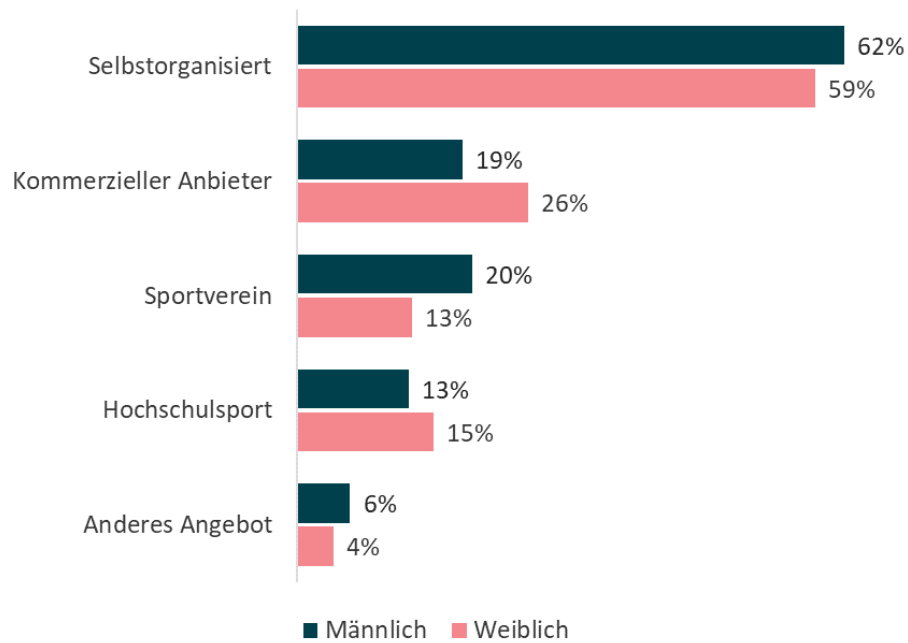
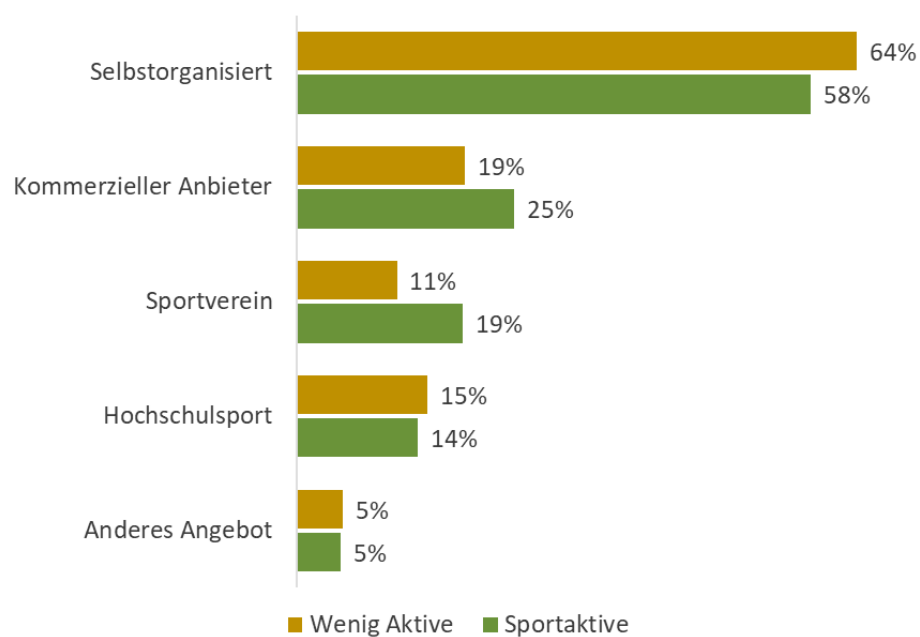


ABB. 12

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEZEIGT HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE
SPORT ZU BETREIBEN, NACH AKTIVITÄTSLEVEL; N = 16.740



TAB. 4

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGBEN HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE
SPORT ZU BETREIBEN, NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 16.742

	Selbstorganisiert	Kommerzieller Anbieter	Sportverein	Hochschulsport	Anderes Angebot
Sportwissenschaften	54 %	13 %	33 %	19 %	5 %
Mathematik	55 %	21 %	24 %	13 %	4 %
Erziehungswissenschaften	56 %	24 %	17 %	18 %	5 %
Wirtschaftswissenschaften	57 %	29 %	18 %	12 %	4 %
Rechtswissenschaft	59 %	27 %	15 %	11 %	6 %
Sozial- / Geisteswissenschaften	60 %	23 %	14 %	16 %	4 %
Psychologie	60 %	29 %	11 %	15 %	6 %
Medienwissenschaften	60 %	24 %	15 %	14 %	5 %
Informatik	61 %	22 %	16 %	12 %	6 %
Ingenieurwissenschaften	61 %	19 %	18 %	13 %	6 %
Sprach- / Kulturwissenschaften	62 %	24 %	11 %	17 %	4 %
Kunst / Musik	63 %	19 %	10 %	14 %	4 %
Naturwissenschaften	63 %	17 %	16 %	16 %	5 %
Medizin / Gesundheitswissenschaften	64 %	22 %	13 %	16 %	4 %

TAB. 5

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGBEN HABEN, MINDESTENS 1 MAL PRO WOCHE
SPORT ZU BETREIBEN, NACH BUNDESLAND; N = 16.222

	Selbstorganisiert	Kommerzieller Anbieter	Sportverein	Hochschulsport	Anderes Angebot
Saarland	51 %	31 %	19 %	10 %	5 %
Mecklenburg-Vorpommern	53 %	17 %	17 %	25 %	4 %
Niedersachsen	55 %	24 %	18 %	17 %	4 %
Schleswig-Holstein	58 %	21 %	22 %	15 %	6 %
Berlin	58 %	25 %	13 %	13 %	6 %
Bremen	58 %	31 %	17 %	11 %	6 %
Sachsen-Anhalt	58 %	16 %	16 %	23 %	6 %
Nordrhein-Westfalen	59 %	24 %	17 %	13 %	5 %
Rheinland-Pfalz	60 %	23 %	15 %	12 %	4 %
Hessen	61 %	26 %	17 %	11 %	6 %
Baden-Württemberg	61 %	21 %	16 %	15 %	5 %
Hamburg	61 %	26 %	16 %	10 %	3 %
Bayern	63 %	22 %	17 %	13 %	4 %
Brandenburg	63 %	29 %	12 %	14 %	4 %
Sachsen	65 %	16 %	14 %	20 %	5 %
Thüringen	66 %	20 %	11 %	21 %	4 %

Knapp zwei Drittel der Studierenden (60 %) betreiben zumindest eine ihrer Sportaktivitäten selbstorganisiert. Ein knappes Viertel ist Kunde eines kommerziellen Sportanbieters (23 %). Der Sportverein und der Hochschulsport stellen hingegen für (nur) jeweils ca. 15 % der Studierenden den organisatorischen Rahmen ihrer sportlichen Aktivität.

Betrachtet man das Setting getrennt nach Geschlecht fällt auf, dass Männer im Vergleich häufiger Angebote im Sportverein nutzen (20 % vs. 13 %) und Frauen eher Kundinnen bei kommerziellen Sportanbietern sind (26 % vs. 19 %).

Die Unterschiede zwischen der Gruppe der „Sportaktiven“ und „Wenig Aktiven“ deuten darauf hin, dass diejenigen, die bereits aktiver sind, eher in einem organisierten Rahmen Sport treiben, also im Verein (25 % vs. 19 %) oder bei einem kommerziellen Sportanbieter (19 % vs. 11 %).

Bei Betrachtung der Ergebnisse nach Bundesländern zeigt sich ein geringeres Maß an Organisation im Sportverein in den neuen Bundesländern. Gleichzeitig nutzen Studierende in den neuen Bundesländern deutlich häufiger Angebote des Hochschulsports.

Insgesamt betrachtet ist der Organisationsgrad der Studienteilnehmer (Altersschnitt 23,3 Jahre) im Sportverein geringer als in der Altersgruppe der 19-26 Jahre alten Menschen in Deutschland insgesamt. Dies könnte mit dem häufig durch das Studium bedingten Wechsel des Wohnorts zusammenhängen.

Hinsichtlich der Zielgruppenansprache kann festgestellt werden, dass generell sowohl Sportvereine als auch kommerzielle Anbieter und der Hochschulsport geeignete Partner sein können, um Studierende zu mehr körperlicher Aktivität zu animieren. Die große Herausforderung besteht jedoch darin, die (ausschließlich) individuell Sport treibenden Studierenden zu erreichen und zu unterstützen. Hierzu braucht es jedoch augenscheinlich neue und innovative Formen der Ansprache und Begleitung.

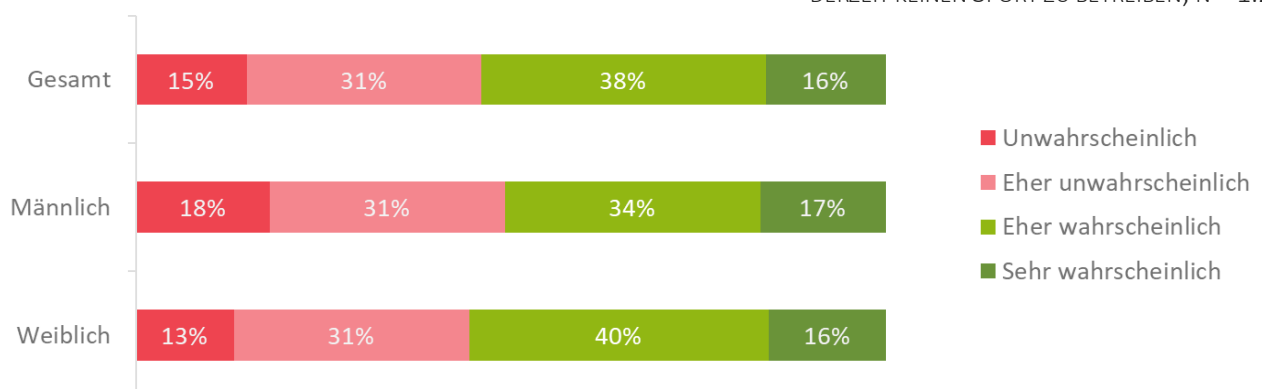
WELCHE BARRIEREN MÜSSEN ÜBERWUNDEN WERDEN, UM STUDIERENDE IM RAHMEN DER BEWEGUNGSFÖRDERUNG ZU UNTERSTÜTZEN?

Die Gruppe der inaktiven Studierenden ist nur sehr schwer zu aktivieren. Dennoch lohnt es sich im Rahmen der Zielgruppenerweiterung, die Sportbarrieren in den Blick zu nehmen, um mögliche Ansätze zur Aktivierung bzw. Bewegungsförderung zu identifizieren.

FRAGE: „WIE WAHRSCHEINLICH IST ES, DASS SIE INNERHALB EINES JAHRES WIEDER MIT DEM SPORTTREIBEN BEGINNEN?“

ABB. 13

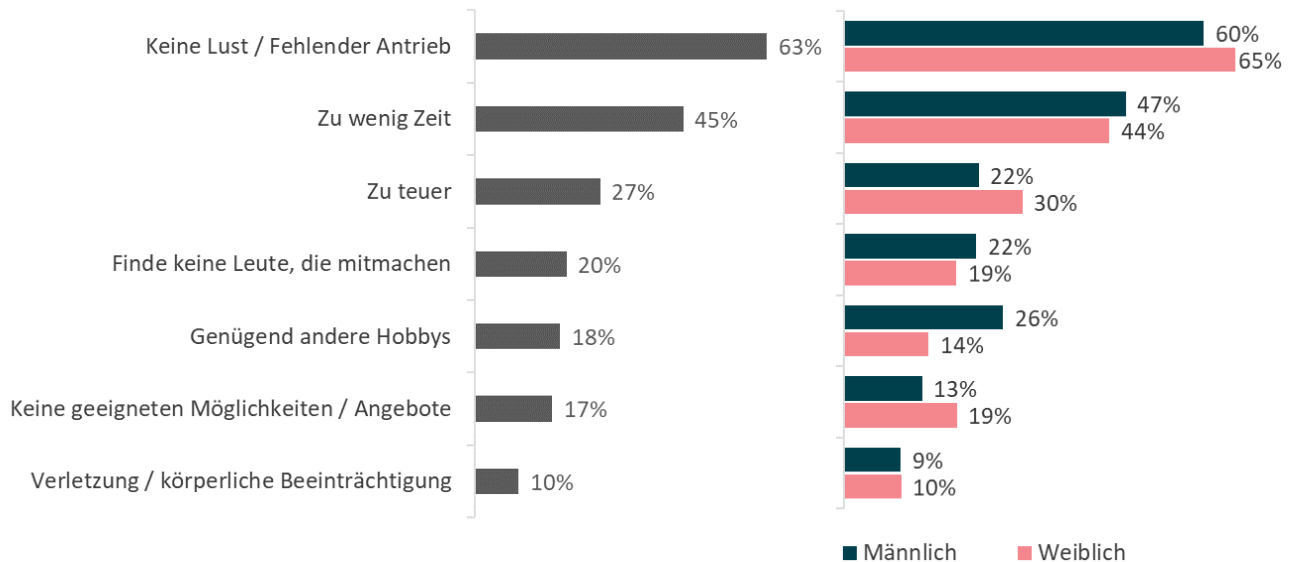
BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, DERZEIT KEINEN SPORT ZU BETREIBEN; N = 1.211



FRAGE: „WARUM SIND SIE DERZEIT NICHT SPORTLICH AKTIV?“

ABB. 14

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEZEIGT HABEN,
DERZEIT KEINEN SPORT ZU BETREIBEN / NACH GESCHLECHT; N = 1.209



Etwas weniger als die Hälfte (46 %) der derzeit inaktiven Studierenden geht davon aus, auch im nächsten halben Jahr nicht oder nicht wieder sportlich aktiv zu werden. Die andere Hälfte hält es für (eher) wahrscheinlich, wieder Sport zu betreiben.

Knapp zwei Drittel (63 %) der Studierenden, die gar keinen Sport treiben, begründen dies damit, dass sie keine Lust haben oder ihnen der notwendige Antrieb fehlt. 18 % geben an, sie hätten bereits genügend andere Hobbys.

Als externe Sport-Barriere wird vor allem fehlende Zeit (45 %) genannt. Daneben spielen auch hohe Kosten (27 %), fehlende Sportpartner (20 %) oder fehlende Sportangebote (17 %) eine gewisse Rolle.

Diejenigen, die keine Lust haben, Sport zu treiben, nicht glauben oder vor haben in nächster Zeit wieder aktiv zu werden oder andere Prioritäten für sich selbst setzen, sind durch Programme zur Bewegungsförderung kaum zu erreichen. Hier muss letztendlich auch das Recht des Einzelnen respektiert werden, für sich selbst zu entscheiden, ob man körperlich aktiv sein möchte oder nicht.

Interessanter ist es jedoch für Sport- und Bewegungsanbieter, sich diejenigen derzeit inaktiven Studierenden genauer anzuschauen, die beabsichtigen, wieder aktiv zu werden. Dabei muss dieser Zielgruppe vor allem dabei geholfen werden, externe Barrieren wie zu hohe Kosten oder fehlende Angebote vor Ort zu überwinden. Es ist für die Sport- und Bewegungsanbieter wichtig, dass Realitäten bzw. Änderungen bezüglich dieser (wahrgenommenen) Barrieren, also bspw. die tatsächlichen Kosten und Angebote, gezielt dieser Zielgruppe gegenüber kommuniziert werden.

THEMENFELD 3: IN WELCHEM ZUSAMMENHANG STEHEN STUDIUM UND SITZVERHALTEN?

Regelmäßiges und zu langes Sitzen am Stück ist in den letzten Jahren immer mehr als Gesundheitsrisiko in den Blickpunkt gerückt.

Eine der wichtigsten Erkenntnisse ist dabei, dass das Risiko zu langer Sitzperioden am Stück auch durch anschließende Bewegungsphasen nicht mehr vollständig kompensiert werden kann.

Universitäres Lernen ist jedoch traditionsgemäß stark durch sitzende Tätigkeiten charakterisiert.

Diesbezüglich stellt sich die Frage, wie sehr Studierende dem Risiko eines sitzenden Lebensstils tatsächlich ausgesetzt sind.

Hinweis: Aus Abbildung 16 lässt sich schließen, dass eine Gefährdung der Studierenden vor allem die Wochentage im Semester betrifft. Daher beziehen sich die dargestellten Ergebnisse der Abbildungen 17 und 18 auf diesen Zeitraum.

FRAGE: „WIE VIELE STUNDEN SITZEN SIE DURCHSCHNITTLICH AM TAG?“

ABB. 15

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN; N = 11.463

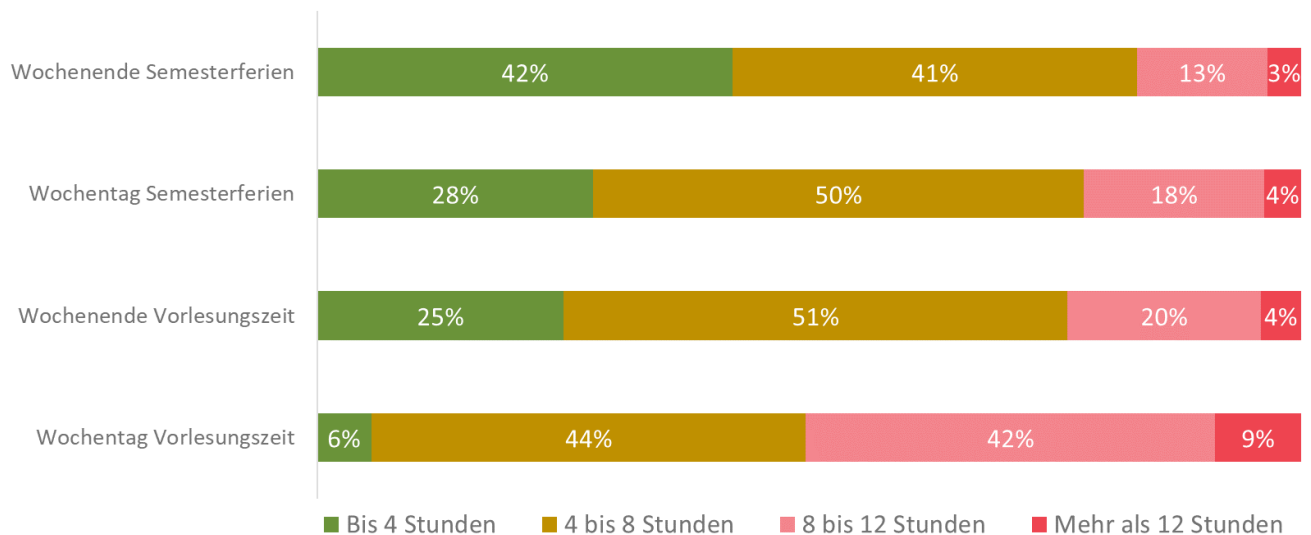


ABB. 16

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 11.463

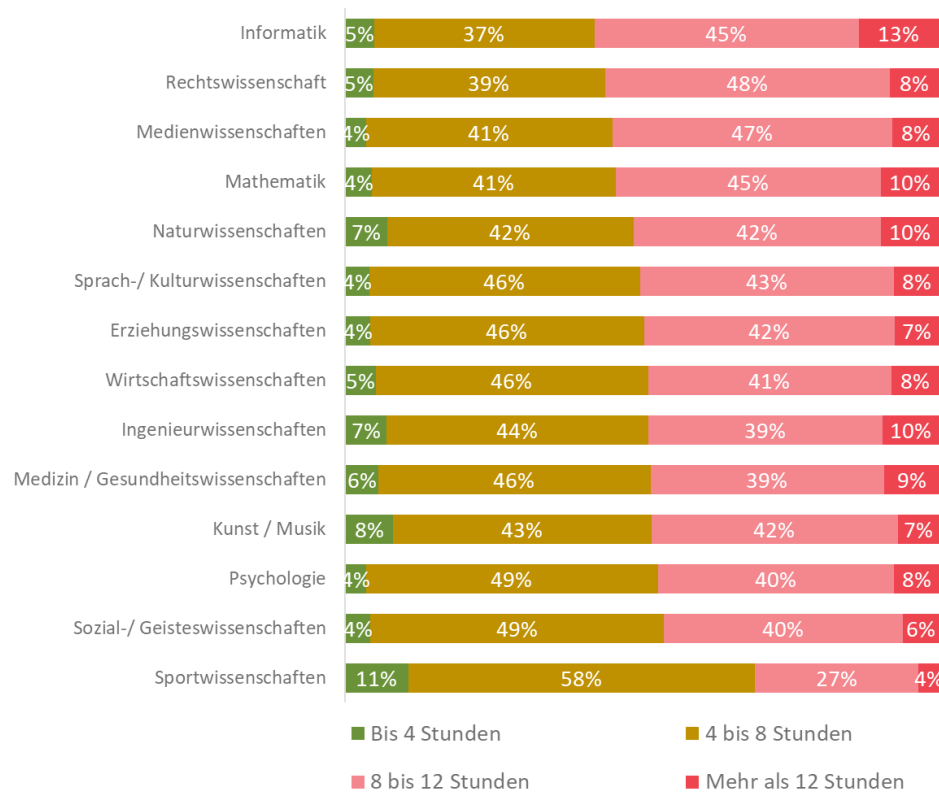
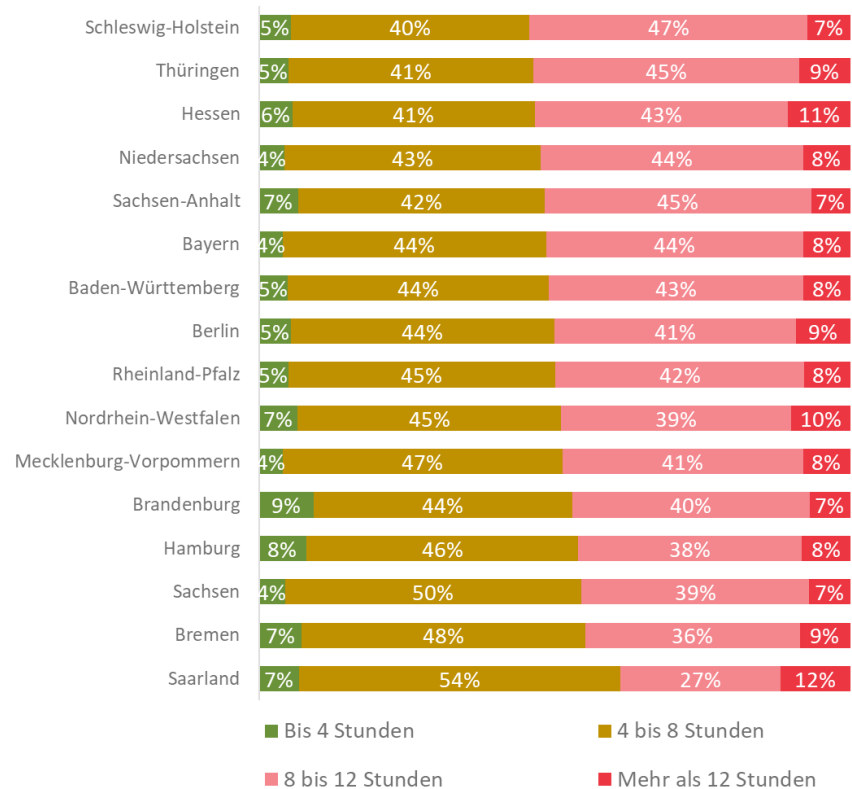


ABB. 17

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, NACH BUNDESLAND; N = 11.463



FRAGE: „WELCHE DER FOLGENDEN AUSSAGEN TREFFEN AUF SIE ZU?“

ABB. 18

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN; N = 11.463

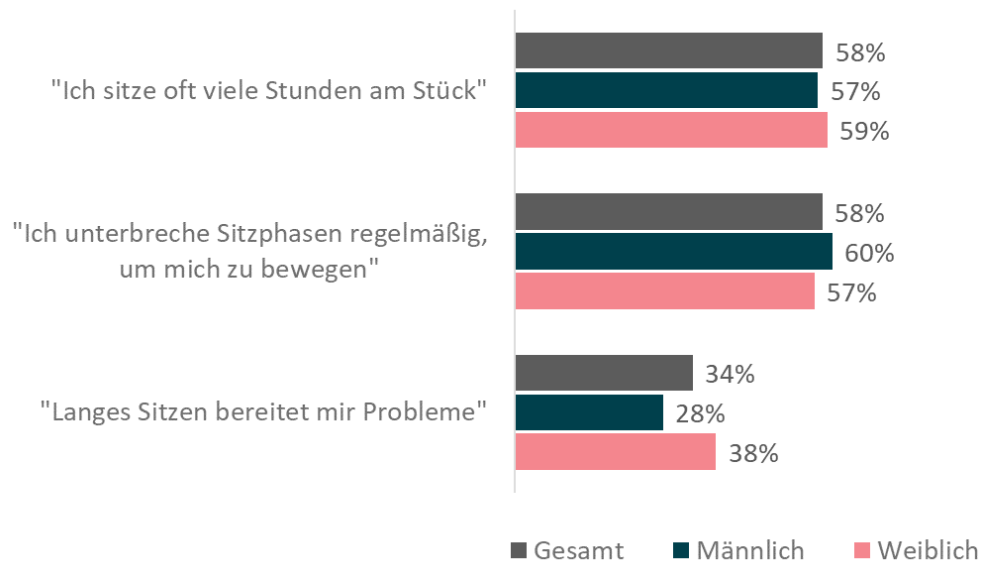


ABB. 19

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, OFT VIELE STUNDEN AM STÜCK ZU SITZEN,
NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 11.463

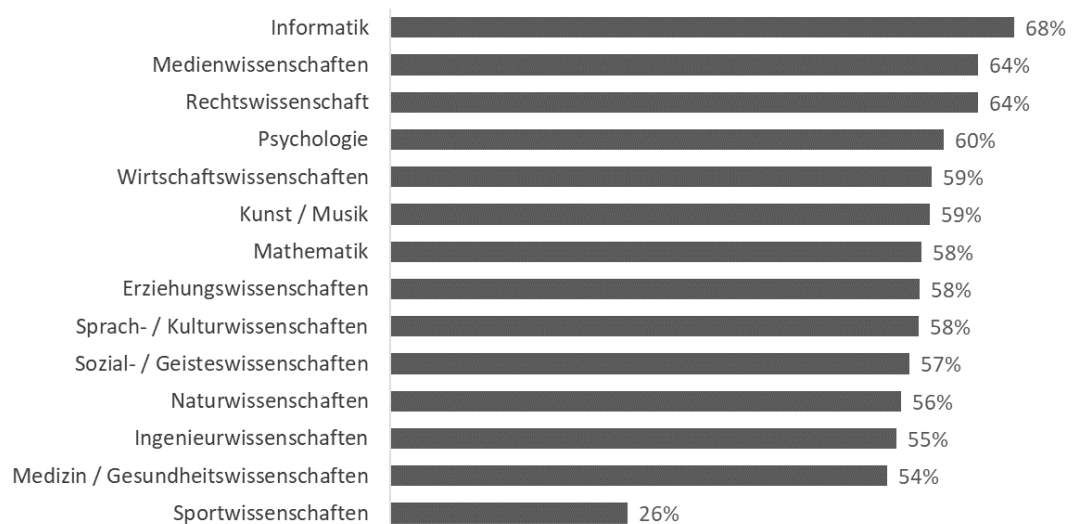


ABB. 20

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEZEIGT HABEN, IHRE SITZPHASEN REGELMÄßIG ZU UNTERBRECHEN,
NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 11.463

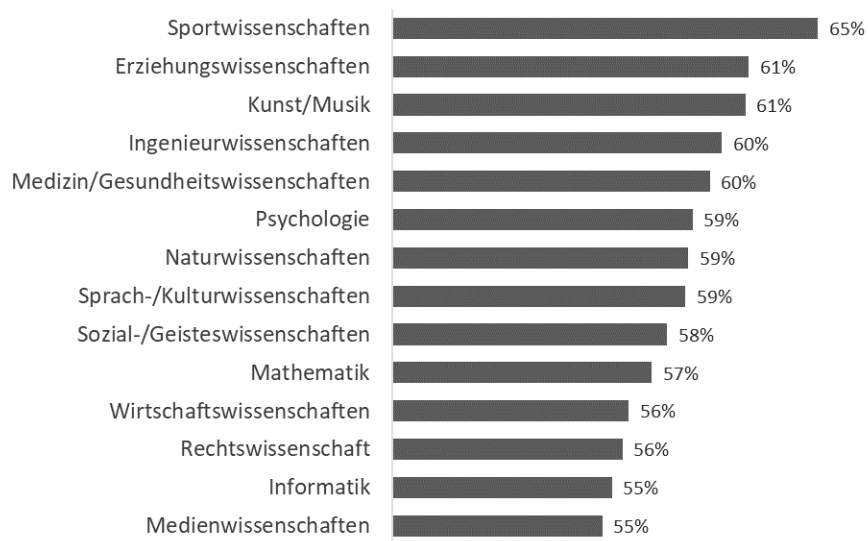


ABB. 21

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEZEIGT HABEN, DASS IHNEN LANGES SITZEN PROBLEME BEREITET,
NACH FÄCHERGRUPPEN; N = 11.463

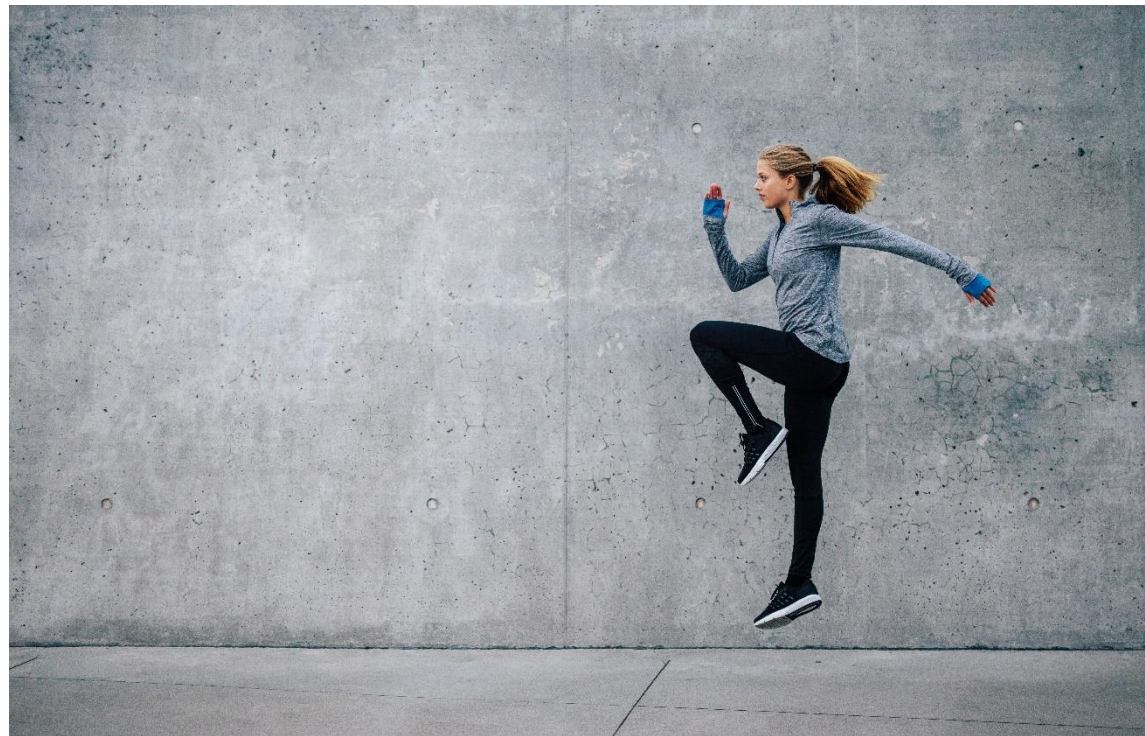


Der Alltag der Studierenden ist erwartungsgemäß durch lange Phasen des Sitzens geprägt. Dies betrifft vor allem die Wochentage in der Vorlesungszeit. Rund die Hälfte der Studierenden (51 %) verbringt dann mehr als acht Stunden sitzend; 9 % geben für diesen Zeitraum sogar an, zwölf Stunden oder mehr zu sitzen.

Die Selbsteinschätzung in Bezug auf einen sitzenden Lebensstil zeigt, dass sich rund zwei Drittel der Studierenden bewusst sind, lange zu sitzen und auch versuchen, Phasen langen Sitzens gezielt zu unterbrechen (58 %). Einem Drittel der Studierenden (34 %) bereitet langes Sitzen Probleme, wobei Männer (28 %) davon offensichtlich etwas weniger häufig betroffen sind als Frauen (38 %).

Unterschiedliche Selbsteinschätzungen in Bezug auf einen sitzenden Lebensstil gibt es erwartungsgemäß auch zwischen den Fachrichtungen. Mit 68 % stehen Studierende der Informatik an der Spitze derer, die angeben, oft viele Stunden am Stück zu sitzen. Überraschend ist dabei, dass die Wahrnehmung viel zu sitzen und die Einschätzung, dass langes Sitzen Probleme bereitet, nicht zusammenzuhängen scheinen.

Für die Zielgruppenansprache durch gezielte Gesundheits- und Bewegungsangebote ist es wichtig zu wissen, dass ein sitzender Lebensstil ein sehr offensichtliches Problem bei Studierenden darstellt. Gegebenenfalls können diesbezüglich fächerbezogene Kampagnen (z. B. für Informatiker) die Studierenden für mehr Bewegung und konkrete Angebote sensibilisieren.



THEMENFELD 4: WIE IST DAS ERNÄHRUNGSVERHALTEN VON STUDIERENDEN?

Ernährung und Bewegung sind bezogen auf die Frage eines gesunden Lebensstils zwei eng miteinander verknüpfte Themenfelder.

Im Folgenden soll jedoch nur kurz auf den Zusammenhang zwischen beiden Aspekten eingegangen werden. Dabei ist vor allem die Frage interessant,

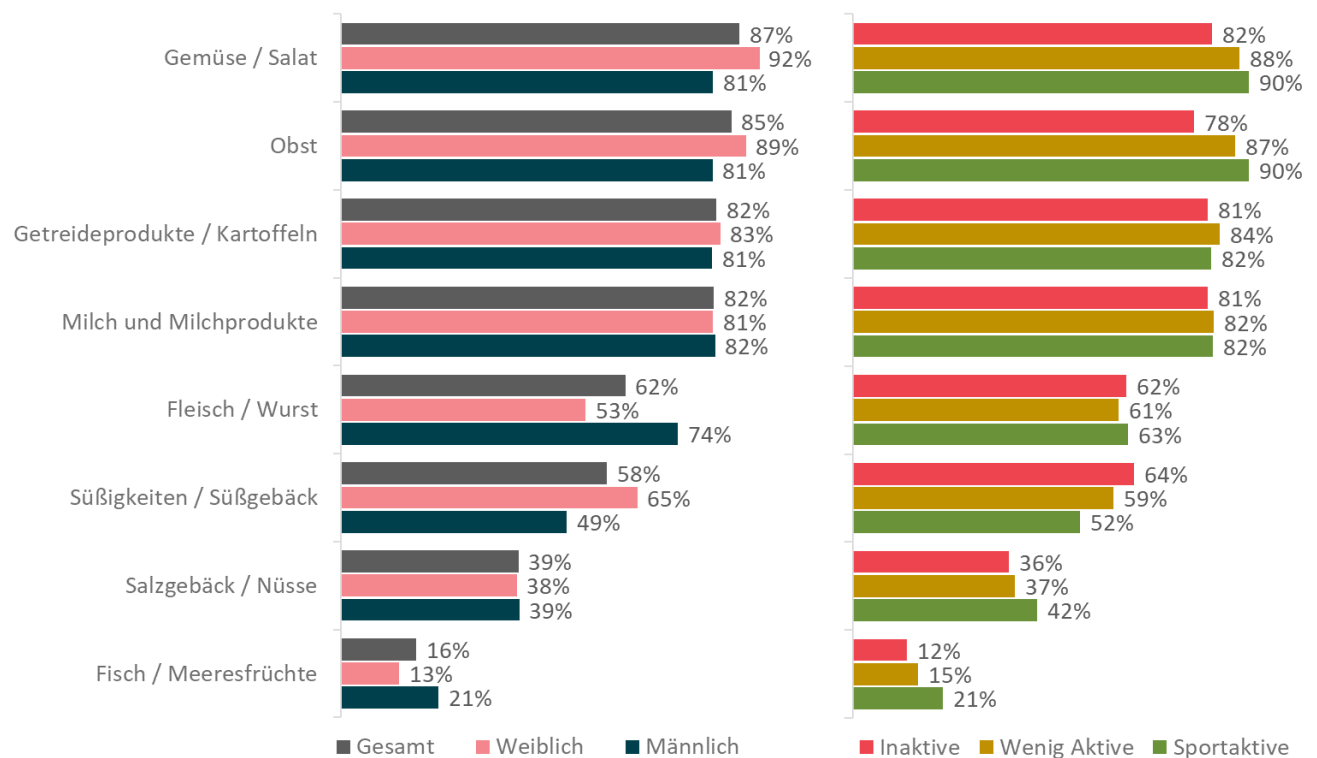
ob sich gesunde Verhaltensweisen im Bereich „Sport und Bewegung“ auch im Bereich „Ernährung“ widerspiegeln.

Hinweis: Die folgenden Analysen umfassen jeweils den Anteil der Studierenden mit den Antwortkategorien „täglich“ und „mehrmals pro Woche“.

FRAGE: „WIE HÄUFIG PRO WOCHE VERZEHREN SIE LEBENSMITTEL DER FOLGENDEN GRUPPEN?“

ABB. 22

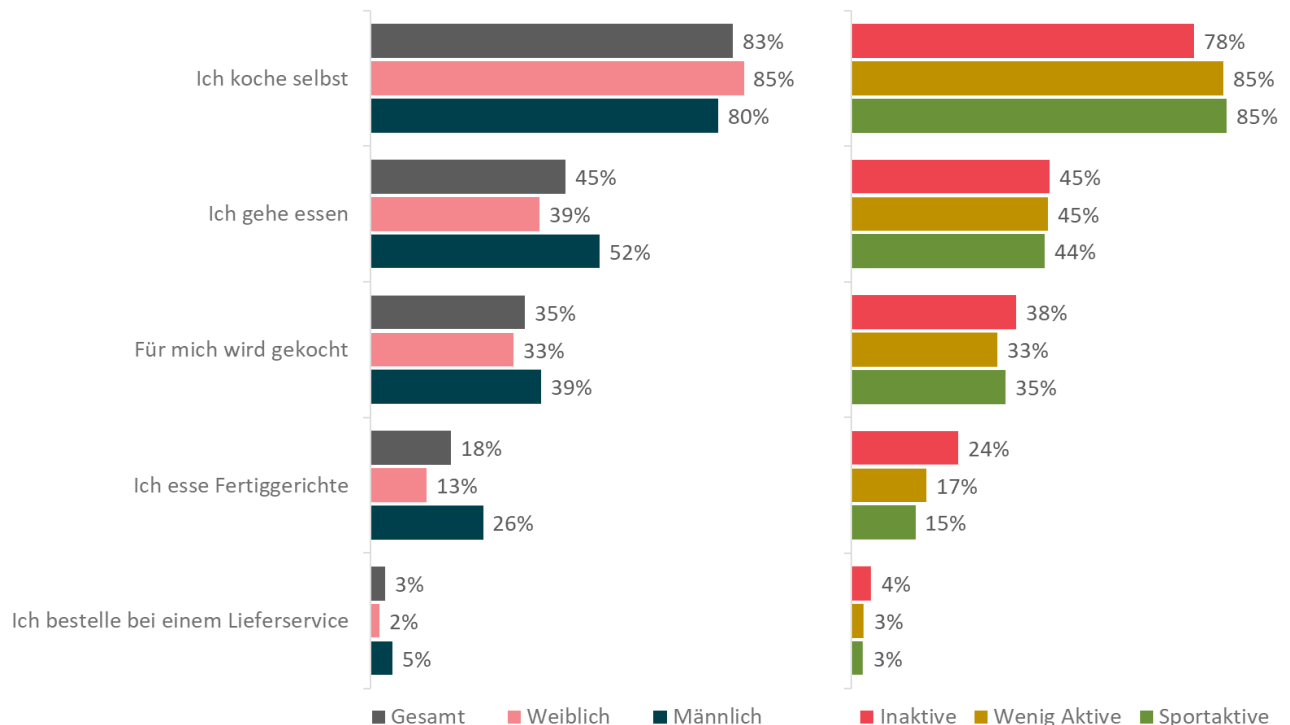
BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, TÄGLICH ODER MEHRMALS PRO WOCHE DIE LEBENSMITTELGRUPPE ZU VERZEHREN, NACH GESCHLECHT / NACH AKTIVITÄTSLEVEL; N = 11.463



FRAGE: „WIE HÄUFIG KOCHEN SIE SELBST? WIE HÄUFIG GEHEN SIE ESSEN? WIE HÄUFIG WIRD FÜR SIE GEKOCHT? WIE HÄUFIG ESSEN SIE FERTIGGERICHTE? WIE HÄUFIG BESTELLEN SIE ESSEN BEI EINEM LIEFERSERVICE?“

ABB. 23

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, DIE ANGEGEBEN HABEN, TÄGLICH ODER MEHRMALS PRO WOCHE DER JEWEILIGEN ERNÄHRUNGSGEWOHNHEIT NACHZUGEHEN, NACH AKTIVITÄTSLEVEL; N = 11.463



83 % der Studierenden kochen mehrmals pro Woche oder täglich selbst. Hingegen nehmen 18 % der Studierenden Fertiggerichte und 3 % regelmäßig Lieferdienste in Anspruch; männliche Studierende fast doppelt so häufig wie weibliche (26 % vs. 13 % bzw. 5 % vs. 2 %).

„Gemüse/Salat“ (87 %) und „Obst“ (85 %) werden laut Angaben der befragten Studierenden am häufigsten verzehrt. Deutlich seltener wird zu „Fleisch/Wurst“ (62 %) oder gar zu „Fisch/Meeresfrüchten“ (16 %) gegriffen, wobei sich in beiden Fällen jeweils eine deutlich höhere Präferenz der männlichen Studenten zeigt. 58 % der Studierenden greifen mindestens mehrmals pro Woche zu Süßigkeiten oder Süßgebäck; Frauen (65 %) deutlich öfter als Männer (49 %).

Dabei ist das studentische Ernährungsverhalten stark an den Lebensstil gekoppelt: Personen mit hohem Grundinteresse an „Ernährung/Kochen“ (94 %) sowie „Sport/Bewegung“ (84%) kochen am häufigsten selbst. Die höchste Affinität zu Fertiggerichten lassen Studierende erkennen, die „Internet und Games“ in ihrer Freizeit den höchsten Stellenwert einräumen (33 %). Süßwaren werden von Studierenden mit Fokus auf „Sport/Bewegung“ im Vergleich am seltensten (54 %) und von Studierenden mit Hang zu „Shoppen/Lifestyle“ am häufigsten verzehrt (68 %).

Weiterhin deuten sich Unterschiede im Ernährungsverhalten von inaktiven, wenig aktiven und sportaktiven Studierenden an: Sportaktive Studentinnen und Studenten essen tendenziell häufiger gesunde Lebensmittel – wie Obst (90 % vs. 78 %) und Gemüse oder Salat (90 % vs. 82 %) – und weniger häufig als ungesund geltende Lebensmittel – wie Süßigkeiten (52 % vs. 64 %) und Fertiggerichte (15 % vs. 24 %) – als inaktive. Die Daten deuten diesbezüglich darauf hin, dass sich gesunde Verhaltensweisen gegenseitig eher verstärken, anstatt ungesunde Verhaltensweisen zu kompensieren.

THEMENFELD 5: VERWENDEN STUDIERENDE APPS ZUR UNTERSTÜTZUNG GESUNDHEITSFÖRDERNDER VERHALTENSWEISEN?

Apps sind zu unverzichtbaren Helfern im Alltag geworden: Vom Bankgeschäft, über den Einkauf oder die Zugbuchung bis zur Trainingsplangestaltung. Gesundheitsbezogene Apps spielen auf diesem Markt eine zunehmend größere Rolle.

Auf Grund ihres Alters und Bildungsstandes kann davon ausgegangen werden, dass Studierende für die Nutzung online-basierter Dienste und Angebote affin und kompetent sind.

Mit Blick auf die Entwicklung eines gesunden Lebensstils fragt der vorliegende Daten Monitor, welche gesundheitsrelevanten Verhaltensweisen sich durch die Bereitstellung geeigneter Apps am ehesten positiv beeinflussen lassen.

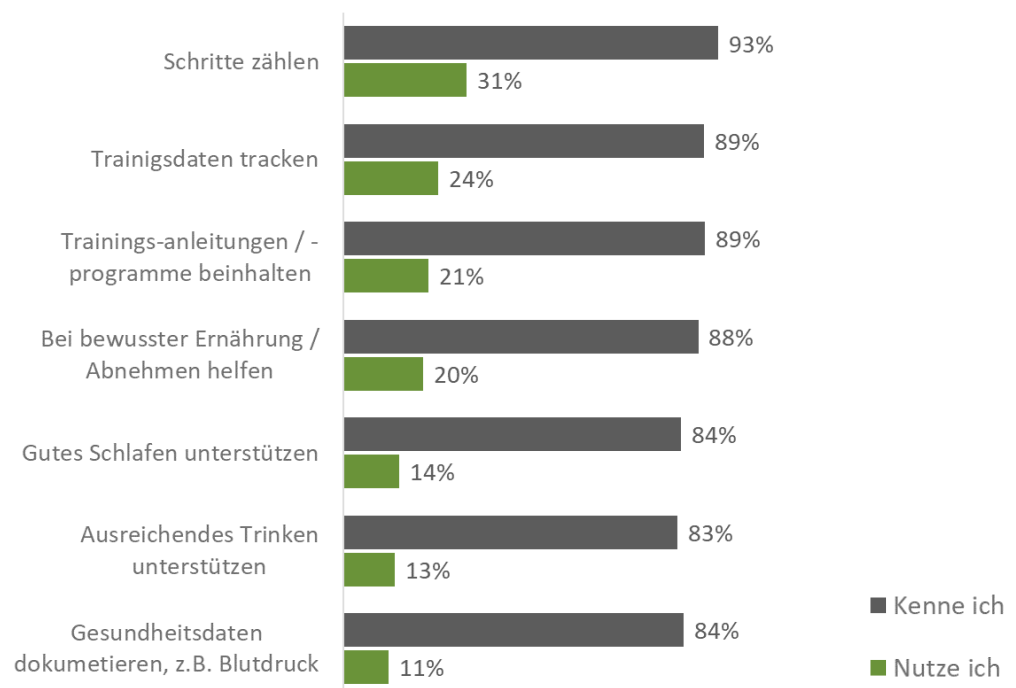
Weiterhin wurde erhoben, welche Aktivitätsgruppen der Studierenden sich am ehesten durch entsprechende Apps aktiviert und motiviert fühlen.

WELCHE GESUNDHEITSBEZOGENEN APPS KENNEN UND VERWENDEN STUDIERENDE?

FRAGE: „KENNEN UND NUTZEN SIE APPS, DIE ...?“, CHECKBOX MIT DEN ÜBERSCHRIFTEN (1) KENNE ICH, (2) NUTZE ICH, (3) AKTIVIERT MICH.

ABB. 24

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN; N = 11.463

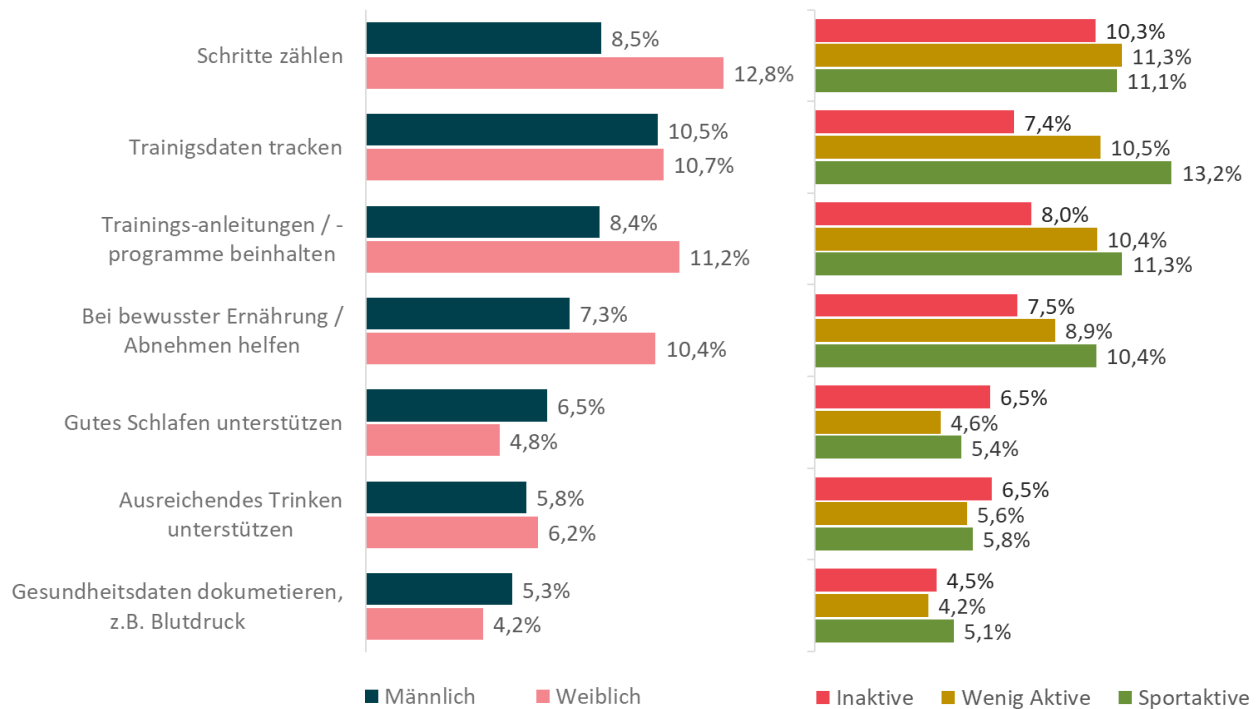


DURCH WELCHE GESUNDHEITSBEZOGENEN APPS LASSEN SICH STUDIERENDE AKTIVIEREN?

FRAGE: „KENNEN UND NUTZEN SIE APPS, DIE ...?“, CHECKBOX MIT DEN ÜBERSCHRIFTEN (1) KENNE ICH, (2) NUTZE ICH, (3) AKTIVIERT MICH.

ABB. 25

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN, NACH GESCHLECHT / AKTIVITÄTSLEVEL; N = 11.463



Fast alle Studierenden kennen die unterschiedlichen Arten von Apps, die gesundheitsrelevante Verhaltensweisen unterstützen sollen. Genutzt werden die Applikationen dagegen von lediglich gut einem Zehntel (11 % dokumentieren ihre Gesundheitsdaten) bis zu einem Drittel der Befragten (31 % zählen ihre Schritte).

Von denjenigen, die die unterschiedlichen App-Kategorien nutzen, sagen aber wiederum im Mittel nur ca. 8 %, dass sie durch diese Online-Tools auch tatsächlich zum Sport motiviert und aktiviert werden. Das heißt, dass sich beispielsweise (nur) ca. 11 % aller Studierenden durch eine Schritte-App zu mehr Bewegung aktivieren lassen. Insgesamt sind es eher die Frauen, die sich durch die Nutzung von Apps zu einem gesundheitsrelevanten Verhalten motiviert fühlen.

In Bezug auf das Aktivitätsniveau und die App-Nutzung zeigt sich kein eindeutiges Bild. Anbieter von Gesundheits-Apps müssen sich daher hinterfragen, was an ihrem Angebot geändert werden muss, damit dieses eine Zielgruppe klar(er) erreichen und damit auch (mehr) direkten Einfluss auf das Bewegungsverhalten nehmen kann. Ein SPIN Daten Monitor *Sport und Technologie* wird dazu mehr Aufschluss geben.

SONDERTEIL: BIOMETRISCHE DATEN

GRÖßE – GEWICHT – BMI

Der Body-Mass-Index (BMI) ist eine Maßeinheit zur Einordnung des Körpergewichts eines Menschen in Relation zu seiner Körpergröße. Der BMI gibt dabei jedoch nur einen groben Richtwert wider, da individuelle körperliche Faktoren, wie beispielsweise der Muskel- und Fettanteil, nicht berücksichtigt werden. Abhängig vom Geschlecht gilt folgende Einordnungstabelle.

	BMI - Männer	BMI - Frauen
Untergewicht	< 20	< 19
Normalgewicht	≥ 20 & < 25	≥ 19 & < 24
Übergewicht	≥ 25 & < 30	≥ 24 & < 30
Adipositas I	≥ 30 & < 35	≥ 30 & < 35
Adipositas II	≥ 35 & < 40	≥ 35 & < 40
Adipositas III	> 40	> 40

FÄCHERGRUPPEN

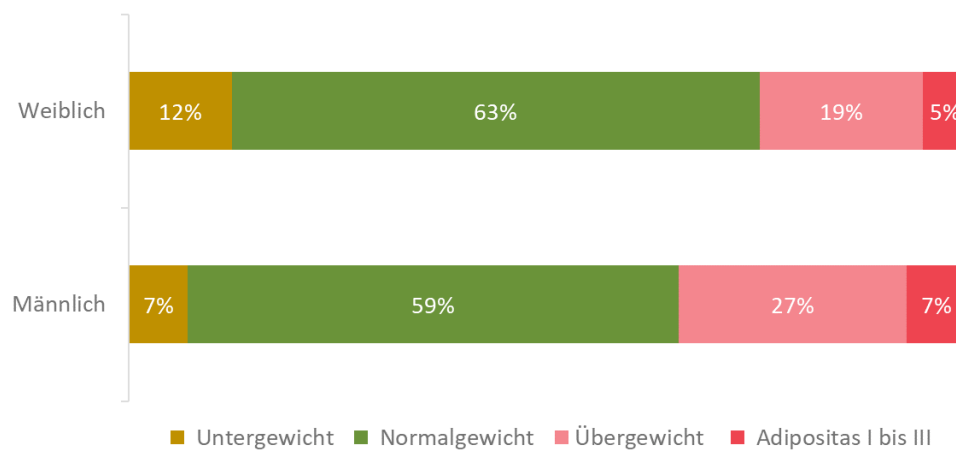
	Männer			Frauen		
	Größe	Gewicht	BMI	Größe	Gewicht	BMI
Erziehungswissenschaften	181,1	80,4	24,5	167,8	66,3	23,5
Informatik	180,2	79,8	24,5	167,5	64,6	23,1
Ingenieurwissenschaften	180,3	79,3	24,4	167,5	63,0	22,5
Kunst / Musik	179,9	76,0	23,5	168,0	61,2	21,6
Mathematik	181,4	80,0	24,2	167,0	62,4	22,4
Medienwissenschaften	180,5	77,5	23,7	167,9	63,1	22,4
Medizin / Gesundheitswissenschaften	181,8	79,1	23,9	168,6	64,2	22,6
Naturwissenschaften	180,7	79,5	24,3	168,1	64,0	22,7
Psychologie	181,0	78,9	24,1	168,1	61,7	21,9
Rechtswissenschaft	181,4	81,3	24,7	167,6	62,7	22,4
Sozial-/ Geisteswissenschaften	180,3	78,2	24,0	168,1	64,9	22,9
Sportwissenschaften	183,5	79,9	23,7	168,8	61,6	21,6
Sprach-/ Kulturwissenschaften	181,1	79,7	24,2	167,8	63,9	22,7
Wirtschaftswissenschaften	181,6	81,0	24,5	167,8	62,8	22,3

BUNDESLÄNDER

	Männer			Frauen		
	Größe	Gewicht	BMI	Größe	Gewicht	BMI
Baden-Württemberg	179,7	78,9	24,4	167,3	62,1	22,2
Bayern	181,0	78,5	23,9	168,0	62,1	22,0
Berlin	180,5	78,5	24,1	167,8	63,1	22,4
Brandenburg	179,9	83,1	25,6	168,0	64,4	22,8
Bremen	180,4	81,6	25,0	168,4	65,5	23,0
Hamburg	179,9	78,2	24,2	168,1	63,3	22,4
Hessen	180,8	80,3	24,5	167,4	63,0	22,4
Mecklenburg-Vorpommern	182,1	81,3	24,5	168,2	65,7	23,2
Niedersachsen	181,5	79,8	24,1	168,2	65,7	23,2
Nordrhein-Westfalen	180,9	80,6	24,6	167,8	64,2	22,8
Rheinland-Pfalz	180,7	79,2	24,2	167,5	63,0	22,5
Saarland	180,2	77,2	23,8	166,8	64,0	23,0
Sachsen	180,7	78,5	24,0	168,4	65,1	22,9
Sachsen-Anhalt	181,6	80,1	24,2	168,3	65,1	23,0
Schleswig-Holstein	181,9	81,1	24,4	169,1	65,3	22,8
Thüringen	180,8	78,5	24,0	168,0	64,6	22,9

UNTERGEWICHT – NORMALGEWICHT – ÜBERGEWICHT – ADIPOSITAS

BEFRAGTE: ALLE STUDIERENDEN; N = 11.058



FÄCHERGRUPPEN

	Männer						
	Unter- gewicht	Normal-ge- wicht	Über- gewicht	Adipositas I	Adipositas II	Adipositas III	Summe Adipositas I-III
Erziehungswissenschaften	5 %	61 %	25 %	5 %	0 %	3 %	8 %
Informatik	9 %	52 %	31 %	6 %	1 %	1 %	8 %
Ingenieurwissenschaften	6 %	60 %	28 %	5 %	1 %	0 %	6 %
Kunst/Musik	11 %	65 %	16 %	6 %	0 %	2 %	8 %
Mathematik	8 %	65 %	20 %	5 %	2 %	1 %	8 %
Medienwissenschaften	14 %	55 %	23 %	7 %	1 %	0 %	8 %
Medizin/Gesundheitswissenschaften	7 %	70 %	20 %	3 %	1 %	0 %	4 %
Naturwissenschaften	8 %	60 %	24 %	7 %	1 %	0 %	8 %
Psychologie	9 %	64 %	19 %	5 %	2 %	2 %	8 %
Rechtswissenschaft	7 %	54 %	28 %	9 %	2 %	0 %	10 %
Sozial-/Geisteswissenschaften	8 %	57 %	31 %	3 %	1 %	1 %	5 %
Sportwissenschaften	4 %	70 %	26 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Sprach-/Kulturwissenschaften	13 %	51 %	28 %	5 %	3 %	1 %	8 %
Wirtschaftswissenschaften	4 %	61 %	28 %	6 %	1 %	0 %	7 %

	Frauen						
	Unter- gewicht	Normal-ge- wicht	Über- gewicht	Adipositas I	Adipositas II	Adipositas III	Summe Adipositas I-III
Erziehungswissenschaften	8 %	62 %	21 %	5 %	1 %	2 %	9 %
Informatik	11 %	61 %	19 %	4 %	4 %	0 %	9 %
Ingenieurwissenschaften	12 %	63 %	20 %	4 %	1 %	1 %	5 %
Kunst/Musik	17 %	64 %	14 %	3 %	1 %	1 %	4 %
Mathematik	13 %	63 %	21 %	3 %	1 %	0 %	4 %
Medienwissenschaften	15 %	62 %	18 %	3 %	1 %	1 %	5 %
Medizin/Gesundheitswissenschaften	11 %	67 %	18 %	1 %	2 %	1 %	4 %
Naturwissenschaften	12 %	62 %	21 %	3 %	1 %	0 %	5 %
Psychologie	14 %	67 %	16 %	1 %	1 %	0 %	3 %
Rechtswissenschaft	14 %	64 %	16 %	5 %	1 %	1 %	6 %
Sozial-/Geisteswissenschaften	11 %	61 %	21 %	4 %	1 %	1 %	6 %
Sportwissenschaften	7 %	82 %	11 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Sprach-/Kulturwissenschaften	11 %	61 %	22 %	3 %	2 %	1 %	6 %
Wirtschaftswissenschaften	14 %	63 %	19 %	3 %	1 %	0 %	4 %

BUNDESLÄNDER

	Männer						
	Unter- gewicht	Normal-ge- wicht	Über- gewicht	Adipositas I	Adipositas II	Adipositas III	Summe Adipositas I-III
Baden-Württemberg	6,4 %	58,9 %	26,8 %	5,8 %	1,7 %	0,3 %	7,9 %
Bayern	7,3 %	63,9 %	23,4 %	4,8 %	0,3 %	0,3 %	5,5 %
Berlin	7,5 %	59,1 %	26,9 %	5,4 %	1,0 %	0,0 %	6,5 %
Brandenburg	7,6 %	42,5 %	36,8 %	9,4 %	3,8 %	0,0 %	13,2 %
Bremen	7,3 %	50,0 %	30,0 %	10,9 %	1,8 %	0,0 %	12,7 %
Hamburg	5,7 %	61,6 %	29,6 %	2,5 %	0,0 %	0,6 %	3,2 %
Hessen	4,7 %	58,7 %	30,1 %	5,1 %	0,9 %	0,5 %	6,5 %
Mecklenburg-Vorpommern	9,1 %	52,7 %	34,6 %	1,8 %	0,0 %	1,8 %	3,6 %
Niedersachsen	8,2 %	57,8 %	27,0 %	5,9 %	0,3 %	0,9 %	7,1 %
Nordrhein-Westfalen	6,2 %	56,5 %	29,7 %	5,3 %	1,7 %	0,6 %	7,6 %
Rheinland-Pfalz	12,2 %	56,6 %	23,0 %	5,1 %	3,1 %	0,0 %	8,2 %
Saarland	14,3 %	61,9 %	14,3 %	9,5 %	0,0 %	0,0 %	9,5 %
Sachsen	7,7 %	62,9 %	22,6 %	5,7 %	0,8 %	0,4 %	6,9 %
Sachsen-Anhalt	5,1 %	63,3 %	25,5 %	6,1 %	0,0 %	0,0 %	6,1 %
Schleswig-Holstein	5,9 %	61,3 %	25,2 %	6,7 %	0,8 %	0,0 %	7,6 %

	Frauen						
	Unter- gewicht	Normal-ge- wicht	Über- gewicht	Adipositas I	Adipositas II	Adipositas III	Summe Adipositas I-III
Baden-Württemberg	11,7 %	68,0 %	15,9 %	3,4 %	0,9 %	0,2 %	4,5 %
Bayern	14,8 %	64,5 %	18,0 %	1,7 %	0,7 %	0,4 %	2,8 %
Berlin	15,1 %	64,0 %	15,4 %	3,0 %	1,6 %	0,9 %	5,6 %
Brandenburg	14,4 %	57,7 %	20,2 %	7,7 %	0,0 %	0,0 %	7,7 %
Bremen	9,5 %	61,9 %	21,0 %	6,7 %	1,0 %	0,0 %	7,6 %
Hamburg	14,9 %	59,5 %	21,9 %	2,8 %	0,5 %	0,5 %	3,7 %
Hessen	12,5 %	64,1 %	18,8 %	2,5 %	1,0 %	1,2 %	4,6 %
Mecklenburg-Vorpommern	9,9 %	61,5 %	20,9 %	4,4 %	2,2 %	1,1 %	7,7 %
Niedersachsen	12,3 %	58,0 %	21,0 %	4,7 %	2,6 %	1,4 %	8,7 %
Nordrhein-Westfalen	11,5 %	61,8 %	20,5 %	4,1 %	1,5 %	0,7 %	6,2 %
Rheinland-Pfalz	11,8 %	62,9 %	20,3 %	3,8 %	1,3 %	0,0 %	5,1 %
Saarland	5,6 %	69,4 %	16,7 %	2,8 %	5,6 %	0,0 %	8,3 %
Sachsen	9,0 %	59,1 %	27,2 %	1,8 %	2,2 %	0,7 %	4,7 %
Sachsen-Anhalt	8,8 %	62,8 %	21,6 %	4,1 %	2,7 %	0,0 %	6,8 %
Schleswig-Holstein	8,7 %	62,3 %	25,1 %	3,3 %	0,6 %	0,0 %	3,8 %

AKTIVITÄTSLEVEL

	Männer						
	Unter- gewicht	Normal-ge- wicht	Über- gewicht	Adipositas I	Adipositas II	Adipositas III	Summe Adipositas I-III
Inaktive	10,8 %	51,1 %	28,1 %	7,1 %	2,3 %	0,7 %	10,1 %
Wenig Aktive	7,1 %	63,0 %	24,7 %	4,6 %	0,6 %	0,1 %	5,2 %
Sport Aktive	4,8 %	60,7 %	28,2 %	5,0 %	0,9 %	0,4 %	6,3 %

	Frauen						
	Unter- gewicht	Normal-ge- wicht	Über- gewicht	Adipositas I	Adipositas II	Adipositas III	Summe Adipositas I-III
Inaktive	13,1 %	56,2 %	22,7 %	4,7 %	2,1 %	1,2 %	8,0 %
Wenig Aktive	11,8 %	64,9 %	18,8 %	3,2 %	1,1 %	0,2 %	4,5 %
Sport Aktive	12,0 %	68,2 %	16,9 %	2,0 %	0,8 %	0,2 %	3,0 %



HINTERGRUND ZUM DATEN MONITOR

Der SPIN Daten Monitor *Sport. Bewegung. Lebensstil.* entstand aus einer Kooperation der Sportberatungsagentur SPIN Sport Innovation mit dem auf empirische Hochschulforschung spezialisierten Unternehmen Constata.

Der Daten Monitor beinhaltet bundesweite Daten zum Bewegungs- und Ernährungsverhalten von über 11.000 Studierenden aller Fachrichtungen.

In fünf übergeordneten Themenkomplexen werden zahlreiche gesundheitsbezogene Fragestellungen bearbeitet.

Ziel des Daten Monitors ist es, gesundheitsbezogene Daten über Studierende in Deutschland zur Verfügung zu stellen. Dies soll Entscheidungsträgern in der Gesundheitsbranche helfen, die Probleme und Bedürfnisse dieser Kunden- bzw. Zielgruppe zu verstehen und entsprechend wirksame Maßnahmen oder passgenaue Produkte zu entwickeln.

Der Daten Monitor beschränkt sich dabei bewusst auf eine prägnante Beschreibung sowie Bewertung der Ergebnisse. Das SPIN Daten Monitor Konzept setzt in einer weitergehenden Analyse auf eine detaillierte Interpretation der Daten in Bezug auf die

Fragestellungen und Ziele der jeweiligen Organisation. Hierzu bieten wir persönliche Datenpräsentationen, Sonderauswertungen der vorliegenden Datensätze sowie individuelle Studien an.

Die dem Daten Monitor zugrundeliegenden Daten entstammen der 10. Erhebung (März 2017) der bundesweiten Studienreihe „Fachkraft 2020“, die seit 2012 halbjährlich von Constata und der Maastricht University durchgeführt wird. Die Gesamtstichprobe umfasst mittlerweile mehr als 200.000 Befragte.

Erhoben wurde repräsentativ und online in Zusammenarbeit mit den Online-Portalen Jobmensa (Studitemps GmbH) sowie Studentensteuererklärung.de (wundertax GmbH).

Ausführliche Darstellungen zur Methodik können den auf www.constata.de zum Download bereitgestellten Vollversionen der Studienreihe entnommen werden.

Der nächste SPIN Daten Monitor ist zum Themenfeld *Sport & Technologie* geplant.

Weitere Informationen:

www.spin.daten-monitor.de

DATEN VERSTEHEN Wir präsentieren unsere Daten gerne vor Ort und helfen Ihnen bei der Interpretation. So gelingt es Ihnen, aus unseren Studienergebnissen schnell und unkompliziert die richtigen Schlüsse für Ihren eigenen Organisationserfolg zu ziehen.

SONDERAUSWERTUNGEN Wir erstellen Sonderauswertungen unserer Studien. Individuell angepasst an Ihre Organisation, Dienstleistung oder Produkte.

ZIELGRUPPEN VERSTEHEN Wir kennen die unterschiedlichen Sektoren und Segmente des Sports und die Menschen, die darin aktiv sind. Wir geben unser Insiderwissen gerne an Sie weiter, damit Sie Ihre Zielgruppen noch besser verstehen.

INDIVIDUELLE STUDIEN Wir erstellen maßgeschneiderte Umfragen rund um die Themenfelder Sport und Gesundheit. Holen Sie sich einen Wissensvorsprung gegenüber der Konkurrenz.

WWW.SPIN.DATEN-MONITOR.DE

