

Werte-Renaissance - Der gute alte Tanzkurs ist unter Jugendlichen angesagt

31.07.2009, 14:48 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *EARSandEYES GmbH - Institut für Markt- und Trendforschung*



Was ist nur los mit dieser Jugend? Ging sie früher noch auf die Straße um für oder gegen etwas zu demonstrieren, gehen heute immer mehr Jugendliche lieber in die Tanzschule. Eine aktuelle Studie des Markt- und Trendforschungsinstituts EARSandEYES unter 1.100 Jugendlichen zwischen 15 und 20 Jahren in Deutschland liefert erstaunliche Ergebnisse: Fast jeder Zweite (44%) hat bereits einen Tanzkurs absolviert oder ist gerade dabei. 21% der Befragten sind sogar regelrechte Tanzfans. Sie schwingen das Tanzbein im Sportverein oder haben bereits mindestens einen Kurs belegt und möchten weiter machen. Unter denjenigen, die bisher noch keinen Fuß in eine Tanzschule gesetzt haben, plant ein Drittel dies bald nachzuholen. Die Jugend beherrscht Discofox und Walzer, tanzt allein und zu zweit, in Discos, privaten Partys, vermehrt auf richtigen Bällen und oft einfach, weil ihnen gerade danach ist und zufällig ein gutes Lied im Radio läuft.

Die Erhebung ergab zudem, dass 38% der Befragten genauso gern zu Zweit übers Parkett schieben wie allein, 18% ziehen sogar Paartänze vor. Dabei beherrscht jeder Zweite (48%) den Discofox, 41% können den Langsamen, 33% den Wiener Walzer und 35% wissen die Schritte vom Cha-Cha-Cha. Der Discofox ist gleichzeitig auch der mit Abstand beliebteste Tanz (21%) unter den Könnern. Er gilt als technisch unkompliziert und passt zu der aktuellen Tanzmusik in den Discotheken. Denn die meisten Jugendlichen (56%) gehen gern zum Tanzen in eine Disco o. ä. aus, jeder zweite (51%) schwingt die Hüften auf privaten Partys. 12% gehen sogar gern mal gepflegt auf einen richtigen Ball. Nur jeder Achte tanzt eigentlich nie. Dabei findet man deutlich mehr Tanzmuffel unter den Jungs (21%), als unter den Mädels (6%).

Wie lässt es sich erklären, dass eine „Randsportart“, die früher als spießig galt, so im kommen ist? Susanne Maisch, Trendforscherin und Geschäftsführerin von EARSandEYES aus Hamburg hat dazu ihre ganz eigene Theorie: „Die Zeiten sind schlecht. Finanzkrise, Angst vor der beruflichen Zukunft und ein sinkendes Vertrauen in Politik und Wirtschaft sorgen dafür, dass die Menschen sich wieder auf alte und erschwingliche Werte besinnen. Gute Umgangsformen sind gefragt - Tanz- und Knigge-Kurse boomen. Menschen sehnen sich nach einer heilen Welt - das Kino erlebt gerade das erfolgreichste Jahr seit 2005. Die Bewohner von Schrebergärten werden immer jünger, die Deutschen bauen ihr eigenes Obst und Gemüse an (+40%*) und der Erwerb einer Hollywoodschaukel gilt auch nicht mehr als peinlich (+36%*).“

Dabei handelt es sich keineswegs um die Rückkehr der Spießigkeit. Es geht mehr darum den eigenen Status nicht mehr nur an Produkten und Marken festzumachen, sondern am Grad der Selbstbestimmtheit. Da auf die Welt da draußen immer weniger Verlass ist, suchen die Menschen nach ihrer eigenen Identität und Orientierung und besinnen sich auf Dinge, die sich bewährt haben. Und Tanzen macht nicht nur Spaß, sondern bereichert auch den gesellschaftlichen Status, kostet wenig, kann fast immer und überall ausgeübt werden und lässt einen für einen kurzen Augenblick die Welt da draußen vergessen. Somit mausert sich Tanzen immer mehr von der „Randsportart“ zur „Trendsportart“.

Portrait

Das Unternehmen: Das Hamburger Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES ist 1998 als Pionier der onlinebasierten Marktforschung gestartet und ist heute als führender Anbieter in diesem Segment etabliert. Aktuelle Umfrage-Software, maßgeschneiderte Instrumente und hauseigene, gepflegte Accesspools mit knapp 40.000 Teilnehmerprofilen garantieren gesicherte Ergebnisse, die repräsentativ für die Online-Nutzerschaft sind. Zusätzlich verfügt das Institut über eine zukunftsorientierte, qualitative Forschung, für die regelmäßig 500 Trend-Korrespondenten aus 50 Metropolen weltweit an die Zentrale in Hamburg berichten. Zu den Kunden von EARSandEYES zählen Unternehmen wie Beiersdorf, Campbell's, Deutsche Bank, Fressnapf, Publicis, Nintendo, Osram, T-Mobile und TUI. www.earsandeyes.com

News-ID: 335407 • Views: 949 (Stand: 13.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/335407/Werte-Renaissance-Der-gute-alte-Tanzkurs-ist-unter-Jugendlichen-angesagt.html>