



Neue Studie von Discovery: TV ist die führende Inspirationsquelle für Hobbies und Leidenschaften

Neue Studie von Discovery untersucht die Bedeutung von Leidenschaften und Passionen in einer modernen Welt

München, 14.01.2020, Menschen, die für etwas brennen, die Experten auf einem Gebiet sind, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen mit Begeisterung, Geduld und Leidenschaft weitervermitteln – solche Menschen beeindruckt uns. Wir suchen ihren Rat, wir hören ihnen gespannt zu. Sie faszinieren uns.

Was sind das für Menschen und was treibt sie an?

Discovery hat eine der größten internationalen Studien zur Erforschung von Leidenschaften und Passionen durchgeführt. Für die Studie „Power People’s Passions“ befragte Tapestry Research im Auftrag des weltweit führenden Entertainmentanbieters 13.000 Menschen aus 13 Ländern*.

Gut 80% der Befragten gab an, eine oder mehrere Hobbies oder starke Interessen zu haben. Dieser Wert variiert international kaum. Einigkeit herrscht auch darüber, dass diese Passionen, unsere Interessen und Leidenschaften, heute wichtiger sind denn je. Egal ob unsere Begeisterung einer bestimmten Sportart gilt oder Outdoor-Aktivitäten, Kochen, Heimwerken, Autofahren, Computerspielen oder Natur & Tierwelt: Unsere Leidenschaften sagen viel über uns aus und sind unendlich wertvoll für uns.

Das bestätigt auch der Verhaltensforscher Dr. Nick Southgate: „Leidenschaften waren schon immer wichtig für die Menschen, weil sie ihnen helfen zu definieren, wer sie sind. In einer Welt, die zunehmend turbulenter scheint, in der die Zukunft für viele unsicherer wird, werden die Dinge, die Verlässlichkeit bieten, bei denen man Kontrolle und auch Entscheidungsfreiheit darüber hat, was einem wichtig ist und wohin es gehen soll, immer wichtiger werden“.

Passionen sind das, was uns wirklich ausmacht, die „beste Version von uns selbst“. Und Passionen tun den Menschen gut! Je größer die Leidenschaft desto eher waren diese Menschen selbstbewusster, offener, besser sozial integriert. Ihre Leidenschaften geben ihnen Zuversicht und Optimismus, sie machen das Leben erfüllter und bringen sie anderen Menschen näher. Kurz: Sie machen uns glücklich.

Unsere Leidenschaften entwickeln sich typischerweise im Teenageralter und werden am häufigsten von unseren Eltern inspiriert. Ein zentrales Ergebnis der Studie: auf Platz zwei der Inspirationsquellen steht das Fernsehen! Selbst bei jüngeren Befragten liegt das Fernsehen vor Social Media oder Youtube.

Das Internet zeigt uns Sachen, nach denen wir suchen. Das Fernsehen zeigt uns Sachen, an die wir gar nicht gedacht haben und die uns spontan und unerwartet begeistern. Hinzukommt: Im Fernsehen kommen am ehesten Personen zu Wort, denen Kompetenz und Glaubwürdigkeit zugeschrieben werden. Zentral sind dabei insbesondere Dokumentationen, Reportagen oder Magazine. Kurz: Programme, die die Vielfalt und die Möglichkeiten dieser Welt zeigen.

Dr. Tom Chatfield, Technikphilosoph und Schriftsteller, äußert sich dazu wie folgt: "Für viele Menschen sind Fernsehsendungen der Auslöser für Erfahrungen, die dann zu diesen großen inneren Leidenschaften werden. Anders als beim Lesen oder Hören, taucht man beim Fernsehen viel tiefer und intensiver in Geschehnisse und Geschichten ein und das kann die Menschen emotionalisieren und motivieren, Leidenschaften zu entdecken und im eigenen Leben umzusetzen".

Fulvia Nicoli, EVP Content & Product und Projektleiterin der Studie bei Discovery, sagt: "In einer Welt, die zunehmend von Katastrophen, permanenter Verunsicherung und Veränderungen bestimmt wird, hilft uns die Hinwendung zu unseren persönlichen Hobbies und Leidenschaften, uns selbst und die Weltgeschehnisse besser zu verstehen und Anforderungen zu bewältigen. Die Studie zeigt, dass die Menschen mehr denn je den Wunsch haben, durch ihre Interessen und Hobbies miteinander und mit der Welt um sie herum verbunden zu sein. Discovery zeigt die Inhalte und Geschichten rund um Leidenschaften und Interessen der Menschen und inspiriert damit die Zuschauer, ihren Leidenschaften nachzugehen. Von Essen und Lifestyle bis hin zu Sport und Tieren - wir bieten für jeden Fan eines bestimmten Interessensgebietes die Stories und Informationen, die ihn glücklich machen, bewegen und anregen."

[Den Trailer zur Studie "Power People's Passions" finden Sie unter folgendem LINK](#)

*Die Studie wurde von Discovery, Inc. in Auftrag gegeben und von Tapestry Research durchgeführt. 13.000 Teilnehmer in 13 Märkten wurden online befragt: Südafrika, Rumänien, Spanien, Polen, Italien, Türkei, Vereinigte Staaten von Amerika, Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Russland, Dänemark, Niederlande. Die Studie beinhaltet außerdem 50 Online-Tagebücher, 25 ethnographische Interviews, und 200 Stunden Interviews. Zusätzlich wurden 3 Experten für menschliches Verhalten hinzugezogen.

Insgesamt wurden 38 Interessensgebiete in der Umfrage untersucht, davon kristallisierten sich die folgenden 10 als besonders wichtig heraus und standen im Fokus der Studie:

1. Sport
2. Ernährung
3. Natur und Tierwelt
4. Wissen
5. Außergewöhnliche Lebensformen
6. Das eigene Zuhause
7. Entdeckungen & Abenteuer
8. Wahrheitsfindung
9. Auto & Motor
10. Ehe & Partnerschaft

Pressekontakt Discovery Deutschland:

Daniela Allgayer-Koreimann
Senior Manager Communications & PR
Discovery Deutschland
Sternstraße 5 | 80538 München | Germany
+49-(0)89 206 099-122

Daniela_AllgayerKoreimann@discovery.com
discovery-networks.de/presse

**Über Discovery Deutschland**

Discovery Deutschland veranstaltet die Free-TV-Sender DMAX, TLC, Eurosport 1 und HOME & GARDEN TV, sowie die Pay-TV-Sender DISCOVERY CHANNEL, ANIMAL PLANET und Eurosport 2 HD Xtra. Das Sendernetzwerk, das 1996 gegründet wurde, hat seinen Sitz in München und erreicht insgesamt 45 Millionen Haushalte, 12 Millionen Pay TV-Abonnenten sowie weitere 4 Millionen User im Digitalbereich. Hinter Discovery Deutschland steht Discovery, Inc. das weltweit führende Non-Fiction Medienunternehmen mit einer Reichweite von drei Milliarden Zuschauern in über 220 Ländern.

Weitere Infos auf discovery-networks.de