

**Coca-Cola GmbH
Corporate Identity, Public Affairs & Communications**

Friedrichstraße 68
10117 Berlin
Germany

Kontakt: Kristina Brehm
Pressestelle
T +49(0) 30 22 606 9800
F +49(0) 30 22 606 9110
presse@coca-cola-gmbh.de
www.coca-cola-gmbh.de

Keine Lust auf Stress: Die neue Gelassenheit moderner Mütter

Aktuelle Fanta Trendstudie des Zukunftsinstituts stellt neue Lebenswelten von Müttern vor

Berlin, 10. August 2009. Das klassische Mutterbild von einst ist längst überholt. Heute stehen Frauen mit Kindern zahllosen neuen Möglichkeiten, aber auch Anforderungen gegenüber. Die öffentliche Wahrnehmung wird von prominenten Müttern geprägt, die die ihnen gestellten Herausforderungen spielend meistern und sich nebenbei auch noch selbst verwirklichen. Fanta als beliebtes Familiengetränk hat das Zukunftsinstitut beauftragt, der Frage nachzugehen, wie nicht-prominente, „normale“ Mütter den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Ansprüchen von heute begegnen. Das Ergebnis: Immer mehr Mütter agieren mit einer souveränen Gelassenheit, die sich vor allem in der Kindererziehung widerspiegelt.

Ist nach der Geburt die berufliche Karriere abgehakt oder will man noch mal richtig durchstarten? Wie frei ist man überhaupt in dieser Entscheidung und welche Konsequenzen ergeben sich daraus? Das Kelkheimer Zukunftsinstitut hat im Auftrag von Fanta in der Trendstudie „Modern Moms – Lebenswelten zwischen Kindern, Karriere und Konsum“ die Bedürfnisse, Werte und Einstellungen von Müttern im Spannungsfeld zwischen Familie, Beruf und Gesellschaft untersucht. Dabei kam heraus, dass moderne Mütter mit einer Explosion von Möglichkeiten und Freiheiten konfrontiert werden. In dieser Situation ihren eigenen Weg zu finden, fällt ihnen nicht immer leicht. „Aus der Mutterschaft als gesellschaftliche Institution ist heute die Familiengründung als Projekt mit dem Ziel des persönlichen Lebensglücks geworden. Gleichzeitig sind jedoch auch die Ansprüche, denen Mütter heute gegenüber stehen, enorm gestiegen“, erklärt Matthias Horx, renommierter Trendforscher und Gründer des Zukunftsinstituts.

Trotz unterschiedlicher Lebensstile vereint viele Mütter eine neue Gelassenheit

Die Untersuchung „Modern Moms – Lebenswelten zwischen Kindern, Karriere und Konsum“ analysierte in einem mehrstufigen Verfahren existierende Studien, betrachtete wichtige Trends und wertete unterschiedliche Meinungsumfragen aus. Als Ergebnis kristallisierten sich insgesamt neun verschiedene Mütter-Typen heraus, deren Lebensstile sich weitestgehend voneinander unterscheiden. Dazu gehören die „Mommaddys“, also das immer größer werdende Heer alleinerziehender Mütter, die „Profi-Moms“, deren Leben allein um das Glück der Kinder kreist, oder auch die „Yo-Mamas“, junge oder jung gebliebene Mütter, die mit einer gesunden Coolness an die Kindererziehung herangehen (nähere Beschreibungen und weitere Mütter-Typen siehe separates Factsheet). Trotz der unterschiedlichen Lebensstile stellte das Zukunftsinstitut einen wichtigen Trend fest, der sich bei allen Mütter-Typen gleichermaßen abzeichnet: Immer mehr Frauen mit Kindern bleiben unbeeindruckt von dem hochkomplexen und von den Medien gezeichneten Idealbild. Sie lassen sich von der Vielfalt an Möglichkeiten und Anforderungen nicht unter Druck setzen, sondern nehmen es gelassen.

Pragmatismus als Antwort auf wachsende Ansprüche und Rollenvielfalt

„Statt einem unerreichbaren Idealbild hinterherzulaufen, widersetzen sich zahlreiche Mütter bis zu einem gewissen Punkt selbstbewusst vielen neuen Ansprüchen, die ihnen geradezu vorschreiben, wie Mütter heute zu sein haben und was angeblich das Beste für den Nachwuchs ist. Sie konzentrieren sich auf andere Bereiche, die ihnen persönlich besonders wichtig sind“, so das Ergebnis der Forscher des Zukunftsinstituts. Dies führt zu Unterschieden in der persönlichen Lebensgestaltung, in der Kindererziehung und im Konsumverhalten. Die heutigen Mütter nehmen Abstand von starren Vorschriften, extremer Leistungsorientierung, Körperwahn und übermäßigem Behüten der Kinder, so eine weitere Schlussfolgerung der Studie. Die neue Gelassenheit hat jedoch nichts mit mangelndem Verantwortungsbewusstsein zu tun. Immer mehr Mütter gehen heute lediglich entspannter mit ihrer Rolle um. Bevormundungen werden von Freiräumen abgelöst, Kinder sollen ihre eigenen Erfahrungen machen und daraus lernen.

Die Trendstudie „Modern Moms – Lebenswelten zwischen Kindern, Karriere und Konsum“ kann kostenlos unter www.fanta.de heruntergeladen werden.

Über den Auftraggeber der Studie: Fanta

Mit einer leicht überarbeiteten Rezeptur – ohne künstliche Aromen und Farbstoffe – richtet sich Fanta seit kurzem verstärkt an Mütter. Die Botschaft dabei lautet: Mit Kindern Spaß haben – und dabei auch mal Limo trinken. Trotz leicht veränderter Rezeptur bleibt Fanta aber nach wie vor Fanta, am beliebten Geschmack hat sich nichts geändert. Die erfrischende Orangenlimonade garantiert auch ohne künstliche Aromen und Farbstoffe eine spritzige Erfrischung mit hohem Spaßfaktor – für Kinder und Eltern gleichermaßen.

Über Coca-Cola

Coca-Cola zählt zu den bekanntesten und wertvollsten Marken der Welt. Die The Coca-Cola Company mit Sitz in Atlanta (USA) ist mit einem Portfolio von fast 500 Marken und ca. 3.000 kohlenstoffhaltigen und stillen Getränken der weltgrößte Anbieter von Erfrischungsgetränken. Zum Sortiment zählen auch Wässer, Säfte, Fruchtsaftgetränke, Sportgetränke, Tees sowie trinkfertiger Kaffee. Täglich werden in mehr als 200 Ländern nahezu 1,6 Milliarden Mal Produkte des Hauses verzehrt. Dies ermöglicht das Coca-Cola Vertriebsnetz; es ist das größte der Welt. Coca-Cola widmet sein dauerhaftes Engagement nachhaltigen Projekten im Bereich Umweltschutz, Bewahrung von Ressourcen sowie Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung an seinen Standorten. In Deutschland produziert Coca-Cola seit 1929. Heute arbeiten hier etwa 12.000 Mitarbeiter an rund 70 verschiedenen Standorten. Das Portfolio hierzulande umfasst mehr als 60 Produkte aus allen Segmenten alkoholfreier Getränke.

Weitere Informationen auf: www.thecoca-colacompany.com und www.coca-cola-gmbh.de.