Google-Analyse: Bedürfnis nach kreativen Hobbys seit Pandemie stark gestiegen

- **3D-Kreativ-App Soulside untersucht den Bedarf nach kreativen Hobbys und Achtsamkeit der Deutschen vor und während der Covid-19-Pandemie zwischen 2019 und 2021**
- **Informationen zu Online-Museen und mentaler Gesundheit wurden während der Pandemie am häufigsten gesucht**
- **Die Suche nach dem Schlagwort Social Media hat sich seit der Pandemie verdoppelt**

Berlin, 05. Oktober 2021 – Spätestens seit der Pandemie hat das digitale Leben weiter an Bedeutung gewonnen: Besonders zu Lockdownzeiten der Covid-19-Pandemie waren viele Menschen auf der Suche nach neuen Hobbys und Aufgaben, denen sie von zu Hause aus nachgehen können. Die 3D-Social-Media-App [Soulside](#) untersucht in ihrer aktuellen Analyse, wie sich der Bedarf nach kreativer Ablenkung und Achtsamkeit anhand von Google-Suchanfragen im Vergleich zu der Zeit vor der Pandemie verändert hat. Dafür hat die Kreativapp über 40 Schlagworte aus den Bereichen kreative Hobbys und Mindfulness über einen Zeitraum von 2019 bis 2021 halbjährlich gefiltert.

Digitale Museumsbesuche siebenmal häufiger gesucht als vor der Pandemie

Insgesamt gab es im Vergleich vom zweiten Halbjahr 2019 zum ersten Halbjahr 2021 eine Steigerung von nahezu 60 Prozent pro Suchbegriff rund um kreative Hobbys. Dabei ist das Schlagwort "Online-Museum" siebenmal häufiger gesucht worden (plus 700 Prozent). Mit einem Plus von rund 173 Prozent folgt die Suche nach der orientalischen Knüpfttechnik "Makramee" auf Platz zwei. Auch wollten sich die Menschen während der Pandemie online weiterbilden und gaben deshalb häufiger das Wort "Onlinekurse" ein (plus 125 Prozent).

Alles rund um mentale Gesundheit wird im Lockdown besonders oft gesucht

Beim Thema Mindfulness gab es eine Steigerung von nahezu 379 Prozent im Vergleich zwischen Ende 2019 und Anfang 2021. Während der Pandemie gaben die meisten Menschen den Begriff "Mental Health" in die Suchmaschine ein, um sich mit der mentalen Gesundheit vertraut zu machen – ein Plus von rund 170 Prozent.

Aus der Kategorie Mindfulness liegen die Schlagworte "lesen" und "Dating-App" mit einem Anstieg von je 50 Prozent auf zweitem Platz. Einen Zuwachs an Suchanfragen gab es außerdem beim

Schlagwort "Social Media": Ein Plus von 49 Prozent verzeichnet das Schlagwort im Frühjahr 2021 verglichen mit den Anfragen aus 2019. Ebenfalls suchten die Menschen während der Pandemie verstärkt nach "Achtsamkeit" (plus 23 Prozent).

Alexander Büchler, Gründer und CEO von Soulside, kommentiert die Ergebnisse: *"Die letzten anderthalb Jahre haben jede:n von uns geprägt und sich auf unser psychisches Wohlbefinden ausgewirkt. Unsere Analyse zeigt, dass die Menschen seit Beginn der Covid-19-Pandemie und in Zeiten des Lockdowns vermehrt nach kreativen Hobbys und Aufgaben sowie nach Informationen zur mentalen Gesundheit gesucht haben. Gerade in solch schweren Momenten fragen wir uns verstärkt nach der Sinnhaftigkeit und brauchen etwas, das uns Halt gibt. Mit Soulside bieten wir den Menschen Raum für eine kreative Selbstentfaltung sowie einen persönlichen Ausdruck. Unsere Nutzer:innen gestalten individuelle 3D-Räume, die ihre Innenwelt widerspiegeln und welche sie anschließend in einem tiefergehenden, wertebasierten Austausch mit der Community teilen können."*

Weitere Informationen zu Soulside finden Sie [hier](#).

Über die Untersuchung

Für die vorliegende Analyse untersuchte Soulside auf Google Adwords 42 Suchbegriffe aus den Bereichen kreative Hobbys (30 Begriffe) und Mindfulness (12 Begriffe). Dabei lag der Fokus auf der Veränderung der gesuchten Schlagwörter vor und während der Covid-19-Pandemie. Der analysierte Zeitraum spannte sich über die vier Halbjahre HJ 2 in 2019, HJ 1 in 2020, HJ 2 in 2020 und HJ 1 in 2021. Stichtag der Untersuchung war der 16. September 2021.

Über Soulside

[Soulside](#) ist die erste 3D-Social-Media-App und hat es zum Ziel gesetzt, der Kommunikation und Interaktion von Menschen in kreativen, digitalen Räumen mehr Tiefe zu geben. Im Gegensatz zu traditionellen Social Media-Plattformen setzen die Gründer auf kognitionsfördernde 3D-Effekte und einen Fokus auf Kreativität, um User:innen zur Selbstentfaltung anzuregen. Dafür erstellen die Nutzer:innen individuelle 3D-Räume, die ihre Innenwelt widerspiegeln, und treten mit anderen Benutzer:innen darüber in Kontakt. Content-Moderator:innen unterstützen einzelne User:innen bei ihrer Raumgestaltung und aktivieren die Community zum tiefergehenden, wertebasierten Austausch miteinander. Soulside versteht sich als verantwortungsbewusstes Technologieunternehmen, das Individualität und Datenschutz der Benutzer:innen priorisiert. Es wurde 2019 von Alexander Büchler und Thomas Gross gegründet. Das Unternehmen beschäftigt rund zehn Mitarbeitende und hat seinen Hauptsitz in Berlin. Die App ist kostenfrei im [App Store](#) und [Playstore](#) erhältlich. Aktuelle Informationen zur Soulside finden Sie auch auf [Instagram](#), [Facebook](#), [YouTube](#) und [LinkedIn](#).

Pressekontakt:

Sophia Müller | sophia.mueller@tonka-pr.com | +49.30.403647.603

Miriam Goldman | miriam.goldman@tonka-pr.com | +49.30.403647.623