

forsa.

Jahresendbefragung CATI

Tabellenband

forsa Gesellschaft für
Sozialforschung und
statistische Analysen mbH

Gutenbergstraße 2
10587 Berlin

Telefon 030 62882-0

E-Mail info@forsa.de

4. November 2024

F24.0300/44210 Si / Os

Daten zur Untersuchung

Projekttitel:	Jahresendbefragung CATI
---------------	-------------------------

Auftraggeber:	Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
---------------	--

Durchführung:	forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen mbH
---------------	--

Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren in Deutschland.
------------------	---

Auswahlverfahren:	Systematische Zufallsauswahl (mehrstufige geschichtete Stichprobe)
-------------------	--

Stichprobengröße:	1.001 Befragte
-------------------	----------------

Erhebungsmethode:	Computergestützte Telefoninterviews (CATI) anhand eines strukturierten Fragebogens auf Basis einer Dual-Frame Stichprobe (Mobilfunk und Festnetz).
-------------------	--

Befragungszeitraum:	21. bis 31. Oktober 2024
---------------------	--------------------------

Gewichtung:	Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter, Geschlecht und Bildung sowie Dual-Frame Gewicht.
-------------	--

Statistische Fehlertoleranz:	+/- 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
------------------------------	---

Frage 12:
Nahrungsergänzungsmittel sind Produkte wie Vitamine, Magnesium, Calcium oder Stoffe für Gelenke oder Gedächtnis, die zusätzlich zum normalen Essen eingenommen werden. Sie werden z. B. als Tabletten oder Pulver angeboten. Man kann sie ohne Rezept u. a. in Apotheken, Supermärkten, Drogeriemärkten oder im Internet kaufen. Nicht gemeint sind Lebensmittel, denen z. B. Vitamine oder Mineralstoffe zugesetzt wurden.
Wie gut fühlen Sie sich insgesamt über mögliche Gesundheitsrisiken von Nahrungsergänzungsmitteln informiert? Sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht?

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
sehr gut	15%	14%	15%	15%	11%	11%	21%	13%	15%	15%	16%
eher gut	28%	21%	34%A	30%	26%	26%	30%	27%	29%	28%	26%
eher schlecht	37%	40%	35%	34%	47%F	39%	31%	38%	37%	37%	46%
sehr schlecht	17%	21%	14%	22%	15%	20%	13%	18%	18%	18%	12%
weiß nicht	3%	3%	2%	-	1%	4%	4% C	4%	1%	3%	-
keine Angabe	*	*	*	-	-	*	1%	-	1%	*	1%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
sehr gut/eher gut	43%	36%	49%A	45%	37%	37%	51%	40%	44%	43%	41%
eher schlecht/sehr schlecht	55%	61%B	49%	55%	62% F	59%	44%	56%	54%	54%	58%

Jahresendbefragung

Frage 12:
Nahrungsergänzungsmittel sind Produkte wie Vitamine, Magnesium, Calcium oder Stoffe für Gelenke oder Gedächtnis, die zusätzlich zum normalen Essen eingenommen werden. Sie werden z. B. als Tabletten oder Pulver angeboten. Man kann sie ohne Rezept u. a. in Apotheken, Supermärkten, Drogeriemärkten oder im Internet kaufen. Nicht gemeint sind Lebensmittel, denen z. B. Vitamine oder Mineralstoffe zugesetzt wurden.
Wie gut fühlen Sie sich insgesamt über mögliche Gesundheitsrisiken von Nahrungsergänzungsmitteln informiert? Sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht?

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
sehr gut	15%	8%	10%	22% B	12%	19%	11%	13%	12%	15%	16%	10%	21% K
eher gut	28%	29%	32%	23%	33%	24%	27%	28%	25%	29%	21%	32% J	33%
eher schlecht	37%	50%	38%	35%	36%	36%	45%	37%	44%	35%	40%	38%	31%
sehr schlecht	17%	13%	19%	16%	17%	18%	15%	18%	18%	17%	19%	18%	15%
weiß nicht	3%	-	1%	4% B	2%	3%	1%	4%	1%	3%	4%	2%	*
keine Angabe	*	*	*	*	-	1%	-	-	-	*	*	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
sehr gut/eher gut	43%	37%	43%	45%	44%	43%	39%	40%	37%	44%	38%	42%	54% J
eher schlecht/sehr schlecht	55%	63%	56%	51%	54%	54%	60%	55%	63%	53%	58%	56%	46%

forsa.

Jahresendbefragung**Frage 13:****Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Nahrungsergänzungsmittel sollten auf Sicherheit geprüft werden, bevor sie verkauft werden dürfen.**

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
stimme voll und ganz zu	84%	80%	89%A	81%	82%	88%	86%	86%	81%	84%	89%
stimme eher zu	11%	13%	9%	15%	10%	10%	8%	8%	14%G	11%	3%
stimme eher nicht zu	3%	3%	2%	2%	6%	1%	1%	3%	2%	3%	-
stimme überhaupt nicht zu	1%	1%	*	1%	*	*	1%	-	2%G	1%	-
weiß nicht	1%	2%	*	-	1%	*	2%	2%	*	*	8%
keine Angabe	1%	1%	-	-	-	-	2%	1%	-	1%	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
stimme voll und ganz zu/stimme eher zu	95%	93%	98%A	96%	92%	98%	94%	95%	95%	95%	92%
stimme eher nicht zu/stimme überhaupt nicht zu	3%	4%	2%	4%	6%	2%	2%	3%	4%	4%	-

forsa.

Jahresendbefragung

Frage 13:

Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Nahrungsergänzungsmittel sollten auf Sicherheit geprüft werden, bevor sie verkauft werden dürfen.

	Gesamt	Haushalts-nettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
stimme voll und ganz zu	84%	91%	86%	80%	86% F	86% F	74%	86%	84%	85%	85%	84%	86%
stimme eher zu	11%	7%	11%	13%	10%	10%	17%	9%	10%	11%	12%	10%	9%
stimme eher nicht zu	3%	2%	2%	4%	3%	2%	6%	1%	2%	3%	3%	2%	3%
stimme überhaupt nicht zu	1%	*	*	1%	*	1%	*	1%	*	1%	*	*	1%
weiß nicht	1%	-	*	1%	*	*	2%	3% E	4% I	*	*	2%	-
keine Angabe	1%	-	-	1%	-	1%	-	-	1%	-	1%	-	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
stimme voll und ganz zu/stimme eher zu	95%	98%	98% C	92%	97%	96%	91%	94%	94%	96%	96%	94%	95%
stimme eher nicht zu/stimme überhaupt nicht zu	3%	2%	2%	5%	3%	3%	6%	2%	2%	4%	3%	3%	5%

forsa.

Jahresendbefragung

Frage 14:
Wer sollte Ihrer Meinung nach die Unbedenklichkeit und Wirksamkeit von Nahrungsergänzungsmitteln überprüfen, bevor sie auf den Markt kommen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
die Behörden	65%	69%	60%	68%	65%	63%	64%	66%	62%	66%	46%
die Hersteller	21%	17%	25%	23%	22%	21%	19%	20%	23%	20%	33%
spontan: Unabhängige Stellen	5%	4%	6%	2%	8%	9%CF	2%	4%	7%	5%	10%
spontan: Prüfinstitute/Labore	2%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	-
spontan: Ärzte/Mediziner/ Wissenschaftler	1%	1%	2%	1%	2%	3%	*	1%	1%	2%	-
spontan: Verbraucherschutz	1%	1%	*	1%	*	*	1%	*	1%	*	2%
Sonstiges	1%	1%	1%	1%	*	*	3%	1%	1%	1%	-
gar keiner	2%	2%	1%	1%	1%	*	4%	2%	1%	2%	-
weiß nicht	1%	2%	*	-	2%	-	3%	2%	*	*	9%
keine Angabe	1%	1%	1%	1%	*	2%	2%	2%	1%	2%	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung

Frage 14:
Wer sollte Ihrer Meinung nach die Unbedenklichkeit und Wirksamkeit von Nahrungsergänzungsmitteln überprüfen, bevor sie auf den Markt kommen?

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
die Behörden	65%	67%	66%	66%	62%	66%	62%	69%	69%	63%	66%	63%	65%
die Hersteller	21%	24%	21%	18%	22%	20%	25%	20%	20%	21%	21%	19%	24%
spontan: Unabhängige Stellen	5%	*	3%	8%B	2%	7%	7%	5%	6%	5%	3%	8%	3%
spontan: Prüfinstitute/Labore	2%	*	3%	1%	3%	1%	1%	1%	*	2%	3%	1%	1%
spontan: Ärzte/Mediziner/Wissenschaftler	1%	1%	3%	*	1%	2%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%
spontan: Verbraucherschutz	1%	1%	1%	*	1%	1%	-	*	1%	1%	1%	1%	*
Sonstiges	1%	1%	1%	*	3%	1%	-	1%	*	1%	1%	2%	*
gar keiner	2%	*	2%	2%	4%	1%	1%	-	*	2%	1%	3%	-
weiß nicht	1%	5%B	-	1%	2%	*	2%	*	2%	1%	*	1%	4%J
keine Angabe	1%	-	*	3%B	*	2%	2%	3%	1%	2%	2%	2%	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung

Frage 15:
Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Anbieter und Hersteller von Nahrungsergänzungsmittel sollten nur dann mit Gesundheitsversprechen werben dürfen, wenn diese auch wissenschaftlich belegt sind.

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
stimme voll und ganz zu	81%	78%	83%	81%	74%	85%	81%	80%	83%	80%	92%
stimme eher zu	14%	16%	13%	18%	17%	10%	13%	15%	13%	15%	8%
stimme eher nicht zu	2%	1%	3%	1%	3%	3%	2%	2%	3%	2%	-
stimme überhaupt nicht zu	2%	3%	1%	-	5%C	1%	3%	2%	1%	2%	-
weiß nicht	*	1%	*	-	1%	*	*	1%	*	*	-
keine Angabe	1%	1%	-	-	-	-	2%	1%	-	1%	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
stimme voll und ganz zu/stimme eher zu	95%	94%	96%	99%D	91%	95%	94%	94%	96%	94%	100%
stimme eher nicht zu/stimme überhaupt nicht zu	4%	5%	4%	1%	7%C	4%	4%	4%	4%	5%	-

Frage 15:
Wie sehr stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Anbieter und Hersteller von Nahrungsergänzungsmittel sollten nur dann mit Gesundheitsversprechen werben dürfen, wenn diese auch wissenschaftlich belegt sind.

	Gesamt	Haushalts- nettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
stimme voll und ganz zu	81%	80%	84%	79%	82%	83% F	71%	81%	83%	80%	77%	86% J	81%
stimme eher zu	14%	11%	14%	14%	13%	11%	25% E	15%	12%	15%	17% K	9%	18%
stimme eher nicht zu	2%	*	1%	3%	1%	3%	1%	2%	3%	2%	2%	2%	1%
stimme überhaupt nicht zu	2%	9% BC	1%	1%	3%	1%	*	2%	1%	2%	4%	1%	1%
weiß nicht	*	-	*	1%	*	*	2%	-	1%	*	*	1%	-
keine Angabe	1%	-	-	1%	-	1%	-	-	-	1%	-	1%	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
stimme voll und ganz zu/stimme eher zu	95%	91%	98% AC	93%	95%	94%	96%	96%	95%	95%	94%	96%	99%
stimme eher nicht zu/stimme überhaupt nicht zu	4%	9% B	1%	5%	5%	5%	2%	4%	3%	4%	6%	2%	1%

Frage 16:**Haben Sie selbst in den letzten sechs Monaten eines oder mehrere Nahrungsergänzungsmittel gekauft?**

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
Ja, eines	26%	19%	33%A	29%	26%	28%	20%	25%	27%	27%	13%
Ja, mehrere	28%	25%	31%	35%E	31%	20%	28%	23%	34%G	28%	37%
Nein	46%	56%B	36%	36%	41%	52%C	51%C	51%H	38%	45%	50%
weiß nicht	*	1%	-	-	2%	-	-	1%	*	*	-
keine Angabe	*	*	-	-	-	-	*	-	*	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ja, eines/Ja, mehrere	54%	44%	64%A	64%EF	57%	48%	48%	48%	61%G	54%	50%

forsa.

Jahresendbefragung**Frage 16:****Haben Sie selbst in den letzten sechs Monaten eines oder mehrere Nahrungsergänzungsmittel gekauft?**

	Gesamt	Haushalts- nettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
Ja, eines	26%	19%	31%	24%	25%	28%	27%	22%	23%	27%	29%	23%	23%
Ja, mehrere	28%	26%	21%	35%B	30%	22%	34%	33%	34%	26%	25%	26%	40%JK
Nein	46%	55%	48%	40%	45%	50%	36%	45%	41%	47%	46%	49%	37%
weiß nicht	*	-	-	1%	-	-	2%E	-	1%I	-	*	1%	-
keine Angabe	*	-	*	-	-	*	-	-	-	*	-	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ja, eines/Ja, mehrere	54%	45%	52%	59%	55%	50%	62%	55%	57%	53%	54%	50%	63%

forsa.

Jahresendbefragung

Geschlecht des Befragten

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
männlich	49%	100%E	-	52%	50%	50%	44%	50%	47%	49%	50%
weiblich	51%	-	100%A	48%	50%	50%	56%	50%	53%	51%	50%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung**Geschlecht des Befragten**

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
männlich	49%	54%	47%	53%	49%	49%	51%	48%	47%	49%	49%	45%	55%
weiblich	51%	46%	53%	47%	51%	51%	49%	52%	53%	51%	51%	55%	45%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung

Alter des Befragten

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
18-34 Jahre	24%	25%	22%	100%DEF	-	-	-	12%	37%G	26%	1%
35-49 Jahre	22%	23%	22%	-	100%CEF	-	-	20%	28%G	24%	3%
50-64 Jahre	27%	28%	27%	-	-	100%CDF	-	35%H	18%	27%	30%
65 Jahre und älter	27%	24%	29%	-	-	-	100%CDE	33%H	17%	23%	66%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Alter des Befragten

	Gesamt	Haushalts- nettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
18-34 Jahre	24%	17%	22%	30%	24%	20%	31%	26%	23%	24%	18%	23%	35%
35-49 Jahre	22%	23%	21%	27%	17%	9%	38% DE	49% DE	54%	13%	22%	23%	23%
50-64 Jahre	27%	22%	28%	26%	24%	35% G	23%	19%	16%	30% H	34% L	24%	19%
65 Jahre und älter	27%	38% C	29% C	17%	36% FG	36% FG	8%	6%	7%	33% H	26%	30%	23%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung**Bildung**

Filter: Schulbildung beendet

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	975	472	503	182	282	252	259	291	664	934	41
Basis (100%)	971	475	497	209*	224	272*	266*	579	372	897	74**
niedrig	30%	37%B	24%	5%	23%C	39%CD	47%CD	50%H	-	27%	64%
mittel	30%	25%	34%A	28%	28%	36%	25%	50%H	-	30%	22%
hoch	38%	37%	40%	65%DEF	46%EF	25%	24%	-	100%G	40%	12%
anderer Schulabschluss	2%	2%	2%	1%	3%	1%	3%	-	-	2%	1%
keine Angabe	*	-	*	-	-	-	*	-	-	-	1%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bildung

Filter: Schulbildung beendet

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	975	92	346	480	233	395	153	191	249	723	391	392	179
Basis (100%)	971	133*	398	376	306*	380	130*	153*	212	757	397	395	165*
niedrig	30%	49%C	36%C	15%	41%EFG	28%	19%	24%	19%	33%H	31%L	37%L	14%
mittel	30%	22%	33%	28%	25%	33%	28%	29%	31%	29%	37%KL	24%	23%
hoch	38%	27%	30%	54%AB	32%	36%	51%DE	45%	48%I	36%	31%	37%	58%JK
anderer Schulabschluss	2%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	2%	5%
keine Angabe	*	1%	-	-	-	*	-	-	-	*	-	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung**Internetnutzung**

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
ja	93%	93%	93%	100%EF	99%EF	92%F	82%	89%	98%G	100%	-
nein	7%	7%	7%	*	1%	8%CD	18%CDE	11%H	2%	-	100%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung

Internetnutzung

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße			
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)	
Basis	(100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
ja		93%	86%	93%	98%A	92%	91%	99%E	92%	94%	92%	94%	91%	94%
nein		7%	14%C	7%	2%	8%	9%F	1%	8%	6%	8%	6%	9%	6%
Summe		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Haushaltsnettoeinkommen

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
bis unter 2.000 Euro	13%	15%	12%	9%	14%	11%	19% C	16% H	10%	12%	26%
2.000 Euro bis unter 4.000 Euro	40%	39%	42%	37%	37%	42%	44%	47% H	32%	41%	37%
4.000 Euro und mehr	39%	42%	36%	49% F	47% F	37%	25%	28%	55% G	41%	13%
keine Angabe	7%	4%	10% A	5%	2%	10% D	11% D	8%	4%	6%	24%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Haushaltsnettoeinkommen

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
bis unter 2.000 Euro	13%	100%BC	-	-	36%EFG	5%	1%	*	2%	17%I	11%	15%	13%
2.000 Euro bis unter 4.000 Euro	40%	-	100%AC	-	50%G	41%G	41%G	22%	31%	43%H	38%	44%	36%
4.000 Euro und mehr	39%	-	-	100%AB	7%	47%D	53%D	68%DE	60%I	33%	43%	34%	43%
keine Angabe	7%	-	-	-	7%	7%	5%	10%	7%	7%	7%	7%	7%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Haushaltsgröße

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
1 Person	31%	31%	31%	31%	23%	27%	41%D	35%	26%	30%	35%
2 Personen	38%	38%	38%	33%D	16%	49%CD	51%CD	40%	37%	38%	46%
3 Personen	14%	15%	13%	18%F	24%EF	12%	4%	11%	18%G	15%	2%
4 Personen und mehr	17%	16%	17%	18%F	37%CEF	12%F	4%	14%	19%	17%	17%
keine Angabe	*	*	*	*	*	*	-	*	*	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung

Haushaltsgröße

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
1 Person	31%	83%BC	38%C	6%	100%EFG	-	-	-	-	40%H	23%	35%J	37%J
2 Personen	38%	16%	39%A	46%A	-	100%DFG	-	-	6%	48%H	41%	37%	34%
3 Personen	14%	1%	14%A	19%A	-	-	100%DEG	-	35%I	8%	15%	12%	15%
4 Personen und mehr	17%	*	9%	29%AB	-	-	-	100%DEF	60%I	4%	21%	15%	14%
keine Angabe	*	-	*	-	-	-	-	-	-	-	*	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kinder unter 18 im Haushalt

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis ungewichtet	1001	486	515	208	282	252	259	291	664	960	41
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
ja	23%	22%	23%	22% F	55% CE	13%	6%	19%	27% G	23%	18%
nein	77%	78%	76%	78% D	45%	86% D	94% CD	81% H	73%	77%	82%
weiß nicht	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
keine Angabe	*	*	*	*	*	*	-	*	*	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Kinder unter 18 im Haushalt

	Gesamt	Haushalts- nettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße		
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)
Basis ungewichtet	1001	93	351	493	234	397	161	206	263	735	400	402	186
Basis (100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
ja	23%	3%	17%A	35%AB	-	3%	56%DE	80%DEF	100%I	-	25%	21%	22%
nein	77%	97%BC	82%C	65%	100%FG	97%FG	44%G	20%	-	100%H	75%	79%	78%
weiß nicht	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
keine Angabe	*	-	*	-	-	-	-	-	-	-	*	*	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung

Ortsgröße

	Gesamt	Geschlecht		Alter				Bildung		Internetnutzung	
		Männer (A)	Frauen (B)	18-34 Jahre (C)	35-49 Jahre (D)	50-64 Jahre (E)	65 Jahre und älter (F)	niedrig/ mittel (G)	hoch (H)	ja (I)	nein (J)
Basis (100%)	1001	489	512	239	224	272*	266*	579	372	927	74**
unter 20.000 EW	41%	41%	40%	31%	39%	50% C	40%	46% H	33%	41%	34%
20.000 bis unter 500.000 EW	41%	38%	44%	39%	43%	36%	45%	42%	39%	40%	52%
500.000 EW und mehr	17%	20%	15%	25% E	18%	12%	15%	11%	26% G	18%	14%
keine Angabe	1%	2%	1%	4% DF	*	2%	-	1%	2%	2%	-
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

forsa.

Jahresendbefragung

Ortsgröße

	Gesamt	Haushaltsnettoeinkommen			Haushaltsgröße				Kinder im Haushalt		Ortsgröße			
		bis u. 2.000 Euro (A)	2.000 bis u. 4.000 Euro (B)	4.000 Euro und mehr (C)	1 Person (D)	2 Personen (E)	3 Personen (F)	4 Personen oder mehr (G)	ja (H)	nein (I)	unter 20.000 EW (J)	20.000 bis unter 500.000 EW (K)	500.000 EW und mehr (L)	
Basis	(100%)	1001	135*	404	390	307*	383	140*	169*	227	772	406	407	173*
unter 20.000 EW		41%	34%	39%	45%	31%	44%D	43%	49%D	44%	39%	100%KL	-	-
20.000 bis unter 500.000 EW		41%	47%	44%	35%	46%	40%	36%	36%	38%	41%	-	100%JL	-
500.000 EW und mehr		17%	17%	15%	19%	21%	15%	19%	14%	16%	18%	-	-	100%JK
keine Angabe		1%	2%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	1%	2%	-	-	-
Summe		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%