

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Alter			
14-19	43,0%	9,0%	12,6%
20-29	31,0%	18,4%	18,7%
30-39	12,9%	26,6%	26,5%
40-49	7,0%	23,7%	22,6%
50-59	5,0%	14,3%	12,4%
60-69	0,3%	7,0%	6,0%
70 und älter	0,9%	1,0%	1,2%
Geschlecht			
männlich	37,5%	76,5%	55,3%
weiblich	62,5%	23,5%	44,7%
Anzahl der Haushaltsmitglieder			
Eine Person	13,9%	19,9%	22,7%
Zwei Personen	23,6%	30,4%	30,9%
Drei Personen	20,4%	20,9%	19,9%
Vier Personen	27,4%	18,3%	17,3%
Fünf Personen und mehr	14,7%	10,4%	9,2%
Familienstand			
Ledig, wohne bei den Eltern	43,1%	14,7%	17,0%
Ledig, wohne nicht bei den Eltern	21,7%	19,2%	23,1%
Verheiratet oder liiert	25,8%	52,9%	45,9%
Geschieden / Getrennt	7,6%	11,0%	11,5%
Witwe / Witwer	1,8%	2,2%	2,5%
Anzahl der Kinder, die im Haushalt wohnen			
Kein Kind im Haushalt	69,3%	64,2%	68,4%
1	16,1%	19,2%	16,5%
2	9,3%	11,7%	11,0%
3 und mehr	5,3%	4,9%	4,0%
Alterskategorien der Kinder unter 18 Jahre, die im Haushalt wohnen			
--- Keine Kinder unter 18 Jahre im Haushalt	69,3%	64,2%	68,4%
0 - 2 Jahre	11,5%	7,1%	6,3%
3 - 5 Jahre	7,8%	8,5%	7,0%
6 - 10 Jahre	9,0%	11,5%	10,7%
11 - 14 Jahre	5,6%	10,7%	10,0%
15 - 18 Jahre	10,2%	12,5%	10,2%
Bundesland			
Baden-Württemberg	12,0%	13,8%	12,9%
Bayern	9,9%	13,7%	15,0%
Berlin	4,4%	3,6%	5,1%
Brandenburg	2,3%	3,6%	3,8%
Bremen	0,6%	0,4%	0,7%
Hamburg	4,4%	4,1%	5,5%
Hessen	8,8%	8,3%	8,4%
Mecklenburg-Vorpommern	1,2%	2,9%	2,6%
Niedersachsen	7,6%	6,8%	6,6%
Nordrhein-Westfalen	27,8%	19,9%	19,8%
Rheinland-Pfalz	3,8%	4,8%	3,7%
Saarland	0,6%	1,1%	1,0%
Sachsen	4,1%	6,7%	6,1%
Sachsen-Anhalt	3,2%	2,9%	2,6%
Schleswig-Holstein	6,4%	3,3%	3,3%
Thüringen	2,9%	4,0%	3,0%
----- Wohnen nicht in Deutschland	0,0%	0,0%	0,0%
Einwohnerzahl des Wohnortes			
Über 500 000 Einwohner	15,0%	16,8%	23,0%
100 000 bis 500 000 Einwohner	22,3%	15,4%	16,7%
20 000 bis 100 000 Einwohner	18,5%	22,1%	21,5%
5 000 bis 20 000 Einwohner	23,8%	25,2%	21,3%
Unter 5 000 Einwohner	20,5%	20,5%	17,5%
----- Wohnen nicht in Deutschland	0,0%	0,0%	0,0%

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Berufliche Tätigkeit (der befragten Person)			
Leitende/r Angestellte/r oder leitende/r Beamte/r	2,9%	12,1%	10,3%
Sonstige/r Angestellte/r oder sonstige/r Beamte/r	16,0%	25,3%	28,6%
Selbständige/r ohne Beschäftigte / Freiberufler	4,4%	9,7%	9,6%
Selbständige/r mit Beschäftigten	1,7%	4,1%	3,4%
Facharbeiter/in	4,1%	10,8%	6,5%
Sonstiger Arbeiter/in	5,0%	3,9%	2,9%
Landwirt/in	0,0%	0,1%	0,2%
Berufssoldat/in / Polizist/in	0,0%	0,9%	0,6%
Auszubildende/r	16,6%	5,0%	4,9%
Andere Tätigkeit	7,3%	3,7%	0,0%
----- Zwischenergebnis Erwerbstätige	58,0%	75,6%	67,0%
Arbeitslose/r	7,9%	7,1%	8,0%
Schüler/in, Student/in	25,4%	8,3%	14,8%
Hausfrau / -mann	7,6%	2,5%	4,1%
Rentner/in	1,2%	6,3%	6,0%
----- Zwischenergebnis Erwerbslose	42,1%	24,2%	32,9%
Berufliche Tätigkeit (des Familienoberhaupt)			
Leitende/r Angestellte/r oder leitende/r Beamte/r	8,9%	16,0%	15,2%
Sonstige/r Angestellte/r oder sonstige/r Beamte/r	24,1%	28,4%	31,8%
Selbständige/r ohne Beschäftigte / Freiberufler	6,3%	8,8%	9,5%
Selbständige/r mit Beschäftigten	4,5%	6,4%	5,4%
Facharbeiter/in	11,3%	13,5%	9,8%
Sonstiger Arbeiter/in	11,9%	4,7%	4,5%
Landwirt/in	0,0%	0,2%	0,3%
Berufssoldat/in / Polizist/in	0,3%	1,3%	0,9%
Auszubildende/r	6,0%	1,5%	1,7%
Andere Tätigkeit	11,6%	4,9%	3,1%
----- Zwischenergebnis Erwerbstätige	84,9%	85,7%	82,2%
Arbeitslose/r	4,8%	5,0%	5,5%
Schüler/in, Student/in	4,5%	2,7%	4,4%
Hausfrau / -mann	3,3%	0,6%	1,1%
Rentner/in	2,7%	6,0%	6,6%
----- Zwischenergebnis Erwerbslose	15,3%	14,3%	17,6%
Altersverteilung x Berufsstand			
14-19 Jahre Erwerbstätig	16,1%	4,2%	3,5%
14-19 Jahre Erwerbslos	27,8%	4,8%	9,1%
20-29 Jahre - Erwerbstätig	20,2%	12,6%	11,1%
20-29 Jahre - Erwerbslos	10,1%	5,8%	7,6%
30-39 Jahre - Erwerbstätig	8,8%	23,3%	21,7%
30-39 Jahre - Erwerbslos	4,1%	3,3%	4,9%
40-49 - Erwerbstätig	6,3%	20,1%	18,7%
40-49 - Erwerbslos	0,9%	3,5%	4,0%
50-59 - Erwerbstätig	3,5%	12,2%	9,8%
50-59 - Erwerbslos	1,3%	2,4%	2,6%
60-69 - Erwerbstätig	0,0%	2,4%	2,1%
60-69 - Erwerbslos	0,0%	4,5%	3,8%
70 und älter - Erwerbstätig	0,0%	0,2%	0,2%
70 und älter - Erwerbslos	0,9%	0,8%	1,0%
Geschlecht x Berufsstand			
Männer - Erwerbstätig	22,8%	58,1%	39,4%
Frauen - Erwerbstätig	32,0%	16,7%	27,7%
Männer - Erwerbslos	13,9%	18,4%	15,9%
Frauen - Erwerbslos	31,3%	6,8%	17,0%

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Altersverteilung			
Männer - 14-19	14,1%	5,8%	5,2%
Frauen - 14-19	28,5%	3,2%	7,4%
Männer - 20-29	10,3%	12,9%	8,9%
Frauen - 20-29	20,9%	5,5%	9,8%
Männer - 30-39	4,4%	19,3%	14,0%
Frauen - 30-39	8,5%	7,5%	12,5%
Männer - 40-49	4,4%	18,4%	12,8%
Frauen - 40-49	2,6%	5,4%	9,8%
Männer - 50-59	3,2%	12,4%	8,5%
Frauen - 50-59	1,8%	1,6%	3,9%
Männer - 60-69	0,3%	6,9%	4,9%
Frauen - 60-69	0,0%	0,1%	1,1%
Männer - 70 und älter	0,9%	0,8%	0,9%
Frauen - 70 und älter	0,0%	0,1%	0,2%
Unternehmensgröße			
Eine Person (Sie selbst)	7,5%	12,3%	11,4%
2 bis 5 Angestellte	8,9%	8,1%	7,3%
6 bis 10 Angestellte	4,1%	5,2%	4,6%
11 bis 20 Angestellte	3,4%	4,1%	4,0%
21 bis 50 Angestellte	8,9%	7,3%	6,0%
51 bis 100 Angestellte	3,4%	5,0%	4,9%
101 bis 200 Angestellte	4,1%	5,2%	4,5%
201 bis 500 Angestellte	4,7%	8,1%	6,4%
500 bis 5000 Angestellte	8,9%	10,9%	9,1%
Mehr als 5000 Angestellte	4,1%	8,7%	8,2%
Monatliches Nettoeinkommen des Haushalts			
Unter 1000 Euro	20,6%	10,1%	13,6%
1000 bis unter 1250 Euro	12,1%	8,7%	9,8%
1250 bis unter 1500 Euro	15,3%	9,5%	10,5%
1500 bis unter 2000 Euro	12,9%	16,6%	16,2%
2000 bis unter 2500 Euro	14,9%	16,0%	14,9%
2500 bis unter 3500 Euro	12,9%	18,5%	17,5%
3500 bis unter 5000 Euro	8,5%	14,3%	11,8%
5000 Euro und mehr	2,8%	6,3%	5,5%
Höchster abgeschlossener Bildungsgrad			
Schüler in allgemeinbildender Schule (Ohne Abschluss)	4,7%	1,9%	2,8%
Hauptschulabschluss	26,0%	21,7%	15,7%
Mittlere Reife	43,0%	30,5%	30,3%
Fachhochschulreife	10,5%	10,8%	10,1%
Abitur	8,8%	11,7%	15,3%
Fachhochschulabschluss	4,1%	11,3%	10,8%
Universitätsabschluss	2,0%	9,8%	12,2%
Weiterführende Studiengänge (MBA usw.)	0,9%	2,2%	2,7%
Berufsausbildung			
kaufmännische Ausbildung	20,5%	26,7%	31,3%
handwerkliche / gewerbliche Ausbildung	15,5%	35,4%	23,2%
hauswirtschaftliche Ausbildung / Ausbildung im sozialen Bereich	8,9%	3,8%	4,5%
andere Ausbildung	10,1%	17,5%	18,3%
nein	44,9%	16,5%	22,8%
Entscheidungsgewalt in folgenden Bereichen			
Technische Büroausstattung	8,9%	22,1%	17,5%
Bank- und Finanzwesen	8,4%	16,2%	14,0%
Transport und Tourismus	4,5%	12,4%	8,5%
Unternehmenskommunikation / PR	4,9%	13,3%	11,2%
IT - Computerausstattung	8,9%	20,6%	17,6%
Telekommunikation	8,4%	18,1%	14,9%
Aus- und Weiterbildung	9,4%	17,4%	14,0%
Fahrzeugpark	7,4%	16,5%	9,6%
Marketing Aktionen (Studien, Marktforschungen...)	3,9%	12,7%	11,1%
Personalbereich	7,9%	17,9%	14,0%
Keine Entscheidungsgewalt in den genannten Bereichen	30,2%	29,0%	27,3%
----- Erwerbslose Personen	42,1%	24,2%	32,9%

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Haushaltsausstattung			
Computer (PC)	88,6%	92,9%	90,5%
Computer (Macintosh)	2,6%	2,9%	3,4%
Laptop	31,2%	38,7%	37,5%
Tintenstrahldrucker	65,6%	78,3%	74,3%
Laserdrucker	18,4%	25,4%	24,3%
DVD-Player	80,2%	80,6%	73,7%
Digitaler Fotoapparat	54,2%	69,4%	61,9%
Premiere-Abonnement	13,7%	14,1%	12,1%
Digitalfernsehen	15,5%	26,8%	20,4%
Satellitenfernsehen	30,3%	43,6%	36,2%
Kabelfernsehen	58,9%	51,5%	52,8%
Elektronische Organizer (Palm Pilot, Psion...)	9,3%	21,3%	16,9%
Videokamera / Camcorder	32,1%	38,7%	32,0%
Videorecorder	65,0%	74,3%	70,4%
Fax	27,1%	44,9%	37,8%
Spielkonsole	39,1%	36,2%	28,7%
Heimkino (Großbildschirm / Projektion)	7,0%	11,3%	6,8%
Handy	91,3%	93,6%	91,1%
MP3 Player	35,0%	41,6%	35,6%
Festnetztelefon	81,3%	88,8%	86,2%
Kauf von Geräten im folgenden Jahr			
Computer (PC)	19,5%	26,5%	19,2%
Computer (Macintosh)	0,9%	1,2%	1,4%
Laptop	18,1%	23,5%	18,2%
Tintenstrahldrucker	2,9%	8,0%	6,1%
Laserdrucker	9,0%	11,5%	8,1%
Heimkino (Großbildschirm / Projektion)	8,7%	14,5%	8,7%
Fernseher	10,8%	16,2%	13,1%
DVD-Player	14,3%	10,2%	9,3%
Videokamera / Camcorder	12,8%	12,4%	9,1%
Videorecorder	3,5%	2,8%	2,6%
DVD Recorder	15,2%	19,2%	14,1%
Digitaler Fotoapparat	15,5%	21,6%	18,4%
Premiere-Abonnement	3,8%	2,7%	2,3%
Satellitenfernsehen	3,2%	3,7%	3,3%
Kabelfernsehen	1,7%	1,6%	1,3%
Elektronischer Organizer (Palm Pilot, Psion...)	3,8%	8,3%	5,3%
Fax	5,0%	5,1%	3,9%
Spielkonsole	9,3%	6,8%	4,8%
Handy	27,1%	25,2%	19,4%
MP3 Player	20,1%	11,8%	11,7%
Haushaltszubehör (Kühlschrank, Waschmaschine...)	20,1%	24,5%	18,3%

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Freizeit / Hobby			
Ausübung künstlerischer Tätigkeiten (Tanz, Theater, Musik ...)	15,7%	12,2%	15,8%
Internet-Nutzung für die Ausübung künstlerischer Tätigkeiten	5,6%	6,3%	7,2%
Börse, Finanztätigkeiten	3,5%	9,6%	6,3%
Internet-Nutzung für Börse, Finanztätigkeiten	3,5%	9,2%	5,9%
Heimwerken / Gartenarbeit / Basteln / Dekoration	30,0%	49,4%	36,5%
Internet-Nutzung für Heimwerken / Gartenarbeit / Basteln / Dekoration	15,3%	30,7%	19,9%
Reisen / Wochenendtrips	24,5%	46,7%	40,5%
Internet-Nutzung für Reisen / Wochenendtrips	17,9%	40,9%	34,2%
Mode	24,8%	16,7%	16,1%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit / des Hobbys « Mode »	17,4%	11,7%	10,4%
Einkaufsbummel	46,4%	43,4%	39,4%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit « Einkaufsbummel »	25,0%	26,6%	21,6%
Kochen	44,3%	40,1%	40,4%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit « Kochen »	18,5%	22,0%	19,9%
Glücksspiele (Lotto, Pferderennen, Casinos)	7,9%	15,3%	10,1%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit« Glücksspiele »	5,0%	8,9%	5,9%
Videospiele	25,7%	27,7%	20,7%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit « Videospiele »	16,8%	19,5%	14,2%
Sport / Sportereignisse besuchen	37,0%	45,8%	39,9%
Internet-Nutzung im Rahmen von « Sport / Sportereignisse besuchen »	15,0%	26,8%	19,5%
Ins Restaurant gehen	29,2%	45,5%	39,2%
Internet-Nutzung um ins Restaurant zu gehen	4,4%	9,0%	7,1%
Ausgehen (Diskotheken, Bars ...)	48,7%	37,7%	36,2%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit « um Auszugehen »	20,6%	15,6%	14,1%
Aktivitäten im Freien	36,7%	51,2%	43,2%
Internet-Nutzung im Rahmen der « Aktivitäten im Freien »	7,1%	13,7%	9,2%
Lesen	46,6%	52,1%	59,6%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit / des Hobbys « Lesen »	21,2%	26,7%	27,8%
Kinobesuche	49,3%	47,6%	48,0%
Internet-Nutzung im Rahmen der « Kinobesuche »	30,9%	29,1%	30,7%
Theaterbesuche	8,7%	16,6%	19,0%
Internet-Nutzung im Rahmen der « Theaterbesuche »	3,2%	8,3%	9,7%
Konzerte	21,3%	30,8%	30,2%
Internet-Nutzung im Rahmen von « Konzerte »	12,4%	21,2%	19,8%
Ausstellungen, Museen	10,5%	22,1%	20,8%
Internet-Nutzung im Rahmen von « Ausstellungen, Museen »	5,3%	12,8%	11,4%
EDV	25,4%	40,1%	35,4%
Internet-Nutzung im Rahmen der Freizeit / des Hobbys « EDV »	19,4%	33,6%	29,5%
Gesellschaftsspiele / Karten und Rollenspiele	25,1%	27,2%	27,2%
Internet-Nutzung für « Gesellschafts-, Karten-, Rollenspiele »	7,1%	9,1%	7,3%
Vereinstätigkeiten	18,1%	22,5%	19,8%
Internet-Nutzung für Vereinstätigkeiten	7,6%	11,7%	10,1%
Vorgesehene Änderungen in den kommenden 12 Monaten			
Umzug	22,4%	17,8%	18,1%
Immobilienkauf	3,2%	6,4%	4,3%
Autokauf	41,7%	39,3%	20,1%
Kauf eines Motorrads / Motorrollers	9,0%	13,6%	4,4%
Im Ausland studieren oder arbeiten	4,1%	4,5%	4,9%
Geburt eines Kindes	7,9%	3,7%	3,2%
Heirat	8,5%	5,9%	4,6%
Rentenantritt	0,9%	2,1%	1,3%
Ende der Berufstätigkeit, ohne Rentenantritt	1,2%	2,8%	2,0%
Berufseintritt	19,8%	8,4%	8,8%
Jobwechsel	16,3%	20,6%	19,1%
Neu-/Umgestaltung der Wohnung (Küche, Badezimmer...)	27,7%	38,0%	30,0%
Fernsehgewohnheiten : Zeit durchschnittlich pro Tag			
Ich sehe nicht fern	2,6%	2,9%	4,9%
Weniger als 1 Stunde pro Tag	14,6%	15,1%	17,7%
1 Stunde bis 2 Stunden	32,2%	32,5%	33,5%
2 Stunden bis 3 Stunden	27,5%	27,7%	24,5%
3 Stunden bis 4 Stunden	13,5%	12,9%	11,3%
Mehr als 4 Stunden	9,6%	8,8%	8,1%

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Radiogewohnheiten : Zeit durchschnittlich pro Tag			
Ich höre kein Radio	6,2%	4,1%	6,6%
Weniger als 1/2 Stunde pro Tag	15,4%	13,4%	17,7%
1/2 Stunde bis 1 Stunde	16,6%	21,2%	20,9%
1 Stunde bis 2 Stunden	14,8%	18,8%	17,3%
2 Stunden bis 3 Stunden	12,4%	12,9%	11,6%
Mehr als 3 Stunden	34,6%	29,7%	25,9%
Lesegewohnheiten : Zeit durchschnittlich pro Tag			
Ich lese keine Zeitungen/Magazine usw.	6,4%	4,4%	5,7%
Weniger als 1/2 Stunde pro Tag	44,7%	34,1%	37,5%
1/2 Stunde bis 1 Stunde	33,3%	43,4%	39,8%
1 Stunde bis 2 Stunden	12,0%	14,2%	13,4%
2 Stunden bis 3 Stunden	3,2%	2,7%	2,4%
Mehr als 3 Stunden	0,3%	1,3%	1,3%
Kinogewohnheiten: Häufigkeit			
Ich gehe nicht ins Kino	9,1%	12,2%	11,2%
Weniger als einmal im Jahr	16,8%	17,0%	16,3%
Einmal alle 6 Monate	21,8%	22,4%	21,3%
Einmal alle 2 bis 3 Monate	30,3%	25,1%	25,9%
Einmal pro Monat	15,9%	16,5%	17,3%
Einmal alle 14 Tage	4,4%	5,1%	6,1%
Einmal pro Woche oder mehr	1,8%	1,7%	1,9%
Anfangsdatum Nutzung des Internets			
Seit dem vierten Quartal 2004 (Oktober - Dezember)	3,4%	1,4%	1,0%
Seit dem dritten Quartal 2004 (Juli - September)	3,0%	1,1%	1,1%
Seit dem zweiten Quartal 2004 (April -Juni)	1,5%	0,9%	0,7%
Seit dem ersten Quartal 2004 (Januar - April)	1,2%	0,8%	1,1%
Seit der zweiten Jahreshälfte 2003 (Juli - Dezember)	4,0%	2,4%	2,1%
Seit der ersten Jahreshälfte 2003 (Januar - Juni)	4,9%	2,5%	2,5%
Seit der zweiten Jahreshälfte 2002 (Juli - Dezember)	6,1%	3,1%	2,8%
Seit der ersten Jahreshälfte 2002 (Januar - Juni)	9,1%	4,8%	4,4%
2001 oder davor	66,8%	83,1%	84,4%
Zugangsort (mehrere Antworten möglich)			
Vom Arbeitsplatz	27,7%	44,1%	42,9%
Von der Schule oder Universität	20,7%	10,0%	13,4%
Von zu Hause	89,8%	94,9%	92,3%
Von Verwandten / Freunden	19,2%	14,5%	12,1%
Von einem öffentlichen Ort (Internet-Café, Multimedia Terminal...)	10,5%	9,9%	8,1%
Von einem Wireless Netzwerk Hot Spot	1,2%	4,9%	3,1%
Vom Handy aus (egal von wo)	9,0%	9,3%	5,6%
Von einem anderen Zugangsort	4,7%	3,0%	2,1%
Internetzugriff (von zu Hause aus)			
Festnetz-Telefonleitung (Modem)	16,0%	13,5%	14,2%
ISDN	18,9%	17,0%	18,1%
Kabel	0,7%	2,3%	2,4%
DSL	52,4%	59,5%	58,2%
Satellitenverbindung	0,0%	0,8%	0,3%
Fernsehen	0,0%	0,2%	0,2%
Handy (als Modem zum Computer)	0,3%	0,4%	0,3%
Spielkonsole	0,3%	0,1%	0,0%
Handy (mit GPRS-Technologie - Internet Surf)	2,3%	2,0%	1,4%
Über einen Computer mit Wireless Netzwerk Anschluss	4,6%	3,1%	2,6%
Weiß nicht	4,6%	1,3%	2,1%
Surffrequenz im Internet			
Weniger als einmal pro Monat	1,2%	0,3%	0,6%
Etwa 2- bis 3-mal pro Monat	3,5%	1,4%	2,2%
Etwa 1-mal pro Woche	7,0%	2,5%	3,4%
Etwa 2- bis 3-mal pro Woche	17,3%	11,8%	13,2%
Etwa jeden Tag	35,8%	35,4%	35,8%
Mehrmals täglich	35,2%	48,6%	44,8%

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Arten der regelmäßig besuchten Webseiten			
Erotik (Erwachsene)	9,9%	18,5%	10,9%
Studenten	5,0%	5,8%	6,2%
Freizeit / Hobby	35,6%	46,8%	32,8%
Elektronik (Foto/Haushaltsgeräte usw.)	16,3%	42,8%	22,4%
Humor	25,9%	25,5%	18,7%
Tourismus/Reisen	17,2%	39,9%	30,0%
Routenplaner/Stadtpläne	31,5%	57,3%	42,2%
Transport (Flüge / Zug...)	8,7%	25,0%	18,5%
Finanzen/Wirtschaft / Marketing	7,3%	22,2%	14,0%
Gesundheit	13,1%	25,6%	18,3%
Kinder/Familie	12,8%	12,5%	9,8%
Frauen-Webseiten	8,2%	7,3%	7,4%
Männer-Webseiten	2,6%	7,9%	3,4%
Senioren-Webseiten	0,9%	3,3%	2,0%
Schwulen-/Lesben-Webseiten	4,1%	3,2%	2,6%
Gastronomie	5,2%	13,2%	8,3%
Wissenschaft/Technik	10,8%	33,2%	21,5%
Spiele (Online/PC/Spielkonsole)	35,0%	32,5%	25,9%
Glücksspiel (Kasino)	4,1%	6,9%	3,4%
Natur/Umweltschutz/Ökologie	3,5%	11,4%	7,4%
Telekom/Mobiltelefon	17,5%	29,1%	15,8%
Auto/Motorrad	36,2%	100,0%	16,1%
Heranwachsende/Teenager	5,8%	4,3%	3,6%
Suchmaschinen/Portale	54,5%	66,8%	61,2%
Jobbörsen u.ä.	27,1%	29,1%	26,8%
Immobilien-Webseiten (Vermietung/Kauf/Verkauf)	6,4%	14,5%	8,8%
Kleinanzeigen (außer Immobilien)	16,6%	24,6%	13,7%
Banken und Versicherungen online	26,8%	41,2%	33,2%
Sport (divers)	16,6%	32,2%	19,8%
Sport (Fußball)	14,6%	25,5%	16,6%
Informatik-Webseiten (Hardware/Softwareprogramme) + Download	14,3%	32,7%	24,9%
Praktischer Service/Alltag (z.B. Wetter, Horoskope)	10,8%	27,0%	19,6%
Internetzugangsanbieter	8,2%	18,9%	12,8%
E-commerce/Handel/Versteigerungen	11,7%	29,2%	21,2%
Preisvergleich	28,0%	55,2%	37,9%
Verwaltung-/Regierungs-Webseiten	4,1%	14,0%	9,7%
TV allgemein	15,5%	22,7%	16,4%
Radio allgemein	16,6%	19,9%	12,8%
Nachrichten (national / regional...)	24,5%	46,2%	37,6%
Persönliche Webseiten	24,8%	24,2%	22,0%
Gemeinschaftswebseiten/Chatforen	8,7%	13,1%	11,0%
Musik-Webseiten (außer Radio)	25,9%	25,9%	18,8%
Kino-Webseiten	27,4%	29,1%	24,3%
Kunst/Kultur	4,7%	14,4%	12,1%
Partnerschafts-Webseiten (Flirt, Kontakt)	11,1%	13,1%	10,6%
Nutzung von Dienstleistungen / Produkten im Internet			
Börsengeschäfte	1,8%	9,0%	7,8%
Musikdownloads	35,4%	38,5%	32,4%
Versicherungsabschlüsse	4,9%	14,2%	9,5%
Aufgeben von Anzeigen (Wohnung, Arbeit, Auto...)	25,8%	38,8%	31,1%
Antworten auf Anzeigen	18,2%	28,0%	22,2%
Spielen	55,7%	48,2%	43,9%
Bekanntschäften machen	29,2%	28,3%	27,9%
Videodownloads	15,4%	21,3%	15,6%
Fernsehen	12,9%	19,8%	13,9%
Radio hören	37,5%	45,0%	38,4%
Einstellen einer persönlichen Webseite	17,8%	25,3%	23,7%
Teilnahme an Foren / Newsgroups	22,8%	33,3%	32,5%
Chatten	65,5%	47,1%	46,6%
Online-Telegramm-Nachrichten (ICQ, AOL Instant Messenger...)	23,4%	25,8%	23,8%
Telefonieren	12,0%	16,7%	13,4%
Online-Banking	46,5%	62,1%	58,6%
Online-Terminkalender, Adressbücher...	5,8%	13,5%	10,9%
Online-Auktionen	40,3%	60,6%	52,1%
kostenpflichtige Presseartikel	1,5%	6,9%	6,3%

NetObserver® : Deutschland, Welle November 2004 - Masterergebnisse

Webseiten: Fahrschule.de und Fahrschulen.de

Teilnehmer gesamt: 511

Komplett beendete Fragebögen: 343



	Webseite	Durchschnitt Familie Auto/Motorrad	Internet- durchschnitt Deutschland
Erfahrung mit Online-Shopping			
Ja	78,7%	90,3%	87,8%
Nein, aber ich beabsichtige es	6,3%	2,9%	3,1%
Nein, ich beabsichtige es auch nicht	15,0%	6,8%	9,1%
Kauf von Produkten oder Dienstleistungen im Internet in den 6 letzten Monaten			
Ja	66,3%	83,6%	80,5%
Nein	12,4%	6,7%	7,3%
---- Nicht Käufer (von der Frage nicht betroffen)	21,3%	9,7%	12,2%
Zahlungsweise im Internet (Basis Käufer)			
Mit Kreditkarte	8,1%	24,9%	27,0%
Mit einem Bezahlssystem (z. B. via Telefonrechnung)	5,4%	11,2%	10,1%
Bezahlung bei Lieferung (mit Scheck, Überweisung...)	69,4%	74,9%	70,0%
----- Nicht Käufer	21,3%	9,7%	12,2%
Bereits online gekaufte Produkte, Zahlungsweise unabhängig (Basis Käufer)			
Elektrische Haushaltsgeräte	13,9%	28,8%	19,9%
Alkohol und Tabak	3,6%	4,2%	3,2%
Bücher	30,9%	44,1%	48,8%
Musik (CD, Kassetten, MP3...)	29,7%	37,2%	34,2%
Computer-Hardware	17,4%	42,7%	32,1%
Videofilme & DVDs	24,0%	30,1%	26,1%
Software / Videospiele	20,1%	37,7%	30,0%
Fahrscheine, Flugtickets, Autovermietung	14,1%	24,6%	23,4%
Finanzprodukte (Börsengeschäfte, Finanzinvestitionen...)	2,4%	8,2%	6,0%
Mode, Kleidung	38,2%	39,4%	35,4%
Feinkostartikel, Delikatessen	0,6%	4,7%	4,0%
Alltägliche Konsumgüter (Nahrungsmittel, Reinigungsprodukte, Toilettenartikel)	5,1%	12,9%	11,4%
Reisen (z.B. Urlaubsreisen, Pauschalreisen)	7,8%	22,0%	19,9%
Blumen	6,3%	8,8%	8,3%
Musik- und Videogeräte	12,3%	20,9%	14,0%
Zubehör/ Verträge für Mobiltelefone	15,9%	23,8%	16,4%
Eintrittskarten für Veranstaltungen (Theater, Museen u.s.w.)	15,9%	28,4%	27,5%
Kosmetika	7,5%	13,2%	11,9%
Schmuck	12,0%	11,6%	8,0%
Speisen- und Getränkeservice (z.B. Pizzaservice)	3,0%	5,2%	4,4%
Videospiele	15,9%	18,2%	12,4%
Möbel / Haushaltsgegenstände	13,5%	18,9%	14,5%
Andere Produkte	22,0%	29,4%	22,7%
Andere Dienstleistungen	5,1%	10,8%	7,6%
----- Nicht Käufer	21,3%	9,7%	12,2%
Internetnutzung für die Vorbereitung eines Kaufs (Informationssuche)			
Bücher	5,6%	14,7%	12,9%
Musik (CD, Kassetten, MP3...)	14,5%	16,3%	12,2%
Computer-Hardware	6,4%	19,3%	11,7%
Videofilme & DVDs	9,6%	12,1%	8,1%
Software / Videospiele	7,2%	14,1%	8,6%
Fahrscheine, Flugtickets, Autovermietung	5,6%	16,2%	11,3%
Finanzprodukte (Börsengeschäfte, Finanzinvestitionen...)	0,0%	6,1%	2,6%
Mode, Kleidung	8,0%	9,8%	9,0%
Feinkostartikel, Delikatessen	0,0%	1,7%	0,6%
Alltägliche Konsumgüter (Nahrungsmittel, Reinigungsprodukte, Toilettenartikel)	1,6%	3,2%	2,4%
Reisen (z.B. Urlaubsreisen, Pauschalreisen)	6,4%	19,7%	13,1%
Blumen	0,0%	1,2%	1,1%
Musik- und Videogeräte	4,8%	13,7%	7,0%
Zubehör/ Verträge für Mobiltelefone	5,6%	11,4%	6,3%
Eintrittskarten für Veranstaltungen (Theater, Museen etc.)	4,0%	12,5%	10,6%
Kosmetika	3,2%	2,9%	3,4%
Schmuck	4,0%	2,0%	2,4%
Speisen- und Getränkeservice (z.B. Pizzaservice)	1,6%	2,8%	1,3%
Videospiele	3,2%	7,2%	4,6%
Möbel / Hausausstattungen	4,0%	7,7%	5,2%
Elektrische Haushaltsgeräte	3,2%	11,3%	7,1%
Alkohol und Tabak	0,0%	1,2%	1,1%
Andere Produkte	5,6%	13,3%	8,2%
Andere Dienstleistungen	1,6%	7,1%	4,8%
----- Nein	44,6%	31,2%	36,6%