

Tabelle 1: Sammlung zu vieler Daten über Verbraucher
 Wo werden Ihrer Meinung nach zu viele Daten über Verbraucher gesammelt?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/Hauptschule	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	Schüler
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
bei sozialen Netzwerken und Kommunikationsdiensten im Internet, wie Facebook, WhatsApp usw.	84	82	85	92	90	95	88	64	76	88	89	67
beim Einkaufen im Internet	77	74	82	77	83	90	79	64	72	84	76	100
bei Telefongesellschaften und Internetanbietern	75	72	77	71	77	77	81	69	76	79	68	73
bei E-Mail-Diensten, wie G-mail, GMX, web.de usw.	65	65	65	66	67	72	68	56	61	67	67	63
bei Handy- und Computerherstellern	62	57	67	57	64	62	70	58	60	66	58	94
bei Versicherungsunternehmen und Krankenkassen	62	64	60	43	71	73	68	58	69	60	55	51
bei Banken und Sparkassen	54	54	55	36	64	60	68	48	58	55	49	45
bei Strom- und Gasanbietern	37	36	39	38	48	30	41	33	41	42	26	77
bei Autoherstellern	33	30	36	33	25	33	36	36	38	35	24	58
im Einzelhandel vor Ort, also in Supermärkten und anderen Ladengeschäften	33	29	38	26	35	38	34	32	36	35	26	58
nichts davon	2	3	1	2	0	1	0	5	3	2	2	-
weiß nicht, keine Angabe	2	3	1	-	-	-	5	4	3	2	1	-
Summe	586	568	606	542	625	632	638	526	592	615	541	687

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 1: Sammlung zu vieler Daten über Verbraucher
 Wo werden Ihrer Meinung nach zu viele Daten über Verbraucher gesammelt?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
bei sozialen Netzwerken und Kommunikationsdiensten im Internet, wie Facebook, WhatsApp usw.	84	84	85	79	88	86	91	78	77	91	75	82	86	84
beim Einkaufen im Internet	77	75	81	67	82	82	88	71	71	85	67	82	74	79
bei Telefongesellschaften und Internetanbietern	75	73	74	66	76	79	89	79	69	73	70	77	72	76
bei E-Mail-Diensten, wie G-mail, GMX, web.de usw.	65	63	65	60	61	72	74	64	60	84	51	70	64	63
bei Handy- und Computerherstellern	62	62	58	58	63	62	76	73	61	53	59	71	50	68
bei Versicherungsunternehmen und Krankenkassen	62	51	62	60	69	69	60	55	67	65	61	71	57	60
bei Banken und Sparkassen	54	38	57	48	62	57	70	55	62	68	54	45	54	59
bei Strom- und Gasanbietern	37	41	32	43	39	37	24	41	36	38	26	38	46	32
bei Autoherstellern	33	34	28	41	30	32	38	40	34	17	26	43	32	31
im Einzelhandel vor Ort, also in Supermärkten und anderen Ladengeschäften	33	39	25	38	33	34	36	36	25	38	34	40	34	27
nichts davon	2	3	2	5	2	0	-	2	2	1	7	2	2	1
weiß nicht, keine Angabe	2	6	0	2	0	2	2	1	2	1	-	1	1	4
Summe	586	570	567	568	605	612	649	596	565	613	529	623	572	585

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 1: Sammlung zu vieler Daten über Verbraucher
 Wo werden Ihrer Meinung nach zu viele Daten über Verbraucher gesammelt?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
bei sozialen Netzwerken und Kommunikationsdiensten im Internet, wie Facebook, WhatsApp usw.	84	78	75	79	81	87	91	97	80	81	86	87	80	87
beim Einkaufen im Internet	77	76	61	72	80	86	86	88	74	80	86	81	72	79
bei Telefongesellschaften und Internetanbietern	75	84	69	68	69	75	89	78	72	80	67	79	66	78
bei E-Mail-Diensten, wie G-mail, GMX, web.de usw.	65	77	50	69	54	70	67	79	57	71	81	78	65	60
bei Handy- und Computerherstellern	62	71	53	69	48	71	73	62	60	64	63	77	60	61
bei Versicherungsunternehmen und Krankenkassen	62	68	52	52	59	69	74	63	65	61	74	69	66	59
bei Banken und Sparkassen	54	56	50	50	49	62	62	52	54	57	49	64	54	51
bei Strom- und Gasanbietern	37	42	34	37	45	33	34	24	49	37	28	28	21	41
bei Autoherstellern	33	46	37	36	31	23	32	30	38	39	16	31	26	32
im Einzelhandel vor Ort, also in Supermärkten und anderen Ladengeschäften	33	38	30	36	31	27	40	35	35	34	35	29	28	33
nichts davon	2	2	5	0	6	2	0	0	1	1	7	2	1	2
weiß nicht, keine Angabe	2	1	2	7	1	0	2	-	2	2	0	0	11	1
Summe	586	640	519	577	554	606	650	608	588	605	593	625	550	585

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
dass Unternehmen zu viel über Sie erfahren												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr große Sorgen	9	13	6	5	16	9	17	4	11	7	10	-
(2) große Sorgen	30	29	31	34	26	38	31	23	30	26	32	89
(3) wenig Sorgen	38	35	42	49	29	41	34	38	28	48	43	11
(4) keine Sorgen	22	23	21	12	29	11	18	34	30	20	15	-
Durchschnitt (1-4)	2.7	2.7	2.8	2.7	2.7	2.6	2.5	3.0	2.8	2.8	2.6	2.1
Top-Two (1+2)	39	42	37	39	42	47	48	27	41	33	42	89
Bottom-Two (3+4)	60	58	63	61	58	52	52	72	58	67	58	11
weiß nicht, keine Angabe	1	1	0	-	-	1	0	2	1	-	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
dass Unternehmen zu viel über Sie erfahren														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr große Sorgen	9	5	9	12	17	11	3	9	4	10	11	11	11	6
(2) große Sorgen	30	31	32	27	30	27	36	27	31	60	32	29	22	33
(3) wenig Sorgen	38	34	41	48	32	32	39	39	47	25	42	37	45	34
(4) keine Sorgen	22	30	17	13	22	28	21	25	17	6	12	24	21	26
Durchschnitt (1-4)	2.7	2.9	2.7	2.6	2.6	2.8	2.8	2.8	2.8	2.3	2.6	2.7	2.8	2.8
Top-Two (1+2)	39	36	41	39	47	39	39	35	35	69	43	40	33	39
Bottom-Two (3+4)	60	64	58	61	53	60	60	65	64	31	54	60	66	60
weiß nicht, keine Angabe	1	-	1	0	-	1	1	-	1	-	3	-	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
dass Unternehmen zu viel über Sie erfahren														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr große Sorgen	9	16	3	8	10	9	14	5	13	3	21	12	11	9
(2) große Sorgen	30	32	20	24	31	31	34	37	30	27	21	24	36	32
(3) wenig Sorgen	38	28	49	38	47	44	32	46	33	44	44	55	28	36
(4) keine Sorgen	22	24	27	29	12	15	21	12	24	26	13	9	23	21
Durchschnitt (1-4)	2.7	2.6	3.0	2.9	2.6	2.6	2.6	2.7	2.7	2.9	2.5	2.6	2.6	2.7
Top-Two (1+2)	39	48	24	32	41	41	48	42	44	30	42	37	47	42
Bottom-Two (3+4)	60	52	76	67	59	59	52	58	56	70	57	63	51	57
weiß nicht, keine Angabe	1	1	0	1	-	1	-	-	-	0	1	-	3	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
dass staatliche Behörden zu viel über Sie erfahren												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr große Sorgen	11	14	6	6	16	9	17	8	14	8	7	26
(2) große Sorgen	22	22	23	19	17	31	27	18	23	26	19	27
(3) wenig Sorgen	40	34	46	47	42	39	38	35	33	42	46	27
(4) keine Sorgen	27	29	24	27	25	21	18	38	29	24	28	19
Durchschnitt (1-4)	2.8	2.8	2.9	3.0	2.8	2.7	2.6	3.0	2.8	2.8	2.9	2.4
Top-Two (1+2)	33	36	29	26	33	40	44	26	37	34	26	53
Bottom-Two (3+4)	67	63	71	74	66	60	56	73	62	66	74	47
weiß nicht, keine Angabe	0	1	0	-	0	-	-	1	1	-	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
dass staatliche Behörden zu viel über Sie erfahren														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr große Sorgen	11	6	8	16	18	12	3	18	2	17	13	12	10	8
(2) große Sorgen	22	22	25	18	26	21	20	21	21	49	25	24	24	17
(3) wenig Sorgen	40	43	39	38	33	39	32	36	53	22	46	40	39	40
(4) keine Sorgen	27	30	27	26	23	28	42	25	22	11	16	24	27	34
Durchschnitt (1-4)	2.8	3.0	2.9	2.7	2.6	2.8	3.2	2.7	3.0	2.3	2.6	2.7	2.8	3.0
Top-Two (1+2)	33	28	33	35	44	33	24	39	24	65	38	36	34	25
Bottom-Two (3+4)	67	72	66	64	56	67	74	61	75	33	62	64	66	74
weiß nicht, keine Angabe	0	-	0	1	-	-	2	-	1	2	-	-	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
dass staatliche Behörden zu viel über Sie erfahren														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr große Sorgen	11	17	7	8	12	10	9	7	15	4	14	11	12	13
(2) große Sorgen	22	21	22	19	19	24	31	21	17	24	18	28	28	23
(3) wenig Sorgen	40	33	34	38	49	48	42	50	36	38	45	49	28	44
(4) keine Sorgen	27	28	35	34	19	18	18	22	31	34	23	11	32	19
Durchschnitt (1-4)	2.8	2.7	3.0	3.0	2.8	2.7	2.7	2.9	2.8	3.0	2.8	2.6	2.8	2.7
Top-Two (1+2)	33	38	29	27	31	33	40	28	33	28	31	40	40	36
Bottom-Two (3+4)	67	62	70	73	68	66	60	72	67	72	67	60	60	63
weiß nicht, keine Angabe	0	0	1	-	1	1	-	-	-	0	1	-	0	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
dass andere Menschen zu viel über Sie erfahren												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr große Sorgen	8	10	7	5	16	8	11	5	11	7	7	3
(2) große Sorgen	26	23	29	38	25	28	25	15	26	29	21	31
(3) wenig Sorgen	40	39	41	36	36	48	44	37	32	41	50	39
(4) keine Sorgen	26	28	24	21	22	16	19	42	32	22	21	27
Durchschnitt (1-4)	2.8	2.9	2.8	2.7	2.6	2.7	2.7	3.2	2.8	2.8	2.9	2.9
Top-Two (1+2)	34	33	35	43	41	36	36	20	36	37	28	34
Bottom-Two (3+4)	66	67	65	57	59	64	64	79	63	63	72	66
weiß nicht, keine Angabe	0	0	0	-	-	-	-	1	0	-	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
dass andere Menschen zu viel über Sie erfahren														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr große Sorgen	8	4	5	12	13	14	-	5	8	4	7	11	7	9
(2) große Sorgen	26	34	19	19	31	29	27	31	16	33	41	25	26	21
(3) wenig Sorgen	40	22	50	54	38	31	44	37	50	38	32	34	44	43
(4) keine Sorgen	26	40	25	15	18	26	28	26	25	24	19	30	23	27
Durchschnitt (1-4)	2.8	3.0	2.9	2.7	2.6	2.7	3.0	2.8	2.9	2.8	2.6	2.8	2.8	2.9
Top-Two (1+2)	34	38	25	31	44	43	27	37	24	37	49	36	33	29
Bottom-Two (3+4)	66	62	75	69	56	57	73	63	75	62	51	64	67	70
weiß nicht, keine Angabe	0	-	0	-	-	0	1	-	1	1	-	-	-	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
dass andere Menschen zu viel über Sie erfahren														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr große Sorgen	8	14	6	4	13	14	7	6	8	7	1	21	8	9
(2) große Sorgen	26	24	17	19	33	20	31	30	20	20	40	22	25	32
(3) wenig Sorgen	40	34	43	38	37	46	33	53	44	46	42	36	33	37
(4) keine Sorgen	26	28	34	39	17	19	30	11	28	27	17	20	33	22
Durchschnitt (1-4)	2.8	2.8	3.1	3.1	2.6	2.7	2.9	2.7	2.9	2.9	2.8	2.5	2.9	2.7
Top-Two (1+2)	34	38	22	23	46	34	37	36	28	27	41	44	34	41
Bottom-Two (3+4)	66	62	78	77	54	66	63	64	72	73	59	56	66	59
weiß nicht, keine Angabe	0	0	-	-	-	-	-	0	0	0	-	-	0	0
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
dass Sie nicht wissen, wer Ihre persönlichen Daten nutzt												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr große Sorgen	20	22	18	22	19	22	28	14	19	23	18	35
(2) große Sorgen	43	42	44	44	54	46	40	35	46	42	40	39
(3) wenig Sorgen	26	24	28	30	21	28	16	30	19	26	34	25
(4) keine Sorgen	10	11	9	4	5	3	15	19	15	8	7	-
Durchschnitt (1-4)	2.3	2.2	2.3	2.2	2.1	2.1	2.2	2.5	2.3	2.2	2.3	1.9
Top-Two (1+2)	63	64	62	66	73	68	68	50	65	65	59	75
Bottom-Two (3+4)	36	35	37	34	27	32	31	49	34	34	41	25
weiß nicht, keine Angabe	1	1	0	-	-	0	1	1	0	1	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
dass Sie nicht wissen, wer Ihre persönlichen Daten nutzt														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr große Sorgen	20	14	24	20	22	28	6	18	19	19	26	21	16	23
(2) große Sorgen	43	40	45	38	50	40	47	45	40	40	49	42	50	36
(3) wenig Sorgen	26	30	24	32	20	23	33	21	27	36	18	25	25	28
(4) keine Sorgen	10	15	7	8	8	9	13	14	13	5	6	12	9	12
Durchschnitt (1-4)	2.3	2.5	2.1	2.3	2.1	2.1	2.5	2.3	2.3	2.3	2.1	2.3	2.3	2.3
Top-Two (1+2)	63	54	69	58	72	68	53	64	59	59	75	63	66	59
Bottom-Two (3+4)	36	46	31	40	28	32	47	35	40	41	24	37	34	40
weiß nicht, keine Angabe	1	0	0	2	-	-	1	1	0	-	1	0	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
dass Sie nicht wissen, wer Ihre persönlichen Daten nutzt														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr große Sorgen	20	30	20	16	19	24	20	21	25	17	16	23	12	22
(2) große Sorgen	43	44	34	33	53	41	45	45	43	41	51	37	42	46
(3) wenig Sorgen	26	16	27	32	24	29	20	28	25	27	29	34	23	23
(4) keine Sorgen	10	9	19	18	4	7	15	5	7	14	5	4	20	8
Durchschnitt (1-4)	2.3	2.0	2.4	2.5	2.1	2.2	2.3	2.2	2.1	2.4	2.2	2.2	2.5	2.2
Top-Two (1+2)	63	75	53	49	72	65	65	66	68	58	67	60	55	68
Bottom-Two (3+4)	36	25	45	50	28	35	35	33	32	41	33	38	43	32
weiß nicht, keine Angabe	1	0	1	0	-	-	-	1	-	1	-	2	2	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
dass Sie durch die Angabe Ihrer Daten Nachteile haben, zum Beispiel bei Vertragsabschlüssen oder beim Einkaufen												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr große Sorgen	7	9	4	4	16	7	8	3	9	7	5	-
(2) große Sorgen	24	25	22	18	26	16	39	20	29	21	18	53
(3) wenig Sorgen	41	40	42	37	43	58	31	37	33	39	53	33
(4) keine Sorgen	27	24	30	41	14	18	17	38	26	32	23	13
Durchschnitt (1-4)	2.9	2.8	3.0	3.2	2.5	2.9	2.6	3.1	2.8	3.0	2.9	2.6
Top-Two (1+2)	31	34	26	21	42	23	48	24	38	28	23	53
Bottom-Two (3+4)	68	64	73	79	57	76	48	75	59	71	76	47
weiß nicht, keine Angabe	1	2	1	-	1	1	4	1	3	1	1	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
dass Sie durch die Angabe Ihrer Daten Nachteile haben, zum Beispiel bei Vertragsabschlüssen oder beim Einkaufen														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr große Sorgen	7	3	6	12	7	14	1	4	3	-	5	6	9	7
(2) große Sorgen	24	16	27	26	31	19	21	33	18	47	25	29	19	21
(3) wenig Sorgen	41	41	46	41	41	31	41	39	47	24	46	34	45	42
(4) keine Sorgen	27	35	20	21	21	35	36	24	31	28	23	31	27	26
Durchschnitt (1-4)	2.9	3.1	2.8	2.7	2.8	2.9	3.1	2.8	3.1	2.8	2.9	2.9	2.9	2.9
Top-Two (1+2)	31	19	34	37	38	33	21	37	21	47	31	35	28	29
Bottom-Two (3+4)	68	75	66	62	62	66	77	63	79	52	69	65	72	68
weiß nicht, keine Angabe	1	6	1	0	-	1	2	-	1	1	-	0	1	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
dass Sie durch die Angabe Ihrer Daten Nachteile haben, zum Beispiel bei Vertragsabschlüssen oder beim Einkaufen														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr große Sorgen	7	9	5	4	8	7	4	5	6	1	4	13	9	11
(2) große Sorgen	24	31	22	18	24	17	31	21	31	18	36	24	23	22
(3) wenig Sorgen	41	27	35	47	45	57	29	51	36	46	44	45	33	40
(4) keine Sorgen	27	34	38	25	22	19	35	22	28	34	16	18	25	26
Durchschnitt (1-4)	2.9	2.9	3.1	3.0	2.8	2.9	3.0	2.9	2.9	3.1	2.7	2.7	2.8	2.8
Top-Two (1+2)	31	40	27	22	31	24	35	27	36	19	40	37	31	33
Bottom-Two (3+4)	68	60	73	72	67	76	64	73	64	80	60	63	58	66
weiß nicht, keine Angabe	1	-	0	7	2	-	2	-	-	1	-	-	10	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
dass jemand mit Ihren Daten Waren bestellt												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr große Sorgen	16	13	19	19	11	20	20	11	15	22	11	13
(2) große Sorgen	30	30	31	33	30	37	32	22	28	31	31	67
(3) wenig Sorgen	33	34	33	35	45	28	27	33	29	33	40	19
(4) keine Sorgen	20	22	17	12	14	14	20	32	27	15	17	-
Durchschnitt (1-4)	2.6	2.6	2.5	2.4	2.6	2.4	2.5	2.9	2.7	2.4	2.6	2.1
Top-Two (1+2)	46	44	50	53	41	58	53	33	43	52	42	81
Bottom-Two (3+4)	53	56	49	47	59	42	47	65	56	47	57	19
weiß nicht, keine Angabe	1	0	1	-	-	-	1	2	1	1	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
dass jemand mit Ihren Daten Waren bestellt														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr große Sorgen	16	20	16	20	24	12	2	12	11	12	32	13	18	12
(2) große Sorgen	30	26	25	17	34	34	44	38	45	41	26	32	23	35
(3) wenig Sorgen	33	31	38	41	29	30	25	34	32	36	31	31	38	31
(4) keine Sorgen	20	22	20	20	14	25	28	14	12	10	12	23	19	21
Durchschnitt (1-4)	2.6	2.6	2.6	2.6	2.3	2.7	2.8	2.5	2.5	2.4	2.2	2.6	2.6	2.6
Top-Two (1+2)	46	46	42	37	57	45	46	50	56	54	57	46	42	47
Bottom-Two (3+4)	53	53	58	61	43	55	54	48	44	46	43	54	57	52
weiß nicht, keine Angabe	1	1	0	2	-	0	-	2	0	0	-	0	1	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
dass jemand mit Ihren Daten Waren bestellt														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr große Sorgen	16	11	19	9	28	24	22	13	15	9	12	19	8	23
(2) große Sorgen	30	28	29	32	26	31	30	37	27	32	22	35	33	28
(3) wenig Sorgen	33	24	26	38	29	31	39	41	29	41	50	27	32	32
(4) keine Sorgen	20	38	25	20	16	12	10	9	29	17	16	18	26	17
Durchschnitt (1-4)	2.6	2.9	2.6	2.7	2.3	2.3	2.4	2.5	2.7	2.7	2.7	2.4	2.8	2.4
Top-Two (1+2)	46	39	48	41	55	56	51	50	42	41	34	55	41	51
Bottom-Two (3+4)	53	61	51	58	45	43	49	50	58	58	66	45	59	48
weiß nicht, keine Angabe	1	-	2	2	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
dass jemand in Ihrem Namen eine Straftat begeht												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr große Sorgen	16	16	17	19	17	18	18	11	19	19	10	13
(2) große Sorgen	26	26	25	20	30	34	26	21	29	26	23	5
(3) wenig Sorgen	31	30	32	30	33	30	30	33	25	31	40	25
(4) keine Sorgen	26	27	24	29	20	18	23	34	27	22	27	53
Durchschnitt (1-4)	2.7	2.7	2.7	2.7	2.6	2.5	2.6	2.9	2.6	2.6	2.9	3.2
Top-Two (1+2)	42	42	42	39	48	52	45	32	48	45	32	18
Bottom-Two (3+4)	57	57	57	59	52	48	53	66	52	52	67	78
weiß nicht, keine Angabe	1	1	2	1	-	1	2	2	0	3	1	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
dass jemand in Ihrem Namen eine Straftat begeht														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr große Sorgen	16	16	22	17	16	13	3	20	12	12	16	23	18	11
(2) große Sorgen	26	16	26	24	27	35	22	29	26	39	26	24	29	22
(3) wenig Sorgen	31	33	31	33	28	27	36	33	33	25	31	26	33	33
(4) keine Sorgen	26	35	20	25	27	25	39	19	23	23	23	25	19	33
Durchschnitt (1-4)	2.7	2.9	2.5	2.7	2.7	2.6	3.1	2.5	2.7	2.6	2.6	2.6	2.5	2.9
Top-Two (1+2)	42	32	48	41	44	47	24	48	38	52	42	47	47	33
Bottom-Two (3+4)	57	68	51	57	55	51	75	52	56	48	54	51	52	66
weiß nicht, keine Angabe	1	-	1	1	1	1	1	-	6	-	3	2	1	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
dass jemand in Ihrem Namen eine Straftat begeht														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr große Sorgen	16	22	19	10	28	22	13	12	17	8	11	16	12	21
(2) große Sorgen	26	23	19	23	27	17	27	28	28	22	32	22	15	28
(3) wenig Sorgen	31	29	27	39	24	42	30	35	29	36	30	36	40	29
(4) keine Sorgen	26	25	31	27	21	19	29	24	25	33	24	25	33	19
Durchschnitt (1-4)	2.7	2.6	2.7	2.8	2.4	2.6	2.8	2.7	2.6	2.9	2.7	2.7	2.9	2.5
Top-Two (1+2)	42	45	38	33	55	39	40	40	45	30	43	38	27	49
Bottom-Two (3+4)	57	55	58	66	45	61	60	59	54	69	54	61	73	48
weiß nicht, keine Angabe	1	0	3	1	-	-	-	1	0	0	3	1	-	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2a: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes (Übersicht: Anteile: "sehr große Sorgen" + "große Sorgen")
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 +	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
				Jahre	Jahre	Jahre	Jahre	Jahre				
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
dass Sie nicht wissen, wer Ihre persönlichen Daten nutzt	63	64	62	66	73	68	68	50	65	65	59	75
dass jemand mit Ihren Daten Waren bestellt	46	44	50	53	41	58	53	33	43	52	42	81
dass jemand in Ihrem Namen eine Straftat begeht	42	42	42	39	48	52	45	32	48	45	32	18
dass Unternehmen zu viel über Sie erfahren	39	42	37	39	42	47	48	27	41	33	42	89
dass andere Menschen zu viel über Sie erfahren	34	33	35	43	41	36	36	20	36	37	28	34
dass staatliche Behörden zu viel über Sie erfahren	33	36	29	26	33	40	44	26	37	34	26	53
dass Sie durch die Angabe Ihrer Daten Nachteile haben, zum Beispiel bei Vertragsabschlüssen oder beim Einkaufen	31	34	26	21	42	23	48	24	38	28	23	53

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2a: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes (Übersicht: Anteile: "sehr große Sorgen" + "große Sorgen")
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
dass Sie nicht wissen, wer Ihre persönlichen Daten nutzt	63	54	69	58	72	68	53	64	59	59	75	63	66	59
dass jemand mit Ihren Daten Waren bestellt	46	46	42	37	57	45	46	50	56	54	57	46	42	47
dass jemand in Ihrem Namen eine Straftat begeht	42	32	48	41	44	47	24	48	38	52	42	47	47	33
dass Unternehmen zu viel über Sie erfahren	39	36	41	39	47	39	39	35	35	69	43	40	33	39
dass andere Menschen zu viel über Sie erfahren	34	38	25	31	44	43	27	37	24	37	49	36	33	29
dass staatliche Behörden zu viel über Sie erfahren	33	28	33	35	44	33	24	39	24	65	38	36	34	25
dass Sie durch die Angabe Ihrer Daten Nachteile haben, zum Beispiel bei Vertragsabschlüssen oder beim Einkaufen	31	19	34	37	38	33	21	37	21	47	31	35	28	29

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 2a: Sorgen über Aspekte des Datenschutzes (Übersicht: Anteile: "sehr große Sorgen" + "große Sorgen")
 Wenn Sie einmal an den Schutz Ihrer persönlichen Daten denken, wie stark machen Sie sich über die folgenden Dinge Sorgen?
 Mache mir darüber ...

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
dass Sie nicht wissen, wer Ihre persönlichen Daten nutzt	63	75	53	49	72	65	65	66	68	58	67	60	55	68
dass jemand mit Ihren Daten Waren bestellt	46	39	48	41	55	56	51	50	42	41	34	55	41	51
dass jemand in Ihrem Namen eine Straftat begeht	42	45	38	33	55	39	40	40	45	30	43	38	27	49
dass Unternehmen zu viel über Sie erfahren	39	48	24	32	41	41	48	42	44	30	42	37	47	42
dass andere Menschen zu viel über Sie erfahren	34	38	22	23	46	34	37	36	28	27	41	44	34	41
dass staatliche Behörden zu viel über Sie erfahren	33	38	29	27	31	33	40	28	33	28	31	40	40	36
dass Sie durch die Angabe Ihrer Daten Nachteile haben, zum Beispiel bei Vertragsabschlüssen oder beim Einkaufen	31	40	27	22	31	24	35	27	36	19	40	37	31	33

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/Hauptschule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Strengere gesetzliche Regelungen												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr wirkungsvoll	30	24	37	27	35	30	29	29	35	29	25	-
(2) eher wirkungsvoll	35	38	32	49	36	34	30	29	24	42	42	50
(3) eher wirkungslos	25	27	22	19	19	29	28	28	24	23	28	24
(4) völlig wirkungslos	8	8	7	5	9	7	8	9	12	6	3	26
Durchschnitt (1-4)	2.1	2.2	2.0	2.0	2.0	2.1	2.2	2.2	2.1	2.1	2.1	2.8
Top-Two (1+2)	65	61	69	76	72	64	59	59	60	71	67	50
Bottom-Two (3+4)	33	36	29	24	28	35	37	37	36	29	31	50
weiß nicht, keine Angabe	2	3	1	-	-	0	4	5	4	0	2	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Strengere gesetzliche Regelungen														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr wirkungsvoll	30	28	35	28	38	27	22	21	27	17	29	37	30	27
(2) eher wirkungsvoll	35	46	35	25	28	29	41	50	37	41	35	27	39	37
(3) eher wirkungslos	25	14	23	33	26	33	28	23	23	32	26	23	27	24
(4) völlig wirkungslos	8	5	6	11	8	10	9	4	12	9	8	12	4	8
Durchschnitt (1-4)	2.1	2.0	2.0	2.3	2.0	2.2	2.2	2.1	2.2	2.3	2.1	2.1	2.0	2.1
Top-Two (1+2)	65	74	70	53	65	57	62	71	64	58	65	64	69	64
Bottom-Two (3+4)	33	19	29	44	33	43	37	27	35	41	34	35	30	32
weiß nicht, keine Angabe	2	6	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Strengere gesetzliche Regelungen														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr wirkungsvoll	30	49	41	34	21	23	30	19	35	28	32	40	24	28
(2) eher wirkungsvoll	35	21	26	32	50	45	34	45	31	39	39	42	30	34
(3) eher wirkungslos	25	12	22	23	21	24	32	33	28	27	27	17	26	24
(4) völlig wirkungslos	8	17	8	4	8	6	4	3	4	4	1	1	9	13
Durchschnitt (1-4)	2.1	2.0	2.0	2.0	2.2	2.1	2.1	2.2	2.0	2.1	2.0	1.8	2.2	2.2
Top-Two (1+2)	65	70	67	66	71	68	64	64	67	67	71	82	54	62
Bottom-Two (3+4)	33	29	30	28	29	30	35	36	32	32	28	18	35	37
weiß nicht, keine Angabe	2	1	3	7	0	2	0	-	2	1	1	-	11	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
 Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/Hauptschule	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	Schüler
Dass Unternehmen eigene Initiativen für mehr Datenschutz starten												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr wirkungsvoll	24	20	28	24	25	21	26	24	33	20	16	27
(2) eher wirkungsvoll	35	34	36	44	37	30	34	31	29	45	32	11
(3) eher wirkungslos	31	35	26	24	27	40	30	33	24	29	41	36
(4) völlig wirkungslos	7	8	6	8	3	8	9	7	9	4	7	26
Durchschnitt (1-4)	2.2	2.3	2.1	2.2	2.1	2.3	2.2	2.2	2.1	2.2	2.4	2.6
Top-Two (1+2)	59	54	64	68	62	52	60	55	63	65	48	38
Bottom-Two (3+4)	38	43	32	32	30	48	39	40	33	33	48	62
weiß nicht, keine Angabe	3	3	4	-	8	1	2	5	4	3	4	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
	I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr	
Dass Unternehmen eigene Initiativen für mehr Datenschutz starten														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr wirkungsvoll	24	21	25	31	27	15	25	33	20	20	21	35	22	20
(2) eher wirkungsvoll	35	36	37	32	27	41	28	27	41	48	38	23	38	37
(3) eher wirkungslos	31	34	29	29	40	29	32	25	26	24	32	29	28	34
(4) völlig wirkungslos	7	7	7	6	5	8	10	10	9	5	7	11	7	6
Durchschnitt (1-4)	2.2	2.3	2.2	2.1	2.2	2.3	2.3	2.1	2.2	2.1	2.3	2.2	2.2	2.3
Top-Two (1+2)	59	57	62	63	54	56	53	60	62	68	59	58	60	57
Bottom-Two (3+4)	38	41	36	35	45	36	41	35	35	29	40	40	35	40
weiß nicht, keine Angabe	3	3	2	2	1	7	6	5	3	3	1	2	5	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
 Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Dass Unternehmen eigene Initiativen für mehr Datenschutz starten														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr wirkungsvoll	24	34	27	25	27	21	25	18	30	22	27	21	19	25
(2) eher wirkungsvoll	35	32	24	32	44	44	41	41	38	32	28	35	28	37
(3) eher wirkungslos	31	25	38	30	24	29	26	36	24	39	37	22	48	24
(4) völlig wirkungslos	7	9	4	11	5	5	4	4	6	4	4	20	3	10
Durchschnitt (1-4)	2.2	2.1	2.2	2.3	2.1	2.2	2.1	2.3	2.1	2.3	2.2	2.4	2.4	2.2
Top-Two (1+2)	59	65	51	57	71	65	67	59	68	55	55	56	47	62
Bottom-Two (3+4)	38	34	42	41	29	34	31	40	30	43	41	42	51	34
weiß nicht, keine Angabe	3	1	7	2	-	1	3	1	2	2	3	2	3	4
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
 Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/Hauptschule	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	Schüler
Vorsichtigerer Umgang der Verbraucher mit ihren persönlichen Daten												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr wirkungsvoll	42	37	48	45	40	46	43	39	41	47	40	19
(2) eher wirkungsvoll	33	34	32	40	39	33	31	27	27	31	42	51
(3) eher wirkungslos	16	19	13	13	14	16	16	21	17	19	13	29
(4) völlig wirkungslos	5	6	5	2	6	5	5	7	10	2	3	-
Durchschnitt (1-4)	1.8	1.9	1.7	1.7	1.9	1.8	1.8	2.0	2.0	1.8	1.8	2.1
Top-Two (1+2)	75	72	80	85	79	79	74	66	68	78	83	71
Bottom-Two (3+4)	22	25	18	15	20	21	22	29	27	21	16	29
weiß nicht, keine Angabe	3	3	2	0	1	0	5	6	5	1	2	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Vorsichtigerer Umgang der Verbraucher mit ihren persönlichen Daten														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr wirkungsvoll	42	25	50	45	45	48	33	42	43	28	25	49	44	43
(2) eher wirkungsvoll	33	47	37	37	25	20	48	31	24	47	35	31	34	32
(3) eher wirkungslos	16	20	10	13	21	21	9	22	17	22	29	16	14	15
(4) völlig wirkungslos	5	0	3	2	8	9	8	4	13	2	8	3	7	5
Durchschnitt (1-4)	1.8	1.9	1.7	1.7	1.9	1.9	1.9	1.9	2.0	2.0	2.2	1.7	1.8	1.8
Top-Two (1+2)	75	72	87	81	69	68	82	72	67	75	60	79	78	75
Bottom-Two (3+4)	22	20	13	15	29	30	17	26	30	23	37	19	21	20
weiß nicht, keine Angabe	3	7	-	4	1	2	2	2	3	2	3	1	1	5
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Vorsichtigerer Umgang der Verbraucher mit ihren persönlichen Daten														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr wirkungsvoll	42	59	52	35	38	40	42	42	50	45	55	56	27	41
(2) eher wirkungsvoll	33	14	15	43	42	46	36	39	32	26	34	35	34	35
(3) eher wirkungslos	16	20	24	12	17	13	15	17	13	24	7	7	23	14
(4) völlig wirkungslos	5	6	6	5	3	1	2	2	3	4	2	0	1	9
Durchschnitt (1-4)	1.8	1.7	1.8	1.9	1.9	1.8	1.8	1.8	1.7	1.9	1.6	1.5	2.0	1.9
Top-Two (1+2)	75	73	67	77	80	85	78	81	82	70	90	91	61	76
Bottom-Two (3+4)	22	26	29	17	20	14	17	19	16	28	9	7	24	23
weiß nicht, keine Angabe	3	1	3	6	-	0	5	-	1	2	1	2	15	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/Hauptschule	mittl. Bild. Absch.	Abi, Uni	Schüler
Dass Verbraucherschützer gegen Datenschutzverstöße klagen können												
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
(1) sehr wirkungsvoll	27	24	31	22	22	33	28	30	31	25	26	23
(2) eher wirkungsvoll	37	41	34	47	44	31	39	31	30	40	46	11
(3) eher wirkungslos	23	20	25	26	24	29	17	20	19	27	22	41
(4) völlig wirkungslos	10	13	6	5	10	6	13	13	17	5	5	26
Durchschnitt (1-4)	2.2	2.2	2.1	2.2	2.2	2.1	2.1	2.2	2.2	2.1	2.1	2.7
Top-Two (1+2)	65	65	65	68	66	64	67	61	61	64	72	33
Bottom-Two (3+4)	33	34	31	31	34	35	29	33	36	32	26	67
weiß nicht, keine Angabe	3	2	4	1	0	2	3	6	3	3	2	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Dass Verbraucherschützer gegen Datenschutzverstöße klagen können														
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
(1) sehr wirkungsvoll	27	21	27	29	36	18	41	35	25	32	21	21	31	29
(2) eher wirkungsvoll	37	30	42	37	36	43	40	40	29	46	34	31	34	44
(3) eher wirkungslos	23	31	22	20	19	21	17	19	28	10	27	29	26	16
(4) völlig wirkungslos	10	15	8	11	5	13	2	4	16	12	11	16	7	8
Durchschnitt (1-4)	2.2	2.4	2.1	2.1	1.9	2.3	1.8	1.9	2.4	2.0	2.3	2.4	2.1	2.0
Top-Two (1+2)	65	51	69	66	72	61	80	75	54	78	55	52	65	74
Bottom-Two (3+4)	33	45	29	31	25	34	19	23	44	22	38	45	34	24
weiß nicht, keine Angabe	3	3	1	3	3	5	1	2	2	-	7	3	2	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden
 Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Dass Verbraucherschützer gegen Datenschutzverstöße klagen können														
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
(1) sehr wirkungsvoll	27	25	36	24	21	35	30	22	34	27	31	38	24	25
(2) eher wirkungsvoll	37	24	30	38	39	48	39	48	41	39	40	37	48	32
(3) eher wirkungslos	23	25	28	25	33	12	25	24	15	23	26	24	13	27
(4) völlig wirkungslos	10	22	3	9	8	3	4	5	9	10	1	1	14	13
Durchschnitt (1-4)	2.2	2.4	2.0	2.2	2.3	1.8	2.0	2.1	2.0	2.2	2.0	1.9	2.2	2.3
Top-Two (1+2)	65	49	66	61	59	83	69	71	75	66	71	74	73	57
Bottom-Two (3+4)	33	47	31	35	41	14	30	29	24	32	28	25	27	39
weiß nicht, keine Angabe	3	4	3	4	-	3	1	1	1	2	1	0	-	4
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3a: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden (Übersicht: Anteile: "sehr wirkungsvoll" + "eher wirkungsvoll")
 Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/Haupt-schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
Vorsichtigerer Umgang der Verbraucher mit ihren persönlichen Daten	75	72	80	85	79	79	74	66	68	78	83	71
Strengere gesetzliche Regelungen	65	61	69	76	72	64	59	59	60	71	67	50
Dass Verbraucherschützer gegen Datenschutzverstöße klagen können	65	65	65	68	66	64	67	61	61	64	72	33
Dass Unternehmen eigene Initiativen für mehr Datenschutz starten	59	54	64	68	62	52	60	55	63	65	48	38

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3a: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden (Übersicht: Anteile: "sehr wirkungsvoll" + "eher wirkungsvoll")
 Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
Vorsichtigerer Umgang der Verbraucher mit ihren persönlichen Daten	75	72	87	81	69	68	82	72	67	75	60	79	78	75
Strengere gesetzliche Regelungen	65	74	70	53	65	57	62	71	64	58	65	64	69	64
Dass Verbraucherschützer gegen Datenschutzverstöße klagen können	65	51	69	66	72	61	80	75	54	78	55	52	65	74
Dass Unternehmen eigene Initiativen für mehr Datenschutz starten	59	57	62	63	54	56	53	60	62	68	59	58	60	57

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 3a: Wirkung von Maßnahmen, die verhindern sollen, dass zu viele Daten erfasst werden (Übersicht: Anteile: "sehr wirkungsvoll" + "eher wirkungsvoll")
 Für wie wirkungsvoll halten Sie die folgenden Maßnahmen, um zu verhindern, dass zu viele Daten erfasst werden?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
Vorsichtigerer Umgang der Verbraucher mit ihren persönlichen Daten	75	73	67	77	80	85	78	81	82	70	90	91	61	76
Strengere gesetzliche Regelungen	65	70	67	66	71	68	64	64	67	67	71	82	54	62
Dass Verbraucherschützer gegen Datenschutzverstöße klagen können	65	49	66	61	59	83	69	71	75	66	71	74	73	57
Dass Unternehmen eigene Initiativen für mehr Datenschutz starten	59	65	51	57	71	65	67	59	68	55	55	56	47	62

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 4: Politische Partei, die sich am stärksten für den Datenschutz einsetzt
 Welche politische Partei setzt sich Ihrer Ansicht nach am stärksten für den Datenschutz ein?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
Bündnis 90/ Die Grünen	15	18	13	3	6	19	20	24	14	14	19	-
CDU/CSU	9	9	8	10	7	8	5	13	10	9	7	-
SPD	7	9	6	12	5	3	7	8	7	6	9	6
Piratenpartei Deutschland	5	8	2	12	8	5	2	1	3	2	12	-
Die Linke	5	4	5	2	2	4	5	9	5	4	6	3
FDP	2	2	1	0	2	3	1	2	-	2	4	-
andere Partei genannt	1	2	0	1	4	0	0	0	1	2	1	-
gar keine Partei	20	23	16	10	32	19	29	15	24	18	17	26
weiß nicht, keine Angabe	36	25	48	50	34	38	31	29	37	42	26	65
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 4: Politische Partei, die sich am stärksten für den Datenschutz einsetzt
 Welche politische Partei setzt sich Ihrer Ansicht nach am stärksten für den Datenschutz ein?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
Bündnis 90/ Die Grünen	15	17	13	18	19	21	11	10	8	10	12	18	19	12
CDU/CSU	9	8	7	10	13	8	3	10	10	10	9	5	11	9
SPD	7	4	11	13	5	3	9	14	3	-	3	7	11	6
Piratenpartei Deutschland	5	9	5	3	3	1	30	3	2	21	3	2	3	8
Die Linke	5	3	3	5	4	3	6	21	5	4	8	3	4	6
FDP	2	0	3	1	2	0	1	1	4	-	-	1	1	3
andere Partei genannt	1	1	-	0	3	2	-	1	-	-	6	0	0	1
gar keine Partei	20	15	26	23	21	18	20	13	20	18	20	30	15	18
weiß nicht, keine Angabe	36	43	32	28	32	44	21	28	49	37	39	32	36	36
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 4: Politische Partei, die sich am stärksten für den Datenschutz einsetzt
 Welche politische Partei setzt sich Ihrer Ansicht nach am stärksten für den Datenschutz ein?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
Bündnis 90/ Die Grünen	15	13	14	11	11	25	20	22	25	13	42	14	12	10
CDU/CSU	9	5	8	9	8	12	5	13	9	22	5	2	4	4
SPD	7	11	10	16	6	4	3	5	15	8	2	5	4	4
Piratenpartei Deutschland	5	5	4	2	5	10	13	6	3	5	8	8	10	4
Die Linke	5	1	5	8	5	4	7	5	3	4	16	23	2	3
FDP	2	-	1	-	3	1	3	4	1	1	0	2	5	1
andere Partei genannt	1	-	-	1	-	2	3	2	-	-	-	-	8	0
gar keine Partei	20	31	18	27	10	20	17	14	16	14	11	22	19	28
weiß nicht, keine Angabe	36	35	41	27	51	22	29	29	26	33	14	23	37	46
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 5: Lesen der Datenschutzerklärungen bei Angeboten, bei denen man persönliche Daten angeben muss
Lesen Sie die Datenschutzerklärungen, wenn Sie sich für ein Angebot entscheiden, bei dem Sie persönliche Daten angeben müssen?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
immer	24	24	24	13	24	21	30	30	35	20	16	-
meistens	35	32	39	46	30	30	38	33	28	41	39	19
selten	25	26	23	26	34	32	21	16	21	27	26	31
nie	15	17	12	15	12	17	11	18	15	11	18	50
weiß nicht, keine Angabe	1	0	1	-	-	-	-	3	1	1	1	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 5: Lesen der Datenschutzerklärungen bei Angeboten, bei denen man persönliche Daten angeben muss
Lesen Sie die Datenschutzerklärungen, wenn Sie sich für ein Angebot entscheiden, bei dem Sie persönliche Daten angeben müssen?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
immer	24	15	27	29	26	29	17	21	23	30	22	22	27	22
meistens	35	32	37	29	40	33	25	50	37	40	36	38	33	35
selten	25	24	27	24	21	28	32	17	25	21	27	21	27	25
nie	15	26	10	17	13	10	24	12	15	8	14	18	12	17
weiß nicht, keine Angabe	1	2	-	2	-	-	2	-	1	-	1	0	0	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 5: Lesen der Datenschutzerklärungen bei Angeboten, bei denen man persönliche Daten angeben muss
Lesen Sie die Datenschutzerklärungen, wenn Sie sich für ein Angebot entscheiden, bei dem Sie persönliche Daten angeben müssen?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
immer	24	28	34	20	21	17	28	16	27	22	28	21	17	28
meistens	35	27	36	46	43	27	35	38	24	41	33	51	55	29
selten	25	27	20	23	19	37	19	24	30	26	21	12	11	26
nie	15	18	9	10	16	19	16	22	18	10	17	15	18	15
weiß nicht, keine Angabe	1	0	1	2	-	-	2	-	0	1	0	2	-	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 6: Gründe für den Verzicht auf das Lesen der Datenschutzerklärungen
Und warum lesen Sie die Datenschutzerklärungen selten bzw. nie?

Selektion: Befragte, die selten oder nie die Datenschutzerklärungen lesen

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Basis (=100%)	402 %	236 %	166 %	79 %	76 %	91 %	61 %	95 %	138 %	121 %	131 %	11 %
zu lang	78	73	87	92	78	85	87	56	67	82	86	100
zu kompliziert	57	60	52	55	39	71	71	49	53	61	54	83
keine Zeit	45	45	45	63	65	47	44	14	36	39	57	100
ich vertraue dem Anbieter	44	41	49	45	60	39	46	35	49	38	43	70
ist für mich nicht relevant	31	26	38	29	29	29	27	39	38	36	19	40
kein Interesse	30	29	32	38	34	22	27	31	34	29	27	34
weiß nicht, keine Angabe	2	2	1	2	1	1	1	4	2	1	2	-
Summe	288	276	303	323	306	294	304	228	277	286	288	427

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 6: Gründe für den Verzicht auf das Lesen der Datenschutzerklärungen
Und warum lesen Sie die Datenschutzerklärungen selten bzw. nie?

Selektion: Befragte, die selten oder nie die Datenschutzerklärungen lesen

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	402 %	81 %	80 %	50 %	45 %	60 %	27 %	22 %	37 %	13 %	37 %	86 %	119 %	146 %
zu lang	78	81	80	72	75	85	88	67	73	86	67	82	82	76
zu kompliziert	57	54	37	75	49	69	66	49	67	62	65	59	52	56
keine Zeit	45	50	46	36	58	43	27	50	44	32	15	61	50	41
ich vertraue dem Anbieter	44	55	60	34	39	24	56	16	46	22	38	56	37	47
ist für mich nicht relevant	31	36	26	24	22	36	26	53	34	51	22	43	36	21
kein Interesse	30	33	24	15	39	29	16	52	46	29	49	42	27	21
weiß nicht, keine Angabe	2	2	2	6	-	1	2	-	-	1	-	1	3	1
Summe	288	312	274	263	281	287	281	287	309	283	255	344	288	262

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 6: Gründe für den Verzicht auf das Lesen der Datenschutzerklärungen
Und warum lesen Sie die Datenschutzerklärungen selten bzw. nie?

Selektion: Befragte, die selten oder nie die Datenschutzerklärungen lesen

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)						Parteieneigung						
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht- Wähler
Basis (=100%)	402 %	60 %	34 %	47 %	39 %	56 %	31 %	64 %	74 %	88 %	24 %	11 %	23 %	153 %
zu lang	78	75	70	80	88	89	66	91	61	86	93	88	71	80
zu kompliziert	57	60	72	42	66	64	51	70	67	54	73	62	69	48
keine Zeit	45	33	35	60	57	54	50	46	41	46	56	43	11	46
ich vertraue dem Anbieter	44	51	28	49	50	52	66	39	43	48	39	41	19	46
ist für mich nicht relevant	31	46	21	46	22	44	33	23	35	27	15	24	21	39
kein Interesse	30	46	25	47	23	28	15	27	41	21	4	16	22	33
weiß nicht, keine Angabe	2	1	4	6	1	1	0	-	-	1	3	4	-	2
Summe	288	311	255	330	306	332	281	294	288	283	282	277	214	294

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 7: Zahlungsbereitschaft für Internetdienste
 Bisher sind Internetdienste, wie zum Beispiel E-Mail-Dienste oder Soziale Netzwerke, kostenfrei. Wären Sie bereit hierfür zu zahlen, wenn diese höchsten Datenschutz bieten und ohne Werbung sind?

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/Hauptschule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Basis (=100%)	1009 %	539 %	470 %	191 %	164 %	185 %	190 %	279 %	382 %	315 %	298 %	14 %
ja	51	49	54	54	54	58	55	40	44	56	55	35
nein	45	48	42	43	45	40	43	52	53	39	42	45
weiß nicht, keine Angabe	4	3	5	2	1	3	2	8	3	5	2	19
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 7: Zahlungsbereitschaft für Internetdienste
 Bisher sind Internetdienste, wie zum Beispiel E-Mail-Dienste oder Soziale Netzwerke, kostenfrei. Wären Sie bereit hierfür zu zahlen, wenn diese höchsten Datenschutz bieten und ohne Werbung sind?

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	1009 %	162 %	220 %	122 %	133 %	158 %	48 %	74 %	92 %	44 %	89 %	218 %	305 %	353 %
ja	51	53	47	44	58	60	44	57	38	40	51	52	49	53
nein	45	44	49	53	40	34	53	41	55	58	37	46	48	43
weiß nicht, keine Angabe	4	2	4	3	2	6	4	2	7	3	13	2	3	3
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 7: Zahlungsbereitschaft für Internetdienste
 Bisher sind Internetdienste, wie zum Beispiel E-Mail-Dienste oder Soziale Netzwerke, kostenfrei. Wären Sie bereit hierfür zu zahlen, wenn diese höchsten Datenschutz bieten und ohne Werbung sind?

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)							Parteieneigung					
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Basis (=100%)	1009 %	134 %	119 %	144 %	112 %	101 %	86 %	139 %	153 %	242 %	62 %	42 %	80 %	372 %
ja	51	51	40	40	66	50	58	59	46	55	66	46	44	49
nein	45	46	57	55	31	49	41	40	51	42	34	52	52	45
weiß nicht, keine Angabe	4	4	2	5	3	1	2	2	3	3	0	2	3	6
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 8: Betrag, den man bereit wäre, im Monat für einen datenschutzfreundlichen und werbefreien Internetdienst zu zahlen
Wie viel Geld würden Sie im Monat für solch einen datenschutzfreundlichen und werbefreien Internetdienst zahlen?

Selektion: Befragte, die bereit sind, für Internetdienste zu zahlen, wenn diese höchsten Datenschutz bieten und ohne Werbung sind

	Total	Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		M	W	18 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Basis (=100%)	514 %	262 %	252 %	104 %	89 %	107 %	104 %	110 %	168 %	177 %	164 %	5 %
bis zu einem Euro im Monat	10	9	11	7	11	6	13	12	9	6	15	-
bis zu fünf Euro im Monat	54	56	53	60	62	51	46	54	54	57	53	23
bis zu zehn Euro im Monat	26	21	31	30	8	34	33	24	25	29	22	77
mehr als zehn Euro im Monat	7	10	3	4	10	8	5	8	5	6	10	-
weiß nicht, keine Angabe	3	4	2	-	10	1	3	2	7	2	0	-
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 8: Betrag, den man bereit wäre, im Monat für einen datenschutzfreundlichen und werbefreien Internetdienst zu zahlen
Wie viel Geld würden Sie im Monat für solch einen datenschutzfreundlichen und werbefreien Internetdienst zahlen?

Selektion: Befragte, die bereit sind, für Internetdienste zu zahlen, wenn diese höchsten Datenschutz bieten und ohne Werbung sind

	Total	Nielsengebiete							BIK-Regionsgrößenklassen (in Tausend)					
		I	II	IIIa	IIIb	IV	Va+Vb	VI	VII	b. u. 5	5 b. u. 20	20 b. u. 100	100 b. u. 500	500 und mehr
Basis (=100%)	514 %	86 %	104 %	54 %	77 %	95 %	21 %	42 %	35 %	18 %	45 %	113 %	150 %	189 %
bis zu einem Euro im Monat	10	11	5	11	10	12	11	9	14	31	11	4	7	13
bis zu fünf Euro im Monat	54	46	59	57	48	56	54	67	53	26	45	65	56	52
bis zu zehn Euro im Monat	26	35	29	23	36	14	30	4	33	36	43	20	22	27
mehr als zehn Euro im Monat	7	8	4	8	6	6	6	18	-	7	-	9	7	7
weiß nicht, keine Angabe	3	1	3	1	-	11	-	2	-	-	-	3	8	1
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

Tabelle 8: Betrag, den man bereit wäre, im Monat für einen datenschutzfreundlichen und werbefreien Internetdienst zu zahlen
Wie viel Geld würden Sie im Monat für solch einen datenschutzfreundlichen und werbefreien Internetdienst zahlen?

Selektion: Befragte, die bereit sind, für Internetdienste zu zahlen, wenn diese höchsten Datenschutz bieten und ohne Werbung sind

	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)						Parteieneigung						
		- u. 1000	1000 - u. 1500	1500 - u. 2000	2000 - u. 2500	2500 - u. 3000	3000 - u. 3500	3500 +	SPD	CDU, CSU	Bündnis '90, Die Grünen	Die Linke	Sonstige	k.A./ Nicht-Wähler
Basis (=100%)	514 %	68 %	48 %	58 %	74 %	50 %	50 %	81 %	70 %	134 %	41 %	19 %	36 %	182 %
bis zu einem Euro im Monat	10	15	6	8	6	15	6	11	13	5	7	25	24	8
bis zu fünf Euro im Monat	54	70	41	59	67	52	52	42	53	55	59	38	56	56
bis zu zehn Euro im Monat	26	14	48	27	15	26	31	39	25	31	12	31	11	28
mehr als zehn Euro im Monat	7	2	3	2	10	6	11	8	9	8	23	2	8	2
weiß nicht, keine Angabe	3	-	2	3	2	1	-	-	-	1	0	4	1	7
Summe	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

	Total
Basis (=100%)	1009 %
Geschlecht	
männlich	53
weiblich	47
Alter	
18 bis 29 Jahre	19
30 bis 39 Jahre	16
40 bis 49 Jahre	18
50 bis 59 Jahre	19
60 bis 69 Jahre	12
70 Jahre und älter	15
Schulbildung	
Volks- oder Hauptschule	38
weiterbildende Schule, ohne Abitur	31
Abitur, Studium	30
Schüler	1

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

	Total
Basis (=100%)	1009 %
Haushaltsnettoeinkommen	
bis unter 1.000 EURO	13
1.000 bis unter 1.500 EURO	12
1.500 bis unter 2.000 EURO	14
2.000 bis unter 2.500 EURO	11
2.500 bis unter 3.000 EURO	10
3.000 bis unter 3.500 EURO	9
3.500 Euro und mehr	14
keine Angabe	17
BIK-Stadtregion	
bis unter 5.000	4
5.000 bis unter 20.000	9
20.000 bis unter 100.000	22
100.000 bis unter 500.000	30
500.000 und mehr	35

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015

	Total
Basis (=100%)	1009 %
Ländergebiete West	
Nielsen I	
Schleswig-Holstein	3
Hamburg	2
Niedersachsen	10
Bremen	1
Nielsen II	
Nordrhein-Westfalen	22
Nielsen IIIa	
Hessen	7
Rheinland - Pfalz	4
Saarland	1
Nielsen IIIb	
Baden-Württemberg	13
Nielsen IV	
Bayern	16
Nielsen Va	
Berlin-West	3
Ländergebiete Ost	
Nielsen Vb	
Berlin-Ost	2
Nielsen VI	
Mecklenburg-Vorpommern	2
Brandenburg	3
Sachsen-Anhalt	3
Nielsen VII	
Sachsen	6
Thüringen	3

Befragungszeitraum: 24.09.-01.10.2015