

KANTAR

Stieghorster Straße 90
33605 Bielefeld
Germany

T +49 (0)521 9257 1
F +49 (0)521 9257 333
www.kantardeutschland.de

Deutscher Fundraising-Verband (DFRV) e. V. - Glück und Spenden

Kantar

November 2020

Hiermit legt Kantar, Projektbereich *Social Marketing*, die tabellarische Auswertung der Repräsentativbefragung

„Glück und Spenden“

vor. Es handelt sich um eine Exklusivstudie im Auftrage des Deutschen Fundraising-Verbands e. V.

Die empirischen Daten dieser Studie wurden im Rahmen einer telefonischen Mehrthemenbefragung im CATI-Verfahren (CATIbus) am 19.11.2020 erhoben. Die Stichprobe umfasste dabei 504 Interviews.

Einzelheiten zur Grundgesamtheit, Stichprobe und Durchführung der Interviews sowie der Darstellung der Ergebnisse sind im Abschnitt "Methode" dargestellt.

Bielefeld, November 2020

Kantar

METHODISCHE ANLAGE DER UNTERSUCHUNG

GRUNDGESAMTHEIT: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland. Hierzu gehören in der Bundesrepublik Deutschland 70,09 Mio. Männer und Frauen im Alter ab 14 Jahren. Auswahlgesamtheit sind die Privathaushalte in der Bundesrepublik mit mindestens einem Festnetzanschluss sowie Personen mit mindestens einem Mobiltelefon.

STICHPROBE: Für diese Untersuchung war eine Stichprobe von insgesamt ca. 500 Interviews geplant. Die vorliegende Auswertung basiert auf 404 Festnetzinterviews und 100 Mobilfunkinterviews, dies entspricht einem Mobilfunkanteil von 20%.

AUSWAHLVERFAHREN: Die Telefonnummern wurden per "Random Last Two Digits - RL(2)D-Verfahren" in Anlehnung an das sogenannte Gabler/ Häder-Verfahren generiert. Dazu werden im ersten Schritt aus den verfügbaren Telefonnummern durch "Abschneiden" der letzten beiden Stellen Nummernstämme gebildet. Im zweiten Schritt wird das Universum der möglichen Telefonnummern für diese Stämme generiert, indem jeder vorkommende

Nummernstamm mit allen Ziffernkombinationen ergänzt wird. Aus diesem Universum wird im dritten Schritt für die Festnetzstichprobe eine Zufallsstichprobe proportional zur Haushaltsverteilung nach Regierungsbezirken und Gemeindegrößen gezogen. Die Auswahlgrundlage bildet das ADM-MasterSample für generierte Telefonnummern.

Innerhalb der Haushalte werden die zu befragenden Personen systematisch ausgewählt.

Die Mobilfunkstichprobe wird analog gezogen, allerdings entfällt die regionale Schichtung, da hier aus dem ADM-Mobilfunksample keine Regionalinformationen zu den Nummernstämmen verfügbar sind. Da Mobiltelefone fast ausschließlich von einer Person genutzt werden, entfällt für die Mobilfunkstichprobe die systematische Zielpersonenauswahl.

**DURCHFÜHRUNG DER
UNTERSUCHUNG.**

Die Telefonbefragung wurde durch Telefoninstitute des KANTAR Telefonverbundes durchgeführt.

Es handelt sich dabei um computergestützte Telefoninterviews (CATI). Die allgemeinen Arbeitsanweisungen, nach denen alle Interviewer von KANTAR verfahren, regelten die einheitliche Durchführung der Interviews. Deren Kontrolle erfolgte direkt durch den Einsatzleiter der Telefonstudios. Der Fragebogen war als Protokollgrundlage in Bezug auf Reihenfolge und Wortlaut der Fragen für die Interviewer verbindlich.

BEFRAGUNGSZEITRAUM: 19.11. 2020

GEWICHTUNG:

Die Gewichtung erfolgt in mehreren Schritten. Zunächst werden die durch die Anzahl der Festnetz- und Mobilfunknummern sowie die Haushaltsgröße bestimmten, verschiedenen Auswahlwahrscheinlichkeiten der einzelnen Zielpersonen durch eine Designgewichtung ausgeglichen.

In einem zweiten Schritt wird die Stichprobe hinsichtlich der Merkmale Bundesland, Ortsgröße, Geschlecht, Alter, Berufstätigkeit, Schulbildung und Haushaltsgröße gewichtet.

Die Gewichtung stellt sicher, dass die der Auswertung zu Grunde liegende Stichprobe in ihrer Zusammensetzung der Struktur der Grundgesamtheit entspricht. Damit sind die Untersuchungsergebnisse repräsentativ und können im Rahmen der statistischen Fehlertoleranzen auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden. Vergleiche dazu Fehlertoleranz-tabelle im Anhang.

**DARSTELLUNG DER
ERGEBNISSE:**

Der Tabellenteil enthält die Ergebnisse dieser Untersuchung in detaillierter Form mit den für das Untersuchungsziel wesentlich erscheinenden Aufgliederungen nach soziologisch-wirtschaftlich und sachlich bestimmten Personengruppen.

Der Wortlaut der Fragen ist jeweils bei einer Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

Die Prozentuierung erfolgte - wenn im Tabellenkopf nicht anders vermerkt - auf der Basis aller Befragten bzw. der Befragten in den soziologischen Untergruppen. Die absolute Basis, die 100 % entspricht, ist mit im Bericht aufgeführt, um eine Beurteilung der Genauigkeit zu erleichtern.

Die Prozentzahlen sind auf ganze Zahlen gerundet. Die Summe der Prozentzahlen ergibt infolge der Auf- und Abrundungen nicht immer genau 100 %, „-“ entspricht der absoluten Zahl 0. Prozentzahlen auf der Basis von weniger als 50 Absoluten sind wegen zu geringer Befragtenzahl nur begrenzt aussagefähig.

Die in der Zeile "Summe" ausgewiesenen Werte zeigen, ob und in welchem Maße in den Ergebnissen der entsprechenden Tabelle Mehrfachnennungen enthalten sind. Mehrfachnennungen bedeutet, dass zu der der Tabelle zu Grunde liegenden Frage von manchen Befragten mehrere Antworten gegeben wurden bzw. dass komplexe Antworten in ihre Elemente zerlegt und sinngemäß mehreren betroffenen Antwortkategorien zugeordnet wurden.

**ERLÄUTERUNG ZU
NIELSENGEBIETEN:**

Die in diesem Bericht benutzten Abkürzungen der Nielseengebiete bedeuten:

Nielsen

- I = Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen
- II = Nordrhein-Westfalen
- IIIa = Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland
- IIIb = Baden-Württemberg
- IV = Bayern
- V = Berlin
- VI = Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt
- VII = Thüringen, Sachsen

**ERLÄUTERUNG ZU
BIK-STADTREGIONEN:**

Die Ortsgrößenklassen werden nach BIK-Stadtregionen ausgewiesen (Quelle: BIK Aschpurwis + Behrens GmbH). Der Einsatz der BIK-Stadtregionen-Systematik kann die siedlungsstrukturellen Gegebenheiten in den heutigen Stadtregionen besser erfassen als der bisherige Boustedt-Ansatz (bzw. als die bisherigen politischen Ortsgrößenklassen in den neuen Bundesländern). Relevante Merkmale der BIK-Stadtregionen sind dabei vor allem die Einwohnerzahl eines Einzugsbereichs und die Größenordnung sowie Intensität der Pendleranbindung.

**STRUKTUR DER
STICHPROBE:**

Siehe nachfolgende Tabellen.

	Total	Welle	Region		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
		2019	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Ein Abendessen in einem guten Restaurant															
Basis ungewichtet	504	500	395	109	249	255	51	42	53	129	229	84	129	282	9
Basis gewichtet (=100%)	504 %	500 %	418 %	86 %	249 %	255 %	103 %	73 %	75 %	94 %	158 %	170 %	152 %	161 %	20 %
(1) sehr glücklich	49.2	34.8	48.5	52.5	41.7	56.4	59.1	47.3	70.6	45.4	35.6	39.2	59.3	51.5	38.5
(2) eher glücklich	35.4	53.3	34.6	39.5	36.0	34.9	27.3	34.1	27.4	31.0	47.8	30.2	33.0	43.5	33.6
(3) eher nicht glücklich	9.8	7.8	11.2	3.3	15.5	4.3	9.9	13.1	0.6	19.2	7.1	20.4	3.0	2.8	27.9
(4) überhaupt nicht glücklich	4.1	3.0	4.1	4.4	5.5	2.8	3.7	1.3	0.5	4.4	7.2	6.5	4.7	1.6	-
Durchschnitt (1-4)	1.68	1.79	1.70	1.59	1.85	1.53	1.58	1.67	1.30	1.83	1.86	1.94	1.53	1.54	1.89
Top Two (1-2)	84.6	88.1	83.1	92.0	77.7	91.3	86.4	81.4	98.0	76.4	83.4	69.4	92.3	95.0	72.1
Low Two (3-4)	13.9	10.8	15.3	7.6	21.0	7.1	13.6	14.4	1.1	23.6	14.3	26.9	7.7	4.4	27.9
keine Angabe	1.5	1.0	1.7	0.4	1.3	1.6	-	4.2	0.8	-	2.3	3.6	0.1	0.6	-
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020 / 28.11.2019

Tabelle 1.1: Thema Glück
 Kommen wir nun zum Thema Glück. Wie glücklich machen Sie die folgenden Dinge?

	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	
Ein Abendessen in einem guten Restaurant														
Basis ungewichtet	504	75	96	66	58	83	27	51	48	33	52	106	128	185
Basis gewichtet (=100%)	504 %	81 %	109 %	69 %	67 %	79 %	22 %	39 %	38 %	22 %	44 %	104 %	151 %	184 %
(1) sehr glücklich	49.2	48.0	49.4	38.2	51.6	54.8	50.2	47.3	56.6	36.9	52.8	66.1	41.4	46.5
(2) eher glücklich	35.4	29.2	27.3	48.9	40.9	31.6	39.4	41.3	37.7	18.4	38.2	24.6	36.0	42.4
(3) eher nicht glücklich	9.8	12.5	20.6	4.3	1.6	12.8	-	3.5	3.8	4.8	9.0	3.7	18.8	6.7
(4) überhaupt nicht glücklich	4.1	2.7	2.8	7.8	5.6	0.8	10.4	7.6	1.4	25.6	-	5.4	3.1	2.6
Durchschnitt (1-4)	1.68	1.68	1.77	1.82	1.61	1.60	1.71	1.71	1.50	2.22	1.56	1.48	1.84	1.65
Top Two (1-2)	84.6	77.1	76.7	87.0	92.4	86.4	89.6	88.6	94.3	55.3	91.0	90.7	77.4	89.0
Low Two (3-4)	13.9	15.3	23.3	12.1	7.2	13.6	10.4	11.1	5.2	30.4	9.0	9.1	22.0	9.3
keine Angabe	1.5	7.6	-	0.9	0.3	-	-	0.3	0.5	14.2	-	0.2	0.6	1.7
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020

Tabelle 1.1: Thema Glück
 Kommen wir nun zum Thema Glück. Wie glücklich machen Sie die folgenden Dinge?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen	- u. 1500	1500 - u. 2500	2500 - u. 3500	3500 +
Ein Abendessen in einem guten Restaurant											
Basis ungewichtet	504	267	237	131	225	64	84	56	110	99	159
Basis gewichtet (=100%)	504 %	284 %	220 %	120 %	190 %	86 %	108 %	65 %	119 %	94 %	135 %
(1) sehr glücklich	49.2	52.3	45.2	42.0	43.2	58.0	60.6	30.8	39.8	54.3	63.0
(2) eher glücklich	35.4	32.3	39.5	37.3	43.8	21.0	30.0	37.0	50.3	27.3	29.8
(3) eher nicht glücklich	9.8	11.1	8.2	10.9	8.4	16.9	5.5	28.4	5.7	11.3	6.6
(4) überhaupt nicht glücklich	4.1	3.3	5.2	6.9	4.5	3.4	1.0	3.1	3.9	7.1	0.2
Durchschnitt (1-4)	1.68	1.65	1.73	1.82	1.74	1.65	1.45	2.04	1.74	1.71	1.44
Top Two (1-2)	84.6	84.5	84.7	79.4	87.0	79.0	90.7	67.8	90.1	81.6	92.8
Low Two (3-4)	13.9	14.4	13.4	17.8	12.9	20.3	6.5	31.5	9.6	18.4	6.8
keine Angabe	1.5	1.1	1.9	2.9	0.1	0.7	2.9	0.6	0.3	-	0.5
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020

	Total	Welle	Region		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
	2019	2019	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Eine Einkaufstour mit vielen Schnäppchen															
Basis ungewichtet	504	500	395	109	249	255	51	42	53	129	229	84	129	282	9
Basis gewichtet (=100%)	504 %	500 %	418 %	86 %	249 %	255 %	103 %	73 %	75 %	94 %	158 %	170 %	152 %	161 %	20 %
(1) sehr glücklich	14.3	12.7	13.1	20.2	11.3	17.2	30.0	2.0	11.7	13.4	11.5	21.0	16.2	4.3	23.6
(2) eher glücklich	42.6	43.4	45.1	30.8	43.4	41.9	34.8	57.7	57.9	46.1	31.4	35.7	49.1	41.9	58.1
(3) eher nicht glücklich	23.7	20.6	23.1	26.4	23.7	23.7	17.2	24.1	15.2	28.6	28.9	24.4	19.1	27.9	18.3
(4) überhaupt nicht glücklich	17.6	20.5	17.3	19.0	18.0	17.1	15.1	12.0	15.2	11.8	26.2	15.5	13.6	25.7	-
Durchschnitt (1-4)	2.45	2.50	2.45	2.46	2.50	2.41	2.18	2.48	2.34	2.39	2.71	2.36	2.31	2.75	1.95
Top Two (1-2)	56.9	56.1	58.2	51.0	54.8	59.0	64.9	59.7	69.6	59.5	42.9	56.7	65.2	46.2	81.7
Low Two (3-4)	41.3	41.1	40.4	45.3	41.7	40.8	32.2	36.1	30.4	40.5	55.1	39.9	32.7	53.6	18.3
keine Angabe	1.8	2.8	1.4	3.7	3.5	0.2	2.9	4.2	-	0	1.9	3.4	2.1	0.1	-
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020 / 28.11.2019

Tabelle 1.2: Thema Glück
 Kommen wir nun zum Thema Glück. Wie glücklich machen Sie die folgenden Dinge?

	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	
Eine Einkaufstour mit vielen Schnäppchen														
Basis ungewichtet	504	75	96	66	58	83	27	51	48	33	52	106	128	185
Basis gewichtet (=100%)	504	81	109	69	67	79	22	39	38	22	44	104	151	184
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
(1) sehr glücklich	14.3	12.2	16.4	14.3	4.0	17.0	13.1	6.9	33.3	15.6	27.4	19.3	5.6	15.3
(2) eher glücklich	42.6	39.8	54.9	38.9	44.7	46.5	28.8	36.3	23.1	28.9	32.1	43.4	46.1	43.4
(3) eher nicht glücklich	23.7	21.6	20.1	13.3	40.1	18.7	35.6	29.2	26.5	14.6	17.7	28.7	21.6	25.1
(4) überhaupt nicht glücklich	17.6	22.5	8.4	33.5	7.1	17.8	22.4	20.1	16.6	26.7	15.8	8.4	24.9	16.1
Durchschnitt (1-4)	2.45	2.57	2.21	2.66	2.52	2.37	2.67	2.68	2.27	2.61	2.24	2.26	2.67	2.42
Top Two (1-2)	56.9	52.0	71.3	53.3	48.7	63.5	42.0	43.1	56.4	44.5	59.5	62.7	51.7	58.8
Low Two (3-4)	41.3	44.2	28.5	46.7	47.2	36.5	58.0	49.2	43.1	41.3	33.5	37.1	46.5	41.2
keine Angabe	1.8	3.8	0.1	-	4.1	-	-	7.6	0.5	14.2	7.0	0.2	1.8	0.1
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen	- u. 1500	1500 - u. 2500	2500 - u. 3500	3500 +
Eine Einkaufstour mit vielen Schnäppchen											
Basis ungewichtet	504	267	237	131	225	64	84	56	110	99	159
Basis gewichtet (=100%)	504 %	284 %	220 %	120 %	190 %	86 %	108 %	65 %	119 %	94 %	135 %
(1) sehr glücklich	14.3	8.9	21.2	7.3	15.5	15.2	19.2	21.4	13.2	12.1	8.4
(2) eher glücklich	42.6	52.5	30.0	47.9	33.4	56.1	42.2	48.1	38.5	38.7	52.2
(3) eher nicht glücklich	23.7	21.0	27.1	26.5	25.4	17.9	22.2	15.2	28.8	31.3	24.3
(4) überhaupt nicht glücklich	17.6	16.5	18.9	18.0	24.2	10.8	10.8	15.3	19.2	15.0	15.0
Durchschnitt (1-4)	2.45	2.46	2.45	2.55	2.59	2.24	2.26	2.24	2.54	2.51	2.46
Top Two (1-2)	56.9	61.4	51.2	55.3	48.9	71.3	61.4	69.5	51.8	50.8	60.6
Low Two (3-4)	41.3	37.5	46.1	44.4	49.7	28.7	32.9	30.5	47.9	46.3	39.3
keine Angabe	1.8	1.1	2.7	0.3	1.4	-	5.6	-	0.3	2.9	0
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020

	Total	Welle	Region		Geschlecht		Alter					Schulbildung des Befragten			
	2019	2019	West	Ost	M	W	14 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 + Jahre	Volks-/ Haupt- schule	mittl. Bild. Absch	Abi, Uni	Schüler
Eine Spende leisten															
Basis ungewichtet	504	500	395	109	249	255	51	42	53	129	229	84	129	282	9
Basis gewichtet (=100%)	504 %	500 %	418 %	86 %	249 %	255 %	103 %	73 %	75 %	94 %	158 %	170 %	152 %	161 %	20 %
(1) sehr glücklich	31.0	17.1	33.1	20.9	27.9	34.1	38.3	32.7	30.9	22.1	30.8	24.6	38.4	27.9	54.1
(2) eher glücklich	57.0	61.6	59.3	46.0	55.5	58.5	57.5	52.6	56.4	64.9	54.3	62.6	49.5	59.6	45.9
(3) eher nicht glücklich	5.6	12.4	3.3	16.8	8.3	3.0	3.3	10.5	5.5	7.6	3.7	3.1	5.6	8.9	-
(4) überhaupt nicht glücklich	3.7	5.9	1.8	12.8	5.6	1.8	0.9	-	7.1	4.7	4.9	4.7	4.6	2.2	-
Durchschnitt (1-4)	1.81	2.07	1.73	2.22	1.91	1.72	1.67	1.77	1.89	1.95	1.81	1.87	1.76	1.85	1.46
Top Two (1-2)	88.0	78.8	92.4	66.9	83.4	92.5	95.8	85.3	87.3	87.0	85.1	87.2	88.0	87.5	100.0
Low Two (3-4)	9.3	18.3	5.1	29.6	13.9	4.8	4.2	10.5	12.7	12.3	8.6	7.9	10.2	11.0	-
keine Angabe	2.7	2.9	2.5	3.5	2.7	2.7	-	4.2	-	0.7	6.3	5.0	1.8	1.5	-
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020 / 28.11.2019

Tabelle 1.3: Thema Glück
 Kommen wir nun zum Thema Glück. Wie glücklich machen Sie die folgenden Dinge?

	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	
<i>Eine Spende leisten</i>														
Basis ungewichtet	504	75	96	66	58	83	27	51	48	33	52	106	128	185
Basis gewichtet (=100%)	504 %	81 %	109 %	69 %	67 %	79 %	22 %	39 %	38 %	22 %	44 %	104 %	151 %	184 %
(1) sehr glücklich	31.0	33.4	22.9	38.8	38.3	38.2	29.5	18.0	21.5	4.6	19.2	35.9	24.0	39.9
(2) eher glücklich	57.0	53.1	72.3	56.5	54.0	58.3	44.7	54.9	34.7	76.0	70.9	45.3	66.9	50.0
(3) eher nicht glücklich	5.6	6.3	2.6	3.4	0.2	1.6	15.0	23.7	10.4	2.2	1.0	9.3	4.6	5.8
(4) überhaupt nicht glücklich	3.7	0.1	1.7	1.3	3.1	1.1	7.3	1.1	27.7	-	6.9	9.3	2.3	1.2
Durchschnitt (1-4)	1.81	1.71	1.83	1.67	1.67	1.65	2.00	2.08	2.47	1.97	1.96	1.92	1.85	1.67
Top Two (1-2)	88.0	86.4	95.2	95.3	92.3	96.5	74.2	72.9	56.2	80.6	90.0	81.2	90.9	89.9
Low Two (3-4)	9.3	6.4	4.3	4.7	3.3	2.7	22.3	24.9	38.1	2.2	7.9	18.6	7.0	7.0
keine Angabe	2.7	7.1	0.5	-	4.4	0.8	3.5	2.3	5.7	17.2	2.0	0.2	2.2	3.0
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020

Tabelle 1.3: Thema Glück
 Kommen wir nun zum Thema Glück. Wie glücklich machen Sie die folgenden Dinge?

	Total	Berufstätigkeit des Befragten		Personen im Haushalt				Haushaltsnettoeinkommen (Euro)			
		ja	nein	1 Person	2 Personen	3 Personen	4+ Personen	- u. 1500	1500 - u. 2500	2500 - u. 3500	3500 +
Eine Spende leisten											
Basis ungewichtet	504	267	237	131	225	64	84	56	110	99	159
Basis gewichtet (=100%)	504 %	284 %	220 %	120 %	190 %	86 %	108 %	65 %	119 %	94 %	135 %
(1) sehr glücklich	31.0	27.5	35.6	31.6	36.0	18.6	31.6	14.8	43.8	34.5	29.7
(2) eher glücklich	57.0	62.9	49.4	50.6	55.2	63.1	62.5	64.5	45.0	55.3	63.5
(3) eher nicht glücklich	5.6	4.9	6.5	8.8	3.8	10.3	1.5	8.5	7.8	0.5	6.0
(4) überhaupt nicht glücklich	3.7	3.0	4.6	5.4	2.5	8.0	0.3	10.9	2.9	6.9	0.2
Durchschnitt (1-4)	1.81	1.83	1.79	1.88	1.72	2.08	1.69	2.16	1.70	1.79	1.77
Top Two (1-2)	88.0	90.4	85.0	82.2	91.1	81.7	94.1	79.3	88.9	89.7	93.3
Low Two (3-4)	9.3	7.9	11.0	14.2	6.3	18.3	1.8	19.4	10.7	7.4	6.2
keine Angabe	2.7	1.7	4.0	3.6	2.6	-	4.2	1.4	0.5	2.9	0.6
Summe	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Befragungszeitraum: 19.11.2020

	Total
Basis (=100%)	504 %
Geschlecht	
männlich	49.4
weiblich	50.6
Alter	
14 bis 19 Jahre	10.3
20 bis 29 Jahre	10.2
30 bis 39 Jahre	14.4
40 bis 49 Jahre	14.9
50 bis 59 Jahre	18.7
60 bis 69 Jahre	14.1
70 Jahre und älter	17.3
Schulbildung	
Volks- oder Hauptschule	33.8
weiterbildende Schule, ohne Abitur	30.1
Abitur, Studium	32.0
Schüler	4.0
Berufstätigkeit	
berufst. einschließl. vorübergehend arbeitslos	56.3
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	43.7

Befragungszeitraum: 19.11.2020

	Total
Basis (=100%)	504 %
Haushaltsgröße	
1 Person	23.8
2 Personen	37.7
3 Personen	17.1
4 Personen und mehr	21.3
Haushaltsnettoeinkommen	
bis unter 1500 Euro	12.9
1500 bis unter 2500 Euro	23.6
2500 bis unter 3500 Euro	18.7
3500 Euro und mehr	26.9
keine Angabe	17.9
BIK-Stadtregion	
bis unter 5.000	4.3
5.000 bis unter 20.000	8.6
20.000 bis unter 100.000	20.7
100.000 bis unter 500.000	29.9
500.000 und mehr	36.5

Befragungszeitraum: 19.11.2020

	Total
Basis (=100%)	504 %
Ländergebiete West	
Nielsen I	
Schleswig-Holstein	3.5
Hamburg	2.2
Niedersachsen	9.6
Bremen	0.8
Nielsen II	
Nordrhein-Westfalen	21.6
Nielsen IIIa	
Hessen	7.5
Rheinland - Pfalz	4.9
Saarland	1.2
Nielsen IIIb	
Baden-Württemberg	13.2
Nielsen IV	
Bayern	15.7
Nielsen Va	
Berlin-West	2.5
Ländergebiete Ost	
Nielsen Vb	
Berlin-Ost	1.8
Nielsen VI	
Mecklenburg-Vorpommern	1.9
Brandenburg	3.0
Sachsen-Anhalt	2.9
Nielsen VII	
Sachsen	5.0
Thüringen	2.6

Befragungszeitraum: 19.11.2020

Schwankungsbreiten

$$P = p \pm t \cdot \sqrt{\frac{p \cdot (100 - p)}{n}}$$

P = Anteile des Merkmals der Grundgesamtheit
 p = Stichprobenanteil des Merkmals
 n = Stichprobenumfang
 t = 1,96 (Sicherheitsgrad = 95 %)

n =		100	200	300	400	500	600	700	800	900	1,000	1,100	1,200	1,300	1,400	1,500	1,600	1,700	1,800	1,900	2,000	2,500	3,000	4,000	6,000	8,000	10,000	15,000	20,000
5 % +/-	4.3	3.0	2.5	2.1	1.9	1.7	1.6	1.5	1.4	1.4	1.3	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	0.3	0.3	
10 % +/-	5.9	4.2	3.4	2.9	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6	1.5	1.5	1.4	1.4	1.3	1.3	1.2	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	
15 % +/-	7.0	4.9	4.0	3.5	3.1	2.9	2.6	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.7	1.7	1.6	1.6	1.6	1.4	1.3	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	
20 % +/-	7.8	5.5	4.5	3.9	3.5	3.2	3.0	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.8	1.8	1.8	1.6	1.4	1.2	1.0	0.9	0.8	0.6	0.6	
25 % +/-	8.5	6.0	4.9	4.2	3.8	3.5	3.2	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	1.9	1.9	1.7	1.5	1.3	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	
30 % +/-	9.0	6.4	5.2	4.5	4.0	3.7	3.4	3.2	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	1.8	1.6	1.4	1.2	1.0	0.9	0.7	0.6	
35 % +/-	9.3	6.6	5.4	4.7	4.2	3.8	3.5	3.3	3.1	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1	1.9	1.7	1.5	1.2	1.0	0.9	0.8	0.7	
40 % +/-	9.6	6.8	5.5	4.8	4.3	3.9	3.6	3.4	3.2	3.0	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.1	1.9	1.8	1.5	1.2	1.1	1.0	0.8	0.7	
45 % +/-	9.8	6.9	5.6	4.9	4.4	4.0	3.7	3.4	3.3	3.1	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.4	2.3	2.2	2.2	2.0	1.8	1.5	1.3	1.1	1.0	0.8	0.7	
50 % +/-	9.8	6.9	5.7	4.9	4.4	4.0	3.7	3.5	3.3	3.1	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.0	1.8	1.5	1.3	1.1	1.0	0.8	0.7	
55 % +/-	9.8	6.9	5.6	4.9	4.4	4.0	3.7	3.4	3.3	3.1	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.4	2.3	2.2	2.2	2.0	1.8	1.5	1.3	1.1	1.0	0.8	0.7	
60 % +/-	9.6	6.8	5.5	4.8	4.3	3.9	3.6	3.4	3.2	3.0	2.9	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.1	1.9	1.8	1.5	1.2	1.1	1.0	0.8	0.7	
65 % +/-	9.3	6.6	5.4	4.7	4.2	3.8	3.5	3.3	3.1	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.3	2.2	2.1	2.1	1.9	1.7	1.5	1.2	1.0	0.9	0.8	0.7	
70 % +/-	9.0	6.4	5.2	4.5	4.0	3.7	3.4	3.2	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0	1.8	1.6	1.4	1.2	1.0	0.9	0.7	0.6	
75 % +/-	8.5	6.0	4.9	4.2	3.8	3.5	3.2	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0	1.9	1.9	1.7	1.5	1.3	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	
80 % +/-	7.8	5.5	4.5	3.9	3.5	3.2	3.0	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.8	1.8	1.8	1.6	1.4	1.2	1.0	0.9	0.8	0.6	0.6	
85 % +/-	7.0	4.9	4.0	3.5	3.1	2.9	2.6	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9	1.8	1.7	1.7	1.6	1.6	1.6	1.4	1.3	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	
90 % +/-	5.9	4.2	3.4	2.9	2.6	2.4	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.7	1.6	1.6	1.5	1.5	1.4	1.4	1.3	1.3	1.2	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	
95 % +/-	4.3	3.0	2.5	2.1	1.9	1.7	1.6	1.5	1.4	1.4	1.3	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	0.3	0.3	

BEISPIEL : Eine Stichprobe vom Umfang n = 1.000 liefert einen Anteil von 40 % Autobesitzern.
 aus der Tabelle entnimmt man die Fehlergrenze +/- 3,0%. Mit einer Wahrscheinlichkeit
 von 95% liegt dann der wahre Anteil in der Grundgesamtheit bei 40% +/- 3,0 %, d.h.
 zwischen 37,0 und 43,0%.