



Wenn aus einem a
eine neue Kita wird.

Wenn aus einem a
ein Park entsteht.

Wenn aus einem a
eine Innovation wird.



Vertrauen in Datenschutz

Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.

Pressekonferenz zur
1. Tour der Marktforschung





Steckbrief der bundesweiten bevölkerungsrepräsentativen Studie

Erhebungsmethode

Computergestützte Telefoninterviews (CATI) per Quotenstichprobe mit randomisierten Telefonnummern

Befragungszeitraum

vom 05.05.2013 bis 09.05.2014

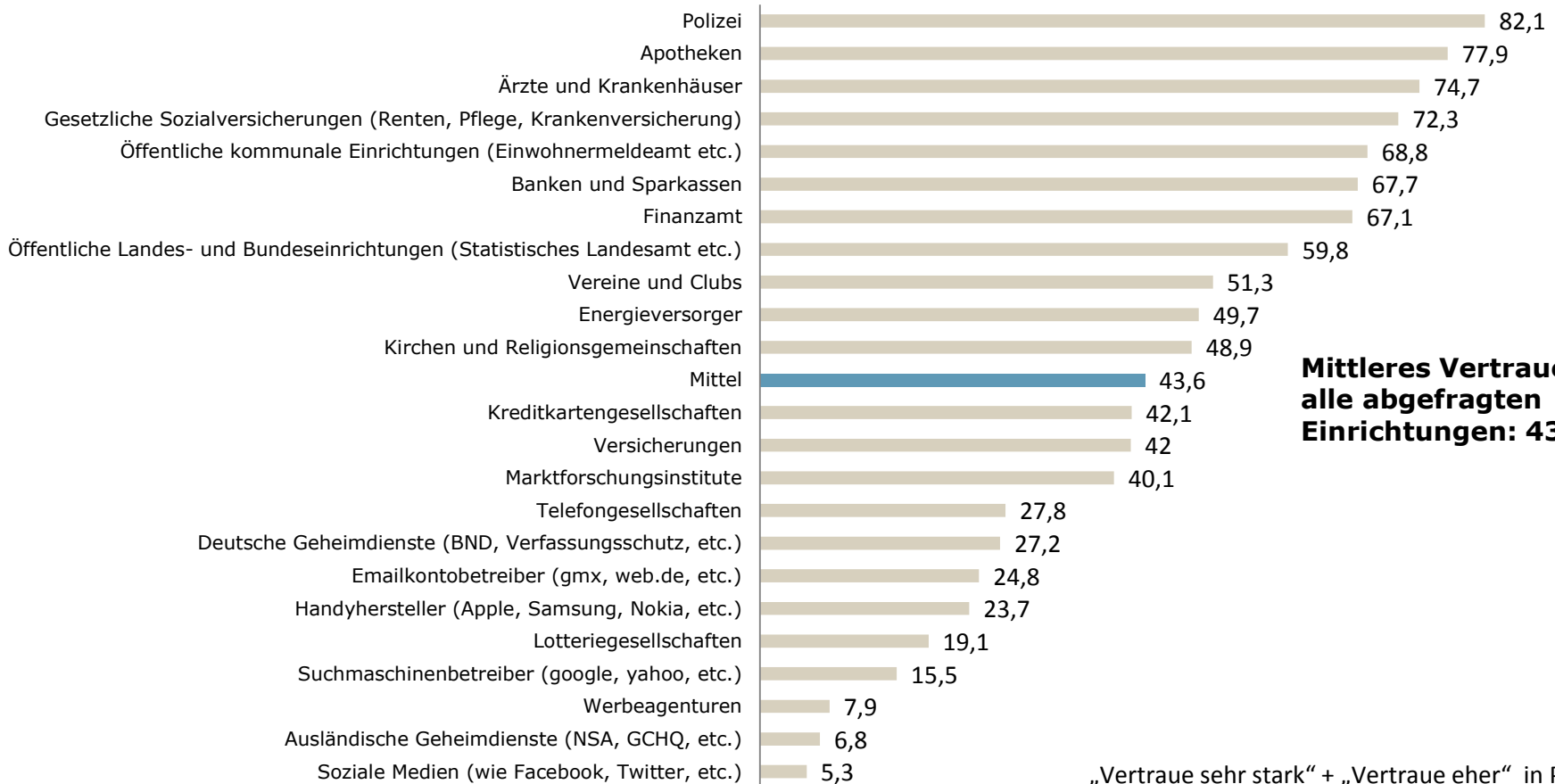
Realisierte Interviews

Bundesweit n = 1.000
(Bevölkerung ab 14 Jahren)



Vertrauen in Datenschutz

Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Institutionen, dass dort Ihre persönlichen Daten hinsichtlich des Datenschutzes gut aufgehoben sind?



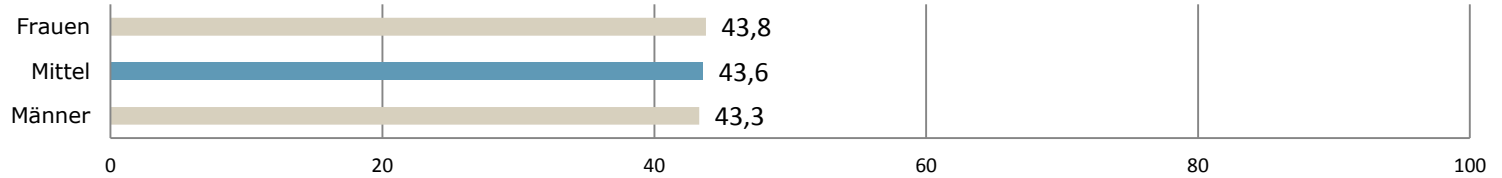


Wer vertraut wie stark?

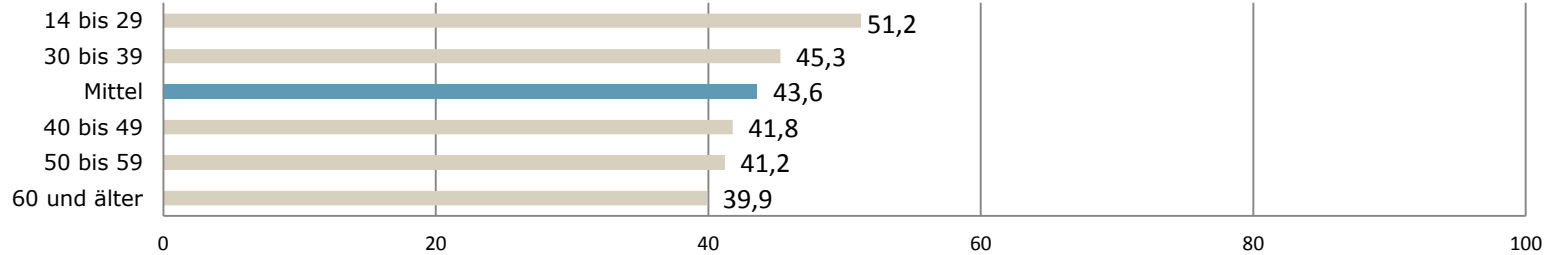
Mittleres Vertrauen in Datenschutz aller abgefragten Einrichtungen

„Vertraue sehr stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

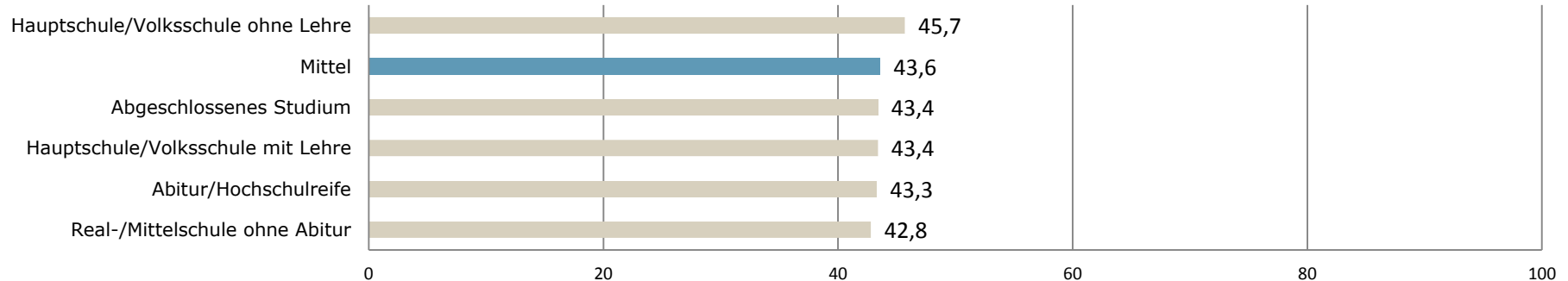
Geschlecht



Alter klassiert (in Jahren)



Formale Bildung



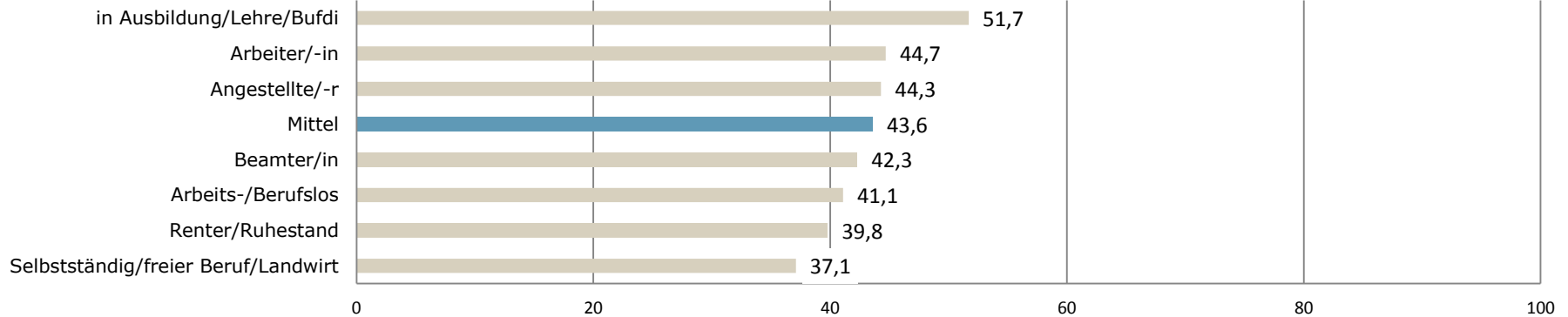


Wer vertraut wie stark?

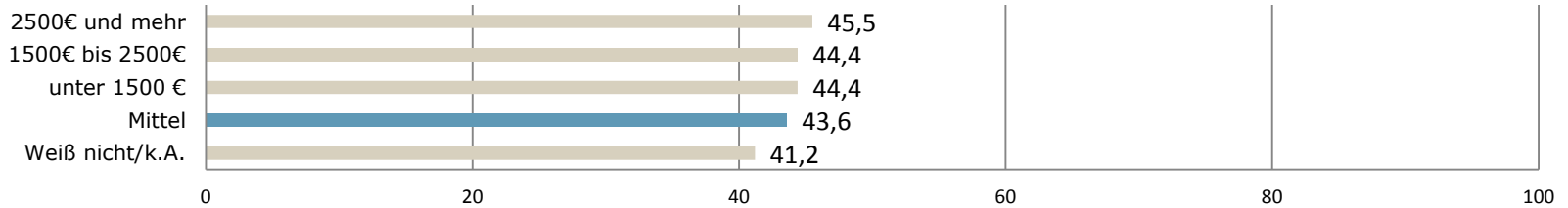
Mittleres Vertrauen in Datenschutz aller abgefragten Einrichtungen

„Vertraue sehr stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

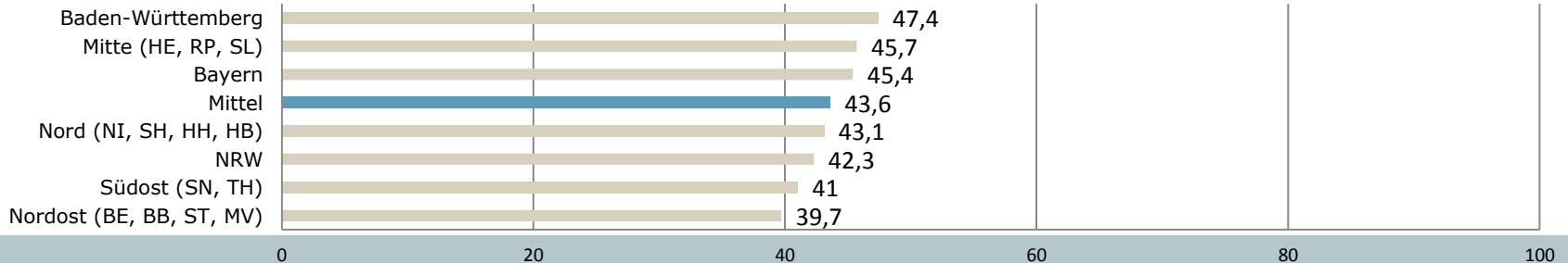
Beruf



Netto Haushaltseinkommen

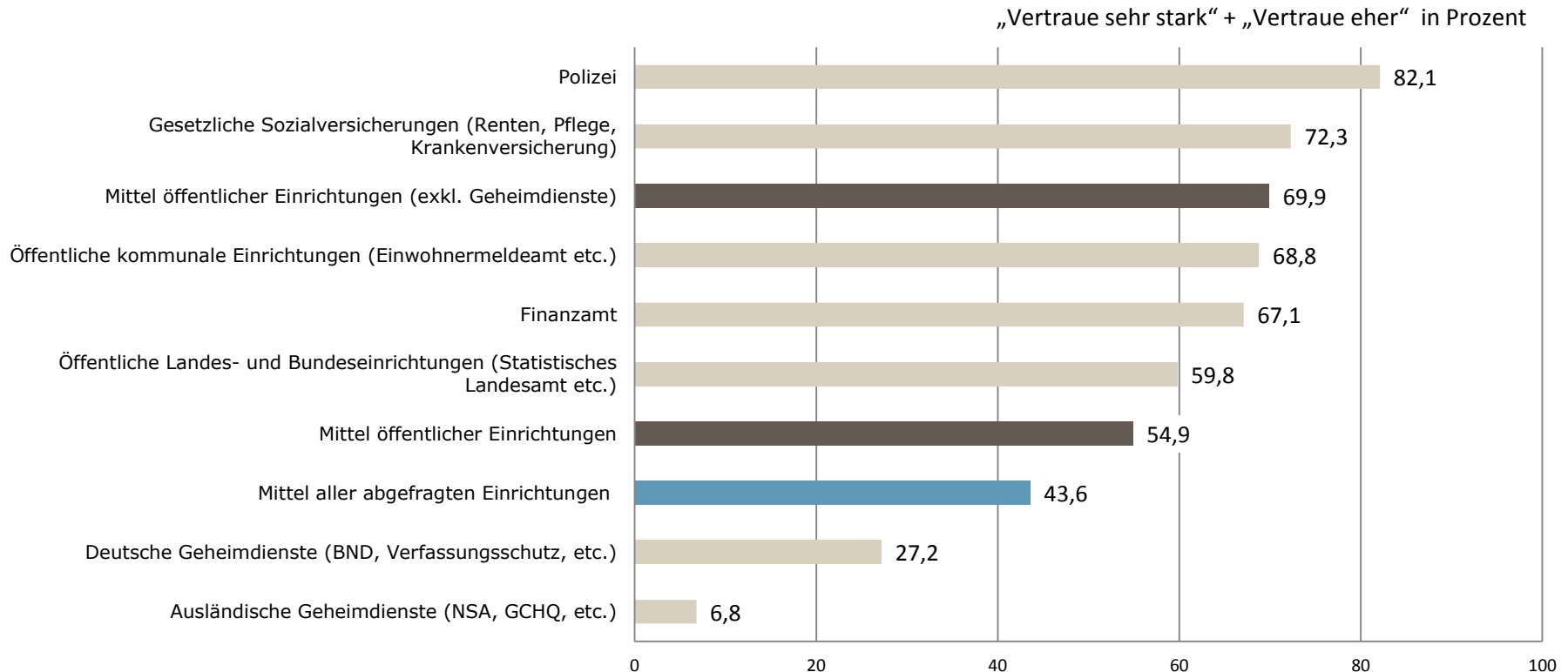


Region



Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei öffentlichen Einrichtungen und Geheimdiensten

Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Institutionen, dass dort Ihre persönlichen Daten hinsichtlich des Datenschutzes gut aufgehoben sind?



Wer vertraut wie stark?

Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei öffentlichen Einrichtungen und Geheimdiensten

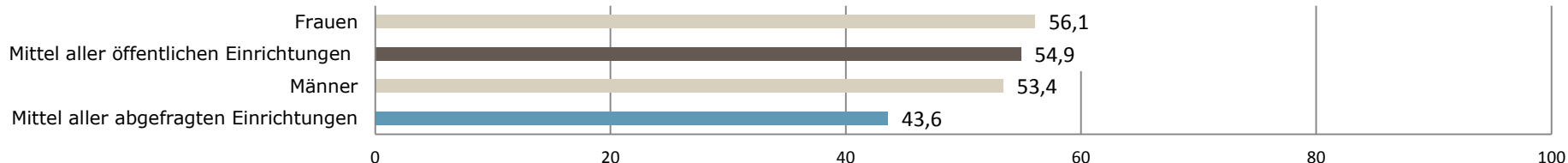
„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

sag  a zu

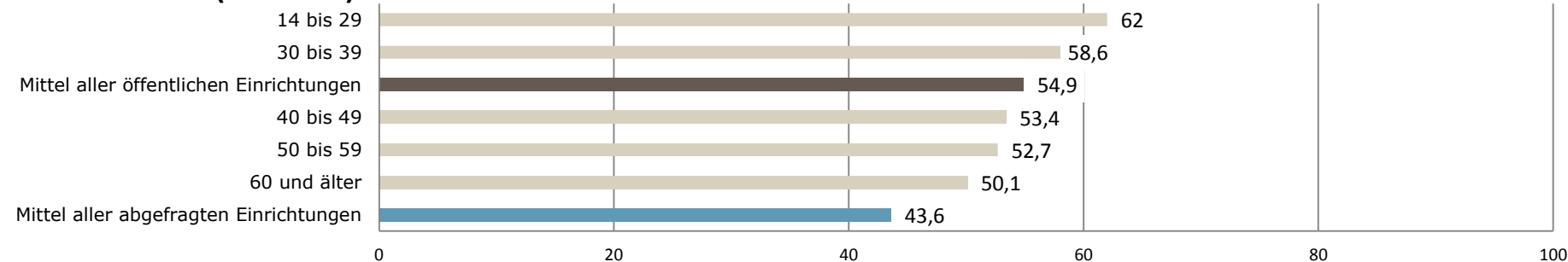
Deutschlands Markt- und Sozialforschung

Anonym ✓
Datengeschützt ✓
Kein Verkauf ✓

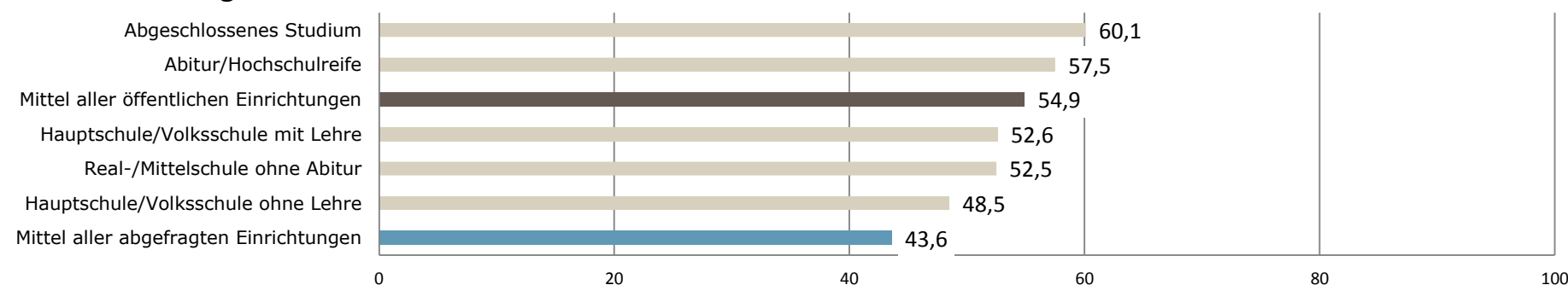
Geschlecht



Alter klassiert (in Jahren)



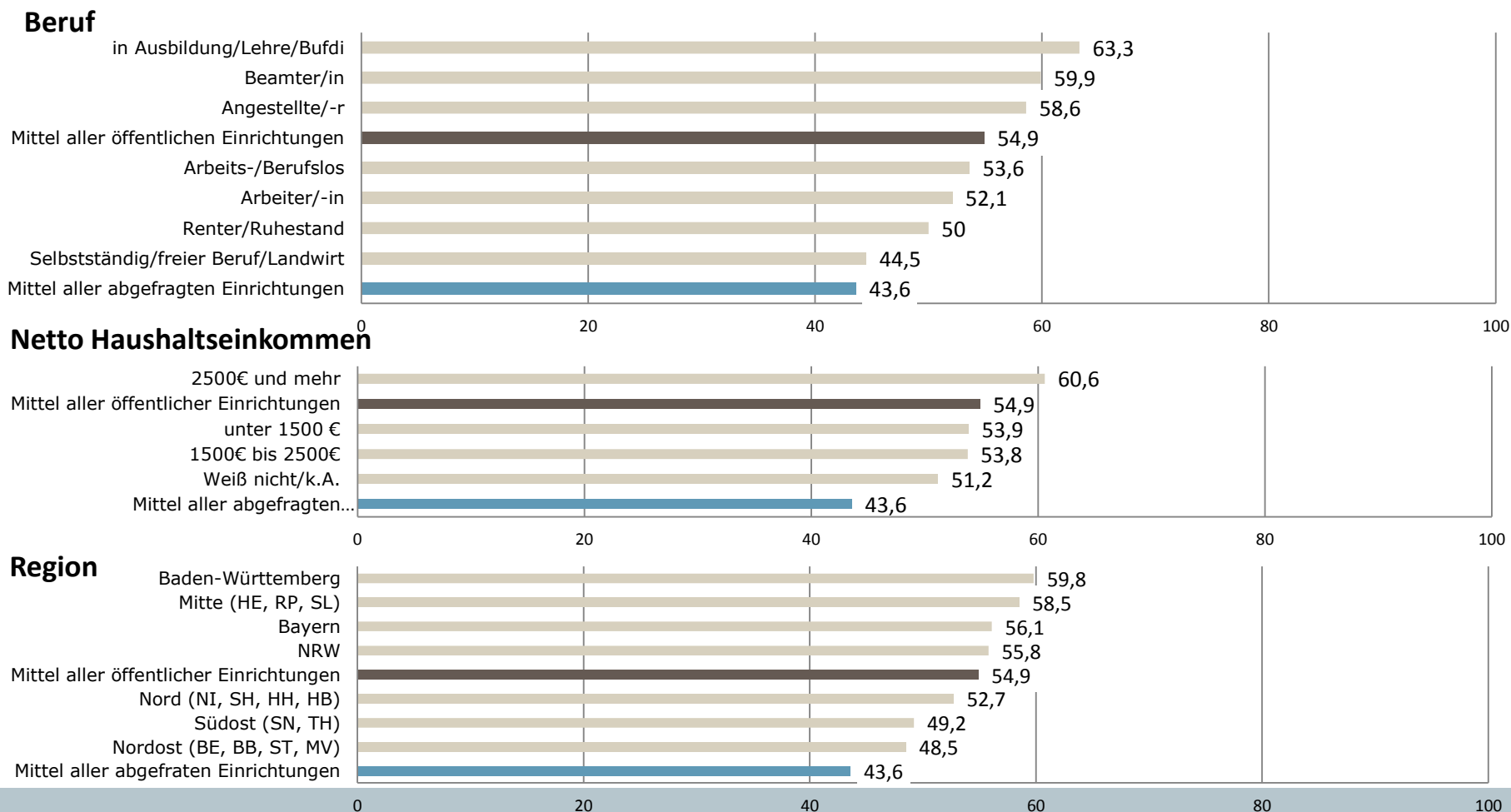
Formale Bildung



Wer vertraut wie stark?

Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei öffentlichen Einrichtungen und Geheimdiensten

„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

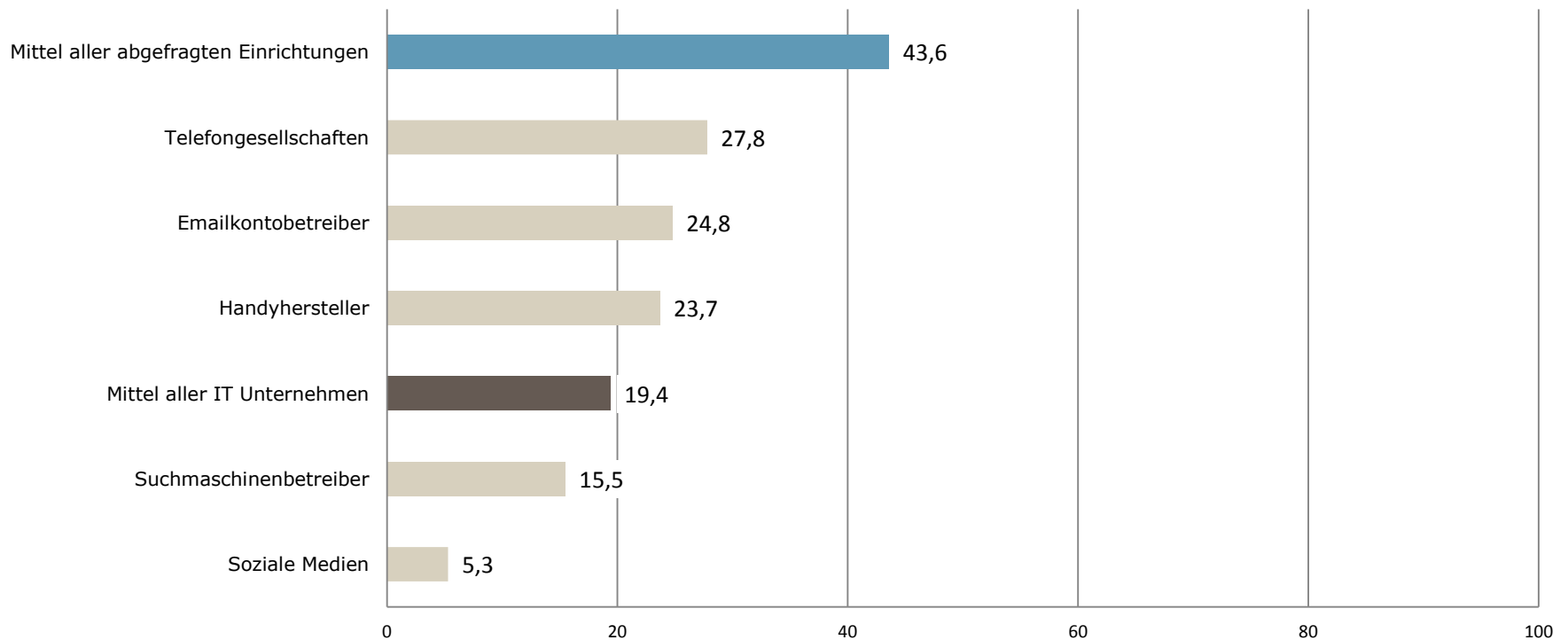


Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei IT Unternehmen



Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Institutionen, dass dort Ihre persönlichen Daten hinsichtlich des Datenschutzes gut aufgehoben sind?

„Vertraue sehr stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

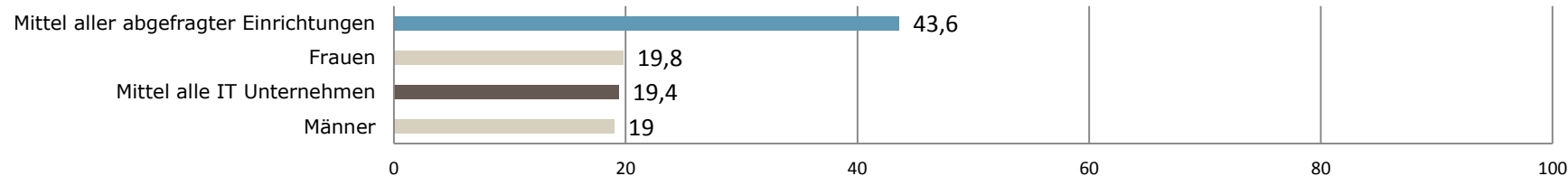


Wer vertraut wie stark?

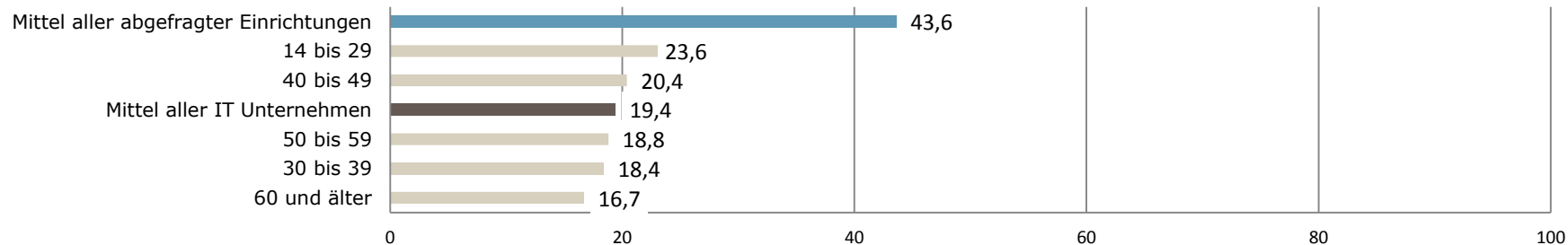
Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei IT Unternehmen

„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

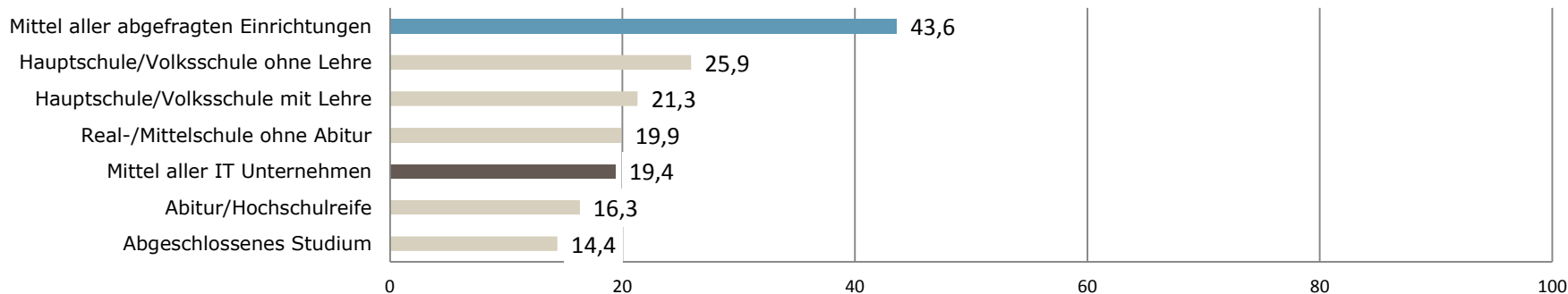
Geschlecht



Alter klassiert (in Jahren)



Formale Bildung



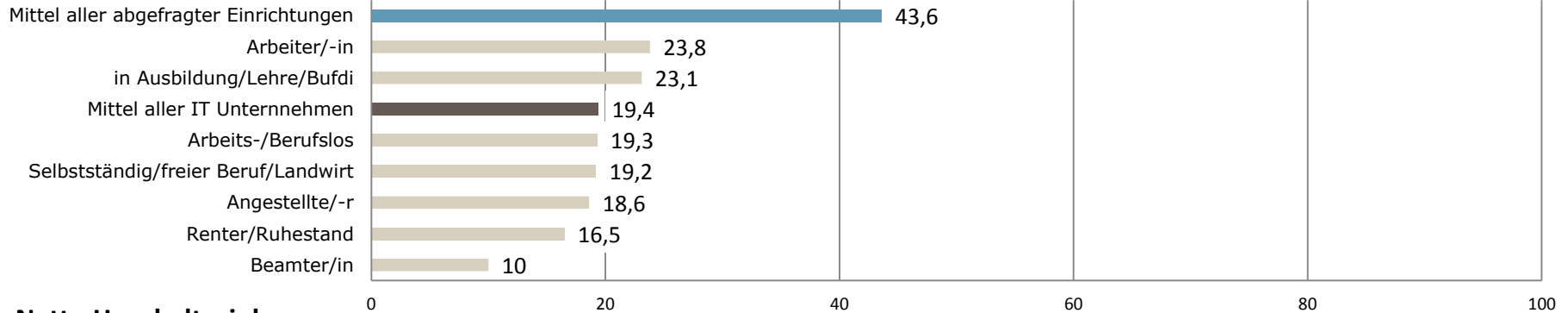
Wer vertraut wie stark?

Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei IT Unternehmen

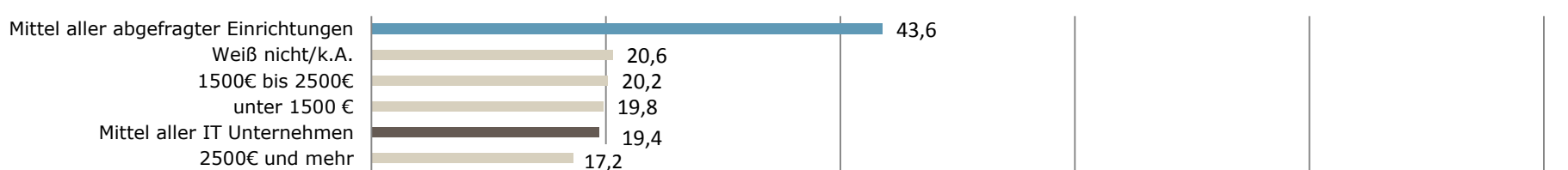


„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

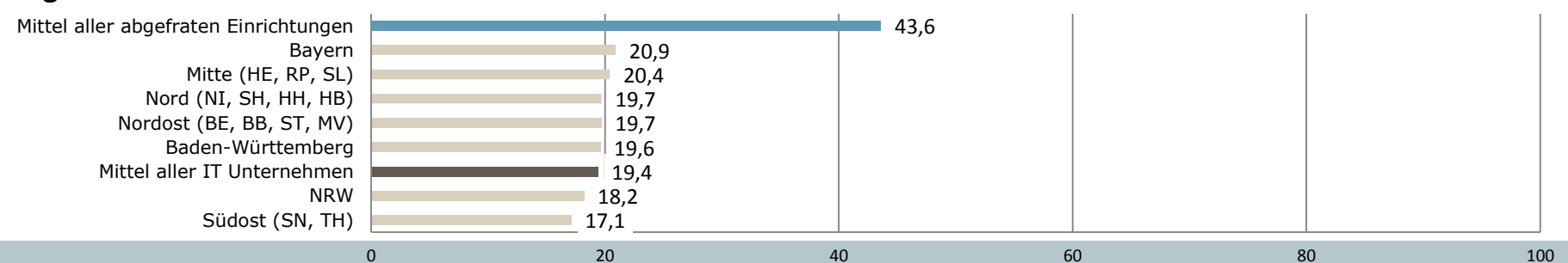
Beruf



Netto Haushaltseinkommen



Region

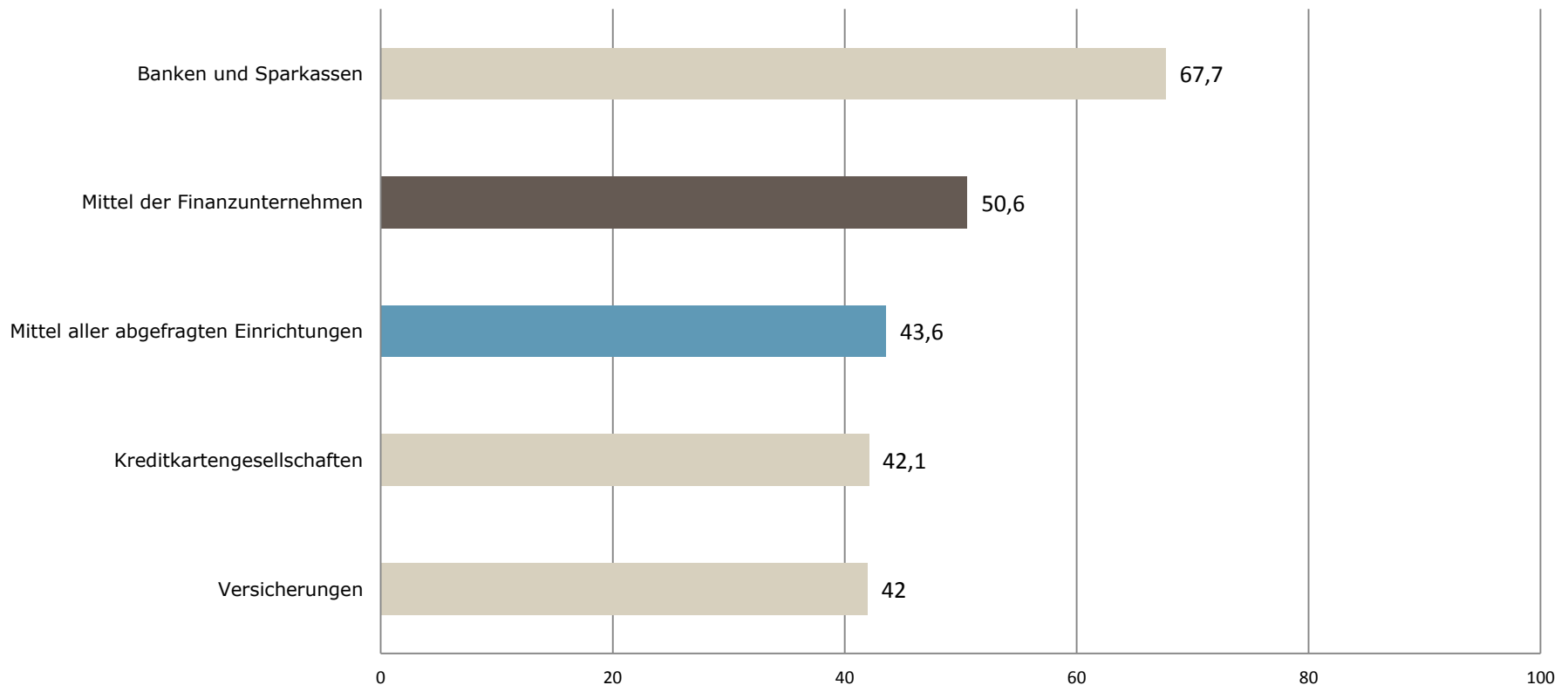


Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei Finanzunternehmen



Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Institutionen, dass dort Ihre persönlichen Daten hinsichtlich des Datenschutzes gut aufgehoben sind?

„Vertraue sehr stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent



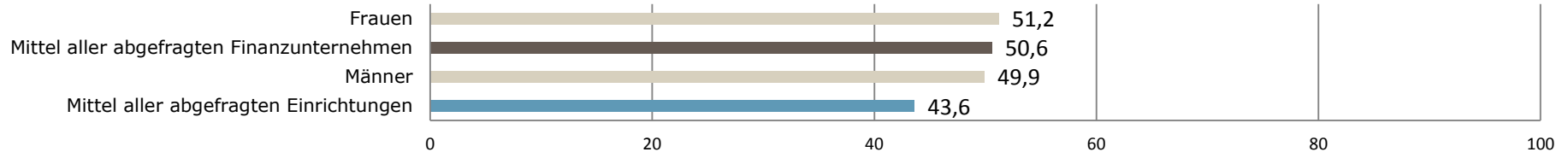


Wer vertraut wie stark?

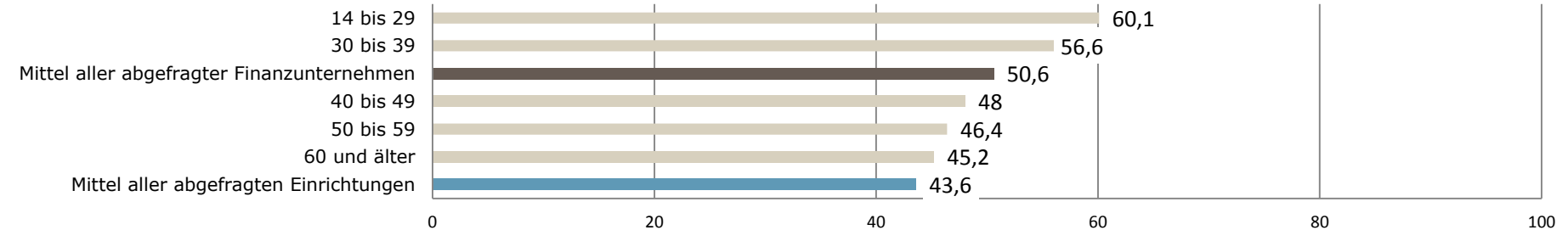
Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei Finanzunternehmen

„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

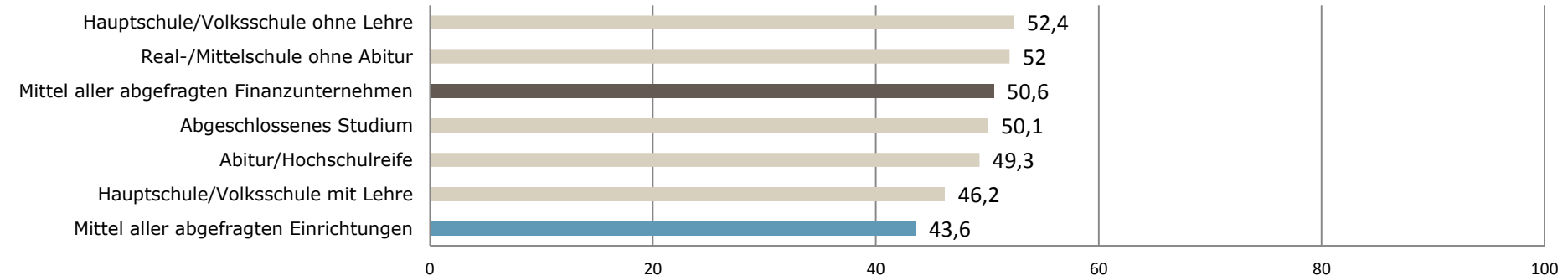
Geschlecht



Alter klassiert (in Jahren)



Formale Bildung



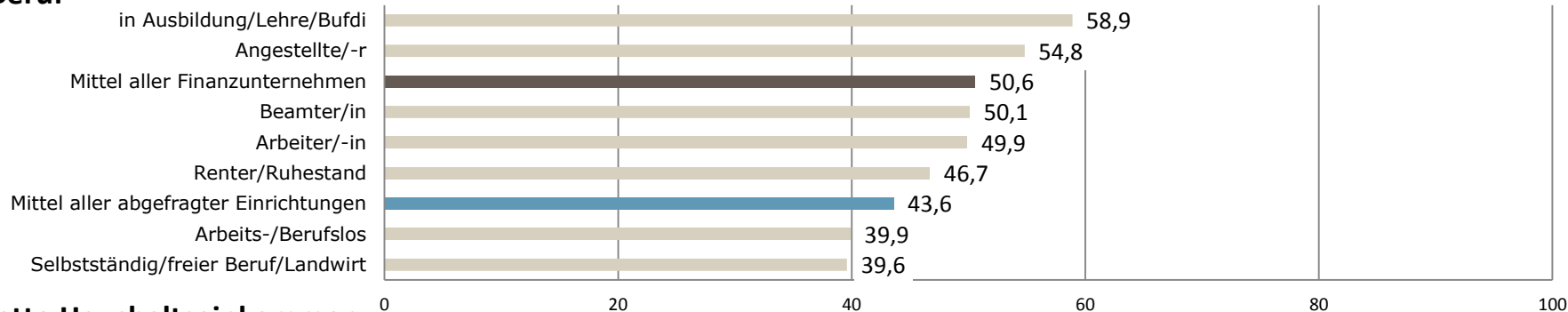
Wer vertraut wie stark?

Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei Finanzunternehmen

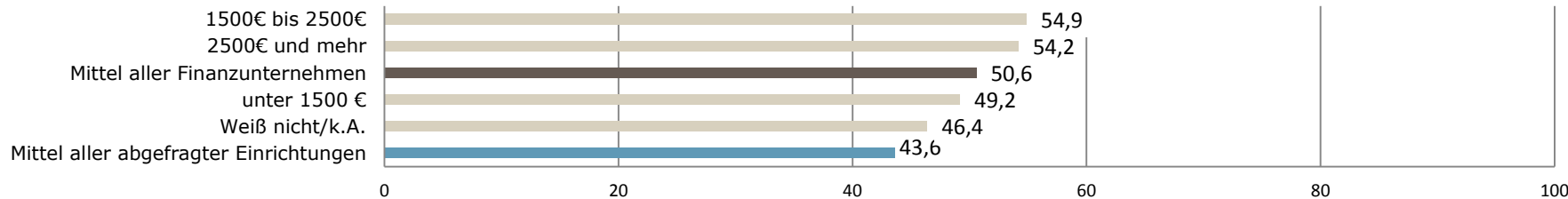


„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

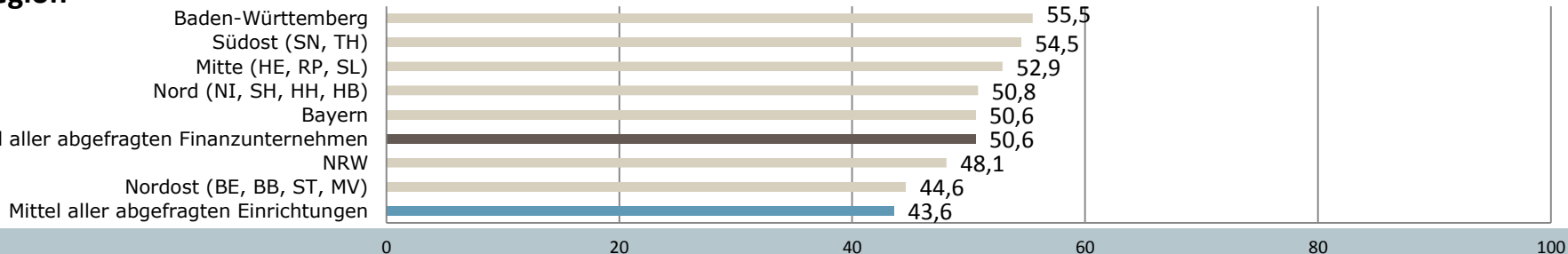
Beruf



Netto Haushaltseinkommen



Region

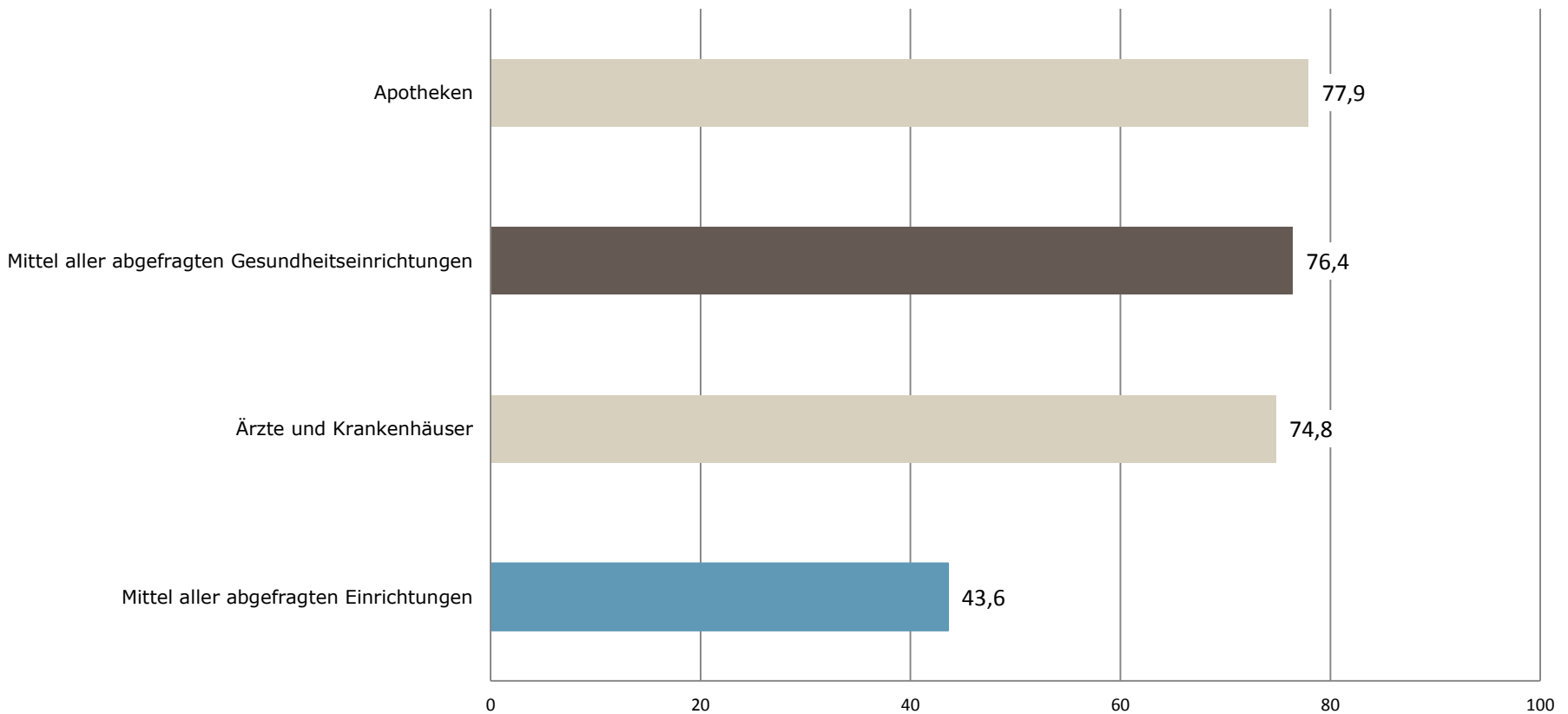


Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei Gesundheitseinrichtungen



Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Institutionen, dass dort Ihre persönlichen Daten hinsichtlich des Datenschutzes gut aufgehoben sind?

„Vertraue sehr stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

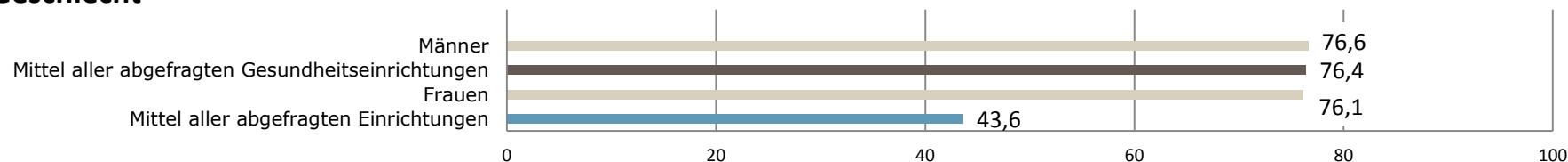


Wer vertraut wie stark?

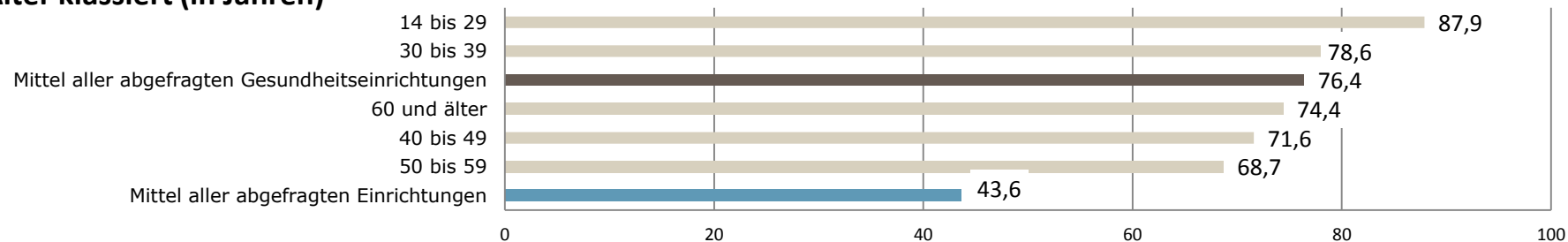
Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei Gesundheitseinrichtungen

„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

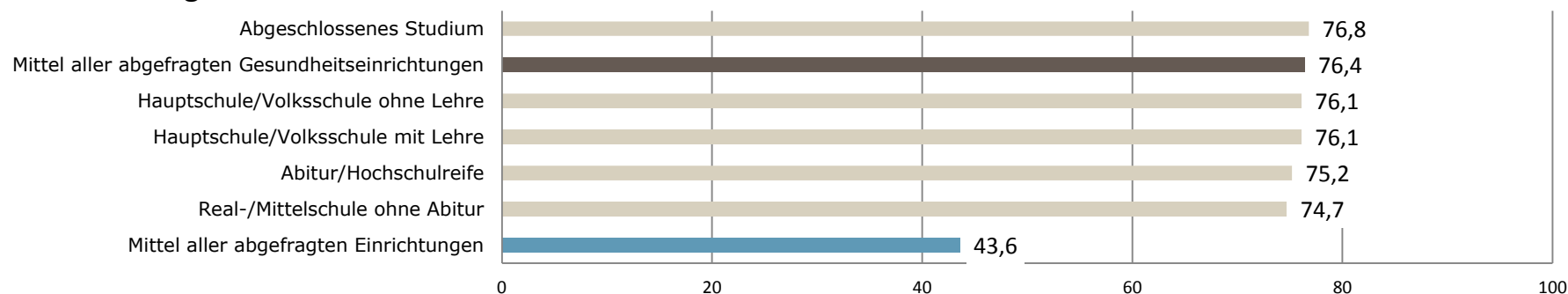
Geschlecht



Alter klassiert (in Jahren)



Formale Bildung



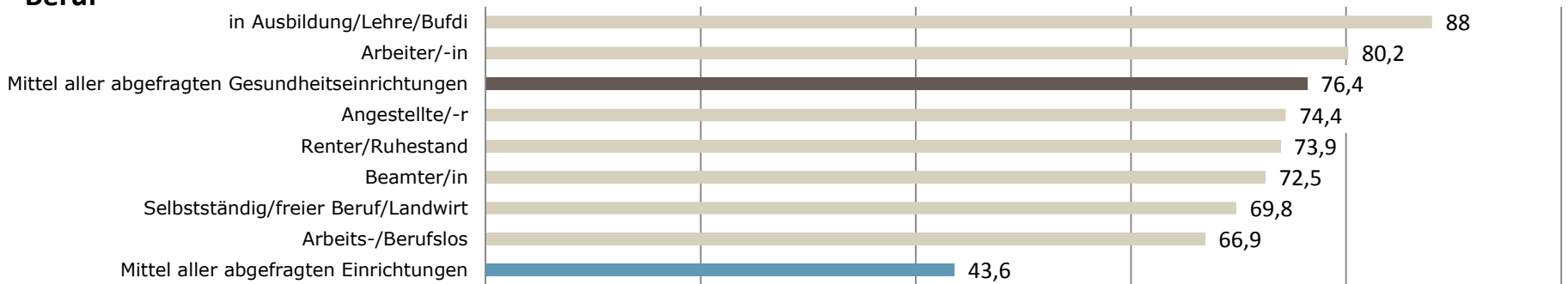
Wer vertraut wie stark?

Mittleres Vertrauen in Datenschutz bei Gesundheitseinrichtungen

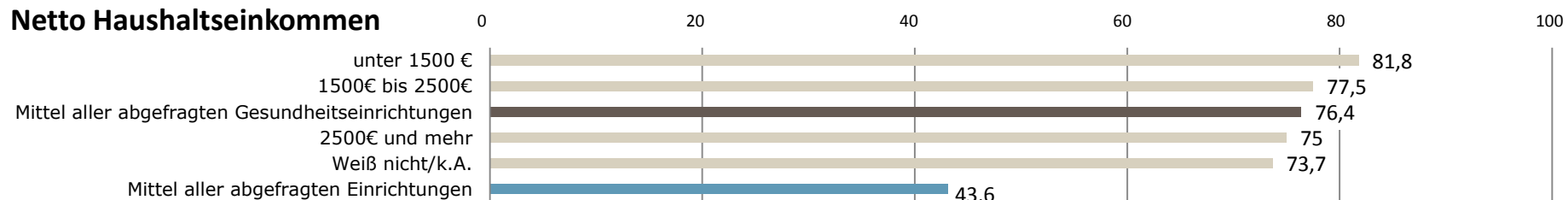


„Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

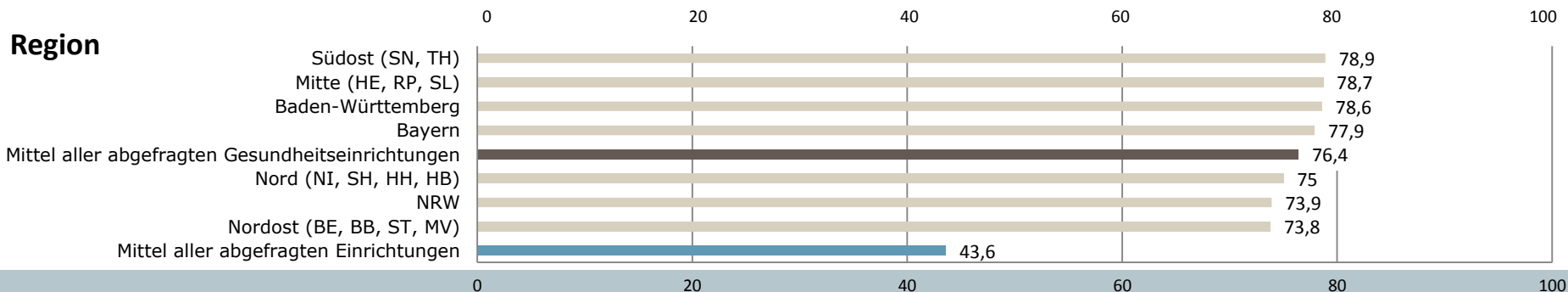
Beruf



Netto Haushaltseinkommen



Region



Vertrauen in Datenschutz in der Marktforschung



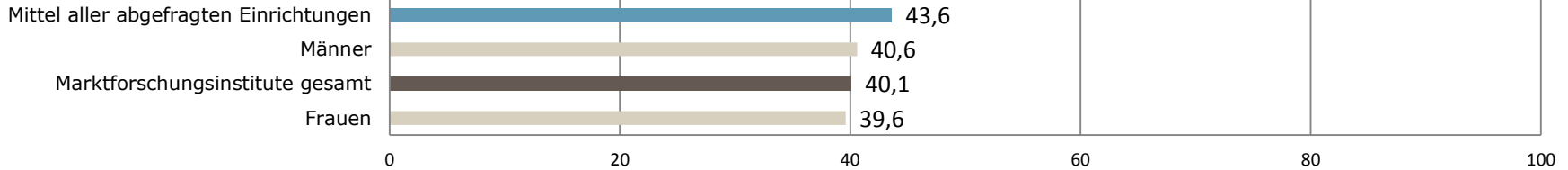
Deutschlands Markt- und Sozialforschung

Anonym ✓
Datengeschützt ✓
Kein Verkauf ✓

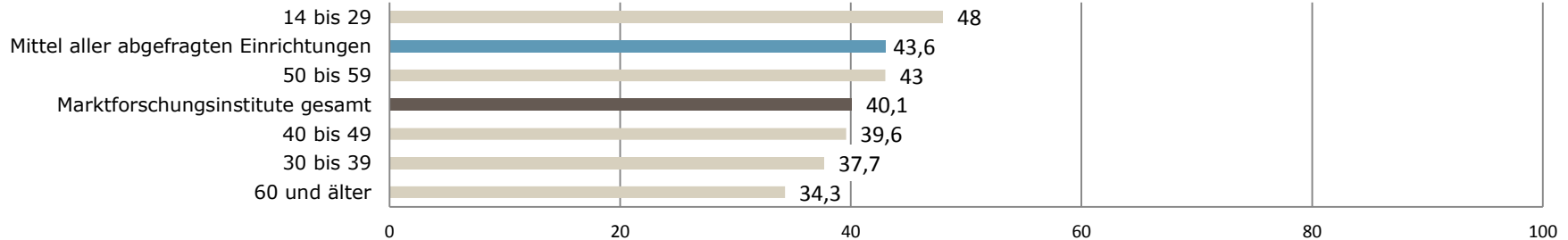
Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Institutionen, dass dort Ihre persönlichen Daten hinsichtlich des Datenschutzes gut aufgehoben sind?

Marktforschungsinstitute: „Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

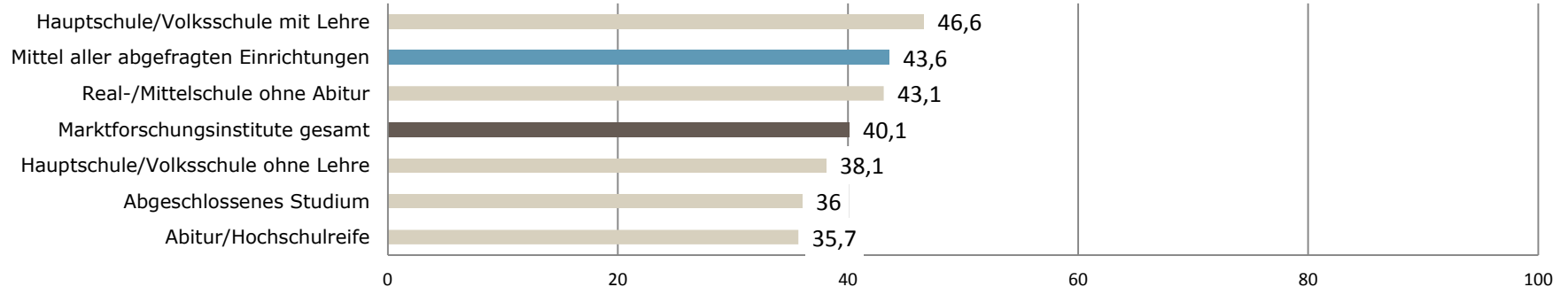
Geschlecht



Alter klassiert (in Jahren)



Formale Bildung



Vertrauen in Datenschutz in der Marktforschung



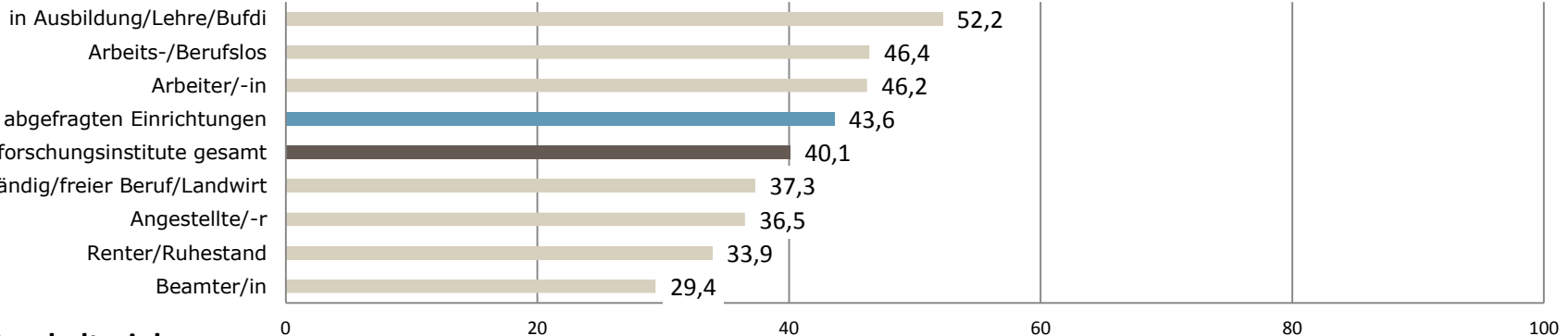
Deutschlands Markt- und Sozialforschung

Anonym ✓
Datengeschützt ✓
Kein Verkauf ✓

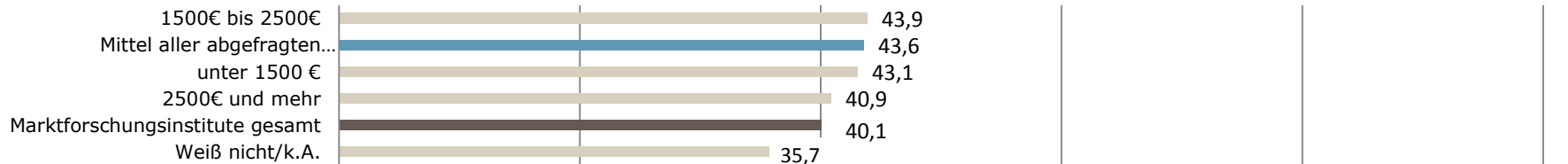
Wie sehr vertrauen Sie den folgenden Institutionen, dass dort Ihre persönlichen Daten hinsichtlich des Datenschutzes gut aufgehoben sind?

Marktforschungsinstitute: „Vertraue stark“ + „Vertraue eher“ in Prozent

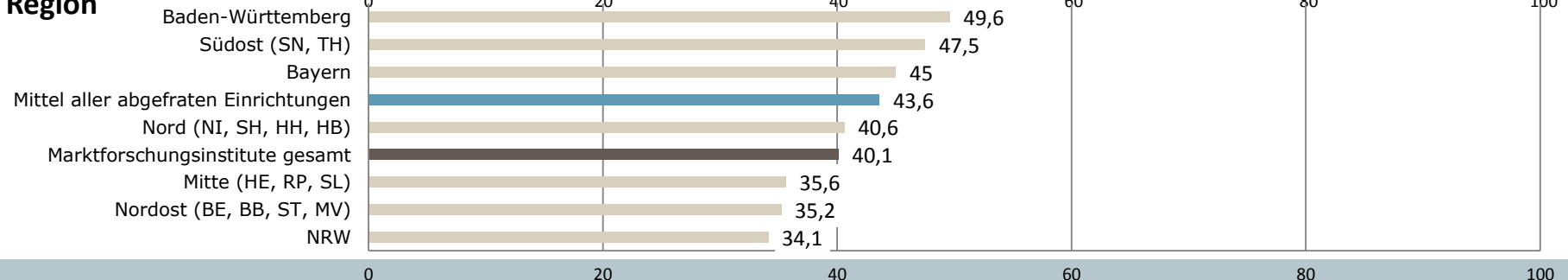
Beruf



Netto Haushaltseinkommen



Region

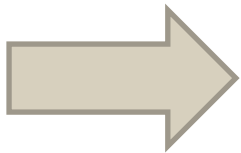




Datenschutz in der Markt- und Sozialforschung

Standesrechtliche Selbstverpflichtung

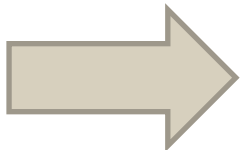
- Anonymisierungspflicht
- Strikte Trennung von Verkauf
- Datenschutzrichtlinien, die deutlich über das gesetzlich geforderte Maß hinaus gehen



Trotzdem unterdurchschnittliches Vertrauen in den
Datenschutz bei Markt- und Sozialforschung

Ziel der Initiative Markt- und Sozialforschung:

- Aufklärung über strengen Datenschutz in der Markt- und Sozialforschung
- Aufklärung über Gegenstand und Inhalt von Markt- und Sozialforschung
- Aufklärung über strikte Trennung von forschungsfremden Inhalten



Heute offizieller Start der 1. Tour der Marktforschung!

1. Tour der Marktforschung

Initiative Markt- und Sozialforschung tourt durch Deutschland und klärt den Sommer über in vielen Städten und Regionen auf

Über

- Datenschutz in der Markt- und Sozialforschung
- Mehrwert der Markt- und Sozialforschung
- Relevanz der Markt- und Sozialforschung für jeden Einzelnen



1. Tour der Marktforschung

Initiative Markt- und Sozialforschung tourt durch Deutschland und klärt den Sommer über in vielen Städten und Regionen auf

Durch

Regionale Studien

- Was bewegt die Bürger vor Ort
- Wie stehen sie zu aktuellen Entwicklungen



1. Tour der Marktforschung

Initiative Markt- und Sozialforschung tourt durch Deutschland und klärt den Sommer über in vielen Städten und Regionen auf

Durch

Den Tourbus

- Modulares System an den Aktionsstandorten, je nach Möglichkeiten der Kooperationspartner vor Ort, vom Infostand bis hin zu Aktionszelten mit Marktforschung zum Erleben
- Marktforschung zum Sehen, Schmecken und Anfassen in den Innenstädten
- Erleben von Marktforschung durch aktive Teilnahme





1. Tour der Marktforschung

Initiative Markt- und Sozialforschung tourt durch Deutschland und klärt den Sommer über in vielen Städten und Regionen auf

In

- Nürnberg am 6 und 7. Juni
- Bielefeld in der 26. KW und am 27. September
- Hannover, voraussichtlich am 5. Juli
- Köln am 19. Juli
- Hamburg, voraussichtlich am 26. Juli
- Stuttgart am 9. August
- Weimar am 30. August
- und Bonn am 27. September
- Weitere Städte sind noch in Planung! Aktuelle Infos immer unter: www.deutsche-marktforscher.de



Für Ihre Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Initiative Markt- und Sozialforschung e.V.
Kontorhaus Mitte
Friedrichstraße 187
10117 Berlin

Telefon: 030 – 499074-19
Telefax: 030 – 499074-21

info@deutsche-marktforscher.de
www.deutsche-marktforscher.de

