

Computersektor

Branchenreport 2003

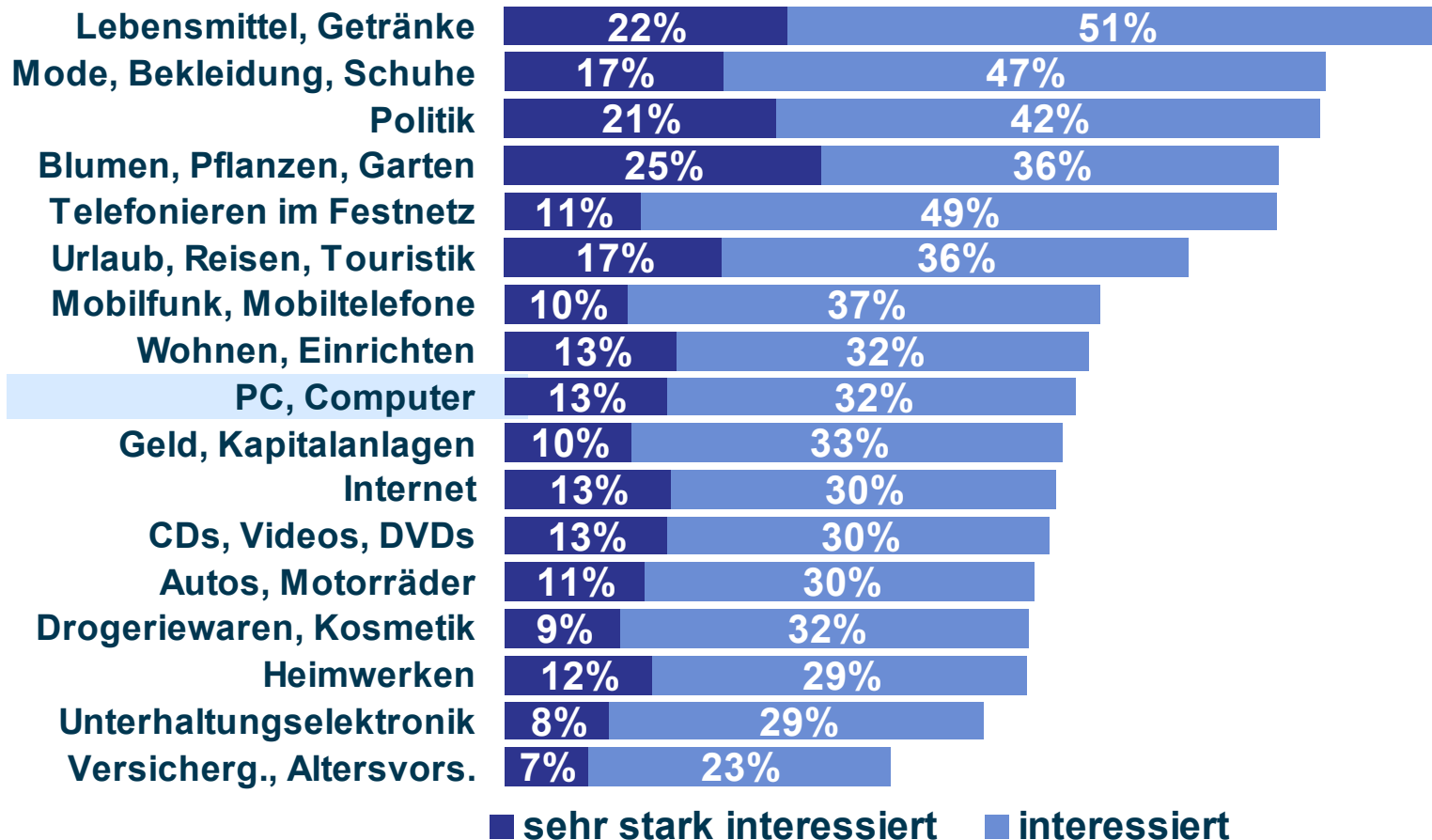
Informationen zur Befragung

| | |
|---|--|
| Grundgesamtheit | In Privathaushalten lebende, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland |
| Methode | Telefonische Befragung (CATI) |
| Untersuchungszeiträume | 6. Mai bis 29. Mai 2002 (KW 19-22 2002) 23. Juni bis 16. Juli 2003 (KW 26-29 2003) |
| Stichprobe | 1.404 Befragte (KW 19-22 2002) 1.402 Befragte (KW 26-29 2003) |
| Feldarbeit | BIK Umfrageforschung, Hamburg |
| Design, Fragebogen, Datenanalyse und Bericht | ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt am Main |

Ergebnisse im Überblick I

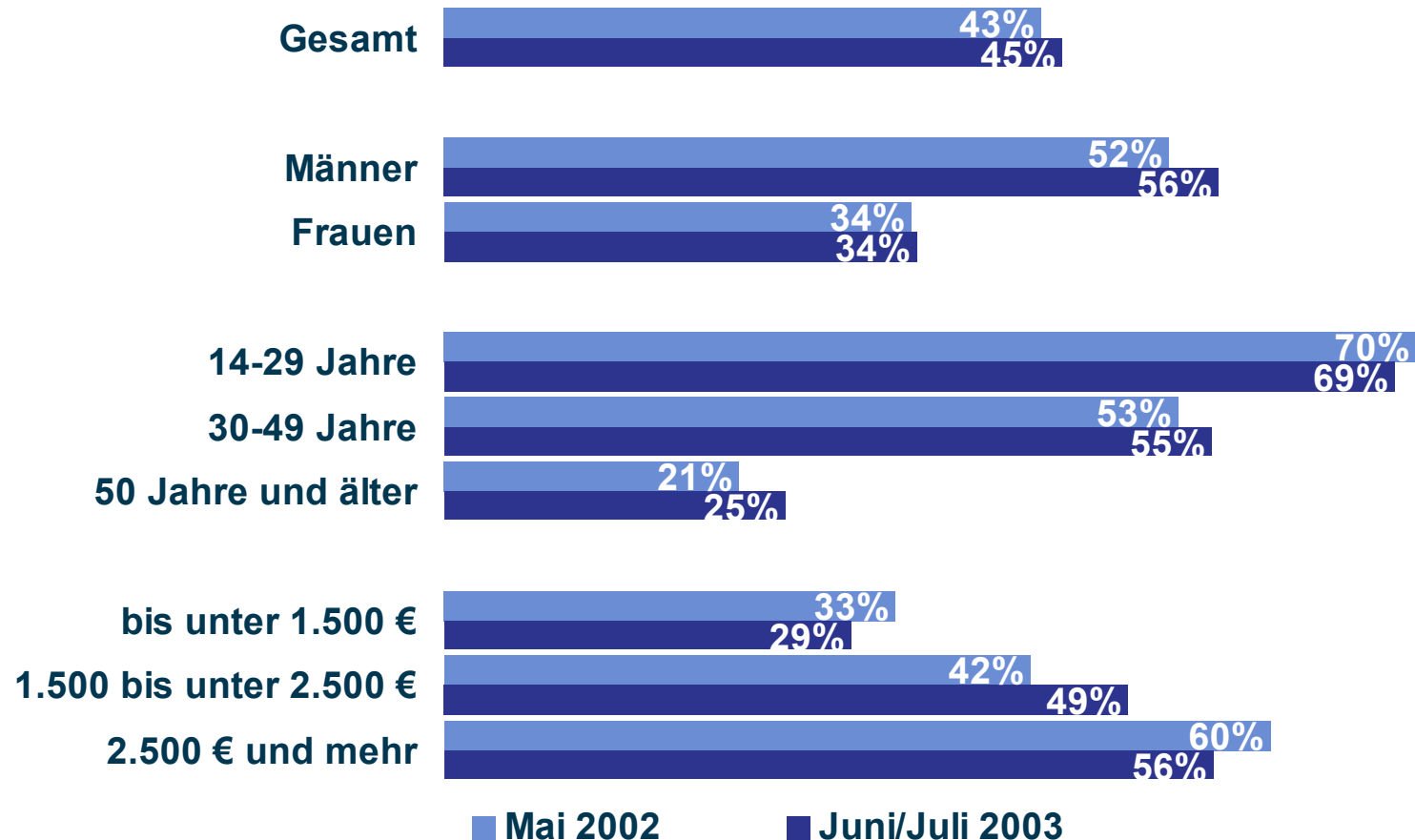
- Das Thema „*PC/Computer*“ ist weiterhin für knapp die Hälfte der Bevölkerung (45%) interessant. Am meisten spricht es jedoch die Gruppe der 14-29-Jährigen an (69%).
- Inzwischen steht in sechzig Prozent aller Haushalte mindestens ein Computer. Dies trifft jedoch besonders auf Mehr-Personen-Haushalte und Haushalte mit einem höheren Haushalts-Nettoeinkommen zu.
- Diejenigen Haushalte, in denen sogar drei und mehr Computer zu finden sind, sind die Fünf-Personen-Haushalte und Haushalte mit einem monatlichen Budget von über 2.500 Euro.
- Fast neunzig Prozent aller Haushalte besitzen Computer, die nicht älter als vier Jahre alt sind. Bei den Fünf-Personen-Haushalten sind es sogar 95 Prozent.

Interesse an verschiedenen Themengebieten



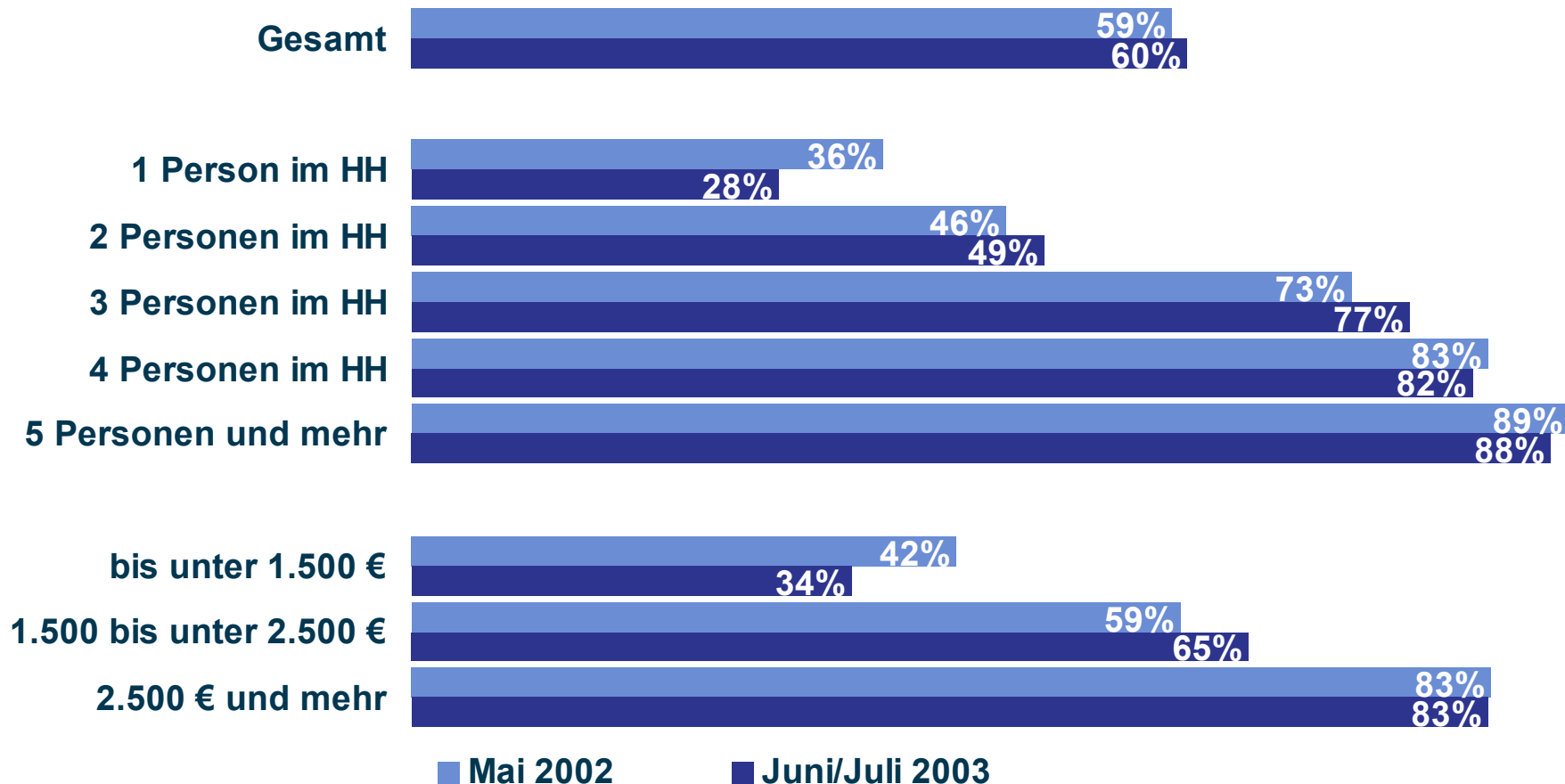
Interesse am Thema „PC/Computer“

Sehr stark interessiert, interessiert (nach Soziodemographie)



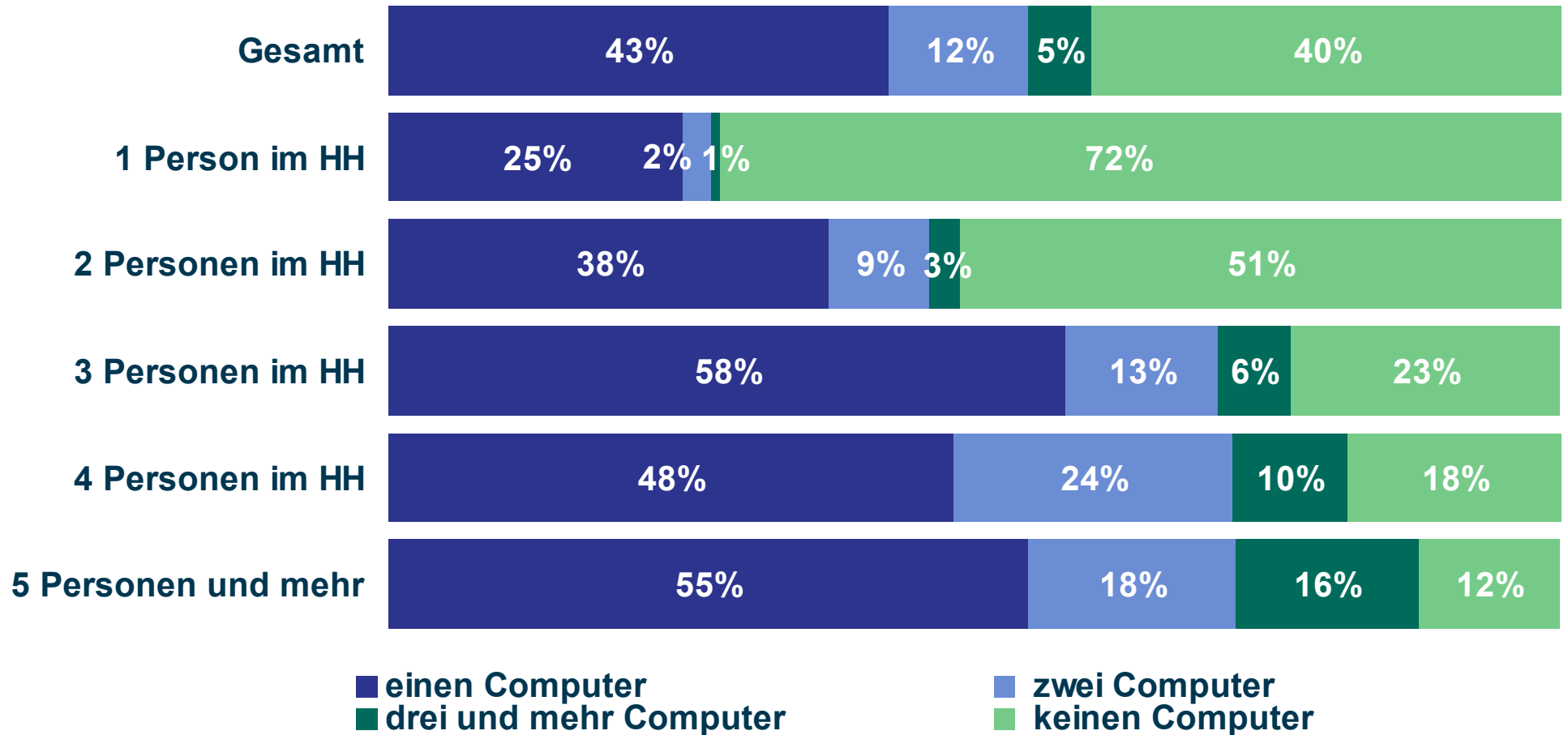
Computer im Haushalt vorhanden

Nach Haushaltsgröße und HH-Nettoeinkommen



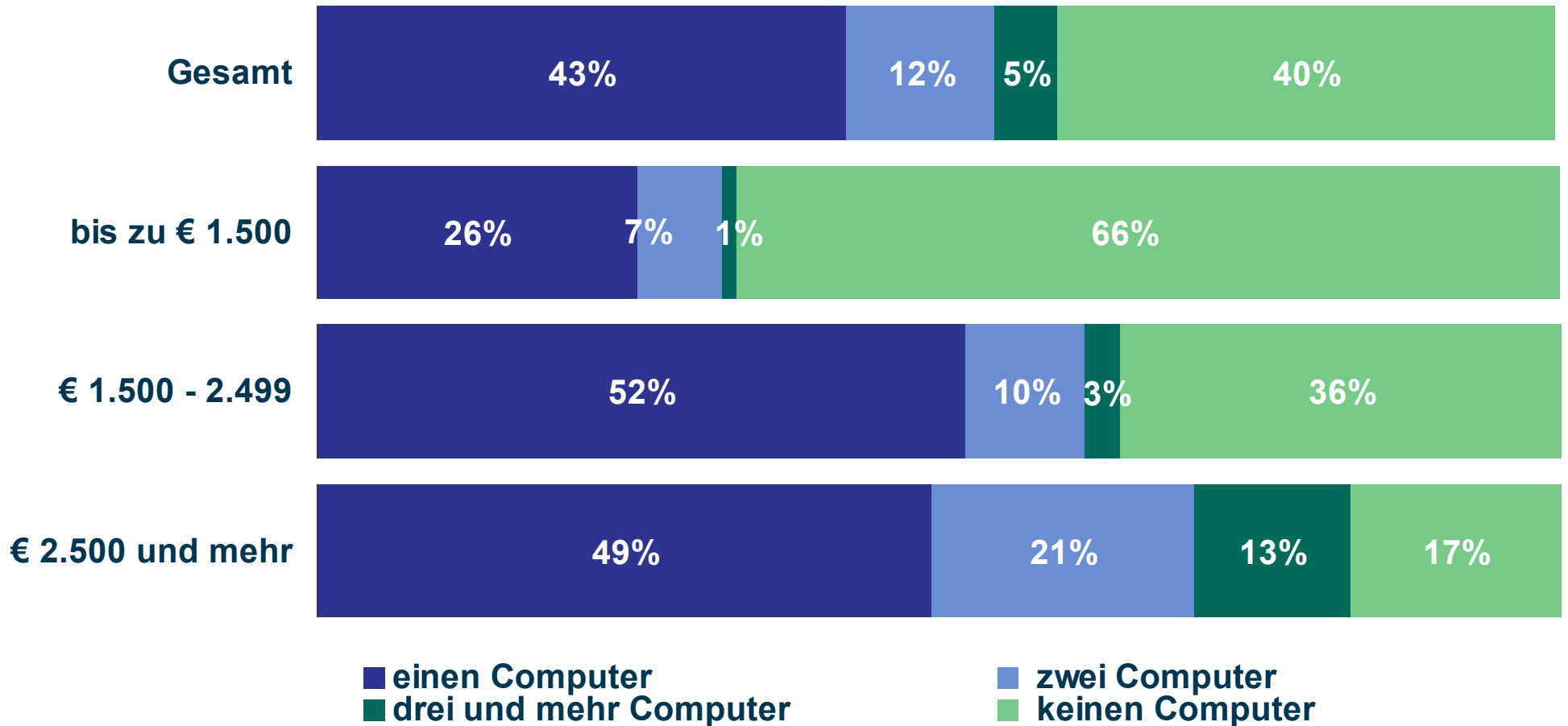
Anzahl der Computer im Haushalt

Nach Haushaltsgröße

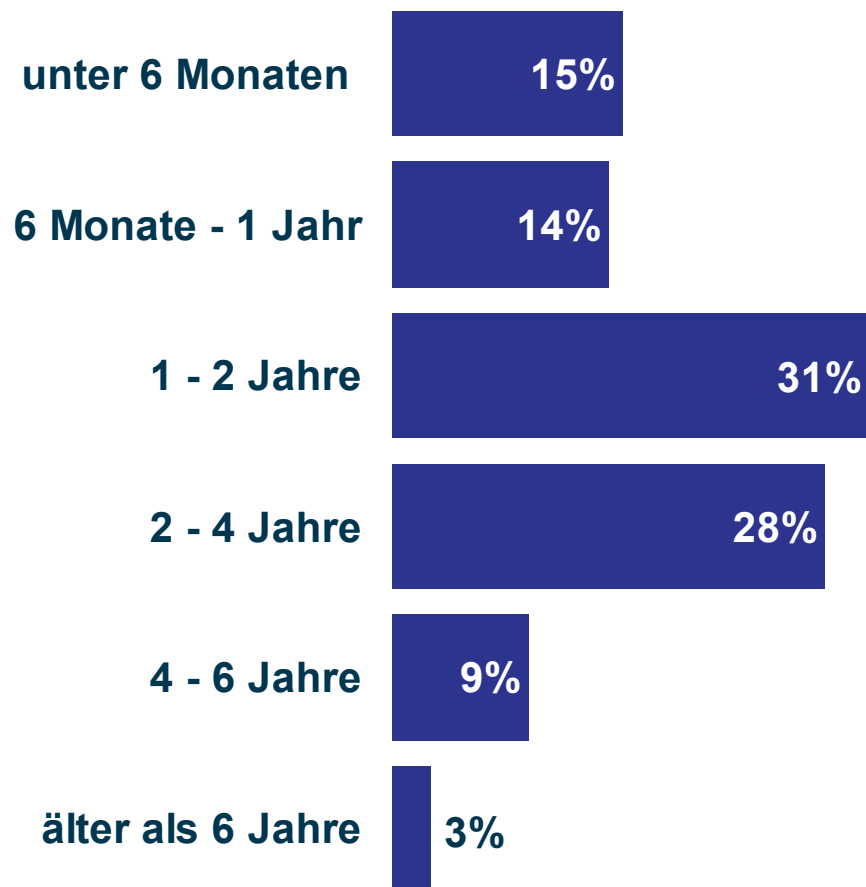


Anzahl der Computer im Haushalt

Nach Haushalts-Nettoeinkommen



Alter des zuletzt erworbenen Computers

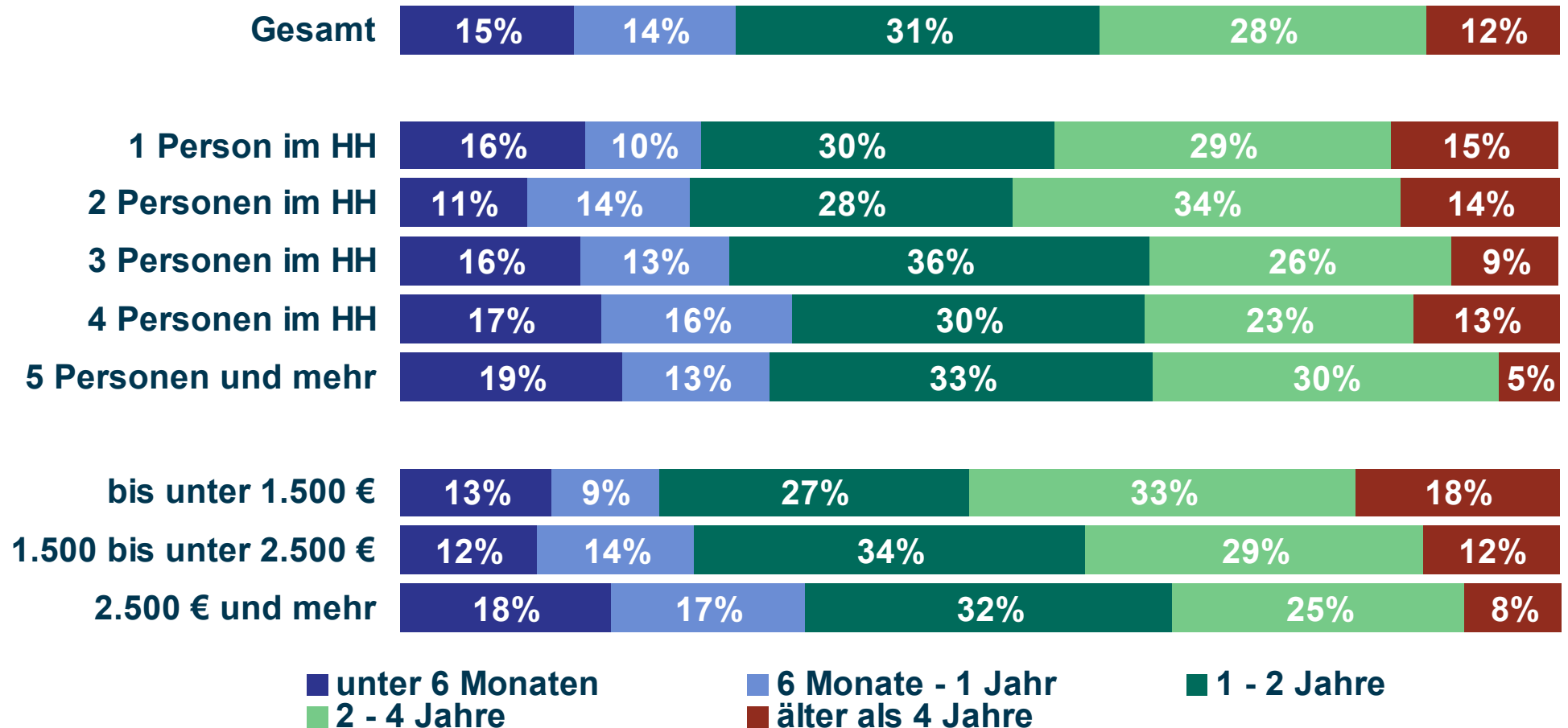


Ergebnisse im Überblick II

- Etwa drei Viertel derjenigen, die privat einen Computer besitzen, sind auch an privaten Kaufentscheidungen von Computern und Computerzubehör beteiligt. Allerdings sind es vor allem die Männer, die für den Kauf verantwortlich sind. Etwa die Hälfte der Männer ist sehr stark an Kaufentscheidungen beteiligt. Auch 45 Prozent der über 50-Jährigen zählen zu den Entscheidern.
- In den nächsten sechs Monaten planen zwölf Prozent der Bevölkerung (dies entspricht einem Potenzial von etwa 8 Millionen) eine private Investition im Computerbereich. Von den 14-29-Jährigen plant sogar über ein Viertel eine Anschaffung.
- Im Zeitvergleich ist besonders bei den Jüngeren und den Vier-Personen-Haushalten eine Steigerung bei den Investitionen im privaten Bereich zu verzeichnen.

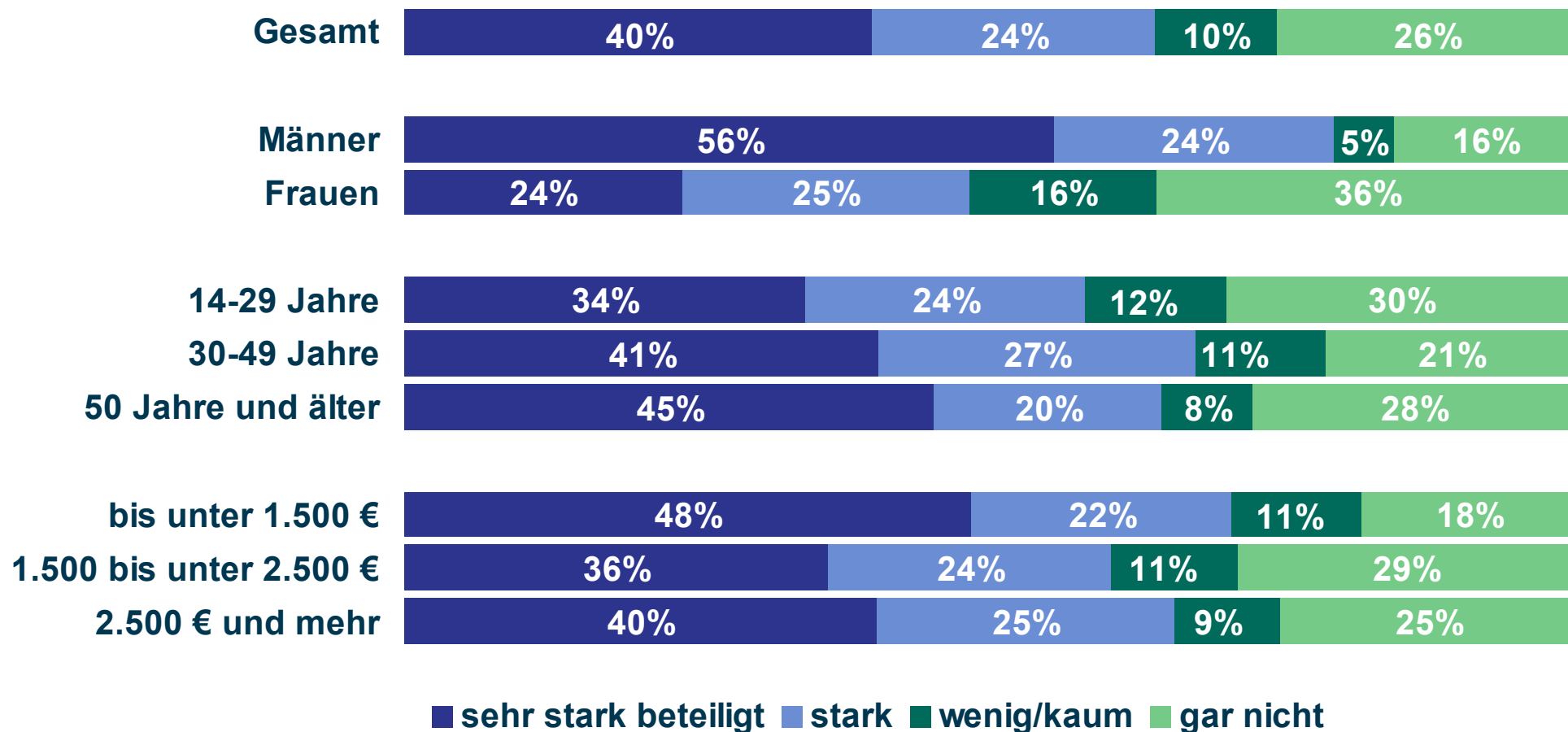
Alter des zuletzt erworbenen Computers

Nach Haushaltsgröße und HH-Nettoeinkommen



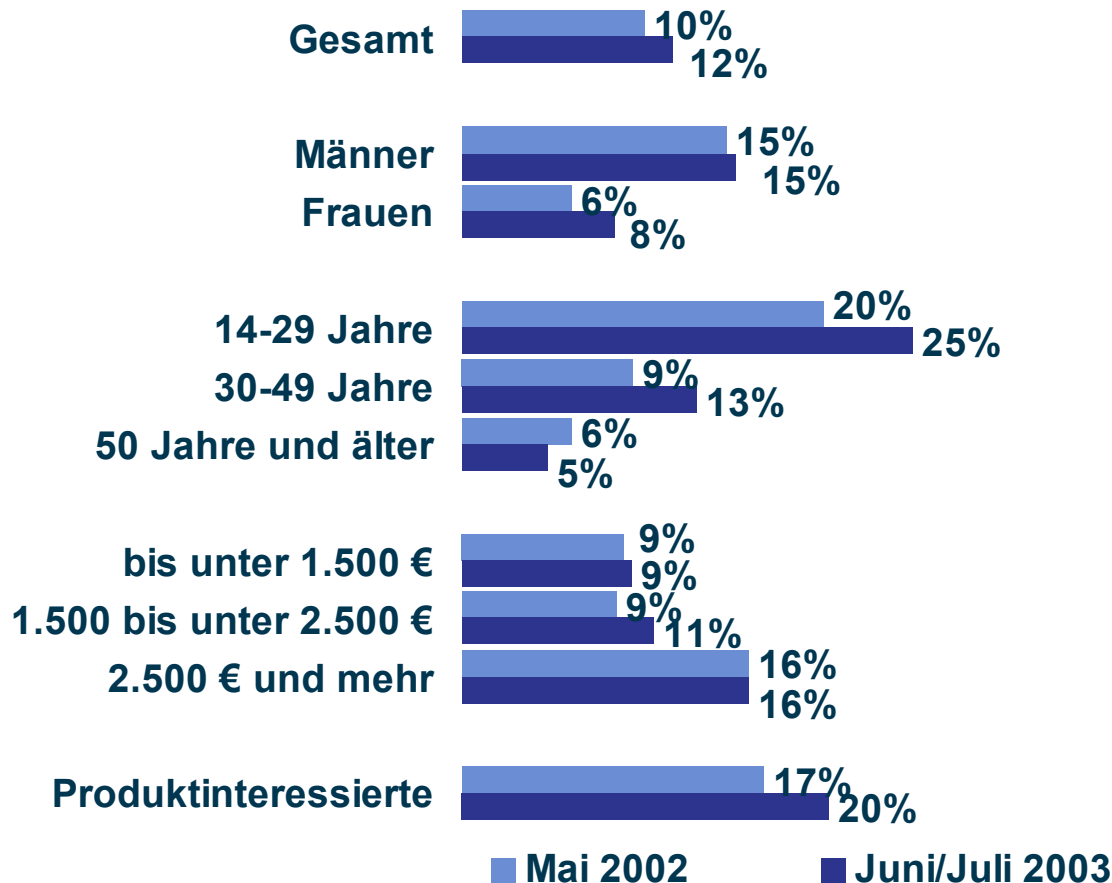
Privater Erwerb von Computern und ~zubehör

Beteiligung an der Kaufentscheidung



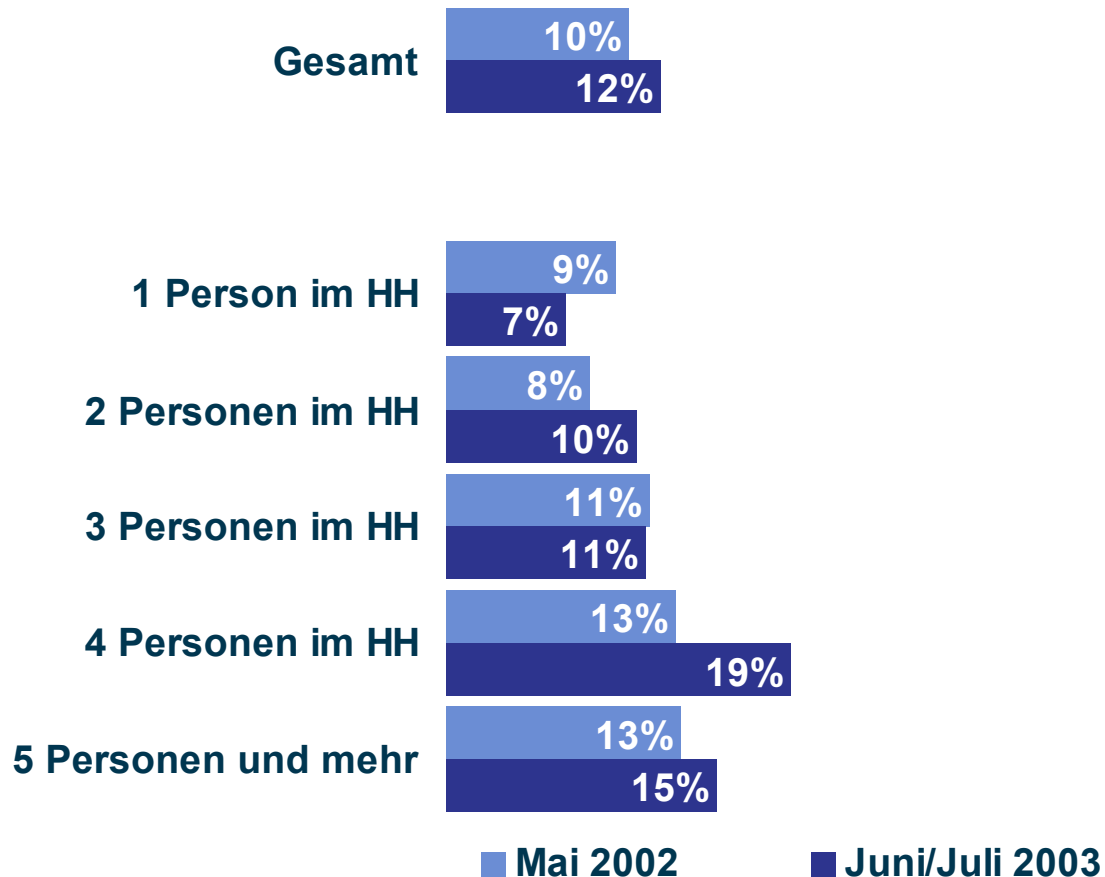
Geplante private Investitionen im Bereich Computer

In den nächsten sechs Monaten (nach Soziodemographie)



Geplante private Investitionen im Bereich Computer

In den nächsten sechs Monaten (nach Haushaltsgröße)

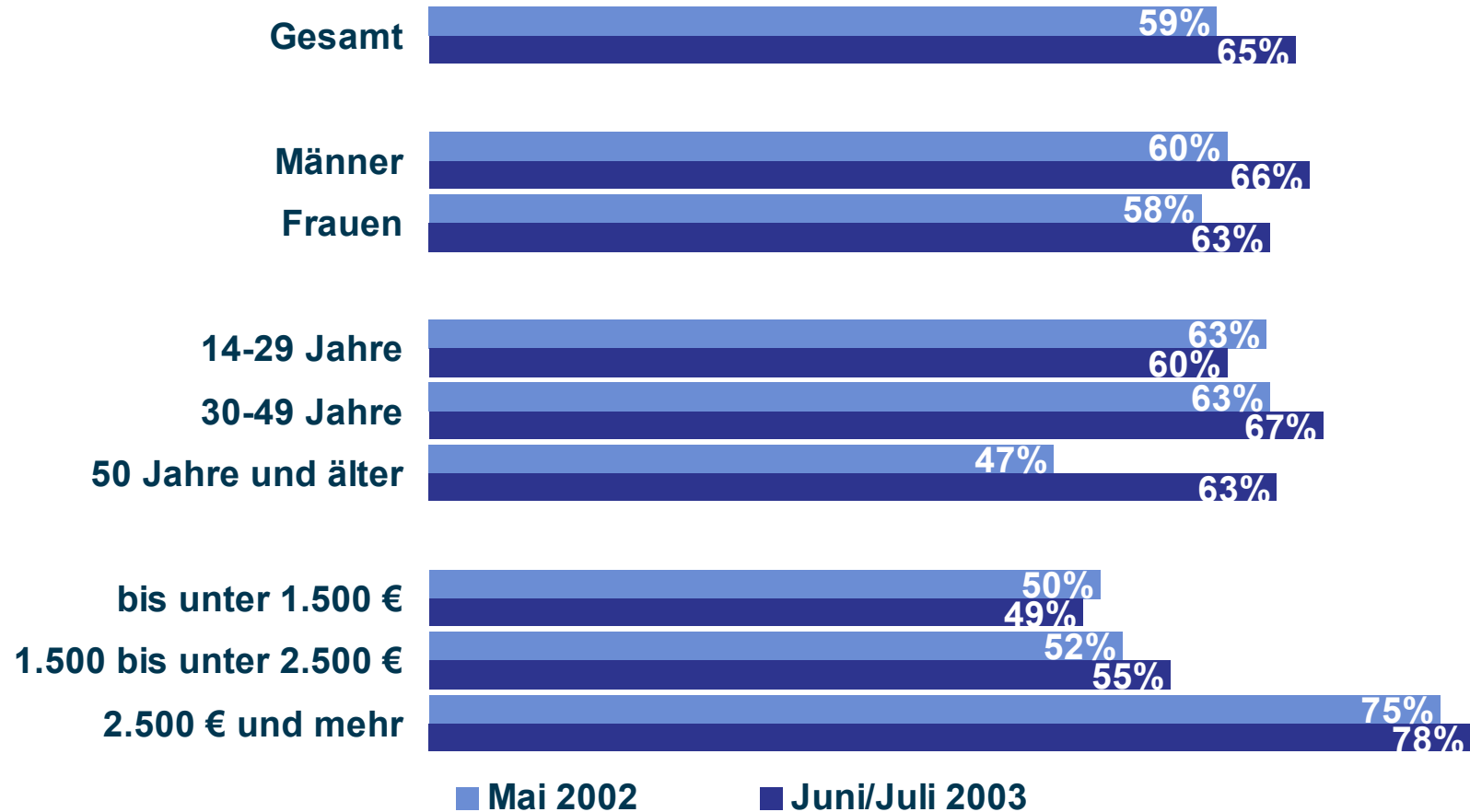


Ergebnisse im Überblick III

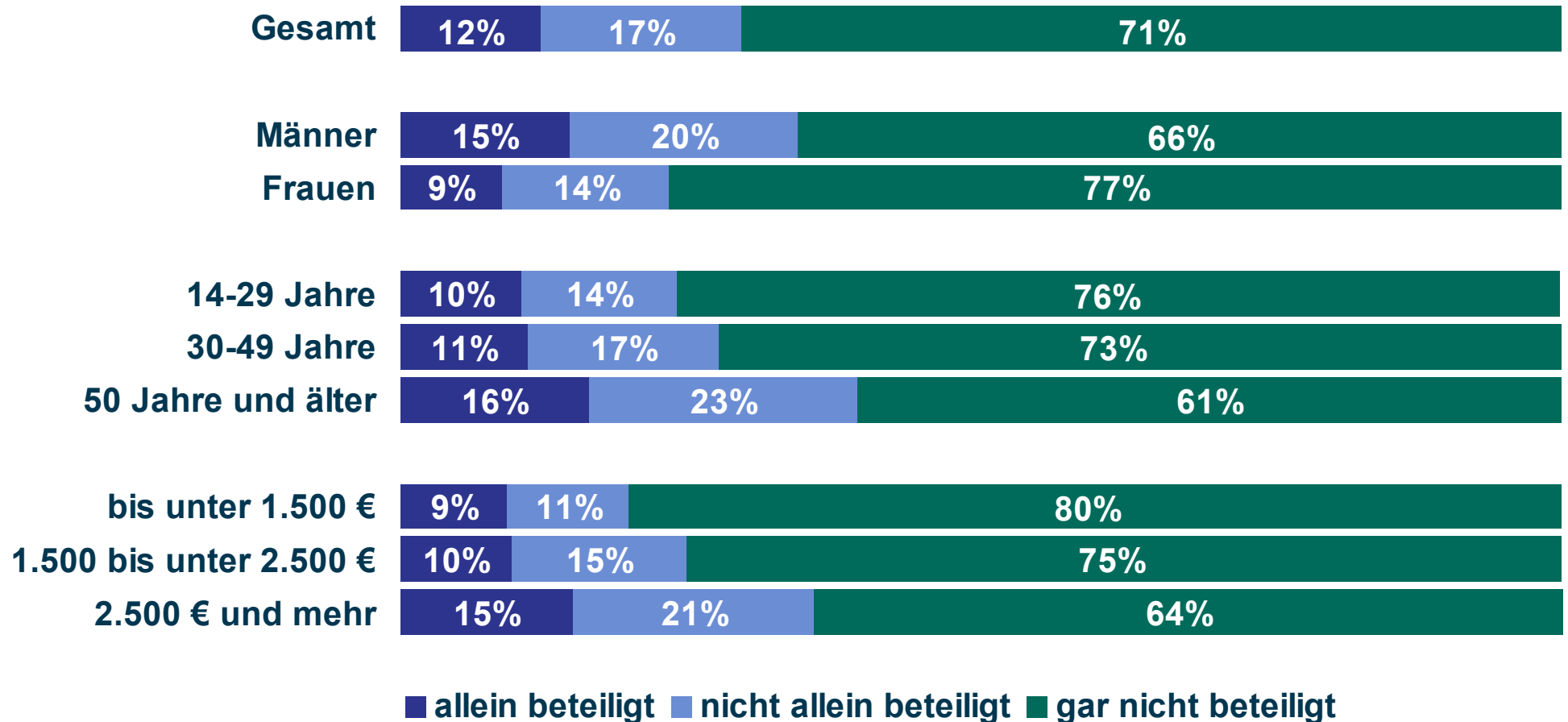
- Etwa zwei Drittel aller Personen, die voll berufstätig sind, nutzen an ihrem Arbeitsplatz auch einen Computer. Bei den Besserverdienenden sind es fast achtzig Prozent.
- Computerkenntnisse sind mittlerweile auch für die älteren Arbeitnehmer unabdingbar. Während im Sommer 2002 nur etwa die Hälfte der über 50-Jährigen, die voll berufstätig sind, einen eigenen Computer am Arbeitsplatz hatte, arbeiten ein Jahr später über sechzig Prozent an Computerarbeitsplätzen. Dies entspricht einer Steigerung von etwa 35 Prozent.
- Etwa 30 Prozent der berufstätigen Bevölkerung, deren Arbeitsplatz mit einem Computer ausgestattet ist, können über die Anschaffung von Computern und Computerzubehör mitentscheiden. Vor allem Männer, die über 50-Jährigen und Personen mit einem hohen Einkommen zählen zu den Entscheidungsträgern.

Computer am Arbeitsplatz

Nach Soziodemographie (nur Vollberufstätige)

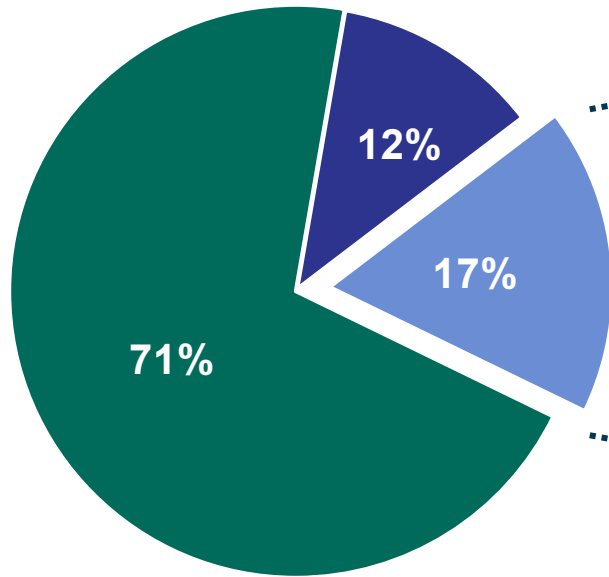


Beteiligung bei beruflichen Kaufentscheidungen von Computern und ~zubehör I

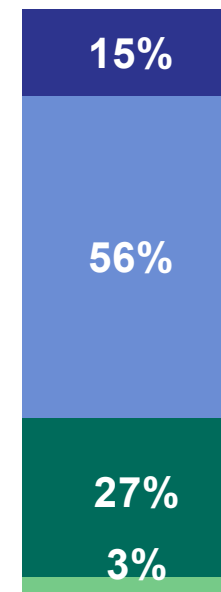


Beteiligung bei beruflichen Kaufentscheidungen von Computern und ~zubehör II

Beteiligung an Kaufentscheidung



Stärke der Beteiligung



■ allein beteiligt ■ nicht allein beteiligt
 ■ gar nicht beteiligt

■ sehr stark ■ stark ■ wenig ■ kaum