

DOKUMENTATION

ENGAGEMENT-BEFRAGUNG VON JUGENDLICHEN UND JUNGEN ERWACHSENEN FÜR DEN DRITTEN ENGAGEMENTBERICHT (DEB- JUGENDBEFRAGUNG 2019)

INHALT

Über die Studie	1
Der Dritte Engagementbericht.....	1
Die Studie.....	1
Die Datendokumentation	1
Methodenbeschreibung	2
Fragebogen	5
Variablenbericht	13
Geschlecht	13
Geburtsjahr/Alter	13
Derzeitige Hauptbeschäftigung	14
Angestrebter Bildungsabschluss	14
Höchster erreichter Bildungsabschluss	15
Kombinierte Bildungsvariable.....	15
Bildungsabschluss Mutter	16
Bildungsabschluss Vater.....	16
Staatsbürgerschaft.....	17
Geburtsland Mutter	17
Geburtsland Vater.....	17
Migrationshintergrund	18
Familiensprache	18
Ortsgrößenklassifikation	19
Engagementabfrage	20
Engagementbereich.....	20
Engagementstatus.....	21
Grad des digitalen Engagements (Digitals)	21
Engagement Zeitaufwand	22
Org. Rahmen des Engagements.....	23
Anstoß für Engagement	24
Ziele des Engagements	25
Engagementhäufigkeit	26
Motive des Engagements.....	27
Relevanz des Internets für Engagement.....	28
Aktivitäten im Internet (Allgemein).....	29
Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)	30
App-Nutzung im Alltag	31
App-Nutzung im Engagement	32
Nutzung von Internet-Diensten im Alltag	34
Nutzung von Internet-Diensten im Engagement	35
Medienkompetenz	36
Gründe der Internetnutzung für Engagement	37
Einstellungen zu pol. und gesell. Diskussionen im Internet.....	38
Politisches Interesse	39
Bürger*innennormen.....	40
Merkmalskombinationen: Geschlecht	41
Geschlecht * Geburtsjahr	41
Geschlecht * Derzeitige Hauptbeschäftigung.....	42
Geschlecht * Angestrebter Bildungsabschluss	42
Geschlecht * Höchster erreichter Bildungsabschluss	42
Geschlecht * Kombinierte Bildungsvariable	43
Geschlecht * Bildungsabschluss Mutter.....	43
Geschlecht * Bildungsabschluss Vater	43
Geschlecht * Staatsbürgerschaft.....	44
Geschlecht * Geburtsland Mutter	44
Geschlecht * Geburtsland Vater.....	44
Geschlecht * Familiensprache (Deutsch).....	44
Geschlecht * Familiensprache (Andere)	45
Geschlecht * Engagementstatus	46
Geschlecht * Grad des digitalen Engagements (Digitals).....	46

Geschlecht * Engagementabfrage.....	46
Geschlecht * Engagementbereich.....	46
Geschlecht * Engagement Zeitaufwand	50
Geschlecht * Org. Rahmen des Engagements	51
Geschlecht * Anstoß für Engagement	52
Geschlecht * Ziele des Engagements.....	54
Geschlecht * Engagementhäufigkeit.....	57
Geschlecht * Motive des Engagements.....	57
Geschlecht * Relevanz des Internets für Engagement.....	60
Geschlecht * Aktivitäten im Internet (Allgemein)	60
Geschlecht * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement).....	62
Geschlecht * App-Nutzung im Alltag.....	66
Geschlecht * App-Nutzung im Engagement.....	69
Geschlecht * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag.....	73
Geschlecht * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement.....	74
Geschlecht * Medienkompetenz.....	76
Geschlecht * Gründe der Internetnutzung für Engagement.....	78
Geschlecht * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet	80
Geschlecht * Politisches Interesse	82
Geschlecht * Bürger*innennormen	83
Merkmalskombinationen: Altersgruppen	85
Altersgruppen * Geschlecht	85
Altersgruppen * Derzeitige Hauptbeschäftigung	85
Altersgruppen * Angestrebter Bildungsabschluss	86
Altersgruppen * Höchster erreichter Bildungsabschluss.....	86
Altersgruppen * Kombinierte Bildungsvariable	86
Altersgruppen * Bildungsabschluss Mutter	87
Altersgruppen * Bildungsabschluss Vater.....	87
Altersgruppen * Staatsbürgerschaft.....	87
Altersgruppen * Geburtsland Mutter	88
Altersgruppen * Geburtsland Vater.....	88
Altersgruppen * Familiensprache (Deutsch)	88
Altersgruppen * Familiensprache (Andere).....	89
Altersgruppen * Engagementstatus.....	90
Altersgruppen * Grad des digitalen Engagements (Digitals).....	90
Altersgruppen * Engagementabfrage	90
Altersgruppen * Engagementbereich.....	90
Altersgruppen * Engagement Zeitaufwand	94
Altersgruppen * Org. Rahmen des Engagements	95
Altersgruppen * Anstoß für Engagement	96
Altersgruppen * Ziele des Engagements	98
Altersgruppen * Engagementhäufigkeit	101
Altersgruppen * Motive des Engagements.....	102
Altersgruppen * Relevanz des Internets für Engagement.....	104
Altersgruppen * Aktivitäten im Internet (Allgemein)	105
Altersgruppen * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)	107
Altersgruppen * App-Nutzung im Alltag	111
Altersgruppen * App-Nutzung im Engagement	114
Altersgruppen * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag	118
Altersgruppen * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement	119
Altersgruppen * Medienkompetenz	121
Altersgruppen * Gründe der Internetnutzung für Engagement	123
Altersgruppen * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet....	125
Altersgruppen * Politisches Interesse	127
Altersgruppen * Bürger*innennormen.....	128
Merkmalskombinationen: Ortsgröße	131
Ortsgröße * Geschlecht	131
Ortsgröße * Geburtsjahr.....	131
Ortsgröße * Derzeitige Hauptbeschäftigung	132
Ortsgröße * Angestrebter Bildungsabschluss	133

Ortsgröße * Höchster erreichter Bildungsabschluss.....	133
Ortsgröße * Kombinierte Bildungsvariable.....	133
Ortsgröße * Bildungsabschluss Mutter.....	134
Ortsgröße * Bildungsabschluss Vater.....	134
Ortsgröße * Staatsbürgerschaft.....	134
Ortsgröße * Geburtsland Mutter.....	135
Ortsgröße * Geburtsland Vater.....	135
Ortsgröße * Familiensprache (Deutsch).....	135
Ortsgröße * Familiensprache (Andere).....	136
Ortsgröße * Engagementstatus.....	137
Ortsgröße * Grad des digitalen Engagements (Digitals).....	137
Ortsgröße * Engagementabfrage.....	137
Ortsgröße * Engagementbereich.....	138
Ortsgröße * Engagement Zeitaufwand.....	142
Ortsgröße * Org. Rahmen des Engagements.....	143
Ortsgröße * Anstoß für Engagement.....	144
Ortsgröße * Ziele des Engagements.....	147
Ortsgröße * Engagementhäufigkeit.....	150
Ortsgröße * Motive des Engagements.....	151
Ortsgröße * Relevanz des Internets für Engagement.....	153
Ortsgröße * Aktivitäten im Internet (Allgemein).....	154
Ortsgröße * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement).....	156
Ortsgröße * App-Nutzung im Alltag.....	160
Ortsgröße * App-Nutzung im Engagement.....	163
Ortsgröße * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag.....	167
Ortsgröße * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement.....	168
Ortsgröße * Medienkompetenz.....	170
Ortsgröße * Gründe der Internetnutzung für Engagement.....	172
Ortsgröße * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet.....	174
Ortsgröße * Politisches Interesse.....	176
Ortsgröße * Bürger*innennormen.....	177
Merkmalskombinationen: Schulbildung.....	180
Schulbildung * Geschlecht.....	180
Schulbildung * Geburtsjahr.....	180
Schulbildung * Derzeitige Hauptbeschäftigung.....	181
Schulbildung * Angestrebter Bildungsabschluss.....	182
Schulbildung * Höchster erreichter Bildungsabschluss.....	182
Schulbildung * Bildungsabschluss Mutter.....	182
Schulbildung * Bildungsabschluss Vater.....	183
Schulbildung * Staatsbürgerschaft.....	183
Schulbildung * Geburtsland Mutter.....	183
Schulbildung * Geburtsland Vater.....	183
Schulbildung * Familiensprache (Deutsch).....	184
Schulbildung * Familiensprache (Andere).....	185
Schulbildung * Engagementstatus.....	186
Schulbildung * Grad des digitalen Engagements (Digitals).....	186
Schulbildung * Engagementabfrage.....	186
Schulbildung * Engagementbereich.....	186
Schulbildung * Engagement Zeitaufwand.....	190
Schulbildung * Org. Rahmen des Engagements.....	191
Schulbildung * Anstoß für Engagement.....	192
Schulbildung * Ziele des Engagements.....	194
Schulbildung * Engagementhäufigkeit.....	196
Schulbildung * Motive des Engagements.....	197
Schulbildung * Relevanz des Internets für Engagement.....	199
Schulbildung * Aktivitäten im Internet (Allgemein).....	199
Schulbildung * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement).....	202
Schulbildung * App-Nutzung im Alltag.....	206
Schulbildung * App-Nutzung im Engagement.....	209
Schulbildung * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag.....	213

Schulbildung * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement	214
Schulbildung * Medienkompetenz	216
Schulbildung * Gründe der Internetnutzung für Engagement	217
Schulbildung * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet.....	219
Schulbildung * Politisches Interesse.....	221
Schulbildung * Bürger*innennormen.....	222
Merkmalskombinationen: Grad des digitalen Engagements (Digitals).....	224
Digitals * Geschlecht.....	224
Digitals * Geburtsjahr	224
Digitals * Derzeitige Hauptbeschäftigung.....	225
Digitals * Angestrebter Bildungsabschluss	226
Digitals * Höchster erreichter Bildungsabschluss	226
Digitals * Kombinierte Bildungsvariable	226
Digitals * Bildungsabschluss Mutter	227
Digitals * Bildungsabschluss Vater	227
Digitals * Staatsbürgerschaft.....	227
Digitals * Geburtsland Mutter	228
Digitals * Geburtsland Vater	228
Digitals * Familiensprache (Deutsch).....	228
Digitals * Familiensprache (Andere)	229
Digitals * Engagementstatus	230
Digitals * Engagementbereich	230
Digitals * Engagement Zeitaufwand	234
Digitals * Org. Rahmen des Engagements	235
Digitals * Anstoß für Engagement	236
Digitals * Ziele des Engagements.....	238
Digitals * Engagementhäufigkeit	241
Digitals * Motive des Engagements	242
Digitals * Relevanz des Internets für Engagement.....	244
Digitals * Aktivitäten im Internet (Allgemein)	245
Digitals * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)	247
Digitals * App-Nutzung im Alltag.....	251
Digitals * App-Nutzung im Engagement.....	254
Digitals * Nutzung von Online-Diensten im Alltag	258
Digitals * Nutzung von Online-Diensten im Engagement	259
Digitals * Medienkompetenz.....	261
Digitals * Gründe der Internetnutzung für Engagement.....	262
Digitals * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet	265
Digitals * Politisches Interesse	267
Digitals * Bürger*innennormen	268

ÜBER DIE STUDIE

Der Dritte Engagementbericht

Die „Engagement-Befragung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen“ (DEB-Jugendbefragung 2019) ist im Rahmen der Arbeit am Dritten Bericht über die Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements in der Bundesrepublik Deutschland (Dritter Engagementbericht) entstanden. Der Dritte Engagementbericht hat den Schwerpunkt „Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter.“ Der Bericht wurde von einer unabhängigen Kommission im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) erstellt. Hintergründe zum Dritten Engagementbericht finden sie auf <https://www.dritterengagementbericht.de/>.

Die Studie

Die DEB-Jugendbefragung 2019 ist eine empirische Studie, die zum Ziel hat, die Realität Jugendlichen Engagements zu erfassen. Entsprechend des Berichtsauftrags wurde ein besonderer Fokus auf digitales Engagement gelegt. Die Themen der Befragung umfassen Ehrenamtsmotive und Ziele, Organisationsrahmen, Zeitaufwand, digitales Engagement, Medienkompetenz und -nutzung, politische Einstellungen u.v.m.

Mit der Durchführung der Erhebung wurde das IFAK Institut GmbH & Co. KG beauftragt. Es wurden vom 21.01.2019 bis zum 29.04.2019 1.006 face-to-face Interviews (CAPI) mit 14-28-Jährigen durchgeführt, welche anhand von Quotenverfahren rekrutiert wurden (siehe Methodenbeschreibung). Die Datenerhebung für diese Studie erfolgte im Rahmen der Arbeit der Sachverständigenkommission für den Dritten Engagementbericht. Die Geschäftsstelle des Dritten Engagementberichts wurde gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

Die Datendokumentation

Die Datendokumentation bietet einen Überblick über die Erhebungsmethode, den Fragebogen, eine Übersicht über alle erhobenen Variablen inkl. Häufigkeitsverteilungen und eine Reihe von Merkmalskombinationen. Zu beachten ist, dass die in der Datendokumentation angegebenen Werte aufgrund von Rundungen geringfügig von den Werten im Dritten Engagementbericht abweichen können.

Die Rohdaten der Studie sind unter <http://doi.org/10.7802/1978> abrufbar.

METHODENBESCHREIBUNG

Zur Erhebung des aktuellen Stands des gesellschaftlichen Engagements von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter zwischen 14 und 28 Jahren wurden im Rahmen des Dritten Engagementberichts 1.006 Jugendliche aus dem gesamten Bundesgebiet befragt. Die Stichprobe ist aufgrund eines quotierten Auswahlverfahrens für die nachfolgenden Merkmale repräsentativ: Geschlecht, Alter, Nielseengebiete¹ und BIK-Ortsgrößenklassen², welche entsprechend der tatsächlichen Struktur in der Grundgesamtheit vorgegeben wurden. Die Bildungsgruppen wurden disproportional so geschichtet, dass alle drei zentralen Bildungsstufen (Hauptschule, Realschule, Fach(Abitur)) etwa in gleicher Größe in der Stichprobe vertreten waren, so dass Vergleiche zwischen diesen Gruppen exakter angestellt werden können.³ Die Erhebung fand auf der Basis persönlich-mündlicher Interviews (CAPI) mit den Jugendlichen statt. Zur Steigerung der Motivation erhielten die Befragten jeweils fünf Euro für ihre Teilnahme.

Für die Durchführung der Datenerhebung wurde nach einem Auswahlverfahren, das die Wirtschaftlichkeit, die wissenschaftliche Qualität des geplanten Vorgehens (Verfahren der Datenerhebung und Passung zum Forschungsinteresse) und die Qualität der Rahmenbedingungen der Befragungen (wie beispielsweise Erfahrungen des Anbieters, Maßnahmen zur Qualitätssicherung, Berücksichtigung der Wünsche der Sachverständigenkommission für den Dritten Engagementbericht) in Betracht nahm, das IFAK Institut GmbH & Co. KG beauftragt. Das IFAK Institut war für die Umsetzung des von der Sachverständigenkommission entwickelten Fragebogens, die Feldarbeit und die Datenprüfung verantwortlich.

Für das gewählte Quotenverfahren fand eine Vorauswahl der Zielpersonen durch die Interviewenden anhand vorgegebener Quotenmerkmale statt. Hierfür füllten die Interviewenden vorab einen Rekrutierungsbogen mit Angaben zu Quotenmerkmalen potenzieller zu Befragender im jeweiligen Tätigkeitsgebiet aus, welcher an das IFAK Institut zurückgespielt wurde. Anhand dieses Rekrutierungsportfolios wurden schließlich nach Vorgaben des Quotenplans bzw. der Quotenzellen die Interviewpartner*innen ausgewählt. Zur Steigerung der Motivation erhielten die Befragten jeweils fünf Euro für ihre Teilnahme. Der Fragebogen wurde von der Sachverständigenkommission und der Geschäftsstelle des Dritten Engagementberichts zielgruppengerecht konzipiert und umfasst insgesamt 31 Fragen zu den Bereichen Soziodemografie, allgemeines soziales Engagement, digitales Engagement, selbstperzipierte digitale Kompetenzen sowie politische Einstellungen. Ein Pre-Test führte zu geringfügigen Anpassungen des Fragebogens im Hinblick auf eine verständlichere Frageformulierung, ergänzende Anweisungen für die Interviewenden sowie die Ergänzung einiger Antwortmöglichkeiten bei den Fragen zum ausgeübten Engagement. Der Erhebungszeitraum der Studie lag zwischen dem 25.02.2019 und dem 12.04.2019. Nach Erreichen von 40 Prozent der Zielstichprobe prüfte die Sachverständigenkommission den

¹ Nielseengebiete sind eine vom Unternehmen Nielsen vorgenommene Aufteilung Deutschlands in sieben Regionen anhand der Bundesländer.

² Die Einteilung von Gemeinden nach Ortsgrößenklassen erfolgte anhand der 7-stufigen BIK-Gemeindegrößenklassifizierung, um die regionale Repräsentanz zu sichern.

³ Durch eine Rückgewichtung nach Mikrozensus für alle Analysen, die nicht direkt Bildungsgruppen vergleichen, wurde eine repräsentative Verteilung dieses Merkmals hergestellt. Weitere Informationen zum Erhebungs- und Analyseverfahren sind dem Anhang zu entnehmen.

Sampling-Fortschritt. Die Interviewdauer betrug durchschnittlich 22 Minuten ($M = 21'47''$, $SD = 06'12''$).

Erläuterung zum Redressment der Bildungs-Designgewichtung

Um einen besseren Vergleich zwischen den Bildungsgruppen ziehen und so soziale Ungleichheiten detaillierter aufdecken zu können, wurden beim Sampling die Quotenvorgaben für Hauptschulabsolvent*innen gegenüber dem Mikrozensus etwas erhöht, da deren Gruppe unter den unter 28-Jährigen heute relativ klein ist (ca. 16 %), während der Anteil der Gymnasiast*innen (ca. 50 %) in der Stichprobe etwas verringert wurde. Mittlere Bildungsabschlüsse wurden bei der Erhebung nicht disproportional gewichtet.

In folgender Tabelle werden die Anteile der Schulabschlüsse aus dem Zensus 2011 und dem Mikrozensus 2017 den Verteilungen in der Stichprobe gegenübergestellt, die aus den Quotenvorgaben (Hauptschulabschluss 30 %, Mittlerer Schulabschluss 30 %, Abitur 40 %) hervorgingen:

Tabelle 1: Vergleich der Anteile bzgl. des Schulabschlusses in Zensus 2011, Mikrozensus 2018 und DEB Jugendstudie 2019

Abschluss	Zensus 2011	Mikrozensus 2017	DEB Jugendstudie 2019
Ohne Abschluss	3,4 %	4,4 %	-
Hauptschulabschluss	18,1 %	16,0 %	30 %
Realschulabschluss	29,7 %	30,4 %	31 %
Fachhochschulreife/Abitur	48,7 %	49,2 %	39 %

Befragte mit niedrigerem Bildungsstand (ohne Abschluss und Hauptschulabschluss zusammengefasst) waren durch die Quotierung im Schnitt etwa um zehn Prozentpunkte stärker und Personen mit Abitur um etwa zehn Prozentpunkte geringer im Datensatz vertreten als in der Gesamtbevölkerung. Diese Gewichtung erlaubt für Auswertungen, bei denen Bildungsgruppen gegenübergestellt bzw. verglichen werden, statistisch sicherere Aussagen aufgrund der in allen Gruppen relativ gleichen Fallzahlen.

In Auswertungen, die sich auf andere abgefragte Variablen beziehen und Schlussfolgerungen auf die Grundgesamtheit aller 14- bis unter 28-Jährigen in Deutschland ziehen wollen, können aber durch diese sogenannte „Designgewichtung“ Verzerrungen entstehen; Engagementformen, die häufiger von Personen mit Abitur ausgeübt werden, würden beispielsweise etwas unterschätzt, weil im Datensatz etwas weniger Abiturient*innen als in der Gesamtbevölkerung vertreten sind. Solche Verzerrungen lassen sich durch ein sogenanntes „Redressment“, also eine Rückgewichtung im Datensatz, wieder ausgleichen. Dazu wird auf den Mittelwert der Bildungsabschlüsse der beiden Jahre 2011 (Zensus der Gesamtbevölkerung) und 2017 (letzte verfügbare Mikrozensusdaten) zurückgegriffen, die in etwa den Abschnitt der Kohorten mit den am längsten (Personen mit Abschlüssen vor/um 2010) und am kürzesten zurückliegenden Abschlüssen (Personen mit Abschlüssen vor/um 2017) der Befragten umfassen. Die zum Zeitpunkt der Befragung noch die Schule besuchenden Befragten wurden in der Stichprobenziehung nicht gewichtet, die Verteilung der von ihnen angestrebten Abschlüsse in den Daten (Hauptschulabschluss 20,8 %,

Realschulabschluss 31 %, FHS-Reife/Abitur 48,1 %) entspricht in etwa der Verteilung in der Grundgesamtheit.

Es wurde ein Gewichtungsverfahren gewählt, das die Gesamtzahl der Fälle in der Summe nicht verändert, um über die gesamte Auswertung eine grundsätzliche Vergleichbarkeit der Daten herzustellen. Das mit diesem Vorgehen theoretisch verbundene Problem der Inflation möglicher Stichprobenfehler wurde aufgrund der hohen Fallzahl in der Gruppe der stärker gewichteten Abiturient*innen als relativ gering bewertet.⁸⁷

Gewichtet wurden, wie bereits kurz angesprochen, nur die Personen, die bereits einen allgemeinbildenden Abschluss erworben hatten; bei diesen handelte es sich um 703 Personen, für die sich leicht unterschiedliche Verteilungen ergaben als die in Tabelle A1 für alle Personen der Stichprobe (inklusive der Schüler*innen) ausgewiesen. Diese Fallzahlen und Prozentanteile sind in Tabelle A2 (linke Spalte) aufgeführt. Auf dieser Basis ergibt sich aus den Daten in Tabelle A1 ein Gewichtungsfaktor von $((21,5 + 20,4)/2)/33,57 = 0,6241$ für Hauptschüler*innen, von $((29,7+30,4)/2)/30,87=0,9734$ für Realschüler*innen sowie von $((48,7 + 49,2)/2)/35,56 = 1,3765$ für Befragte mit Fachhochschulreife bzw. Abitur.

Tabelle 2: Ungewichtete und gewichtete Anteile der Schulabschlüsse in DEB Jugendstudie 2019

Abschluss	Personen mit Abschluss ungewichtet		Personen mit Abschluss gewichtet		Gesamtstichprobe nach Gewichtung	
	n	%	n	%	n	%
Ohne/Hauptschulabschluss	236	33,57	147	21,0	210	20,9
Realschulabschluss	217	30,87	211	30,1	305	30,4
Fachhochschulreife/Abitur	250	35,56	344	49,0	490	48,7
Gesamt	703	100,0	703	100,0	1006	100,0

Gewichtet wurde anhand einer Gewichtungsvariable die sich wie folgt zusammensetzt:

Gewicht „GewichtBildung“	
0,6241	Befragte mit abgeschlossenem Hauptschulabschluss
0,9734	Befragte mit abgeschlossenem Realschulabschluss
1,3765	Befragte mit Fachhochschulreife und Abiturient*innen
1	Befragte die noch keinen Abschluss haben (Schüler*innen)

Erstellt wird diese Variable mit SPSS anhand der Syntax:

```
COMPUTE GewichtBildung = 1 .
IF (A5 < 3) GewichtBildung = 0.6241.
IF (A5 = 3) GewichtBildung = 0.9734.
IF (A5 > 3) GewichtBildung = 1.3765.
```

Oder mit STATA:

```
gen GewichtBildung = 1
replace GewichtBildung = 0.6241 if A5 < 3 & !missing(A5)
replace GewichtBildung = 0.9734 if A5 == 3 & !missing(A5)
replace GewichtBildung = 1.3765 if A5 > 3 & !missing(A5)
```

FRAGEBOGEN

Interviewerangaben

- Interviewnummer
- Ort (Kodierung in BIK)
- Datum, Uhrzeit
- Länge des Interviews

A - Soziodemografische Angaben

(1) Geschlecht

<Bei "Keine Angabe" durch Interviewer codieren>

A1: Welches Geschlecht haben Sie?

Antwortmöglichkeiten:

1. männlich
2. weiblich

(2) Geburtsjahr

A2: In welchem Jahr wurden Sie geboren?

Antwortmöglichkeiten:

offener Indikator (vierstellige Jahresangabe)

(3) Hauptbeschäftigung

<Zutreffendes ankreuzen, nur eine Angabe möglich>

A3: Was ist derzeit Ihre Hauptbeschäftigung?

Antwortmöglichkeiten:

1. Ich gehe zur Schule <weiter mit (4)>
2. Ich befinde mich in einer Berufsausbildung <weiter mit (5)>
3. Ich besuche eine (Fach-)Hochschule/Universität <weiter mit (5)>
4. Ich absolviere ein Freiwilligen-Jahr <weiter mit (5)>
5. Ich bin berufstätig (Halb- oder Ganztage) <weiter mit (5)>
6. Ich bin auf Arbeitssuche/ohne Beschäftigung <weiter mit (5)>
7. Etwas anderes <weiter mit (5)>
99. Keine Angabe

(4) Angestrebter höchster Bildungsabschluss

<Falls (B3,1) zutrifft>

A4: Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen?

Antwortmöglichkeiten:

1. Keinen Schulabschluss
2. Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss
3. Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss
4. Fachhochschulreife
5. Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)
6. Einen anderen Schulabschluss, und zwar: <OA4 (Freitexteingabe)>
99. Keine Angabe

(5) Höchster erreichter Bildungsabschluss

<Falls (3,1) nicht zutrifft>

A5: Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht?

Antwortmöglichkeiten:

1. Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss
2. Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss
3. Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss
4. Fachhochschulreife
5. Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)
6. Universitäts- oder Fachhochschulabschluss
7. Einen anderen Schulabschluss, und zwar: <OA5 (Freitexteingabe)>
99. Keine Angabe

(6) Bildungsabschluss Mutter

<Zutreffendes ankreuzen, nur eine Angabe möglich>

A6: Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter?

Antwortmöglichkeiten:

1. Keinen Schulabschluss
2. Hauptschulabschluss
3. Mittlere Reife
4. (Fach-)Abitur/(Fach-)Hochschulreife
99. Keine Angabe

(7) Bildungsabschluss Vater

<Zutreffendes ankreuzen, nur eine Angabe möglich>

A7: Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater?

Antwortmöglichkeiten:

1. Keinen Schulabschluss
2. Hauptschulabschluss
3. Mittlere Reife
4. (Fach-)Abitur/(Fach-)Hochschulreife
99. Keine Angabe

(8) Staatsbürgerschaft

<Bei Unklarheit über Staatsbürgerschaft alternativ nach Nationalität/Pass fragen>

A8: Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft?

Antwortmöglichkeiten:

1. Nein
2. Ja
99. Keine Angabe

(9) Geburtsland Mutter

A9: Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren?

Antwortmöglichkeiten:

1. Nein
2. Ja
99. Keine Angabe

(10) Geburtsland Vater

A10: Ist Ihr Vater in Deutschland geboren?

Antwortmöglichkeiten:

1. Nein
2. Ja
99. Keine Angabe

(11) Familiensprache

A11: In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich?

Antwortmöglichkeiten:

1. Deutsch
2. Andere: <OA11 (Freitexteingabe)>
99. Keine Angabe

B - Soziales Engagement

(12) Engagementabfrage

B12: Nun interessiert uns, was Sie in Ihrer Freizeit machen. Manche verbringen ihre Zeit damit, sich zu engagieren, d.h. sich für etwas einzusetzen, was ihnen sehr wichtig ist. Trifft das auf Sie in irgendeiner Weise zu?

Antwortmöglichkeiten:

1. Nein
2. Ja
99. Keine Angabe

(13) Engagementbereiche

<Zutreffendes ankreuzen, mehrere Antworten möglich>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Denken Sie nun einmal an die letzten zwölf Monate. Ich gebe Ihnen einige Bereiche vor, in denen Menschen sich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck einsetzen. Bitte sagen Sie mir für jeden Bereich, ob Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt haben.

B13_1: Sport und Bewegung

B13_2: Kultur und Musik

B13_3: Freizeit und Geselligkeit

B13_4: Sozialer Bereich

B13_5: Gesundheitsbereich

B13_6: Schule oder Kindergarten

B13_7: Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene

B13_8: Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz

B13_9: Politik und politische Interessenvertretung

B13_10: Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes

B13_11: Kirchlicher oder religiöser Bereich

B13_12: Justiz oder Kriminalitätsprobleme

B13_13: Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr

B13_14: In keinem dieser Bereiche

Antwortmöglichkeiten:

1. *Trifft nicht zu*
2. *Trifft zu*

(14) Engagement Zeitaufwand

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

OB14: Denken Sie nun einmal an die letzten vier Wochen. Was schätzen Sie, wieviele Stunden haben Sie pro Woche für Ihr Engagement insgesamt verwendet?

Antwortmöglichkeiten:

Offener Indikator, Angaben in Stunden

Nur ganze Stundenangaben

99. Keine Angabe

(15) Org. Rahmen des Engagements

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

<Zutreffendes ankreuzen, mehrere Antworten möglich>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Was würden Sie sagen, in welchem Rahmen sind Sie engagiert?

B15_1: In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei

B15_2: im Rahmen der Schule oder Hochschule

B15_3: In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation

B15_4: In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert.

B15_5: Ich mache das eher alleine.

Antwortmöglichkeiten:

1. *Trifft nicht zu*
2. *Trifft zu*

(16) Anstoß fürs Engagement

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

<Zutreffendes ankreuzen, mehrere Antworten möglich>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Wenn Sie nun einmal an Ihr Engagement denken, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt. Wie sind Sie zu diesem Engagement gekommen?

B16_1: Durch Freunde bzw. Freundinnen

B16_2: Durch meine Familie

B16_3: Durch die Schule/Lehrkräfte

B16_4: Ich habe es mir selbst überlegt.

B16_5: Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe.

B16_6: Ich bin im Internet darauf gestoßen.

B16_7: Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe.

B16_8: Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien

Antwortmöglichkeiten:

1. *Trifft nicht zu*
2. *Trifft zu*

(17) Ziele des Engagements

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Wenn Sie nun einmal an alle Ihre Engagementaktivitäten denken, wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele?

B17_1: Die Interessen von Jugendlichen vertreten.

B17_2: Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen.

B17_3: Menschen mit Behinderungen helfen.

B17_4: Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen.

B17_5: anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen

B17_6: Armen oder sozial schwachen Menschen helfen.

B17_7: Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen.

B17_8: Älteren Menschen helfen.

B17_9: Etwas für Menschen in armen Ländern tun.

B17_10: Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen.

Antwortmöglichkeiten:

1. Unwichtig
2. Eher unwichtig
3. Eher wichtig
4. Sehr wichtig
99. Keine Angabe

(18) Engagementhäufigkeit

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

<Falls Nachfrage der Hinweis, dass das gesamte Engagement gemeint ist.>

B18: Wie häufig findet Ihr Engagement statt?

Antwortmöglichkeiten:

1. Täglich
2. Mehrmals in der Woche
3. Einmal in der Woche
4. Mehrmals im Monat
5. Einmal im Monat
6. Seltener als einmal im Monat

(19) Ehrenamtsmotive

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

Welche der folgenden Gründe SIND für Sie wichtig, um sich ehrenamtlich zu engagieren?

Falls (12,1) UND (13,a-m) NICHT zutreffen

Welche der folgenden Gründe KÖNNTEN für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren?

B19_1: Es muss mir Spaß machen.

B19_2: Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden.

B19_3: Ich muss damit wirklich etwas bewegen können.

B19_4: Es muss unverbindlich sein.

B19_5: Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache.

B19_6: Ich muss bestimmen können, was ich mache.

B19_7: Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein.

B19_8: Ich will meine Fähigkeiten einbringen können.

Antwortmöglichkeiten:

1. Unwichtig
2. Eher unwichtig
3. Eher wichtig
4. Sehr wichtig
99. Keine Angabe

C - Digitales Engagement

(20) Relevanz des Internets fürs Engagement

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

C20: Spielen Internet und soziale Medien für eine oder mehrere Ihrer Engagement-Aktivitäten eine Rolle? Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus:

Antwortmöglichkeiten

1. gar nicht
2. eher weniger
3. teils/teils
4. überwiegend
5. vollständig
6. Keine Angabe

(21) Aktivitäten im Internet (Allgemein)

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

<Bei Nachfragen, hier geht es allgemein um das Medienverhalten>

Heutzutage spielen Internet und soziale Medien eine mehr oder weniger große Rolle. Wie ist das bei Ihnen? Wie häufig haben Sie in den letzten zwölf Monaten...

C21_1: ...Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?

C21_2: ...interessante Beiträge an andere weitergeleitet?

C21_3: ...Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt?

C21_4: ...Aussagen anderer öffentlich kommentiert?

C21_5: ...einen Blog oder eine Webseite gepflegt?

C21_6: ...ein Video oder eine Story erstellt?

C21_7: ...online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?

Antwortmöglichkeiten:

1. Täglich
2. Mehrmals pro Woche
3. Mehrmals im Monat
4. Seltener als einmal im Monat
5. Nie
99. Keine Angabe

(22) Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

Wenn Sie jetzt einmal an politische und gesellschaftliche Themen (oder auch ihr Engagement) denken, wie häufig haben Sie dann in den letzten zwölf Monaten...

C22_1: ...Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?

C22_2: ...interessante Beiträge an andere weitergeleitet?

C22_3: ...Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt?

C22_4: ...Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert?

C22_5: ...online Geld gespendet?

C22_6: ...bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)?

C22_7: ...einen Online-Spendenauftrag geteilt?

C22_8: ...einen Blog oder eine Webseite gepflegt?

C22_9: ...ein Video oder eine Story erstellt?

C22_10: ...eine Online-Gruppe mitgegründet?

C22_11: ...sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr)

C22_12: ...online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?

Antwortmöglichkeiten:

1. Täglich
2. Mehrmals pro Woche
3. Mehrmals im Monat
4. Seltener als einmal im Monat
5. Nie
99. Keine Angabe

(23) App-Nutzung im Alltag

<Falls (12,0) UND (13,n) zutreffen>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit?

C23_1: WhatsApp

C23_2: Instagram

C23_3: Snapchat

C23_4: Facebook

C23_5: Twitter

C23_6: Skype

C23_7: E-Mail

C23_8: Sonstiges <Weiter zu OC23 (Freitexteingabe)>

Antwortmöglichkeiten:

1. *Täglich*
2. *Mehrmals pro Woche*
3. *Mehrmals im Monat*
4. *Seltener als einmal im Monat*
5. *Nie*
99. *Keine Angabe*

(24) App-Nutzung im Engagement

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Und wenn Sie nun einmal an Ihr Engagement denken. Wie wichtig sind dann für Sie die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements?

C24_1: WhatsApp

C24_2: Instagram

C24_3: Snapchat

C24_4: Facebook

C24_5: Twitter

C24_6: Skype

C24_7: E-Mail

C24_8: Sonstiges <Weiter zu OC24 (Freitexteingabe)>

Antwortmöglichkeiten:

1. *Unwichtig*
2. *Eher unwichtig*
3. *Eher wichtig*
4. *Sehr wichtig*
99. *Keine Angabe*

(25) Nutzung von Internet-Diensten im Alltag

<Falls (12,0) UND (13,n) zutreffen>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

In der digitalen Welt gibt es neben Messenger-Apps noch weitere Möglichkeiten, sich mit anderen zu vernetzen oder Aufgaben zu erledigen. Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit?

C25_1: Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)

C25_2: Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)

C25_3: Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)

C25_4: Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)

C25_6: Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)

Antwortmöglichkeiten:

1. *Täglich*
2. *Mehrmals pro Woche*
3. *Mehrmals im Monat*
4. *Seltener als einmal im Monat*
5. *Nie*
99. *Keine Angabe*

(26) Nutzung von Internet-Diensten im Engagement

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Und wenn Sie nun einmal an Ihr Engagement denken. Wie wichtig sind dann für Sie die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements?

C26_1: Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram)

C26_2: Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)

C26_3: Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)

C26_4: Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)

C26_5: Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)

C26_6: Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)

Antwortmöglichkeiten:

1. Unwichtig
2. Eher unwichtig
3. Eher wichtig
4. Sehr wichtig
99. Keine Angabe

(27) Medienkompetenz

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Das Internet und soziale Medien spielen eine mehr oder weniger große Rolle bei der Verbreitung von Informationen. Wenn Sie hier einmal an Ihre eigene Nutzung denken, inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu?

C27_1: Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.

C27_2: Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.

C27_3: Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.

C27_4: Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren.

Antwortmöglichkeiten:

1. Trifft nicht zu
2. Trifft kaum zu
3. Trifft eher zu
4. Trifft voll zu
99. Keine Angabe

(28) Gründe der Internetnutzung fürs Engagement

<Falls (12,1) ODER (13,a-m) zutreffen + falls (20,2-5 + 20,99) zutrifft>

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Wenn Sie nun einmal an diejenigen Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen?

C28_1: Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren.

C28_2: Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen.

C28_3: Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen.

C28_4: Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen.

C28_5: Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere.

C28_6: Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere.

C28_7: Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort.

Antwortmöglichkeiten:

1. Trifft nicht zu
2. Trifft kaum zu
3. Trifft eher zu
4. Trifft voll zu
99. Keine Angabe

D - Politische Einstellungen

(29) Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu?

D29_1: Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.

D29_2: Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.

D29_3: Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.

D29_4: Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.

D29_5: Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.

Antwortmöglichkeiten:

1. *Trifft nicht zu*
2. *Trifft kaum zu*
3. *Trifft eher zu*
4. *Trifft voll zu*
99. *Keine Angabe*

(30) Politisches Interesse

<Randomisierte Abfrage>

Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen?

D30_1: Ich kann politische Themen schlecht einschätzen.

D30_2: Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht.

D30_3: Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen.

D30_4: Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken.

Antwortmöglichkeiten:

1. *Trifft nicht zu*
2. *Trifft kaum zu*
3. *Trifft eher zu*
4. *Trifft voll zu*
99. *Keine Angabe*

(31) Bürger*innennormen

<Jedes Item einzeln darbieten, randomisierte Abfrage>

Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte?

D31_1: An jeder Bundestagswahl teilnehmen.

D31_2: Einer politischen Partei beitreten.

D31_3: Sich über Politik informieren.

D31_4: An Demonstrationen teilnehmen.

D31_5: Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.

D31_6: Sich an Gesetze halten.

D31_7: Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.

Antwortmöglichkeiten:

1. *Trifft nicht zu*
2. *Trifft kaum zu*
3. *Trifft eher zu*
4. *Trifft voll zu*
99. *Keine Angabe*

VARIABLENBERICHT

Geschlecht

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A1	Geschlecht	1 = männlich 2 = weiblich

	Gült. %	%	Häufigkeit
Männlich	50,0	50,0	503
Weiblich	50,0	50,0	503
Gesamt	100	100	1006

Geburtsjahr/Alter

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A2	Geburtsjahr	Offen

	Gült. %	%	Häufigkeit
1991	3,1	3,1	31
1992	7,2	7,2	72
1993	7,1	7,1	71
1994	7,2	7,2	72
1995	6,9	6,9	69
1996	7,3	7,3	73
1997	7,1	7,1	71
1998	7,3	7,3	73
1999	7,1	7,1	71
2000	6,8	6,8	68
2001	6,7	6,7	67
2002	6,7	6,7	67
2003	6,9	6,9	69
2004	6,7	6,7	67
2005	6,5	6,5	65
Gesamt	100,0	100,0	1006

Zusammenfassung Alter			
Mittelwert	Std. Abw.	Min	Max
20,84	4,15	14	28

Neu berechnete Variable – Altersgruppen:			
	Gült. %	%	Häufigkeit
14 bis 17 Jahre	26,6	26,6	268
18 bis 23 Jahre	42,0	42,0	423
24 bis 28 Jahre	31,3	31,3	315
Gesamt	100,0	100,0	1006

Derzeitige Hauptbeschäftigung

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A3	Was ist derzeit Ihre Hauptbeschäftigung?	1 = Schule 2 = Berufsausbildung 3 = (Fach-)Hochschule/Universität 4 = Freiwilligen-Jahr 5 = Berufstätig (Halb- oder Ganztage) 6 = Auf Arbeitssuche/ohne Beschäftigung 7 = Etwas anderes 99 = Keine Angabe

	Gült. %	%	Häufigkeit
Schule	30,1	30,1	303
Berufsausbildung	16,8	16,8	169
(Fach-)Hochschule/Universität	10,7	10,7	108
Freiwilligen-Jahr	1,4	1,4	14
Berufstätig (Halb- oder Ganztage)	35,2	35,2	354
Auf Arbeitssuche/ ohne Beschäftigung	4,6	4,6	46
Etwas anderes	1,2	1,2	12
Gesamt	100,0	100,0	1006

Angestrebter Bildungsabschluss

<Filter: Frage wurde nur Schüler*innen gestellt (Falls B3, 1 zutrifft)>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A4	Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen?	1 = Keinen Schulabschluss 2 = Hauptschulabschluss oder gleichw. Abschluss 3 = Realschulabschluss oder gleichw. Abschluss 4 = Fachhochschulreife 5 = Abitur/Allgemeine oder fachgeb. Hochschulreife (Gymnasium) 6 = Einen anderen Schulabschluss, und zwar: 99 = Keine Angabe
OA4_7	Anderer Schulabschluss	Offen

	Gült. %	%	Häufigkeit
Keinen Schulabschluss	0,0	0,0	0
Hauptschulabschluss oder gleichw. Abschluss	20,8	6,3	63
Realschulabschluss oder gleichw. Abschluss	31,0	9,3	94
Fachhochschulreife	2,6	0,8	8
Abitur/Allgemeine oder fachgeb. Hochschulreife (Gymnasium)	45,5	13,7	138
Gesamt	100,0	30,1	303
Fehlend		69,9	703
Gesamt		100,0	1006

Höchster erreichter Bildungsabschluss

<Filter: Frage wurde nur Nicht-Schüler*innen gestellt (Falls B3, 2-7 zutrifft)>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A5	Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht?	1 = Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss 2 = Hauptschulabschluss oder gleichw. Abschluss 3 = Realschulabschluss oder gleichw. Abschluss 4 = Fachhochschulreife 5 = Abitur/Allgemeine oder fachgeb. Hochschulreife (Gymnasium) 6 = Universitäts- oder Fachhochschulabschluss 7 = Einen anderen Schulabschluss, und zwar: 99 = Keine Angabe
OA5_7	Anderer Schulabschluss	Offen

	Gült. %	%	Häufigkeit
Keinen Schulabschluss	0,3	0,2	2
Hauptschulabschluss oder gleichw. Abschluss	33,3	23,3	234
Realschulabschluss oder gleichw. Abschluss	30,9	21,6	217
Fachhochschulreife	1,0	0,7	7
Abitur/Allgemeine oder fachgeb. Hochschulreife (Gymnasium)	32,7	22,9	230
Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	1,8	1,3	13
Gesamt	100,0	69,9	703
Fehlend		30,1	303
Gesamt		100,0	1006

Kombinierte Bildungsvariable

Neu berechnete Variable – kombinierte Bildungsvariable: Kombiniert angestrebte und erreichte Bildungsabschlüsse

	Gült. %	%	Häufigkeit
Hauptschule	29,6	29,5	297
Realschule	31,0	30,9	311
(Fach)Hochschulreife	39,4	39,4	396
Gesamt	100,0	99,8	1004
Fehlend		0,2	2
Gesamt		100,0	1006

Bildungsabschluss Mutter

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A6	Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter?	1 = Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss 2 = Hauptschulabschluss oder gleichw. Abschluss 3 = Realschulabschluss oder gleichw. Abschluss 4 = (Fach-)Abitur/(Fach-)Hochschulreife
99 = Keine Angabe		

	Gült. %	%	Häufigkeit
Keinen Schulabschluss	1,8	1,8	18
Hauptschulabschluss	31,2	30,8	310
Mittlere Reife	47,1	46,6	469
(Fach-)Abitur/(Fach-)Hochschulreife	19,9	19,7	198
Gesamt	100,0	98,9	995
Fehlend		1,1	11
Gesamt		100,0	1006

Bildungsabschluss Vater

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A7	Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater?	1 = Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss 2 = Hauptschulabschluss oder gleichw. Abschluss 3 = Realschulabschluss oder gleichw. Abschluss 4 = (Fach-)Abitur/(Fach-)Hochschulreife
99 = Keine Angabe		

	Gült. %	%	Häufigkeit
Keinen Schulabschluss	1,3	1,3	13
Hauptschulabschluss	32,2	31,5	317
Mittlere Reife	41,7	40,9	411
(Fach-)Abitur/(Fach-)Hochschulreife	24,8	24,3	244
Gesamt	100,0	97,9	985
Fehlend		2,1	21
Gesamt		100,0	1006

Staatsbürgerschaft

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A8	Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft	0 = Trifft nicht zu 1 = Trifft zu
99 = Keine Angabe		
	Gült. %	% Häufigkeit
Trifft nicht zu	5,8	5,8 58
Trifft zu	94,2	94,2 948
Gesamt	100,0	100,0 1006

Geburtsland Mutter

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A9	Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren?	0 = Trifft nicht zu 1 = Trifft zu
99 = Keine Angabe		
	Gült. %	% Häufigkeit
Trifft nicht zu	13,5	13,4 135
Trifft zu	86,5	86,2 867
Gesamt	100,0	99,6 1002
Keine Angabe		0,4 4
Gesamt		100,0 1006

Geburtsland Vater

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A10	Ist Ihr Vater in Deutschland geboren?	0 = Trifft nicht zu 1 = Trifft zu
99 = Keine Angabe		
	Gült. %	% Häufigkeit
Trifft nicht zu	14,8	14,7 148
Trifft zu	85,2	84,9 854
Gesamt	100,0	99,6 1002
Keine Angabe		0,4 4
Gesamt		100,0 1006

Migrationshintergrund

Neu berechnete Variable – Migrationshintergrund: Als Personen mit Migrationshintergrund gelten Befragte, wenn mind. ein Elternteil nicht in Deutschland geboren ist.

	Gült. %	%	Häufigkeit
Trifft nicht zu	81,1	80,6	811
Trifft zu	18,9	18,8	189
Gesamt	100,0	99,4	1000
Keine Angabe		0,6	6
Gesamt		100,0	1006

Familiensprache

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
A11	In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich?	Offener Indikator (Sprachauswahl)

Familiensprache (Deutsch)	Gült. %	%	Häufigkeit
Deutsch	92,4	92,4	930
Andere Sprache	7,6	7,6	76
Gesamt	100,0	100,0	1006

Familiensprache (Andere)	Gült. %	%	Häufigkeit
deutsch	92,4	92,4	930
Albanisch	0,4	0,4	4
Arabisch	0,5	0,5	5
Bulgarisch	0,1	0,1	1
Englisch	0,1	0,1	1
Französisch	0,2	0,2	2
Griechisch	0,2	0,2	2
Italienisch	0,1	0,1	1
Kroatisch	0,5	0,5	5
Kurdisch	0,1	0,1	1
Libanesisch	0,1	0,1	1
Persisch	0,2	0,2	2
Polnisch	0,7	0,7	7
Portugiesisch	0,1	0,1	1
Rumänisch	0,5	0,5	5
Russisch	1,3	1,3	13
Serbisch	0,1	0,1	1
Spanisch	0,2	0,2	2
Syrisch	0,1	0,1	1
Tschechisch	0,1	0,1	1
Türkisch	2,0	2,0	20
Gesamt	100,0	100,0	1006

Ortsgrößenklassifikation

Bik7 BIK-Ortsgrößenklasse			
7er-Einteilung	Gült. %	%	Häufigkeit
bis unter 2.000 Einwohner	2,5	2,5	25
2.000 bis unter 5.000 Einwohner	4,2	4,2	42
5.000 bis unter 20.000 Einwohner	9,5	9,5	96
20.000 bis unter 50.000 Einwohner	10,5	10,5	106
50.000 bis unter 100.000 Einwohner	10,4	10,4	105
100.000 bis unter 500.000 Einwohner	27,3	27,3	275
500.000 Einwohner und mehr	35,5	35,5	357
Gesamt	100,0	100,0	1006

Bik4 BIK-Ortsgrößenklasse			
4er-Einteilung	Gült. %	%	Häufigkeit
< 20.000 Einwohner	16,2	16,2	163
20.000 bis < 100.000 Einwohner	21,0	21,0	211
100.000 bis < 500.000 Einwohner	27,3	27,3	275
>500.000 Einwohner	35,5	35,5	357
Gesamt	100,0	100,0	1006

Engagementabfrage

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B12	Nun interessiert uns, was Sie in Ihrer Freizeit machen. Manche verbringen ihre Zeit damit, sich zu engagieren, d.h. sich für etwas einzusetzen, was ihnen sehr wichtig ist. Trifft das auf Sie in irgendeiner Weise zu?	0 = Trifft nicht zu 1 = Trifft zu 99 = Fehlend
	Trifft zu In %	Trifft zu Häufigkeit
	54,6	549
		Gesamt Häufigkeit
		1005

Engagementbereich

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B13_1	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sport und Bewegung	0 = Trifft nicht zu 1 = Trifft zu
B13_2	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kultur und Musik	99 = Keine Angabe
B13_3	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Freizeit und Geselligkeit	
B13_4	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sozialer Bereich	
B13_5	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Gesundheitsbereich	
B13_6	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Schule oder Kindergarten	
B13_7	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	
B13_8	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz	
B13_9	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Politik und politische Interessenvertretung	
B13_10	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes	
B13_11	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kirchlicher oder religiöser Bereich	
B13_12	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Justiz oder Kriminalitätsprobleme	
B13_13	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	
B13_14	Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? In keinem dieser Bereiche	

Ergebnisse auf der nächsten Seite

Engagementbereiche <i>Mehrfachantworten möglich</i>	Trifft zu	Trifft zu	Gesamt
	In %	Häufigkeit	Häufigkeit
Sport und Bewegung	27,3	274	1006
Kultur und Musik	12,2	122	1006
Freizeit und Geselligkeit	19,7	199	1006
Sozialer Bereich	21,2	213	1006
Gesundheitsbereich	9,4	94	1006
Schule oder Kindergarten	10,4	104	1006
Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	11,5	115	1006
Umwelt-, Natur- oder Tierschutz	17,5	176	1006
Politik und politische Interessenvertretung	9,5	95	1006
Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebs	7,1	71	1006
Kirchlicher oder religiöser Bereich	10,7	107	1006
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	5,6	56	1006
Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	12,8	129	1006
In keinem dieser Bereiche	36,1	362	1002

Engagementstatus

Neu berechnete Variable – Engagementstatus:

Als *„engagiert“* gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Bereiche (B13) eingesetzt zu haben.

	Gült. %	%	Häufigkeit
Nicht engagiert	36,3	36,3	365
Engagiert	63,7	63,7	640
Gesamt	100	100,0	1006

Grad des digitalen Engagements (Digitals)

Neu berechnete Variable – Digitals:

Als *„kaum digital engagiert“* gelten engagierte Befragte (Engagementstatus), die angegeben haben ihr Engagement *„gar nicht“* oder *„eher weniger“* über Internet und soziale Medien auszuüben (C20).

Als *„digital engagiert“* gelten engagierte Befragte (Engagementstatus), die ihr Engagement *„teils/teils“*, *„überwiegend“* oder *„vollständig“* über Internet und soziale Medien auszuüben (C20).

	Gült. %	%	Häufigkeit
Nicht engagiert	36,4	36,3	365
Kaum digital engagiert	36,1	36,1	363
Digital engagiert	27,5	27,4	276
Gesamt	100,0	99,9	1004
Fehlend		0,1	1
Gesamt		100,0	1006

Engagement Zeitaufwand

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B14	Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? Keine Angabe	Angaben Stunden pro Woche
OB14	Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	99 = Keine Angabe offen

OB14 Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?

Stunden	Gült. %	%	Häufigkeit
1	4,3	4,2	27
2	13,2	12,9	82
3	12,1	11,8	76
4	12,8	12,5	80
5	13,0	12,6	81
6	10,5	10,3	66
7	2,6	2,5	16
8	7,2	7,0	45
9	0,8	0,8	5
10	10,4	10,2	65
12	4,7	4,6	29
13	0,2	0,2	1
14	0,8	0,8	5
15	2,9	2,8	18
16	1,0	0,9	6
18	0,4	0,4	3
20	2,0	1,9	12
24	0,2	0,2	1
25	0,4	0,4	2
30	0,4	0,4	3
36	0,1	0,1	1
40	0,1	0,1	1
Gesamt	100,0	97,6	625
Fehlend		2,4	16
Gesamt		100,0	640

Mittelwert	Std. Abw.	Min	Max	Gült. Häufigkeit
6,43	4,83	1	40	625

Zeitaufwand-Stufen	Gült. %	%	Häufigkeit
1-5h	54,0	54,0	346
6-12h	36,3	35,4	227
13-40h	8,4	8,1	52
Gesamt	100,0	97,6	625
Fehlend		2,4	16
Gesamt (inkl. Fehlend)		100,0	640

Org. Rahmen des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B15_1	In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer festen Organisation, z.B, einem Verein, einem Verband oder einer Partei.	0 = Trifft nicht zu 1 = Trifft zu
B15_2	In welchem Rahmen sind Sie engagiert? im Rahmen der Schule oder Hochschule.	99 = Fehlend
B15_3	In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation.	
B15_4	In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert.	
B15_5	In welchem Rahmen sind Sie engagiert? Ich mache das eher alleine.	

<i>Mehrfachantworten möglich</i>	Trifft zu	Trifft zu	Gesamt
	In %	Häufigkeit	Häufigkeit
Verein, Verband, Partei	64,2	411	640
Selbstorganisierte Gruppe	23,8	153	640
Schule/Hochschule	30,3	194	640
Alleine	21,9	140	640
Online organisierte Gruppe	22,0	141	640

Anstoß für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B16_1	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Freunde bzw. Freundinnen.	0 = Trifft nicht zu 1 = Trifft zu
B16_2	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch meine Familie.	99 = Fehlend
B16_3	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die Schule/Lehrkräfte	
B16_4	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich habe es mir selbst überlegt.	
B16_5	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe.	
B16_6	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen.	
B16_7	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe.	
B16_8	Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien.	

	Trifft zu In %	Trifft zu Häufigkeit	Gesamt Häufigkeit
<i>Mehrfachantworten möglich</i>			
Freunde bzw. Freundinnen	65,2	418	640
Meine Familie	37,0	237	640
Die Schule/Lehrkräfte	26,4	169	640
Selbst überlegt.	48,5	311	640
Werbung (Organisation, Verein oder Gruppe)	27,5	176	640
Inhalte im Internet	20,8	133	640
Persönliche Ansprache (Organisation, Verein oder Gruppe)	40,0	256	640
Diskussionen im Internet oder sozialen Medien.	22,6	145	640

Ziele des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B17_1	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die Interessen von Jugendlichen vertreten.	1 = Unwichtig 2 = Eher unwichtig 3 = Eher wichtig 4 = Sehr wichtig
B17_2	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen.	99 = Fehlend
B17_3	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Menschen mit Behinderungen helfen.	
B17_4	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen.	
B17_5	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen.	
B17_6	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Armen oder sozial schwachen Menschen helfen.	
B17_7	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen.	
B17_8	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Älteren Menschen helfen.	
B17_9	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Etwas für Menschen in armen Ländern tun.	
B17_10	Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen.	

		Unwichtig	Eher unwichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
Interesse von Jugendlichen vertreten	%	16,9	15,9	32,2	32,5	2,5	640		
	Gült. %	17,3	16,3	33,0	33,3	-	624	2,82	1,08
Umwelt- oder Tierschutz	%	32,4	19,9	19,2	26,5	2,0	640		
	Gült. %	33,1	20,3	19,6	27,0	-	628	2,40	1,20
Menschen mit Behinderung helfen	%	26,6	21,2	29,4	20,4	2,4	640		
	Gült. %	27,3	21,7	30,1	20,9	-	625	2,45	1,10
Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten verbessern	%	33,1	25,0	25,9	13,0	3,0	640		
	Gült. %	34,2	25,8	26,6	13,4	-	621	2,19	1,05
Wissen oder Können vermitteln	%	16,7	13,9	34,5	34,4	0,5	640		
	Gült. %	16,8	14,0	34,7	34,5	-	637	2,87	1,07
Armen oder sozial Schwachen helfen	%	21,9	16,7	34,6	24,6	2,1	640		
	Gült. %	22,4	17,1	35,4	25,1	-	627	2,63	1,09
Soziale o. politische Veränderung ermöglichen	%	32,8	21,7	24,3	18,6	2,6	640		
	Gült. %	33,7	22,3	24,9	19,1	-	624	2,29	1,13
Älteren Menschen helfen	%	29,2	19,1	27,2	22,7	1,8	640		
	Gült. %	29,8	19,4	27,7	23,1	-	629	2,44	1,14
Menschen in armen Ländern helfen	%	38,4	21,2	23,9	12,8	3,8	640		
	Gült. %	39,9	22,0	24,8	13,3	-	616	2,12	1,08
Digitale Welt verbessern	%	45,4	23,9	18,4	9,8	2,5	640		
	Gült. %	46,6	24,5	18,9	10,0	-	624	1,92	1,03

Engagementhäufigkeit

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B18	Wie häufig findet Ihr Engagement statt?	1 = Täglich 2 = Mehrmals in der Woche 3 = Einmal in der Woche 4 = Mehrmals im Monat 5 = Einmal im Monat 6 = Seltener als einmal im Monat

		Täglich	Mehrmals pro Woche	Einmal in der Woche	Mehrmals im Monat	Einmal im Monat	Seltener als einmal im Monat	Keine Angaben	Häufigkeit
Wie häufig findet Ihr Engagement statt?	%	5,9	56,0	23,7	8,7	3,3	2,4	0,0	640
	Gült. %	5,9	56,0	23,7	8,7	3,3	2,4	-	640

Motive des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
B19_1	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss mir Spaß machen. (Emotion)	1 = Unwichtig 2 = Eher unwichtig 3 = Eher wichtig 4 = Sehr wichtig
B19_2	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte)	99 = Fehlend
B19_3	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit)	
B19_4	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit)	
B19_5	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung)	
B19_6	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung)	
B19_7	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung)	
B19_8	Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung)	

		Unwichtig	Eher unwichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
Es muss mir Spaß machen.	%	1,0	4,9	26,3	67,9	0,0	640		
	Gült. %	1,0	4,9	26,3	67,9	-	640	3,61	0,63
Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden.	%	3,2	7,2	29,8	59,8	0,0	640		
	Gült. %	3,2	7,2	29,8	59,8	-	640	3,46	0,77
Ich muss damit wirklich etwas bewegen können.	%	3,0	11,4	38,4	47,2	0,1	640		
	Gült. %	3,0	11,4	38,4	47,3	-	640	3,30	0,79
Es muss unverbindlich sein.	%	17,8	27,9	29,7	24,5	0,0	640		
	Gült. %	17,8	27,9	29,7	24,5	-	640	2,61	1,04
Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache.	%	6,4	20,7	40,3	32,4	0,1	640		
	Gült. %	6,5	20,8	40,3	32,5	-	640	3,99	0,89
Ich muss bestimmen können, was ich mache.	%	5,1	15,8	43,6	35,3	0,1	640		
	Gült. %	5,1	15,9	43,7	35,3	-	639	3,09	0,84
Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein.	%	6,6	11,9	38,3	42,0	1,2	640		
	Gült. %	6,7	12,0	38,8	42,5	-	633	3,17	0,89
Ich will meine Fähigkeiten einbringen können.	%	1,8	6,7	38,5	52,8	0,2	640		
	Gült. %	1,8	6,8	38,6	52,9	-	639	3,43	0,70

Relevanz des Internets für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung							Ausprägungen			
C20	Spielen Internet und soziale Medien für eine oder mehrere Ihrer Engagement-Aktivitäten eine mehr oder wenige große Rolle? Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus?							1 = Gar nicht 2 = Eher weniger 3 = Teils/teils 4 = Überwiegend 5 = Vollständig	99 = Keine Angabe		
		gar nicht	eher weniger	teils/teils	überwiegend	vollständig	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.	
Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus?	%	31,3	25,4	26,0	14,4	2,7	0,2	640			
	Gült. %	31,4	25,4	26,1	14,4	2,7	-	639	2,32	1,34	

Aktivitäten im Internet (Allgemein)

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
C21_1	Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	1 = Täglich 2 = Mehrmals in der Woche
C21_2	Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	3 = Mehrmals im Monat 4 = Seltener als einmal im Monat 5 = Nie
C21_3	Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt?	
C21_4	Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten... Aussagen anderer öffentlich kommentiert?	
C21_5	Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	99 = Fehlend
C21_6	Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten... ein Video oder eine Story erstellt?	
C21_7	Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	

		Täglich	Mehrmals pro Woche	Mehrmals im Monat	Seltener als einmal im Monat	Nie	Keine Angaben	Häufigkeit
Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	%	1,9	18,6	29,2	19,3	31,0	0,1	1006
	Gült. %	1,9	18,6	29,2	19,3	31,0	-	1005
Interessante Beiträge an andere weitergeleitet	%	3,0	25,6	33,4	17,9	20,0	0,0	1006
	Gült. %	3,0	25,6	33,4	17,9	20,0	-	1006
Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt	%	2,6	21,5	28,5	19,7	27,6	0,1	1006
	Gült. %	2,6	21,5	28,5	19,7	27,6	-	1005
Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert	%	2,0	16,3	27,3	23,7	30,5	0,2	1006
	Gült. %	2,0	16,4	27,3	23,8	30,5	-	1004
Einen Blog oder eine Webseite gepflegt	%	1,0	5,9	10,6	10,7	71,5	0,4	1006
	Gült. %	1,0	5,9	10,6	10,7	71,8	-	1004
Ein Video oder eine Story erstellt	%	2,1	8,4	15,6	16,5	57,1	0,2	1006
	Gült. %	2,1	8,4	15,7	16,5	57,3	-	1003
Online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht	%	1,2	9,5	16,8	26,4	46,0	0,1	1006
	Gült. %	1,2	9,5	16,8	26,5	46,0	-	1005

Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
C22_1	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	1 = Täglich 2 = Mehrmals in der Woche
C22_2	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	3 = Mehrmals im Monat 4 = Seltener als einmal im Monat 5 = Nie
C22_3	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt?	
C22_4	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert?	
C22_5	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online Geld gespendet?	99 = Fehlend
C22_6	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)?	
C22_7	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Online-Spendenauftrag geteilt?	
C22_8	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	
C22_9	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt?	
C22_10	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... eine Online-Gruppe mitgegründet?	
C22_11	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr)?	
C22_12	Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	

C22_* Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)							Keine Angaben	Häufigkeit
		Täglich	Mehrmals pro Woche	Mehrmals im Monat	Seltener als einmal im Monat	Nie		
Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	%	0,4	8,8	18,8	20,2	51,7	0,0	1006
	Gült. %	0,4	8,8	18,8	20,2	51,7	-	1006
Interessante Beiträge an andere weitergeleitet	%	0,9	12,9	23,9	23,0	39,2	0,1	1006
	Gült. %	0,9	12,9	23,9	23,0	39,2	-	1005
Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt	%	0,9	8,5	19,7	20,9	49,9	0,1	1006
	Gült. %	0,9	8,5	19,7	21,0	49,9	-	1005
Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert	%	0,6	8,3	18,4	22,6	49,9	0,2	1006
	Gült. %	0,6	8,3	18,4	22,6	50,0	-	1004
Online Geld gespendet	%	0,3	1,3	2,8	11,9	83,4	0,3	1006
	Gült. %	0,3	1,3	2,8	11,9	83,7	-	1003
Bei Wiki-Seiten mitgemacht	%	0,2	1,4	5,6	10,1	82,7	0,1	1006
	Gült. %	0,2	1,4	5,6	10,1	82,8	-	1004
Online-Spendenauftrag geteilt	%	0,0	2,0	3,6	12,4	81,7	0,2	1006
	Gült. %	0,0	2,0	3,6	12,4	81,9	-	1003
Blog oder Webseite gepflegt	%	0,8	3,9	7,8	8,0	79,5	0,0	1006
	Gült. %	0,8	3,9	7,8	8,0	79,5	-	1006
Video oder Story erstellt	%	0,8	2,7	9,7	14,0	72,6	0,1	1006
	Gült. %	0,8	2,7	9,7	14,1	72,7	-	1004
Online-Gruppe mitgegründet	%	0,1	2,1	3,8	11,7	81,9	0,3	1006
	Gült. %	0,1	2,1	3,8	11,8	82,2	-	1002
An Hashtag-Bewegung beteiligt	%	0,3	2,8	6,8	16,8	72,8	0,5	1006
	Gült. %	0,3	2,8	6,8	16,9	73,2	-	1001
Online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht	%	0,7	6,7	13,3	18,9	60,4	0,0	1006
	Gült. %	0,7	6,7	13,3	18,9	60,4	-	1006

App-Nutzung im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
C23_1	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? WhatsApp	1 = Täglich
C23_2	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Instagram	2 = Mehrmals in der Woche
C23_3	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Snapchat	3 = Mehrmals im Monat
C23_4	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Facebook	4 = Seltener als einmal im Monat
C23_5	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Twitter	5 = Nie
C23_6	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Skype	99 = Fehlend
C23_7	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? E-Mail	
C23_8	Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Sonstiges	

		Täglich	Mehrmals pro Woche	Mehrmals im Monat	Seltener als einmal im Monat	Nie	Keine Angaben	Häufigkeit
WhatsApp	%	91,9	5,7	0,0	0,6	1,8	0,0	362
	Gült. %	91,9	5,7	0,0	0,6	1,8	-	362
Instagram	%	26,1	24,4	10,7	4,8	33,4	0,5	362
	Gült. %	26,3	24,5	10,8	4,8	33,6	-	360
Snapchat	%	16,8	18,1	9,6	8,0	46,7	0,8	362
	Gült. %	16,9	18,3	9,7	8,0	47,1	-	359
Facebook	%	35,9	24,8	14,2	7,5	17,4	0,3	362
	Gült. %	36,0	24,9	14,2	7,5	17,4	-	361
Twitter	%	6,4	6,8	8,4	11,1	66,9	0,4	362
	Gült. %	6,4	6,8	8,5	11,1	67,2	-	360
Skype	%	1,5	5,3	11,0	26,5	54,5	1,3	362
	Gült. %	1,5	5,4	11,1	26,9	55,2	-	357
E-Mail	%	12,0	20,5	29,7	24,3	13,4	0,0	362
	Gült. %	12,0	20,5	29,7	34,3	13,4	-	362
Sonstiges	%	0,4	1,3	0,0	0,7	92,3	5,3	362
	Gült. %	0,4	1,4	0,0	0,7	97,5	-	342

OC23 Sonstige	Häufigkeit	%	Gült. %
Nicht beantwortet	363	97,6	97,6
Jodel	1	0,4	0,4
meinstadt.de	1	0,2	0,2
Slack	1	0,4	0,4
Telegram	1	0,3	0,3
TikTok	1	0,3	0,3
YouTube	2	0,7	0,7
YouTube und Pinterest	1	0,2	0,2
Gesamt	362	100,0	100,0

App-Nutzung im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
C24_1	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? WhatsApp	1 = Unwichtig 2 = Eher unwichtig 3 = Eher wichtig 4 = Sehr wichtig
C24_2	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Instagram	
C24_3	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Snapchat	99 = Fehlend
C24_4	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Facebook	
C24_5	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Twitter	
C24_6	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Skype	
C24_7	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? E-Mail	
C24_8	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Sonstiges	

		Unwichtig	Eher unwichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
WhatsApp	%	11,0	13,1	29,6	46,3	0,0	640		
	Gült. %	11,0	13,1	29,6	46,3	0,0	640	3,11	1,01
Instagram	%	46,7	18,6	22,1	12,4	0,2	640		
	Gült. %	46,8	18,7	22,1	12,4	-	639	2,00	1,09
Snapchat	%	63,1	20,1	11,4	4,7	0,7	636		
	Gült. %	63,6	20,3	11,4	4,7	-	640	1,57	0,87
Facebook	%	30,0	16,8	26,8	26,4	0,0	640		
	Gült. %	30,0	16,8	26,8	26,4	-	640	2,50	1,17
Twitter	%	62,0	14,9	14,6	8,4	0,0	640		
	Gült. %	52,0	14,9	14,6	8,4	-	640	1,69	1,01
Skype	%	61,7	19,1	14,1	5,0	0,0	640		
	Gült. %	61,8	19,1	14,1	5,0	-	640	1,63	0,91
E-Mail	%	25,0	19,3	31,0	24,7	0,0	640		
	Gült. %	25,0	19,3	31,0	24,7	-	640	2,55	1,12
Sonstiges	%	76,2	10,0	2,2	2,0	9,6	640		
	Gült. %	84,2	11,0	2,6	2,2	-	579	1,23	0,60

Ergebnisse für „Sonstiges“ auf der nächsten Seite

OC24 Sonstiges	Häufigkeit	%	Gült. %
Nicht beantwortet	613	95,7	95,7
die Dienste unseres Dozenten	1	0,2	0,2
Discord	1	0,2	0,2
einfach mit Handy oder Telefon telefonieren	1	0,2	0,2
Feuerwehr-Pieper	1	0,1	0,1
Google+	1	0,2	0,2
Handyanruf	1	0,2	0,2
intern benutzte App	1	0,2	0,2
normales persönliches Gespräch	1	0,1	0,1
persönlicher Kontakt	1	0,2	0,2
Pieper, d.h. digitaler Meldeempfänger für Textanzeigen	1	0,1	0,1
schriftlicher Kontakt per Brief (herkömmliche Post)	1	0,2	0,2
schriftlicher Verkehr	1	0,2	0,2
Smartphone	1	0,1	0,1
SMS	1	0,2	0,2
Telefon	2	0,4	0,4
Telefon und persönlicher, direkter Kontakt	1	0,2	0,2
Telefon, falls die Teilnehmer mich anrufen möchten	1	0,2	0,2
telefonieren	1	0,2	0,2
Telefonieren, d.h. Teilnehmer anrufen über Festnetz bzw. Handy	1	0,2	0,2
Telegram	3	0,4	0,4
Viber	2	0,4	0,4
Webseite	1	0,2	0,2
YouTube	1	0,2	0,2
Gesamt	640	100,0	100,0

Nutzung von Internet-Diensten im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
C25_1	Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	1 = Täglich 2 = Mehrmals in der Woche
C25_2	Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	3 = Mehrmals im Monat 4 = Seltener als einmal im Monat
C25_3	Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	5 = Nie
C25_4	Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	99 = Fehlend
C25_5	Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	

		Täglich	Mehrmals pro Woche	Mehrmals im Monat	Seltener als einmal im Monat	Nie	Keine Angaben	Häufigkeit
Cloud-Systeme	%	0,8	6,5	14,1	13,4	64,1	1,0	382
	Gült. %	0,8	6,6	14,3	13,5	64,8	-	378
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen	%	0,0	0,3	0,5	2,4	96,3	0,5	382
	Gült. %	0	0,3	0,5	2,4	96,8	-	380
Projektmanagement	%	0,3	0,0	1,0	2,4	95,5	0,8	382
	Gült. %	0,3	0,0	1,1	2,4	96,3	-	379
Webseiten- oder Blogging-Tools	%	0,0	0,3	1,8	7,3	89,8	0,8	382
	Gült. %	0,0	0,3	1,8	7,4	90,5	-	379
Videoplattformen	%	12,3	30,4	21,4	7,2	28,3	1,0	382
	Gült. %	12,4	30,7	21,4	7,1	28,3	-	378

Nutzung von Internet-Diensten im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

Variable	Bezeichnung						Ausprägungen			
C26_1	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram)						1 = Unwichtig			
C26_2	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)						2 = Eher unwichtig			
C26_3	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)						3 = Eher wichtig			
C26_4	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)						4 = Sehr wichtig			
C26_5	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)						99 = Fehlend			
C26_6	Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)									

		Unwichtig	Eher unwichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
Soziale Info-Kanäle	%	24,9	17,0	31,6	26,5	0,2	640		
	Gült. %	24,9	17,0	31,6	26,5	-	639	2,60	1,13
Cloud-Systeme	%	59,1	18,7	14,7	6,9	0,6	640		
	Gült. %	59,5	18,8	14,8	7,0	-	636	1,69	0,96
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen	%	64,8	18,9	11,5	4,4	0,5	640		
	Gült. %	65,1	19,0	11,5	4,4	-	637	1,55	0,86
Projektmanagement	%	68,1	15,5	11,9	3,4	1,2	640		
	Gült. %	68,9	15,7	12,0	3,4	-	633	1,50	0,83
Webseiten- oder Blogging-Tools	%	63,6	19,1	11,1	5,0	1,1	640		
	Gült. %	64,3	19,3	11,3	5,1	-	633	1,57	0,88
Videoplattformen	%	39,3	21,7	28,4	10,4	0,2	640		
	Gült. %	39,4	21,7	28,4	10,4	-	639	2,10	1,04

Medienkompetenz

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
C27_1	Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.	1 = Trifft nicht zu 2 = Trifft kaum zu
C27_2	Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.	3 = Trifft eher zu 4 = Trifft voll zu
C27_3	Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.	99 = Fehlend
C27_4	Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren.	

		Trifft nicht zu	Trifft kaum zu	Trifft eher zu	Trifft voll zu	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.	%	26,9	36,6	28,3	7,3	0,9	1006		
	Gült. %	27,2	36,9	28,6	7,4	-	996	2,16	0,91
Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.	%	10,1	23,3	44,5	20,5	1,7	1006		
	Gült. %	10,3	23,7	45,2	20,8	-	989	2,77	0,90
Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.	%	54,6	24,6	14,2	6,3	0,3	1006		
	Gült. %	54,8	24,7	14,2	6,3	-	1002	1,72	0,93
Keinen Überblick über die Vielfältigkeit des Internets.	%	42,6	30,1	21,4	5,3	0,7	1006		
	Gült. %	42,9	30,3	21,5	5,3	-	999	1,89	0,92

Gründe der Internetnutzung für Engagement

<Filter: Nur digital engagierte Befragte. Für die Filterführung galten Befragte als digital engagiert, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13) UND die angaben, dass sie ihr Engagement teils/teils, überwiegend oder vollständig über das Internet ausführen (C20).>

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
C28_1	Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren.	1 = Trifft nicht zu 2 = Trifft kaum zu 3 = Trifft eher zu 4 = Trifft voll zu
C28_2	Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen.	99 = Fehlend
C28_3	Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen.	
C28_4	Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen.	
C28_5	Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere.	
C28_6	Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere.	
C28_7	Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort.	

		Trifft nicht zu	Trifft kaum zu	Trifft eher zu	Trifft voll zu	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
Vor Ort gibt es keine Möglichkeit sich zu engagieren	%	46,7	23,9	19,9	8,6	0,8	439		
	Gült. %	47,1	24,1	20,1	8,7	-	435	1,90	1,01
Mehr für die Gesellschaft bewegen	%	14,3	19,9	44,1	20,7	0,9	439		
	Gült. %	14,5	20,1	44,5	20,9	-	434	2,72	0,96
Für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen	%	9,1	18,6	44,6	27,6	0,0	439		
	Gült. %	9,1	18,6	44,6	27,6	-	439	2,91	0,91
Gut nutzbar für das Engagement vor Ort	%	8,5	22,5	41,9	27,1	0,0	439		
	Gült. %	8,5	22,5	41,9	27,1	-	439	2,88	0,91
Freier entscheiden, wann man sich engagiert	%	8,2	20,0	40,6	31,2	0,0	439		
	Gült. %	8,2	20,0	40,6	31,2	-	439	2,95	0,92
Freier entscheiden, wofür man sich engagiert	%	11,1	16,3	39,6	33,0	0,0	439		
	Gült. %	11,1	16,3	39,6	33,0	-	439	2,95	0,97
Eröffnet andere Themen als Engagement vor Ort	%	15,3	19,4	41,7	23,3	0,3	437		
	Gült. %	15,3	19,5	41,8	23,4	-	439	2,73	0,99

Einstellungen zu pol. und gesell. Diskussionen im Internet

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
D29_1	In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen, Was ist Ihre Meinung dazu? Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.	1 = Trifft nicht zu 2 = Trifft kaum zu 3 = Trifft eher zu 4 = Trifft voll zu
D29_2	In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen, Was ist Ihre Meinung dazu? Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.	99 = Fehlend
D29_3	In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen, Was ist Ihre Meinung dazu? Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.	
D29_4	In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen, Was ist Ihre Meinung dazu? Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.	
D29_5	In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen, Was ist Ihre Meinung dazu? Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.	

		Trifft nicht zu	Trifft kaum zu	Trifft eher zu	Trifft voll zu	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.	%	15,1	25,3	35,2	23,1	1,3	1006		
	Gült. %	15,3	25,7	35,6	23,4	-	993	2,67	1,00
Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.	%	8,4	25,4	38,5	24,2	3,5	1006		
	Gült. %	8,7	26,3	39,9	25,0	-	971	2,81	0,91
Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.	%	10,4	20,7	40,9	26,3	1,7	1006		
	Gült. %	10,6	21,0	41,6	26,8	-	988	2,85	0,94
Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.	%	15,5	35,5	32,5	12,7	3,8	1006		
	Gült. %	16,1	36,9	33,7	13,2	-	967	2,4	0,91
Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.	%	2,7	12,8	41,3	42,3	0,9	1006		
	Gült. %	2,8	12,9	41,7	42,7	-	997	3,24	0,78

Politisches Interesse

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
D30_1	Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik, Wie ist das bei Ihnen? Ich kann politische Themen schlecht einschätzen.	1 = Trifft nicht zu 2 = Trifft kaum zu
D30_2	Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik, Wie ist das bei Ihnen? Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht.	3 = Trifft eher zu 4 = Trifft voll zu
D30_3	Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik, Wie ist das bei Ihnen? Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen.	99 = Fehlend
D30_4	Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik, Wie ist das bei Ihnen? Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken.	

		Trifft nicht zu	Trifft kaum zu	Trifft eher zu	Trifft voll zu	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
Schlechte Einschätzung politischer Themen	%	21,7	28,5	31,6	17,3	0,9	1006		
	Gült. %	21,9	28,8	31,9	17,5	-	997	2,45	1,02
Leichte Teilnahme an Gesprächen über Politik	%	22,6	27,8	35,7	13,2	0,7	1006		
	Gült. %	22,7	28,0	35,9	13,3	-	999	2,40	0,98
Kein Zugang zu politischen Themen	%	24,9	28,1	30,2	16,0	0,8	1006		
	Gült. %	25,1	28,3	30,5	16,1	-	998	2,38	1,03
Gut in politischen Zusammenhängen denken	%	18,0	29,7	36,4	15,2	0,7	1006		
	Gült. %	18,1	29,9	36,6	15,4	-	998	2,49	0,96

Bürger*innennormen

Variable	Bezeichnung	Ausprägungen
D31_1	Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An jeder Bundestagswahl teilnehmen.	1 = Trifft nicht zu 2 = Trifft kaum zu 3 = Trifft eher zu 4 = Trifft voll zu
D31_2	Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Einer politischen Partei beitreten.	
D31_3	Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich über Politik informieren.	99 = Fehlend
D31_4	Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An Demonstrationen teilnehmen.	
D31_5	Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.	
D31_6	Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich an Gesetze halten.	
D31_7	Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.	

		Trifft nicht zu	Trifft kaum zu	Trifft eher zu	Trifft voll zu	Keine Angabe	Häufigkeit	Mittelwert	Std. Abw.
An jeder Bundestagswahl teilnehmen.	%	0,5	1,7	20,9	76,7	0,2	1006		
	Gült. %	4,6	14,1	30,8	50,6	-	986	3,27	0,87
Einer politischen Partei beitreten.	%	40,4	31,0	15,8	8,5	4,3	1006		
	Gült. %	42,2	32,4	16,5	8,9	-	962	1,92	0,97
Sich über Politik informieren.	%	6,4	18,6	41,0	32,5	1,5	1006		
	Gült. %	6,5	18,9	41,6	33,0	-	991	3,01	0,88
An Demonstrationen teilnehmen	%	18,5	33,3	27,9	15,1	5,2	1006		
	Gült. %	19,5	35,1	29,5	15,9	-	954	2,42	0,98
Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.	%	1,7	6,4	29,4	60,2	2,4	1006		
	Gült. %	1,7	6,5	30,1	61,7	-	982	3,52	0,69
Sich an Gesetze halten.	%	0,5	1,7	20,9	76,7	0,2	1006		
	Gült. %	0,5	1,7	20,9	76,9	-	1004	3,74	0,51
Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.	%	1,3	1,9	22,6	73,0	1,1	1006		
	Gült. %	1,3	2,0	22,9	73,8	-	995	3,69	0,58

MERKMALSKOMBINATIONEN: GESCHLECHT

Geschlecht * Geburtsjahr

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A2 Geburtsjahr * Geschlecht

Geburtsjahr			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
1991	Anzahl		19	12	31
	%		3,8%	2,4%	3,1%
1992	Anzahl		35	37	72
	%		7,0%	7,4%	7,2%
1993	Anzahl		43	28	71
	%		8,5%	5,6%	7,1%
1994	Anzahl		43	29	72
	%		8,5%	5,8%	7,2%
1995	Anzahl		35	34	69
	%		7,0%	6,8%	6,9%
1996	Anzahl		27	46	73
	%		5,4%	9,1%	7,3%
1997	Anzahl		28	43	71
	%		5,6%	8,5%	7,1%
1998	Anzahl		33	40	73
	%		6,6%	8,0%	7,3%
1999	Anzahl		43	28	71
	%		8,5%	5,6%	7,1%
2000	Anzahl		30	38	68
	%		6,0%	7,6%	6,8%
2001	Anzahl		33	34	67
	%		6,6%	6,8%	6,7%
2002	Anzahl		34	33	67
	%		6,8%	6,6%	6,7%
2003	Anzahl		27	42	69
	%		5,4%	8,3%	6,9%
2004	Anzahl		36	31	67
	%		7,2%	6,2%	6,7%
2005	Anzahl		37	28	65
	%		7,4%	5,6%	6,5%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 25,3476; df = 14; p = 0,031$

Altersgruppen * Geschlecht

Altersgruppen			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
14 bis 17 Jahre	Anzahl		134	134	268
	%		26,6%	26,6%	26,6%
18 bis 23 Jahre	Anzahl		194	229	423
	%		38,6%	45,5%	42,0%
24 bis 28 Jahre	Anzahl		175	140	315
	%		34,8%	27,8%	31,3%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,7849; df = 2; p = 0,034$

Geschlecht * Derzeitige Hauptbeschäftigung

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A3 Derzeitige Hauptbeschäftigung * Geschlecht

		Geschlecht			Gesamt
		männlich	weiblich		
Derzeitige Hauptbeschäftigung	Ich gehe zur Schule	Anzahl	148	155	303
		%	29,4%	30,8%	30,1%
	Ich befinde mich in einer Berufsausbildung	Anzahl	86	83	169
		%	17,1%	16,5%	16,8%
	Ich besuche eine (Fach-) Hochschule/Universität	Anzahl	49	59	108
		%	9,7%	11,7%	10,7%
	Ich absolviere ein Freiwilligen-Jahr	Anzahl	8	6	14
		%	1,6%	1,2%	1,4%
	Ich bin berufstätig (Halb- oder Ganztage)	Anzahl	180	174	354
		%	35,8%	34,6%	35,2%
	Ich bin auf Arbeitssuche/ohne Beschäftigung	Anzahl	28	18	46
		%	5,6%	3,6%	4,6%
Etwas anderes	Anzahl	4	8	12	
	%	0,8%	1,6%	1,2%	
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,0356; df = 6; p = 0,539$

Geschlecht * Angestrebter Bildungsabschluss

A4 Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen? * Geschlecht

		Geschlecht			Gesamt
		männlich	weiblich		
Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen?	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	39	24	63
		%	26,4%	15,5%	20,8%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	43	51	94
		%	29,1%	32,9%	31,0%
	Fachhochschulreife	Anzahl	0	8	8
		%	0,0%	5,2%	2,6%
	Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	66	72	138
		%	44,6%	46,5%	45,5%
Gesamt	Anzahl	148	155	303	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,3580; df = 3; p = 0,006$

Geschlecht * Höchster erreichter Bildungsabschluss

A5 Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht? * Geschlecht

		Geschlecht			Gesamt
		männlich	weiblich		
Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht?	Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss	Anzahl	0	2	2
		%	0,0%	0,6%	0,3%
	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	126	108	234
		%	35,5%	31,0%	33,3%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	110	107	217
		%	31,0%	30,7%	30,9%
	Fachhochschulreife	Anzahl	3	4	7
		%	0,8%	1,1%	1,0%
	Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	108	122	230
		%	30,4%	35,1%	32,7%
	Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Anzahl	8	5	13
		%	2,3%	1,4%	1,8%
Gesamt	Anzahl	355	348	703	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,0442; df = 5; p = 0,411$

Geschlecht * Kombinierte Bildungsvariable

Neu berechnete Variable – kombinierte Bildungsvariable: Kombiniert angestrebte und erreichte Bildungsabschlüsse

		Geschlecht		
		männlich	weiblich	Gesamt
Hauptschule	Anzahl	165	132	297
	%	32,8	26,3	29,6
Realschule	Anzahl	153	158	311
	%	30,4	31,5	31,0
(Fach-)Hochschulreife	Anzahl	185	211	396
	%	36,8	42,1	39,4
Gesamt	Anzahl	503	501	1004
	%	100,0	100,0	100,0

$$\chi^2 = 5,450; df = 2; p = 0,066$$

Geschlecht * Bildungsabschluss Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A6 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	6	12	18
		%	1,2%	2,4%	1,8%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	154	156	310
		%	31,2%	31,1%	31,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	237	232	469
		%	48,0%	46,3%	47,1%
	(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	97	101	198
		%	19,6%	20,2%	19,9%
Gesamt		Anzahl	494	501	995
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 2,0979; df = 3; p = 0,552$$

Geschlecht * Bildungsabschluss Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A7 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	7	6	13
		%	1,4%	1,2%	1,3%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	148	169	317
		%	30,0%	34,4%	32,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	207	204	411
		%	41,9%	41,5%	41,7%
	(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	132	112	244
		%	26,7%	22,8%	24,8%
Gesamt		Anzahl	494	491	985
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 3,1202; df = 3; p = 0,373$$

Geschlecht * Staatsbürgerschaft

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A8 Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft? * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft?	Trifft nicht zu	Anzahl	30	28	58
		%	6,0%	5,6%	5,8%
	Trifft zu	Anzahl	473	475	948
		%	94,0%	94,4%	94,2%
Gesamt		Anzahl	503	503	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,0732; df = 1; p = 0,787$

Geschlecht * Geburtsland Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A9 Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren? * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl	64	71	135
		%	12,7%	14,2%	13,5%
	Trifft zu	Anzahl	438	429	867
		%	87,3%	85,8%	86,5%
Gesamt		Anzahl	502	500	1002
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,4524; df = 1; p = 0,501$

Geschlecht * Geburtsland Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A10 Ist Ihr Vater in Deutschland geboren? * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ist Ihr Vater in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl	68	80	148
		%	13,5%	16,0%	14,8%
	Trifft zu	Anzahl	434	420	854
		%	86,5%	84,0%	85,2%
Gesamt		Anzahl	502	500	1002
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,1985; df = 1; p = 0,274$

Geschlecht * Familiensprache (Deutsch)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A11 In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich? * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich?	Deutsch	Anzahl	470	460	930
		%	93,4%	91,5%	92,4%
	Andere Sprache und zwar:	Anzahl	33	43	76
		%	6,6%	8,5%	7,6%
Gesamt		Anzahl	503	503	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,4233; df = 1; p = 0,233$

Ergebnisse für „Andere Sprache und zwar“ auf der nächsten Seite

Geschlecht * Familiensprache (Andere)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OA11 Andere Sprache * Geschlecht

		Geschlecht		Gesamt
		männlich	weiblich	
Andere Sprache	Anzahl	470	460	930
	%	93,4%	91,5%	92,4%
Albanisch	Anzahl	3	1	4
	%	0,6%	0,2%	0,4%
Arabisch	Anzahl	4	1	5
	%	0,8%	0,2%	0,5%
Bulgarisch	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Englisch	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Französisch	Anzahl	1	1	2
	%	0,2%	0,2%	0,2%
Griechisch	Anzahl	0	2	2
	%	0,0%	0,4%	0,2%
Italienisch	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Kroatisch	Anzahl	2	3	5
	%	0,4%	0,6%	0,5%
Kurdisch	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Libanesisch	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Persisch	Anzahl	1	1	2
	%	0,2%	0,2%	0,2%
Polnisch	Anzahl	4	3	7
	%	0,8%	0,6%	0,7%
Portugiesisch	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Rumänisch	Anzahl	1	4	5
	%	0,2%	0,8%	0,5%
Russisch	Anzahl	4	9	13
	%	0,8%	1,8%	1,3%
Serbisch	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Spanisch	Anzahl	1	1	2
	%	0,2%	0,2%	0,2%
Syrisch	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Tschechisch	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Türkisch	Anzahl	8	12	20
	%	1,6%	2,4%	2,0%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Geschlecht * Engagementstatus

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Engagementstatus * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Engagementstatus	Nicht engagiert	Anzahl	181	204	385
		%	36,0%	40,6%	38,3%
	Engagiert	Anzahl	322	299	621
		%	64,0%	59,4%	61,7%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,2259; df = 1; p = 0,136$

Geschlecht * Grad des digitalen Engagements (Digitals)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Digitals * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Digitals	Nicht engagiert	Anzahl	181	204	385
		%	36,1%	40,6%	38,3%
	Nicht/kaum digital engagiert	Anzahl	185	171	356
		%	36,9%	34,0%	35,4%
	Auch digital engagiert	Anzahl	136	128	264
		%	27,1%	25,4%	26,3%
Gesamt	Anzahl		502	503	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,1660; df = 2; p = 0,339$

Geschlecht * Engagementabfrage

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B12 Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit? * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit?	Trifft nicht zu	Anzahl	225	252	477
		%	44,8%	50,1%	47,5%
	Trifft zu	Anzahl	277	251	528
		%	55,2%	49,9%	52,5%
Gesamt	Anzahl		502	503	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,8076; df = 1; p = 0,094$

Geschlecht * Engagementbereich

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B13_1 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sport und Bewegung * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Sport und Bewegung	Trifft nicht zu	Anzahl	344	393	737
		%	68,4%	78,1%	73,3%
	Trifft zu	Anzahl	159	110	269
		%	31,6%	21,9%	26,7%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 12,1835; df = 1; p = 0,000$

B13_2 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kultur und Musik * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Kultur und Musik	Trifft nicht zu	Anzahl	459	431	890
		%	91,3%	85,7%	88,5%
	Trifft zu	Anzahl	44	72	116
		%	8,7%	14,3%	11,5%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,6395; df = 1; p = 0,006$

B13_3 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Freizeit und Geselligkeit * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Freizeit und Geselligkeit	Trifft nicht zu	Anzahl	408	405	813
		%	81,1%	80,5%	80,8%
	Trifft zu	Anzahl	95	98	193
		%	18,9%	19,5%	19,2%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,0577; df = 1; p = 0,810$

B13_4 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sozialer Bereich * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Sozialer Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	412	397	809
		%	81,9%	78,9%	80,4%
	Trifft zu	Anzahl	91	106	197
		%	18,1%	21,1%	19,6%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,4203; df = 1; p = 0,233$

B13_5 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Gesundheitsbereich * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Gesundheitsbereich	Trifft nicht zu	Anzahl	467	451	918
		%	92,8%	89,7%	91,3%
	Trifft zu	Anzahl	36	52	88
		%	7,2%	10,3%	8,7%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 3,1880; df = 1; p = 0,074$

B13_6 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Schule oder Kindergarten * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Schule oder Kindergarten	Trifft nicht zu	Anzahl	457	446	903
		%	90,9%	88,7%	89,8%
	Trifft zu	Anzahl	46	57	103
		%	9,1%	11,3%	10,2%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,3088; df = 1; p = 0,253$

B13_7 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	Trifft nicht zu	Anzahl	450	447	897
		%	89,5%	88,9%	89,2%
	Trifft zu	Anzahl	53	56	109
		%	10,5%	11,1%	10,8%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,0926; df = 1; p = 0,761$

B13_8 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz	Trifft nicht zu	Anzahl	436	404	840
		%	86,7%	80,3%	83,5%
	Trifft zu	Anzahl	67	99	166
		%	13,3%	19,7%	16,5%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,3877; df = 1; p = 0,007$

B13_9 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Politik und politische Interessenvertretung * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Politik und politische Interessenvertretung	Trifft nicht zu	Anzahl	453	469	922
		%	90,1%	93,2%	91,7%
	Trifft zu	Anzahl	50	34	84
		%	9,9%	6,8%	8,3%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,3253; df = 1; p = 0,068$

B13_10 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes	Trifft nicht zu	Anzahl	474	464	938
		%	94,2%	92,2%	93,2%
	Trifft zu	Anzahl	29	39	68
		%	5,8%	7,8%	6,8%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,5772; df = 1; p = 0,209$

B13_11 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kirchlicher oder religiöser Bereich * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Kirchlicher oder religiöser Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	460	443	903
		%	91,5%	88,1%	89,8%
	Trifft zu	Anzahl	43	60	103
		%	8,5%	11,9%	10,2%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,1259; df = 1; p = 0,077$

B13_12 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Justiz oder Kriminalitätsprobleme * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	Trifft nicht zu	Anzahl	479	474	953
		%	95,2%	94,2%	94,7%
	Trifft zu	Anzahl	24	29	53
		%	4,8%	5,8%	5,3%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 0,4979; df = 1; p = 0,480$$

B13_13 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	Trifft nicht zu	Anzahl	407	468	875
		%	80,9%	93,0%	87,0%
	Trifft zu	Anzahl	96	35	131
		%	19,1%	7,0%	13,0%
Gesamt	Anzahl		503	503	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 32,6572; df = 1; p = 0,000$$

B13_14 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? In keinem dieser Bereiche * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
In keinem dieser Bereiche	Trifft nicht zu	Anzahl	322	299	621
		%	64,3%	59,6%	61,9%
	Trifft zu	Anzahl	179	203	382
		%	35,7%	40,4%	38,1%
Gesamt	Anzahl		501	502	1003
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 2,2259; df = 1; p = 0,136$$

Geschlecht * Engagement Zeitaufwand

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OB14 Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Geschlecht

		Geschlecht		Gesamt	
		männlich	weiblich		
Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1	Anzahl	12	14	26
		%	3,9%	4,7%	4,3%
	2	Anzahl	40	44	84
		%	12,9%	14,9%	13,9%
	3	Anzahl	36	36	72
		%	11,6%	12,2%	11,9%
	4	Anzahl	42	35	77
		%	13,5%	11,9%	12,7%
	5	Anzahl	32	46	78
		%	10,3%	15,6%	12,9%
	6	Anzahl	34	28	62
		%	11,0%	9,5%	10,2%
	7	Anzahl	6	10	16
		%	1,9%	3,4%	2,6%
	8	Anzahl	21	23	44
		%	6,8%	7,8%	7,3%
	9	Anzahl	3	3	6
		%	1,0%	1,0%	1,0%
	10	Anzahl	32	29	61
		%	10,3%	9,8%	10,1%
	12	Anzahl	22	8	30
		%	7,1%	2,7%	5,0%
	13	Anzahl	1	0	1
		%	0,3%	0,0%	0,2%
	14	Anzahl	1	5	6
		%	0,3%	1,7%	1,0%
	15	Anzahl	11	5	16
		%	3,5%	1,7%	2,6%
	16	Anzahl	5	1	6
		%	1,6%	0,3%	1,0%
	18	Anzahl	2	1	3
		%	0,6%	0,3%	0,5%
	20	Anzahl	5	5	10
		%	1,6%	1,7%	1,7%
	24	Anzahl	1	0	1
		%	0,3%	0,0%	0,2%
	25	Anzahl	1	1	2
		%	0,3%	0,3%	0,3%
	30	Anzahl	1	1	2
		%	0,3%	0,3%	0,3%
	36	Anzahl	1	0	1
		%	0,3%	0,0%	0,2%
	40	Anzahl	1	0	1
		%	0,3%	0,0%	0,2%
Gesamt		Anzahl	310	295	605
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 23,5033; df = 21; p = 0,318$

OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? (Gruppiert) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1-5 h	Anzahl	162	175	337
		%	52,3%	59,3%	55,7%
	6-11h	Anzahl	96	93	189
		%	31,0%	31,5%	31,2%
	12-40h	Anzahl	52	27	79
		%	16,8%	9,2%	13,1%
Gesamt	Anzahl	310	295	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 4,2647; df = 2; p = 0,119$$

Geschlecht * Org. Rahmen des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B15_1 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei	Trifft nicht zu	Anzahl	88	127	215
		%	27,3%	42,5%	34,6%
	Trifft zu	Anzahl	234	172	406
		%	72,7%	57,5%	65,4%
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 15,7121; df = 1; p = 0,000$$

B15_2 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? im Rahmen der Schule oder Hochschule * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
im Rahmen der Schule oder Hochschule	Trifft nicht zu	Anzahl	252	230	482
		%	78,3%	76,9%	77,6%
	Trifft zu	Anzahl	70	69	139
		%	21,7%	23,1%	22,4%
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 0,1597; df = 1; p = 0,689$$

B15_3 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation	Trifft nicht zu	Anzahl	238	196	434
		%	73,9%	65,6%	69,9%
	Trifft zu	Anzahl	84	103	187
		%	26,1%	34,4%	30,1%
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 5,1502; df = 1; p = 0,023$$

B15_4 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert.	Trifft nicht zu	Anzahl	259	228	487
		%	80,4%	76,3%	78,4%
	Trifft zu	Anzahl	63	71	134
		%	19,6%	23,7%	21,6%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,6013; df = 1; p = 0,206$

B15_5 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? Ich mache das eher alleine. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich mache das eher alleine.	Trifft nicht zu	Anzahl	264	223	487
		%	82,0%	74,6%	78,4%
	Trifft zu	Anzahl	58	76	134
		%	18,0%	25,4%	21,6%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,0247; df = 1; p = 0,025$

Geschlecht * Anstoß für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B16_1 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Freunde bzw. Freundinnen * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Durch Freunde bzw. Freundinnen	Trifft nicht zu	Anzahl	110	102	212
		%	34,2%	34,1%	34,1%
	Trifft zu	Anzahl	212	197	409
		%	65,8%	65,9%	65,9%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,0002; df = 1; p = 0,990$

B16_2 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch meine Familie * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Durch meine Familie	Trifft nicht zu	Anzahl	198	188	386
		%	61,5%	62,9%	62,2%
	Trifft zu	Anzahl	124	111	235
		%	38,5%	37,1%	37,8%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,1265; df = 1; p = 0,722$

B16_3 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die Schule/Lehrkräfte * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Durch die Schule/Lehrkräfte	Trifft nicht zu	Anzahl	244	216	460
		%	75,8%	72,2%	74,1%
	Trifft zu	Anzahl	78	83	161
		%	24,2%	27,8%	25,9%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,0092; df = 1; p = 0,315$

B16_4 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich habe es mir selbst überlegt. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich habe es mir selbst überlegt.	Trifft nicht zu	Anzahl	173	144	317
		%	53,7%	48,2%	51,0%
	Trifft zu	Anzahl	149	155	304
		%	46,3%	51,8%	49,0%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,9222; df = 1; p = 0,166$

B16_5 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	224	223	447
		%	69,6%	74,6%	72,0%
	Trifft zu	Anzahl	98	76	174
		%	30,4%	25,4%	28,0%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,9346; df = 1; p = 0,164$

B16_6 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen.	Trifft nicht zu	Anzahl	265	235	500
		%	82,3%	78,6%	80,5%
	Trifft zu	Anzahl	57	64	121
		%	17,7%	21,4%	19,5%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,3550; df = 1; p = 0,244$

B16_7 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	182	187	369
		%	56,5%	62,5%	59,4%
	Trifft zu	Anzahl	140	112	252
		%	43,5%	37,5%	40,6%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,3302; df = 1; p = 0,127$

B16_8 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien	Trifft nicht zu	Anzahl	250	235	485
		%	77,6%	78,6%	78,1%
	Trifft zu	Anzahl	72	64	136
		%	22,4%	21,4%	21,9%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,0828; df = 1; p = 0,774$

Geschlecht * Ziele des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B17_1 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die Interessen von Jugendlichen vertreten. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Die Interessen von Jugendlichen vertreten.	Unwichtig	Anzahl	46	63	109
		%	14,6%	21,6%	18,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	47	49	96
		%	14,9%	16,8%	15,8%
	Eher wichtig	Anzahl	107	93	200
		%	34,0%	32,0%	33,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	115	86	201
		%	36,5%	29,6%	33,2%
Gesamt	Anzahl	315	291	606	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,9175; df = 3; p = 0,075$

B17_2 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	123	86	209
		%	38,8%	29,5%	34,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	74	48	122
		%	23,3%	16,4%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	57	59	116
		%	18,0%	20,2%	19,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	63	99	162
		%	19,9%	33,9%	26,6%
Gesamt	Anzahl	317	292	609	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 19,1317; df = 3; p = 0,000$

B17_3 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Menschen mit Behinderungen helfen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Menschen mit Behinderungen helfen.	Unwichtig	Anzahl	93	81	174
		%	29,2%	28,0%	28,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	69	62	131
		%	21,7%	21,5%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	96	78	174
		%	30,2%	27,0%	28,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	60	68	128
		%	18,9%	23,5%	21,1%
Gesamt	Anzahl	318	289	607	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,1832; df = 3; p = 0,535$

B17_4 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	96	118	214
		%	30,7%	40,7%	35,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	91	63	154
		%	29,1%	21,7%	25,5%
	Eher wichtig	Anzahl	85	74	159
		%	27,2%	25,5%	26,4%
	Sehr wichtig	Anzahl	41	35	76
		%	13,1%	12,1%	12,6%
Gesamt	Anzahl	313	290	603	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,7212; df = 3; p = 0,052$

B17_5 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen	Unwichtig	Anzahl	57	55	112
		%	17,9%	18,5%	18,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	35	54	89
		%	11,0%	18,2%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	115	93	208
		%	36,1%	31,3%	33,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	112	95	207
		%	35,1%	32,0%	33,6%
Gesamt	Anzahl	319	297	616	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,0382; df = 3; p = 0,071$

B17_6 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Armen oder sozial schwachen Menschen helfen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Armen oder sozial schwachen Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	74	72	146
		%	23,4%	24,7%	24,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	52	50	102
		%	16,5%	17,1%	16,8%
	Eher wichtig	Anzahl	122	91	213
		%	38,6%	31,2%	35,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	68	79	147
		%	21,5%	27,1%	24,2%
Gesamt	Anzahl	316	292	608	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,4611; df = 3; p = 0,216$

B17_7 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen.	Unwichtig	Anzahl	109	104	213
		%	34,6%	35,9%	35,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	79	57	136
		%	25,1%	19,7%	22,5%
	Eher wichtig	Anzahl	67	82	149
		%	21,3%	28,3%	24,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	60	47	107
		%	19,0%	16,2%	17,7%
Gesamt	Anzahl	315	290	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,7424; df = 3; p = 0,125$

B17_8 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Älteren Menschen helfen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Älteren Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	99	89	188
		%	31,2%	30,5%	30,9%
	Eher unwichtig	Anzahl	60	57	117
		%	18,9%	19,5%	19,2%
	Eher wichtig	Anzahl	90	77	167
		%	28,4%	26,4%	27,4%
	Sehr wichtig	Anzahl	68	69	137
		%	21,5%	23,6%	22,5%
Gesamt	Anzahl	317	292	609	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,6029; df = 3; p = 0,896$

B17_9 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Etwas für Menschen in armen Ländern tun. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Etwas für Menschen in armen Ländern tun.	Unwichtig	Anzahl	130	119	249
		%	41,7%	41,6%	41,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	77	52	129
		%	24,7%	18,2%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	68	74	142
		%	21,8%	25,9%	23,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	37	41	78
		%	11,9%	14,3%	13,0%
Gesamt	Anzahl	312	286	598	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,6679; df = 3; p = 0,198$

B17_10 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen.	Unwichtig	Anzahl	158	130	288
		%	50,5%	44,5%	47,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	63	81	144
		%	20,1%	27,7%	23,8%
	Eher wichtig	Anzahl	59	57	116
		%	18,8%	19,5%	19,2%
	Sehr wichtig	Anzahl	33	24	57
		%	10,5%	8,2%	9,4%
Gesamt	Anzahl	313	292	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,7057; df = 3; p = 0,127$

Geschlecht * Engagementhäufigkeit

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angeben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B18 Wie häufig findet Ihr Engagement statt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Wie häufig findet Ihr Engagement statt?	Täglich	Anzahl	17	20	37
		%	5,3%	6,7%	6,0%
	Mehrals in der Woche	Anzahl	191	155	346
		%	59,3%	51,8%	55,7%
	Einmal in der Woche	Anzahl	75	78	153
		%	23,3%	26,1%	24,6%
	Mehrals im Monat	Anzahl	18	32	50
		%	5,6%	10,7%	8,1%
	Einmal im Monat	Anzahl	11	7	18
		%	3,4%	2,3%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	10	7	17
		%	3,1%	2,3%	2,7%
Gesamt		Anzahl	322	299	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 8,5459; df = 5; p = 0,129$

Geschlecht * Motive des Engagements

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B19_1 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss mir Spaß machen. (Emotion) * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Es muss mir Spaß machen. (Emotion)	Unwichtig	Anzahl	7	6	13
		%	1,4%	1,2%	1,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	17	18	35
		%	3,4%	3,6%	3,5%
	Eher wichtig	Anzahl	119	117	236
		%	23,8%	23,4%	23,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	357	360	717
		%	71,4%	71,9%	71,6%
Gesamt		Anzahl	500	501	1001
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,3423; df = 3; p = 0,952$

B19_2 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte) * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte)	Unwichtig	Anzahl	14	22	36
		%	2,8%	4,4%	3,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	47	38	85
		%	9,4%	7,6%	8,5%
	Eher wichtig	Anzahl	153	179	332
		%	30,6%	35,7%	33,2%
	Sehr wichtig	Anzahl	286	262	548
		%	57,2%	52,3%	54,7%
Gesamt		Anzahl	500	501	1001
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 13,2796; df = 3; p = 0,004$

B19_3 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit)	Unwichtig	Anzahl	17	20	37
		%	3,4%	4,0%	3,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	69	64	133
		%	13,9%	12,8%	13,3%
	Eher wichtig	Anzahl	194	187	381
		%	39,0%	37,5%	38,2%
	Sehr wichtig	Anzahl	218	228	446
		%	43,8%	45,7%	44,7%
Gesamt	Anzahl	498	499	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,8472; df = 3; p = 0,278$

B19_4 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit)	Unwichtig	Anzahl	67	64	131
		%	13,5%	12,9%	13,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	104	115	219
		%	21,0%	23,1%	22,0%
	Eher wichtig	Anzahl	157	147	304
		%	31,7%	29,5%	30,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	168	172	340
		%	33,9%	34,5%	34,2%
Gesamt	Anzahl	496	498	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,6509; df = 3; p = 0,648$

B19_5 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	38	20	58
		%	7,6%	4,0%	5,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	89	74	163
		%	17,8%	14,9%	16,4%
	Eher wichtig	Anzahl	185	173	358
		%	37,1%	34,8%	35,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	187	230	417
		%	37,5%	46,3%	41,9%
Gesamt	Anzahl	499	497	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,3315; df = 3; p = 0,002$

B19_6 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	24	21	45
		%	4,8%	4,2%	4,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	69	60	129
		%	13,9%	12,0%	12,9%
	Eher wichtig	Anzahl	201	204	405
		%	40,4%	40,8%	40,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	203	215	418
		%	40,8%	43,0%	41,9%
Gesamt	Anzahl	497	500	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,7872; df = 3; p = 0,618$

B19_7 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung)	Unwichtig	Anzahl	38	31	69
		%	7,7%	6,3%	7,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	85	57	142
		%	17,3%	11,5%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	188	204	392
		%	38,3%	41,3%	39,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	180	202	382
		%	36,7%	40,9%	38,8%
Gesamt	Anzahl	491	494	985	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,2900; df = 3; p = 0,349$

B19_8 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung)	Unwichtig	Anzahl	6	11	17
		%	1,2%	2,2%	1,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	38	35	73
		%	7,6%	7,0%	7,3%
	Eher wichtig	Anzahl	194	203	397
		%	39,0%	40,5%	39,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	260	252	512
		%	52,2%	50,3%	51,3%
Gesamt	Anzahl	498	501	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,0606; df = 3; p = 0,349$

Geschlecht * Relevanz des Internets für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C20 Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus?	gar nicht	Anzahl	106	96	202
		%	33,0%	32,1%	32,6%
	eher weniger	Anzahl	79	75	154
		%	24,6%	25,1%	24,8%
	teils/teils	Anzahl	84	74	158
		%	26,2%	24,7%	25,5%
	überwiegend	Anzahl	45	45	90
		%	14,0%	15,1%	14,5%
	vollständig	Anzahl	7	9	16
		%	2,2%	3,0%	2,6%
Gesamt	Anzahl	321	299	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,7021; df = 4; p = 0,951$

Geschlecht * Aktivitäten im Internet (Allgemein)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C21_1 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	8	9	17
		%	1,6%	1,8%	1,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	100	85	185
		%	19,9%	16,9%	18,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	137	162	299
		%	27,2%	32,3%	29,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	107	83	190
		%	21,3%	16,5%	18,9%
	Nie	Anzahl	151	163	314
		%	30,0%	32,5%	31,2%
Gesamt	Anzahl	503	502	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,8545; df = 4; p = 0,144$

C21_2 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	13	16	29
		%	2,6%	3,2%	2,9%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	130	123	253
		%	25,8%	24,5%	25,1%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	169	168	337
		%	33,6%	33,4%	33,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	90	92	182
		%	17,9%	18,3%	18,1%
	Nie	Anzahl	101	104	205
		%	20,1%	20,7%	20,4%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,5729; df = 4; p = 0,966$

C21_3 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	15	12	27
		%	3,0%	2,4%	2,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	96	114	210
		%	19,1%	22,7%	20,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	151	133	284
		%	30,0%	26,5%	28,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	108	92	200
		%	21,5%	18,3%	19,9%
	Nie	Anzahl	133	151	284
		%	26,4%	30,1%	28,3%
Gesamt	Anzahl	503	502	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 5,4369; df = 4; p = 0,245$$

C21_4 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer öffentlich kommentiert? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... Aussagen anderer öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	13	6	19
		%	2,6%	1,2%	1,9%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	80	87	167
		%	15,9%	17,3%	16,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	133	136	269
		%	26,5%	27,1%	26,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	120	111	231
		%	23,9%	22,1%	23,0%
	Nie	Anzahl	156	162	318
		%	31,1%	32,3%	31,7%
Gesamt	Anzahl	502	502	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,3697; df = 4; p = 0,498$$

C21_5 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	8	2	10
		%	1,6%	0,4%	1,0%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	27	30	57
		%	5,4%	6,0%	5,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	55	45	100
		%	11,0%	9,0%	10,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	51	57	108
		%	10,2%	11,4%	10,8%
	Nie	Anzahl	360	367	727
		%	71,9%	73,3%	72,6%
Gesamt	Anzahl	501	501	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 5,1586; df = 4; p = 0,271$$

C21_6 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	11	11	22
		%	2,2%	2,2%	2,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	41	46	87
		%	8,2%	9,2%	8,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	76	78	154
		%	15,2%	15,5%	15,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	76	89	165
		%	15,2%	17,7%	16,5%
	Nie	Anzahl	297	278	575
		%	59,3%	55,4%	57,3%
Gesamt	Anzahl	501	502	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,9644; df = 4; p = 0,742$$

C21_7 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	5	7	12
		%	1,0%	1,4%	1,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	48	43	91
		%	9,5%	8,6%	9,1%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	89	79	168
		%	17,7%	15,7%	16,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	141	121	262
		%	28,0%	24,1%	26,1%
	Nie	Anzahl	220	252	472
		%	43,7%	50,2%	47,0%
Gesamt	Anzahl	503	502	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 4,8985; df = 4; p = 0,298$$

Geschlecht * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C22_1 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	2	2	4
		%	0,4%	0,4%	0,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	46	36	82
		%	9,1%	7,2%	8,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	86	96	182
		%	17,1%	19,1%	18,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	105	102	207
		%	20,9%	20,3%	20,6%
	Nie	Anzahl	264	267	531
		%	52,5%	53,1%	52,8%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,8294; df = 4; p = 0,767$$

C22_2 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	5	3	8
		%	1,0%	0,6%	0,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	59	64	123
		%	11,8%	12,7%	12,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	115	116	231
		%	22,9%	23,1%	23,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	129	103	232
		%	25,7%	20,5%	23,1%
	Nie	Anzahl	194	217	411
		%	38,6%	43,1%	40,9%
Gesamt	Anzahl	502	503	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,9075; df = 4; p = 0,297$

C22_3 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	3	7	10
		%	0,6%	1,4%	1,0%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	46	33	79
		%	9,2%	6,6%	7,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	89	97	186
		%	17,7%	19,3%	18,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	106	104	210
		%	21,1%	20,7%	20,9%
	Nie	Anzahl	258	262	520
		%	51,4%	52,1%	51,7%
Gesamt	Anzahl	502	503	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,1322; df = 4; p = 0,388$

C22_4 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	4	2	6
		%	0,8%	0,4%	0,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	43	31	74
		%	8,6%	6,2%	7,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	85	95	180
		%	16,9%	18,9%	17,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	115	109	224
		%	22,9%	21,7%	22,3%
	Nie	Anzahl	255	265	520
		%	50,8%	52,8%	51,8%
Gesamt	Anzahl	502	502	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,5212; df = 4; p = 0,475$

C22_5 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online Geld gespendet? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... online Geld gespendet?	Täglich	Anzahl	0	3	3
		%	0,0%	0,6%	0,3%
	Mehrals pro Woche	Anzahl	5	7	12
		%	1,0%	1,4%	1,2%
	Mehrals im Monat	Anzahl	17	12	29
		%	3,4%	2,4%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	49	59	108
		%	9,8%	11,8%	10,8%
	Nie	Anzahl	430	421	851
		%	85,8%	83,9%	84,8%
Gesamt	Anzahl	501	502	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,2155; df = 4; p = 0,266$

C22_6 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)?	Täglich	Anzahl	1	1	2
		%	0,2%	0,2%	0,2%
	Mehrals pro Woche	Anzahl	7	6	13
		%	1,4%	1,2%	1,3%
	Mehrals im Monat	Anzahl	27	26	53
		%	5,4%	5,2%	5,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	47	49	96
		%	9,4%	9,7%	9,6%
	Nie	Anzahl	420	421	841
		%	83,7%	83,7%	83,7%
Gesamt	Anzahl	502	503	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,1377; df = 4; p = 0,998$

C22_7 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Online-Spendenaufwurf geteilt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... einen Online-Spendenaufwurf geteilt?	Mehrals pro Woche	Anzahl	9	10	19
		%	1,8%	2,0%	1,9%
	Mehrals im Monat	Anzahl	23	13	36
		%	4,6%	2,6%	3,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	49	70	119
		%	9,8%	13,9%	11,9%
	Nie	Anzahl	421	409	830
		%	83,9%	81,5%	82,7%
	Gesamt	Anzahl	502	502	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,7098; df = 3; p = 0,082$

C22_8 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	5	2	7
		%	1,0%	0,4%	0,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	21	16	37
		%	4,2%	3,2%	3,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	37	35	72
		%	7,4%	7,0%	7,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	33	42	75
		%	6,6%	8,3%	7,5%
	Nie	Anzahl	407	408	815
		%	80,9%	81,1%	81,0%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,0982; df = 4; p = 0,542$

C22_9 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	4	3	7
		%	0,8%	0,6%	0,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	17	9	26
		%	3,4%	1,8%	2,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	41	48	89
		%	8,2%	9,5%	8,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	69	66	135
		%	13,7%	13,1%	13,4%
	Nie	Anzahl	371	377	748
		%	73,9%	75,0%	74,4%
Gesamt	Anzahl	502	503	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,2688; df = 4; p = 0,514$

C22_10 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... eine Online-Gruppe mitgegründet? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... eine Online-Gruppe mitgegründet?	Täglich	Anzahl	1	0	1
		%	0,2%	0,0%	0,1%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	13	6	19
		%	2,6%	1,2%	1,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	18	18	36
		%	3,6%	3,6%	3,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	50	66	116
		%	10,0%	13,1%	11,6%
	Nie	Anzahl	419	412	831
		%	83,6%	82,1%	82,9%
Gesamt	Anzahl	501	502	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,8438; df = 4; p = 0,211$

C22_11 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr) * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr)	Täglich	Anzahl	1	2	3
		%	0,2%	0,4%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	15	11	26
		%	3,0%	2,2%	2,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	32	33	65
		%	6,4%	6,6%	6,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	73	91	164
		%	14,6%	18,2%	16,4%
	Nie	Anzahl	380	364	744
		%	75,8%	72,7%	74,3%
Gesamt	Anzahl	501	501	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,2838; df = 4; p = 0,512$$

C22_12 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	3	3	6
		%	0,6%	0,6%	0,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	37	27	64
		%	7,4%	5,4%	6,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	63	60	123
		%	12,5%	11,9%	12,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	97	86	183
		%	19,3%	17,1%	18,2%
	Nie	Anzahl	303	327	630
		%	60,2%	65,0%	62,6%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,2112; df = 4; p = 0,523$$

Geschlecht * App-Nutzung im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C23_1 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? WhatsApp * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
WhatsApp	Täglich	Anzahl	163	190	353
		%	91,1%	93,6%	92,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	11	9	20
		%	6,1%	4,4%	5,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	1	1	2
		%	0,6%	0,5%	0,5%
	Nie	Anzahl	4	3	7
		%	2,2%	1,5%	1,8%
	Gesamt	Anzahl	179	203	382
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 0,9037; df = 3; p = 0,825$$

C23_2 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Instagram *
Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Instagram	Täglich	Anzahl	36	62	98
		%	20,3%	30,5%	25,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	38	54	92
		%	21,5%	26,6%	24,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	20	21	41
		%	11,3%	10,3%	10,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	7	12	19
		%	4,0%	5,9%	5,0%
	Nie	Anzahl	76	54	130
		%	42,9%	26,6%	34,2%
Gesamt	Anzahl	177	203	380	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 13,0259; df = 4; p = 0,011$$

C23_3 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Snapchat *
Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Snapchat	Täglich	Anzahl	24	38	62
		%	13,4%	19,0%	16,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	30	39	69
		%	16,8%	19,5%	18,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	21	18	39
		%	11,7%	9,0%	10,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	14	15	29
		%	7,8%	7,5%	7,7%
	Nie	Anzahl	90	90	180
		%	50,3%	45,0%	47,5%
Gesamt	Anzahl	179	200	379	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,4475; df = 4; p = 0,486$$

C23_4 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Facebook *
Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Facebook	Täglich	Anzahl	65	75	140
		%	36,5%	36,9%	36,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	38	56	94
		%	21,3%	27,6%	24,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	29	25	54
		%	16,3%	12,3%	14,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	13	16	29
		%	7,3%	7,9%	7,6%
	Nie	Anzahl	33	31	64
		%	18,5%	15,3%	16,8%
Gesamt	Anzahl	178	203	381	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,2036; df = 4; p = 0,524$$

C23_5 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Twitter *
Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Twitter	Täglich	Anzahl	10	16	26
		%	5,6%	7,9%	6,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	12	16	28
		%	6,7%	7,9%	7,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	11	22	33
		%	6,2%	10,8%	8,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	12	31	43
		%	6,7%	15,3%	11,3%
	Nie	Anzahl	133	118	251
		%	74,7%	58,1%	65,9%
Gesamt	Anzahl	178	203	381	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 13,3315; df = 4; p = 0,010$$

C23_6 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Skype *
Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Skype	Täglich	Anzahl	2	4	6
		%	1,1%	2,0%	1,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	14	6	20
		%	7,9%	3,0%	5,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	15	28	43
		%	8,4%	14,1%	11,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	44	54	98
		%	24,7%	27,1%	26,0%
	Nie	Anzahl	103	107	210
		%	57,9%	53,8%	55,7%
Gesamt	Anzahl	178	199	377	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 7,7478; df = 4; p = 0,101$$

C23_7 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? E-Mail *
Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
E-Mail	Täglich	Anzahl	12	28	40
		%	6,7%	13,8%	10,5%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	34	43	77
		%	19,0%	21,2%	20,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	57	59	116
		%	31,8%	29,1%	30,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	50	47	97
		%	27,9%	23,2%	25,4%
	Nie	Anzahl	26	26	52
		%	14,5%	12,8%	13,6%
Gesamt	Anzahl	179	203	382	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 6,0954; df = 4; p = 0,192$$

C23_8 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Sonstiges * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Sonstiges	Täglich	Anzahl	1	0	1
		%	0,6%	0,0%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	2	4	6
		%	1,2%	2,1%	1,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	2	0	2
		%	1,2%	0,0%	0,6%
	Nie	Anzahl	165	187	352
		%	97,1%	97,9%	97,5%
Gesamt	Anzahl	170	191	361	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,8330; df = 3; p = 0,280$

OC23 Sonstige App * Geschlecht

		Geschlecht		
		männlich	weiblich	Gesamt
Sonstige App	Anzahl	498	499	997
	%	99,0%	99,2%	99,1%
Jodel	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
meinstadt.de	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Slack	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Telegram	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
TikTok	Anzahl	1	1	2
	%	0,2%	0,2%	0,2%
YouTube	Anzahl	1	1	2
	%	0,2%	0,2%	0,2%
YouTube und Pinterest	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Geschlecht * App-Nutzung im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C24_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? WhatsApp * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
WhatsApp	Unwichtig	Anzahl	35	34	69
		%	10,9%	11,4%	11,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	43	42	85
		%	13,4%	14,0%	13,7%
	Eher wichtig	Anzahl	97	89	186
		%	30,1%	29,8%	30,0%
Sehr wichtig	Anzahl	147	134	281	
	%	45,7%	44,8%	45,2%	
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,1201; df = 3; p = 0,989$

C24_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Instagram * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Instagram	Unwichtig	Anzahl	155	141	296
		%	48,3%	47,2%	47,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	65	54	119
		%	20,2%	18,1%	19,2%
	Eher wichtig	Anzahl	70	65	135
		%	21,8%	21,7%	21,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	31	39	70
		%	9,7%	13,0%	11,3%
Gesamt	Anzahl	321	299	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 2,0003; df = 3; p = 0,572$$

C24_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Snapchat * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Snapchat	Unwichtig	Anzahl	203	193	396
		%	63,6%	64,8%	64,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	69	57	126
		%	21,6%	19,1%	20,4%
	Eher wichtig	Anzahl	35	32	67
		%	11,0%	10,7%	10,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	12	16	28
		%	3,8%	5,4%	4,5%
Gesamt	Anzahl	319	298	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,3880; df = 3; p = 0,708$$

C24_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Facebook * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Facebook	Unwichtig	Anzahl	103	84	187
		%	32,0%	28,1%	30,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	62	43	105
		%	19,3%	14,4%	16,9%
	Eher wichtig	Anzahl	88	80	168
		%	27,3%	26,8%	27,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	69	92	161
		%	21,4%	30,8%	25,9%
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 8,1946; df = 3; p = 0,042$$

C24_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Twitter * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Twitter	Unwichtig	Anzahl	190	199	389
		%	59,0%	66,6%	62,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	58	36	94
		%	18,0%	12,0%	15,1%
	Eher wichtig	Anzahl	52	35	87
		%	16,1%	11,7%	14,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	22	29	51
		%	6,8%	9,7%	8,2%
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 8,8000; df = 3; p = 0,032$$

C24_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Skype * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Skype	Unwichtig	Anzahl	194	191	385
		%	60,2%	63,9%	62,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	66	58	124
		%	20,5%	19,4%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	46	35	81
		%	14,3%	11,7%	13,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	16	15	31
		%	5,0%	5,0%	5,0%
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 1,2154; df = 3; p = 0,749$ **C24_7 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? E-Mail * Geschlecht**

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
E-Mail	Unwichtig	Anzahl	88	72	160
		%	27,3%	24,1%	25,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	61	63	124
		%	18,9%	21,1%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	107	84	191
		%	33,2%	28,1%	30,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	66	80	146
		%	20,5%	26,8%	23,5%
Gesamt	Anzahl	322	299	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 4,8992; df = 3; p = 0,178$ **C24_8 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Sonstiges * Geschlecht**

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Sonstiges	Unwichtig	Anzahl	236	241	477
		%	82,5%	86,1%	84,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	35	28	63
		%	12,2%	10,0%	11,1%
	Eher wichtig	Anzahl	8	5	13
		%	2,8%	1,8%	2,3%
	Sehr wichtig	Anzahl	7	6	13
		%	2,4%	2,1%	2,3%
Gesamt	Anzahl	286	280	566	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 1,5360; df = 3; p = 0,674$

OC24 Sonstige Dienste * Geschlecht

Sonstige Dienste		Geschlecht		Gesamt
		männlich	weiblich	
	Anzahl	488	492	980
	%	97,0%	97,8%	97,4%
die Dienste unseres Dozenten	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Discord	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
einfach mit Handy oder Telefon telefonieren	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Feuerwehr-Piepser	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Google+	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Handyanruf	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
intern benutzte App	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
normales persönliches Gespräch	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
persönlicher Kontakt	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Pieper, d.h. digitaler Meldeempfänger für Textanzeigen	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
schriftlicher Kontakt per Brief (herkömmliche Post)	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
schriftlicher Verkehr	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Smartphone	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
SMS	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Telefon	Anzahl	2	0	2
	%	0,4%	0,0%	0,2%
Telefon und persönlicher, direkter Kontakt	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Telefon, falls die Teilnehmer mich anrufen möchten	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
telefonieren	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Telefonieren, d.h. Teilnehmer anrufen über Festnetz bzw. Handy	Anzahl	1	0	1
	%	0,2%	0,0%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	2	2
	%	0,0%	0,4%	0,2%
Viber	Anzahl	1	1	2
	%	0,2%	0,2%	0,2%
Webseite	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
YouTube	Anzahl	0	1	1
	%	0,0%	0,2%	0,1%
Gesamt	Anzahl	503	503	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Geschlecht * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C25_1 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Täglich	Anzahl	2	1	3
		%	1,1%	0,5%	0,8%
	Mehrals pro Woche	Anzahl	13	12	25
		%	7,3%	6,0%	6,6%
	Mehrals im Monat	Anzahl	30	24	54
		%	16,9%	12,0%	14,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	24	27	51
		%	13,5%	13,5%	13,5%
	Nie	Anzahl	109	136	245
		%	61,2%	68,0%	64,8%
Gesamt	Anzahl	178	200	378	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,9215; df = 4; p = 0,571$

C25_2 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Mehrals pro Woche	Anzahl	1	0	1
		%	0,6%	0,0%	0,3%
	Mehrals im Monat	Anzahl	2	0	2
		%	1,1%	0,0%	0,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	2	7	9
		%	1,1%	3,5%	2,4%
	Nie	Anzahl	173	195	368
		%	97,2%	96,5%	96,8%
Gesamt	Anzahl	178	202	380	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,5995; df = 3; p = 0,133$

C25_3 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Täglich	Anzahl	1	0	1
		%	0,6%	0,0%	0,3%
	Mehrals im Monat	Anzahl	1	3	4
		%	0,6%	1,5%	1,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	5	9
		%	2,2%	2,5%	2,4%
	Nie	Anzahl	172	193	365
		%	96,6%	96,0%	96,3%
Gesamt	Anzahl	178	201	379	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,9307; df = 3; p = 0,587$

C25_4 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	0	1
		%	0,6%	0,0%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	2	5	7
		%	1,1%	2,5%	1,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	11	17	28
		%	6,2%	8,5%	7,4%
	Nie	Anzahl	164	179	343
		%	92,1%	89,1%	90,5%
Gesamt	Anzahl	178	201	379	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,8421; df = 3; p = 0,417$

C25_5 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Täglich	Anzahl	27	20	47
		%	15,2%	10,0%	12,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	56	60	116
		%	31,5%	30,0%	30,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	38	43	81
		%	21,3%	21,5%	21,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	8	19	27
		%	4,5%	9,5%	7,1%
	Nie	Anzahl	49	58	107
		%	27,5%	29,0%	28,3%
Gesamt	Anzahl	178	200	378	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,4657; df = 4; p = 0,243$

Geschlecht * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die Angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C26_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram)	Unwichtig	Anzahl	86	69	155
		%	26,7%	23,2%	25,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	65	46	111
		%	20,2%	15,4%	17,9%
	Eher wichtig	Anzahl	102	93	195
		%	31,7%	31,2%	31,5%
	Sehr wichtig	Anzahl	69	90	159
		%	21,4%	30,2%	25,6%
Gesamt	Anzahl	322	298	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,3878; df = 3; p = 0,061$

C26_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Unwichtig	Anzahl	198	172	370
		%	61,7%	58,1%	60,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	54	62	116
		%	16,8%	20,9%	18,8%
	Eher wichtig	Anzahl	44	46	90
		%	13,7%	15,5%	14,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	25	16	41
		%	7,8%	5,4%	6,6%
Gesamt	Anzahl	321	296	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,3914; df = 3; p = 0,335$

C26_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Unwichtig	Anzahl	210	195	405
		%	65,4%	65,9%	65,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	58	56	114
		%	18,1%	18,9%	18,5%
	Eher wichtig	Anzahl	43	29	72
		%	13,4%	9,8%	11,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	10	16	26
		%	3,1%	5,4%	4,2%
Gesamt	Anzahl	321	296	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,6906; df = 3; p = 0,297$

C26_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Unwichtig	Anzahl	218	204	422
		%	68,3%	69,4%	68,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	52	45	97
		%	16,3%	15,3%	15,8%
	Eher wichtig	Anzahl	41	32	73
		%	12,9%	10,9%	11,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	8	13	21
		%	2,5%	4,4%	3,4%
Gesamt	Anzahl	319	294	613	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,2538; df = 3; p = 0,521$

C26_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Unwichtig	Anzahl	211	187	398
		%	65,9%	63,4%	64,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	54	65	119
		%	16,9%	22,0%	19,3%
	Eher wichtig	Anzahl	43	25	68
		%	13,4%	8,5%	11,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	12	18	30
		%	3,8%	6,1%	4,9%
Gesamt	Anzahl	320	295	615	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,4248; df = 3; p = 0,060$

C26_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Unwichtig	Anzahl	126	119	245
		%	39,1%	39,9%	39,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	73	66	139
		%	22,7%	22,1%	22,4%
	Eher wichtig	Anzahl	91	82	173
		%	28,3%	27,5%	27,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	32	31	63
		%	9,9%	10,4%	10,2%
Gesamt	Anzahl	322	298	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,1077; df = 3; p = 0,991$

Geschlecht * Medienkompetenz

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C27_1 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden. * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.	Trifft nicht zu	Anzahl	138	121	259
		%	27,5%	24,4%	26,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	177	185	362
		%	35,3%	37,4%	36,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	147	147	294
		%	29,3%	29,7%	29,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	39	42	81
		%	7,8%	8,5%	8,1%
Gesamt	Anzahl	501	495	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,3676; df = 3; p = 0,713$

C27_2 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell. * Geschlecht

		Geschlecht			
		männlich	weiblich	Gesamt	
Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.	Trifft nicht zu	Anzahl	50	58	108
		%	10,1%	11,8%	10,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	118	131	249
		%	23,8%	26,6%	25,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	221	218	439
		%	44,6%	44,2%	44,4%
	Trifft voll zu	Anzahl	107	86	193
		%	21,6%	17,4%	19,5%
Gesamt	Anzahl	496	493	989	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,5677; df = 3; p = 0,312$

C27_3 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.	Trifft nicht zu	Anzahl	268	270	538
		%	53,5%	53,8%	53,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	133	122	255
		%	26,5%	24,3%	25,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	65	84	149
		%	13,0%	16,7%	14,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	35	26	61
		%	7,0%	5,2%	6,1%
Gesamt	Anzahl	501	502	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,2316; df = 3; p = 0,238$

C27_4 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren	Trifft nicht zu	Anzahl	220	205	425
		%	44,0%	41,0%	42,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	136	165	301
		%	27,2%	33,0%	30,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	120	100	220
		%	24,0%	20,0%	22,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	24	30	54
		%	4,8%	6,0%	5,4%
Gesamt	Anzahl	500	500	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,8083; df = 3; p = 0,121$

Geschlecht * Gründe der Internetnutzung für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C28_1 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	101	95	196
		%	47,0%	47,3%	47,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	53	48	101
		%	24,7%	23,9%	24,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	39	43	82
		%	18,1%	21,4%	19,7%
	Trifft voll zu	Anzahl	22	15	37
		%	10,2%	7,5%	8,9%
Gesamt	Anzahl	215	201	416	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,4812; df = 3; p = 0,687$

C28_2 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen.	Trifft nicht zu	Anzahl	35	28	63
		%	16,2%	14,0%	15,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	44	41	85
		%	20,4%	20,5%	20,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	99	83	182
		%	45,8%	41,5%	43,8%
	Trifft voll zu	Anzahl	38	48	86
		%	17,6%	24,0%	20,7%
Gesamt	Anzahl	216	200	416	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,8419; df = 3; p = 0,417$

C28_3 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	26	12	38
		%	12,0%	5,9%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	45	35	80
		%	20,8%	17,2%	19,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	94	94	188
		%	43,5%	46,3%	44,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	51	62	113
		%	23,6%	30,5%	27,0%
Gesamt	Anzahl	216	203	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,0822; df = 3; p = 0,069$

C28_4 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	22	13	35
		%	10,2%	6,4%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	49	46	95
		%	22,7%	22,7%	22,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	101	75	176
		%	46,8%	36,9%	42,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	44	69	113
		%	20,4%	34,0%	27,0%
Gesamt	Anzahl	216	203	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,3885; df = 3; p = 0,010$

C28_5 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. . * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. .	Trifft nicht zu	Anzahl	24	14	38
		%	11,1%	6,9%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	45	40	85
		%	20,8%	19,7%	20,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	88	80	168
		%	40,7%	39,4%	40,1%
	Trifft voll zu	Anzahl	59	69	128
		%	27,3%	34,0%	30,5%
Gesamt	Anzahl	216	203	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,6881; df = 3; p = 0,297$

C28_6 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere.	Trifft nicht zu	Anzahl	28	20	48
		%	13,0%	9,9%	11,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	39	32	71
		%	18,1%	15,8%	16,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	92	75	167
		%	42,6%	36,9%	39,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	57	76	133
		%	26,4%	37,4%	31,7%
Gesamt	Anzahl	216	203	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,0708; df = 3; p = 0,108$

C28_7 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort.	Trifft nicht zu	Anzahl	41	25	66
		%	19,0%	12,4%	15,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	39	44	83
		%	18,1%	21,8%	19,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	89	85	174
		%	41,2%	42,1%	41,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	47	48	95
		%	21,8%	23,8%	22,7%
Gesamt	Anzahl	216	202	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,8179; df = 3; p = 0,282$

Geschlecht * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D29_1 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.	Trifft nicht zu	Anzahl	68	77	145
		%	13,6%	15,7%	14,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	108	134	242
		%	21,6%	27,2%	24,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	187	176	363
		%	37,3%	35,8%	36,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	138	105	243
		%	27,5%	21,3%	24,5%
Gesamt	Anzahl	501	492	993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,0859; df = 3; p = 0,044$

D29_2 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	38	43	81
		%	7,7%	9,1%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	121	133	254
		%	24,6%	28,0%	26,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	208	179	387
		%	42,3%	37,7%	40,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	125	120	245
		%	25,4%	25,3%	25,3%
Gesamt	Anzahl	492	475	967	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,8528; df = 3; p = 0,415$

D29_3 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.	Trifft nicht zu	Anzahl	52	46	98
		%	10,5%	9,4%	9,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	88	114	202
		%	17,7%	23,2%	20,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	213	201	414
		%	42,9%	40,9%	41,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	144	130	274
		%	29,0%	26,5%	27,7%
Gesamt	Anzahl	497	491	988	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,7408; df = 3; p = 0,192$

D29_4 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.	Trifft nicht zu	Anzahl	77	78	155
		%	15,6%	16,5%	16,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	174	180	354
		%	35,2%	38,1%	36,6%
	Trifft eher zu	Anzahl	178	148	326
		%	36,0%	31,4%	33,7%
	Trifft voll zu	Anzahl	65	66	131
		%	13,2%	14,0%	13,6%
Gesamt	Anzahl	494	472	966	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 2,3767; df = 3; p = 0,498$$

D29_5 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.	Trifft nicht zu	Anzahl	12	13	25
		%	2,4%	2,6%	2,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	69	57	126
		%	13,8%	11,5%	12,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	206	206	412
		%	41,3%	41,4%	41,4%
	Trifft voll zu	Anzahl	212	221	433
		%	42,5%	44,5%	43,5%
Gesamt	Anzahl	499	497	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,3659; df = 3; p = 0,714$$

Geschlecht * Politisches Interesse

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D30_1 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann politische Themen schlecht einschätzen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kann politische Themen schlecht einschätzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	104	85	189
		%	20,8%	17,1%	19,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	148	126	274
		%	29,7%	25,3%	27,5%
	Trifft eher zu	Anzahl	175	166	341
		%	35,1%	33,3%	34,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	72	121	193
		%	14,4%	24,3%	19,4%
Gesamt	Anzahl	499	498	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 16,3534; df = 3; p = 0,001$

D30_2 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht.	Trifft nicht zu	Anzahl	122	133	255
		%	24,4%	26,7%	25,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	131	160	291
		%	26,1%	32,1%	29,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	182	156	338
		%	36,3%	31,3%	33,8%
	Trifft voll zu	Anzahl	66	49	115
		%	13,2%	9,8%	11,5%
Gesamt	Anzahl	501	498	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,8686; df = 3; p = 0,049$

D30_3 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen.	Trifft nicht zu	Anzahl	114	104	218
		%	22,8%	20,9%	21,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	153	125	278
		%	30,7%	25,1%	27,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	154	168	322
		%	30,9%	33,7%	32,3%
	Trifft voll zu	Anzahl	78	101	179
		%	15,6%	20,3%	18,0%
Gesamt	Anzahl	499	498	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,8419; df = 3; p = 0,077$

D30_4 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken.	Trifft nicht zu	Anzahl	88	116	204
		%	17,6%	23,2%	20,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	155	165	320
		%	31,1%	33,1%	32,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	190	155	345
		%	38,1%	31,1%	34,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	66	63	129
		%	13,2%	12,6%	12,9%
Gesamt	Anzahl	499	499	998	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,7761; df = 3; p = 0,051$

Geschlecht * Bürger*innennormen

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D31_1 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An jeder Bundestagswahl teilnehmen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
An jeder Bundestagswahl teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	23	26	49
		%	4,6%	5,3%	5,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	81	69	150
		%	16,3%	14,1%	15,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	158	150	308
		%	31,7%	30,7%	31,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	236	244	480
		%	47,4%	49,9%	48,6%
Gesamt	Anzahl	498	489	987	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,4028; df = 3; p = 0,705$

D31_2 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Einer politischen Partei beitreten. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Einer politischen Partei beitreten.	Trifft nicht zu	Anzahl	221	202	423
		%	45,4%	42,6%	44,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	154	152	306
		%	31,6%	32,1%	31,8%
	Trifft eher zu	Anzahl	78	74	152
		%	16,0%	15,6%	15,8%
	Trifft voll zu	Anzahl	34	46	80
		%	7,0%	9,7%	8,3%
Gesamt	Anzahl	487	474	961	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,5964; df = 3; p = 0,458$

D31_3 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich über Politik informieren. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Sich über Politik informieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	41	30	71
		%	8,3%	6,1%	7,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	98	102	200
		%	19,8%	20,6%	20,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	209	198	407
		%	42,1%	40,1%	41,1%
	Trifft voll zu	Anzahl	148	164	312
		%	29,8%	33,2%	31,5%
Gesamt	Anzahl	496	494	990	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,8980; df = 3; p = 0,408$

D31_4 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An Demonstrationen teilnehmen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
An Demonstrationen teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	105	87	192
		%	22,1%	18,3%	20,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	167	169	336
		%	35,2%	35,5%	35,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	133	138	271
		%	28,0%	29,0%	28,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	70	82	152
		%	14,7%	17,2%	16,0%
Gesamt	Anzahl	475	476	951	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,7380; df = 3; p = 434$

D31_5 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	10	8	18
		%	2,0%	1,6%	1,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	38	31	69
		%	7,7%	6,3%	7,0%
	Trifft eher zu	Anzahl	164	136	300
		%	33,4%	27,8%	30,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	279	315	594
		%	56,8%	64,3%	60,6%
Gesamt	Anzahl	491	490	981	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,7265; df = 3; p = 0,126$

D31_6 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich an Gesetze halten. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Sich an Gesetze halten.	Trifft nicht zu	Anzahl	3	2	5
		%	0,6%	0,4%	0,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	7	11	18
		%	1,4%	2,2%	1,8%
	Trifft eher zu	Anzahl	114	99	213
		%	22,7%	19,7%	21,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	378	390	768
		%	75,3%	77,7%	76,5%
Gesamt	Anzahl	502	502	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,3327; df = 3; p = 0,506$

D31_7 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren. * Geschlecht

			Geschlecht		Gesamt
			männlich	weiblich	
Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	7	7	14
		%	1,4%	1,4%	1,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	14	8	22
		%	2,8%	1,6%	2,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	118	113	231
		%	23,7%	22,7%	23,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	358	369	727
		%	72,0%	74,2%	73,1%
Gesamt	Anzahl	497	497	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,9110; df = 3; p = 0,591$

MERKMALSKOMBINATIONEN: ALTERSGRUPPEN

Altersgruppen * Geschlecht

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Geschlecht * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Geschlecht	männlich	Anzahl	134	194	175	503
		%	50,0%	45,9%	55,6%	50,0%
	weiblich	Anzahl	134	229	140	503
		%	50,0%	54,1%	44,4%	50,0%
Gesamt	Anzahl		268	423	315	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,7849; df = 2; p = 0,034$

Altersgruppen * Derzeitige Hauptbeschäftigung

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A3 Derzeitige Hauptbeschäftigung * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Derzeitige Hauptbeschäftigung	Ich gehe zur Schule	Anzahl	251	52	0	303
		%	93,7%	12,3%	0,0%	30,1%
	Ich befinde mich in einer Berufsausbildung	Anzahl	15	145	9	169
		%	5,6%	34,3%	2,9%	16,8%
	Ich besuche eine (Fach-)Hochschule/Universität	Anzahl	0	65	43	108
		%	0,0%	15,4%	13,7%	10,7%
	Ich absolviere ein Freiwilligen-Jahr	Anzahl	0	12	2	14
		%	0,0%	2,8%	0,6%	1,4%
	Ich bin berufstätig (Halb- oder Ganztage)	Anzahl	0	122	232	354
		%	0,0%	28,8%	73,7%	35,2%
Ich bin auf Arbeitssuche/ohne Beschäftigung	Anzahl	1	24	21	46	
	%	0,4%	5,7%	6,7%	4,6%	
Etwas anderes	Anzahl	1	3	8	12	
	%	0,4%	0,7%	2,5%	1,2%	
Gesamt	Anzahl		268	423	315	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 936,2877; df = 12; p = 0,000$

Altersgruppen * Angestrebter Bildungsabschluss

A4 Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre		
Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen?	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl %	63 25,1%	0 0,0%	63 20,8%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl %	92 36,7%	2 3,8%	94 31,0%
	Fachhochschulreife	Anzahl %	7 2,8%	1 1,9%	8 2,6%
	Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl %	89 35,5%	49 94,2%	138 45,5%
Gesamt	Anzahl %	251 100,0%	52 100,0%	303 100,0%	

$\chi^2 = 60,7887; df = 3; p = 0,000$

Altersgruppen * Höchster erreichter Bildungsabschluss

A5 Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht?	Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss	Anzahl %	0 0,0%	0 0,0%	2 0,3%	
	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl %	12 70,6%	124 33,4%	98 31,1%	234 33,3%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl %	5 29,4%	125 33,7%	87 27,6%	217 30,9%
	Fachhochschulreife	Anzahl %	0 0,0%	4 1,1%	3 1,0%	7 1,0%
	Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl %	0 0,0%	118 31,8%	112 35,6%	230 32,7%
	Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Anzahl %	0 0,0%	0 0,0%	13 4,1%	13 1,8%
	Gesamt	Anzahl %	17 100,0%	371 100,0%	315 100,0%	703 100,0%

$\chi^2 = 34,7127; df = 10; p = 0,000$

Altersgruppen * Kombinierte Bildungsvariable

Neu berechnete Variable – kombinierte Bildungsvariable: Kombiniert angestrebte und erreichte Bildungsabschlüsse

		Altersgruppen			Gesamt
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Hauptschule	Anzahl	75	124	98	297
	%	28,0	29,3	31,3	29,6
Realschule	Anzahl	97	127	87	311
	%	36,2	30,0	27,8	31,0
(Fach)Hochschulreife	Anzahl	96	172	128	396
	%	35,8	40,7	40,9	39,4
Gesamt	Anzahl	268	423	313	1004
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

$\chi^2 = 5,277; df = 4; p = 0,260$

Altersgruppen * Bildungsabschluss Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A6 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	5	10	3	18
		%	1,9%	2,4%	1,0%	1,8%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	71	138	101	310
		%	26,9%	32,9%	32,5%	31,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	136	190	143	469
		%	51,5%	45,2%	46,0%	47,1%
(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	52	82	64	198	
	%	19,7%	19,5%	20,6%	19,9%	
Gesamt	Anzahl		264	420	311	995
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,6894; df = 6; p = 0,459$

Altersgruppen * Bildungsabschluss Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A7 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	4	6	3	13
		%	1,5%	1,4%	1,0%	1,3%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	84	133	100	317
		%	32,2%	32,0%	32,5%	32,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	104	173	134	411
		%	39,8%	41,6%	43,5%	41,7%
(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	69	104	71	244	
	%	26,4%	25,0%	23,1%	24,8%	
Gesamt	Anzahl		261	416	308	985
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,5548; df = 6; p = 0,956$

Altersgruppen * Staatsbürgerschaft

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A8 Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft?	Trifft nicht zu	Anzahl	29	17	12	58
		%	10,8%	4,0%	3,8%	5,8%
	Trifft zu	Anzahl	239	406	303	948
		%	89,2%	96,0%	96,2%	94,2%
Gesamt	Anzahl		268	423	315	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 17,2001; df = 2; p = 0,000$

Altersgruppen * Geburtsland Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A9 Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren? * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl %	40 15,0%	51 12,1%	44 14,0%	135 13,5%
	Trifft zu	Anzahl %	227 85,0%	370 87,9%	270 86,0%	867 86,5%
Gesamt	Anzahl		267	421	314	1002
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,2664; df = 2; p = 0,531$

Altersgruppen * Geburtsland Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A10 Ist Ihr Vater in Deutschland geboren? * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Ist Ihr Vater in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl %	43 16,2%	61 14,5%	44 14,0%	148 14,8%
	Trifft zu	Anzahl %	223 83,8%	361 85,5%	270 86,0%	854 85,2%
Gesamt	Anzahl		266	422	314	1002
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,5877; df = 2; p = 0,745$

Altersgruppen * Familiensprache (Deutsch)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A11 In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich? * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich?	Deutsch	Anzahl %	242 90,3%	391 92,4%	297 94,3%	930 92,4%
	Andere Sprache und zwar:	Anzahl %	26 9,7%	32 7,6%	18 5,7%	76 7,6%
Gesamt	Anzahl		268	423	315	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 3,2963; df = 2; p = 0,192$

Ergebnisse für „Andere Sprache und zwar“ auf der folgenden Seite

Altersgruppen * Familiensprache (Andere)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OA11 Andere Sprache * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Andere Sprache	Anzahl	242	391	297	930
	%	90,3%	92,4%	94,3%	92,4%
Albanisch	Anzahl	0	3	1	4
	%	0,0%	0,7%	0,3%	0,4%
Arabisch	Anzahl	0	3	2	5
	%	0,0%	0,7%	0,6%	0,5%
Bulgarisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Englisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Französisch	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,2%	0,3%	0,2%
Griechisch	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,2%	0,3%	0,2%
Italienisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Kroatisch	Anzahl	4	1	0	5
	%	1,5%	0,2%	0,0%	0,5%
Kurdisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Libanesisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Persisch	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,2%	0,3%	0,2%
Polnisch	Anzahl	4	2	1	7
	%	1,5%	0,5%	0,3%	0,7%
Portugiesisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Rumänisch	Anzahl	0	5	0	5
	%	0,0%	1,2%	0,0%	0,5%
Russisch	Anzahl	6	3	4	13
	%	2,2%	0,7%	1,3%	1,3%
Serbisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Spanisch	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,2%	0,3%	0,2%
Syrisch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Tschechisch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Türkisch	Anzahl	8	9	3	20
	%	3,0%	2,1%	1,0%	2,0%
Gesamt	Anzahl	268	423	315	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Altersgruppen * Engagementstatus

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Engagementstatus * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Engagementstatus	Nicht engagiert	Anzahl	108	161	116	385
		%	40,3%	38,1%	36,8%	38,3%
	Engagiert	Anzahl	160	262	199	621
		%	59,7%	61,9%	63,2%	61,7%
Gesamt		Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,7528; df = 2; p = 0,689$

Altersgruppen * Grad des digitalen Engagements (Digitals)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Digitals * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Digitals	Nicht engagiert	Anzahl	108	161	116	385
		%	40,3%	38,2%	36,8%	38,3%
	Nicht/kaum digital engagiert	Anzahl	95	150	111	356
		%	35,4%	35,5%	35,2%	35,4%
	Auch digital engagiert	Anzahl	65	111	88	264
		%	24,3%	26,3%	27,9%	26,3%
Gesamt		Anzahl	268	422	315	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,2134; df = 4; p = 0,876$

Altersgruppen * Engagementabfrage

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B12 Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit?	Trifft nicht zu	Anzahl	140	196	141	477
		%	52,2%	46,4%	44,8%	47,5%
	Trifft zu	Anzahl	128	226	174	528
		%	47,8%	53,6%	55,2%	52,5%
Gesamt		Anzahl	268	422	315	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 3,5482; df = 2; p = 0,170$

Altersgruppen * Engagementbereich

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B13_1 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sport und Bewegung * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Sport und Bewegung	Trifft nicht zu	Anzahl	188	310	239	737
		%	70,1%	73,3%	75,9%	73,3%
	Trifft zu	Anzahl	80	113	76	269
		%	29,9%	26,7%	24,1%	26,7%
Gesamt		Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,4219; df = 2; p = 0,298$

B13_2 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kultur und Musik * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Kultur und Musik	Trifft nicht zu	Anzahl	240	373	277	890
		%	89,6%	88,2%	87,9%	88,5%
	Trifft zu	Anzahl	28	50	38	116
		%	10,4%	11,8%	12,1%	11,5%
Gesamt		Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,4305; df = 2; p = 0,806$

B13_3 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Freizeit und Geselligkeit * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Freizeit und Geselligkeit	Trifft nicht zu	Anzahl	220	345	248	813
		%	82,1%	81,6%	78,7%	80,8%
	Trifft zu	Anzahl	48	78	67	193
		%	17,9%	18,4%	21,3%	19,2%
Gesamt		Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,3154; df = 2; p = 0,518$

B13_4 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sozialer Bereich * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Sozialer Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	224	345	240	809
		%	83,6%	81,6%	76,2%	80,4%
	Trifft zu	Anzahl	44	78	75	197
		%	16,4%	18,4%	23,8%	19,6%
Gesamt		Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,6292; df = 2; p = 0,060$

B13_5 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Gesundheitsbereich * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Gesundheitsbereich	Trifft nicht zu	Anzahl	246	391	281	918
		%	91,8%	92,4%	89,2%	91,3%
	Trifft zu	Anzahl	22	32	34	88
		%	8,2%	7,6%	10,8%	8,7%
Gesamt		Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,4905; df = 2; p = 0,288$

B13_6 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Schule oder Kindergarten * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Schule oder Kindergarten	Trifft nicht zu	Anzahl	229	391	283	903
		%	85,4%	92,4%	89,8%	89,8%
	Trifft zu	Anzahl	39	32	32	103
		%	14,6%	7,6%	10,2%	10,2%
Gesamt		Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 8,7184; df = 2; p = 0,013$

B13_7 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	Trifft nicht zu	Anzahl %	248 92,5%	375 88,7%	274 87,0%	897 89,2%
	Trifft zu	Anzahl %	20 7,5%	48 11,3%	41 13,0%	109 10,8%
Gesamt		Anzahl %	268 100,0%	423 100,0%	315 100,0%	1006 100,0%

$\chi^2 = 4,8206; df = 2; p = 0,090$

B13_8 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz	Trifft nicht zu	Anzahl %	219 81,7%	354 83,7%	267 84,8%	840 83,5%
	Trifft zu	Anzahl %	49 18,3%	69 16,3%	48 15,2%	166 16,5%
Gesamt		Anzahl %	268 100,0%	423 100,0%	315 100,0%	1006 100,0%

$\chi^2 = 0,9937; df = 2; p = 0,608$

B13_9 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Politik und politische Interessenvertretung * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Politik und politische Interessenvertretung	Trifft nicht zu	Anzahl %	251 93,7%	387 91,5%	284 90,2%	922 91,7%
	Trifft zu	Anzahl %	17 6,3%	36 8,5%	31 9,8%	84 8,3%
Gesamt		Anzahl %	268 100,0%	423 100,0%	315 100,0%	1006 100,0%

$\chi^2 = 2,3399; df = 2; p = 0,310$

B13_10 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes	Trifft nicht zu	Anzahl %	252 94,0%	397 93,9%	289 91,7%	938 93,2%
	Trifft zu	Anzahl %	16 6,0%	26 6,1%	26 8,3%	68 6,8%
Gesamt		Anzahl %	268 100,0%	423 100,0%	315 100,0%	1006 100,0%

$\chi^2 = 1,6334; df = 2; p = 0,442$

B13_11 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kirchlicher oder religiöser Bereich * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Kirchlicher oder religiöser Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl %	234 87,3%	378 89,4%	291 92,4%	903 89,8%
	Trifft zu	Anzahl %	34 12,7%	45 10,6%	24 7,6%	103 10,2%
Gesamt		Anzahl %	268 100,0%	423 100,0%	315 100,0%	1006 100,0%

$\chi^2 = 4,1730; df = 2; p = 0,124$

B13_12 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Justiz oder Kriminalitätsprobleme * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	Trifft nicht zu	Anzahl %	253 94,4%	403 95,3%	297 94,3%	953 94,7%
	Trifft zu	Anzahl %	15 5,6%	20 4,7%	18 5,7%	53 5,3%
Gesamt	Anzahl		268	423	315	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,4309; df = 2; p = 0,806$

B13_13 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	Trifft nicht zu	Anzahl %	235 87,7%	358 84,6%	282 89,5%	875 87,0%
	Trifft zu	Anzahl %	33 12,3%	65 15,4%	33 10,5%	131 13,0%
Gesamt	Anzahl		268	423	315	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 3,9740; df = 2; p = 0,137$

B13_14 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? In keinem dieser Bereiche * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
In keinem dieser Bereiche	Trifft nicht zu	Anzahl %	160 59,7%	262 61,9%	199 63,8%	621 61,9%
	Trifft zu	Anzahl %	108 40,3%	161 38,1%	113 36,2%	382 38,1%
Gesamt	Anzahl		268	423	312	1003
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,7528; df = 2; p = 0,686$

Altersgruppen * Engagement Zeitaufwand

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OB14 Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1	Anzahl	5	14	7	26
		%	3,2%	5,5%	3,7%	4,3%
	2	Anzahl	25	31	28	84
		%	15,8%	12,1%	14,7%	13,9%
	3	Anzahl	23	26	23	72
		%	14,6%	10,2%	12,0%	11,9%
	4	Anzahl	23	32	22	77
		%	14,6%	12,5%	11,5%	12,7%
	5	Anzahl	16	33	29	78
		%	10,1%	12,9%	15,2%	12,9%
	6	Anzahl	15	29	18	62
		%	9,5%	11,3%	9,4%	10,2%
	7	Anzahl	3	8	5	16
		%	1,9%	3,1%	2,6%	2,6%
	8	Anzahl	10	22	12	44
		%	6,3%	8,6%	6,3%	7,3%
	9	Anzahl	3	2	1	6
		%	1,9%	0,8%	0,5%	1,0%
	10	Anzahl	22	22	17	61
		%	13,9%	8,6%	8,9%	10,1%
	12	Anzahl	6	16	8	30
		%	3,8%	6,3%	4,2%	5,0%
	13	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
	14	Anzahl	1	2	3	6
		%	0,6%	0,8%	1,6%	1,0%
	15	Anzahl	2	7	7	16
		%	1,3%	2,7%	3,7%	2,6%
	16	Anzahl	2	2	2	6
		%	1,3%	0,8%	1,0%	1,0%
	18	Anzahl	1	0	2	3
		%	0,6%	0,0%	1,0%	0,5%
	20	Anzahl	0	6	4	10
		%	0,0%	2,3%	2,1%	1,7%
	24	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
	25	Anzahl	1	1	0	2
		%	0,6%	0,4%	0,0%	0,3%
	30	Anzahl	0	2	0	2
		%	0,0%	0,8%	0,0%	0,3%
	36	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
	40	Anzahl	0	1	0	1
		%	0,0%	0,4%	0,0%	0,2%
Gesamt		Anzahl	158	256	191	605
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 35,6168; df = 42; p = 0,746$

OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? (gruppiert) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1-5 h	Anzahl	92	136	109	337
		%	58,2%	53,1%	57,1%	55,7%
	6-11h	Anzahl	53	83	53	189
		%	33,5%	32,4%	27,7%	31,2%
	12-40h	Anzahl	13	37	29	79
		%	8,2%	14,5%	15,2%	13,1%
Gesamt	Anzahl	158	256	191	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 6,1741; df = 4; p = 0,187$$

Altersgruppen * Org. Rahmen des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B15_1 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei	Trifft nicht zu	Anzahl	58	82	75	215
		%	36,3%	31,3%	37,7%	34,6%
	Trifft zu	Anzahl	102	180	124	406
		%	63,7%	68,7%	62,3%	65,4%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 2,2932; df = 2; p = 0,318$$

B15_2 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? im Rahmen der Schule oder Hochschule * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
im Rahmen der Schule oder Hochschule	Trifft nicht zu	Anzahl	107	213	162	482
		%	66,9%	81,3%	81,4%	77,6%
	Trifft zu	Anzahl	53	49	37	139
		%	33,1%	18,7%	18,6%	22,4%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 14,3155; df = 2; p = 0,001$$

B15_3 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation	Trifft nicht zu	Anzahl	119	185	130	434
		%	74,4%	70,6%	65,3%	69,9%
	Trifft zu	Anzahl	41	77	69	187
		%	25,6%	29,4%	34,7%	30,1%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,5631; df = 2; p = 0,168$$

B15_4 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert.	Trifft nicht zu	Anzahl	126	200	161	487
		%	78,8%	76,3%	80,9%	78,4%
	Trifft zu	Anzahl	34	62	38	134
		%	21,3%	23,7%	19,1%	21,6%
Gesamt		Anzahl	160	262	199	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,4087; df = 2; p = 0,494$

B15_5 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? Ich mache das eher alleine. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich mache das eher alleine.	Trifft nicht zu	Anzahl	131	198	158	487
		%	81,9%	75,6%	79,4%	78,4%
	Trifft zu	Anzahl	29	64	41	134
		%	18,1%	24,4%	20,6%	21,6%
Gesamt		Anzahl	160	262	199	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,4963; df = 2; p = 0,287$

Altersgruppen * Anstoß für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B16_1 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Freunde bzw. Freundinnen * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Durch Freunde bzw. Freundinnen	Trifft nicht zu	Anzahl	44	94	74	212
		%	27,5%	35,9%	37,2%	34,1%
	Trifft zu	Anzahl	116	168	125	409
		%	72,5%	64,1%	62,8%	65,9%
Gesamt		Anzahl	160	262	199	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,3105; df = 2; p = 0,116$

B16_2 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch meine Familie * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Durch meine Familie	Trifft nicht zu	Anzahl	86	162	138	386
		%	53,8%	61,8%	69,3%	62,2%
	Trifft zu	Anzahl	74	100	61	235
		%	46,3%	38,2%	30,7%	37,8%
Gesamt		Anzahl	160	262	199	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 9,1927; df = 2; p = 0,010$

B16_3 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die Schule/Lehrkräfte * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Durch die Schule/Lehrkräfte	Trifft nicht zu	Anzahl	94	198	168	460
		%	58,8%	75,6%	84,4%	74,1%
	Trifft zu	Anzahl	66	64	31	161
		%	41,3%	24,4%	15,6%	25,9%
Gesamt	Anzahl		160	262	199	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 30,9668; df = 2; p = 0,000$

B16_4 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich habe es mir selbst überlegt. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich habe es mir selbst überlegt.	Trifft nicht zu	Anzahl	73	135	109	317
		%	45,6%	51,5%	54,8%	51,0%
	Trifft zu	Anzahl	87	127	90	304
		%	54,4%	48,5%	45,2%	49,0%
Gesamt	Anzahl		160	262	199	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 3,0125; df = 2; p = 0,222$

B16_5 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	112	193	142	447
		%	70,0%	73,7%	71,4%	72,0%
	Trifft zu	Anzahl	48	69	57	174
		%	30,0%	26,3%	28,6%	28,0%
Gesamt	Anzahl		160	262	199	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,7178; df = 2; p = 0,698$

B16_6 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen.	Trifft nicht zu	Anzahl	139	202	159	500
		%	86,9%	77,1%	79,9%	80,5%
	Trifft zu	Anzahl	21	60	40	121
		%	13,1%	22,9%	20,1%	19,5%
Gesamt	Anzahl		160	262	199	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,1219; df = 2; p = 0,047$

B16_7 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	101	147	121	369
		%	63,1%	56,1%	60,8%	59,4%
	Trifft zu	Anzahl	59	115	78	252
		%	36,9%	43,9%	39,2%	40,6%
Gesamt	Anzahl		160	262	199	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,2617; df = 2; p = 0,323$

B16_8 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien	Trifft nicht zu	Anzahl	131	191	163	485
		%	81,9%	72,9%	81,9%	78,1%
	Trifft zu	Anzahl	29	71	36	136
		%	18,1%	27,1%	18,1%	21,9%
Gesamt		Anzahl	160	262	199	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,1624; df = 2; p = 0,028$

Altersgruppen * Ziele des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B17_1 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die Interessen von Jugendlichen vertreten. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Die Interessen von Jugendlichen vertreten.	Unwichtig	Anzahl	30	46	33	109
		%	18,9%	18,1%	17,1%	18,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	21	40	35	96
		%	13,2%	15,7%	18,1%	15,8%
	Eher wichtig	Anzahl	56	89	55	200
		%	35,2%	35,0%	28,5%	33,0%
Sehr wichtig	Anzahl	52	79	70	201	
	%	32,7%	31,1%	36,3%	33,2%	
Gesamt		Anzahl	159	254	193	606
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,1338; df = 6; p = 0,659$

B17_2 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	47	84	78	209
		%	29,6%	33,1%	39,8%	34,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	48	46	122
		%	17,6%	18,9%	23,5%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	33	59	24	116
		%	20,8%	23,2%	12,2%	19,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	51	63	48	162
		%	32,1%	24,8%	24,5%	26,6%
Gesamt		Anzahl	159	254	196	609
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 14,4270; df = 6; p = 0,025$

B17_3 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Menschen mit Behinderungen helfen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Menschen mit Behinderungen helfen.	Unwichtig	Anzahl	41	72	61	174
		%	25,6%	28,3%	31,6%	28,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	31	58	42	131
		%	19,4%	22,8%	21,8%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	47	76	51	174
		%	29,4%	29,9%	26,4%	28,7%
Sehr wichtig	Anzahl	41	48	39	128	
	%	25,6%	18,9%	20,2%	21,1%	
Gesamt	Anzahl	160	254	193	607	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,3725; df = 6; p = 0,626$

B17_4 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	60	78	76	214
		%	38,2%	31,0%	39,2%	35,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	38	67	49	154
		%	24,2%	26,6%	25,3%	25,5%
	Eher wichtig	Anzahl	42	69	48	159
		%	26,8%	27,4%	24,7%	26,4%
Sehr wichtig	Anzahl	17	38	21	76	
	%	10,8%	15,1%	10,8%	12,6%	
Gesamt	Anzahl	157	252	194	603	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,1640; df = 6; p = 0,523$

B17_5 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen	Unwichtig	Anzahl	36	38	38	112
		%	22,5%	14,6%	19,4%	18,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	42	19	89
		%	17,5%	16,2%	9,7%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	55	96	57	208
		%	34,4%	36,9%	29,1%	33,8%
Sehr wichtig	Anzahl	41	84	82	207	
	%	25,6%	32,3%	41,8%	33,6%	
Gesamt	Anzahl	160	260	196	616	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 17,4112; df = 6; p = 0,008$

B17_6 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Armen oder sozial schwachen Menschen helfen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Armen oder sozial schwachen Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	44	57	45	146
		%	27,7%	22,4%	23,1%	24,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	25	44	33	102
		%	15,7%	17,3%	16,9%	16,8%
	Eher wichtig	Anzahl	56	90	67	213
		%	35,2%	35,4%	34,4%	35,0%
Sehr wichtig	Anzahl	34	63	50	147	
	%	21,4%	24,8%	25,6%	24,2%	
Gesamt	Anzahl	159	254	195	608	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,1380; df = 6; p = 0,907$

B17_7 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen.	Unwichtig	Anzahl	58	82	73	213
		%	37,7%	32,0%	37,4%	35,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	31	63	42	136
		%	20,1%	24,6%	21,5%	22,5%
	Eher wichtig	Anzahl	39	67	43	149
		%	25,3%	26,2%	22,1%	24,6%
Sehr wichtig	Anzahl	26	44	37	107	
	%	16,9%	17,2%	19,0%	17,7%	
Gesamt	Anzahl	154	256	195	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,3228; df = 6; p = 0,767$

B17_8 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Älteren Menschen helfen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Älteren Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	43	77	68	188
		%	27,0%	30,2%	34,9%	30,9%
	Eher unwichtig	Anzahl	25	46	46	117
		%	15,7%	18,0%	23,6%	19,2%
	Eher wichtig	Anzahl	51	79	37	167
		%	32,1%	31,0%	19,0%	27,4%
Sehr wichtig	Anzahl	40	53	44	137	
	%	25,2%	20,8%	22,6%	22,5%	
Gesamt	Anzahl	159	255	195	609	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 13,2789; df = 6; p = 0,039$

B17_9 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Etwas für Menschen in armen Ländern tun. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Etwas für Menschen in armen Ländern tun.	Unwichtig	Anzahl	60	94	95	249
		%	38,5%	37,3%	50,0%	41,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	31	61	37	129
		%	19,9%	24,2%	19,5%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	40	59	43	142
		%	25,6%	23,4%	22,6%	23,7%
Sehr wichtig	Anzahl	25	38	15	78	
	%	16,0%	15,1%	7,9%	13,0%	
Gesamt	Anzahl	156	252	190	598	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,1873; df = 6; p = 0,058$

B17_10 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen.	Unwichtig	Anzahl	70	119	99	288
		%	44,3%	47,4%	50,5%	47,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	33	63	48	144
		%	20,9%	25,1%	24,5%	23,8%
	Eher wichtig	Anzahl	42	41	33	116
		%	26,6%	16,3%	16,8%	19,2%
Sehr wichtig	Anzahl	13	28	16	57	
	%	8,2%	11,2%	8,2%	9,4%	
Gesamt	Anzahl	158	251	196	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,9978; df = 6; p = 0,174$

Altersgruppen * Engagementhäufigkeit

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementerbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B18 Wie häufig findet Ihr Engagement statt? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Wie häufig findet Ihr Engagement statt?	Täglich	Anzahl	8	13	16	37
		%	5,0%	5,0%	8,0%	6,0%
Mehrmals in der Woche		Anzahl	86	148	112	346
		%	53,8%	56,5%	56,3%	55,7%
Einmal in der Woche		Anzahl	47	67	39	153
		%	29,4%	25,6%	19,6%	24,6%
Mehrmals im Monat		Anzahl	12	21	17	50
		%	7,5%	8,0%	8,5%	8,1%
Einmal im Monat		Anzahl	2	6	10	18
		%	1,3%	2,3%	5,0%	2,9%
Seltener als einmal im Monat		Anzahl	5	7	5	17
		%	3,1%	2,7%	2,5%	2,7%
Gesamt		Anzahl	160	262	199	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 11,0720; df = 10; p = 0,352$

Altersgruppen * Motive des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B19_1 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss mir Spaß machen. (Emotion) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Es muss mir Spaß machen. (Emotion)	Unwichtig	Anzahl	2	6	5	13
		%	0,8%	1,4%	1,6%	1,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	7	16	12	35
		%	2,6%	3,8%	3,8%	3,5%
	Eher wichtig	Anzahl	55	106	75	236
		%	20,8%	25,2%	23,8%	23,6%
Sehr wichtig	Anzahl	201	293	223	717	
	%	75,8%	69,6%	70,8%	71,6%	
Gesamt	Anzahl		265	421	315	1001
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 9,8808; df = 6; p = 0,130$

B19_2 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte)	Unwichtig	Anzahl	12	16	8	36
		%	4,5%	3,8%	2,5%	3,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	21	38	26	85
		%	7,9%	9,0%	8,3%	8,5%
	Eher wichtig	Anzahl	92	130	110	332
		%	34,6%	31,0%	34,9%	33,2%
Sehr wichtig	Anzahl	141	236	171	548	
	%	53,0%	56,2%	54,3%	54,7%	
Gesamt	Anzahl		266	420	315	1001
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,1029; df = 6; p = 0,531$

B19_3 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit)	Unwichtig	Anzahl	9	15	13	37
		%	3,4%	3,6%	4,1%	3,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	31	60	42	133
		%	11,7%	14,4%	13,3%	13,3%
	Eher wichtig	Anzahl	112	150	119	381
		%	42,4%	35,9%	37,8%	38,2%
Sehr wichtig	Anzahl	112	193	141	446	
	%	42,4%	46,2%	44,8%	44,7%	
Gesamt	Anzahl		264	418	315	997
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,9602; df = 6; p = 0,241$

B19_4 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit)	Unwichtig	Anzahl	19	57	55	131
		%	7,3%	13,6%	17,5%	13,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	54	98	67	219
		%	20,7%	23,4%	21,3%	22,0%
	Eher wichtig	Anzahl	91	127	86	304
		%	34,9%	30,3%	27,4%	30,6%
Sehr wichtig	Anzahl	97	137	106	340	
	%	37,2%	32,7%	33,8%	34,2%	
Gesamt	Anzahl	261	419	314	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,1661; df = 6; p = 0,019$

B19_5 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	14	25	19	58
		%	5,3%	6,0%	6,1%	5,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	52	69	42	163
		%	19,7%	16,5%	13,4%	16,4%
	Eher wichtig	Anzahl	85	162	111	358
		%	32,2%	38,7%	35,5%	35,9%
Sehr wichtig	Anzahl	113	163	141	417	
	%	42,8%	38,9%	45,0%	41,9%	
Gesamt	Anzahl	264	419	313	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,3621; df = 6; p = 0,628$

B19_6 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	12	21	12	45
		%	4,6%	5,0%	3,8%	4,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	42	47	40	129
		%	16,0%	11,2%	12,7%	12,9%
	Eher wichtig	Anzahl	104	168	133	405
		%	39,5%	40,1%	42,2%	40,6%
Sehr wichtig	Anzahl	105	183	130	418	
	%	39,9%	43,7%	41,3%	41,9%	
Gesamt	Anzahl	263	419	315	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,4433; df = 6; p = 0,488$

B19_7 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung)	Unwichtig	Anzahl	18	25	26	69
		%	6,9%	6,0%	8,4%	7,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	38	56	48	142
		%	14,7%	13,4%	15,5%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	103	162	127	392
		%	39,8%	38,8%	41,1%	39,8%
Sehr wichtig	Anzahl	100	174	108	382	
	%	38,6%	41,7%	35,0%	38,8%	
Gesamt	Anzahl	259	417	309	985	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,4908; df = 6; p = 0,611$

B19_8 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung) * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung)	Unwichtig	Anzahl	2	8	7	17
		%	0,8%	1,9%	2,2%	1,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	16	33	24	73
		%	6,0%	7,8%	7,7%	7,3%
	Eher wichtig	Anzahl	102	168	127	397
		%	38,5%	39,9%	40,6%	39,7%
Sehr wichtig	Anzahl	145	212	155	512	
	%	54,7%	50,4%	49,5%	51,3%	
Gesamt	Anzahl	265	421	313	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,1046; df = 6; p = 0,796$

Altersgruppen * Relevanz des Internets für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C20 Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus?	gar nicht	Anzahl	53	85	64	202
		%	33,1%	32,6%	32,2%	32,6%
	eher weniger	Anzahl	42	65	47	154
		%	26,3%	24,9%	23,6%	24,8%
	teils/teils	Anzahl	39	66	53	158
		%	24,4%	25,3%	26,6%	25,5%
	überwiegend	Anzahl	22	41	27	90
		%	13,8%	15,7%	13,6%	14,5%
	vollständig	Anzahl	4	4	8	16
		%	2,5%	1,5%	4,0%	2,6%
Gesamt	Anzahl	160	261	199	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,6143; df = 8; p = 0,890$

Altersgruppen * Aktivitäten im Internet (Allgemein)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C21_1 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	4	7	6	17
		%	1,5%	1,7%	1,9%	1,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	37	79	69	185
		%	13,9%	18,7%	21,9%	18,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	66	140	93	299
		%	24,7%	33,1%	29,5%	29,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	54	79	57	190
		%	20,2%	18,7%	18,1%	18,9%
	Nie	Anzahl	106	118	90	314
		%	39,7%	27,9%	28,6%	31,2%
	Gesamt	Anzahl	267	423	315	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 17,8444; df = 8; p = 0,022$

C21_2 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	9	14	6	29
		%	3,4%	3,3%	1,9%	2,9%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	57	105	91	253
		%	21,3%	24,8%	28,9%	25,1%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	74	151	112	337
		%	27,6%	35,7%	35,6%	33,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	49	81	52	182
		%	18,3%	19,1%	16,5%	18,1%
	Nie	Anzahl	79	72	54	205
		%	29,5%	17,0%	17,1%	20,4%
	Gesamt	Anzahl	268	423	315	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 24,2280; df = 8; p = 0,002$

C21_3 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	8	10	9	27
		%	3,0%	2,4%	2,9%	2,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	39	90	81	210
		%	14,6%	21,3%	25,7%	20,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	72	123	89	284
		%	27,0%	29,1%	28,3%	28,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	51	92	57	200
		%	19,1%	21,7%	18,1%	19,9%
	Nie	Anzahl	97	108	79	284
		%	36,3%	25,5%	25,1%	28,3%
	Gesamt	Anzahl	267	423	315	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 18,8574; df = 8; p = 0,016$

C21_4 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer öffentlich kommentiert? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... Aussagen anderer öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	7	5	7	19
		%	2,6%	1,2%	2,2%	1,9%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	39	71	57	167
		%	14,6%	16,8%	18,1%	16,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	61	123	85	269
		%	22,8%	29,1%	27,0%	26,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	63	94	74	231
		%	23,6%	22,3%	23,5%	23,0%
	Nie	Anzahl	97	129	92	318
		%	36,3%	30,6%	29,2%	31,7%
Gesamt	Anzahl	267	422	315	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,3166; df = 8; p = 0,403$

C21_5 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	2	5	3	10
		%	0,8%	1,2%	1,0%	1,0%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	11	23	23	57
		%	4,1%	5,5%	7,3%	5,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	23	55	22	100
		%	8,6%	13,0%	7,0%	10,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	22	53	33	108
		%	8,3%	12,6%	10,5%	10,8%
	Nie	Anzahl	208	286	233	727
		%	78,2%	67,8%	74,2%	72,6%
Gesamt	Anzahl	266	422	314	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,5896; df = 8; p = 0,049$

C21_6 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	8	7	7	22
		%	3,0%	1,7%	2,2%	2,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	24	41	22	87
		%	9,0%	9,7%	7,0%	8,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	36	72	46	154
		%	13,4%	17,1%	14,7%	15,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	46	74	45	165
		%	17,2%	17,5%	14,4%	16,5%
	Nie	Anzahl	154	228	193	575
		%	57,5%	54,0%	61,7%	57,3%
Gesamt	Anzahl	268	422	313	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,4117; df = 8; p = 0,493$

C21_7 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	4	5	3	12
		%	1,5%	1,2%	1,0%	1,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	20	43	28	91
		%	7,5%	10,2%	8,9%	9,1%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	48	69	51	168
		%	18,0%	16,3%	16,2%	16,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	52	125	85	262
		%	19,5%	29,6%	27,0%	26,1%
	Nie	Anzahl	143	181	148	472
		%	53,6%	42,8%	47,0%	47,0%
Gesamt	Anzahl	267	423	315	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,5782; df = 8; p = 0,127$

Altersgruppen * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C22_1 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	2	1	1	4
		%	0,7%	0,2%	0,3%	0,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	12	38	32	82
		%	4,5%	9,0%	10,2%	8,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	44	79	59	182
		%	16,4%	18,7%	18,7%	18,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	53	84	70	207
		%	19,8%	19,9%	22,2%	20,6%
	Nie	Anzahl	157	221	153	531
		%	58,6%	52,2%	48,6%	52,8%
Gesamt	Anzahl	268	423	315	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,4598; df = 8; p = 0,177$

C22_2 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	2	3	3	8
		%	0,7%	0,7%	1,0%	0,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	30	52	41	123
		%	11,2%	12,3%	13,1%	12,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	47	103	81	231
		%	17,5%	24,3%	25,8%	23,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	59	104	69	232
		%	22,0%	24,6%	22,0%	23,1%
	Nie	Anzahl	130	161	120	411
		%	48,5%	38,1%	38,2%	40,9%
Gesamt	Anzahl	268	423	314	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,3358; df = 8; p = 0,183$

C22_3 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	5	3	2	10
		%	1,9%	0,7%	0,6%	1,0%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	13	36	30	79
		%	4,9%	8,5%	9,6%	7,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	41	85	60	186
		%	15,3%	20,1%	19,1%	18,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	52	96	62	210
		%	19,4%	22,7%	19,7%	20,9%
	Nie	Anzahl	157	203	160	520
		%	58,6%	48,0%	51,0%	51,7%
Gesamt	Anzahl	268	423	314	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,1349; df = 8; p = 0,078$

C22_4 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	3	3	0	6
		%	1,1%	0,7%	0,0%	0,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	14	33	27	74
		%	5,2%	7,8%	8,6%	7,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	42	81	57	180
		%	15,7%	19,2%	18,2%	17,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	55	101	68	224
		%	20,5%	23,9%	21,7%	22,3%
	Nie	Anzahl	154	204	162	520
		%	57,5%	48,3%	51,6%	51,8%
Gesamt	Anzahl	268	422	314	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 10,3485; df = 8; p = 0,241$

C22_5 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online Geld gespendet? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... online Geld gespendet?	Täglich	Anzahl	1	2	0	3
		%	0,4%	0,5%	0,0%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	2	7	3	12
		%	0,7%	1,7%	1,0%	1,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	3	14	12	29
		%	1,1%	3,3%	3,8%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	18	42	48	108
		%	6,7%	9,9%	15,3%	10,8%
	Nie	Anzahl	243	358	250	851
		%	91,0%	84,6%	79,9%	84,8%
Gesamt	Anzahl	267	423	313	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 19,3266; df = 8; p = 0,013$

C22_6 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)?	Täglich	Anzahl	0	2	0	2
		%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	4	7	2	13
		%	1,5%	1,7%	0,6%	1,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	14	24	15	53
		%	5,2%	5,7%	4,8%	5,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	17	56	23	96
		%	6,3%	13,3%	7,3%	9,6%
	Nie	Anzahl	233	333	275	841
		%	86,9%	78,9%	87,3%	83,7%
Gesamt	Anzahl	268	422	315	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 17,2788; df = 8; p = 0,027$

C22_7 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Online-Spendenauftrag geteilt? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... einen Online-Spendenauftrag geteilt?	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	5	8	6	19
		%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	7	16	13	36
		%	2,6%	3,8%	4,1%	3,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	18	60	41	119
		%	6,7%	14,2%	13,1%	11,9%
	Nie	Anzahl	238	338	254	830
		%	88,8%	80,1%	80,9%	82,7%
Gesamt	Anzahl	268	422	314	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,0500; df = 6; p = 0,087$

C22_8 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	1	5	1	7
		%	0,4%	1,2%	0,3%	0,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	10	17	10	37
		%	3,7%	4,0%	3,2%	3,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	10	38	24	72
		%	3,7%	9,0%	7,6%	7,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	20	38	17	75
		%	7,5%	9,0%	5,4%	7,5%
	Nie	Anzahl	227	325	263	815
		%	84,7%	76,8%	83,5%	81,0%
Gesamt	Anzahl	268	423	315	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,0159; df = 8; p = 0,081$

C22_9 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	4	2	1	7
		%	1,5%	0,5%	0,3%	0,7%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	6	11	9	26
		%	2,2%	2,6%	2,9%	2,6%
	Mehr als im Monat	Anzahl	16	37	36	89
		%	6,0%	8,7%	11,5%	8,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	34	66	35	135
		%	12,7%	15,6%	11,1%	13,4%
	Nie	Anzahl	208	307	233	748
		%	77,6%	72,6%	74,2%	74,4%
Gesamt	Anzahl	268	423	314	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,9241; df = 8; p = 0,155$

C22_10 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... eine Online-Gruppe mitgegründet? * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... eine Online-Gruppe mitgegründet?	Täglich	Anzahl	1	0	0	1
		%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	4	7	8	19
		%	1,5%	1,7%	2,5%	1,9%
	Mehr als im Monat	Anzahl	6	19	11	36
		%	2,2%	4,5%	3,5%	3,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	18	58	40	116
		%	6,7%	13,8%	12,7%	11,6%
	Nie	Anzahl	239	337	255	831
		%	89,2%	80,0%	81,2%	82,9%
Gesamt	Anzahl	268	421	314	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,5663; df = 8; p = 0,049$

C22_11 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr)	Täglich	Anzahl	0	2	1	3
		%	0,0%	0,5%	0,3%	0,3%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	3	10	13	26
		%	1,1%	2,4%	4,1%	2,6%
	Mehr als im Monat	Anzahl	14	31	20	65
		%	5,2%	7,4%	6,3%	6,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	42	76	46	164
		%	15,7%	18,1%	14,6%	16,4%
	Nie	Anzahl	208	301	235	744
		%	77,9%	71,7%	74,6%	74,3%
Gesamt	Anzahl	267	420	315	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,8493; df = 8; p = 0,276$

C22_12 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	2	3	1	6
		%	0,7%	0,7%	0,3%	0,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	16	26	22	64
		%	6,0%	6,1%	7,0%	6,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	22	61	40	123
		%	8,2%	14,4%	12,7%	12,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	47	79	57	183
		%	17,5%	18,7%	18,1%	18,2%
	Nie	Anzahl	181	254	195	630
		%	67,5%	60,0%	61,9%	62,6%
Gesamt	Anzahl	268	423	315	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,7773; df = 8; p = 0,456$

Altersgruppen * App-Nutzung im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C23_1 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? WhatsApp * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
WhatsApp	Täglich	Anzahl	97	147	109	353
		%	89,8%	91,3%	96,5%	92,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	7	10	3	20
		%	6,5%	6,2%	2,7%	5,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	0	2	0	2
		%	0,0%	1,2%	0,0%	0,5%
	Nie	Anzahl	4	2	1	7
		%	3,7%	1,2%	0,9%	1,8%
	Gesamt	Anzahl	108	161	113	382
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 8,0197; df = 6; p = 0,237$

C23_2 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Instagram * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Instagram	Täglich	Anzahl	37	34	27	98
		%	34,6%	21,3%	23,9%	25,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	25	42	25	92
		%	23,4%	26,3%	22,1%	24,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	10	18	13	41
		%	9,3%	11,3%	11,5%	10,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	0	16	3	19
		%	0,0%	10,0%	2,7%	5,0%
	Nie	Anzahl	35	50	45	130
		%	32,7%	31,3%	39,8%	34,2%
Gesamt	Anzahl	107	160	113	380	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 21,5567; df = 8; p = 0,006$

C23_3 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Snapchat *
Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Snapchat	Täglich	Anzahl	31	23	8	62
		%	29,0%	14,3%	7,2%	16,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	24	30	15	69
		%	22,4%	18,6%	13,5%	18,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	9	20	10	39
		%	8,4%	12,4%	9,0%	10,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	11	14	29
		%	3,7%	6,8%	12,6%	7,7%
	Nie	Anzahl	39	77	64	180
		%	36,4%	47,8%	57,7%	47,5%
Gesamt	Anzahl	107	161	111	379	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 31,1940; df = 8; p = 0,000$

C23_4 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Facebook *
Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Facebook	Täglich	Anzahl	35	63	42	140
		%	32,4%	39,4%	37,2%	36,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	23	44	27	94
		%	21,3%	27,5%	23,9%	24,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	8	24	22	54
		%	7,4%	15,0%	19,5%	14,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	5	14	10	29
		%	4,6%	8,8%	8,8%	7,6%
	Nie	Anzahl	37	15	12	64
		%	34,3%	9,4%	10,6%	16,8%
Gesamt	Anzahl	108	160	113	381	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 36,8871; df = 8; p = 0,000$

C23_5 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Twitter *
Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Twitter	Täglich	Anzahl	10	12	4	26
		%	9,3%	7,5%	3,6%	6,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	7	10	11	28
		%	6,5%	6,2%	9,8%	7,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	10	16	7	33
		%	9,3%	9,9%	6,3%	8,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	8	26	9	43
		%	7,4%	16,1%	8,0%	11,3%
	Nie	Anzahl	73	97	81	251
		%	67,6%	60,2%	72,3%	65,9%
Gesamt	Anzahl	108	161	112	381	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,5837; df = 8; p = 0,127$

C23_6 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Skype *
Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Skype	Täglich	Anzahl	3	3	0	6
		%	2,8%	1,9%	0,0%	1,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	5	11	4	20
		%	4,7%	6,9%	3,6%	5,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	12	21	10	43
		%	11,3%	13,1%	9,0%	11,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	20	42	36	98
		%	18,9%	26,3%	32,4%	26,0%
	Nie	Anzahl	66	83	61	210
		%	62,3%	51,9%	55,0%	55,7%
Gesamt	Anzahl	106	160	111	377	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 10,3579; df = 8; p = 0,241$

C23_7 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? E-Mail *
Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
E-Mail	Täglich	Anzahl	10	20	10	40
		%	9,3%	12,4%	8,8%	10,5%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	15	36	26	77
		%	13,9%	22,4%	23,0%	20,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	27	44	45	116
		%	25,0%	27,3%	39,8%	30,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	29	45	23	97
		%	26,9%	28,0%	20,4%	25,4%
	Nie	Anzahl	27	16	9	52
		%	25,0%	9,9%	8,0%	13,6%
Gesamt	Anzahl	108	161	113	382	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 24,9788; df = 8; p = 0,002$

C23_8 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Sonstiges *
Altersgruppen

			Altersgruppen			Gesamt
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Sonstiges	Täglich	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,9%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	3	2	6
		%	1,0%	2,0%	1,9%	1,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	0	2	0	2
		%	0,0%	1,3%	0,0%	0,6%
	Nie	Anzahl	101	148	103	352
		%	99,0%	96,7%	97,2%	97,5%
Gesamt	Anzahl	102	153	106	361	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,5587; df = 6; p = 0,474$

OC23 Sonstige App * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Sonstige App	Anzahl	267	418	312	997
	%	99,6%	98,8%	99,0%	99,1%
Jodel	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
meinestadt.de	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Slack	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
TikTok	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,2%	0,3%	0,2%
YouTube	Anzahl	1	1	0	2
	%	0,4%	0,2%	0,0%	0,2%
YouTube und Pinterest	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Gesamt	Anzahl	268	423	315	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Altersgruppen * App-Nutzung im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C24_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? WhatsApp * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
WhatsApp	Unwichtig	Anzahl	22	27	20	69
		%	13,8%	10,3%	10,1%	11,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	17	44	24	85
		%	10,6%	16,8%	12,1%	13,7%
	Eher wichtig	Anzahl	50	80	56	186
		%	31,3%	30,5%	28,1%	30,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	71	111	99	281
		%	44,4%	42,4%	49,7%	45,2%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,4220; df = 6; p = 0,378$

C24_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Instagram * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Instagram	Unwichtig	Anzahl	76	114	106	296
		%	47,5%	43,5%	53,5%	47,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	32	53	34	119
		%	20,0%	20,2%	17,2%	19,2%
	Eher wichtig	Anzahl	35	70	30	135
		%	21,9%	26,7%	15,2%	21,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	17	25	28	70
		%	10,6%	9,5%	14,1%	11,3%
Gesamt	Anzahl	160	262	198	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,1254; df = 6; p = 0,059$

C24_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Snapchat * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Snapchat	Unwichtig	Anzahl	97	157	142	396
		%	60,6%	60,2%	72,4%	64,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	31	66	29	126
		%	19,4%	25,3%	14,8%	20,4%
	Eher wichtig	Anzahl	20	32	15	67
		%	12,5%	12,3%	7,7%	10,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	12	6	10	28
		%	7,5%	2,3%	5,1%	4,5%
Gesamt	Anzahl	160	261	196	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 18,0501; df = 6; p = 0,006$
C24_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Facebook * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Facebook	Unwichtig	Anzahl	56	66	65	187
		%	35,0%	25,2%	32,7%	30,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	29	55	21	105
		%	18,1%	21,0%	10,6%	16,9%
	Eher wichtig	Anzahl	38	73	57	168
		%	23,8%	27,9%	28,6%	27,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	37	68	56	161
		%	23,1%	26,0%	28,1%	25,9%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 13,0409; df = 6; p = 0,042$
C24_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Twitter * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Twitter	Unwichtig	Anzahl	102	155	132	389
		%	63,7%	59,2%	66,3%	62,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	24	45	25	94
		%	15,0%	17,2%	12,6%	15,1%
	Eher wichtig	Anzahl	19	38	30	87
		%	11,9%	14,5%	15,1%	14,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	15	24	12	51
		%	9,4%	9,2%	6,0%	8,2%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 4,9946; df = 6; p = 0,545$
C24_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Skype * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Skype	Unwichtig	Anzahl	96	155	134	385
		%	60,0%	59,2%	67,3%	62,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	39	55	30	124
		%	24,4%	21,0%	15,1%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	14	39	28	81
		%	8,8%	14,9%	14,1%	13,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	11	13	7	31
		%	6,9%	5,0%	3,5%	5,0%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 10,5449; df = 6; p = 0,104$

C24_7 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? E-Mail * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
E-Mail	Unwichtig	Anzahl	48	65	47	160
		%	30,0%	24,8%	23,6%	25,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	33	53	38	124
		%	20,6%	20,2%	19,1%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	40	84	67	191
		%	25,0%	32,1%	33,7%	30,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	39	60	47	146
		%	24,4%	22,9%	23,6%	23,5%
Gesamt	Anzahl	160	262	199	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,1928; df = 6; p = 0,651$

C24_8 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Sonstiges * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Sonstiges	Unwichtig	Anzahl	125	193	159	477
		%	86,8%	81,8%	85,5%	84,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	14	31	18	63
		%	9,7%	13,1%	9,7%	11,1%
	Eher wichtig	Anzahl	3	4	6	13
		%	2,1%	1,7%	3,2%	2,3%
	Sehr wichtig	Anzahl	2	8	3	13
		%	1,4%	3,4%	1,6%	2,3%
Gesamt	Anzahl	144	236	186	566	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,0007; df = 6; p = 0,544$

OC24 Sonstige Dienste * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	
Sonstige Dienste	Anzahl	263	411	306	980
	%	98,1%	97,2%	97,1%	97,4%
die Dienste unseres Dozenten	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Discord	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
einfach mit Handy oder Telefon telefonieren	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Feuerwehr-Piepser	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Google+	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Handyanruf	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
intern benutzte App	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
normales persönliches Gespräch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
persönlicher Kontakt	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Pieper, d.h. digitaler Meldeempfänger für Textanzeigen	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
schriftlicher Kontakt per Brief (herkömmliche Post)	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
schriftlicher Verkehr	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Smartphone	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
SMS	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Telefon	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,2%	0,3%	0,2%
Telefon und persönlicher, direkter Kontakt	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Telefon, falls die Teilnehmer mich anrufen möchten	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
telefonieren	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Telefonieren, d.h. Teilnehmer anrufen über Festnetz bzw. Handy	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,4%	0,0%	0,0%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	2	0	2
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%
Viber	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,2%	0,3%	0,2%
Webseite	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
YouTube	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
Gesamt	Anzahl	268	423	315	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Altersgruppen * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C25_1 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Täglich	Anzahl	0	0	3	3
		%	0,0%	0,0%	2,7%	0,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	13	11	25
		%	0,9%	8,2%	9,8%	6,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	12	23	19	54
		%	11,1%	14,6%	17,0%	14,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	12	25	14	51
		%	11,1%	15,8%	12,5%	13,5%
Nie	Anzahl	83	97	65	245	
	%	76,9%	61,4%	58,0%	64,8%	
Gesamt	Anzahl	108	158	112	378	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 20,7708; df = 8; p = 0,008$

C25_2 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	0	0	1
		%	0,9%	0,0%	0,0%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	0	2	0	2
		%	0,0%	1,3%	0,0%	0,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	3	2	9
		%	3,7%	1,9%	1,8%	2,4%
	Nie	Anzahl	103	155	110	368
		%	95,4%	96,9%	98,2%	96,8%
Gesamt	Anzahl	108	160	112	380	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,4525; df = 6; p = 0,374$

C25_3 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Täglich	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,9%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	0	3	1	4
		%	0,0%	1,9%	0,9%	1,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	1	7	1	9
		%	0,9%	4,4%	0,9%	2,4%
	Nie	Anzahl	107	149	109	365
		%	99,1%	93,7%	97,3%	96,3%
Gesamt	Anzahl	108	159	112	379	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,5458; df = 6; p = 0,145$

C25_4 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,9%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	0	6	1	7
		%	0,0%	3,8%	0,9%	1,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	10	10	8	28
		%	9,3%	6,3%	7,1%	7,4%
Nie	Anzahl	98	143	102	343	
	%	90,7%	89,9%	91,1%	90,5%	
Gesamt	Anzahl	108	159	112	379	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 8,9172; df = 6; p = 0,178$$

C25_5 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Täglich	Anzahl	17	15	15	47
		%	15,7%	9,5%	13,4%	12,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	23	51	42	116
		%	21,3%	32,3%	37,5%	30,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	27	30	24	81
		%	25,0%	19,0%	21,4%	21,4%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	6	13	8	27	
	%	5,6%	8,2%	7,1%	7,1%	
Nie	Anzahl	35	49	23	107	
	%	32,4%	31,0%	20,5%	28,3%	
Gesamt	Anzahl	108	158	112	378	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 12,2224; df = 8; p = 0,142$$

Altersgruppen * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C26_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram)	Unwichtig	Anzahl	52	53	50	155
		%	32,5%	20,2%	25,3%	25,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	51	32	111
		%	17,5%	19,5%	16,2%	17,9%
	Eher wichtig	Anzahl	47	87	61	195
		%	29,4%	33,2%	30,8%	31,5%
Sehr wichtig	Anzahl	33	71	55	159	
	%	20,6%	27,1%	27,8%	25,6%	
Gesamt	Anzahl	160	262	198	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 9,3392; df = 6; p = 0,155$$

C26_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17	18 bis 23	24 bis 28	Gesamt
			Jahre	Jahre	Jahre	
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Unwichtig	Anzahl	98	148	124	370
		%	61,3%	56,7%	63,3%	60,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	29	53	34	116
		%	18,1%	20,3%	17,3%	18,8%
	Eher wichtig	Anzahl	21	48	21	90
		%	13,1%	18,4%	10,7%	14,6%
Sehr wichtig	Anzahl	12	12	17	41	
	%	7,5%	4,6%	8,7%	6,6%	
Gesamt	Anzahl	160	261	196	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,3112; df = 6; p = 0,157$

C26_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17	18 bis 23	24 bis 28	Gesamt
			Jahre	Jahre	Jahre	
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Unwichtig	Anzahl	111	165	129	405
		%	69,4%	63,0%	66,2%	65,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	26	51	37	114
		%	16,3%	19,5%	19,0%	18,5%
	Eher wichtig	Anzahl	18	34	20	72
		%	11,3%	13,0%	10,3%	11,7%
Sehr wichtig	Anzahl	5	12	9	26	
	%	3,1%	4,6%	4,6%	4,2%	
Gesamt	Anzahl	160	262	195	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,5750; df = 6; p = 0,860$

C26_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17	18 bis 23	24 bis 28	Gesamt
			Jahre	Jahre	Jahre	
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Unwichtig	Anzahl	112	175	135	422
		%	70,0%	67,6%	69,6%	68,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	40	29	97
		%	17,5%	15,4%	14,9%	15,8%
	Eher wichtig	Anzahl	17	33	23	73
		%	10,6%	12,7%	11,9%	11,9%
Sehr wichtig	Anzahl	3	11	7	21	
	%	1,9%	4,2%	3,6%	3,4%	
Gesamt	Anzahl	160	259	194	613	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,5343; df = 6; p = 0,865$

C26_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17	18 bis 23	24 bis 28	Gesamt
			Jahre	Jahre	Jahre	
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Unwichtig	Anzahl	108	161	129	398
		%	67,5%	61,9%	66,2%	64,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	29	55	35	119
		%	18,1%	21,2%	17,9%	19,3%
	Eher wichtig	Anzahl	17	27	24	68
		%	10,6%	10,4%	12,3%	11,1%
Sehr wichtig	Anzahl	6	17	7	30	
	%	3,8%	6,5%	3,6%	4,9%	
Gesamt	Anzahl	160	260	195	615	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,2860; df = 6; p = 0,638$

C26_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Unwichtig	Anzahl	69	96	80	245
		%	43,1%	36,6%	40,4%	39,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	36	60	43	139
		%	22,5%	22,9%	21,7%	22,4%
	Eher wichtig	Anzahl	39	81	53	173
		%	24,4%	30,9%	26,8%	27,9%
Sehr wichtig	Anzahl	16	25	22	63	
	%	10,0%	9,5%	11,1%	10,2%	
Gesamt		Anzahl	160	262	198	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 3,1223; df = 6; p = 0,793$

Altersgruppen * Medienkompetenz

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C27_1 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden. * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.	Trifft nicht zu	Anzahl	55	102	102	259
		%	20,9%	24,3%	32,5%	26,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	88	171	103	362
		%	33,5%	40,8%	32,8%	36,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	92	112	90	294
		%	35,0%	26,7%	28,7%	29,5%
Trifft voll zu	Anzahl	28	34	19	81	
	%	10,6%	8,1%	6,1%	8,1%	
Gesamt		Anzahl	263	419	314	996
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 19,6795; df = 6; p = 0,003$

C27_2 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell. * Altersgruppen

		Altersgruppen			Gesamt	
		14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre		
Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.	Trifft nicht zu	Anzahl	40	34	34	108
		%	15,4%	8,1%	10,9%	10,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	67	113	69	249
		%	25,9%	27,0%	22,1%	25,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	114	195	130	439
		%	44,0%	46,7%	41,7%	44,4%
Trifft voll zu	Anzahl	38	76	79	193	
	%	14,7%	18,2%	25,3%	19,5%	
Gesamt		Anzahl	259	418	312	989
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 19,5017; df = 6; p = 0,003$

C27_3 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.	Trifft nicht zu	Anzahl	125	225	188	538
		%	47,0%	53,3%	59,7%	53,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	76	107	72	255
		%	28,6%	25,4%	22,9%	25,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	52	61	36	149
		%	19,5%	14,5%	11,4%	14,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	13	29	19	61
		%	4,9%	6,9%	6,0%	6,1%
Gesamt	Anzahl	266	422	315	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 13,7362; df = 6; p = 0,033$

C27_4 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren	Trifft nicht zu	Anzahl	96	185	144	425
		%	36,4%	43,8%	45,9%	42,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	87	123	91	301
		%	33,0%	29,1%	29,0%	30,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	65	92	63	220
		%	24,6%	21,8%	20,1%	22,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	16	22	16	54
		%	6,1%	5,2%	5,1%	5,4%
Gesamt	Anzahl	264	422	314	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,9855; df = 6; p = 0,425$

Altersgruppen * Gründe der Internetnutzung für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C28_1 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	53	75	68	196
		%	49,5%	42,9%	50,7%	47,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	25	46	30	101
		%	23,4%	26,3%	22,4%	24,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	22	39	21	82
		%	20,6%	22,3%	15,7%	19,7%
Trifft voll zu	Anzahl	7	15	15	37	
	%	6,5%	8,6%	11,2%	8,9%	
Gesamt	Anzahl	107	175	134	416	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,9255; df = 6; p = 0,553$

C28_2 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen.	Trifft nicht zu	Anzahl	24	22	17	63
		%	22,4%	12,5%	12,8%	15,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	22	34	29	85
		%	20,6%	19,3%	21,8%	20,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	37	82	63	182
		%	34,6%	46,6%	47,4%	43,8%
Trifft voll zu	Anzahl	24	38	24	86	
	%	22,4%	21,6%	18,0%	20,7%	
Gesamt	Anzahl	107	176	133	416	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,7387; df = 6; p = 0,189$

C28_3 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	14	13	11	38
		%	13,1%	7,3%	8,1%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	18	30	32	80
		%	16,8%	16,9%	23,7%	19,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	40	91	57	188
		%	37,4%	51,4%	42,2%	44,9%
Trifft voll zu	Anzahl	35	43	35	113	
	%	32,7%	24,3%	25,9%	27,0%	
Gesamt	Anzahl	107	177	135	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,8948; df = 6; p = 0,129$

C28_4 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	20	5	10	35
		%	18,7%	2,8%	7,4%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	24	42	29	95
		%	22,4%	23,7%	21,5%	22,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	36	77	63	176
		%	33,6%	43,5%	46,7%	42,0%
Trifft voll zu	Anzahl	27	53	33	113	
	%	25,2%	29,9%	24,4%	27,0%	
Gesamt	Anzahl	107	177	135	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 24,0785; df = 6; p = 0,001$

C28_5 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. . * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. .	Trifft nicht zu	Anzahl	11	12	15	38
		%	10,3%	6,8%	11,1%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	17	34	34	85
		%	15,9%	19,2%	25,2%	20,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	49	70	49	168
		%	45,8%	39,5%	36,3%	40,1%
Trifft voll zu	Anzahl	30	61	37	128	
	%	28,0%	34,5%	27,4%	30,5%	
Gesamt	Anzahl	107	177	135	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,4463; df = 6; p = 0,282$

C28_6 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere.	Trifft nicht zu	Anzahl	13	16	19	48
		%	12,1%	9,0%	14,1%	11,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	13	30	28	71
		%	12,1%	16,9%	20,7%	16,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	48	76	43	167
		%	44,9%	42,9%	31,9%	39,9%
Trifft voll zu	Anzahl	33	55	45	133	
	%	30,8%	31,1%	33,3%	31,7%	
Gesamt	Anzahl	107	177	135	419	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,7788; df = 6; p = 0,255$

C28_7 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort.	Trifft nicht zu	Anzahl	19	24	23	66
		%	17,8%	13,6%	17,0%	15,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	21	40	22	83
		%	19,6%	22,7%	16,3%	19,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	47	75	52	174
		%	43,9%	42,6%	38,5%	41,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	20	37	38	95
		%	18,7%	21,0%	28,1%	22,7%
Gesamt	Anzahl	107	176	135	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,7348; df = 6; p = 0,454$

Altersgruppen * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D29_1 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.	Trifft nicht zu	Anzahl	39	68	38	145
		%	15,1%	16,2%	12,1%	14,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	55	96	91	242
		%	21,3%	22,8%	29,0%	24,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	100	154	109	363
		%	38,8%	36,6%	34,7%	36,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	64	103	76	243
		%	24,8%	24,5%	24,2%	24,5%
Gesamt	Anzahl	258	421	314	993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,8887; df = 6; p = 0,331$

D29_2 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	23	33	25	81
		%	9,1%	8,0%	8,2%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	71	107	76	254
		%	28,2%	26,0%	25,0%	26,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	95	169	123	387
		%	37,7%	41,1%	40,5%	40,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	63	102	80	245
		%	25,0%	24,8%	26,3%	25,3%
Gesamt	Anzahl	252	411	304	967	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,4287; df = 6; p = 0,964$

D29_3 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.	Trifft nicht zu	Anzahl	32	31	35	98
		%	12,2%	7,5%	11,2%	9,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	43	103	56	202
		%	16,4%	24,9%	17,9%	20,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	97	176	141	414
		%	37,0%	42,5%	45,2%	41,9%
Trifft voll zu	Anzahl	90	104	80	274	
	%	34,4%	25,1%	25,6%	27,7%	
Gesamt	Anzahl	262	414	312	988	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 19,3851; df = 6; p = 0,004$

D29_4 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.	Trifft nicht zu	Anzahl	48	66	41	155
		%	19,5%	15,9%	13,5%	16,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	85	159	110	354
		%	34,6%	38,2%	36,2%	36,6%
	Trifft eher zu	Anzahl	82	136	108	326
		%	33,3%	32,7%	35,5%	33,7%
Trifft voll zu	Anzahl	31	55	45	131	
	%	12,6%	13,2%	14,8%	13,6%	
Gesamt	Anzahl	246	416	304	966	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,6675; df = 6; p = 0,587$

D29_5 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.	Trifft nicht zu	Anzahl	6	8	11	25
		%	2,3%	1,9%	3,5%	2,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	28	59	39	126
		%	10,5%	14,1%	12,5%	12,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	99	177	136	412
		%	37,2%	42,3%	43,6%	41,4%
Trifft voll zu	Anzahl	133	174	126	433	
	%	50,0%	41,6%	40,4%	43,5%	
Gesamt	Anzahl	266	418	312	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,8004; df = 6; p = 0,185$

Altersgruppen * Politisches Interesse

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D30_1 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann politische Themen schlecht einschätzen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kann politische Themen schlecht einschätzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	24	78	87	189
		%	9,1%	18,5%	27,9%	19,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	62	110	102	274
		%	23,5%	26,1%	32,7%	27,5%
Trifft eher zu	Anzahl	104	155	82	341	
	%	39,4%	36,8%	26,3%	34,2%	
Trifft voll zu	Anzahl	74	78	41	193	
	%	28,0%	18,5%	13,1%	19,4%	
Gesamt	Anzahl	264	421	312	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 56,8927; df = 6; p = 0,000$

D30_2 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht.	Trifft nicht zu	Anzahl	93	100	62	255
		%	35,0%	23,8%	19,9%	25,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	95	122	74	291
		%	35,7%	29,0%	23,7%	29,1%
Trifft eher zu	Anzahl	66	147	125	338	
	%	24,8%	34,9%	40,1%	33,8%	
Trifft voll zu	Anzahl	12	52	51	115	
	%	4,5%	12,4%	16,3%	11,5%	
Gesamt	Anzahl	266	421	312	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 48,8460; df = 6; p = 0,000$

D30_3 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen.	Trifft nicht zu	Anzahl	32	91	95	218
		%	12,1%	21,6%	30,4%	21,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	60	119	99	278
		%	22,7%	28,3%	31,7%	27,9%
Trifft eher zu	Anzahl	107	134	81	322	
	%	40,5%	31,8%	26,0%	32,3%	
Trifft voll zu	Anzahl	65	77	37	179	
	%	24,6%	18,3%	11,9%	18,0%	
Gesamt	Anzahl	264	421	312	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 48,6469; df = 6; p = 0,000$

D30_4 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken.	Trifft nicht zu	Anzahl	82	86	36	204
		%	30,9%	20,4%	11,5%	20,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	88	133	99	320
		%	33,2%	31,6%	31,7%	32,1%
Trifft eher zu	Anzahl	82	142	121	345	
	%	30,9%	33,7%	38,8%	34,6%	
Trifft voll zu	Anzahl	13	60	56	129	
	%	4,9%	14,3%	17,9%	12,9%	
Gesamt	Anzahl	265	421	312	998	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 49,0902; df = 6; p = 0,000$

Altersgruppen * Bürger*innennormen

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D31_1 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An jeder Bundestagswahl teilnehmen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
An jeder Bundestagswahl teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	12	23	14	49
		%	4,6%	5,5%	4,5%	5,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	43	69	38	150
		%	16,6%	16,5%	12,2%	15,2%
Trifft eher zu	Anzahl	76	138	94	308	
	%	29,3%	33,1%	30,2%	31,2%	
Trifft voll zu	Anzahl	128	187	165	480	
	%	49,4%	44,8%	53,1%	48,6%	
Gesamt	Anzahl	259	417	311	987	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,4704; df = 6; p = 0,372$

D31_2 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Einer politischen Partei beitreten. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Einer politischen Partei beitreten.	Trifft nicht zu	Anzahl	107	172	144	423
		%	43,0%	42,5%	46,9%	44,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	79	124	103	306
		%	31,7%	30,6%	33,6%	31,8%
Trifft eher zu	Anzahl	43	76	33	152	
	%	17,3%	18,8%	10,7%	15,8%	
Trifft voll zu	Anzahl	20	33	27	80	
	%	8,0%	8,1%	8,8%	8,3%	
Gesamt	Anzahl	249	405	307	961	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,0025; df = 6; p = 0,173$

D31_3 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich über Politik informieren. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Sich über Politik informieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	30	27	14	71
		%	11,5%	6,4%	4,5%	7,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	47	85	68	200
		%	18,1%	20,3%	21,9%	20,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	99	167	141	407
		%	38,1%	39,9%	45,3%	41,1%
	Trifft voll zu	Anzahl	84	140	88	312
		%	32,3%	33,4%	28,3%	31,5%
Gesamt	Anzahl	260	419	311	990	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,9699; df = 6; p = 0,020$

D31_4 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An Demonstrationen teilnehmen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
An Demonstrationen teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	45	84	63	192
		%	18,1%	20,9%	20,9%	20,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	93	133	110	336
		%	37,3%	33,2%	36,5%	35,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	71	117	83	271
		%	28,5%	29,2%	27,6%	28,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	40	67	45	152
		%	16,1%	16,7%	15,0%	16,0%
Gesamt	Anzahl	249	401	301	951	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,1817; df = 6; p = 0,902$

D31_5 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	3	6	9	18
		%	1,2%	1,5%	2,9%	1,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	19	34	16	69
		%	7,4%	8,2%	5,2%	7,0%
	Trifft eher zu	Anzahl	79	128	93	300
		%	30,6%	31,0%	30,0%	30,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	157	245	192	594
		%	60,9%	59,3%	61,9%	60,6%
Gesamt	Anzahl	258	413	310	981	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,5834; df = 6; p = 0,471$

D31_6 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich an Gesetze halten. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Sich an Gesetze halten.	Trifft nicht zu	Anzahl	2	1	2	5
		%	0,7%	0,2%	0,6%	0,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	4	9	5	18
		%	1,5%	2,1%	1,6%	1,8%
	Trifft eher zu	Anzahl	55	103	55	213
		%	20,6%	24,4%	17,5%	21,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	206	309	253	768
		%	77,2%	73,2%	80,3%	76,5%
Gesamt	Anzahl	267	422	315	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,8853; df = 6; p = 0,332$

D31_7 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren. * Altersgruppen

			Altersgruppen			
			14 bis 17 Jahre	18 bis 23 Jahre	24 bis 28 Jahre	Gesamt
Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	4	6	4	14
		%	1,5%	1,4%	1,3%	1,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	7	10	5	22
		%	2,7%	2,4%	1,6%	2,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	58	109	64	231
		%	22,1%	26,0%	20,5%	23,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	193	295	239	727
		%	73,7%	70,2%	76,6%	73,1%
Gesamt	Anzahl	262	420	312	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,3606; df = 6; p = 0,628$

MERKMALSKOMBINATIONEN: ORTSGRÖßE

Ortsgröße * Geschlecht

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A1 Geschlecht * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt	
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW		
Geschlecht	männlich	Anzahl	83	103	136	181	503
		%	50,9%	48,8%	49,5%	50,7%	50,0%
	weiblich	Anzahl	80	108	139	176	503
		%	49,1%	51,2%	50,5%	49,3%	50,0%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 0,2765; df = 3; p = 0,964$$

Ortsgröße * Geburtsjahr

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A2 Geburtsjahr * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt	
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW		
Geburtsjahr	1991	Anzahl	8	3	11	9	31
		%	4,9%	1,4%	4,0%	2,5%	3,1%
	1992	Anzahl	10	14	19	29	72
		%	6,1%	6,6%	6,9%	8,1%	7,2%
	1993	Anzahl	14	8	16	33	71
		%	8,6%	3,8%	5,8%	9,2%	7,1%
	1994	Anzahl	15	8	17	32	72
		%	9,2%	3,8%	6,2%	9,0%	7,2%
	1995	Anzahl	17	15	15	22	69
		%	10,4%	7,1%	5,5%	6,2%	6,9%
	1996	Anzahl	16	19	18	20	73
		%	9,8%	9,0%	6,5%	5,6%	7,3%
	1997	Anzahl	18	4	12	37	71
		%	11,0%	1,9%	4,4%	10,4%	7,1%
	1998	Anzahl	11	12	17	33	73
		%	6,7%	5,7%	6,2%	9,2%	7,3%
	1999	Anzahl	9	14	28	20	71
		%	5,5%	6,6%	10,2%	5,6%	7,1%
	2000	Anzahl	10	25	15	18	68
		%	6,1%	11,8%	5,5%	5,0%	6,8%
	2001	Anzahl	6	16	24	21	67
		%	3,7%	7,6%	8,7%	5,9%	6,7%
	2002	Anzahl	5	18	25	19	67
		%	3,1%	8,5%	9,1%	5,3%	6,7%
	2003	Anzahl	11	19	18	21	69
		%	6,7%	9,0%	6,5%	5,9%	6,9%
	2004	Anzahl	7	22	21	17	67
		%	4,3%	10,4%	7,6%	4,8%	6,7%
	2005	Anzahl	6	14	19	26	65
		%	3,7%	6,6%	6,9%	7,3%	6,5%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 90,4063; df = 42; p = 0,000$$

Altersgruppen * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Altersgruppen	14 bis 17 Jahre	Anzahl	29	73	83	83	268
		%	17,8%	34,6%	30,2%	23,2%	26,6%
	18 bis 23 Jahre	Anzahl	70	90	114	149	423
		%	42,9%	42,7%	41,5%	41,7%	42,0%
	24 bis 28 Jahre	Anzahl	64	48	78	125	315
		%	39,3%	22,7%	28,4%	35,0%	31,3%
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 23,2809; df = 6; p = 0,001$

Ortsgröße * Derzeitige Hauptbeschäftigung

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A3 Derzeitige Hauptbeschäftigung * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Derzeitige Hauptbeschäftigung	Ich gehe zur Schule	Anzahl	34	90	90	89	303
		%	20,9%	42,7%	32,7%	24,9%	30,1%
	Ich befinde mich in einer Berufsausbildung	Anzahl	19	34	46	70	169
		%	11,7%	16,1%	16,7%	19,6%	16,8%
	Ich besuche eine (Fach-)Hochschule/Universität	Anzahl	17	17	32	42	108
		%	10,4%	8,1%	11,6%	11,8%	10,7%
	Ich absolviere ein Freiwilligen-Jahr	Anzahl	3	2	4	5	14
		%	1,8%	0,9%	1,5%	1,4%	1,4%
	Ich bin berufstätig (Halb- oder Ganztag)	Anzahl	79	58	89	128	354
		%	48,5%	27,5%	32,4%	35,9%	35,2%
	Ich bin auf Arbeitssuche/ohne Beschäftigung	Anzahl	10	7	8	21	46
		%	6,1%	3,3%	2,9%	5,9%	4,6%
Etwas anderes	Anzahl	1	3	6	2	12	
	%	0,6%	1,4%	2,2%	0,6%	1,2%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 47,2855; df = 18; p = 0,000$

Ortsgröße * Angestrebter Bildungsabschluss

A4 Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen? * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt	
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW		
Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen?	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	4	11	23	25	63
		%	11,8%	12,2%	25,6%	28,1%	20,8%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	10	25	28	31	94
		%	29,4%	27,8%	31,1%	34,8%	31,0%
	Fachhochschulreife	Anzahl	0	1	5	2	8
		%	0,0%	1,1%	5,6%	2,2%	2,6%
	Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	20	53	34	31	138
		%	58,8%	58,9%	37,8%	34,8%	45,5%
Gesamt	Anzahl	34	90	90	89	303	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 21,4377; df = 9; p = 0,011$$

Ortsgröße * Höchster erreichter Bildungsabschluss

A5 Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht? * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt	
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.00 0 EW		
Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht?	Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss	Anzahl	1	0	1	0	2
		%	0,8%	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%
	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	40	42	58	94	234
		%	31,0%	34,7%	31,4%	35,1%	33,3%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	36	45	62	74	217
		%	27,9%	37,2%	33,5%	27,6%	30,9%
	Fachhochschulreife	Anzahl	3	2	2	0	7
		%	2,3%	1,7%	1,1%	0,0%	1,0%
Abitur/Allgemeine oder fach- gebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	46	31	60	93	230	
	%	35,7%	25,6%	32,4%	34,7%	32,7%	
Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Anzahl	3	1	2	7	13	
	%	2,3%	0,8%	1,1%	2,6%	1,8%	
Gesamt	Anzahl	129	121	185	268	703	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 16,9439; df = 15; p = 0,322$$

Ortsgröße * Kombinierte Bildungsvariable

Neu berechnete Variable – kombinierte Bildungsvariable: Kombiniert angestrebte und erreichte Bildungsabschlüsse

		Ortsgröße				Gesamt
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Hauptschule	Anzahl	44	53	81	119	297
	%	27,2	25,1	29,6	33,3	29,6
Realschule	Anzahl	46	70	90	105	311
	%	28,4	33,2	32,8	29,4	31,0
(Fach)Hochschulreife	Anzahl	72	88	103	133	396
	%	44,4	41,7	37,6	37,3	39,4
Gesamt	Anzahl	162	211	274	257	1004
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

$$\chi^2 = 6,683; df = 6; p = 0,351$$

Ortsgröße * Bildungsabschluss Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A6 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter? * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	1	2	7	8	18
		%	0,6%	0,9%	2,6%	2,3%	1,8%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	47	58	86	119	310
		%	29,2%	27,5%	32,0%	33,6%	31,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	78	105	124	162	469
		%	48,4%	49,8%	46,1%	45,8%	47,1%
	(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	35	46	52	65	198
		%	21,7%	21,8%	19,3%	18,4%	19,9%
Gesamt	Anzahl	161	211	269	354	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,0018; df = 9; p = 0,637$

Ortsgröße * Bildungsabschluss Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A7 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater? * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	4	2	3	4	13
		%	2,5%	1,0%	1,1%	1,1%	1,3%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	46	65	86	120	317
		%	28,7%	31,1%	32,6%	34,1%	32,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	81	93	104	133	411
		%	50,6%	44,5%	39,4%	37,8%	41,7%
	(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	29	49	71	95	244
		%	18,1%	23,4%	26,9%	27,0%	24,8%
Gesamt	Anzahl	160	209	264	352	985	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,3837; df = 9; p = 0,193$

Ortsgröße * Staatsbürgerschaft

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A8 Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft? * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft?	Trifft nicht zu	Anzahl	5	10	21	22	58
		%	3,1%	4,7%	7,6%	6,2%	5,8%
	Trifft zu	Anzahl	158	201	254	335	948
		%	96,9%	95,3%	92,4%	93,8%	94,2%
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,4681; df = 3; p = 0,215$

Ortsgröße * Geburtsland Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A9 Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl %	25 15,4%	23 11,0%	41 14,9%	46 13,0%	135 13,5%
	Trifft zu	Anzahl %	137 84,6%	187 89,0%	234 85,1%	309 87,0%	867 86,5%
Gesamt	Anzahl		162	210	275	355	1002
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,2452; df = 3; p = 0,523$

Ortsgröße * Geburtsland Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A10 Ist Ihr Vater in Deutschland geboren? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ist Ihr Vater in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl %	20 12,3%	26 12,4%	53 19,3%	49 13,8%	148 14,8%
	Trifft zu	Anzahl %	142 87,7%	184 87,6%	222 80,7%	306 86,2%	854 85,2%
Gesamt	Anzahl		162	210	275	355	1002
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,4012; df = 3; p = 0,094$

Ortsgröße * Familiensprache (Deutsch)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A11 In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich?	Deutsch	Anzahl %	153 93,9%	199 94,3%	251 91,3%	327 91,6%	930 92,4%
	Andere Sprache und zwar:	Anzahl %	10 6,1%	12 5,7%	24 8,7%	30 8,4%	76 7,6%
Gesamt	Anzahl		163	211	275	357	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,4336; df = 3; p = 0,487$

Ergebnisse für „Andere Sprache und zwar“ auf der folgenden Seite

Ortsgröße * Familiensprache (Andere)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OA11 Andere Sprache * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Andere Sprache	Anzahl	153	199	251	327	930
	%	93,9%	94,3%	91,3%	91,6%	92,4%
Albanisch	Anzahl	1	1	1	1	4
	%	0,6%	0,5%	0,4%	0,3%	0,4%
Arabisch	Anzahl	0	1	1	3	5
	%	0,0%	0,5%	0,4%	0,8%	0,5%
Bulgarisch	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
Englisch	Anzahl	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
Französisch	Anzahl	0	0	1	1	2
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%	0,2%
Griechisch	Anzahl	0	1	0	1	2
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,3%	0,2%
Italienisch	Anzahl	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
Kroatisch	Anzahl	0	2	2	1	5
	%	0,0%	0,9%	0,7%	0,3%	0,5%
Kurdisch	Anzahl	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
Libanesisch	Anzahl	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Persisch	Anzahl	1	0	0	1	2
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%
Polnisch	Anzahl	2	3	0	2	7
	%	1,2%	1,4%	0,0%	0,6%	0,7%
Portugiesisc h	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Rumänisch	Anzahl	0	0	4	1	5
	%	0,0%	0,0%	1,5%	0,3%	0,5%
Russisch	Anzahl	3	0	3	7	13
	%	1,8%	0,0%	1,1%	2,0%	1,3%
Serbisch	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Spanisch	Anzahl	0	0	1	1	2
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%	0,2%
Syrisch	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Tschechisch	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
Türkisch	Anzahl	2	2	8	8	20
	%	1,2%	0,9%	2,9%	2,2%	2,0%
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ortsgröße * Engagementstatus

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Engagementstatus * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Engagementstatus	Nicht engagiert	Anzahl	57	76	115	137	385
		%	35,0%	36,0%	41,8%	38,4%	38,3%
	Engagiert	Anzahl	106	135	160	220	621
		%	65,0%	64,0%	58,2%	61,6%	61,7%
Gesamt	Anzahl		163	211	275	357	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,6714; df = 3; p = 0,445$

Ortsgröße * Grad des digitalen Engagements (Digitals)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Digitals * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Digitals	Nicht engagiert	Anzahl	57	76	115	137	385
		%	35,2%	36,0%	41,8%	38,4%	38,3%
	Nicht/kaum digital engagiert	Anzahl	57	72	100	127	356
		%	35,2%	34,1%	36,4%	35,6%	35,4%
	Auch digital engagiert	Anzahl	48	63	60	93	264
		%	29,6%	29,9%	21,8%	26,1%	26,3%
Gesamt	Anzahl		162	211	275	357	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,5715; df = 6; p = 0,473$

Ortsgröße * Engagementabfrage

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B12 Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit?	Trifft nicht zu	Anzahl	67	98	143	169	477
		%	41,1%	46,4%	52,0%	47,5%	47,5%
	Trifft zu	Anzahl	96	113	132	187	528
		%	58,9%	53,6%	48,0%	52,5%	52,5%
Gesamt	Anzahl		163	211	275	356	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,008; df = 3; p = 0,172$

Ortsgröße * Engagementbereich

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B13_1 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sport und Bewegung * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Sport und Bewegung	Trifft nicht zu	Anzahl	115	143	210	269	737
		%	70,6%	67,8%	76,4%	75,4%	73,3%
	Trifft zu	Anzahl	48	68	65	88	269
		%	29,4%	32,2%	23,6%	24,6%	26,7%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,0019; df = 3; p = 0,112$

B13_2 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kultur und Musik * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Kultur und Musik	Trifft nicht zu	Anzahl	144	189	242	315	890
		%	88,3%	89,6%	88,0%	88,2%	88,5%
	Trifft zu	Anzahl	19	22	33	42	116
		%	11,7%	10,4%	12,0%	11,8%	11,5%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,3332; df = 3; p = 0,954$

B13_3 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Freizeit und Geselligkeit * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Freizeit und Geselligkeit	Trifft nicht zu	Anzahl	118	173	226	296	813
		%	72,4%	82,0%	82,2%	82,9%	80,8%
	Trifft zu	Anzahl	45	38	49	61	193
		%	27,6%	18,0%	17,8%	17,1%	19,2%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 8,9908; df = 3; p = 0,029$

B13_4 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sozialer Bereich * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Sozialer Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	130	174	221	284	809
		%	79,8%	82,5%	80,4%	79,6%	80,4%
	Trifft zu	Anzahl	33	37	54	73	197
		%	20,2%	17,5%	19,6%	20,4%	19,6%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,7773; df = 3; p = 0,855$

B13_5 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Gesundheitsbereich * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Gesundheitsbereich	Trifft nicht zu	Anzahl	150	193	252	323	918
		%	92,0%	91,5%	91,6%	90,5%	91,3%
	Trifft zu	Anzahl	13	18	23	34	88
		%	8,0%	8,5%	8,4%	9,5%	8,7%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 0,4544; df = 3; p = 0,929$$

B13_6 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Schule oder Kindergarten * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Schule oder Kindergarten	Trifft nicht zu	Anzahl	147	192	252	312	903
		%	90,2%	91,0%	91,6%	87,4%	89,8%
	Trifft zu	Anzahl	16	19	23	45	103
		%	9,8%	9,0%	8,4%	12,6%	10,2%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 3,6085; df = 3; p = 0,307$$

B13_7 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	Trifft nicht zu	Anzahl	146	189	247	315	897
		%	89,6%	89,6%	89,8%	88,2%	89,2%
	Trifft zu	Anzahl	17	22	28	42	109
		%	10,4%	10,4%	10,2%	11,8%	10,8%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 0,5050; df = 3; p = 0,918$$

B13_8 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz	Trifft nicht zu	Anzahl	129	180	231	300	840
		%	79,1%	85,3%	84,0%	84,0%	83,5%
	Trifft zu	Anzahl	34	31	44	57	166
		%	20,9%	14,7%	16,0%	16,0%	16,5%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 2,8721; df = 3; p = 0,412$$

B13_9 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Politik und politische Interessenvertretung * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Politik und politische Interessenvertretung	Trifft nicht zu	Anzahl	149	201	253	319	922
		%	91,4%	95,3%	92,0%	89,4%	91,7%
	Trifft zu	Anzahl	14	10	22	38	84
		%	8,6%	4,7%	8,0%	10,6%	8,3%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,1062; df = 3; p = 0,107$

B13_10 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes	Trifft nicht zu	Anzahl	151	196	257	334	938
		%	92,6%	92,9%	93,5%	93,6%	93,2%
	Trifft zu	Anzahl	12	15	18	23	68
		%	7,4%	7,1%	6,5%	6,4%	6,8%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,2117; df = 3; p = 0,976$

B13_11 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kirchlicher oder religiöser Bereich * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Kirchlicher oder religiöser Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	146	194	248	315	903
		%	89,6%	91,9%	90,2%	88,2%	89,8%
	Trifft zu	Anzahl	17	17	27	42	103
		%	10,4%	8,1%	9,8%	11,8%	10,2%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,0569; df = 3; p = 0,561$

B13_12 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Justiz oder Kriminalitätsprobleme * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	Trifft nicht zu	Anzahl	153	204	259	337	953
		%	93,9%	96,7%	94,2%	94,4%	94,7%
	Trifft zu	Anzahl	10	7	16	20	53
		%	6,1%	3,3%	5,8%	5,6%	5,3%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,1006; df = 3; p = 0,552$

B13_13 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	Trifft nicht zu	Anzahl	146	184	238	307	875
		%	89,6%	87,2%	86,5%	86,0%	87,0%
	Trifft zu	Anzahl	17	27	37	50	131
		%	10,4%	12,8%	13,5%	14,0%	13,0%
Gesamt	Anzahl		163	211	275	357	1006
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,3272; df = 3; p = 0,723$

B13_14 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? In keinem dieser Bereiche * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
In keinem dieser Bereiche	Trifft nicht zu	Anzahl	106	135	160	220	621
		%	65,0%	64,0%	58,2%	62,1%	61,9%
	Trifft zu	Anzahl	57	76	115	134	382
		%	35,0%	36,0%	41,8%	37,9%	38,1%
Gesamt	Anzahl		163	211	275	354	1003
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,6714; df = 3; p = 0,445$

Ortsgröße * Engagement Zeitaufwand

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, dieangaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OB14 Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Ortsgröße

		Ortsgröße					
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt	
Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1	Anzahl	8	4	10	4	26
		%	7,9%	3,0%	6,5%	1,9%	4,3%
	2	Anzahl	20	17	17	30	84
		%	19,8%	12,6%	11,1%	13,9%	13,9%
	3	Anzahl	8	15	20	29	72
		%	7,9%	11,1%	13,1%	13,4%	11,9%
	4	Anzahl	15	15	21	26	77
		%	14,9%	11,1%	13,7%	12,0%	12,7%
	5	Anzahl	14	22	13	29	78
		%	13,9%	16,3%	8,5%	13,4%	12,9%
	6	Anzahl	10	13	19	20	62
		%	9,9%	9,6%	12,4%	9,3%	10,2%
	7	Anzahl	5	5	1	5	16
		%	5,0%	3,7%	0,7%	2,3%	2,6%
	8	Anzahl	9	11	8	16	44
		%	8,9%	8,1%	5,2%	7,4%	7,3%
	9	Anzahl	1	2	1	2	6
		%	1,0%	1,5%	0,7%	0,9%	1,0%
	10	Anzahl	5	16	18	22	61
		%	5,0%	11,9%	11,8%	10,2%	10,1%
	12	Anzahl	0	9	9	12	30
		%	0,0%	6,7%	5,9%	5,6%	5,0%
	13	Anzahl	1	0	0	0	1
		%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
	14	Anzahl	1	2	2	1	6
		%	1,0%	1,5%	1,3%	0,5%	1,0%
	15	Anzahl	1	1	6	8	16
		%	1,0%	0,7%	3,9%	3,7%	2,6%
	16	Anzahl	0	0	3	3	6
		%	0,0%	0,0%	2,0%	1,4%	1,0%
	18	Anzahl	2	0	0	1	3
		%	2,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%
	20	Anzahl	0	2	4	4	10
		%	0,0%	1,5%	2,6%	1,9%	1,7%
	24	Anzahl	0	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
	25	Anzahl	1	1	0	0	2
		%	1,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%
	30	Anzahl	0	0	0	2	2
		%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,3%
	36	Anzahl	0	0	1	0	1
		%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%
	40	Anzahl	0	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
Gesamt		Anzahl	101	135	153	216	605
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 73,1161; df = 63; p = 63$

OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1-5 h	Anzahl	65	73	81	118	337
		%	64,4%	54,1%	52,9%	54,6%	55,7%
	6-11h	Anzahl	30	47	47	65	189
		%	29,7%	34,8%	30,7%	30,1%	31,2%
	12-40h	Anzahl	6	15	25	33	79
		%	5,9%	11,1%	16,3%	15,3%	13,1%
Gesamt	Anzahl	101	135	153	216	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 8,3991; df = 6; p = 0,210$$

Ortsgröße * Org. Rahmen des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B15_1 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei	Trifft nicht zu	Anzahl	39	44	50	82	215
		%	36,8%	32,6%	31,3%	37,3%	34,6%
	Trifft zu	Anzahl	67	91	110	138	406
		%	63,2%	67,4%	68,8%	62,7%	65,4%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,9529; df = 3; p = 0,582$$

B15_2 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? im Rahmen der Schule oder Hochschule * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
im Rahmen der Schule oder Hochschule	Trifft nicht zu	Anzahl	87	104	120	171	482
		%	82,1%	77,0%	75,0%	77,7%	77,6%
	Trifft zu	Anzahl	19	31	40	49	139
		%	17,9%	23,0%	25,0%	22,3%	22,4%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,8712; df = 3; p = 0,600$$

B15_3 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation	Trifft nicht zu	Anzahl	67	97	113	157	434
		%	63,2%	71,9%	70,6%	71,4%	69,9%
	Trifft zu	Anzahl	39	38	47	63	187
		%	36,8%	28,1%	29,4%	28,6%	30,1%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 2,7642; df = 3; p = 0,429$$

B15_4 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert.	Trifft nicht zu	Anzahl %	81 76,4%	109 80,7%	123 76,9%	174 79,1%	487 78,4%
	Trifft zu	Anzahl %	25 23,6%	26 19,3%	37 23,1%	46 20,9%	134 21,6%
Gesamt	Anzahl		106	135	160	220	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,9657; df = 3; p = 0,810$

B15_5 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? Ich mache das eher alleine. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich mache das eher alleine.	Trifft nicht zu	Anzahl %	81 76,4%	102 75,6%	130 81,3%	174 79,1%	487 78,4%
	Trifft zu	Anzahl %	25 23,6%	33 24,4%	30 18,8%	46 20,9%	134 21,6%
Gesamt	Anzahl		106	135	160	220	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,7221; df = 3; p = 0,632$

Ortsgröße * Anstoß für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B16_1 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Freunde bzw. Freundinnen * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Durch Freunde bzw. Freundinnen	Trifft nicht zu	Anzahl %	35 33,0%	48 35,6%	51 31,9%	78 35,5%	212 34,1%
	Trifft zu	Anzahl %	71 67,0%	87 64,4%	109 68,1%	142 64,5%	409 65,9%
Gesamt	Anzahl		106	135	160	220	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,7137; df = 3; p = 0,870$

B16_2 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch meine Familie * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Durch meine Familie	Trifft nicht zu	Anzahl %	65 61,3%	82 60,7%	103 64,4%	136 61,8%	386 62,2%
	Trifft zu	Anzahl %	41 38,7%	53 39,3%	57 35,6%	84 38,2%	235 37,8%
Gesamt	Anzahl		106	135	160	220	621
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,4920; df = 3; p = 0,921$

B16_3 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die Schule/Lehrkräfte * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Durch die Schule/Lehrkräfte	Trifft nicht zu	Anzahl	78	100	113	169	460
		%	73,6%	74,1%	70,6%	76,8%	74,1%
	Trifft zu	Anzahl	28	35	47	51	161
		%	26,4%	25,9%	29,4%	23,2%	25,9%
Gesamt		Anzahl	106	135	160	220	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,8670; df = 3; p = 0,600$

B16_4 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich habe es mir selbst überlegt. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich habe es mir selbst überlegt.	Trifft nicht zu	Anzahl	62	66	89	100	317
		%	58,5%	48,9%	55,6%	45,5%	51,0%
	Trifft zu	Anzahl	44	69	71	120	304
		%	41,5%	51,1%	44,4%	54,5%	49,0%
Gesamt		Anzahl	106	135	160	220	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 6,6972; df = 3; p = 0,082$

B16_5 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	68	104	123	152	447
		%	64,2%	77,0%	76,9%	69,1%	72,0%
	Trifft zu	Anzahl	38	31	37	68	174
		%	35,8%	23,0%	23,1%	30,9%	28,0%
Gesamt		Anzahl	106	135	160	220	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,7446; df = 3; p = 0,052$

B16_6 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen.	Trifft nicht zu	Anzahl	84	116	121	179	500
		%	79,2%	85,9%	75,6%	81,4%	80,5%
	Trifft zu	Anzahl	22	19	39	41	121
		%	20,8%	14,1%	24,4%	18,6%	19,5%
Gesamt		Anzahl	106	135	160	220	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,1681; df = 3; p = 0,160$

B16_7 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	61	81	95	132	369
		%	57,5%	60,0%	59,4%	60,0%	59,4%
	Trifft zu	Anzahl	45	54	65	88	252
		%	42,5%	40,0%	40,6%	40,0%	40,6%
Gesamt		Anzahl	106	135	160	220	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,2039; df = 3; p = 0,977$

B16_8 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien	Trifft nicht zu	Anzahl	81	113	118	173	485
		%	76,4%	83,7%	73,8%	78,6%	78,1%
	Trifft zu	Anzahl	25	22	42	47	136
		%	23,6%	16,3%	26,3%	21,4%	21,9%
Gesamt		Anzahl	106	135	160	220	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,4615; df = 3; p = 0,216$

Ortsgröße * Ziele des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B17_1 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die Interessen von Jugendlichen vertreten. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Die Interessen von Jugendlichen vertreten.	Unwichtig	Anzahl	13	25	36	35	109
		%	13,0%	19,1%	22,9%	16,1%	18,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	12	16	32	36	96
		%	12,0%	12,2%	20,4%	16,5%	15,8%
	Eher wichtig	Anzahl	34	38	52	76	200
		%	34,0%	29,0%	33,1%	34,9%	33,0%
Sehr wichtig	Anzahl	41	52	37	71	201	
	%	41,0%	39,7%	23,6%	32,6%	33,2%	
Gesamt	Anzahl	100	131	157	218	606	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 16,9922; df = 9; p = 0,049$

B17_2 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	26	48	58	77	209
		%	26,0%	36,4%	36,5%	35,3%	34,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	24	18	35	45	122
		%	24,0%	13,6%	22,0%	20,6%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	14	34	27	41	116
		%	14,0%	25,8%	17,0%	18,8%	19,0%
Sehr wichtig	Anzahl	36	32	39	55	162	
	%	36,0%	24,2%	24,5%	25,2%	26,6%	
Gesamt	Anzahl	100	132	159	218	609	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,1190; df = 9; p = 0,088$

B17_3 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Menschen mit Behinderungen helfen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Menschen mit Behinderungen helfen.	Unwichtig	Anzahl	27	33	59	55	174
		%	26,7%	24,6%	37,3%	25,7%	28,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	21	31	35	44	131
		%	20,8%	23,1%	22,2%	20,6%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	27	45	38	64	174
		%	26,7%	33,6%	24,1%	29,9%	28,7%
Sehr wichtig	Anzahl	26	25	26	51	128	
	%	25,7%	18,7%	16,5%	23,8%	21,1%	
Gesamt	Anzahl	101	134	158	214	607	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,3409; df = 9; p = 0,195$

B17_4 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	32	42	65	75	214
		%	33,3%	32,3%	40,9%	34,4%	35,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	30	42	31	51	154
		%	31,3%	32,3%	19,5%	23,4%	25,5%
	Eher wichtig	Anzahl	19	32	47	61	159
		%	19,8%	24,6%	29,6%	28,0%	26,4%
	Sehr wichtig	Anzahl	15	14	16	31	76
		%	15,6%	10,8%	10,1%	14,2%	12,6%
Gesamt	Anzahl	96	130	159	218	603	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,9590; df = 9; p = 0,164$

B17_5 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen	Unwichtig	Anzahl	11	23	37	41	112
		%	10,5%	17,3%	23,3%	18,7%	18,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	14	15	24	36	89
		%	13,3%	11,3%	15,1%	16,4%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	40	44	48	76	208
		%	38,1%	33,1%	30,2%	34,7%	33,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	40	51	50	66	207
		%	38,1%	38,3%	31,4%	30,1%	33,6%
Gesamt	Anzahl	105	133	159	219	616	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,2325; df = 9; p = 0,260$

B17_6 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Armen oder sozial schwachen Menschen helfen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Armen oder sozial schwachen Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	24	27	46	49	146
		%	23,8%	20,5%	28,9%	22,7%	24,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	19	20	35	28	102
		%	18,8%	15,2%	22,0%	13,0%	16,8%
	Eher wichtig	Anzahl	36	49	53	75	213
		%	35,6%	37,1%	33,3%	34,7%	35,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	22	36	25	64	147
		%	21,8%	27,3%	15,7%	29,6%	24,2%
Gesamt	Anzahl	101	132	159	216	608	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,8176; df = 9; p = 0,071$

B17_7 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen.	Unwichtig	Anzahl	30	47	67	69	213
		%	30,3%	36,2%	42,1%	31,8%	35,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	16	34	37	49	136
		%	16,2%	26,2%	23,3%	22,6%	22,5%
	Eher wichtig	Anzahl	30	23	39	57	149
		%	30,3%	17,7%	24,5%	26,3%	24,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	23	26	16	42	107
		%	23,2%	20,0%	10,1%	19,4%	17,7%
Gesamt	Anzahl	99	130	159	217	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 17,9324; df = 9; p = 0,036$

B17_8 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Älteren Menschen helfen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Älteren Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	31	39	56	62	188
		%	30,1%	29,3%	35,4%	28,8%	30,9%
	Eher unwichtig	Anzahl	18	22	38	39	117
		%	17,5%	16,5%	24,1%	18,1%	19,2%
	Eher wichtig	Anzahl	25	43	39	60	167
		%	24,3%	32,3%	24,7%	27,9%	27,4%
	Sehr wichtig	Anzahl	29	29	25	54	137
		%	28,2%	21,8%	15,8%	25,1%	22,5%
Gesamt	Anzahl	103	133	158	215	609	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,4613; df = 9; p = 0,245$

B17_9 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Etwas für Menschen in armen Ländern tun. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Etwas für Menschen in armen Ländern tun.	Unwichtig	Anzahl	36	51	77	85	249
		%	37,1%	40,2%	48,7%	39,4%	41,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	21	29	36	43	129
		%	21,6%	22,8%	22,8%	19,9%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	22	32	33	55	142
		%	22,7%	25,2%	20,9%	25,5%	23,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	18	15	12	33	78
		%	18,6%	11,8%	7,6%	15,3%	13,0%
Gesamt	Anzahl	97	127	158	216	598	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,0074; df = 9; p = 0,275$

B17_10 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen.	Unwichtig	Anzahl	44	61	83	100	288
		%	44,4%	46,9%	52,5%	45,9%	47,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	22	21	41	60	144
		%	22,2%	16,2%	25,9%	27,5%	23,8%
	Eher wichtig	Anzahl	18	34	27	37	116
		%	18,2%	26,2%	17,1%	17,0%	19,2%
	Sehr wichtig	Anzahl	15	14	7	21	57
		%	15,2%	10,8%	4,4%	9,6%	9,4%
Gesamt	Anzahl	99	130	158	218	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 18,1887; df = 9; p = 0,033$

Ortsgröße * Engagementhäufigkeit

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B18 Wie häufig findet Ihr Engagement statt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Wie häufig findet Ihr Engagement statt?	Täglich	Anzahl	4	10	10	13	37
		%	3,8%	7,4%	6,3%	5,9%	6,0%
	Mehrere Male in der Woche	Anzahl	61	81	83	121	346
		%	57,5%	60,0%	51,9%	55,0%	55,7%
	Einmal in der Woche	Anzahl	25	32	40	56	153
		%	23,6%	23,7%	25,0%	25,5%	24,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	9	7	15	19	50
		%	8,5%	5,2%	9,4%	8,6%	8,1%
	Einmal im Monat	Anzahl	5	2	6	5	18
		%	4,7%	1,5%	3,8%	2,3%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	2	3	6	6	17
		%	1,9%	2,2%	3,8%	2,7%	2,7%
	Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 8,1615; df = 15; p = 0,917$

Ortsgröße * Motive des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B19_1 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss mir Spaß machen. (Emotion) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Es muss mir Spaß machen. (Emotion)	Unwichtig	Anzahl	1	6	3	3	13
		%	0,6%	2,8%	1,1%	0,8%	1,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	5	4	16	10	35
		%	3,1%	1,9%	5,8%	2,8%	3,5%
	Eher wichtig	Anzahl	40	41	63	92	236
		%	24,7%	19,4%	22,9%	26,1%	23,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	116	160	193	248	717
		%	71,6%	75,8%	70,2%	70,3%	71,6%
Gesamt	Anzahl	162	211	275	353	1001	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,0933; df = 9; p = 0,209$

B19_2 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte)	Unwichtig	Anzahl	9	14	8	5	36
		%	5,6%	6,6%	2,9%	1,4%	3,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	22	13	29	21	85
		%	13,6%	6,2%	10,5%	5,9%	8,5%
	Eher wichtig	Anzahl	52	55	95	130	332
		%	32,1%	26,1%	34,5%	36,8%	33,2%
	Sehr wichtig	Anzahl	79	129	143	197	548
		%	48,8%	61,1%	52,0%	55,8%	54,7%
Gesamt	Anzahl	162	211	275	353	1001	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 18,1978; df = 9; p = 0,033$

B19_3 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit)	Unwichtig	Anzahl	6	10	6	15	37
		%	3,7%	4,8%	2,2%	4,3%	3,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	15	31	40	47	133
		%	9,3%	14,8%	14,7%	13,4%	13,3%
	Eher wichtig	Anzahl	72	83	98	128	381
		%	44,4%	39,5%	35,9%	36,4%	38,2%
	Sehr wichtig	Anzahl	69	86	129	162	446
		%	42,6%	41,0%	47,3%	46,0%	44,7%
Gesamt	Anzahl	162	210	273	352	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,9885; df = 9; p = 0,438$

B19_4 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit)	Unwichtig	Anzahl	14	31	35	51	131
		%	8,8%	14,8%	12,7%	14,6%	13,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	27	42	66	84	219
		%	16,9%	20,0%	24,0%	24,1%	22,0%
	Eher wichtig	Anzahl	55	64	79	106	304
		%	34,4%	30,5%	28,7%	30,4%	30,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	64	73	95	108	340
		%	40,0%	34,8%	34,5%	30,9%	34,2%
Gesamt	Anzahl	160	210	275	349	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 16,5896; df = 9; p = 0,056$

B19_5 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	8	17	14	19	58
		%	5,0%	8,1%	5,1%	5,4%	5,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	18	37	55	53	163
		%	11,2%	17,6%	20,1%	15,1%	16,4%
	Eher wichtig	Anzahl	70	58	99	131	358
		%	43,5%	27,6%	36,1%	37,3%	35,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	65	98	106	148	417
		%	40,4%	46,7%	38,7%	42,2%	41,9%
Gesamt	Anzahl	161	210	274	351	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,4215; df = 9; p = 0,108$

B19_6 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	7	17	13	8	45
		%	4,3%	8,1%	4,7%	2,3%	4,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	12	22	48	47	129
		%	7,5%	10,5%	17,5%	13,4%	12,9%
	Eher wichtig	Anzahl	68	76	108	153	405
		%	42,2%	36,2%	39,4%	43,5%	40,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	74	95	105	144	418
		%	46,0%	45,2%	38,3%	40,9%	41,9%
Gesamt	Anzahl	161	210	274	352	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 16,3455; df = 9; p = 0,060$

B19_7 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung)	Unwichtig	Anzahl	16	14	16	23	69
		%	10,1%	6,7%	5,9%	6,6%	7,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	18	31	42	51	142
		%	11,3%	14,9%	15,4%	14,7%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	65	88	113	126	392
		%	40,9%	42,3%	41,5%	36,4%	39,8%
Sehr wichtig	Anzahl	60	75	101	146	382	
	%	37,7%	36,1%	37,1%	42,2%	38,8%	
Gesamt	Anzahl	159	208	272	346	985	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,9641; df = 9; p = 0,914$

B19_8 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung)	Unwichtig	Anzahl	2	7	2	6	17
		%	1,2%	3,3%	0,7%	1,7%	1,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	14	14	24	21	73
		%	8,6%	6,6%	8,8%	5,9%	7,3%
	Eher wichtig	Anzahl	75	79	100	143	397
		%	46,3%	37,4%	36,6%	40,5%	39,7%
Sehr wichtig	Anzahl	71	111	147	183	512	
	%	43,8%	52,6%	53,8%	51,8%	51,3%	
Gesamt	Anzahl	162	211	273	353	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,5749; df = 9; p = 0,477$

Ortsgröße * Relevanz des Internets für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C20 Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus?	gar nicht	Anzahl	30	43	57	72	202
		%	28,6%	31,9%	35,6%	32,7%	32,6%
	eher weniger	Anzahl	27	29	43	55	154
		%	25,7%	21,5%	26,9%	25,0%	24,8%
	teils/teils	Anzahl	25	24	42	67	158
		%	23,8%	17,8%	26,3%	30,5%	25,5%
	überwiegen	Anzahl	21	36	15	18	90
		%	20,0%	26,7%	9,4%	8,2%	14,5%
	vollständig	Anzahl	2	3	3	8	16
		%	1,9%	2,2%	1,9%	3,6%	2,6%
Gesamt	Anzahl	105	135	160	220	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 33,7538; df = 12; p = 0,001$

Ortsgröße * Aktivitäten im Internet (Allgemein)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C21_1 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	5	3	3	6	17
		%	3,1%	1,4%	1,1%	1,7%	1,7%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	33	41	43	68	185
		%	20,2%	19,4%	15,6%	19,1%	18,4%
	Mehr als im Monat	Anzahl	48	55	91	105	299
		%	29,4%	26,1%	33,1%	29,5%	29,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	36	39	56	59	190
		%	22,1%	18,5%	20,4%	16,6%	18,9%
Nie	Anzahl	41	73	82	118	314	
	%	25,2%	34,6%	29,8%	33,1%	31,2%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	356	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,6795; df = 12; p = 0,472$

C21_2 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	2	14	3	10	29
		%	1,2%	6,6%	1,1%	2,8%	2,9%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	39	37	84	93	253
		%	23,9%	17,5%	30,5%	26,1%	25,1%
	Mehr als im Monat	Anzahl	64	62	91	120	337
		%	39,3%	29,4%	33,1%	33,6%	33,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	34	45	45	58	182
		%	20,9%	21,3%	16,4%	16,2%	18,1%
Nie	Anzahl	24	53	52	76	205	
	%	14,7%	25,1%	18,9%	21,3%	20,4%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 34,2427; df = 12; p = 0,0001$

C21_3 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	7	4	8	8	27
		%	4,3%	1,9%	2,9%	2,2%	2,7%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	28	43	52	87	210
		%	17,2%	20,4%	18,9%	24,4%	20,9%
	Mehr als im Monat	Anzahl	45	60	85	94	284
		%	27,6%	28,4%	30,9%	26,4%	28,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	38	39	55	68	200
		%	23,3%	18,5%	20,0%	19,1%	19,9%
Nie	Anzahl	45	65	75	99	284	
	%	27,6%	30,8%	27,3%	27,8%	28,3%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	356	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,1837; df = 12; p = 0,687$

C21_4 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer öffentlich kommentiert? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... Aussagen anderer öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	5	6	2	6	19
		%	3,1%	2,8%	0,7%	1,7%	1,9%
	Mehrere pro Woche	Anzahl	23	40	44	60	167
		%	14,2%	19,0%	16,0%	16,9%	16,6%
	Mehrere im Monat	Anzahl	51	50	72	96	269
		%	31,5%	23,7%	26,2%	27,0%	26,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	39	44	67	81	231
%		24,1%	20,9%	24,4%	22,8%	23,0%	
Nie	Anzahl	44	71	90	113	318	
	%	27,2%	33,6%	32,7%	31,7%	31,7%	
Gesamt	Anzahl	162	211	275	356	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,8831; df = 12; p = 0,626$

C21_5 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	2	5	2	1	10
		%	1,3%	2,4%	0,7%	0,3%	1,0%
	Mehrere pro Woche	Anzahl	6	12	12	27	57
		%	3,8%	5,7%	4,4%	7,6%	5,7%
	Mehrere im Monat	Anzahl	18	28	26	28	100
		%	11,3%	13,3%	9,5%	7,9%	10,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	19	26	28	35	108
%		11,9%	12,3%	10,2%	9,8%	10,8%	
Nie	Anzahl	115	140	207	265	727	
	%	71,9%	66,4%	75,3%	74,4%	72,6%	
Gesamt	Anzahl	160	211	275	356	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 17,1049; df = 12; p = 0,146$

C21_6 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	4	8	4	6	22
		%	2,5%	3,8%	1,5%	1,7%	2,2%
	Mehrere pro Woche	Anzahl	12	24	23	28	87
		%	7,4%	11,4%	8,4%	7,9%	8,7%
	Mehrere im Monat	Anzahl	26	30	57	41	154
		%	16,0%	14,2%	20,8%	11,5%	15,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	37	35	38	55	165
%		22,8%	16,6%	13,9%	15,4%	16,5%	
Nie	Anzahl	83	114	152	226	575	
	%	51,2%	54,0%	55,5%	63,5%	57,3%	
Gesamt	Anzahl	162	211	274	356	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 24,2275; df = 12; p = 0,019$

C21_7 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	1	4	4	3	12
		%	0,6%	1,9%	1,5%	0,8%	1,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	16	22	35	18	91
		%	9,8%	10,4%	12,7%	5,1%	9,1%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	33	33	49	53	168
		%	20,2%	15,6%	17,8%	14,9%	16,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	47	40	62	113	262
		%	28,8%	19,0%	22,5%	31,7%	26,1%
Nie	Anzahl	66	112	125	169	472	
	%	40,5%	53,1%	45,5%	47,5%	47,0%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	356	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 28,6158; df = 12; p = 0,004$

Ortsgröße * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C22_1 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	2	2	0	0	4
		%	1,2%	0,9%	0,0%	0,0%	0,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	15	12	30	25	82
		%	9,2%	5,7%	10,9%	7,0%	8,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	34	37	43	68	182
		%	20,9%	17,5%	15,6%	19,0%	18,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	48	44	55	60	207
		%	29,4%	20,9%	20,0%	16,8%	20,6%
Nie	Anzahl	64	116	147	204	531	
	%	39,3%	55,0%	53,5%	57,1%	52,8%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 29,5964; df = 12; p = 0,003$

C22_2 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	0	4	1	3	8
		%	0,0%	1,9%	0,4%	0,8%	0,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	22	25	36	40	123
		%	13,5%	11,8%	13,1%	11,2%	12,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	42	39	68	82	231
		%	25,8%	18,5%	24,7%	23,0%	23,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	53	45	57	77	232
		%	32,5%	21,3%	20,7%	21,6%	23,1%
Nie	Anzahl	46	98	113	154	411	
	%	28,2%	46,4%	41,1%	43,3%	40,9%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	356	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 24,6560; df = 12; p = 0,017$

C22_3 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	3	2	4	1	10
		%	1,8%	0,9%	1,5%	0,3%	1,0%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	12	14	26	27	79
		%	7,4%	6,6%	9,5%	7,6%	7,9%
	Mehr als im Monat	Anzahl	42	36	49	59	186
		%	25,8%	17,1%	17,8%	16,6%	18,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	35	43	58	74	210
		%	21,5%	20,4%	21,1%	20,8%	20,9%
Nie	Anzahl	71	116	138	195	520	
	%	43,6%	55,0%	50,2%	54,8%	51,7%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	356	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 13,9908; df = 12; p = 0,301$

C22_4 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	3	2	1	0	6
		%	1,8%	1,0%	0,4%	0,0%	0,6%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	16	9	25	24	74
		%	9,8%	4,3%	9,1%	6,7%	7,4%
	Mehr als im Monat	Anzahl	28	36	53	63	180
		%	17,2%	17,1%	19,3%	17,7%	17,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	37	46	62	79	224
		%	22,7%	21,9%	22,5%	22,2%	22,3%
Nie	Anzahl	79	117	134	190	520	
	%	48,5%	55,7%	48,7%	53,4%	51,8%	
Gesamt	Anzahl	163	210	275	356	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,4531; df = 12; p = 0,273$

C22_5 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online Geld gespendet? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... online Geld gespendet?	Täglich	Anzahl	1	2	0	0	3
		%	0,6%	1,0%	0,0%	0,0%	0,3%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	3	7	0	2	12
		%	1,8%	3,3%	0,0%	0,6%	1,2%
	Mehr als im Monat	Anzahl	6	10	5	8	29
		%	3,7%	4,8%	1,8%	2,2%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	24	12	26	46	108
		%	14,7%	5,7%	9,5%	12,9%	10,8%
Nie	Anzahl	129	178	243	301	851	
	%	79,1%	85,2%	88,7%	84,3%	84,8%	
Gesamt	Anzahl	163	209	274	357	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 33,4316; df = 12; p = 0,001$

C22_6 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	> 500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)?	Täglich	Anzahl	0	2	0	0	2
		%	0,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,2%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	4	4	0	5	13
		%	2,5%	1,9%	0,0%	1,4%	1,3%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	8	17	11	17	53
		%	4,9%	8,1%	4,0%	4,8%	5,3%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	20	25	22	29	96	
	%	12,3%	11,8%	8,0%	8,1%	9,6%	
Nie	Anzahl	130	163	242	306	841	
	%	80,2%	77,3%	88,0%	85,7%	83,7%	
Gesamt	Anzahl	162	211	275	357	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 23,5993; df = 12; p = 0,023$

C22_7 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Online-Spendenaufwurf geteilt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	> 500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... einen Online-Spendenaufwurf geteilt?	Mehrmals pro Woche	Anzahl	5	7	2	5	19
		%	3,1%	3,3%	0,7%	1,4%	1,9%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	6	6	7	17	36
		%	3,7%	2,8%	2,6%	4,8%	3,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	22	24	24	49	119
		%	13,6%	11,4%	8,8%	13,7%	11,9%
Nie	Anzahl	129	174	241	286	830	
	%	79,6%	82,5%	88,0%	80,1%	82,7%	
Gesamt	Anzahl	162	211	274	357	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 13,5262; df = 9; p = 0,140$

C22_8 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	> 500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	1	3	0	3	7
		%	0,6%	1,4%	0,0%	0,8%	0,7%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	5	9	10	13	37
		%	3,1%	4,3%	3,6%	3,6%	3,7%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	7	17	25	23	72
		%	4,3%	8,1%	9,1%	6,4%	7,2%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	16	20	17	22	75	
	%	9,8%	9,5%	6,2%	6,2%	7,5%	
Nie	Anzahl	134	162	223	296	815	
	%	82,2%	76,8%	81,1%	82,9%	81,0%	
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,2280; df = 12; p = 0,428$

C22_9 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	5	1	1	0	7
		%	3,1%	0,5%	0,4%	0,0%	0,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	3	6	8	9	26
		%	1,9%	2,8%	2,9%	2,5%	2,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	17	17	36	19	89
		%	10,5%	8,1%	13,1%	5,3%	8,9%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	31	28	30	46	135	
	%	19,1%	13,3%	10,9%	12,9%	13,4%	
Nie	Anzahl	106	159	200	283	748	
	%	65,4%	75,4%	72,7%	79,3%	74,4%	
Gesamt	Anzahl	162	211	275	357	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 36,4417; df = 12; p = 0,000$

C22_10 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... eine Online-Gruppe mitgegründet? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... eine Online-Gruppe mitgegründet?	Täglich	Anzahl	1	0	0	0	1
		%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	9	4	5	19
		%	0,6%	4,3%	1,5%	1,4%	1,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	8	9	5	14	36
		%	4,9%	4,3%	1,8%	3,9%	3,6%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	20	30	35	31	116	
	%	12,3%	14,3%	12,8%	8,7%	11,6%	
Nie	Anzahl	132	162	230	307	831	
	%	81,5%	77,1%	83,9%	86,0%	82,9%	
Gesamt	Anzahl	162	210	274	357	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 22,9161; df = 12; p = 0,028$

C22_11 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr)	Täglich	Anzahl	0	2	0	1	3
		%	0,0%	0,9%	0,0%	0,3%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	3	10	6	7	26
		%	1,9%	4,7%	2,2%	2,0%	2,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	10	14	13	28	65
		%	6,2%	6,6%	4,7%	7,9%	6,5%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	29	40	36	59	164	
	%	18,0%	19,0%	13,1%	16,6%	16,4%	
Nie	Anzahl	119	145	220	260	744	
	%	73,9%	68,7%	80,0%	73,2%	74,3%	
Gesamt	Anzahl	161	211	275	355	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 16,5611; df = 12; p = 0,167$

C22_12 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	1	4	1	0	6
		%	0,6%	1,9%	0,4%	0,0%	0,6%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	10	9	31	14	64
		%	6,1%	4,3%	11,3%	3,9%	6,4%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	26	24	37	36	123
		%	16,0%	11,4%	13,5%	10,1%	12,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	41	30	44	68	183
	%	25,2%	14,2%	16,0%	19,0%	18,2%	
Gesamt	Nie	Anzahl	85	144	162	239	630
		%	52,1%	68,2%	58,9%	66,9%	62,6%
Gesamt		Anzahl	163	211	275	357	1006
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 39,8813; df = 12; p = 0,000$

Ortsgröße * App-Nutzung im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C23_1 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? WhatsApp * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
WhatsApp	Täglich	Anzahl	55	72	104	122	353
		%	96,5%	94,7%	90,4%	91,0%	92,4%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	2	3	6	9	20
		%	3,5%	3,9%	5,2%	6,7%	5,2%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	0	0	2	0	2
	%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,5%	
Gesamt	Nie	Anzahl	0	1	3	3	7
		%	0,0%	1,3%	2,6%	2,2%	1,8%
Gesamt		Anzahl	57	76	115	134	382
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,6473; df = 9; p = 0,570$

C23_2 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Instagram * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
Instagram	Täglich	Anzahl	18	16	33	31	98
		%	31,6%	21,1%	28,7%	23,5%	25,8%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	14	18	22	38	92
		%	24,6%	23,7%	19,1%	28,8%	24,2%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	5	9	11	16	41
		%	8,8%	11,8%	9,6%	12,1%	10,8%
Gesamt	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	2	5	8	19
		%	7,0%	2,6%	4,3%	6,1%	5,0%
Gesamt	Nie	Anzahl	16	31	44	39	130
		%	28,1%	40,8%	38,3%	29,5%	34,2%
Gesamt		Anzahl	57	76	115	132	380
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 9,7925; df = 12; p = 0,634$

C23_3 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Snapchat *
Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
Snapchat	Täglich	Anzahl	13	12	20	17	62
		%	23,2%	15,8%	17,4%	12,9%	16,4%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	13	11	18	27	69
		%	23,2%	14,5%	15,7%	20,5%	18,2%
	Mehr als im Monat	Anzahl	5	8	7	19	39
		%	8,9%	10,5%	6,1%	14,4%	10,3%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	5	5	9	10	29	
	%	8,9%	6,6%	7,8%	7,6%	7,7%	
Nie	Anzahl	20	40	61	59	180	
	%	35,7%	52,6%	53,0%	44,7%	47,5%	
Gesamt	Anzahl	56	76	115	132	379	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,3082; df = 12; p = 0,421$

C23_4 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Facebook *
Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
Facebook	Täglich	Anzahl	20	26	47	47	140
		%	35,1%	34,2%	40,9%	35,3%	36,7%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	19	13	26	36	94
		%	33,3%	17,1%	22,6%	27,1%	24,7%
	Mehr als im Monat	Anzahl	7	8	10	29	54
		%	12,3%	10,5%	8,7%	21,8%	14,2%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	7	10	8	29	
	%	7,0%	9,2%	8,7%	6,0%	7,6%	
Nie	Anzahl	7	22	22	13	64	
	%	12,3%	28,9%	19,1%	9,8%	16,8%	
Gesamt	Anzahl	57	76	115	133	381	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 26,0944; df = 12; p = 0,010$

C23_5 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Twitter *
Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	Gesamt
			EW	EW	EW	EW	
Twitter	Täglich	Anzahl	1	4	11	10	26
		%	1,8%	5,3%	9,6%	7,5%	6,8%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	4	5	9	10	28
		%	7,0%	6,7%	7,8%	7,5%	7,3%
	Mehr als im Monat	Anzahl	7	9	6	11	33
		%	12,3%	12,0%	5,2%	8,2%	8,7%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	7	7	16	13	43	
	%	12,3%	9,3%	13,9%	9,7%	11,3%	
Nie	Anzahl	38	50	73	90	251	
	%	66,7%	66,7%	63,5%	67,2%	65,9%	
Gesamt	Anzahl	57	75	115	134	381	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,7164; df = 12; p = 0,727$

C23_6 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Skype *

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Skype	Täglich	Anzahl	1	2	1	2	6
		%	1,8%	2,6%	0,9%	1,5%	1,6%
	Mehrere pro Woche	Anzahl	2	7	5	6	20
		%	3,6%	9,2%	4,3%	4,6%	5,3%
	Mehrere im Monat	Anzahl	5	13	13	12	43
		%	8,9%	17,1%	11,3%	9,2%	11,4%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	17	20	30	31	98	
	%	30,4%	26,3%	26,1%	23,8%	26,0%	
Nie	Anzahl	31	34	66	79	210	
	%	55,4%	44,7%	57,4%	60,8%	55,7%	
Gesamt	Anzahl	56	76	115	130	377	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,6764; df = 12; p = 0,644$

C23_7 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? E-Mail *

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
E-Mail	Täglich	Anzahl	6	10	13	11	40
		%	10,5%	13,2%	11,3%	8,2%	10,5%
	Mehrere pro Woche	Anzahl	15	19	19	24	77
		%	26,3%	25,0%	16,5%	17,9%	20,2%
	Mehrere im Monat	Anzahl	19	19	34	44	116
		%	33,3%	25,0%	29,6%	32,8%	30,4%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	12	18	34	33	97	
	%	21,1%	23,7%	29,6%	24,6%	25,4%	
Nie	Anzahl	5	10	15	22	52	
	%	8,8%	13,2%	13,0%	16,4%	13,6%	
Gesamt	Anzahl	57	76	115	134	382	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,6054; df = 12; p = 0,736$

C23_8 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Sonstiges *

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Sonstiges	Täglich	Anzahl	1	0	0	0	1
		%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
	Mehrere pro Woche	Anzahl	1	0	3	2	6
		%	2,0%	0,0%	2,7%	1,6%	1,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	0	0	0	2	2
		%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,6%
Nie	Anzahl	48	74	110	120	352	
	%	96,0%	100,0%	97,3%	96,8%	97,5%	
Gesamt	Anzahl	50	74	113	124	361	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,0448; df = 9; p = 0,211$

OC23 Sonstige App * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Sonstige App	Anzahl	161	211	272	353	997
	%	98,8%	100,0%	98,9%	98,9%	99,1%
Jodel	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
meinestadt.de	Anzahl	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Slack	Anzahl	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
TikTok	Anzahl	0	0	2	0	2
	%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%
YouTube	Anzahl	0	0	1	1	2
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%	0,2%
YouTube und Pinterest	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ortsgröße * App-Nutzung im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C24_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? WhatsApp * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt	
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW		
WhatsApp	Unwichtig	Anzahl	8	13	17	31	69
	%		7,5%	9,6%	10,6%	14,1%	11,1%
Eher unwichtig	Anzahl	8	22	24	31	85	
	%		7,5%	16,3%	15,0%	14,1%	13,7%
Eher wichtig	Anzahl	30	44	49	63	186	
	%		28,3%	32,6%	30,6%	28,6%	30,0%
Sehr wichtig	Anzahl	60	56	70	95	281	
	%		56,6%	41,5%	43,8%	43,2%	45,2%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 11,3821; df = 9; p = 0,250$

C24_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Instagram * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt	
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW		
Instagram	Unwichtig	Anzahl	41	62	82	111	296
	%		39,0%	45,9%	51,2%	50,5%	47,7%
Eher unwichtig	Anzahl	18	32	30	39	119	
	%		17,1%	23,7%	18,8%	17,7%	19,2%
Eher wichtig	Anzahl	27	30	30	48	135	
	%		25,7%	22,2%	18,8%	21,8%	21,8%
Sehr wichtig	Anzahl	19	11	18	22	70	
	%		18,1%	8,1%	11,3%	10,0%	11,3%
Gesamt	Anzahl	105	135	160	220	620	
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 11,6759; df = 9; p = 0,232$

C24_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Snapchat * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Snapchat	Unwichtig	Anzahl	57	74	120	145	396
		%	55,3%	54,8%	75,5%	65,9%	64,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	25	34	27	40	126
		%	24,3%	25,2%	17,0%	18,2%	20,4%
	Eher wichtig	Anzahl	9	22	11	25	67
		%	8,7%	16,3%	6,9%	11,4%	10,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	12	5	1	10	28
		%	11,7%	3,7%	0,6%	4,5%	4,5%
Gesamt	Anzahl	103	135	159	220	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 33,5404; df = 9; p = 0,000$
C24_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Facebook * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Facebook	Unwichtig	Anzahl	25	45	55	62	187
		%	23,6%	33,3%	34,4%	28,2%	30,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	22	20	25	38	105
		%	20,8%	14,8%	15,6%	17,3%	16,9%
	Eher wichtig	Anzahl	28	40	46	54	168
		%	26,4%	29,6%	28,7%	24,5%	27,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	31	30	34	66	161
		%	29,2%	22,2%	21,3%	30,0%	25,9%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 9,6047; df = 9; p = 0,383$
C24_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Twitter * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Twitter	Unwichtig	Anzahl	64	79	111	135	389
		%	60,4%	58,5%	69,4%	61,4%	62,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	18	27	21	28	94
		%	17,0%	20,0%	13,1%	12,7%	15,1%
	Eher wichtig	Anzahl	13	22	18	34	87
		%	12,3%	16,3%	11,3%	15,5%	14,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	11	7	10	23	51
		%	10,4%	5,2%	6,3%	10,5%	8,2%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 11,4280; df = 9; p = 0,248$
C24_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Skype * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Skype	Unwichtig	Anzahl	67	71	115	132	385
		%	63,2%	52,6%	71,9%	60,0%	62,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	19	33	26	46	124
		%	17,9%	24,4%	16,3%	20,9%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	10	23	17	31	81
		%	9,4%	17,0%	10,6%	14,1%	13,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	10	8	2	11	31
		%	9,4%	5,9%	1,3%	5,0%	5,0%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 19,9180; df = 9; p = 0,018$

C24_7 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? E-Mail * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
E-Mail	Unwichtig	Anzahl	25	36	41	58	160
		%	23,6%	26,7%	25,6%	26,4%	25,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	23	30	35	36	124
		%	21,7%	22,2%	21,9%	16,4%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	29	39	54	69	191
		%	27,4%	28,9%	33,8%	31,4%	30,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	29	30	30	57	146
		%	27,4%	22,2%	18,8%	25,9%	23,5%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	220	621	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,3823; df = 9; p = 0,701$

C24_8 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Sonstiges * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Sonstiges	Unwichtig	Anzahl	76	99	138	164	477
		%	80,9%	81,1%	90,2%	83,2%	84,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	13	15	9	26	63
		%	13,8%	12,3%	5,9%	13,2%	11,1%
	Eher wichtig	Anzahl	4	3	4	2	13
		%	4,3%	2,5%	2,6%	1,0%	2,3%
	Sehr wichtig	Anzahl	1	5	2	5	13
		%	1,1%	4,1%	1,3%	2,5%	2,3%
Gesamt	Anzahl	94	122	153	197	566	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,3481; df = 9; p = 0,194$

OC24 Sonstige Dienste * Ortsgröße

		Ortsgröße				Gesamt
		< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	
Sonstige Dienste	Anzahl	158	203	269	350	980
	%	96,9%	96,2%	97,8%	98,0%	97,4%
die Dienste unseres Dozenten	Anzahl	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Discord	Anzahl	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
einfach mit Handy oder Telefon telefonieren	Anzahl	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
Feuerwehr-Piepser	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
Google+	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Handyanruf	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
intern benutzte App	Anzahl	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
normales persönliches Gespräch	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
persönlicher Kontakt	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
Pieper, d.h. digitaler Meldeempfänger für Textanzeigen	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
schriftlicher Kontakt per Brief (herkömmliche Post)	Anzahl	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
schriftlicher Verkehr	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Smartphone	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
SMS	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
Telefon	Anzahl	0	1	1	0	2
	%	0,0%	0,5%	0,4%	0,0%	0,2%
Telefon und persönlicher, direkter Kontakt	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Telefon, falls die Teilnehmer mich anrufen möchten	Anzahl	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
telefonieren	Anzahl	0	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Telefonieren, d.h. Teilnehmer anrufen über Festnetz bzw. Handy	Anzahl	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	0	1	1	2
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,3%	0,2%
Viber	Anzahl	1	1	0	0	2
	%	0,6%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%
Webseite	Anzahl	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
YouTube	Anzahl	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
Gesamt	Anzahl	163	211	275	357	1006
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ortsgröße * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C25_1 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	
			EW	EW	EW	EW	
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Täglich	Anzahl	1	0	0	2	3
		%	1,8%	0,0%	0,0%	1,5%	0,8%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	7	6	4	8	25
		%	12,3%	7,9%	3,5%	6,2%	6,6%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	10	8	13	23	54
		%	17,5%	10,5%	11,3%	17,7%	14,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	9	13	15	14	51
		%	15,8%	17,1%	13,0%	10,8%	13,5%
	Nie	Anzahl	30	49	83	83	245
		%	52,6%	64,5%	72,2%	63,8%	64,8%
Gesamt		Anzahl	57	76	115	130	378
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 14,7181; df = 12; p = 0,257$

C25_2 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	
			EW	EW	EW	EW	
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Mehrmals pro Woche	Anzahl	1	0	0	0	1
		%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	0	0	1	1	2
		%	0,0%	0,0%	0,9%	0,8%	0,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	1	2	2	4	9
		%	1,8%	2,6%	1,7%	3,0%	2,4%
	Nie	Anzahl	55	74	112	127	368
		%	96,5%	97,4%	97,4%	96,2%	96,8%
Gesamt		Anzahl	57	76	115	132	380
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,3195; df = 9; p = 0,604$

C25_3 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Ortsgröße

			Ortsgröße				Gesamt
			< 20.000	20.000 bis < 100.000	100.000 bis < 500.000	>500.000	
			EW	EW	EW	EW	
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Täglich	Anzahl	1	0	0	0	1
		%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	0	1	2	1	4
		%	0,0%	1,3%	1,7%	0,8%	1,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	0	5	1	3	9
		%	0,0%	6,6%	0,9%	2,3%	2,4%
	Nie	Anzahl	56	70	112	127	365
		%	98,2%	92,1%	97,4%	96,9%	96,3%
Gesamt		Anzahl	57	76	115	131	379
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 15,2076; df = 9; p = 0,085$

C25_4 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Mehrmals pro Woche	Anzahl	0	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,3%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	0	4	1	2	7
		%	0,0%	5,3%	0,9%	1,5%	1,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	7	4	6	11	28
	%	12,5%	5,3%	5,2%	8,3%	7,4%	
	Nie	Anzahl	49	68	108	118	343
		%	87,5%	89,5%	93,9%	89,4%	90,5%
Gesamt	Anzahl		56	76	115	132	379
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 11,9500; df = 9; p = 0,216$

C25_5 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Täglich	Anzahl	7	7	15	18	47
		%	12,3%	9,2%	13,0%	13,8%	12,4%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	20	22	37	37	116
		%	35,1%	28,9%	32,2%	28,5%	30,7%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	13	18	27	23	81
	%	22,8%	23,7%	23,5%	17,7%	21,4%	
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	6	7	10	27
		%	7,0%	7,9%	6,1%	7,7%	7,1%
	Nie	Anzahl	13	23	29	42	107
		%	22,8%	30,3%	25,2%	32,3%	28,3%
Gesamt	Anzahl		57	76	115	130	378
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,0403; df = 12; p = 0,957$

Ortsgröße * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C26_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram)	Unwichtig	Anzahl	19	42	36	58	155
		%	17,9%	31,1%	22,5%	26,5%	25,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	20	24	30	37	111
		%	18,9%	17,8%	18,8%	16,9%	17,9%
	Eher wichtig	Anzahl	35	37	60	63	195
	%	33,0%	27,4%	37,5%	28,8%	31,5%	
	Sehr wichtig	Anzahl	32	32	34	61	159
		%	30,2%	23,7%	21,3%	27,9%	25,6%
Gesamt	Anzahl		106	135	160	219	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 10,7981; df = 9; p = 0,290$

C26_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Unwichtig	Anzahl	59	72	103	136	370
		%	55,7%	53,3%	64,8%	62,7%	60,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	19	26	34	37	116
		%	17,9%	19,3%	21,4%	17,1%	18,8%
	Eher wichtig	Anzahl	16	26	10	38	90
		%	15,1%	19,3%	6,3%	17,5%	14,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	12	11	12	6	41
		%	11,3%	8,1%	7,5%	2,8%	6,6%
Gesamt	Anzahl	106	135	159	217	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 23,0476; df = 9; p = 0,006$

C26_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Unwichtig	Anzahl	68	84	115	138	405
		%	64,2%	62,7%	72,3%	63,3%	65,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	17	23	26	48	114
		%	16,0%	17,2%	16,4%	22,0%	18,5%
	Eher wichtig	Anzahl	12	21	18	21	72
		%	11,3%	15,7%	11,3%	9,6%	11,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	9	6	0	11	26
		%	8,5%	4,5%	0,0%	5,0%	4,2%
Gesamt	Anzahl	106	134	159	218	617	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 18,1357; df = 9; p = 0,034$

C26_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Unwichtig	Anzahl	70	88	121	143	422
		%	66,7%	65,2%	77,1%	66,2%	68,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	13	19	20	45	97
		%	12,4%	14,1%	12,7%	20,8%	15,8%
	Eher wichtig	Anzahl	14	22	14	23	73
		%	13,3%	16,3%	8,9%	10,6%	11,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	8	6	2	5	21
		%	7,6%	4,4%	1,3%	2,3%	3,4%
Gesamt	Anzahl	105	135	157	216	613	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 20,0423; df = 9; p = 0,018$

C26_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Unwichtig	Anzahl	67	78	117	136	398
		%	64,4%	57,8%	74,1%	62,4%	64,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	18	30	29	42	119
		%	17,3%	22,2%	18,4%	19,3%	19,3%
	Eher wichtig	Anzahl	9	18	12	29	68
		%	8,7%	13,3%	7,6%	13,3%	11,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	10	9	0	11	30
		%	9,6%	6,7%	0,0%	5,0%	4,9%
Gesamt	Anzahl	104	135	158	218	615	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 21,4704; df = 9; p = 0,011$

C26_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Unwichtig	Anzahl	30	48	66	101	245
		%	28,3%	35,6%	41,3%	46,1%	39,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	29	32	40	38	139
		%	27,4%	23,7%	25,0%	17,4%	22,4%
	Eher wichtig	Anzahl	33	41	41	58	173
		%	31,1%	30,4%	25,6%	26,5%	27,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	14	14	13	22	63
		%	13,2%	10,4%	8,1%	10,0%	10,2%
Gesamt	Anzahl	106	135	160	219	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 13,4597; df = 9; p = 0,143$

Ortsgröße * Medienkompetenz

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C27_1 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.	Trifft nicht zu	Anzahl	49	56	62	92	259
		%	30,2%	26,7%	22,8%	26,1%	26,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	62	73	97	130	362
		%	38,3%	34,8%	35,7%	36,9%	36,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	40	64	89	101	294
		%	24,7%	30,5%	32,7%	28,7%	29,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	11	17	24	29	81
		%	6,8%	8,1%	8,8%	8,2%	8,1%
Gesamt	Anzahl	162	210	272	352	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,5096; df = 9; p = 0,788$

C27_2 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.	Trifft nicht zu	Anzahl	10	27	37	34	108
		%	6,3%	13,0%	13,6%	9,7%	10,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	47	46	68	88	249
		%	29,4%	22,2%	24,9%	25,2%	25,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	66	85	127	161	439
		%	41,3%	41,1%	46,5%	46,1%	44,4%
	Trifft voll zu	Anzahl	37	49	41	66	193
		%	23,1%	23,7%	15,0%	18,9%	19,5%
Gesamt	Anzahl	160	207	273	349	989	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,2569; df = 9; p = 0,084$

C27_3 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.	Trifft nicht zu	Anzahl	81	108	149	200	538
		%	50,0%	51,2%	54,4%	56,2%	53,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	37	61	77	80	255
		%	22,8%	28,9%	28,1%	22,5%	25,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	26	32	37	54	149
		%	16,0%	15,2%	13,5%	15,2%	14,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	18	10	11	22	61
		%	11,1%	4,7%	4,0%	6,2%	6,1%
Gesamt	Anzahl	162	211	274	356	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,3442; df = 9; p = 0,111$

C27_4 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren	Trifft nicht zu	Anzahl	61	89	116	159	425
		%	38,1%	42,2%	42,3%	44,8%	42,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	53	70	85	93	301
		%	33,1%	33,2%	31,0%	26,2%	30,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	35	45	60	80	220
		%	21,9%	21,3%	21,9%	22,5%	22,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	11	7	13	23	54
		%	6,9%	3,3%	4,7%	6,5%	5,4%
Gesamt	Anzahl	160	211	274	355	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,6026; df = 9; p = 0,575$

Ortsgröße * Gründe der Internetnutzung für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C28_1 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	31	37	61	67	196
		%	42,5%	40,2%	59,2%	45,3%	47,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	15	21	21	44	101
		%	20,5%	22,8%	20,4%	29,7%	24,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	15	25	19	23	82
	%	20,5%	27,2%	18,4%	15,5%	19,7%	
	Trifft voll zu	Anzahl	12	9	2	14	37
	%	16,4%	9,8%	1,9%	9,5%	8,9%	
Gesamt		Anzahl	73	92	103	148	416
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 21,9463; df = 9; p = 0,009$

C28_2 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen.	Trifft nicht zu	Anzahl	9	17	14	23	63
		%	12,0%	18,5%	13,7%	15,6%	15,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	13	16	22	34	85
		%	17,3%	17,4%	21,6%	23,1%	20,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	36	41	48	57	182
	%	48,0%	44,6%	47,1%	38,8%	43,8%	
	Trifft voll zu	Anzahl	17	18	18	33	86
	%	22,7%	19,6%	17,6%	22,4%	20,7%	
Gesamt		Anzahl	75	92	102	147	416
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,9667; df = 9; p = 0,837$

C28_3 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	8	10	8	12	38
		%	10,5%	10,9%	7,8%	8,1%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	10	17	20	33	80
		%	13,2%	18,5%	19,4%	22,3%	19,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	43	34	52	59	188
	%	56,6%	37,0%	50,5%	39,9%	44,9%	
	Trifft voll zu	Anzahl	15	31	23	44	113
	%	19,7%	33,7%	22,3%	29,7%	27,0%	
Gesamt		Anzahl	76	92	103	148	419
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 12,4861; df = 9; p = 0,187$

C28_4 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	4	13	9	9	35
		%	5,3%	14,1%	8,7%	6,1%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	15	21	18	41	95
		%	19,7%	22,8%	17,5%	27,7%	22,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	30	36	53	57	176
	%	39,5%	39,1%	51,5%	38,5%	42,0%	
	Trifft voll zu	Anzahl	27	22	23	41	113
	%	35,5%	23,9%	22,3%	27,7%	27,0%	
Gesamt	Anzahl		76	92	103	148	419
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 14,7964; df = 9; p = 0,097$

C28_5 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. .	Trifft nicht zu	Anzahl	5	13	9	11	38
		%	6,6%	14,1%	8,7%	7,4%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	17	17	21	30	85
		%	22,4%	18,5%	20,4%	20,3%	20,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	23	38	49	58	168
	%	30,3%	41,3%	47,6%	39,2%	40,1%	
	Trifft voll zu	Anzahl	31	24	24	49	128
	%	40,8%	26,1%	23,3%	33,1%	30,5%	
Gesamt	Anzahl		76	92	103	148	419
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 12,5087; df = 9; p = 0,186$

C28_6 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere.	Trifft nicht zu	Anzahl	9	15	10	14	48
		%	11,8%	16,3%	9,7%	9,5%	11,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	10	16	23	22	71
		%	13,2%	17,4%	22,3%	14,9%	16,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	29	30	41	67	167
	%	38,2%	32,6%	39,8%	45,3%	39,9%	
	Trifft voll zu	Anzahl	28	31	29	45	133
	%	36,8%	33,7%	28,2%	30,4%	31,7%	
Gesamt	Anzahl		76	92	103	148	419
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 9,0719; df = 9; p = 0,431$

C28_7 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort.	Trifft nicht zu	Anzahl	11	15	17	23	66
		%	14,7%	16,3%	16,5%	15,5%	15,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	20	16	19	28	83
		%	26,7%	17,4%	18,4%	18,9%	19,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	28	34	47	65	174
		%	37,3%	37,0%	45,6%	43,9%	41,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	16	27	20	32	95
		%	21,3%	29,3%	19,4%	21,6%	22,7%
Gesamt	Anzahl	75	92	103	148	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,1287; df = 9; p = 0,727$

Ortsgröße * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D29_1 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.	Trifft nicht zu	Anzahl	23	36	35	51	145
		%	14,2%	17,6%	12,8%	14,4%	14,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	42	39	77	84	242
		%	25,9%	19,1%	28,2%	23,7%	24,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	51	75	95	142	363
		%	31,5%	36,8%	34,8%	40,1%	36,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	46	54	66	77	243
		%	28,4%	26,5%	24,2%	21,8%	24,5%
Gesamt	Anzahl	162	204	273	354	993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,1254; df = 9; p = 0,267$

D29_2 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	14	26	17	24	81
		%	8,9%	12,9%	6,3%	7,1%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	38	59	71	86	254
		%	24,2%	29,4%	26,3%	25,4%	26,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	58	75	108	146	387
		%	36,9%	37,3%	40,0%	43,1%	40,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	47	41	74	83	245
		%	29,9%	20,4%	27,4%	24,5%	25,3%
Gesamt	Anzahl	157	201	270	339	967	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 13,5314; df = 9; p = 0,140$

D29_3 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.	Trifft nicht zu	Anzahl %	22 14,0%	26 12,7%	15 5,5%	35 9,9%	98 9,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl %	30 19,1%	47 22,9%	58 21,3%	67 18,9%	202 20,4%
	Trifft eher zu	Anzahl %	70 44,6%	78 38,0%	112 41,2%	154 43,5%	414 41,9%
	Trifft voll zu	Anzahl %	35 22,3%	54 26,3%	87 32,0%	98 27,7%	274 27,7%
	Gesamt	Anzahl %	157 100,0%	205 100,0%	272 100,0%	354 100,0%	988 100,0%

$\chi^2 = 15,6470; df = 9; p = 0,075$

D29_4 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.	Trifft nicht zu	Anzahl %	25 16,4%	32 16,0%	34 12,6%	64 18,6%	155 16,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl %	50 32,9%	74 37,0%	105 39,0%	125 36,2%	354 36,6%
	Trifft eher zu	Anzahl %	46 30,3%	64 32,0%	102 37,9%	114 33,0%	326 33,7%
	Trifft voll zu	Anzahl %	31 20,4%	30 15,0%	28 10,4%	42 12,2%	131 13,6%
	Gesamt	Anzahl %	152 100,0%	200 100,0%	269 100,0%	345 100,0%	966 100,0%

$\chi^2 = 14,5001; df = 9; p = 0,106$

D29_5 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.	Trifft nicht zu	Anzahl %	1 0,6%	10 4,8%	5 1,8%	9 2,5%	25 2,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl %	20 12,3%	31 14,8%	33 12,1%	42 11,9%	126 12,7%
	Trifft eher zu	Anzahl %	69 42,6%	82 39,2%	112 41,2%	149 42,2%	412 41,4%
	Trifft voll zu	Anzahl %	72 44,4%	86 41,1%	122 44,9%	153 43,3%	433 43,5%
	Gesamt	Anzahl %	162 100,0%	209 100,0%	272 100,0%	353 100,0%	996 100,0%

$\chi^2 = 8,8929; df = 9; p = 0,447$

Ortsgröße * Politisches Interesse

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D30_1 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann politische Themen schlecht einschätzen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann politische Themen schlecht einschätzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	36	37	59	57	189
		%	22,1%	17,6%	21,8%	16,1%	19,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	51	49	70	104	274
		%	31,3%	23,3%	25,8%	29,5%	27,5%
Trifft eher zu	Anzahl	47	76	91	127	341	
	%	28,8%	36,2%	33,6%	36,0%	34,2%	
Trifft voll zu	Anzahl	29	48	51	65	193	
	%	17,8%	22,9%	18,8%	18,4%	19,4%	
Gesamt	Anzahl	163	210	271	353	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 10,2993; df = 9; p = 0,327$

D30_2 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht.	Trifft nicht zu	Anzahl	27	56	75	97	255
		%	16,6%	26,8%	27,5%	27,4%	25,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	50	64	76	101	291
		%	30,7%	30,6%	27,8%	28,5%	29,1%
Trifft eher zu	Anzahl	67	65	92	114	338	
	%	41,1%	31,1%	33,7%	32,2%	33,8%	
Trifft voll zu	Anzahl	19	24	30	42	115	
	%	11,7%	11,5%	11,0%	11,9%	11,5%	
Gesamt	Anzahl	163	209	273	354	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 10,0399; df = 9; p = 0,347$

D30_3 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen.	Trifft nicht zu	Anzahl	45	36	54	83	218
		%	27,6%	17,1%	19,9%	23,6%	21,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	41	62	83	92	278
		%	25,2%	29,4%	30,5%	26,2%	27,9%
Trifft eher zu	Anzahl	55	69	85	113	322	
	%	33,7%	32,7%	31,3%	32,2%	32,3%	
Trifft voll zu	Anzahl	22	44	50	63	179	
	%	13,5%	20,9%	18,4%	17,9%	18,0%	
Gesamt	Anzahl	163	211	272	351	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 10,3601; df = 9; p = 0,322$

D30_4 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken.	Trifft nicht zu	Anzahl	18	47	67	72	204
		%	11,0%	22,4%	24,6%	20,4%	20,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	60	71	72	117	320
		%	36,8%	33,8%	26,5%	33,1%	32,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	59	63	107	116	345
		%	36,2%	30,0%	39,3%	32,9%	34,6%
Gesamt	Trifft voll zu	Anzahl	26	29	26	48	129
		%	16,0%	13,8%	9,6%	13,6%	12,9%
		Anzahl	163	210	272	353	998
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 21,1651; df = 9; p = 0,012$

Ortsgröße * Bürger*innennormen

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D31_1 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An jeder Bundestagswahl teilnehmen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
An jeder Bundestagswahl teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	9	13	8	19	49
		%	5,7%	6,3%	2,9%	5,5%	5,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	27	29	41	53	150
		%	17,0%	14,0%	15,0%	15,3%	15,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	52	60	80	116	308
		%	32,7%	29,0%	29,2%	33,4%	31,2%
Gesamt	Trifft voll zu	Anzahl	71	105	145	159	480
		%	44,7%	50,7%	52,9%	45,8%	48,6%
		Anzahl	159	207	274	347	987
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,5520; df = 9; p = 0,580$

D31_2 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Einer politischen Partei beitreten. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Einer politischen Partei beitreten.	Trifft nicht zu	Anzahl	70	84	113	156	423
		%	44,3%	42,4%	42,2%	46,3%	44,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	48	50	98	110	306
		%	30,4%	25,3%	36,6%	32,6%	31,8%
	Trifft eher zu	Anzahl	22	43	43	44	152
		%	13,9%	21,7%	16,0%	13,1%	15,8%
Gesamt	Trifft voll zu	Anzahl	18	21	14	27	80
		%	11,4%	10,6%	5,2%	8,0%	8,3%
		Anzahl	158	198	268	337	961
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 17,9823; df = 9; p = 0,035$

D31_3 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich über Politik informieren. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Sich über Politik informieren.	Trifft nicht zu	Anzahl %	16 10,0%	17 8,3%	18 6,5%	20 5,7%	71 7,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl %	33 20,6%	45 21,8%	50 18,2%	72 20,6%	200 20,2%
	Trifft eher zu	Anzahl %	63 39,4%	77 37,4%	116 42,2%	151 43,3%	407 41,1%
	Trifft voll zu	Anzahl %	48 30,0%	67 32,5%	91 33,1%	106 30,4%	312 31,5%
Gesamt		Anzahl %	160 100,0%	206 100,0%	275 100,0%	349 100,0%	990 100,0%

$\chi^2 = 5,9884; df = 9; p = 0,741$

D31_4 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An Demonstrationen teilnehmen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
An Demonstrationen teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl %	32 20,6%	40 20,5%	50 18,5%	70 21,1%	192 20,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl %	47 30,3%	68 34,9%	98 36,3%	123 37,2%	336 35,3%
	Trifft eher zu	Anzahl %	39 25,2%	57 29,2%	86 31,9%	89 26,9%	271 28,5%
	Trifft voll zu	Anzahl %	37 23,9%	30 15,4%	36 13,3%	49 14,8%	152 16,0%
Gesamt		Anzahl %	155 100,0%	195 100,0%	270 100,0%	331 100,0%	951 100,0%

$\chi^2 = 11,6076; df = 9; p = 0,236$

D31_5 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl %	2 1,3%	7 3,4%	5 1,8%	4 1,2%	18 1,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl %	13 8,2%	15 7,4%	19 7,0%	22 6,3%	69 7,0%
	Trifft eher zu	Anzahl %	45 28,3%	69 33,8%	84 31,0%	102 29,4%	300 30,6%
	Trifft voll zu	Anzahl %	99 62,3%	113 55,4%	163 60,1%	219 63,1%	594 60,6%
Gesamt		Anzahl %	159 100,0%	204 100,0%	271 100,0%	347 100,0%	981 100,0%

$\chi^2 = 7,0679; df = 9; p = 0,630$

D31_6 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich an Gesetze halten. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Sich an Gesetze halten.	Trifft nicht zu	Anzahl	1	4	0	0	5
		%	0,6%	1,9%	0,0%	0,0%	0,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	4	7	2	5	18
		%	2,5%	3,3%	0,7%	1,4%	1,8%
Trifft eher zu	Anzahl	51	41	55	66	213	
	%	31,3%	19,4%	20,1%	18,5%	21,2%	
Trifft voll zu	Anzahl	107	159	217	285	768	
	%	65,6%	75,4%	79,2%	80,1%	76,5%	
Gesamt	Anzahl	163	211	274	356	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 29,4970; df = 9; p = 0,001$

D31_7 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren. * Ortsgröße

			Ortsgröße				
			< 20.000 EW	20.000 bis < 100.000 EW	100.000 bis < 500.000 EW	>500.000 EW	Gesamt
Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	3	6	2	3	14
		%	1,9%	2,9%	0,7%	0,8%	1,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	2	6	6	8	22
		%	1,2%	2,9%	2,2%	2,3%	2,2%
Trifft eher zu	Anzahl	43	53	60	75	231	
	%	26,7%	25,5%	22,1%	21,2%	23,2%	
Trifft voll zu	Anzahl	113	143	204	267	727	
	%	70,2%	68,8%	75,0%	75,6%	73,1%	
Gesamt	Anzahl	161	208	272	353	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,4452; df = 9; p = 0,397$

MERKMALSKOMBINATIONEN: SCHULBILDUNG

Schulbildung * Geschlecht

Geschlecht * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
Geschlecht	männlich	Anzahl	165	153	185	503
		%	55,6%	49,2%	46,7%	50,1%
	weiblich	Anzahl	132	158	211	501
		%	44,4%	50,8%	53,3%	49,9%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,0015; df = 2; p = 0,082$

Schulbildung * Geburtsjahr

A2 Geburtsjahr * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
Geburtsjahr	1991	Anzahl	12	8	11	31
		%	4,0%	2,6%	2,8%	3,1%
	1992	Anzahl	16	20	34	70
		%	5,4%	6,4%	8,6%	7,0%
	1993	Anzahl	18	23	30	71
		%	6,1%	7,4%	7,6%	7,1%
	1994	Anzahl	30	17	25	72
		%	10,1%	5,5%	6,3%	7,2%
	1995	Anzahl	22	19	28	69
		%	7,4%	6,1%	7,1%	6,9%
	1996	Anzahl	22	30	21	73
		%	7,4%	9,6%	5,3%	7,3%
	1997	Anzahl	23	21	27	71
		%	7,7%	6,8%	6,8%	7,1%
	1998	Anzahl	23	17	33	73
		%	7,7%	5,5%	8,3%	7,3%
	1999	Anzahl	19	16	36	71
		%	6,4%	5,1%	9,1%	7,1%
	2000	Anzahl	27	20	21	68
		%	9,1%	6,4%	5,3%	6,8%
	2001	Anzahl	10	23	34	67
		%	3,4%	7,4%	8,6%	6,7%
	2002	Anzahl	19	28	20	67
		%	6,4%	9,0%	5,1%	6,7%
	2003	Anzahl	18	24	27	69
		%	6,1%	7,7%	6,8%	6,9%
	2004	Anzahl	14	23	30	67
		%	4,7%	7,4%	7,6%	6,7%
	2005	Anzahl	24	22	19	65
		%	8,1%	7,1%	4,8%	6,5%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 41,5366; df = 28; p = 0,048$

Altersgruppen * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt	
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium		
Altersgruppen	14 bis 17 Jahre	Anzahl	75	97	96	268
		%	25,3%	31,2%	24,2%	26,7%
	18 bis 23 Jahre	Anzahl	124	127	172	423
		%	41,8%	40,8%	43,4%	42,1%
	24 bis 28 Jahre	Anzahl	98	87	128	313
		%	33,0%	28,0%	32,3%	31,2%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 5,5264; df = 4; p = 0,237$$

Schulbildung * Derzeitige Hauptbeschäftigung

A3 Derzeitige Hauptbeschäftigung * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt	
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium		
Derzeitige Hauptbeschäftigung	Ich gehe zur Schule	Anzahl	63	94	146	303
		%	21,2%	30,2%	36,9%	30,2%
	Ich befinde mich in einer Berufsausbildung	Anzahl	57	74	38	169
		%	19,2%	23,8%	9,6%	16,8%
	Ich besuche eine (Fach-) Hochschule/Universität	Anzahl	0	0	108	108
		%	0,0%	0,0%	27,3%	10,8%
	Ich absolviere ein Freiwilligen-Jahr	Anzahl	1	2	11	14
		%	0,3%	0,6%	2,8%	1,4%
	Ich bin berufstätig (Halb- oder Ganztage)	Anzahl	142	121	90	353
		%	47,8%	38,9%	22,7%	35,2%
	Ich bin auf Arbeitssuche/ohne Beschäftigung	Anzahl	30	13	3	46
		%	10,1%	4,2%	0,8%	4,6%
	Etwas anderes	Anzahl	4	7	0	11
		%	1,3%	2,3%	0,0%	1,1%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 284,5002; df = 12; p = 0,000$$

Schulbildung * Angestrebter Bildungsabschluss

A4 Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen?	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	63	0	0	63
		%	100,0%	0,0%	0,0%	20,8%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	0	94	0	94
		%	0,0%	100,0%	0,0%	31,0%
	Fachhochschulreife	Anzahl	0	0	8	8
		%	0,0%	0,0%	5,5%	2,6%
Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	0	0	138	138	
	%	0,0%	0,0%	94,5%	45,5%	
Gesamt	Anzahl	63	94	146	303	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Schulbildung * Höchster erreichter Bildungsabschluss

A5 Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht?	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	234	0	0	234
		%	100,0%	0,0%	0,0%	33,4%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	0	217	0	217
		%	0,0%	100,0%	0,0%	31,0%
	Fachhochschulreife	Anzahl	0	0	7	7
		%	0,0%	0,0%	2,8%	1,0%
Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	0	0	230	230	
	%	0,0%	0,0%	92,0%	32,8%	
Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Anzahl	0	0	13	13	
	%	0,0%	0,0%	5,2%	1,9%	
Gesamt	Anzahl	234	217	250	701	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Schulbildung * Bildungsabschluss Mutter

A6 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	9	2	6	17
		%	3,1%	0,6%	1,5%	1,7%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	192	81	36	309
		%	66,4%	26,2%	9,1%	31,1%
	Mittlere Reife	Anzahl	81	205	183	469
		%	28,0%	66,3%	46,3%	47,2%
(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	7	21	170	198	
	%	2,4%	6,8%	43,0%	19,9%	
Gesamt	Anzahl	289	309	395	993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 411,2069; df = 6; p = 0,000$$

Schulbildung * Bildungsabschluss Vater

A7 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	7	3	2	12
		%	2,4%	1,0%	0,5%	1,2%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	160	96	60	316
		%	55,9%	31,4%	15,3%	32,1%
	Mittlere Reife	Anzahl	101	141	169	411
		%	35,3%	46,1%	43,2%	41,8%
(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	18	66	160	244	
	%	6,3%	21,6%	40,9%	24,8%	
Gesamt	Anzahl	286	306	391	983	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 178,6700; df = 6; p = 0,000$$

Schulbildung * Staatsbürgerschaft

A8 Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft?	Trifft nicht zu	Anzahl	18	22	17	57
		%	6,1%	7,1%	4,3%	5,7%
	Trifft zu	Anzahl	279	289	379	947
		%	93,9%	92,9%	95,7%	94,3%
Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 2,7515; df = 2; p = 0,253$$

Schulbildung * Geburtsland Mutter

A9 Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl	48	34	52	134
		%	16,3%	11,0%	13,1%	13,4%
	Trifft zu	Anzahl	246	276	344	866
		%	83,7%	89,0%	86,9%	86,6%
Gesamt	Anzahl	294	310	396	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 4,1189; df = 2; p = 0,128$$

Schulbildung * Geburtsland Vater

A10 Ist Ihr Vater in Deutschland geboren? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ist Ihr Vater in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl	57	38	52	147
		%	19,4%	12,3%	13,1%	14,7%
	Trifft zu	Anzahl	237	272	344	853
		%	80,6%	87,7%	86,9%	85,3%
Gesamt	Anzahl	294	310	396	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 7,8715; df = 2; p = 0,020$$

Schulbildung * Familiensprache (Deutsch)

A11 In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich?	Deutsch	Anzahl	268	294	367	929
		%	90,2%	94,5%	92,7%	92,5%
	Andere Sprache und zwar:	Anzahl	29	17	29	75
		%	9,8%	5,5%	7,3%	7,5%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,6031; df = 2; p = 0,100$

Ergebnisse für „Andere Sprache und zwar“ auf der folgenden Seite

Schulbildung * Familiensprache (Andere)

OA11 Andere Sprache * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Andere Sprache	Anzahl	268	294	367	929
	%	90,2%	94,5%	92,7%	92,5%
Albanisch	Anzahl	3	0	1	4
	%	1,0%	0,0%	0,3%	0,4%
Arabisch	Anzahl	1	2	2	5
	%	0,3%	0,6%	0,5%	0,5%
Bulgarisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Englisch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Französisch	Anzahl	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
Griechisch	Anzahl	1	1	0	2
	%	0,3%	0,3%	0,0%	0,2%
Italienisch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Kroatisch	Anzahl	2	1	2	5
	%	0,7%	0,3%	0,5%	0,5%
Kurdisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Libanesisch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Persisch	Anzahl	1	0	1	2
	%	0,3%	0,0%	0,3%	0,2%
Polnisch	Anzahl	3	2	2	7
	%	1,0%	0,6%	0,5%	0,7%
Portugiesisch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Rumänisch	Anzahl	1	2	2	5
	%	0,3%	0,6%	0,5%	0,5%
Russisch	Anzahl	2	3	8	13
	%	0,7%	1,0%	2,0%	1,3%
Serbisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Spanisch	Anzahl	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
Syrisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Tschechisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Türkisch	Anzahl	12	2	5	19
	%	4,0%	0,6%	1,3%	1,9%
Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Schulbildung * Engagementstatus

Engagementstatus * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Engagementstatus	Nicht engagiert	Anzahl	157	121	106	384
		%	52,9%	38,9%	26,8%	38,2%
	Engagiert	Anzahl	140	190	290	620
		%	47,1%	61,1%	73,2%	61,8%
Gesamt	Anzahl		297	311	396	1004
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 49,1090; df = 2; p = 0,000$

Schulbildung * Grad des digitalen Engagements (Digitals)

Digitals * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Digitals	Nicht engagiert	Anzahl	157	121	106	384
		%	52,9%	38,9%	26,8%	38,3%
	Nicht/kaum digital engagiert	Anzahl	88	112	155	355
		%	29,6%	36,0%	39,2%	35,4%
	Auch digital engagiert	Anzahl	52	78	134	264
		%	17,5%	25,1%	33,9%	26,3%
Gesamt	Anzahl		297	311	395	1003
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 52,3962; df = 4; p = 0,000$

Schulbildung * Engagementabfrage

B12 Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Engagieren Sie sich in Ihrer Freizeit?	Trifft nicht zu	Anzahl	183	152	140	475
		%	61,8%	48,9%	35,4%	47,4%
	Trifft zu	Anzahl	113	159	256	528
		%	38,2%	51,1%	64,6%	52,6%
Gesamt	Anzahl		296	311	396	1003
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 49,0716; df = 2; p = 0,000$

Schulbildung * Engagementbereich

B13_1 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sport und Bewegung * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Sport und Bewegung	Trifft nicht zu	Anzahl	239	215	281	735
		%	80,5%	69,1%	71,0%	73,2%
	Trifft zu	Anzahl	58	96	115	269
		%	19,5%	30,9%	29,0%	26,8%
Gesamt	Anzahl		297	311	396	1004
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 12,0029; df = 2; p = 0,002$

B13_2 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kultur und Musik * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Kultur und Musik	Trifft nicht zu	Anzahl	277	272	339	888
		%	93,3%	87,5%	85,6%	88,4%
	Trifft zu	Anzahl	20	39	57	116
		%	6,7%	12,5%	14,4%	11,6%
Gesamt	Anzahl		297	311	396	1004
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 10,3641; df = 2; p = 0,006$

B13_3 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Freizeit und Geselligkeit * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Freizeit und Geselligkeit	Trifft nicht zu	Anzahl	252	247	312	811
		%	84,8%	79,4%	78,8%	80,8%
	Trifft zu	Anzahl	45	64	84	193
		%	15,2%	20,6%	21,2%	19,2%
Gesamt	Anzahl		297	311	396	1004
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,7363; df = 2; p = 0,094$

B13_4 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sozialer Bereich * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Sozialer Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	259	258	291	808
		%	87,2%	83,0%	73,5%	80,5%
	Trifft zu	Anzahl	38	53	105	196
		%	12,8%	17,0%	26,5%	19,5%
Gesamt	Anzahl		297	311	396	1004
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 21,4792; df = 2; p = 0,000$

B13_5 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Gesundheitsbereich * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Gesundheitsbereich	Trifft nicht zu	Anzahl	279	283	354	916
		%	93,9%	91,0%	89,4%	91,2%
	Trifft zu	Anzahl	18	28	42	88
		%	6,1%	9,0%	10,6%	8,8%
Gesamt	Anzahl		297	311	396	1004
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,5256; df = 2; p = 0,104$

B13_6 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Schule oder Kindergarten * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Schule oder Kindergarten	Trifft nicht zu	Anzahl	270	282	349	901
		%	90,9%	90,7%	88,1%	89,7%
	Trifft zu	Anzahl	27	29	47	103
		%	9,1%	9,3%	11,9%	10,3%
Gesamt	Anzahl		297	311	396	1004
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,9027; df = 2; p = 0,386$

B13_7 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	Trifft nicht zu	Anzahl	272	282	341	895
		%	91,6%	90,7%	86,1%	89,1%
	Trifft zu	Anzahl	25	29	55	109
		%	8,4%	9,3%	13,9%	10,9%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 6,4510; df = 2; p = 0,040$$

B13_8 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz	Trifft nicht zu	Anzahl	266	261	311	838
		%	89,6%	83,9%	78,5%	83,5%
	Trifft zu	Anzahl	31	50	85	166
		%	10,4%	16,1%	21,5%	16,5%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 15,2846; df = 2; p = 0,000$$

B13_9 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Politik und politische Interessenvertretung * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Politik und politische Interessenvertretung	Trifft nicht zu	Anzahl	285	290	345	920
		%	96,0%	93,2%	87,1%	91,6%
	Trifft zu	Anzahl	12	21	51	84
		%	4,0%	6,8%	12,9%	8,4%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 18,9982; df = 2; p = 0,000$$

B13_10 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes	Trifft nicht zu	Anzahl	283	287	366	936
		%	95,3%	92,3%	92,4%	93,2%
	Trifft zu	Anzahl	14	24	30	68
		%	4,7%	7,7%	7,6%	6,8%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 2,9181; df = 2; p = 0,232$$

B13_11 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kirchlicher oder religiöser Bereich * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Kirchlicher oder religiöser Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	278	278	345	901
		%	93,6%	89,4%	87,1%	89,7%
	Trifft zu	Anzahl	19	33	51	103
		%	6,4%	10,6%	12,9%	10,3%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 7,9586; df = 2; p = 0,019$$

B13_12 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Justiz oder Kriminalitätsprobleme * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	Trifft nicht zu	Anzahl	287	293	371	951
		%	96,6%	94,2%	93,7%	94,7%
	Trifft zu	Anzahl	10	18	25	53
		%	3,4%	5,8%	6,3%	5,3%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 3,2517; df = 2; p = 0,197$$

B13_13 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	Trifft nicht zu	Anzahl	260	262	351	873
		%	87,5%	84,2%	88,6%	87,0%
	Trifft zu	Anzahl	37	49	45	131
		%	12,5%	15,8%	11,4%	13,0%
Gesamt		Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 3,1241; df = 2; p = 0,210$$

B13_14 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? In keinem dieser Bereiche * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
In keinem dieser Bereiche	Trifft nicht zu	Anzahl	140	190	290	620
		%	47,1%	61,3%	73,6%	61,9%
	Trifft zu	Anzahl	157	120	104	381
		%	52,9%	38,7%	26,4%	38,1%
Gesamt		Anzahl	297	310	394	1001
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 49,1090; df = 2; p = 0,000$$

Schulbildung * Engagement Zeitaufwand

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

OB14 Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1	Anzahl	8	6	12	26
		%	6,0%	3,2%	4,2%	4,3%
	2	Anzahl	20	26	37	83
		%	14,9%	13,9%	13,1%	13,7%
	3	Anzahl	14	25	33	72
		%	10,4%	13,4%	11,7%	11,9%
	4	Anzahl	18	25	34	77
		%	13,4%	13,4%	12,0%	12,7%
	5	Anzahl	19	20	39	78
		%	14,2%	10,7%	13,8%	12,9%
	6	Anzahl	9	22	31	62
		%	6,7%	11,8%	11,0%	10,3%
	7	Anzahl	3	7	6	16
		%	2,2%	3,7%	2,1%	2,6%
	8	Anzahl	9	18	17	44
		%	6,7%	9,6%	6,0%	7,3%
	9	Anzahl	2	1	3	6
		%	1,5%	0,5%	1,1%	1,0%
	10	Anzahl	8	20	33	61
		%	6,0%	10,7%	11,7%	10,1%
	12	Anzahl	13	6	11	30
		%	9,7%	3,2%	3,9%	5,0%
	13	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,4%	0,2%
	14	Anzahl	3	2	1	6
		%	2,2%	1,1%	0,4%	1,0%
	15	Anzahl	4	1	11	16
		%	3,0%	0,5%	3,9%	2,6%
	16	Anzahl	1	3	2	6
		%	0,7%	1,6%	0,7%	1,0%
	18	Anzahl	1	2	0	3
		%	0,7%	1,1%	0,0%	0,5%
	20	Anzahl	0	1	9	10
		%	0,0%	0,5%	3,2%	1,7%
	24	Anzahl	0	1	0	1
		%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%
	25	Anzahl	0	1	1	2
		%	0,0%	0,5%	0,4%	0,3%
	30	Anzahl	0	0	2	2
		%	0,0%	0,0%	0,7%	0,3%
	36	Anzahl	1	0	0	1
		%	0,7%	0,0%	0,0%	0,2%
	40	Anzahl	1	0	0	1
		%	0,7%	0,0%	0,0%	0,2%
Gesamt		Anzahl	134	187	283	604
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1-5 h	Anzahl	79	102	155	336
		%	59,0%	54,5%	54,8%	55,6%
	6-11h	Anzahl	31	68	90	189
		%	23,1%	36,4%	31,8%	31,3%
	12-40h	Anzahl	24	17	38	79
		%	17,9%	9,1%	13,4%	13,1%
Gesamt	Anzahl	134	187	283	604	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,4692; df = 4; p = 0,483$$

Schulbildung * Org. Rahmen des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

B15_1 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei	Trifft nicht zu	Anzahl	44	60	111	215
		%	31,4%	31,6%	38,3%	34,7%
	Trifft zu	Anzahl	96	130	179	405
		%	68,6%	68,4%	61,7%	65,3%
Gesamt	Anzahl	140	190	290	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,2148; df = 2; p = 0,200$$

B15_2 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? im Rahmen der Schule oder Hochschule * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
im Rahmen der Schule oder Hochschule	Trifft nicht zu	Anzahl	123	158	201	482
		%	87,9%	83,2%	69,3%	77,7%
	Trifft zu	Anzahl	17	32	89	138
		%	12,1%	16,8%	30,7%	22,3%
Gesamt	Anzahl	140	190	290	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 22,3818; df = 2; p = 0,000$$

B15_3 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation	Trifft nicht zu	Anzahl	98	135	200	433
		%	70,0%	71,1%	69,0%	69,8%
	Trifft zu	Anzahl	42	55	90	187
		%	30,0%	28,9%	31,0%	30,2%
Gesamt	Anzahl	140	190	290	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 0,2468; df = 2; p = 0,884$$

B15_4 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert.	Trifft nicht zu	Anzahl	115	147	225	487
		%	82,1%	77,4%	77,6%	78,5%
	Trifft zu	Anzahl	25	43	65	133
		%	17,9%	22,6%	22,4%	21,5%
Gesamt	Anzahl	140	190	290	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,0650; df = 2; p = 0,587$$

B15_5 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? Ich mache das eher alleine. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich mache das eher alleine.	Trifft nicht zu	Anzahl	112	148	227	487
		%	80,0%	77,9%	78,3%	78,5%
	Trifft zu	Anzahl	28	42	63	133
		%	20,0%	22,1%	21,7%	21,5%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 0,1200; df = 2; p = 0,942$$

Schulbildung * Anstoß für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

B16_1 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Freunde bzw. Freundinnen * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Durch Freunde bzw. Freundinnen	Trifft nicht zu	Anzahl	43	63	105	211
		%	30,7%	33,2%	36,2%	34,0%
	Trifft zu	Anzahl	97	127	185	409
		%	69,3%	66,8%	63,8%	66,0%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 1,1725; df = 2; p = 0,556$$

B16_2 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch meine Familie * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Durch meine Familie	Trifft nicht zu	Anzahl	89	105	192	386
		%	63,6%	55,3%	66,2%	62,3%
	Trifft zu	Anzahl	51	85	98	234
		%	36,4%	44,7%	33,8%	37,7%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 5,9167; df = 2; p = 0,052$$

B16_3 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die Schule/Lehrkräfte * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Durch die Schule/Lehrkräfte	Trifft nicht zu	Anzahl	110	149	201	460
		%	78,6%	78,4%	69,3%	74,2%
	Trifft zu	Anzahl	30	41	89	160
		%	21,4%	21,6%	30,7%	25,8%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 6,4362; df = 2; p = 0,040$$

B16_4 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich habe es mir selbst überlegt. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich habe es mir selbst überlegt.	Trifft nicht zu	Anzahl	75	82	160	317
		%	53,6%	43,2%	55,2%	51,1%
	Trifft zu	Anzahl	65	108	130	303
		%	46,4%	56,8%	44,8%	48,9%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 6,9667; df = 2; p = 0,031$$

B16_5 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	97	135	215	447
		%	69,3%	71,1%	74,1%	72,1%
	Trifft zu	Anzahl	43	55	75	173
		%	30,7%	28,9%	25,9%	27,9%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,4601; df = 2; p = 0,482$

B16_6 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen.	Trifft nicht zu	Anzahl	121	154	225	500
		%	86,4%	81,1%	77,6%	80,6%
	Trifft zu	Anzahl	19	36	65	120
		%	13,6%	18,9%	22,4%	19,4%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 4,1459; df = 2; p = 0,126$

B16_7 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	83	109	177	369
		%	59,3%	57,4%	61,0%	59,5%
	Trifft zu	Anzahl	57	81	113	251
		%	40,7%	42,6%	39,0%	40,5%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,6631; df = 2; p = 0,718$

B16_8 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien	Trifft nicht zu	Anzahl	114	151	220	485
		%	81,4%	79,5%	75,9%	78,2%
	Trifft zu	Anzahl	26	39	70	135
		%	18,6%	20,5%	24,1%	21,8%
Gesamt		Anzahl	140	190	290	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,6827; df = 2; p = 0,431$

Schulbildung * Ziele des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

B17_1 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die Interessen von Jugendlichen vertreten. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Die Interessen von Jugendlichen vertreten.	Unwichtig	Anzahl	32	34	42	108
		%	23,5%	18,1%	14,9%	17,9%
	Eher unwichtig	Anzahl	21	27	48	96
		%	15,4%	14,4%	17,1%	15,9%
	Eher wichtig	Anzahl	43	60	97	200
		%	31,6%	31,9%	34,5%	33,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	40	67	94	201
		%	29,4%	35,6%	33,5%	33,2%
Gesamt	Anzahl	136	188	281	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,2111; df = 6; p = 0,400$

B17_2 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	64	67	77	208
		%	46,7%	35,6%	27,2%	34,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	26	38	58	122
		%	19,0%	20,2%	20,5%	20,1%
	Eher wichtig	Anzahl	19	33	64	116
		%	13,9%	17,6%	22,6%	19,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	28	50	84	162
		%	20,4%	26,6%	29,7%	26,6%
Gesamt	Anzahl	137	188	283	608	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 18,1726; df = 6; p = 0,006$

B17_3 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Menschen mit Behinderungen helfen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Menschen mit Behinderungen helfen.	Unwichtig	Anzahl	51	61	61	173
		%	37,2%	32,6%	21,6%	28,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	32	30	69	131
		%	23,4%	16,0%	24,5%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	30	48	96	174
		%	21,9%	25,7%	34,0%	28,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	24	48	56	128
		%	17,5%	25,7%	19,9%	21,1%
Gesamt	Anzahl	137	187	282	606	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 22,4101; df = 6; p = 0,001$

B17_4 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	57	81	75	213
		%	41,9%	43,3%	26,9%	35,4%
	Eher unwichtig	Anzahl	36	38	80	154
		%	26,5%	20,3%	28,7%	25,6%
	Eher wichtig	Anzahl	33	48	78	159
		%	24,3%	25,7%	28,0%	26,4%
	Sehr wichtig	Anzahl	10	20	46	76
		%	7,4%	10,7%	16,5%	12,6%
Gesamt	Anzahl	136	187	279	602	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 21,4680; df = 6; p = 0,002$

B17_5 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen	Unwichtig	Anzahl	37	42	33	112
		%	27,2%	22,2%	11,4%	18,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	25	26	38	89
		%	18,4%	13,8%	13,1%	14,5%
	Eher wichtig	Anzahl	38	58	111	207
		%	27,9%	30,7%	38,3%	33,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	36	63	108	207
		%	26,5%	33,3%	37,2%	33,7%
Gesamt	Anzahl	136	189	290	615	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 23,4921; df = 6; p = 0,001$

B17_6 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Armen oder sozial schwachen Menschen helfen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Armen oder sozial schwachen Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	47	55	44	146
		%	34,6%	29,1%	15,6%	24,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	21	31	50	102
		%	15,4%	16,4%	17,7%	16,8%
	Eher wichtig	Anzahl	45	50	118	213
		%	33,1%	26,5%	41,8%	35,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	23	53	70	146
		%	16,9%	28,0%	24,8%	24,1%
Gesamt	Anzahl	136	189	282	607	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 28,3483; df = 6; p = 0,000$

B17_7 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen.	Unwichtig	Anzahl	63	71	79	213
		%	46,0%	37,8%	28,3%	35,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	35	41	60	136
		%	25,5%	21,8%	21,5%	22,5%
	Eher wichtig	Anzahl	29	45	74	148
		%	21,2%	23,9%	26,5%	24,5%
	Sehr wichtig	Anzahl	10	31	66	107
		%	7,3%	16,5%	23,7%	17,7%
Gesamt	Anzahl	137	188	279	604	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 24,2450; df = 6; p = 0,000$

B17_8 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Älteren Menschen helfen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Älteren Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	53	64	70	187
		%	39,0%	34,2%	24,6%	30,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	27	32	58	117
		%	19,9%	17,1%	20,4%	19,2%
	Eher wichtig	Anzahl	33	42	92	167
		%	24,3%	22,5%	32,3%	27,5%
	Sehr wichtig	Anzahl	23	49	65	137
		%	16,9%	26,2%	22,8%	22,5%
Gesamt	Anzahl	136	187	285	608	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 16,0630; df = 6; p = 0,013$

B17_9 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Etwas für Menschen in armen Ländern tun. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Etwas für Menschen in armen Ländern tun.	Unwichtig	Anzahl	72	86	90	248
		%	53,7%	46,2%	32,5%	41,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	29	33	67	129
		%	21,6%	17,7%	24,2%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	21	41	80	142
		%	15,7%	22,0%	28,9%	23,8%
Sehr wichtig	Anzahl	12	26	40	78	
	%	9,0%	14,0%	14,4%	13,1%	
Gesamt	Anzahl		134	186	277	597
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 23,1111; df = 6; p = 0,001$

B17_10 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen.	Unwichtig	Anzahl	77	96	114	287
		%	56,6%	51,3%	40,6%	47,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	30	29	85	144
		%	22,1%	15,5%	30,2%	23,8%
	Eher wichtig	Anzahl	24	41	51	116
		%	17,6%	21,9%	18,1%	19,2%
Sehr wichtig	Anzahl	5	21	31	57	
	%	3,7%	11,2%	11,0%	9,4%	
Gesamt	Anzahl		136	187	281	604
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 23,8493; df = 6; p = 0,001$

Schulbildung * Engagementhäufigkeit

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

B18 Wie häufig findet Ihr Engagement statt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
Wie häufig findet Ihr Engagement statt?	Täglich	Anzahl	11	6	20	37	
		%	7,9%	3,2%	6,9%	6,0%	
	Mehr als in der Woche	Anzahl	73	111	162	346	
		%	52,1%	58,4%	55,9%	55,8%	
	Einmal in der Woche	Anzahl	40	47	66	153	
		%	28,6%	24,7%	22,8%	24,7%	
	Mehr als im Monat	Anzahl	8	12	29	49	
		%	5,7%	6,3%	10,0%	7,9%	
	Einmal im Monat	Anzahl	2	5	11	18	
		%	1,4%	2,6%	3,8%	2,9%	
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	6	9	2	17	
		%	4,3%	4,7%	0,7%	2,7%	
	Gesamt	Anzahl		140	190	290	620
		%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 18,4729; df = 10; p = 0,047$

Schulbildung * Motive des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

B19_1 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss mir Spaß machen. (Emotion) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Es muss mir Spaß machen. (Emotion)	Unwichtig	Anzahl	6	3	4	13
		%	2,1%	1,0%	1,0%	1,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	6	13	15	34
		%	2,1%	4,2%	3,8%	3,4%
	Eher wichtig	Anzahl	58	57	121	236
		%	19,9%	18,3%	30,6%	23,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	222	238	256	716
		%	76,0%	76,5%	64,6%	71,7%
Gesamt	Anzahl	292	311	396	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,2419; df = 6; p = 0,160$

B19_2 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte)	Unwichtig	Anzahl	11	12	13	36
		%	3,8%	3,9%	3,3%	3,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	21	27	37	85
		%	7,2%	8,7%	9,3%	8,5%
	Eher wichtig	Anzahl	99	100	132	331
		%	33,9%	32,2%	33,3%	33,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	161	172	214	547
		%	55,1%	55,3%	54,0%	54,8%
Gesamt	Anzahl	292	311	396	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,9750; df = 6; p = 0,812$

B19_3 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit)	Unwichtig	Anzahl	11	14	12	37
		%	3,8%	4,5%	3,0%	3,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	60	34	39	133
		%	20,7%	11,0%	9,8%	13,4%
	Eher wichtig	Anzahl	114	118	148	380
		%	39,3%	38,2%	37,4%	38,2%
	Sehr wichtig	Anzahl	105	143	197	445
		%	36,2%	46,3%	49,7%	44,7%
Gesamt	Anzahl	290	309	396	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,8152; df = 6; p = 0,046$

B19_4 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit)	Unwichtig	Anzahl	41	40	50	131
		%	14,2%	13,0%	12,7%	13,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	52	60	107	219
		%	18,0%	19,5%	27,1%	22,1%
	Eher wichtig	Anzahl	84	101	119	304
		%	29,1%	32,8%	30,1%	30,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	112	107	119	338
		%	38,8%	34,7%	30,1%	34,1%
Gesamt	Anzahl	289	308	395	992	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 6,8264; df = 6; p = 0,337$$

B19_5 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	23	20	15	58
		%	8,0%	6,5%	3,8%	5,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	43	56	64	163
		%	14,9%	18,1%	16,2%	16,4%
	Eher wichtig	Anzahl	92	98	168	358
		%	31,8%	31,7%	42,4%	36,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	131	135	149	415
		%	45,3%	43,7%	37,6%	41,8%
Gesamt	Anzahl	289	309	396	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 14,1688; df = 6; p = 0,028$$

B19_6 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	18	13	14	45
		%	6,2%	4,2%	3,5%	4,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	35	43	51	129
		%	12,1%	13,8%	12,9%	13,0%
	Eher wichtig	Anzahl	110	126	169	405
		%	38,1%	40,5%	42,8%	40,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	126	129	161	416
		%	43,6%	41,5%	40,8%	41,8%
Gesamt	Anzahl	289	311	395	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 9,8776; df = 6; p = 0,130$$

B19_7 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung)	Unwichtig	Anzahl	26	23	20	69
		%	9,2%	7,5%	5,1%	7,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	55	42	45	142
		%	19,4%	13,7%	11,5%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	115	116	160	391
		%	40,5%	37,9%	40,7%	39,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	88	125	168	381
		%	31,0%	40,8%	42,7%	38,8%
Gesamt	Anzahl	284	306	393	983	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 10,7447; df = 6; p = 0,097$$

B19_8 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung)	Unwichtig	Anzahl	8	4	5	17
		%	2,7%	1,3%	1,3%	1,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	27	22	24	73
		%	9,3%	7,1%	6,1%	7,3%
	Eher wichtig	Anzahl	109	118	168	395
		%	37,5%	37,9%	42,5%	39,6%
Sehr wichtig	Anzahl	147	167	198	512	
	%	50,5%	53,7%	50,1%	51,4%	
Gesamt	Anzahl	291	311	395	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,2599; df = 6; p = 0,642$

Schulbildung * Relevanz des Internets für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

C20 Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus?	gar nicht	Anzahl	56	66	80	202
		%	40,0%	34,7%	27,7%	32,6%
	eher weniger	Anzahl	32	46	75	153
		%	22,9%	24,2%	26,0%	24,7%
	teils/teils	Anzahl	32	43	83	158
		%	22,9%	22,6%	28,7%	25,5%
	überwiegend	Anzahl	17	31	42	90
		%	12,1%	16,3%	14,5%	14,5%
	vollständig	Anzahl	3	4	9	16
		%	2,1%	2,1%	3,1%	2,6%
Gesamt	Anzahl	140	190	289	619	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,7278; df = 8; p = 0,366$

Schulbildung * Aktivitäten im Internet (Allgemein)

C21_1 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	4	5	8	17
		%	1,3%	1,6%	2,0%	1,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	62	44	78	184
		%	20,9%	14,2%	19,7%	18,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	97	84	118	299
		%	32,7%	27,1%	29,8%	29,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	44	65	81	190
		%	14,8%	21,0%	20,5%	18,9%
	Nie	Anzahl	90	112	111	313
		%	30,3%	36,1%	28,0%	31,2%
	Gesamt	Anzahl	297	310	396	1003
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 14,1627; df = 8; p = 0,078$

C21_2 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	9	6	14	29
		%	3,0%	1,9%	3,5%	2,9%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	73	69	109	251
		%	24,6%	22,2%	27,5%	25,0%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	98	103	136	337
		%	33,0%	33,1%	34,3%	33,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	50	68	64	182
		%	16,8%	21,9%	16,2%	18,1%
	Nie	Anzahl	67	65	73	205
		%	22,6%	20,9%	18,4%	20,4%
Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 8,6552; df = 8; p = 0,372$$

C21_3 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	9	5	13	27
		%	3,0%	1,6%	3,3%	2,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	56	63	91	210
		%	18,9%	20,3%	23,0%	20,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	83	82	119	284
		%	27,9%	26,5%	30,1%	28,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	61	67	71	199
		%	20,5%	21,6%	17,9%	19,8%
	Nie	Anzahl	88	93	102	283
		%	29,6%	30,0%	25,8%	28,2%
Gesamt	Anzahl	297	310	396	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 7,1332; df = 8; p = 0,522$$

C21_4 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer öffentlich kommentiert? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... Aussagen anderer öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	3	8	8	19
		%	1,0%	2,6%	2,0%	1,9%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	56	43	68	167
		%	18,9%	13,9%	17,2%	16,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	77	68	124	269
		%	26,0%	21,9%	31,3%	26,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	54	82	94	230
		%	18,2%	26,5%	23,7%	23,0%
	Nie	Anzahl	106	109	102	317
		%	35,8%	35,2%	25,8%	31,6%
Gesamt	Anzahl	296	310	396	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 21,8468; df = 8; p = 0,005$$

C21_5 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	1	5	4	10
		%	0,3%	1,6%	1,0%	1,0%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	11	19	27	57
		%	3,7%	6,1%	6,8%	5,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	19	30	51	100
		%	6,4%	9,7%	12,9%	10,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	33	34	41	108
		%	11,1%	11,0%	10,4%	10,8%
	Nie	Anzahl	232	221	272	725
		%	78,4%	71,5%	68,9%	72,5%
Gesamt	Anzahl	296	309	395	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,2710; df = 8; p = 0,054$

C21_6 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	7	9	6	22
		%	2,4%	2,9%	1,5%	2,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	29	30	28	87
		%	9,8%	9,7%	7,1%	8,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	40	31	82	153
		%	13,6%	10,0%	20,7%	15,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	49	48	68	165
		%	16,6%	15,5%	17,2%	16,5%
	Nie	Anzahl	170	192	212	574
		%	57,6%	61,9%	53,5%	57,3%
Gesamt	Anzahl	295	310	396	1001	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 19,6082; df = 8; p = 0,012$

C21_7 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	2	5	5	12
		%	0,7%	1,6%	1,3%	1,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	10	40	40	90
		%	3,4%	12,9%	10,1%	9,0%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	43	57	68	168
		%	14,5%	18,4%	17,2%	16,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	80	68	114	262
		%	26,9%	21,9%	28,8%	26,1%
	Nie	Anzahl	162	140	169	471
		%	54,5%	45,2%	42,7%	47,0%
Gesamt	Anzahl	297	310	396	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 26,3992; df = 8; p = 0,001$

Schulbildung * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)

C22_1 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	1	2	1	4
		%	0,3%	0,6%	0,3%	0,4%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	19	14	48	81
		%	6,4%	4,5%	12,1%	8,1%
	Mehr als im Monat	Anzahl	39	61	82	182
		%	13,1%	19,6%	20,7%	18,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	66	64	77	207
		%	22,2%	20,6%	19,4%	20,6%
	Nie	Anzahl	172	170	188	530
		%	57,9%	54,7%	47,5%	52,8%
	Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 24,6961; df = 8; p = 0,002$$

C22_2 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	1	1	6	8
		%	0,3%	0,3%	1,5%	0,8%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	29	28	65	122
		%	9,8%	9,0%	16,4%	12,2%
	Mehr als im Monat	Anzahl	50	83	98	231
		%	16,9%	26,7%	24,7%	23,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	65	72	95	232
		%	22,0%	23,2%	24,0%	23,1%
	Nie	Anzahl	151	127	132	410
		%	51,0%	40,8%	33,3%	40,9%
	Gesamt	Anzahl	296	311	396	1003
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 34,4179; df = 8; p = 0,000$$

C22_3 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	4	3	3	10
		%	1,4%	1,0%	0,8%	1,0%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	16	18	45	79
		%	5,4%	5,8%	11,4%	7,9%
	Mehr als im Monat	Anzahl	32	56	97	185
		%	10,8%	18,0%	24,5%	18,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	60	70	80	210
		%	20,3%	22,5%	20,2%	20,9%
	Nie	Anzahl	184	164	171	519
		%	62,2%	52,7%	43,2%	51,7%
	Gesamt	Anzahl	296	311	396	1003
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 39,8180; df = 8; p = 0,000$$

C22_4 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	0	4	2	6
		%	0,0%	1,3%	0,5%	0,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	14	15	45	74
		%	4,7%	4,8%	11,4%	7,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	41	52	86	179
		%	13,9%	16,7%	21,8%	17,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	66	64	94	224
		%	22,3%	20,6%	23,8%	22,4%
	Nie	Anzahl	175	176	168	519
		%	59,1%	56,6%	42,5%	51,8%
Gesamt	Anzahl	296	311	395	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 36,3262; df = 8; p = 0,000$

C22_5 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online Geld gespendet? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... online Geld gespendet?	Täglich	Anzahl	0	0	3	3
		%	0,0%	0,0%	0,8%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	5	6	12
		%	0,3%	1,6%	1,5%	1,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	7	9	13	29
		%	2,4%	2,9%	3,3%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	18	26	64	108
		%	6,1%	8,4%	16,2%	10,8%
	Nie	Anzahl	269	271	309	849
		%	91,2%	87,1%	78,2%	84,8%
Gesamt	Anzahl	295	311	395	1001	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 30,0340; df = 8; p = 0,000$

C22_6 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)?	Täglich	Anzahl	0	1	1	2
		%	0,0%	0,3%	0,3%	0,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	2	2	9	13
		%	0,7%	0,6%	2,3%	1,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	9	18	26	53
		%	3,0%	5,8%	6,6%	5,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	20	26	50	96
		%	6,7%	8,4%	12,7%	9,6%
	Nie	Anzahl	266	264	309	839
		%	89,6%	84,9%	78,2%	83,6%
Gesamt	Anzahl	297	311	395	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 19,8544; df = 8; p = 0,011$

C22_7 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Online-Spendenauftrag geteilt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
... einen Online-Spendenauftrag geteilt?	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	3	3	13	19
		%	1,0%	1,0%	3,3%	1,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	7	13	16	36
		%	2,4%	4,2%	4,1%	3,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	31	28	60	119
		%	10,4%	9,0%	15,2%	11,9%
	Nie	Anzahl	256	266	306	828
		%	86,2%	85,8%	77,5%	82,6%
Gesamt	Anzahl	297	310	395	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 17,0655; df = 6; p = 0,009$

C22_8 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	1	2	4	7
		%	0,3%	0,6%	1,0%	0,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	4	11	22	37
		%	1,3%	3,5%	5,6%	3,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	12	22	38	72
		%	4,0%	7,1%	9,6%	7,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	14	19	42	75
		%	4,7%	6,1%	10,6%	7,5%
	Nie	Anzahl	266	257	290	813
		%	89,6%	82,6%	73,2%	81,0%
	Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 31,7382; df = 8; p = 0,000$

C22_9 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	1	2	4	7
		%	0,3%	0,6%	1,0%	0,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	4	9	13	26
		%	1,3%	2,9%	3,3%	2,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	16	20	52	88
		%	5,4%	6,4%	13,2%	8,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	29	45	61	135
		%	9,8%	14,5%	15,4%	13,5%
	Nie	Anzahl	247	235	265	747
		%	83,2%	75,6%	67,1%	74,5%
	Gesamt	Anzahl	297	311	395	1003
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 27,9210; df = 8; p = 0,000$

C22_10 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... eine Online-Gruppe mitgegründet? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

				Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
				Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
... eine Online-Gruppe mitgegründet?	Täglich	Anzahl	0	1	0	1	
		%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	3	4	12	19	
		%	1,0%	1,3%	3,0%	1,9%	
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	7	9	20	36	
		%	2,4%	2,9%	5,1%	3,6%	
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	30	31	54	115	
		%	10,1%	10,0%	13,7%	11,5%	
	Nie	Anzahl	257	265	308	830	
		%	86,5%	85,5%	78,2%	82,9%	
Gesamt	Anzahl	297	310	394	1001		
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

$\chi^2 = 15,2882; df = 8; p = 0,054$

C22_11 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

				Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
				Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr)	Täglich	Anzahl	0	1	2	3	
		%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	3	7	16	26	
		%	1,0%	2,3%	4,1%	2,6%	
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	13	19	33	65	
		%	4,4%	6,1%	8,4%	6,5%	
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	40	53	71	164	
		%	13,5%	17,0%	18,1%	16,4%	
	Nie	Anzahl	241	231	270	742	
		%	81,1%	74,3%	68,9%	74,2%	
Gesamt	Anzahl	297	311	392	1000		
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

$\chi^2 = 18,2707; df = 8; p = 0,019$

C22_12 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

				Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
				Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	1	2	3	6	
		%	0,3%	0,6%	0,8%	0,6%	
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	11	25	28	64	
		%	3,7%	8,0%	7,1%	6,4%	
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	16	43	63	122	
		%	5,4%	13,8%	15,9%	12,2%	
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	42	57	84	183	
		%	14,1%	18,3%	21,2%	18,2%	
	Nie	Anzahl	227	184	218	629	
		%	76,4%	59,2%	55,1%	62,6%	
Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004		
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

$\chi^2 = 39,0086; df = 8; p = 0,000$

Schulbildung * App-Nutzung im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, dieangaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

C23_1 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? WhatsApp * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
WhatsApp	Täglich	Anzahl	145	111	96	352
		%	92,4%	92,5%	92,3%	92,4%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	6	7	7	20
		%	3,8%	5,8%	6,7%	5,2%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	1	0	1	2
		%	0,6%	0,0%	1,0%	0,5%
	Nie	Anzahl	5	2	0	7
		%	3,2%	1,7%	0,0%	1,8%
Gesamt		Anzahl	157	120	104	381
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 5,6495; df = 6; p = 0,464$$

C23_2 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Instagram * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Instagram	Täglich	Anzahl	38	29	31	98
		%	24,2%	24,4%	30,1%	25,9%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	34	31	26	91
		%	21,7%	26,1%	25,2%	24,0%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	16	15	10	41
		%	10,2%	12,6%	9,7%	10,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	8	7	4	19
		%	5,1%	5,9%	3,9%	5,0%
	Nie	Anzahl	61	37	32	130
		%	38,9%	31,1%	31,1%	34,3%
Gesamt		Anzahl	157	119	103	379
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 4,0189; df = 8; p = 0,855$$

C23_3 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Snapchat * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Snapchat	Täglich	Anzahl	26	17	19	62
		%	16,7%	14,3%	18,4%	16,4%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	26	30	12	68
		%	16,7%	25,2%	11,7%	18,0%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	18	13	8	39
		%	11,5%	10,9%	7,8%	10,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	9	8	12	29
		%	5,8%	6,7%	11,7%	7,7%
	Nie	Anzahl	77	51	52	180
		%	49,4%	42,9%	50,5%	47,6%
Gesamt		Anzahl	156	119	103	378
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 11,0656; df = 8; p = 0,198$$

C23_4 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Facebook * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Facebook	Täglich	Anzahl	62	46	32	140
		%	39,5%	38,3%	31,1%	36,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	34	33	26	93
		%	21,7%	27,5%	25,2%	24,5%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	25	10	19	54
		%	15,9%	8,3%	18,4%	14,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	11	11	7	29
		%	7,0%	9,2%	6,8%	7,6%
	Nie	Anzahl	25	20	19	64
		%	15,9%	16,7%	18,4%	16,8%
Gesamt	Anzahl	157	120	103	380	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 7,3970; df = 8; p = 0,494$$

C23_5 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Twitter * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Twitter	Täglich	Anzahl	9	14	3	26
		%	5,7%	11,7%	2,9%	6,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	15	6	7	28
		%	9,6%	5,0%	6,8%	7,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	15	10	8	33
		%	9,6%	8,3%	7,8%	8,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	18	16	8	42
		%	11,5%	13,3%	7,8%	11,1%
	Nie	Anzahl	100	74	77	251
		%	63,7%	61,7%	74,8%	66,1%
Gesamt	Anzahl	157	120	103	380	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 12,2651; df = 8; p = 0,140$$

C23_6 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Skype * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Skype	Täglich	Anzahl	2	2	2	6
		%	1,3%	1,7%	1,9%	1,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	7	7	6	20
		%	4,5%	5,9%	5,8%	5,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	18	12	13	43
		%	11,6%	10,2%	12,6%	11,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	35	32	31	98
		%	22,6%	27,1%	30,1%	26,1%
	Nie	Anzahl	93	65	51	209
		%	60,0%	55,1%	49,5%	55,6%
Gesamt	Anzahl	155	118	103	376	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,5930; df = 8; p = 0,892$$

C23_7 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? E-Mail * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
E-Mail	Täglich	Anzahl	6	12	22	40
		%	3,8%	10,0%	21,2%	10,5%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	29	22	26	77
		%	18,5%	18,3%	25,0%	20,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	47	36	32	115
		%	29,9%	30,0%	30,8%	30,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	47	34	16	97
		%	29,9%	28,3%	15,4%	25,5%
	Nie	Anzahl	28	16	8	52
		%	17,8%	13,3%	7,7%	13,6%
Gesamt	Anzahl	157	120	104	381	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 30,0888; df = 8; p = 0,000$

C23_8 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Sonstiges * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Sonstiges	Täglich	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	4	0	2	6
		%	2,7%	0,0%	2,0%	1,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	0	1	1	2
		%	0,0%	0,9%	1,0%	0,6%
	Nie	Anzahl	144	114	94	352
		%	97,3%	99,1%	95,9%	97,5%
	Gesamt	Anzahl	148	115	98	361
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 7,1125; df = 6; p = 0,311$

OC23 Sonstige App * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Sonstige App	Anzahl	293	310	392	995
	%	98,7%	99,7%	99,0%	99,1%
Jodel	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
meinstadt.de	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Slack	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
TikTok	Anzahl	2	0	0	2
	%	0,7%	0,0%	0,0%	0,2%
YouTube	Anzahl	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
YouTube und Pinterest	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Schulbildung * App-Nutzung im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

C24_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? WhatsApp * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
WhatsApp	Unwichtig	Anzahl	19	18	32	69
		%	13,6%	9,5%	11,0%	11,1%
Eher unwichtig	Anzahl	23	29	32	84	
	%	16,4%	15,3%	11,0%	13,5%	
Eher wichtig	Anzahl	40	57	89	186	
	%	28,6%	30,0%	30,7%	30,0%	
Sehr wichtig	Anzahl	58	86	137	281	
	%	41,4%	45,3%	47,2%	45,3%	
Gesamt	Anzahl	140	190	290	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 5,127; df = 6; p = 0,531$$

C24_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Instagram * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt	
Instagram	Unwichtig	Anzahl	76	94	125	295
		%	54,3%	49,7%	43,1%	47,7%
Eher unwichtig	Anzahl	27	41	51	119	
	%	19,3%	21,7%	17,6%	19,2%	
Eher wichtig	Anzahl	31	33	71	135	
	%	22,1%	17,5%	24,5%	21,8%	
Sehr wichtig	Anzahl	6	21	43	70	
	%	4,3%	11,1%	14,8%	11,3%	
Gesamt	Anzahl	140	189	290	619	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 15,8584; df = 6; p = 0,015$$

C24_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Snapchat * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Snapchat	Unwichtig	Anzahl	100	122	173	395
		%	71,4%	64,9%	60,1%	64,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	38	60	126
		%	20,0%	20,2%	20,8%	20,5%
	Eher wichtig	Anzahl	9	16	42	67
		%	6,4%	8,5%	14,6%	10,9%
Sehr wichtig	Anzahl	3	12	13	28	
	%	2,1%	6,4%	4,5%	4,5%	
Gesamt	Anzahl		140	188	288	616
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 12,4933; df = 6; p = 0,052$$

C24_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Facebook * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Facebook	Unwichtig	Anzahl	45	55	87	187
		%	32,1%	28,9%	30,0%	30,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	24	32	48	104
		%	17,1%	16,8%	16,6%	16,8%
	Eher wichtig	Anzahl	37	54	77	168
		%	26,4%	28,4%	26,6%	27,1%
Sehr wichtig	Anzahl	34	49	78	161	
	%	24,3%	25,8%	26,9%	26,0%	
Gesamt	Anzahl		140	190	290	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 0,7958; df = 6; p = 0,992$$

C24_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Twitter * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Twitter	Unwichtig	Anzahl	99	114	175	388
		%	70,7%	60,0%	60,3%	62,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	23	29	42	94
		%	16,4%	15,3%	14,5%	15,2%
	Eher wichtig	Anzahl	11	26	50	87
		%	7,9%	13,7%	17,2%	14,0%
Sehr wichtig	Anzahl	7	21	23	51	
	%	5,0%	11,1%	7,9%	8,2%	
Gesamt	Anzahl		140	190	290	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 11,9725; df = 6; p = 0,063$$

C24_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Skype * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Skype	Unwichtig	Anzahl	95	116	173	384
		%	67,9%	61,1%	59,7%	61,9%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	40	56	124
		%	20,0%	21,1%	19,3%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	12	22	47	81
		%	8,6%	11,6%	16,2%	13,1%
Sehr wichtig	Anzahl	5	12	14	31	
	%	3,6%	6,3%	4,8%	5,0%	
Gesamt	Anzahl		140	190	290	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 7,3341; df = 6; p = 0,291$$

C24_7 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? E-Mail * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
E-Mail	Unwichtig	Anzahl	41	53	65	159
		%	29,3%	27,9%	22,4%	25,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	37	37	50	124
		%	26,4%	19,5%	17,2%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	45	52	94	191
		%	32,1%	27,4%	32,4%	30,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	17	48	81	146
		%	12,1%	25,3%	27,9%	23,5%
Gesamt	Anzahl	140	190	290	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 17,9218; df = 6; p = 0,006$

C24_8 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Sonstiges * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Sonstiges	Unwichtig	Anzahl	113	148	215	476
		%	84,3%	85,1%	83,7%	84,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	16	18	29	63
		%	11,9%	10,3%	11,3%	11,2%
	Eher wichtig	Anzahl	1	5	7	13
		%	0,7%	2,9%	2,7%	2,3%
	Sehr wichtig	Anzahl	4	3	6	13
		%	3,0%	1,7%	2,3%	2,3%
Gesamt	Anzahl	134	174	257	565	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 2,5798; df = 6; p = 0,856$

OC24 Sonstige Dienste * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Sonstige Dienste	Anzahl	292	303	383	978
	%	98,3%	97,4%	96,7%	97,4%
die Dienste unseres Dozenten	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Discord	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
einfach mit Handy oder Telefon telefonieren	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Feuerwehr-Piepser	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Google+	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Handyanruf	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
intern benutzte App	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
normales persönliches Gespräch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
persönlicher Kontakt	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Pieper, d.h. digitaler Meldeempfänger für Textanzeigen	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
schriftlicher Kontakt per Brief (herkömmliche Post)	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
schriftlicher Verkehr	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Smartphone	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
SMS	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Telefon	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,3%	0,3%	0,2%
Telefon und persönlicher, direkter Kontakt	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Telefon, falls die Teilnehmer mich anrufen möchten	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
telefonieren	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Telefonieren, d.h. Teilnehmer anrufen über Festnetz bzw. Handy	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,5%	0,2%
Viber	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,3%	0,3%	0,2%
Webseite	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
YouTube	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,3%	0,1%
Gesamt	Anzahl	297	311	396	1004
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Schulbildung * Nutzung von Internet-Diensten im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

C25_1 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				Gesamt
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium		
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Täglich	Anzahl	2	1	0	3
		%	1,3%	0,8%	0,0%	0,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	8	5	12	25
		%	5,2%	4,2%	11,5%	6,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	18	20	15	53
		%	11,7%	16,8%	14,4%	14,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	19	20	12	51
		%	12,3%	16,8%	11,5%	13,5%
	Nie	Anzahl	107	73	65	245
		%	69,5%	61,3%	62,5%	65,0%
	Gesamt	Anzahl	154	119	104	377
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 9,8129; df = 8; p = 0,278$

C25_2 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				Gesamt
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium		
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	1	0	1	2
		%	0,6%	0,0%	1,0%	0,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	3	2	9
		%	2,6%	2,5%	1,9%	2,4%
	Nie	Anzahl	151	116	100	367
		%	96,8%	97,5%	96,2%	96,8%
	Gesamt	Anzahl	156	119	104	379
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 3,8212; df = 6; p = 0,701$

C25_3 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

		Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung				Gesamt
		Hauptschule	Realschule	Gymnasium		
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Täglich	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	1,0%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	2	1	1	4
		%	1,3%	0,8%	1,0%	1,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	4	3	2	9
		%	2,6%	2,5%	1,9%	2,4%
	Nie	Anzahl	149	115	100	364
		%	96,1%	96,6%	96,2%	96,3%
	Gesamt	Anzahl	155	119	104	378
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,9066; df = 6; p = 0,820$

C25_4 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	0	0	1
		%	0,6%	0,0%	0,0%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	1	1	5	7
		%	0,6%	0,8%	4,8%	1,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	9	13	6	28
		%	5,8%	10,9%	5,8%	7,4%
	Nie	Anzahl	144	105	93	342
		%	92,9%	88,2%	89,4%	90,5%
Gesamt	Anzahl	155	119	104	378	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 11,3674; df = 6; p = 0,078$$

C25_5 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Täglich	Anzahl	16	21	10	47
		%	10,4%	17,6%	9,6%	12,5%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	48	31	37	116
		%	31,2%	26,1%	35,6%	30,8%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	34	28	19	81
		%	22,1%	23,5%	18,3%	21,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	10	5	11	26
		%	6,5%	4,2%	10,6%	6,9%
	Nie	Anzahl	46	34	27	107
		%	29,9%	28,6%	26,0%	28,4%
Gesamt	Anzahl	154	119	104	377	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 9,6838; df = 8; p = 0,288$$

Schulbildung * Nutzung von Internet-Diensten im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

C26_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram)	Unwichtig	Anzahl	41	41	73	155
		%	29,3%	21,7%	25,2%	25,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	41	41	110
		%	20,0%	21,7%	14,1%	17,8%
	Eher wichtig	Anzahl	39	64	92	195
		%	27,9%	33,9%	31,7%	31,5%
	Sehr wichtig	Anzahl	32	43	84	159
		%	22,9%	22,8%	29,0%	25,7%
Gesamt	Anzahl	140	189	290	619	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 9,4830; df = 6; p = 0,148$$

C26_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Unwichtig	Anzahl	90	113	166	369
		%	64,7%	60,1%	57,4%	59,9%
	Eher unwichtig	Anzahl	25	38	53	116
		%	18,0%	20,2%	18,3%	18,8%
	Eher wichtig	Anzahl	18	20	52	90
		%	12,9%	10,6%	18,0%	14,6%
	Sehr wichtig	Anzahl	6	17	18	41
		%	4,3%	9,0%	6,2%	6,7%
Gesamt	Anzahl	139	188	289	616	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 8,6681; df = 6; p = 0,193$$

C26_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Unwichtig	Anzahl	98	122	184	404
		%	71,0%	64,9%	63,4%	65,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	22	34	58	114
		%	15,9%	18,1%	20,0%	18,5%
	Eher wichtig	Anzahl	16	18	38	72
		%	11,6%	9,6%	13,1%	11,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	2	14	10	26
		%	1,4%	7,4%	3,4%	4,2%
Gesamt	Anzahl	138	188	290	616	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 10,6237; df = 6; p = 0,101$$

C26_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Unwichtig	Anzahl	96	130	195	421
		%	70,1%	69,5%	67,7%	68,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	24	30	43	97
		%	17,5%	16,0%	14,9%	15,8%
	Eher wichtig	Anzahl	13	20	40	73
		%	9,5%	10,7%	13,9%	11,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	4	7	10	21
		%	2,9%	3,7%	3,5%	3,4%
Gesamt	Anzahl	137	187	288	612	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 2,5393; df = 6; p = 0,864$$

C26_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Unwichtig	Anzahl	96	119	182	397
		%	68,6%	63,6%	63,4%	64,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	29	36	54	119
		%	20,7%	19,3%	18,8%	19,4%
	Eher wichtig	Anzahl	11	22	35	68
		%	7,9%	11,8%	12,2%	11,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	4	10	16	30
		%	2,9%	5,3%	5,6%	4,9%
Gesamt	Anzahl	140	187	287	614	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 3,9695; df = 6; p = 0,681$$

C26_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Unwichtig	Anzahl	61	73	110	244
		%	43,6%	38,6%	37,9%	39,4%
	Eher unwichtig	Anzahl	34	42	63	139
		%	24,3%	22,2%	21,7%	22,5%
	Eher wichtig	Anzahl	36	50	87	173
		%	25,7%	26,5%	30,0%	27,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	9	24	30	63
		%	6,4%	12,7%	10,3%	10,2%
Gesamt	Anzahl	140	189	290	619	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 5,2480; df = 6; p = 0,512$$

Schulbildung * Medienkompetenz

C27_1 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.	Trifft nicht zu	Anzahl	62	77	120	259
		%	21,2%	25,0%	30,5%	26,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	96	109	156	361
		%	32,9%	35,4%	39,6%	36,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	98	98	98	294
		%	33,6%	31,8%	24,9%	29,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	36	24	20	80
		%	12,3%	7,8%	5,1%	8,0%
Gesamt	Anzahl	292	308	394	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 24,6040; df = 6; p = 0,000$$

C27_2 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.	Trifft nicht zu	Anzahl	46	32	29	107
		%	15,8%	10,5%	7,4%	10,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	98	82	68	248
		%	33,7%	27,0%	17,3%	25,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	112	127	200	439
		%	38,5%	41,8%	51,0%	44,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	35	63	95	193
		%	12,0%	20,7%	24,2%	19,6%
Gesamt	Anzahl	291	304	392	987	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 50,5620; df = 6; p = 0,000$$

C27_3 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.	Trifft nicht zu	Anzahl	148	166	223	537
		%	50,2%	53,4%	56,5%	53,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	77	82	95	254
		%	26,1%	26,4%	24,1%	25,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	57	42	50	149
		%	19,3%	13,5%	12,7%	14,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	13	21	27	61
		%	4,4%	6,8%	6,8%	6,1%
Gesamt	Anzahl	295	311	395	1001	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 9,1823; df = 6; p = 0,164$$

C27_4 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren	Trifft nicht zu	Anzahl	128	126	171	425
		%	43,2%	40,8%	43,5%	42,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	89	92	120	301
		%	30,1%	29,8%	30,5%	30,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	63	72	84	219
		%	21,3%	23,3%	21,4%	21,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	16	19	18	53
		%	5,4%	6,1%	4,6%	5,3%
Gesamt	Anzahl	296	309	393	998	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 1,5721; df = 6; p = 0,955$$

Schulbildung * Gründe der Internetnutzung für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>

C28_1 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	40	64	91	195
		%	47,6%	52,0%	43,8%	47,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	22	22	57	101
		%	26,2%	17,9%	27,4%	24,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	13	24	45	82
		%	15,5%	19,5%	21,6%	19,8%
	Trifft voll zu	Anzahl	9	13	15	37
		%	10,7%	10,6%	7,2%	8,9%
Gesamt	Anzahl	84	123	208	415	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 6,7094; df = 6; p = 0,349$$

C28_2 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen.	Trifft nicht zu	Anzahl	15	25	23	63
		%	17,9%	20,2%	11,1%	15,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	21	18	45	84
		%	25,0%	14,5%	21,7%	20,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	38	51	93	182
		%	45,2%	41,1%	44,9%	43,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	10	30	46	86
		%	11,9%	24,2%	22,2%	20,7%
Gesamt	Anzahl	84	124	207	415	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 12,6934; df = 6; p = 0,048$$

C28_3 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	7	11	20	38
		%	8,3%	8,9%	9,5%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	20	22	37	79
		%	23,8%	17,7%	17,6%	18,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	38	63	87	188
		%	45,2%	50,8%	41,4%	45,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	19	28	66	113
		%	22,6%	22,6%	31,4%	27,0%
Gesamt	Anzahl	84	124	210	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 6,5128; df = 6; p = 0,368$$

C28_4 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	4	12	18	34
		%	4,8%	9,7%	8,6%	8,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	23	25	47	95
		%	27,4%	20,2%	22,4%	22,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	40	50	86	176
		%	47,6%	40,3%	41,0%	42,1%
	Trifft voll zu	Anzahl	17	37	59	113
		%	20,2%	29,8%	28,1%	27,0%
Gesamt	Anzahl	84	124	210	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 4,6315; df = 6; p = 0,592$$

C28_5 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. .	Trifft nicht zu	Anzahl	13	15	10	38
		%	15,5%	12,1%	4,8%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	21	22	41	84
		%	25,0%	17,7%	19,5%	20,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	29	47	92	168
		%	34,5%	37,9%	43,8%	40,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	21	40	67	128
		%	25,0%	32,3%	31,9%	30,6%
Gesamt	Anzahl	84	124	210	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 13,7725; df = 6; p = 0,032$$

C28_6 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere.	Trifft nicht zu	Anzahl	11	17	19	47
		%	13,1%	13,7%	9,0%	11,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	17	23	31	71
		%	20,2%	18,5%	14,8%	17,0%
	Trifft eher zu	Anzahl	35	44	88	167
		%	41,7%	35,5%	41,9%	40,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	21	40	72	133
		%	25,0%	32,3%	34,3%	31,8%
Gesamt	Anzahl	84	124	210	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 6,0028; df = 6; p = 0,423$$

C28_7 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort.	Trifft nicht zu	Anzahl	16	27	23	66
		%	19,0%	21,8%	11,0%	15,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	20	22	41	83
		%	23,8%	17,7%	19,6%	19,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	33	47	93	173
		%	39,3%	37,9%	44,5%	41,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	15	28	52	95
		%	17,9%	22,6%	24,9%	22,8%
Gesamt	Anzahl	84	124	209	417	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 9,4750; df = 6; p = 0,149$$

Schulbildung * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet

D29_1 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.	Trifft nicht zu	Anzahl	29	44	72	145
		%	9,9%	14,5%	18,3%	14,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	52	73	115	240
		%	17,7%	24,0%	29,3%	24,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	123	115	125	363
		%	41,8%	37,8%	31,8%	36,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	90	72	81	243
		%	30,6%	23,7%	20,6%	24,5%
Gesamt	Anzahl	294	304	393	991	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 28,1514; df = 6; p = 0,000$$

D29_2 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	16	23	41	80
		%	5,7%	7,8%	10,5%	8,3%
	Trifft kaum zu	Anzahl	72	79	103	254
		%	25,6%	27,0%	26,3%	26,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	117	120	150	387
		%	41,6%	41,0%	38,4%	40,1%
	Trifft voll zu	Anzahl	76	71	97	244
		%	27,0%	24,2%	24,8%	25,3%
Gesamt	Anzahl	281	293	391	965	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,2306; df = 6; p = 0,515$

D29_3 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.	Trifft nicht zu	Anzahl	18	29	51	98
		%	6,1%	9,5%	13,1%	9,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	48	58	95	201
		%	16,4%	19,0%	24,5%	20,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	126	132	156	414
		%	43,0%	43,3%	40,2%	42,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	101	86	86	273
		%	34,5%	28,2%	22,2%	27,7%
Gesamt	Anzahl	293	305	388	986	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 23,7710; df = 6; p = 0,001$

D29_4 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.	Trifft nicht zu	Anzahl	39	50	66	155
		%	13,7%	16,9%	17,2%	16,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	104	101	149	354
		%	36,5%	34,1%	38,8%	36,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	100	95	130	325
		%	35,1%	32,1%	33,9%	33,7%
	Trifft voll zu	Anzahl	42	50	39	131
		%	14,7%	16,9%	10,2%	13,6%
Gesamt	Anzahl	285	296	384	965	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,9067; df = 6; p = 0,179$

D29_5 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.	Trifft nicht zu	Anzahl	4	9	12	25
		%	1,4%	2,9%	3,0%	2,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	37	37	51	125
		%	12,6%	12,1%	12,9%	12,6%
	Trifft eher zu	Anzahl	109	131	172	412
		%	37,2%	42,7%	43,7%	41,4%
	Trifft voll zu	Anzahl	143	130	159	432
		%	48,8%	42,3%	40,4%	43,5%
Gesamt	Anzahl	293	307	394	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 7,2821; df = 6; p = 0,296$

Schulbildung * Politisches Interesse

D30_1 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann politische Themen schlecht einschätzen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich kann politische Themen schlecht einschätzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	23	42	124	189
		%	7,8%	13,7%	31,5%	19,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	56	91	127	274
		%	19,0%	29,7%	32,2%	27,5%
	Trifft eher zu	Anzahl	127	106	108	341
		%	43,1%	34,6%	27,4%	34,3%
	Trifft voll zu	Anzahl	89	67	35	191
		%	30,2%	21,9%	8,9%	19,2%
Gesamt	Anzahl	295	306	394	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 123,0833; df = 6; p = 0,000$$

D30_2 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht.	Trifft nicht zu	Anzahl	121	85	47	253
		%	40,9%	27,7%	11,9%	25,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	102	83	106	291
		%	34,5%	27,0%	26,9%	29,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	61	113	164	338
		%	20,6%	36,8%	41,6%	33,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	12	26	77	115
		%	4,1%	8,5%	19,5%	11,5%
Gesamt	Anzahl	296	307	394	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 124,4979; df = 6; p = 0,000$$

D30_3 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen.	Trifft nicht zu	Anzahl	29	50	138	217
		%	9,9%	16,3%	34,9%	21,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	62	95	121	278
		%	21,1%	31,0%	30,6%	27,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	123	96	102	321
		%	41,8%	31,4%	25,8%	32,3%
	Trifft voll zu	Anzahl	80	65	34	179
		%	27,2%	21,2%	8,6%	18,0%
Gesamt	Anzahl	294	306	395	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 109,3208; df = 6; p = 0,000$$

D30_4 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken.	Trifft nicht zu	Anzahl	97	71	35	203
		%	33,0%	23,2%	8,8%	20,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	124	96	99	319
		%	42,2%	31,4%	25,0%	32,0%
	Trifft eher zu	Anzahl	63	112	170	345
		%	21,4%	36,6%	42,9%	34,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	10	27	92	129
		%	3,4%	8,8%	23,2%	13,0%
Gesamt	Anzahl	294	306	396	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 147,0913; df = 6; p = 0,000$$

Schulbildung * Bürger*innennormen

D31_1 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An jeder Bundestagswahl teilnehmen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
An jeder Bundestagswahl teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	19	15	13	47
		%	6,5%	4,9%	3,4%	4,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	69	43	38	150
		%	23,7%	14,0%	9,8%	15,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	92	102	114	308
		%	31,6%	33,2%	29,5%	31,3%
	Trifft voll zu	Anzahl	111	147	222	480
		%	38,1%	47,9%	57,4%	48,7%
Gesamt	Anzahl	291	307	387	985	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 39,8245; df = 6; p = 0,000$$

D31_2 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Einer politischen Partei beitreten. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Einer politischen Partei beitreten.	Trifft nicht zu	Anzahl	149	147	125	421
		%	53,2%	49,8%	32,6%	43,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	85	79	142	306
		%	30,4%	26,8%	37,0%	31,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	31	40	81	152
		%	11,1%	13,6%	21,1%	15,8%
	Trifft voll zu	Anzahl	15	29	36	80
		%	5,4%	9,8%	9,4%	8,3%
Gesamt	Anzahl	280	295	384	959	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 41,5948; df = 6; p = 0,000$$

D31_3 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich über Politik informieren. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
Sich über Politik informieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	32	21	16	69
		%	11,0%	6,9%	4,1%	7,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	82	63	55	200
		%	28,3%	20,6%	14,0%	20,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	111	121	175	407
		%	38,3%	39,5%	44,6%	41,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	65	101	146	312
		%	22,4%	33,0%	37,2%	31,6%
Gesamt	Anzahl	290	306	392	988	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 44,0808; df = 6; p = 0,000$$

D31_4 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An Demonstrationen teilnehmen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			Gesamt
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	
An Demonstrationen teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	71	57	62	190
		%	25,7%	19,5%	16,3%	20,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	103	101	132	336
		%	37,3%	34,5%	34,7%	35,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	63	80	128	271
		%	22,8%	27,3%	33,7%	28,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	39	55	58	152
		%	14,1%	18,8%	15,3%	16,0%
Gesamt	Anzahl	276	293	380	949	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 17,5762; df = 6; p = 0,007$$

D31_5 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	6	6	5	17
		%	2,1%	2,0%	1,3%	1,7%
	Trifft kaum zu	Anzahl	25	23	21	69
		%	8,7%	7,6%	5,4%	7,0%
	Trifft eher zu	Anzahl	98	95	106	299
		%	34,0%	31,5%	27,2%	30,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	159	178	257	594
		%	55,2%	58,9%	66,1%	60,7%
Gesamt	Anzahl	288	302	389	979	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 10,2110; df = 6; p = 0,116$

D31_6 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich an Gesetze halten. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Sich an Gesetze halten.	Trifft nicht zu	Anzahl	1	3	1	5
		%	0,3%	1,0%	0,3%	0,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	4	11	3	18
		%	1,4%	3,5%	0,8%	1,8%
	Trifft eher zu	Anzahl	66	59	87	212
		%	22,3%	19,0%	22,0%	21,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	225	237	305	767
		%	76,0%	76,5%	77,0%	76,5%
Gesamt	Anzahl	296	310	396	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,1039; df = 6; p = 0,085$

D31_7 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren. * Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung

			Aktuelle oder abgeschlossene Schulbildung			
			Hauptschule	Realschule	Gymnasium	Gesamt
Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	4	8	2	14
		%	1,4%	2,6%	0,5%	1,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	8	8	5	21
		%	2,7%	2,6%	1,3%	2,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	78	59	94	231
		%	26,6%	19,3%	23,9%	23,3%
	Trifft voll zu	Anzahl	203	231	293	727
		%	69,3%	75,5%	74,4%	73,2%
Gesamt	Anzahl	293	306	394	993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,6827; df = 6; p = 0,048$

MERKMALSKOMBINATIONEN: GRAD DES DIGITALEN ENGAGEMENTS (DIGITALS)

Digitals * Geschlecht

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A1 Geschlecht * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Geschlecht	männlich	Anzahl	181	185	136	502
		%	47,0%	52,0%	51,5%	50,0%
	weiblich	Anzahl	204	171	128	503
		%	53,0%	48,0%	48,5%	50,0%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 2,1660; df = 2; p = 0,339$

Digitals * Geburtsjahr

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A2 Geburtsjahr * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Geburtsjahr	1991	Anzahl	18	6	7	31
		%	4,7%	1,7%	2,7%	3,1%
	1992	Anzahl	22	24	26	72
		%	5,7%	6,7%	9,8%	7,2%
	1993	Anzahl	19	33	19	71
		%	4,9%	9,3%	7,2%	7,1%
	1994	Anzahl	30	22	20	72
		%	7,8%	6,2%	7,6%	7,2%
	1995	Anzahl	27	26	16	69
		%	7,0%	7,3%	6,1%	6,9%
	1996	Anzahl	22	32	19	73
		%	5,7%	9,0%	7,2%	7,3%
	1997	Anzahl	39	16	15	70
		%	10,1%	4,5%	5,7%	7,0%
	1998	Anzahl	32	20	21	73
		%	8,3%	5,6%	8,0%	7,3%
	1999	Anzahl	22	25	24	71
		%	5,7%	7,0%	9,1%	7,1%
	2000	Anzahl	22	32	14	68
		%	5,7%	9,0%	5,3%	6,8%
	2001	Anzahl	24	25	18	67
		%	6,2%	7,0%	6,8%	6,7%
	2002	Anzahl	17	28	22	67
		%	4,4%	7,9%	8,3%	6,7%
	2003	Anzahl	34	17	18	69
		%	8,8%	4,8%	6,8%	6,9%
	2004	Anzahl	23	25	19	67
		%	6,0%	7,0%	7,2%	6,7%
	2005	Anzahl	34	25	6	65
		%	8,8%	7,0%	2,3%	6,5%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 56,7308; df = 28; p = 0,001$

Altersgruppen * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Altersgruppen	14 bis 17 Jahre	Anzahl	108	95	65	268
		%	28,1%	26,7%	24,6%	26,7%
	18 bis 23 Jahre	Anzahl	161	150	111	422
		%	41,8%	42,1%	42,0%	42,0%
	24 bis 28 Jahre	Anzahl	116	111	88	315
		%	30,1%	31,2%	33,3%	31,3%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,2134; df = 4; p = 0,876$

Digitals * Derzeitige Hauptbeschäftigung

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A3 Derzeitige Hauptbeschäftigung * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Derzeitige Hauptbeschäftigung	Ich gehe zur Schule	Anzahl	114	111	78	303
		%	29,6%	31,2%	29,5%	30,1%
	Ich befinde mich in einer Berufsausbildung	Anzahl	59	68	41	168
		%	15,3%	19,1%	15,5%	16,7%
	Ich besuche eine (Fach-)Hochschule/Universität	Anzahl	28	36	44	108
		%	7,3%	10,1%	16,7%	10,7%
	Ich absolviere ein Freiwilligen-Jahr	Anzahl	1	9	4	14
		%	0,3%	2,5%	1,5%	1,4%
	Ich bin berufstätig (Halb- oder Ganztage)	Anzahl	148	118	88	354
		%	38,4%	33,1%	33,3%	35,2%
Ich bin auf Arbeitssuche/ohne Beschäftigung	Anzahl	29	9	8	46	
	%	7,5%	2,5%	3,0%	4,6%	
Etwas anderes	Anzahl	6	5	1	12	
	%	1,6%	1,4%	0,4%	1,2%	
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 37,8685; df = 12; p = 0,000$

Digitals * Angestrebter Bildungsabschluss

A4 Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Welchen höchsten Bildungsabschluss möchten Sie gerne erreichen?	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	39	18	6	63
		%	34,2%	16,2%	7,7%	20,8%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	41	33	20	94
		%	36,0%	29,7%	25,6%	31,0%
	Fachhochschulreife	Anzahl	1	5	2	8
		%	0,9%	4,5%	2,6%	2,6%
	Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	33	55	50	138
		%	28,9%	49,5%	64,1%	45,5%
Gesamt		Anzahl	114	111	78	303
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 35,1023; df = 6; p = 0,000$$

Digitals * Höchster erreichter Bildungsabschluss

A5 Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie erreicht?	Von der Schule abgegangen ohne Schulabschluss	Anzahl	1	1	0	2
		%	0,4%	0,4%	0,0%	0,3%
	Hauptschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	118	70	46	234
		%	43,5%	28,6%	24,7%	33,3%
	Realschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss	Anzahl	80	79	58	217
		%	29,5%	32,2%	31,2%	30,9%
	Fachhochschulreife	Anzahl	3	3	1	7
		%	1,1%	1,2%	0,5%	1,0%
	Abitur/Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium)	Anzahl	66	87	76	229
		%	24,4%	35,5%	40,9%	32,6%
	Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Anzahl	3	5	5	13
		%	1,1%	2,0%	2,7%	1,9%
Gesamt		Anzahl	271	245	186	702
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 27,6023; df = 10; p = 0,002$$

Digitals * Kombinierte Bildungsvariable

Neu berechnete Variable – kombinierte Bildungsvariable: Kombiniert angestrebte und erreichte Bildungsabschlüsse

		Digitals			Gesamt
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Hauptschule	Anzahl	157	88	52	297
	%	40,9	24,8	19,7	29,6
Realschule	Anzahl	121	112	78	311
	%	31,5	31,5	29,5	31,0
(Fach)Hochschulreife	Anzahl	106	155	134	395
	%	27,6	43,7	50,8	39,4
Gesamt	Anzahl	384	355	264	1003
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

$$\chi^2 = 52,134; df = 4; p = 0,000$$

Digitals * Bildungsabschluss Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A6 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihre Mutter?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	8	6	4	18
		%	2,1%	1,7%	1,5%	1,8%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	140	103	67	310
		%	36,9%	29,2%	25,6%	31,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	172	165	132	469
		%	45,4%	46,7%	50,4%	47,2%
	(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	59	79	59	197
		%	15,6%	22,4%	22,5%	19,8%
Gesamt	Anzahl	379	353	262	994	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 13,8867; df = 6; p = 0,031$

Digitals * Bildungsabschluss Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A7 Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Welchen höchsten Bildungsabschluss hat Ihr Vater?	Keinen Schulabschluss	Anzahl	4	5	4	13
		%	1,1%	1,4%	1,5%	1,3%
	Hauptschulabschluss	Anzahl	135	107	75	317
		%	36,1%	30,7%	28,7%	32,2%
	Mittlere Reife	Anzahl	148	151	112	411
		%	39,6%	43,3%	42,9%	41,8%
	(Fach-)Abitur/ (Fach-)Hochschulreife	Anzahl	87	86	70	243
		%	23,3%	24,6%	26,8%	24,7%
Gesamt	Anzahl	374	349	261	984	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,7820; df = 6; p = 0,572$

Digitals * Staatsbürgerschaft

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A8 Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Besitzen Sie die deutsche Staatsbürgerschaft?	Trifft nicht zu	Anzahl	22	18	18	58
		%	5,7%	5,1%	6,8%	5,8%
	Trifft zu	Anzahl	363	338	246	947
		%	94,3%	94,9%	93,2%	94,2%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 0,8691; df = 2; p = 0,648$

Digitals * Geburtsland Mutter

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A9 Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ist Ihre Mutter in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl %	53 13,9%	45 12,6%	37 14,0%	135 13,5%
	Trifft zu	Anzahl %	328 86,1%	311 87,4%	227 86,0%	866 86,5%
Gesamt		Anzahl	381	356	264	1001
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,3404; df = 2; p = 0,843$

Digitals * Geburtsland Vater

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A10 Ist Ihr Vater in Deutschland geboren? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ist Ihr Vater in Deutschland geboren?	Trifft nicht zu	Anzahl %	54 14,2%	55 15,4%	39 14,8%	148 14,8%
	Trifft zu	Anzahl %	327 85,8%	301 84,6%	225 85,2%	853 85,2%
Gesamt		Anzahl	381	356	264	1001
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,2380; df = 2; p = 0,888$

Digitals * Familiensprache (Deutsch)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

A11 In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
In welcher Sprache unterhalten Sie sich in Ihrer Familie hauptsächlich?	Deutsch	Anzahl %	351 91,2%	330 92,7%	248 93,9%	929 92,4%
	Andere Sprache und zwar:	Anzahl %	34 8,8%	26 7,3%	16 6,1%	76 7,6%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,7726; df = 2; p = 0,412$

Ergebnisse für „Andere Sprache und zwar“ auf der folgenden Seite

Digitals * Familiensprache (Andere)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OA11 Andere Sprache * Digitals

Andere Sprache		Digitals			Gesamt
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
	Anzahl	351	330	248	929
	%	91,2%	92,7%	93,9%	92,4%
Albanisch	Anzahl	1	2	1	4
	%	0,3%	0,6%	0,4%	0,4%
Arabisch	Anzahl	3	1	1	5
	%	0,8%	0,3%	0,4%	0,5%
Bulgarisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Englisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Französisch	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,3%	0,4%	0,2%
Griechisch	Anzahl	0	2	0	2
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,2%
Italienisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Kroatisch	Anzahl	3	2	0	5
	%	0,8%	0,6%	0,0%	0,5%
Kurdisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Libanesisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Persisch	Anzahl	1	1	0	2
	%	0,3%	0,3%	0,0%	0,2%
Polnisch	Anzahl	3	2	2	7
	%	0,8%	0,6%	0,8%	0,7%
Portugiesisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Rumänisch	Anzahl	3	1	1	5
	%	0,8%	0,3%	0,4%	0,5%
Russisch	Anzahl	5	4	4	13
	%	1,3%	1,1%	1,5%	1,3%
Serbisch	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Spanisch	Anzahl	1	0	1	2
	%	0,3%	0,0%	0,4%	0,2%
Syrisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Tschechisch	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Türkisch	Anzahl	8	10	2	20
	%	2,1%	2,8%	0,8%	2,0%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Digitals * Engagementstatus

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

Engagementstatus * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Engagementstatus	Nicht engagiert	Anzahl %	385 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	385 38,3%
	Engagiert	Anzahl %	0 0,0%	356 100,0%	264 100,0%	620 61,7%
Gesamt	Anzahl		385	356	264	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Digitals * Engagementbereich

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B13_1 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sport und Bewegung * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Sport und Bewegung	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	201 56,5%	151 57,2%	737 73,3%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	155 43,5%	113 42,8%	268 26,7%
Gesamt	Anzahl		385	356	264	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_2 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kultur und Musik * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Kultur und Musik	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	300 84,3%	204 77,3%	889 88,5%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	56 15,7%	60 22,7%	116 11,5%
Gesamt	Anzahl		385	356	264	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_3 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Freizeit und Geselligkeit * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Freizeit und Geselligkeit	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	263 73,9%	165 62,5%	813 80,9%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	93 26,1%	99 37,5%	192 19,1%
Gesamt	Anzahl		385	356	264	1005
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_4 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Sozialer Bereich * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Sozialer Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl	385	259	164	808
		%	100,0%	72,8%	62,1%	80,4%
	Trifft zu	Anzahl	0	97	100	197
		%	0,0%	27,2%	37,9%	19,6%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_5 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Gesundheitsbereich * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Gesundheitsbereich	Trifft nicht zu	Anzahl	385	306	226	917
		%	100,0%	86,0%	85,6%	91,2%
	Trifft zu	Anzahl	0	50	38	88
		%	0,0%	14,0%	14,4%	8,8%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_6 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Schule oder Kindergarten * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Schule oder Kindergarten	Trifft nicht zu	Anzahl	385	299	218	902
		%	100,0%	84,0%	82,6%	89,8%
	Trifft zu	Anzahl	0	57	46	103
		%	0,0%	16,0%	17,4%	10,2%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_7 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Außerschulische Jugendarbeit oder Bildungsarbeit für Erwachsene	Trifft nicht zu	Anzahl	385	304	207	896
		%	100,0%	85,4%	78,4%	89,2%
	Trifft zu	Anzahl	0	52	57	109
		%	0,0%	14,6%	21,6%	10,8%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_8 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Umwelt-, Naturschutz, Tierschutz	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	277 77,8%	177 67,0%	839 83,5%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	79 22,2%	87 33,0%	166 16,5%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_9 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Politik und politische Interessenvertretung * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Politik und politische Interessenvertretung	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	324 91,0%	212 80,3%	921 91,6%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	32 9,0%	52 19,7%	84 8,4%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_10 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Berufliche Interessenvertretung außerhalb des Betriebes	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	323 90,7%	229 86,7%	937 93,2%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	33 9,3%	35 13,3%	68 6,8%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_11 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Kirchlicher oder religiöser Bereich * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Kirchlicher oder religiöser Bereich	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	289 81,2%	228 86,4%	902 89,8%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	67 18,8%	36 13,6%	103 10,2%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_12 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Justiz oder Kriminalitätsprobleme * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Justiz oder Kriminalitätsprobleme	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	326 91,6%	241 91,3%	952 94,7%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	30 8,4%	23 8,7%	53 5,3%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_13 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	Trifft nicht zu	Anzahl %	385 100,0%	270 75,8%	219 83,0%	874 87,0%
	Trifft zu	Anzahl %	0 0,0%	86 24,2%	45 17,0%	131 13,0%
Gesamt		Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

B13_14 Haben Sie sich in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich für andere Menschen oder einen sozialen Zweck eingesetzt? In keinem dieser Bereiche * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
In keinem dieser Bereiche	Trifft nicht zu	Anzahl %	0 0,0%	356 100,0%	264 100,0%	620 61,9%
	Trifft zu	Anzahl %	382 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	382 38,1%
Gesamt		Anzahl	382	356	264	1002
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Digitals * Engagement Zeitaufwand

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

OB14 Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Digitals

		Digitals			
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt	
Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1	Anzahl	18	8	26
		%	5,2%	3,1%	4,3%
	2	Anzahl	45	39	84
		%	13,0%	15,1%	13,9%
	3	Anzahl	49	22	71
		%	14,2%	8,5%	11,8%
	4	Anzahl	51	26	77
		%	14,8%	10,0%	12,7%
	5	Anzahl	39	39	78
		%	11,3%	15,1%	12,9%
	6	Anzahl	34	28	62
		%	9,9%	10,8%	10,3%
	7	Anzahl	5	11	16
		%	1,4%	4,2%	2,6%
	8	Anzahl	29	15	44
		%	8,4%	5,8%	7,3%
	9	Anzahl	2	4	6
		%	0,6%	1,5%	1,0%
	10	Anzahl	32	29	61
		%	9,3%	11,2%	10,1%
	12	Anzahl	21	9	30
		%	6,1%	3,5%	5,0%
	13	Anzahl	1	0	1
		%	0,3%	0,0%	0,2%
	14	Anzahl	0	6	6
		%	0,0%	2,3%	1,0%
	15	Anzahl	8	8	16
		%	2,3%	3,1%	2,6%
	16	Anzahl	1	5	6
		%	0,3%	1,9%	1,0%
	18	Anzahl	1	2	3
		%	0,3%	0,8%	0,5%
	20	Anzahl	5	5	10
		%	1,4%	1,9%	1,7%
	24	Anzahl	0	1	1
		%	0,0%	0,4%	0,2%
	25	Anzahl	1	1	2
		%	0,3%	0,4%	0,3%
	30	Anzahl	2	0	2
		%	0,6%	0,0%	0,3%
	36	Anzahl	0	1	1
		%	0,0%	0,4%	0,2%
	40	Anzahl	1	0	1
		%	0,3%	0,0%	0,2%
Gesamt		Anzahl	345	259	604
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 46,4314; df = 42; p = 0,295$

OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet? * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
OB14: Wieviele Stunden haben Sie in den letzten 4 Wochen pro Woche für Ihr Engagement verwendet?	1-5 h	Anzahl	202	134	336
		%	58,6%	51,7%	55,6%
	6-11h	Anzahl	102	87	189
		%	29,6%	33,6%	31,3%
	12-40h	Anzahl	41	38	79
		%	11,9%	14,7%	13,1%
Gesamt	Anzahl	345	259	604	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,9530; df = 4; p = 0,094$

Digitals * Org. Rahmen des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B15_1 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
In einer festen Organisation, z.B. einem Verein, einem Verband oder einer Partei	Trifft nicht zu	Anzahl	108	107	215
		%	30,3%	40,5%	34,7%
	Trifft zu	Anzahl	248	157	405
		%	69,7%	59,5%	65,3%
Gesamt	Anzahl	356	264	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,9530; df = 1; p = 0,008$

B15_2 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? im Rahmen der Schule oder Hochschule * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
im Rahmen der Schule oder Hochschule	Trifft nicht zu	Anzahl	286	195	481
		%	80,3%	73,9%	77,6%
	Trifft zu	Anzahl	70	69	139
		%	19,7%	26,1%	22,4%
Gesamt	Anzahl	356	264	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,6522; df = 1; p = 0,056$

B15_3 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
In einer selbstorganisierten Gruppe außerhalb einer Organisation	Trifft nicht zu	Anzahl	278	156	434
		%	78,1%	59,1%	70,0%
	Trifft zu	Anzahl	78	108	186
		%	21,9%	40,9%	30,0%
Gesamt	Anzahl	356	264	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 26,0557; df = 1; p = 0,000$

B15_4 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
In einer Gruppe von Leuten, die sich vor allem online organisiert.	Trifft nicht zu	Anzahl	310	176	486
		%	87,1%	66,7%	78,4%
	Trifft zu	Anzahl	46	88	134
		%	12,9%	33,3%	21,6%
Gesamt		Anzahl	356	264	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 37,2799; df = 1; p = 0,000$

B15_5 In welchem Rahmen sind Sie engagiert? Ich mache das eher alleine. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Ich mache das eher alleine.	Trifft nicht zu	Anzahl	281	206	487
		%	78,9%	78,0%	78,5%
	Trifft zu	Anzahl	75	58	133
		%	21,1%	22,0%	21,5%
Gesamt		Anzahl	356	264	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,0732; df = 1; p = 0,787$

Digitals * Anstoß für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B16_1 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Freunde bzw. Freundinnen * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Durch Freunde bzw. Freundinnen	Trifft nicht zu	Anzahl	127	85	212
		%	35,7%	32,2%	34,2%
	Trifft zu	Anzahl	229	179	408
		%	64,3%	67,8%	65,8%
Gesamt		Anzahl	356	264	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,8145; df = 1; p = 0,367$

B16_2 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch meine Familie * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Durch meine Familie	Trifft nicht zu	Anzahl	228	157	385
		%	64,0%	59,5%	62,1%
	Trifft zu	Anzahl	128	107	235
		%	36,0%	40,5%	37,9%
Gesamt		Anzahl	356	264	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 1,3482; df = 1; p = 0,246$

B16_3 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die Schule/Lehrkräfte * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Durch die Schule/Lehrkräfte	Trifft nicht zu	Anzahl	268	191	459
		%	75,3%	72,3%	74,0%
	Trifft zu	Anzahl	88	73	161
		%	24,7%	27,7%	26,0%
Gesamt	Anzahl		356	264	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,6780; df = 1; p = 0,410$

B16_4 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich habe es mir selbst überlegt. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Ich habe es mir selbst überlegt.	Trifft nicht zu	Anzahl	186	131	317
		%	52,2%	49,6%	51,1%
	Trifft zu	Anzahl	170	133	303
		%	47,8%	50,4%	48,9%
Gesamt	Anzahl		356	264	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,4183; df = 1; p = 0,518$

B16_5 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Durch Werbung einer Organisation, eines Vereins oder einer Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	261	185	446
		%	73,3%	70,1%	71,9%
	Trifft zu	Anzahl	95	79	174
		%	26,7%	29,9%	28,1%
Gesamt	Anzahl		356	264	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,7877; df = 1; p = 0,375$

B16_6 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Ich bin über Inhalte im Internet darauf gestoßen.	Trifft nicht zu	Anzahl	312	187	499
		%	87,6%	70,8%	80,5%
	Trifft zu	Anzahl	44	77	121
		%	12,4%	29,2%	19,5%
Gesamt	Anzahl		356	264	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 27,2613; df = 1; p = 0,000$

B16_7 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Durch die persönliche Ansprache aus der Organisation, dem Verein oder der Gruppe.	Trifft nicht zu	Anzahl	211	158	369
		%	59,3%	59,8%	59,5%
	Trifft zu	Anzahl	145	106	251
		%	40,7%	40,2%	40,5%
Gesamt	Anzahl		356	264	620
	%		100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 0,0211; df = 1; p = 0,885$

B16_8 Wie sind Sie zu dem Engagement gekommen, das die meiste Zeit in Anspruch nimmt? Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Durch Diskussionen im Internet oder sozialen Medien	Trifft nicht zu	Anzahl	313	171	484
		%	87,9%	64,8%	78,1%
	Trifft zu	Anzahl	43	93	136
		%	12,1%	35,2%	21,9%
Gesamt	Anzahl	356	264	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 47,4364; df = 1; p = 0,000$

Digitals * Ziele des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B17_1 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die Interessen von Jugendlichen vertreten. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Die Interessen von Jugendlichen vertreten.	Unwichtig	Anzahl	83	26	109
		%	23,9%	10,1%	18,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	64	32	96
		%	18,4%	12,5%	15,9%
	Eher wichtig	Anzahl	109	90	199
		%	31,3%	35,0%	32,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	92	109	201
		%	26,4%	42,4%	33,2%
Gesamt	Anzahl	348	257	605	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 30,7336; df = 3; p = 0,000$

B17_2 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Mich für den Umwelt- oder Tierschutz einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	158	51	209
		%	44,9%	19,9%	34,4%
	Eher unwichtig	Anzahl	74	48	122
		%	21,0%	18,8%	20,1%
	Eher wichtig	Anzahl	54	61	115
		%	15,3%	23,8%	18,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	66	96	162
		%	18,8%	37,5%	26,6%
Gesamt	Anzahl	352	256	608	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 52,4523; df = 3; p = 0,000$

B17_3 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Menschen mit Behinderungen helfen. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Menschen mit Behinderungen helfen.	Unwichtig	Anzahl	119	55	174
		%	34,1%	21,4%	28,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	71	59	130
		%	20,3%	23,0%	21,5%
	Eher wichtig	Anzahl	98	76	174
		%	28,1%	29,6%	28,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	61	67	128
		%	17,5%	26,1%	21,1%
Gesamt	Anzahl	349	257	606	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,0680; df = 3; p = 0,003$

B17_4 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Mich für ein besseres Zusammenleben mit Migranten oder Geflüchteten einsetzen.	Unwichtig	Anzahl	151	63	214
		%	43,3%	24,8%	35,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	93	61	154
		%	26,6%	24,0%	25,5%
	Eher wichtig	Anzahl	81	78	159
		%	23,2%	30,7%	26,4%
	Sehr wichtig	Anzahl	24	52	76
		%	6,9%	20,5%	12,6%
Gesamt	Anzahl	349	254	603	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 39,2152; df = 3; p = 0,000$

B17_5 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
anderen Wissen oder Können vermitteln, etwas beibringen	Unwichtig	Anzahl	76	36	112
		%	21,5%	13,8%	18,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	52	37	89
		%	14,7%	14,2%	14,5%
	Eher wichtig	Anzahl	116	91	207
		%	32,8%	34,9%	33,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	110	97	207
		%	31,1%	37,2%	33,7%
Gesamt	Anzahl	354	261	615	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,7403; df = 3; p = 0,081$

B17_6 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Armen oder sozial schwachen Menschen helfen. * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Armen oder sozial schwachen Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	108	38	146
		%	30,9%	14,8%	24,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	64	38	102
		%	18,3%	14,8%	16,8%
	Eher wichtig	Anzahl	118	94	212
		%	33,7%	36,6%	34,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	60	87	147
		%	17,1%	33,9%	24,2%
Gesamt	Anzahl	350	257	607	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 34,4246; df = 3; p = 0,000$

B17_7 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Soziale oder politische Veränderungen in Deutschland ermöglichen.	Unwichtig	Anzahl	163	50	213
		%	46,8%	19,5%	35,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	84	52	136
		%	24,1%	20,3%	22,5%
	Eher wichtig	Anzahl	69	79	148
		%	19,8%	30,9%	24,5%
	Sehr wichtig	Anzahl	32	75	107
		%	9,2%	29,3%	17,7%
Gesamt	Anzahl	348	256	604	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 73,1169; df = 3; p = 0,000$

B17_8 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Älteren Menschen helfen. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Älteren Menschen helfen.	Unwichtig	Anzahl	127	61	188
		%	36,5%	23,5%	30,9%
	Eher unwichtig	Anzahl	61	55	116
		%	17,5%	21,2%	19,1%
	Eher wichtig	Anzahl	88	79	167
		%	25,3%	30,4%	27,5%
	Sehr wichtig	Anzahl	72	65	137
		%	20,7%	25,0%	22,5%
Gesamt	Anzahl	348	260	608	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 11,8343; df = 3; p = 0,008$

B17_9 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Etwas für Menschen in armen Ländern tun. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Etwas für Menschen in armen Ländern tun.	Unwichtig	Anzahl	182	67	249
		%	52,4%	26,7%	41,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	81	48	129
		%	23,3%	19,1%	21,6%
	Eher wichtig	Anzahl	55	87	142
		%	15,9%	34,7%	23,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	29	49	78
		%	8,4%	19,5%	13,0%
Gesamt	Anzahl	347	251	598	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 60,0295; df = 3; p = 0,000$

B17_10 Wie wichtig sind oder waren die folgenden Ziele bei Ihren Engagementaktivitäten? Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Die digitale Welt zu einem besseren Ort für alle machen.	Unwichtig	Anzahl	218	70	288
		%	62,5%	27,5%	47,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	77	67	144
		%	22,1%	26,3%	23,8%
	Eher wichtig	Anzahl	41	74	115
		%	11,7%	29,0%	19,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	13	44	57
		%	3,7%	17,3%	9,4%
Gesamt	Anzahl	349	255	604	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 90,6455; df = 3; p = 0,000$

Digitals * Engagementhäufigkeit

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B18 Wie häufig findet Ihr Engagement statt? * Digitals

		Digitals			
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt	
Wie häufig findet Ihr Engagement statt?	Täglich	Anzahl	15	22	37
		%	4,2%	8,3%	6,0%
	Mehrmals in der Woche	Anzahl	197	149	346
		%	55,3%	56,4%	55,8%
	Einmal in der Woche	Anzahl	91	61	152
		%	25,6%	23,1%	24,5%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	31	19	50
		%	8,7%	7,2%	8,1%
	Einmal im Monat	Anzahl	11	7	18
		%	3,1%	2,7%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	11	6	17
		%	3,1%	2,3%	2,7%
Gesamt		Anzahl	356	264	620
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 5,6159; df = 5; p = 0,345$

Digitals * Motive des Engagements

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angeben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

B19_1 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss mir Spaß machen. (Emotion) * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Es muss mir Spaß machen. (Emotion)	Unwichtig	Anzahl	7	3	3	13
		%	1,8%	0,8%	1,1%	1,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	4	17	14	35
		%	1,1%	4,8%	5,3%	3,5%
	Eher wichtig	Anzahl	78	78	80	236
		%	20,5%	21,9%	30,3%	23,6%
Sehr wichtig	Anzahl	291	258	167	716	
	%	76,6%	72,5%	63,3%	71,6%	
Gesamt	Anzahl	380	356	264	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 6,2872; df = 3; p = 0,098$

B19_2 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte) * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Es muss gemeinsam mit anderen Menschen stattfinden. (Soziale Kontakte)	Unwichtig	Anzahl	14	16	6	36
		%	3,7%	4,5%	2,3%	3,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	41	23	20	84
		%	10,8%	6,5%	7,6%	8,4%
	Eher wichtig	Anzahl	151	90	91	332
		%	39,7%	25,3%	34,5%	33,2%
Sehr wichtig	Anzahl	174	227	147	548	
	%	45,8%	63,8%	55,7%	54,8%	
Gesamt	Anzahl	380	356	264	1000	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,4061; df = 3; p = 0,038$

B19_3 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit) * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Ich muss damit wirklich etwas bewegen können. (Wirksamkeit)	Unwichtig	Anzahl	19	15	3	37
		%	5,0%	4,2%	1,1%	3,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	55	51	26	132
		%	14,6%	14,4%	9,8%	13,3%
	Eher wichtig	Anzahl	143	153	85	381
		%	37,9%	43,1%	32,2%	38,3%
Sehr wichtig	Anzahl	160	136	150	446	
	%	42,4%	38,3%	56,8%	44,8%	
Gesamt	Anzahl	377	355	264	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 23,3576; df = 3; p = 0,000$

B19_4 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit) * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Es muss unverbindlich sein. (Verbindlichkeit)	Unwichtig	Anzahl	19	77	35	131
		%	5,1%	21,6%	13,3%	13,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	50	108	61	219
		%	13,4%	30,3%	23,1%	22,1%
	Eher wichtig	Anzahl	119	102	82	303
		%	31,9%	28,7%	31,1%	30,5%
Sehr wichtig	Anzahl	185	69	86	340	
	%	49,6%	19,4%	32,6%	34,2%	
Gesamt	Anzahl	373	356	264	993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 19,6403; df = 3; p = 0,000$

B19_5 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung) * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich muss bestimmen können, wann ich etwas mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	13	31	14	58
		%	3,5%	8,7%	5,3%	5,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	30	89	44	163
		%	8,0%	25,1%	16,7%	16,4%
	Eher wichtig	Anzahl	114	141	102	357
		%	30,3%	39,7%	38,6%	35,9%
Sehr wichtig	Anzahl	219	94	104	417	
	%	58,2%	26,5%	39,4%	41,9%	
Gesamt	Anzahl	376	355	264	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 15,3662; df = 3; p = 0,002$

B19_6 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung) * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich muss bestimmen können, was ich mache. (Selbstbestimmung)	Unwichtig	Anzahl	9	24	12	45
		%	2,4%	6,7%	4,5%	4,5%
	Eher unwichtig	Anzahl	27	62	40	129
		%	7,2%	17,4%	15,2%	12,9%
	Eher wichtig	Anzahl	139	156	110	405
		%	36,9%	43,8%	41,7%	40,6%
Sehr wichtig	Anzahl	202	114	102	418	
	%	53,6%	32,0%	38,6%	41,9%	
Gesamt	Anzahl	377	356	264	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 3,7987; df = 3; p = 0,284$

B19_7 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung) * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Es muss sinnvoll für die Gesellschaft sein. (Sinnstiftung)	Unwichtig	Anzahl	25	30	14	69
		%	6,7%	8,5%	5,4%	7,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	66	55	21	142
		%	17,7%	15,7%	8,0%	14,4%
	Eher wichtig	Anzahl	155	135	102	392
		%	41,6%	38,5%	39,1%	39,8%
Sehr wichtig	Anzahl	127	131	124	382	
	%	34,0%	37,3%	47,5%	38,8%	
Gesamt	Anzahl	373	351	261	985	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 12,8586; df = 3; p = 0,005$

B19_8 Welche der folgenden Gründe sind für Sie wichtig / könnten für Sie wichtig sein, um sich ehrenamtlich zu engagieren? Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung) * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich will meine Fähigkeiten einbringen können. (Selbstentfaltung)	Unwichtig	Anzahl	6	9	2	17
		%	1,6%	2,5%	0,8%	1,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	28	17	73
		%	7,4%	7,9%	6,5%	7,3%
	Eher wichtig	Anzahl	160	141	95	396
		%	42,2%	39,6%	36,1%	39,7%
Sehr wichtig	Anzahl	185	178	149	512	
	%	48,8%	50,0%	56,7%	51,3%	
Gesamt	Anzahl	379	356	263	998	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 4,8176; df = 3; p = 0,186$

Digitals * Relevanz des Internets für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C20 Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus? * Digitals

			Digitals			
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt	
Wie stark üben Sie Ihr Engagement insgesamt über Internet oder soziale Medien aus?	gar nicht	Anzahl	202	0	202	
		%	56,7%	0,0%	32,6%	
	eher weniger	Anzahl	154	0	154	
		%	43,3%	0,0%	24,8%	
	teils/teils	Anzahl	0	158	158	
		%	0,0%	59,8%	25,5%	
	überwiegend	Anzahl	0	90	90	
		%	0,0%	34,1%	14,5%	
	vollständig	Anzahl	0	16	16	
		%	0,0%	6,1%	2,6%	
Gesamt	Anzahl	356	264	620		
	%	100,0%	100,0%	100,0%		

$\chi^2 = 67,1751; df = 8; p = 0,000$

Digitals * Aktivitäten im Internet (Allgemein)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C21_1 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	2	8	7	17
		%	0,5%	2,2%	2,7%	1,7%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	61	50	74	185
		%	15,9%	14,0%	28,0%	18,4%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	105	97	97	299
		%	27,3%	27,2%	36,7%	29,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	65	74	50	189
		%	16,9%	20,8%	18,9%	18,8%
	Nie	Anzahl	151	127	36	314
		%	39,3%	35,7%	13,6%	31,3%
	Gesamt	Anzahl	384	356	264	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 67,1751; df = 8; p = 0,000$

C21_2 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	7	10	12	29
		%	1,8%	2,8%	4,5%	2,9%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	83	76	94	253
		%	21,6%	21,3%	35,6%	25,2%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	129	107	100	336
		%	33,5%	30,1%	37,9%	33,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	67	73	42	182
		%	17,4%	20,5%	15,9%	18,1%
	Nie	Anzahl	99	90	16	205
		%	25,7%	25,3%	6,1%	20,4%
	Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 60,3463; df = 8; p = 0,000$

C21_3 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
... Ihre Meinung in Foren oder Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	9	4	14	27
		%	2,3%	1,1%	5,3%	2,7%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	70	58	82	210
		%	18,2%	16,3%	31,1%	20,9%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	101	87	96	284
		%	26,3%	24,4%	36,4%	28,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	72	85	42	199
		%	18,8%	23,9%	15,9%	19,8%
	Nie	Anzahl	132	122	30	284
		%	34,4%	34,3%	11,4%	28,3%
	Gesamt	Anzahl	384	356	264	1004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$\chi^2 = 78,0432; df = 8; p = 0,000$

C21_4 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer öffentlich kommentiert? * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
... Aussagen anderer öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	4	3	12	19
		%	1,0%	0,8%	4,5%	1,9%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	58	40	69	167
		%	15,1%	11,2%	26,1%	16,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	99	85	84	268
		%	25,8%	23,9%	31,8%	26,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	71	100	60	231
		%	18,5%	28,1%	22,7%	23,0%
	Nie	Anzahl	151	128	39	318
		%	39,4%	36,0%	14,8%	31,7%
Gesamt	Anzahl	383	356	264	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 78,5722; df = 8; p = 0,000$

C21_5 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	0	0	10	10
		%	0,0%	0,0%	3,8%	1,0%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	10	13	34	57
		%	2,6%	3,7%	13,0%	5,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	21	21	58	100
		%	5,5%	5,9%	22,2%	10,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	31	34	42	107
		%	8,1%	9,6%	16,1%	10,7%
	Nie	Anzahl	322	288	117	727
		%	83,9%	80,9%	44,8%	72,6%
Gesamt	Anzahl	384	356	261	1001	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 162,7665; df = 8; p = 0,000$

C21_6 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	8	4	10	22
		%	2,1%	1,1%	3,8%	2,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	33	20	34	87
		%	8,6%	5,6%	13,0%	8,7%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	41	43	70	154
		%	10,7%	12,1%	26,7%	15,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	43	59	62	164
		%	11,2%	16,6%	23,7%	16,4%
	Nie	Anzahl	259	230	86	575
		%	67,4%	64,6%	32,8%	57,4%
Gesamt	Anzahl	384	356	262	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 96,7580; df = 8; p = 0,000$

C21_7 Internet und soziale Medien: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	8	2	2	12
		%	2,1%	0,6%	0,8%	1,2%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	23	18	49	90
		%	6,0%	5,1%	18,6%	9,0%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	43	41	84	168
		%	11,2%	11,5%	31,8%	16,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	76	111	75	262
		%	19,8%	31,2%	28,4%	26,1%
	Nie	Anzahl	234	184	54	472
		%	60,9%	51,7%	20,5%	47,0%
Gesamt	Anzahl	384	356	264	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 156,8673; df = 8; p = 0,000$

Digitals * Aktivitäten im Internet (Politik/Engagement)

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C22_1 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... Inhalte öffentlich auf Ihrem Profil geteilt?	Täglich	Anzahl	0	0	4	4
		%	0,0%	0,0%	1,5%	0,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	21	16	45	82
		%	5,5%	4,5%	17,0%	8,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	39	59	84	182
		%	10,1%	16,6%	31,8%	18,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	63	83	60	206
		%	16,4%	23,3%	22,7%	20,5%
	Nie	Anzahl	262	198	71	531
		%	68,1%	55,6%	26,9%	52,8%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 143,7337; df = 8; p = 0,000$

C22_2 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... interessante Beiträge an andere weitergeleitet? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... interessante Beiträge an andere weitergeleitet?	Täglich	Anzahl	0	1	7	8
		%	0,0%	0,3%	2,7%	0,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	24	31	68	123
		%	6,2%	8,7%	25,8%	12,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	57	82	92	231
		%	14,8%	23,1%	34,8%	23,0%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	80	89	62	231
		%	20,8%	25,1%	23,5%	23,0%
	Nie	Anzahl	224	152	35	411
		%	58,2%	42,8%	13,3%	40,9%
Gesamt	Anzahl	385	355	264	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 176,4700; df = 8; p = 0,000$

C22_3 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt? * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
... Ihre Meinung in Foren oder Online-Gruppen-Chats gesagt?	Täglich	Anzahl	0	2	8	10
		%	0,0%	0,6%	3,0%	1,0%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	17	12	50	79
		%	4,4%	3,4%	18,9%	7,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	40	58	87	185
		%	10,4%	16,3%	33,0%	18,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	62	90	58	210
		%	16,1%	25,4%	22,0%	20,9%
	Nie	Anzahl	266	193	61	520
		%	69,1%	54,4%	23,1%	51,8%
Gesamt	Anzahl	385	355	264	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 188,4765; df = 8; p = 0,000$

C22_4 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert? * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
... Aussagen anderer im Internet öffentlich kommentiert?	Täglich	Anzahl	0	0	6	6
		%	0,0%	0,0%	2,3%	0,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	16	19	39	74
		%	4,2%	5,3%	14,8%	7,4%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	44	52	84	180
		%	11,5%	14,6%	31,9%	17,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	65	91	67	223
		%	16,9%	25,6%	25,5%	22,2%
	Nie	Anzahl	259	194	67	520
		%	67,4%	54,5%	25,5%	51,8%
Gesamt	Anzahl	384	356	263	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 145,6318; df = 8; p = 0,000$

C22_5 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online Geld gespendet? * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
... online Geld gespendet?	Täglich	Anzahl	0	0	3	3
		%	0,0%	0,0%	1,1%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	0	1	11	12
		%	0,0%	0,3%	4,2%	1,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	0	3	26	29
		%	0,0%	0,8%	9,9%	2,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	14	33	60	107
		%	3,6%	9,3%	22,8%	10,7%
	Nie	Anzahl	371	317	163	851
		%	96,4%	89,5%	62,0%	84,9%
Gesamt	Anzahl	385	354	263	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 173,6574; df = 8; p = 0,000$

C22_6 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... bei Wiki-Seiten mitgemacht (z.B. Wikipedia o.ä.)?	Täglich	Anzahl	0	0	2	2
		%	0,0%	0,0%	0,8%	0,2%
	Mehrals pro Woche	Anzahl	0	4	9	13
		%	0,0%	1,1%	3,4%	1,3%
	Mehrals im Monat	Anzahl	8	10	35	53
		%	2,1%	2,8%	13,3%	5,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	22	21	53	96
		%	5,7%	5,9%	20,1%	9,6%
	Nie	Anzahl	355	321	165	841
		%	92,2%	90,2%	62,5%	83,7%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 124,0813; df = 8; p = 0,000$$

C22_7 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Online-Spendenaufwurf geteilt? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... einen Online-Spendenaufwurf geteilt?	Mehrals pro Woche	Anzahl	0	3	16	19
		%	0,0%	0,8%	6,1%	1,9%
	Mehrals im Monat	Anzahl	4	5	26	35
		%	1,0%	1,4%	9,9%	3,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	21	37	61	119
		%	5,5%	10,4%	23,2%	11,9%
Nie	Anzahl	360	310	160	830	
	%	93,5%	87,3%	60,8%	82,8%	
Gesamt	Anzahl	385	355	263	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 139,5405; df = 6; p = 0,000$$

C22_8 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... einen Blog oder eine Webseite gepflegt? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... einen Blog oder eine Webseite gepflegt?	Täglich	Anzahl	0	1	6	7
		%	0,0%	0,3%	2,3%	0,7%
	Mehrals pro Woche	Anzahl	1	8	28	37
		%	0,3%	2,2%	10,6%	3,7%
	Mehrals im Monat	Anzahl	9	14	48	71
		%	2,3%	3,9%	18,2%	7,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	10	20	45	75
		%	2,6%	5,6%	17,0%	7,5%
	Nie	Anzahl	365	313	137	815
		%	94,8%	87,9%	51,9%	81,1%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 209,9532; df = 8; p = 0,000$$

C22_9 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... ein Video oder eine Story erstellt? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... ein Video oder eine Story erstellt?	Täglich	Anzahl	1	0	6	7
		%	0,3%	0,0%	2,3%	0,7%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	4	2	20	26
		%	1,0%	0,6%	7,6%	2,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	15	26	48	89
		%	3,9%	7,3%	18,3%	8,9%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	28	41	66	135
		%	7,3%	11,5%	25,1%	13,4%
	Nie	Anzahl	337	287	123	747
		%	87,5%	80,6%	46,8%	74,4%
Gesamt	Anzahl	385	356	263	1004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 161,8169; df = 8; p = 0,000$

C22_10 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... eine Online-Gruppe mitgegründet? * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... eine Online-Gruppe mitgegründet?	Täglich	Anzahl	0	0	1	1
		%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	0	3	16	19
		%	0,0%	0,8%	6,1%	1,9%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	5	6	25	36
		%	1,3%	1,7%	9,5%	3,6%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	19	32	65	116
		%	4,9%	9,0%	24,8%	11,6%
	Nie	Anzahl	361	314	155	830
		%	93,8%	88,5%	59,2%	82,8%
Gesamt	Anzahl	385	355	262	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 152,6606; df = 8; p = 0,000$

C22_11 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr) * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
... sich an einer Hashtag-Bewegung beteiligt (z.B. #metoo, #esreicht oder #wirsindmehr)	Täglich	Anzahl	0	0	3	3
		%	0,0%	0,0%	1,1%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	0	25	26
		%	0,3%	0,0%	9,5%	2,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	7	13	45	65
		%	1,8%	3,7%	17,1%	6,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	44	56	64	164
		%	11,4%	15,8%	24,3%	16,4%
	Nie	Anzahl	333	285	126	744
		%	86,5%	80,5%	47,9%	74,3%
Gesamt	Anzahl	385	354	263	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 187,3465; df = 8; p = 0,000$

C22_12 Politische und gesellschaftliche Themen: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten ... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht? * Digitals

		Digitals			Gesamt	
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
... online nach Leuten mit ähnlichen Interessen gesucht?	Täglich	Anzahl	1	0	5	6
		%	0,3%	0,0%	1,9%	0,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	16	18	29	63
		%	4,2%	5,1%	11,0%	6,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	20	31	72	123
		%	5,2%	8,7%	27,3%	12,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	36	66	81	183
		%	9,4%	18,5%	30,7%	18,2%
	Nie	Anzahl	312	241	77	630
		%	81,0%	67,7%	29,2%	62,7%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 199,8276; df = 8; p = 0,000$

Digitals * App-Nutzung im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C23_1 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? WhatsApp * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
WhatsApp	Täglich	Anzahl	353	353
		%	92,4%	92,4%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	20	20
		%	5,2%	5,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	2	2
		%	0,5%	0,5%
	Nie	Anzahl	7	7
		%	1,8%	1,8%
Gesamt	Anzahl	382	382	
	%	100,0%	100,0%	

C23_2 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Instagram * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
Instagram	Täglich	Anzahl	98	98
		%	25,8%	25,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	92	92
		%	24,2%	24,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	41	41
		%	10,8%	10,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	19	19
		%	5,0%	5,0%
	Nie	Anzahl	130	130
		%	34,2%	34,2%
Gesamt	Anzahl	380	380	
	%	100,0%	100,0%	

C23_3 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Snapchat * Digitals

		Digitals	
		Nicht engagiert	Gesamt
Snapchat	Täglich	Anzahl	62
		%	16,4%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	69
		%	18,2%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	39
		%	10,3%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	29
		%	7,7%
	Nie	Anzahl	180
		%	47,5%
Gesamt	Anzahl	379	
	%	100,0%	

C23_4 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Facebook * Digitals

		Digitals	
		Nicht engagiert	Gesamt
Facebook	Täglich	Anzahl	140
		%	36,7%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	94
		%	24,7%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	54
		%	14,2%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	29
		%	7,6%
	Nie	Anzahl	64
		%	16,8%
Gesamt	Anzahl	381	
	%	100,0%	

C23_5 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Twitter * Digitals

		Digitals	
		Nicht engagiert	Gesamt
Twitter	Täglich	Anzahl	26
		%	6,8%
	Mehrmals pro Woche	Anzahl	28
		%	7,3%
	Mehrmals im Monat	Anzahl	33
		%	8,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	43
		%	11,3%
	Nie	Anzahl	251
		%	65,9%
Gesamt	Anzahl	381	
	%	100,0%	

C23_6 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Skype * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
Skype	Täglich	Anzahl	6	6
		%	1,6%	1,6%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	20	20
		%	5,3%	5,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	43	43
		%	11,4%	11,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	98	98
		%	26,0%	26,0%
	Nie	Anzahl	210	210
		%	55,7%	55,7%
Gesamt	Anzahl	377	377	
	%	100,0%	100,0%	

C23_7 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? E-Mail * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
E-Mail	Täglich	Anzahl	40	40
		%	10,5%	10,5%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	77	77
		%	20,2%	20,2%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	116	116
		%	30,4%	30,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	97	97
		%	25,4%	25,4%
	Nie	Anzahl	52	52
		%	13,6%	13,6%
Gesamt	Anzahl	382	382	
	%	100,0%	100,0%	

C23_8 Wie häufig nutzen Sie die folgenden Apps für Ihre alltägliche Kommunikation in der Freizeit? Sonstiges * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
Sonstiges	Täglich	Anzahl	1	1
		%	0,3%	0,3%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	6	6
		%	1,7%	1,7%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	2	2
		%	0,6%	0,6%
	Nie	Anzahl	352	352
		%	97,5%	97,5%
	Gesamt	Anzahl	361	361
		%	100,0%	100,0%

OC23 Sonstige App * Digitals

		Digitals			Gesamt
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Sonstige App	Anzahl	376	356	264	996
	%	97,7%	100,0%	100,0%	99,1%
Jodel	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
meinestadt.de	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Slack	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Telegram	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
TikTok	Anzahl	2	0	0	2
	%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%
YouTube	Anzahl	2	0	0	2
	%	0,5%	0,0%	0,0%	0,2%
YouTube und Pinterest	Anzahl	1	0	0	1
	%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Digitals * App-Nutzung im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C24_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? WhatsApp * Digitals

		Digitals		Gesamt	
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
WhatsApp	Unwichtig	Anzahl	57	12	69
		%	16,0%	4,5%	11,1%
Eher unwichtig	Anzahl	57	28	85	
	%	16,0%	10,6%	13,7%	
Eher wichtig	Anzahl	100	85	185	
	%	28,1%	32,2%	29,8%	
Sehr wichtig	Anzahl	142	139	281	
	%	39,9%	52,7%	45,3%	
Gesamt	Anzahl	356	264	620	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 27,4428; df = 3; p = 0,000$

C24_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Instagram * Digitals

		Digitals		Gesamt	
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert		
Instagram	Unwichtig	Anzahl	233	63	296
		%	65,4%	24,0%	47,8%
Eher unwichtig	Anzahl	60	59	119	
	%	16,9%	22,4%	19,2%	
Eher wichtig	Anzahl	46	88	134	
	%	12,9%	33,5%	21,6%	
Sehr wichtig	Anzahl	17	53	70	
	%	4,8%	20,2%	11,3%	
Gesamt	Anzahl	356	263	619	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 118,0134; df = 3; p = 0,000$

C24_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Snapchat * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Snapchat	Unwichtig	Anzahl	282	396
		%	79,4%	64,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	50	126
		%	14,1%	20,4%
	Eher wichtig	Anzahl	20	67
		%	5,6%	10,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	3	28
		%	0,8%	4,5%
Gesamt	Anzahl	355	617	
	%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 92,8968; df = 3; p = 0,000$ **C24_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Facebook * Digitals**

		Digitals		Gesamt
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Facebook	Unwichtig	Anzahl	168	187
		%	47,2%	30,2%
	Eher unwichtig	Anzahl	71	104
		%	19,9%	16,8%
	Eher wichtig	Anzahl	79	168
		%	22,2%	27,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	38	161
		%	10,7%	26,0%
Gesamt	Anzahl	356	620	
	%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 168,1279; df = 3; p = 0,000$ **C24_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Twitter * Digitals**

		Digitals		Gesamt
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Twitter	Unwichtig	Anzahl	279	389
		%	78,4%	62,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	45	93
		%	12,6%	15,0%
	Eher wichtig	Anzahl	23	87
		%	6,5%	14,0%
	Sehr wichtig	Anzahl	9	51
		%	2,5%	8,2%
Gesamt	Anzahl	356	620	
	%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 102,8052; df = 3; p = 0,000$ **C24_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Skype * Digitals**

		Digitals		Gesamt
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Skype	Unwichtig	Anzahl	264	385
		%	74,2%	62,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	51	124
		%	14,3%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	34	80
		%	9,6%	12,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	7	31
		%	2,0%	5,0%
Gesamt	Anzahl	356	620	
	%	100,0%	100,0%	

 $\chi^2 = 55,7153; df = 3; p = 0,000$

C24_7 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? E-Mail * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
E-Mail	Unwichtig	Anzahl	131	160
		%	36,8%	25,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	81	124
		%	22,8%	20,0%
	Eher wichtig	Anzahl	86	191
		%	24,2%	30,8%
	Sehr wichtig	Anzahl	58	145
		%	16,3%	23,4%
Gesamt	Anzahl	356	620	
	%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 72,3006; df = 3; p = 0,000$

C24_8 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Sonstiges * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Sonstiges	Unwichtig	Anzahl	295	477
		%	87,3%	84,3%
	Eher unwichtig	Anzahl	28	63
		%	8,3%	11,1%
	Eher wichtig	Anzahl	6	13
		%	1,8%	2,3%
	Sehr wichtig	Anzahl	9	13
		%	2,7%	2,3%
Gesamt	Anzahl	338	566	
	%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,4897; df = 3; p = 0,037$

OC24 Sonstige Dienste * Digitals

		Digitals			Gesamt
		Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Sonstige Dienste	Anzahl	385	341	253	979
	%	100,0%	95,8%	95,8%	97,4%
die Dienste unseres Dozenten	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Discord	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
einfach mit Handy oder Telefon telefonieren	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Feuerwehr-Piepser	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Google+	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Handyanruf	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
intern benutzte App	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
normales persönliches Gespräch	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
persönlicher Kontakt	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Pieper, d.h. digitaler Meldeempfänger für Textanzeigen	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
schriftlicher Kontakt per Brief (herkömmliche Post)	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
schriftlicher Verkehr	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Smartphone	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
SMS	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Telefon	Anzahl	0	2	0	2
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,2%
Telefon und persönlicher, direkter Kontakt	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Telefon, falls die Teilnehmer mich anrufen möchten	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
telefonieren	Anzahl	0	1	0	1
	%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Telefonieren, d.h. Teilnehmer anrufen über Festnetz bzw. Handy	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Telegram	Anzahl	0	0	2	2
	%	0,0%	0,0%	0,8%	0,2%
Viber	Anzahl	0	1	1	2
	%	0,0%	0,3%	0,4%	0,2%
Webseite	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
YouTube	Anzahl	0	0	1	1
	%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Gesamt	Anzahl	385	356	264	1005
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Digitals * Nutzung von Online-Diensten im Alltag

<Filter: Nur nicht-engagierte Befragte. Als nicht-engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in keinem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C25_1 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Täglich	Anzahl	3	3
		%	0,8%	0,8%
	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	25	25
		%	6,6%	6,6%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	54	54
		%	14,3%	14,3%
Seltener als einmal im Monat	Anzahl	51	51	
	%	13,5%	13,5%	
Nie	Anzahl	245	245	
	%	64,8%	64,8%	
Gesamt	Anzahl	378	378	
	%	100,0%	100,0%	

C25_2 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Mehrere Male pro Woche	Anzahl	1	1
		%	0,3%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	2	2
		%	0,5%	0,5%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	9	9
		%	2,4%	2,4%
Nie	Anzahl	368	368	
	%	96,8%	96,8%	
Gesamt	Anzahl	380	380	
	%	100,0%	100,0%	

C25_3 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Digitals

		Digitals		Gesamt
		Nicht engagiert		
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Täglich	Anzahl	1	1
		%	0,3%	0,3%
	Mehrere Male im Monat	Anzahl	4	4
		%	1,1%	1,1%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	9	9
		%	2,4%	2,4%
Nie	Anzahl	365	365	
	%	96,3%	96,3%	
Gesamt	Anzahl	379	379	
	%	100,0%	100,0%	

C25_4 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Digitals

			Digitals	
			Nicht engagiert	Gesamt
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Mehr als pro Woche	Anzahl	1	1
		%	0,3%	0,3%
	Mehr als im Monat	Anzahl	7	7
		%	1,8%	1,8%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	28	28
		%	7,4%	7,4%
	Nie	Anzahl	343	343
		%	90,5%	90,5%
Gesamt	Anzahl	379	379	
	%	100,0%	100,0%	

C25_5 Welche der folgenden Dienste nutzen Sie in Ihrer Freizeit? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Digitals

			Digitals	
			Nicht engagiert	Gesamt
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Täglich	Anzahl	47	47
		%	12,4%	12,4%
	Mehr als pro Woche	Anzahl	116	116
		%	30,7%	30,7%
	Mehr als im Monat	Anzahl	81	81
		%	21,4%	21,4%
	Seltener als einmal im Monat	Anzahl	27	27
		%	7,1%	7,1%
	Nie	Anzahl	107	107
		%	28,3%	28,3%
Gesamt	Anzahl	378	378	
	%	100,0%	100,0%	

Digitals * Nutzung von Online-Diensten im Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C26_1 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram) * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Soziale Info-Kanäle (z.B. Twitter, Facebook, Instagram)	Unwichtig	Anzahl	134	21	155
		%	37,6%	8,0%	25,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	83	28	111
		%	23,3%	10,6%	17,9%
	Eher wichtig	Anzahl	101	93	194
		%	28,4%	35,4%	31,3%
	Sehr wichtig	Anzahl	38	121	159
		%	10,7%	46,0%	25,7%
	Gesamt	Anzahl	356	263	619
		%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 142,5347; df = 3; p = 0,000$$

C26_2 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox) * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Cloud-Systeme (z.B. GoogleDocs, iCloud, Dropbox)	Unwichtig	Anzahl	268	102	370
		%	75,5%	39,1%	60,1%
	Eher unwichtig	Anzahl	56	60	116
		%	15,8%	23,0%	18,8%
	Eher wichtig	Anzahl	23	66	89
		%	6,5%	25,3%	14,4%
	Sehr wichtig	Anzahl	8	33	41
		%	2,3%	12,6%	6,7%
Gesamt	Anzahl	355	261	616	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 98,5843; df = 3; p = 0,000$

C26_3 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext) * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Spenden- oder Crowdfunding-Plattformen (z.B. Gofundme, Betterplace, Startnext)	Unwichtig	Anzahl	288	117	405
		%	81,4%	44,7%	65,7%
	Eher unwichtig	Anzahl	50	63	113
		%	14,1%	24,0%	18,3%
	Eher wichtig	Anzahl	14	58	72
		%	4,0%	22,1%	11,7%
	Sehr wichtig	Anzahl	2	24	26
		%	0,6%	9,2%	4,2%
Gesamt	Anzahl	354	262	616	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 107,8656; df = 3; p = 0,000$

C26_4 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp) * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Projektmanagement (z.B. Trello, Asana, Basecamp)	Unwichtig	Anzahl	293	129	422
		%	82,8%	50,0%	69,0%
	Eher unwichtig	Anzahl	45	51	96
		%	12,7%	19,8%	15,7%
	Eher wichtig	Anzahl	13	60	73
		%	3,7%	23,3%	11,9%
	Sehr wichtig	Anzahl	3	18	21
		%	0,8%	7,0%	3,4%
Gesamt	Anzahl	354	258	612	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 92,2964; df = 3; p = 0,000$

C26_5 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog) * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Webseiten- oder Blogging-Tools (z.B. WordPress, Joomla, LiveBlog)	Unwichtig	Anzahl	285	113	398
		%	80,3%	43,6%	64,8%
	Eher unwichtig	Anzahl	53	65	118
		%	14,9%	25,1%	19,2%
	Eher wichtig	Anzahl	15	53	68
		%	4,2%	20,5%	11,1%
	Sehr wichtig	Anzahl	2	28	30
		%	0,6%	10,8%	4,9%
Gesamt	Anzahl	355	259	614	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 106,9247; df = 3; p = 0,000$

C26_6 Wie wichtig sind die folgenden Dienste zur Organisation Ihres Engagements? Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo) * Digitals

			Digitals		Gesamt
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Plattformen zum Ansehen, Posten und Kommentieren von Videos (z.B. Youtube, Dailymotion, Vimeo)	Unwichtig	Anzahl	196	49	245
		%	55,1%	18,6%	39,6%
	Eher unwichtig	Anzahl	86	53	139
		%	24,2%	20,2%	22,5%
	Eher wichtig	Anzahl	65	107	172
		%	18,3%	40,7%	27,8%
Sehr wichtig	Anzahl	9	54	63	
	%	2,5%	20,5%	10,2%	
Gesamt	Anzahl	356	263	619	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 127,3350; df = 3; p = 0,000$

Digitals * Medienkompetenz

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C27_1 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden. * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht digital engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Ich kann richtige und falsche Informationen kaum unterscheiden.	Trifft nicht zu	Anzahl	93	91	75	259
		%	24,5%	25,7%	28,6%	26,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	123	130	109	362
		%	32,5%	36,7%	41,6%	36,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	117	113	63	293
		%	30,9%	31,9%	24,0%	29,4%
	Trifft voll zu	Anzahl	46	20	15	81
		%	12,1%	5,6%	5,7%	8,1%
Gesamt	Anzahl	379	354	262	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 20,2026; df = 6; p = 0,003$

C27_2 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell. * Digitals

			Digitals			Gesamt
			Nicht digital engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	
Ich erkenne Fake News zumeist sehr schnell.	Trifft nicht zu	Anzahl	44	47	17	108
		%	11,7%	13,4%	6,5%	10,9%
	Trifft kaum zu	Anzahl	115	89	45	249
		%	30,6%	25,4%	17,2%	25,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	154	157	127	438
		%	41,0%	44,9%	48,5%	44,3%
	Trifft voll zu	Anzahl	63	57	73	193
		%	16,8%	16,3%	27,9%	19,5%
Gesamt	Anzahl	376	350	262	988	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 32,6410; df = 6; p = 0,000$

C27_3 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kenne mich nicht so gut mit dem Internet aus.	Trifft nicht zu	Anzahl	213	194	131	538
		%	55,3%	54,8%	49,8%	53,7%
	Trifft kaum zu	Anzahl	97	87	71	255
		%	25,2%	24,6%	27,0%	25,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	58	54	36	148
		%	15,1%	15,3%	13,7%	14,8%
Trifft voll zu	Anzahl	17	19	25	61	
	%	4,4%	5,4%	9,5%	6,1%	
Gesamt	Anzahl	385	354	263	1002	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 8,7781; df = 6; p = 0,186$

C27_4 Internet und soziale Medien: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihre eigene Nutzung zu? Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Man kann im Internet so Vieles machen, da habe ich den Überblick verloren	Trifft nicht zu	Anzahl	171	144	110	425
		%	44,8%	40,6%	42,0%	42,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	108	106	86	300
		%	28,3%	29,9%	32,8%	30,0%
	Trifft eher zu	Anzahl	78	89	53	220
		%	20,4%	25,1%	20,2%	22,0%
Trifft voll zu	Anzahl	25	16	13	54	
	%	6,5%	4,5%	5,0%	5,4%	
Gesamt	Anzahl	382	355	262	999	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 5,7358; df = 6; p = 0,453$

Digitals * Gründe der Internetnutzung für Engagement

<Filter: Nur engagierte Befragte. Als engagiert gelten Befragte, die angaben, sich in den letzten 12 Monaten in mindestens einem der genannten Engagementbereiche eingesetzt zu haben (B13_1 bis B13_13).>
<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

C28_1 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich nutze es, weil es für mich vor Ort keine Möglichkeit gibt, sich zu engagieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	88	108	196
		%	57,9%	41,1%	47,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	38	62	100
		%	25,0%	23,6%	24,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	20	62	82
		%	13,2%	23,6%	19,8%
Trifft voll zu	Anzahl	6	31	37	
	%	3,9%	11,8%	8,9%	
Gesamt	Anzahl	152	263	415	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 17,7883; df = 3; p = 0,000$

C28_2 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kann darüber mehr für die Gesellschaft bewegen.	Trifft nicht zu	Anzahl	36	27	63
		%	23,5%	10,3%	15,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	43	42	85
		%	28,1%	16,0%	20,5%
	Trifft eher zu	Anzahl	61	121	182
		%	39,9%	46,2%	43,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	13	72	85
		%	8,5%	27,5%	20,5%
Gesamt	Anzahl	153	262	415	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 35,8767; df = 3; p = 0,000$

C28_3 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kann mich für verschiedene Dinge und Themen gleichzeitig einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	24	14	38
		%	15,6%	5,3%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	39	41	80
		%	25,3%	15,5%	19,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	76	111	187
		%	49,4%	42,0%	44,7%
	Trifft voll zu	Anzahl	15	98	113
		%	9,7%	37,1%	27,0%
Gesamt	Anzahl	154	264	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 44,3188; df = 3; p = 0,000$

C28_4 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kann Internet und Social Media sehr gut für mein Engagement vor Ort nutzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	21	14	35
		%	13,6%	5,3%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	50	45	95
		%	32,5%	17,0%	22,7%
	Trifft eher zu	Anzahl	65	110	175
		%	42,2%	41,7%	41,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	18	95	113
		%	11,7%	36,0%	27,0%
Gesamt	Anzahl	154	264	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 39,4911; df = 3; p = 0,000$

C28_5 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kann freier entscheiden, wann ich mich engagiere. .	Trifft nicht zu	Anzahl	23	15	38
		%	14,9%	5,7%	9,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	50	35	85
		%	32,5%	13,3%	20,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	52	115	167
		%	33,8%	43,6%	40,0%
	Trifft voll zu	Anzahl	29	99	128
		%	18,8%	37,5%	30,6%
Gesamt	Anzahl	154	264	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 40,2167; df = 3; p = 0,000$

C28_6 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kann freier entscheiden, wofür ich mich engagiere.	Trifft nicht zu	Anzahl	26	22	48
		%	16,9%	8,3%	11,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	39	32	71
		%	25,3%	12,1%	17,0%
	Trifft eher zu	Anzahl	62	104	166
		%	40,3%	39,4%	39,7%
	Trifft voll zu	Anzahl	27	106	133
		%	17,5%	40,2%	31,8%
Gesamt	Anzahl	154	264	418	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 31,8318; df = 3; p = 0,000$

C28_7 Wenn Sie an die Engagement-Aktivitäten denken, für die Sie Internet und Social Media Anwendungen nutzen, wie stehen Sie dann zu folgenden Aussagen? Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort. * Digitals

			Digitals		
			Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Internet und Social Media eröffnen mir andere Themen des Engagements als vor Ort.	Trifft nicht zu	Anzahl	38	28	66
		%	24,8%	10,6%	15,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	43	40	83
		%	28,1%	15,2%	19,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	60	113	173
		%	39,2%	42,8%	41,5%
	Trifft voll zu	Anzahl	12	83	95
		%	7,8%	31,4%	22,8%
Gesamt	Anzahl	153	264	417	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 44,5323; df = 3; p = 0,000$

Digitals * Einstellungen zu politischen und gesellschaftlichen Diskussionen im Internet

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D29_1 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich verstehe, dass Leute ihrer Wut im Internet auch mal mit extremen Äußerungen Luft machen.	Trifft nicht zu	Anzahl	42	63	40	145
		%	11,1%	17,8%	15,3%	14,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	74	111	56	241
		%	19,6%	31,4%	21,5%	24,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	145	118	100	363
		%	38,4%	33,4%	38,3%	36,6%
	Trifft voll zu	Anzahl	117	61	65	243
		%	31,0%	17,3%	24,9%	24,5%
Gesamt	Anzahl	378	353	261	992	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 32,9984; df = 6; p = 0,000$

D29_2 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Wenn es die Politik nicht schafft, dann muss man eben im Internet die Massen mobilisieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	27	38	16	81
		%	7,5%	11,0%	6,2%	8,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	91	115	48	254
		%	25,2%	33,3%	18,5%	26,3%
	Trifft eher zu	Anzahl	147	136	104	387
		%	40,7%	39,4%	40,0%	40,1%
	Trifft voll zu	Anzahl	96	56	92	244
		%	26,6%	16,2%	35,4%	25,3%
Gesamt	Anzahl	361	345	260	966	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 39,4843; df = 6; p = 0,000$

D29_3 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Im Schutz der Anonymität kann man im Internet seine wirklichen Ansichten sagen.	Trifft nicht zu	Anzahl	30	41	26	97
		%	7,9%	11,7%	10,0%	9,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	61	81	60	202
		%	16,1%	23,1%	23,2%	20,5%
	Trifft eher zu	Anzahl	148	159	107	414
		%	39,2%	45,4%	41,3%	41,9%
	Trifft voll zu	Anzahl	139	69	66	274
		%	36,8%	19,7%	25,5%	27,8%
Gesamt	Anzahl	378	350	259	987	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 29,7079; df = 6; p = 0,000$

D29_4 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Die Presse sagt selten die Wahrheit, ich vertraue lieber auf andere Informationen im Internet.	Trifft nicht zu	Anzahl	50	74	31	155
		%	13,7%	21,4%	12,3%	16,1%
	Trifft kaum zu	Anzahl	124	142	88	354
		%	33,9%	41,0%	34,8%	36,7%
Trifft eher zu	Anzahl	138	106	82	326	
	%	37,7%	30,6%	32,4%	33,8%	
Trifft voll zu	Anzahl	54	24	52	130	
	%	14,8%	6,9%	20,6%	13,5%	
Gesamt	Anzahl	366	346	253	965	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 36,1880; df = 6; p = 0,000$

D29_5 In den letzten Monaten gab es vor allem im Internet viele Diskussionen über politische und gesellschaftliche Themen. Was ist Ihre Meinung dazu? Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Im Internet weiß man nie, wer wirklich hinter den Postings steckt.	Trifft nicht zu	Anzahl	6	15	4	25
		%	1,6%	4,2%	1,5%	2,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	43	39	44	126
		%	11,3%	11,0%	16,9%	12,7%
Trifft eher zu	Anzahl	151	152	108	411	
	%	39,7%	42,8%	41,5%	41,3%	
Trifft voll zu	Anzahl	180	149	104	433	
	%	47,4%	42,0%	40,0%	43,5%	
Gesamt	Anzahl	380	355	260	995	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 14,1595; df = 6; p = 0,028$

Digitals * Politisches Interesse

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D30_1 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann politische Themen schlecht einschätzen. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kann politische Themen schlecht einschätzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	57	61	71	189
		%	15,0%	17,2%	27,1%	19,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	79	109	85	273
		%	20,8%	30,7%	32,4%	27,4%
	Trifft eher zu	Anzahl	145	123	73	341
		%	38,3%	34,6%	27,9%	34,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	98	62	33	193
		%	25,9%	17,5%	12,6%	19,4%
Gesamt	Anzahl	379	355	262	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 42,6138; df = 6; p = 0,000$

D30_2 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Die Teilnahme an Gesprächen über Politik fällt mir leicht.	Trifft nicht zu	Anzahl	130	91	34	255
		%	34,1%	25,6%	13,0%	25,6%
	Trifft kaum zu	Anzahl	129	95	67	291
		%	33,9%	26,8%	25,6%	29,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	103	125	109	337
		%	27,0%	35,2%	41,6%	33,8%
	Trifft voll zu	Anzahl	19	44	52	115
		%	5,0%	12,4%	19,8%	11,5%
Gesamt	Anzahl	381	355	262	998	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 72,1184; df = 6; p = 0,000$

D30_3 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich finde einfach keinen Zugang zu politischen Themen.	Trifft nicht zu	Anzahl	51	77	89	217
		%	13,5%	21,8%	33,7%	21,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	95	100	83	278
		%	25,1%	28,3%	31,4%	27,9%
	Trifft eher zu	Anzahl	140	120	62	322
		%	36,9%	34,0%	23,5%	32,3%
	Trifft voll zu	Anzahl	93	56	30	179
		%	24,5%	15,9%	11,4%	18,0%
Gesamt	Anzahl	379	353	264	996	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 57,1648; df = 6; p = 0,000$

D30_4 Menschen interessieren sich ja sehr unterschiedlich für Politik. Wie ist das bei Ihnen? Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Ich kann gut in politischen Zusammenhängen denken.	Trifft nicht zu	Anzahl	106	74	24	204
		%	28,0%	20,8%	9,1%	20,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	128	121	71	320
		%	33,9%	34,0%	27,0%	32,1%
	Trifft eher zu	Anzahl	113	124	107	344
		%	29,9%	34,8%	40,7%	34,5%
Trifft voll zu	Anzahl	31	37	61	129	
	%	8,2%	10,4%	23,2%	12,9%	
Gesamt	Anzahl	378	356	263	997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 65,0163; df = 6; p = 0,000$

Digitals * Bürger*innennormen

<Gewichtete Daten. Details zur Gewichtung siehe S. 3>

D31_1 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An jeder Bundestagswahl teilnehmen. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
An jeder Bundestagswahl teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	23	17	9	49
		%	6,0%	4,9%	3,5%	5,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	75	46	29	150
		%	19,7%	13,2%	11,3%	15,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	105	123	80	308
		%	27,6%	35,2%	31,1%	31,2%
Trifft voll zu	Anzahl	178	163	139	480	
	%	46,7%	46,7%	54,1%	48,6%	
Gesamt	Anzahl	381	349	257	987	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 16,1409; df = 6; p = 0,013$

D31_2 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Einer politischen Partei beitreten. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Einer politischen Partei beitreten.	Trifft nicht zu	Anzahl	194	163	66	423
		%	53,4%	47,5%	25,9%	44,0%
	Trifft kaum zu	Anzahl	103	125	78	306
		%	28,4%	36,4%	30,6%	31,8%
	Trifft eher zu	Anzahl	35	48	69	152
		%	9,6%	14,0%	27,1%	15,8%
Trifft voll zu	Anzahl	31	7	42	80	
	%	8,5%	2,0%	16,5%	8,3%	
Gesamt	Anzahl	363	343	255	961	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 97,5771; df = 6; p = 0,000$

D31_3 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich über Politik informieren. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Sich über Politik informieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	37	26	8	71
		%	9,7%	7,4%	3,1%	7,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	91	80	29	200
		%	23,8%	22,9%	11,2%	20,2%
Trifft eher zu	Anzahl	148	146	112	406	
	%	38,7%	41,8%	43,4%	41,1%	
Trifft voll zu	Anzahl	106	97	109	312	
	%	27,7%	27,8%	42,2%	31,5%	
Gesamt	Anzahl	382	349	258	989	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 36,9239; df = 6; p = 0,000$

D31_4 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? An Demonstrationen teilnehmen. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
An Demonstrationen teilnehmen.	Trifft nicht zu	Anzahl	96	67	29	192
		%	26,7%	19,7%	11,6%	20,2%
	Trifft kaum zu	Anzahl	124	144	68	336
		%	34,5%	42,4%	27,1%	35,4%
Trifft eher zu	Anzahl	88	91	91	270	
	%	24,5%	26,8%	36,3%	28,4%	
Trifft voll zu	Anzahl	51	38	63	152	
	%	14,2%	11,2%	25,1%	16,0%	
Gesamt	Anzahl	359	340	251	950	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 52,8795; df = 6; p = 0,000$

D31_5 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Sich für gleiche Rechte aller Menschen einsetzen.	Trifft nicht zu	Anzahl	14	3	1	18
		%	3,7%	0,9%	0,4%	1,8%
	Trifft kaum zu	Anzahl	33	18	18	69
		%	8,8%	5,2%	6,8%	7,0%
Trifft eher zu	Anzahl	122	102	76	300	
	%	32,6%	29,7%	28,9%	30,6%	
Trifft voll zu	Anzahl	205	220	168	593	
	%	54,8%	64,1%	63,9%	60,5%	
Gesamt	Anzahl	374	343	263	980	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 19,5139; df = 6; p = 0,003$

D31_6 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Sich an Gesetze halten. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Sich an Gesetze halten.	Trifft nicht zu	Anzahl	3	2	0	5
		%	0,8%	0,6%	0,0%	0,5%
	Trifft kaum zu	Anzahl	6	3	9	18
		%	1,6%	0,8%	3,4%	1,8%
	Trifft eher zu	Anzahl	82	69	61	212
		%	21,4%	19,4%	23,1%	21,1%
	Trifft voll zu	Anzahl	292	282	194	768
		%	76,2%	79,2%	73,5%	76,6%
Gesamt	Anzahl	383	356	264	1003	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 9,3857; df = 6; p = 0,153$

D31_7 Was sind aus Ihrer Sicht wichtige Dinge, die ein verantwortungsvoller Bürger machen sollte? Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren. * Digitals

			Digitals			
			Nicht engagiert	Nicht/kaum digital engagiert	Auch digital engagiert	Gesamt
Das Recht auf freie Meinungsäußerung respektieren.	Trifft nicht zu	Anzahl	7	4	3	14
		%	1,9%	1,1%	1,1%	1,4%
	Trifft kaum zu	Anzahl	8	7	7	22
		%	2,1%	2,0%	2,7%	2,2%
	Trifft eher zu	Anzahl	91	79	60	230
		%	24,2%	22,4%	22,7%	23,2%
	Trifft voll zu	Anzahl	270	263	194	727
		%	71,8%	74,5%	73,5%	73,2%
Gesamt	Anzahl	376	353	264	993	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

$\chi^2 = 1,6768; df = 6; p = 0,947$