

„Internetnutzung junger MigrantInnen in Österreich“

Endbericht September 2013

Juli bis September 2013

Dieses Projekt wird durch
das Bundesministerium für Inneres,
das Staatssekretariat für Integration
und die Wirtschaftskammer Wien finanziert.



Inhalt

1. Studienbeschreibung
2. Ergebnisse
3. Summary
4. Executive Summary
5. Stichprobenbeschreibung
6. Rückfragen/Kontakt

Studienbeschreibung

1.1 Studienbeschreibung

Thematik	Internetnutzung junger MigrantInnen mit türkischem bzw. ex-yugoslawischem Migrationshintergrund in Österreich
Zielgruppe	Menschen mit Migrationshintergrund (Türkei/BKS) in Österreich: 1. Generation (selbst im Ausland geboren) und 2. Generation (beide Eltern im Ausland geboren) im Alter zwischen 14 und 35
Durchführung von (Nettostichprobe)	Insgesamt 564 Interviews, davon 257 mit TUR-, 307 mit BKS-MigrantInnen. Kombination aus CAWI- und CAPI- Interviews, je Zielgruppe online 150/200 und CAPI 100 Interviews (in Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck)
Stichprobe	Quotenstichprobe innerhalb des ETHNOPINION Online-Panels bzw. des meinungsraum.at-Panels, biber-Homepage; CAPI: lt. Quotenplänen Quotenkriterien: (Herkunftsland), Geschlecht, Alter, Bundesland, Bildungsniveau
Durchschnittliche Interviewdauer	10 Minuten
Feldzeit	02. Juli bis 07. August 2013

Ergebnisse

IT-Ausstattung:

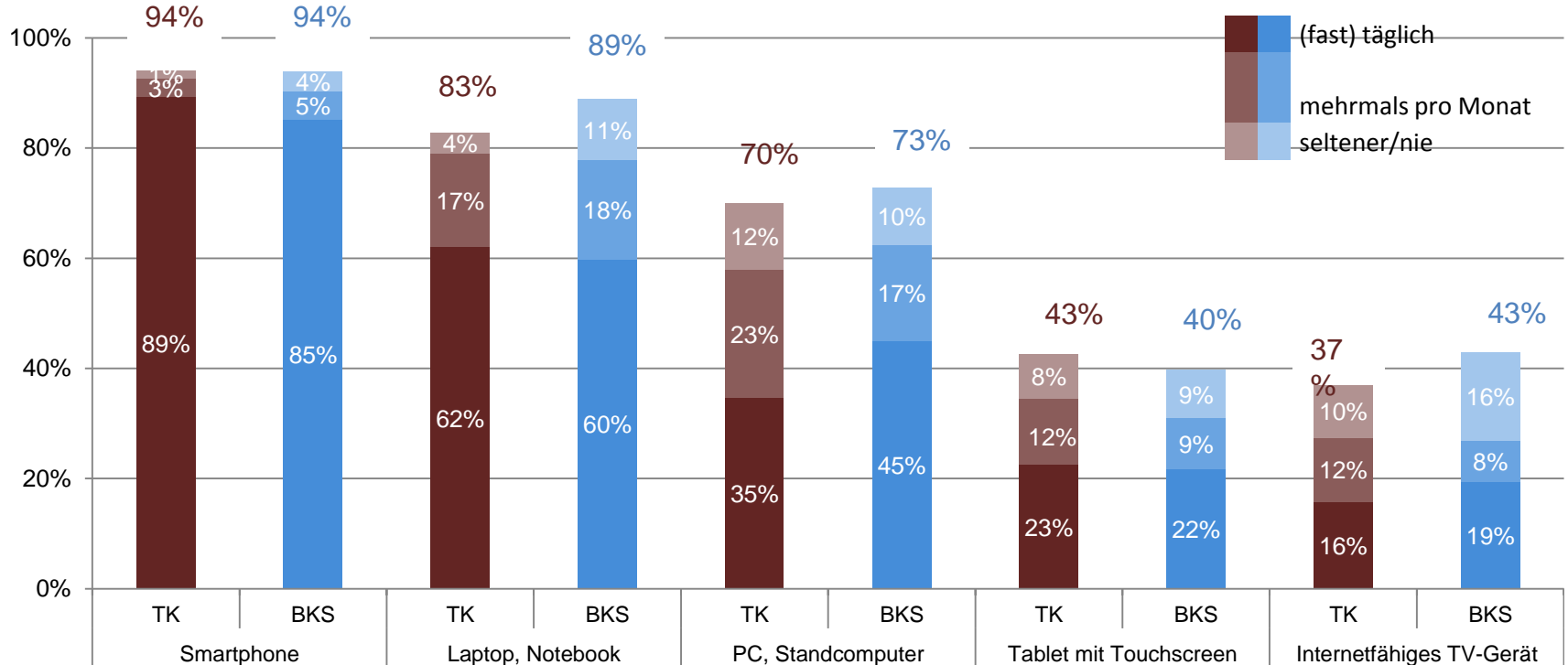
**Junge MigrantInnen sind die „Generation Smartphone“
UND: 4 von 10 besitzen ein Tablet!**

**E-Mail ist Hauptnutzung des Internet vor Chatten,
Social Media und Musik**

2.1 IT-Ausstattung: 94% besitzen ein Smartphone

Zuerst geht es um Ihre Ausstattung mit Geräten aus dem Bereich Informationstechnologie. Welche der folgenden IT-Geräte haben Sie persönlich zur Verfügung und wie häufig nutzen Sie diese Geräte, um damit das Internet zu nutzen oder Dinge online zu erledigen?

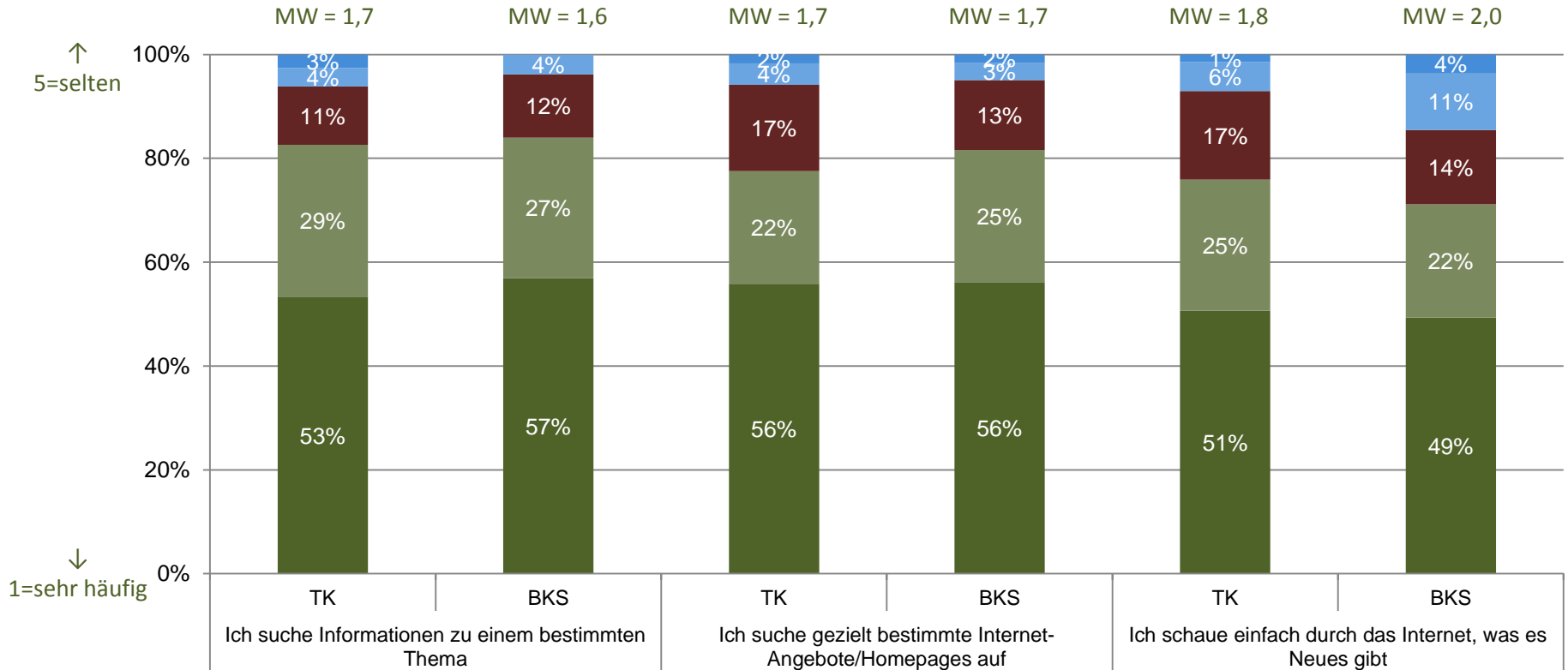
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS), Rest auf 100%= nutze ich nicht



2.2 Internet surfen:

Wenn Sie im Internet surfen: wie häufig kommt es vor, dass Sie folgendermaßen vorgehen?

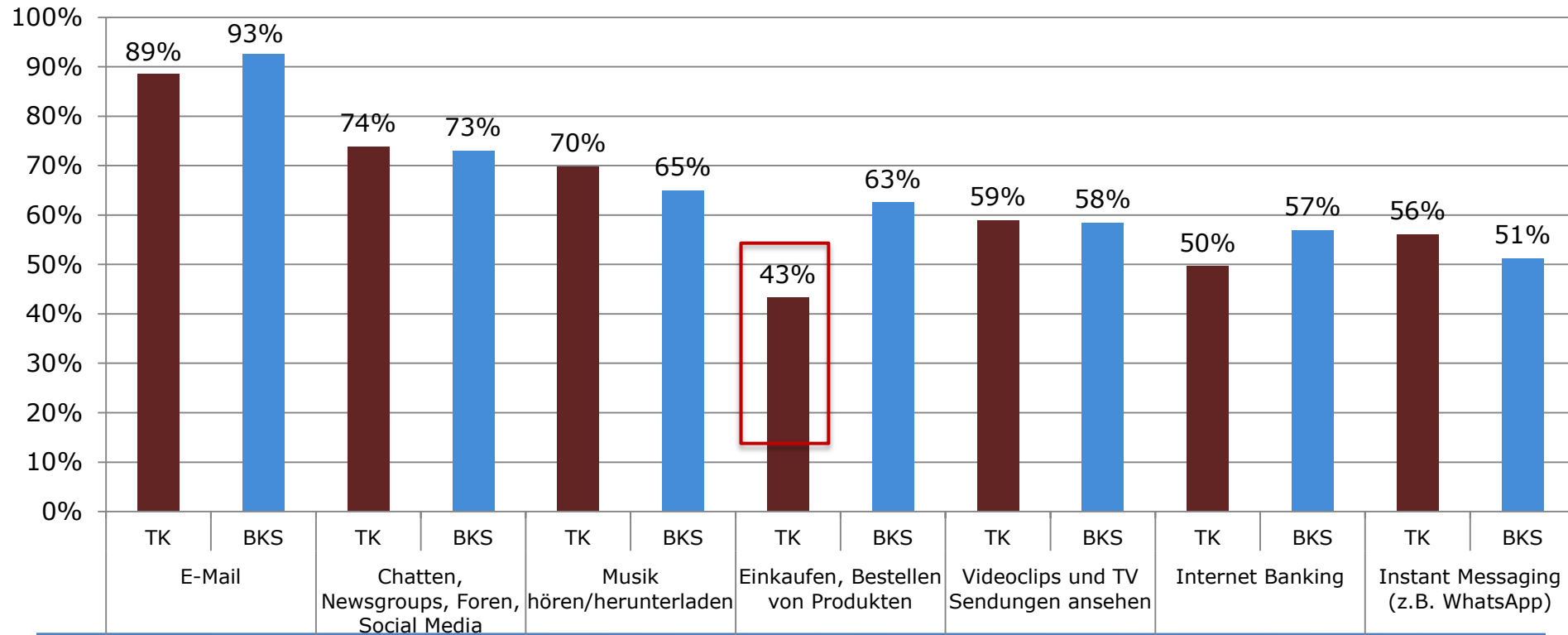
Einfachnennung, 1=sehr häufig, 5= selten Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS)



2.3.1 Nutzung in den letzten 4 Wochen: 50% und mehr

Sie sehen hier ein paar Dinge aufgelistet, die man im Internet machen kann. Was davon haben Sie in den letzten 4 Wochen gemacht?

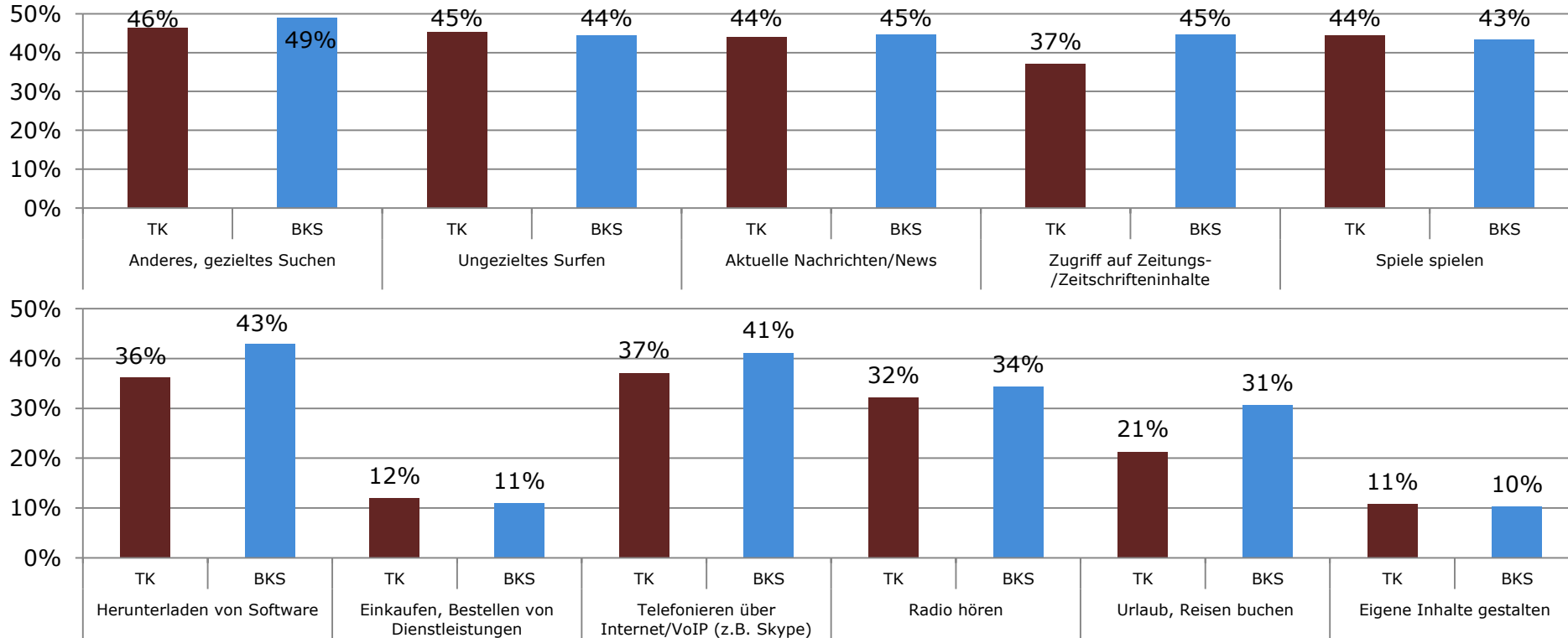
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS) , absteigend sortiert



2.3.2 Nutzung in den letzten 4 Wochen: weniger als 50%

Sie sehen hier ein paar Dinge aufgelistet, die man im Internet machen kann. Was davon haben Sie in den letzten 4 Wochen gemacht?

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS), absteigend sortiert

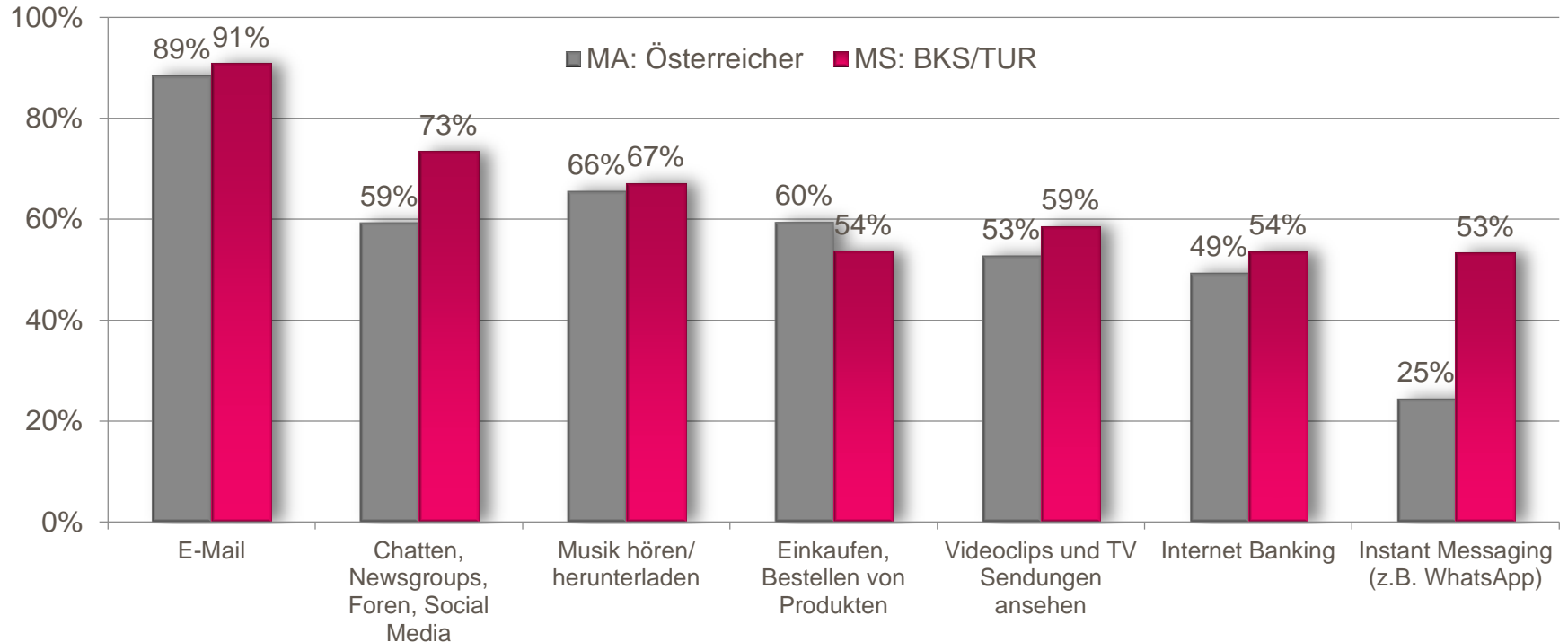


Internetzweck im Vergleich

Migrantenstudie

by MediaCom, September 2013

MA 2012: Für welche der folgenden Zwecke nutzen Sie das Internet? (Filter: Internetnutzung in den letzten 4 Wochen)



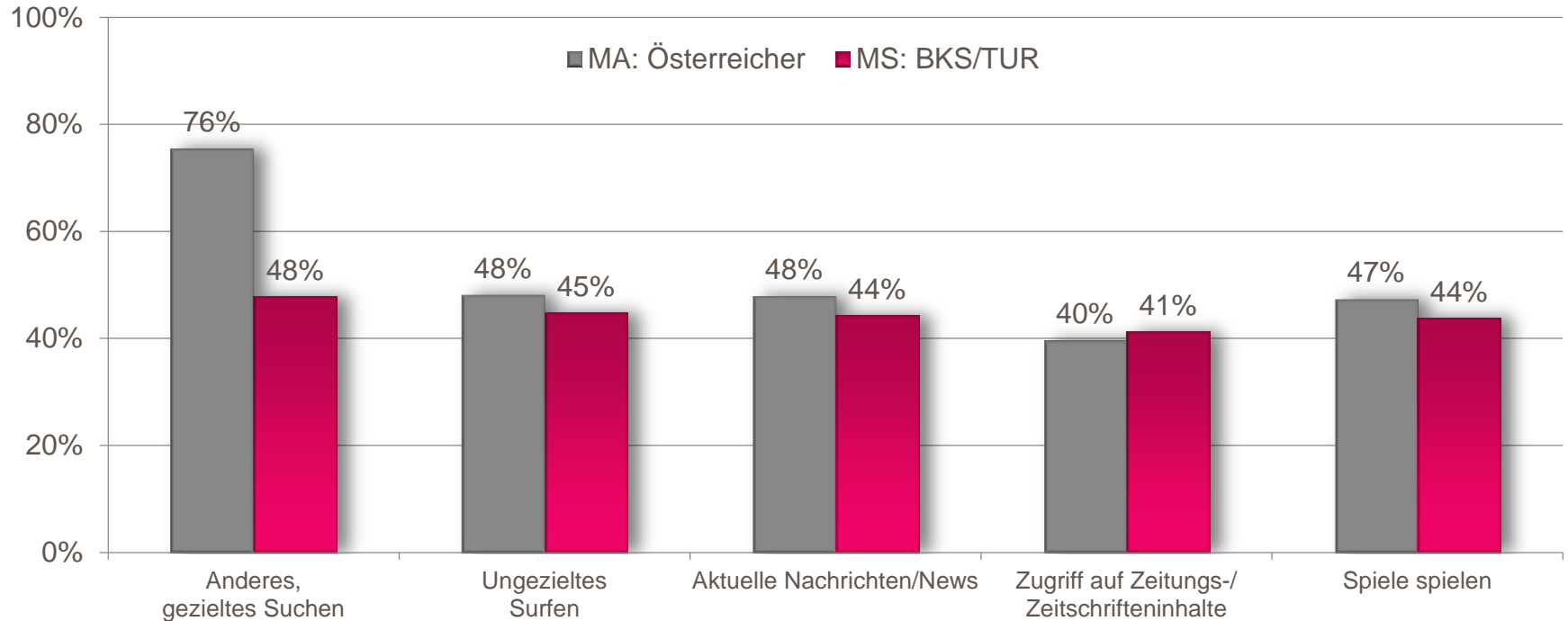
Internetzweck im Vergleich

Migrantenstudie

by MediaCom, September 2013

MA: Für welche der folgenden Zwecke nützen Sie das Internet?

(Filter: Internetnutzung in den letzten 4 Wochen)



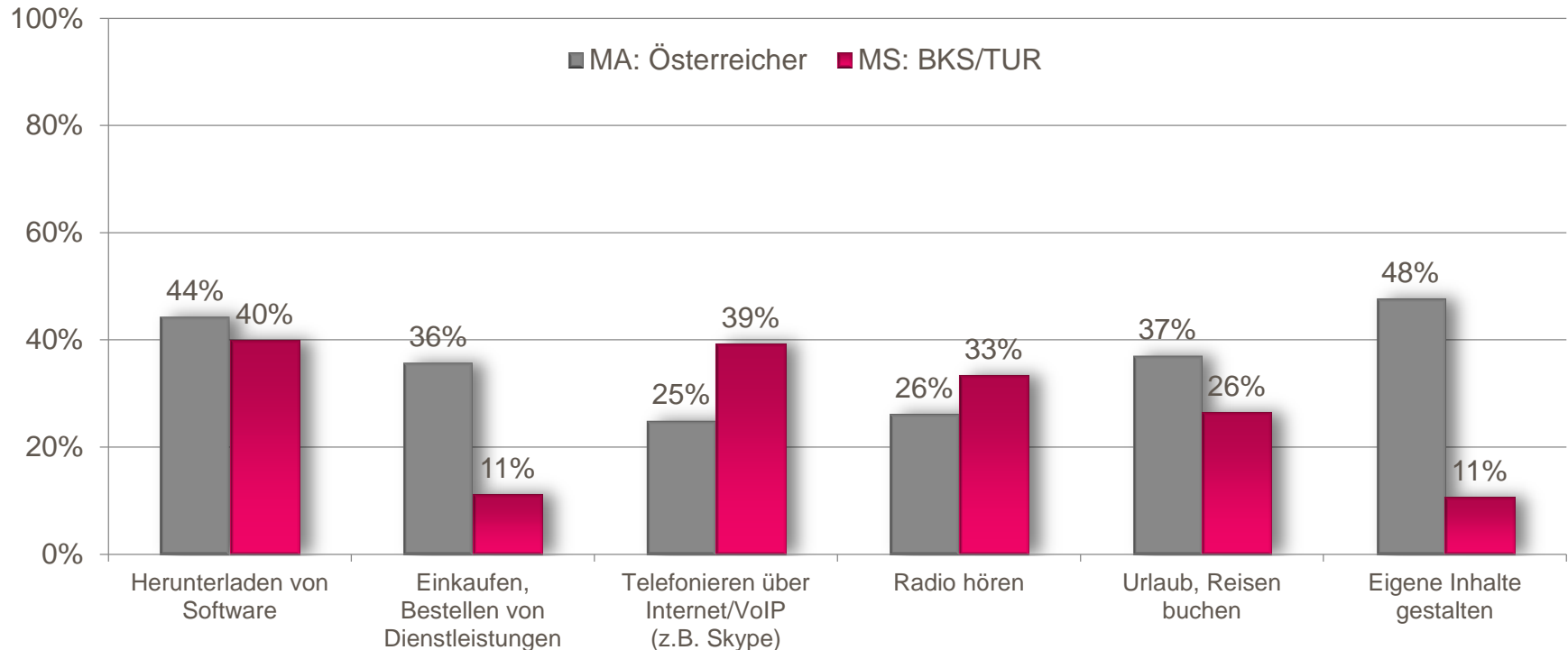
Internetzweck im Vergleich

Migrantenstudie

by MediaCom, September 2013

MA: Für welche der folgenden Zwecke nützen Sie das Internet?

(Filter: Internetnutzung in den letzten 4 Wochen)



Wichtigste Websites Junger MigrantInnen:

Facebook, Google und Amazon
willhaben.at, orf.at und derstandard.at

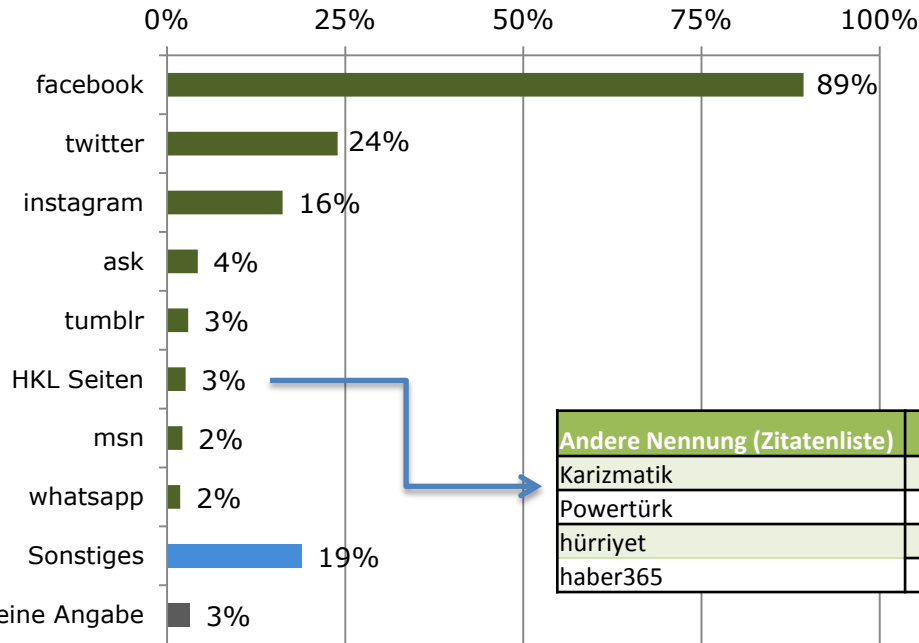
2.4 Nutzung Internetseiten: Soziale Medien-Türkei



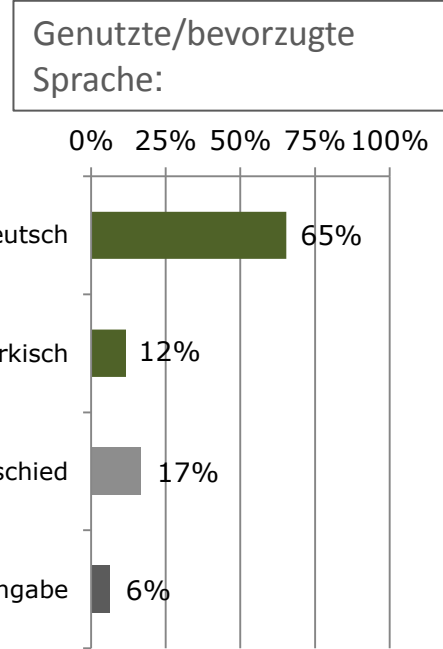
2.4.1 Nutzung Internetseiten: Soziale Medien Türkei

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=223 (87%), Personen mit türkischem Migrationshintergrund, die Soziale Medien zumindest „immer wieder einmal“ nutzen, absteigend sortiert



Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
Karizmatik	3
Powertürk	1
hürriyet	1
haber365	1



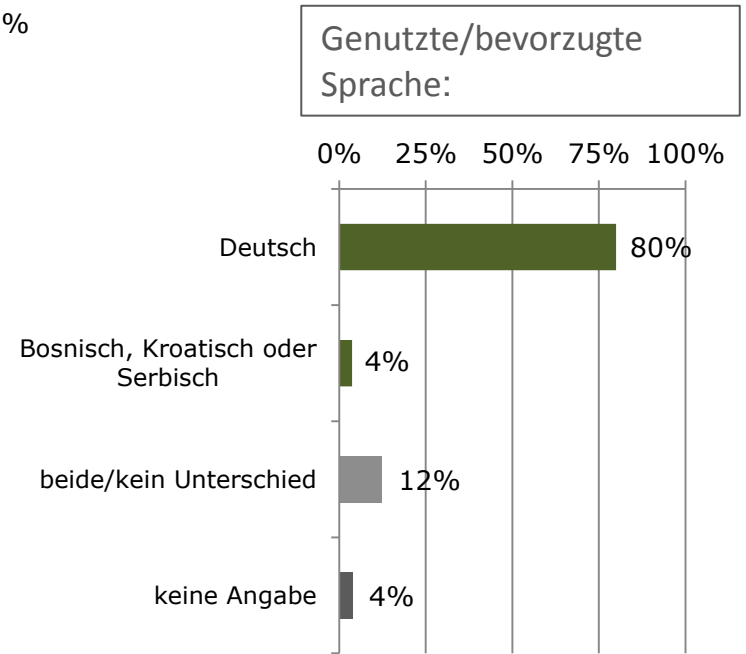
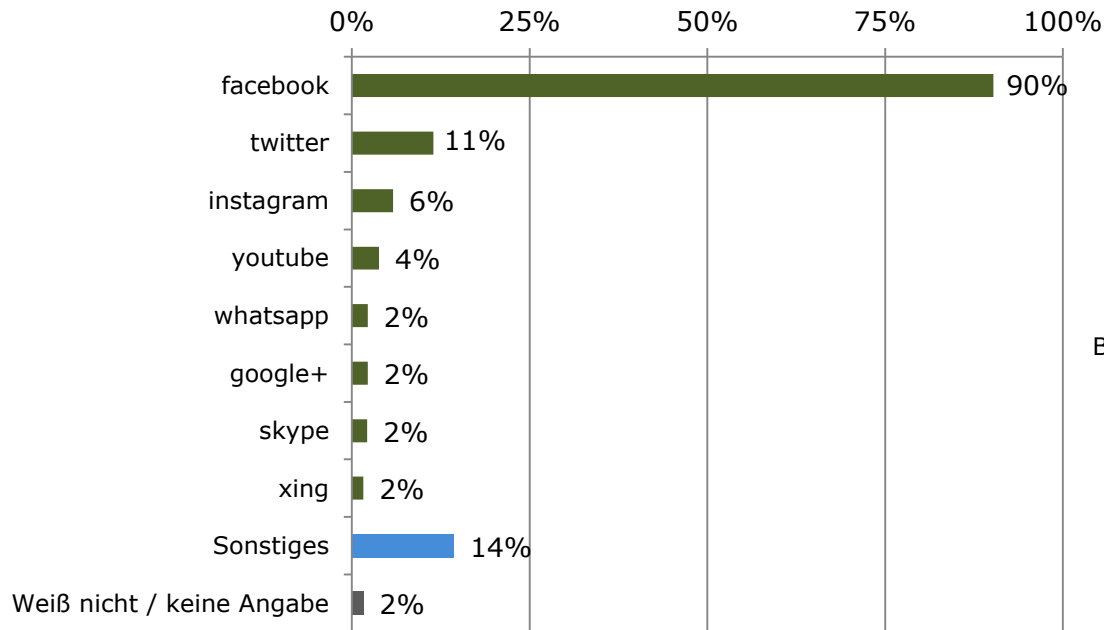
2.4.2 Nutzung Internetseiten: Soziale Medien-BKS



2.4.3 Nutzung Internetseiten: Soziale Medien-BKS

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

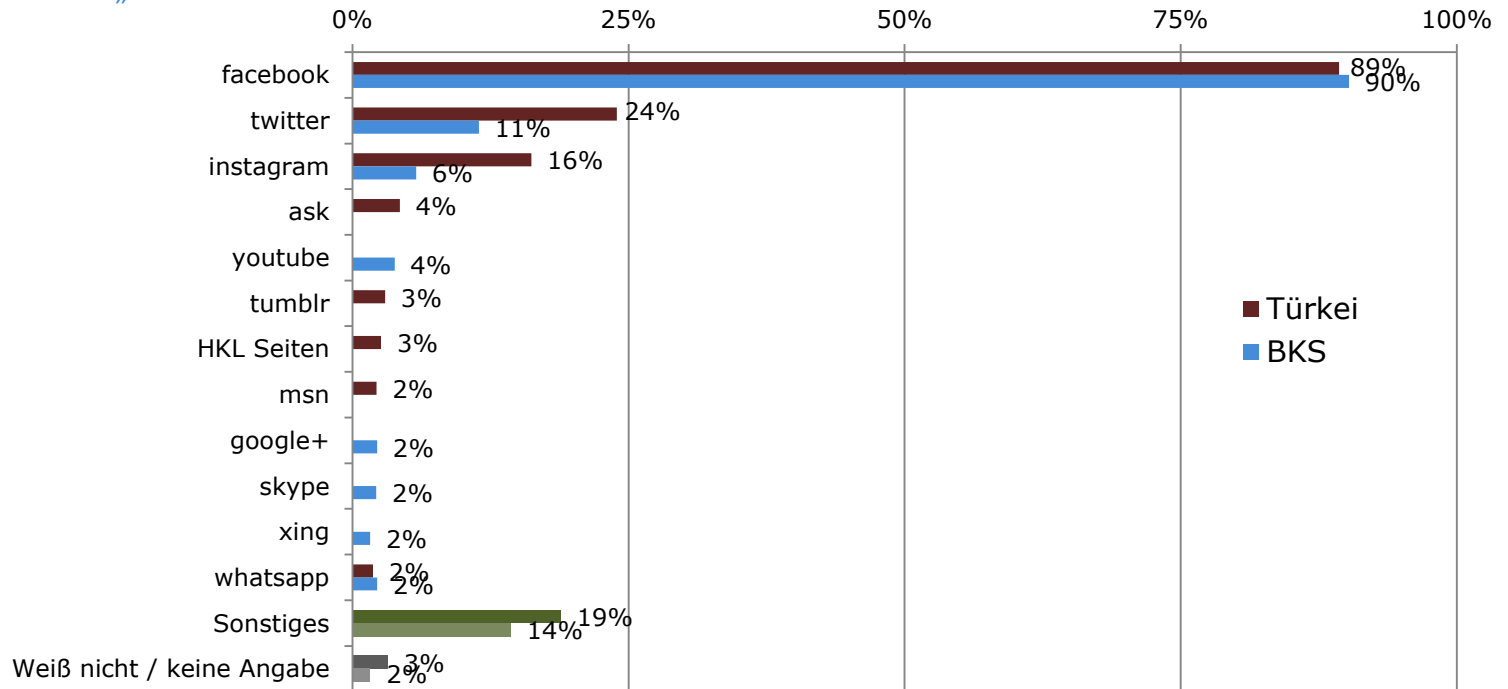
Spontane Nennung, Angaben in %, n=264 (86%), Personen mit Migrationshintergrund aus BKS, die Soziale Medien zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



2.4.4 Soziale Medien- Türken und BKS im Vergleich

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=223(TK), n=264 (BKS), Personen mit Migrationshintergrund aus der Türkei oder BKS, die Soziale Medien zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



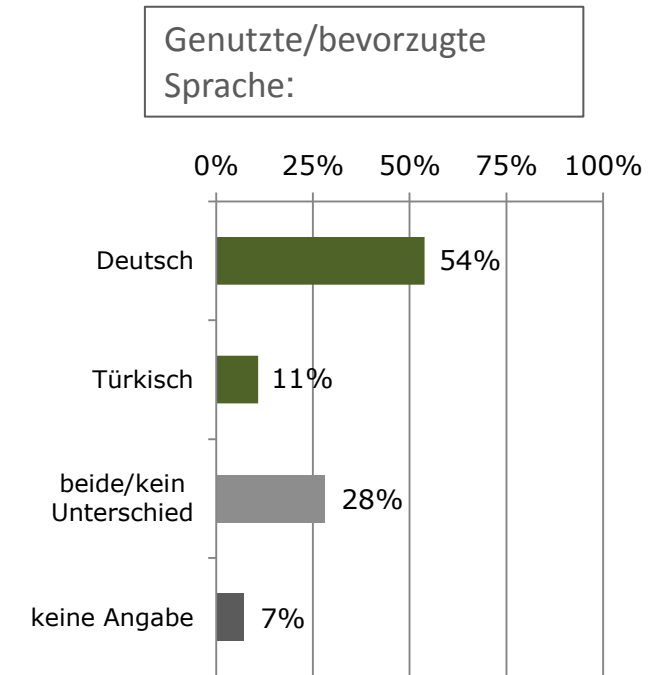
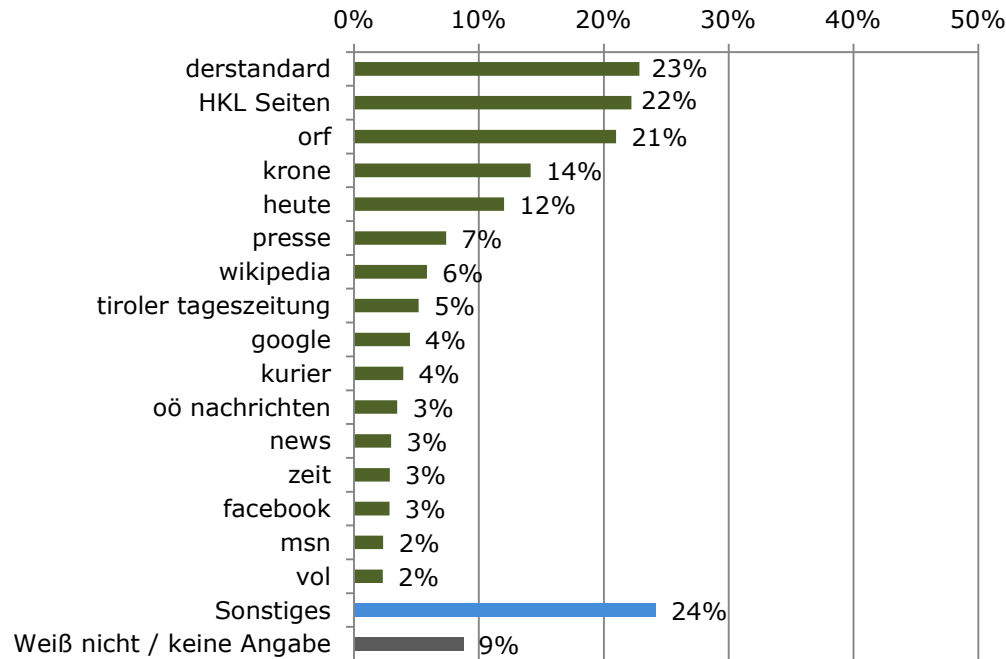
2.4.5 Nutzung Internetseiten: Nachrichten und Informationen-Türkei



2.4.6 Nutzung Internetseiten: Nachrichten und Informationen-Türkei

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=206, Personen mit türkischem Migrationshintergrund, die Nachrichten und Informationen zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



2.4.7 Nachrichten und Informationen-Türkei (Zitate): HKL-Seiten

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=57, Personen, die HKL-Seiten nennen

Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
hurriyet.com.tr	11
haberturk.com	7
zaman.com.tr	6
milliyet.com.tr	4
sabah.com.tr	3
haberler.com	3
cnnturk.com	3
cumhuriyet.com.tr	3
dipnot.tv	2
ntvmsnbc.com	2
internethaber	2
yazete.com	2
bugün	2
mynet.com	2

Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
gazeteler.com	1
haber7	1
tümhaber	1
yenisafak	1
yeni asir	1
vatan	1
posta	1
samanyolu.tv	1
kartalhaber	1
fotomac.com.tr	1
ensonhaber	1
haber24	1
kenthaber.com	1

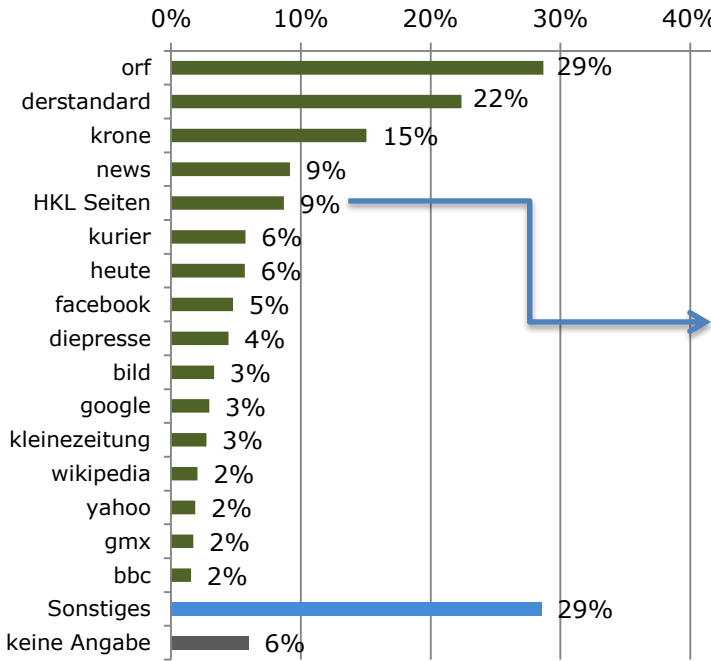
2.4.8 Nutzung Internetseiten: Nachrichten und Informationen-BKS



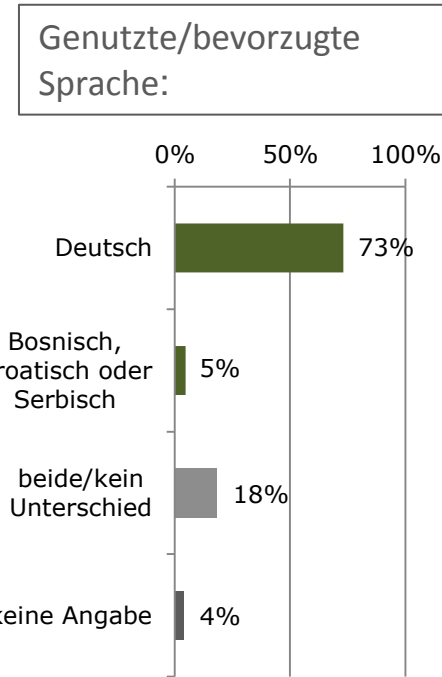
2.4.9 Nutzung Internetseiten: Nachrichten und Informationen-BKS

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=237, Personen mit Migrationshintergrund aus BKS, die Nachrichten und Informationen zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



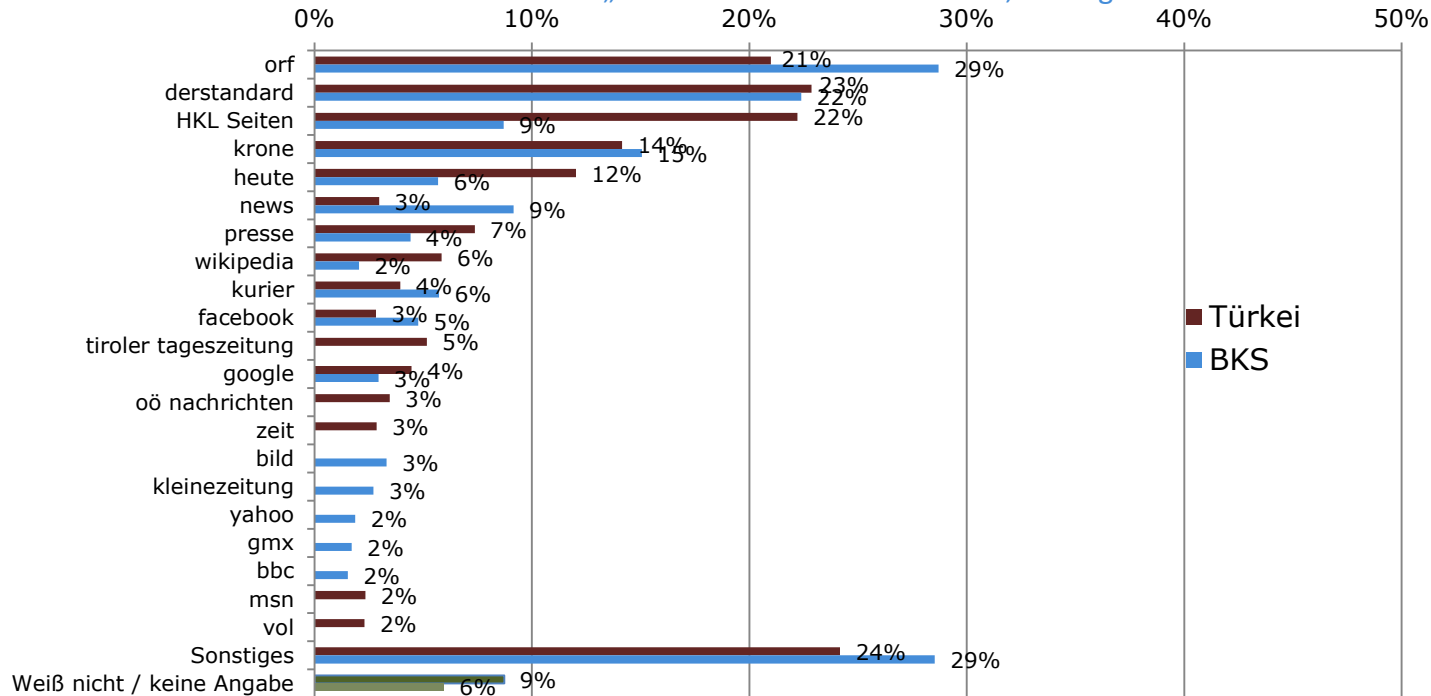
Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
klix.ba	5
index.hr	4
avaz.ba	3
blic.rs	2
oslobodjenje.ba	2
mojusk.ba	1
vecernji.hr	1
novosti.rs	1
vecernjiilist.hr	1
net.hr	1
novice.at	1
kurir-info.rs	1
arso.gov.si	1
Biber.at	1
aljazeera	1
pescanik.net	1
slobodnadalmacija.hr	1
tportal.hr	1
tuzlarje	1
mesazhi.com	1
rts.rs	1



2.4.10 Nachrichten und Informationen: Türkei und BKS im Vergleich

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=206 (TK), n=237 (BKS), Personen mit Migrationshintergrund aus der Türkei oder BKS, die Nachrichten und Informationen zumindest „immer wieder einmal“ nutzen, absteigend sortiert



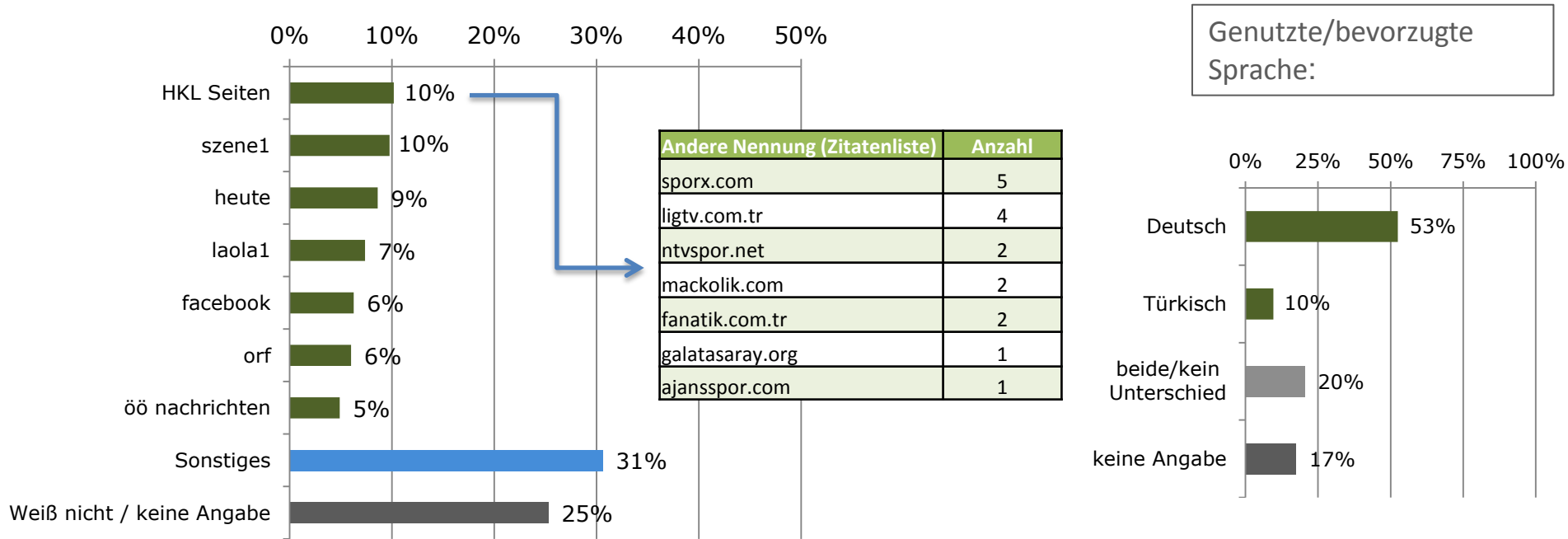
2.4.11 Nutzung Internetseiten: Sport und Veranstaltungstipps- Türkei



2.4.12 Nutzung Internetseiten: Sport und Veranstaltungstipps- Türkei

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=158, Personen mit türkischem Migrationshintergrund, die Sport und Veranstaltungstipps zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



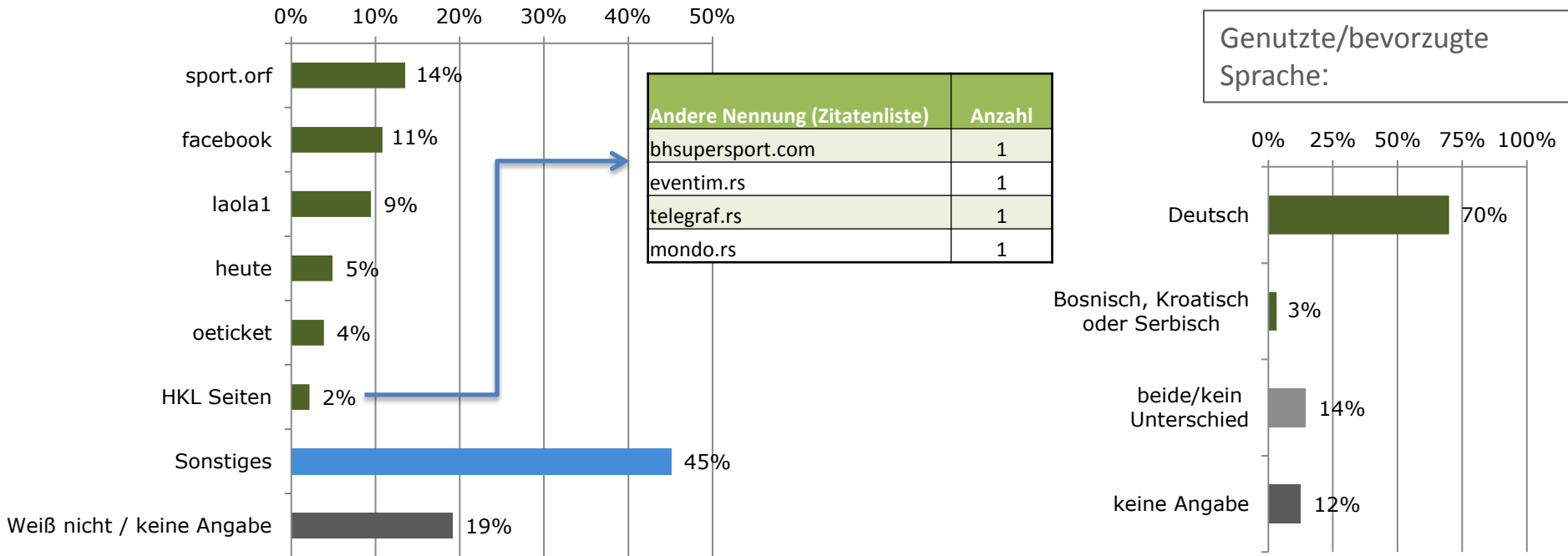
2.4.13 Nutzung Internetseiten: Sport und Veranstaltungstipps-BKS



2.4.14 Nutzung Internetseiten: Sport und Veranstaltungstipps-BKS

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

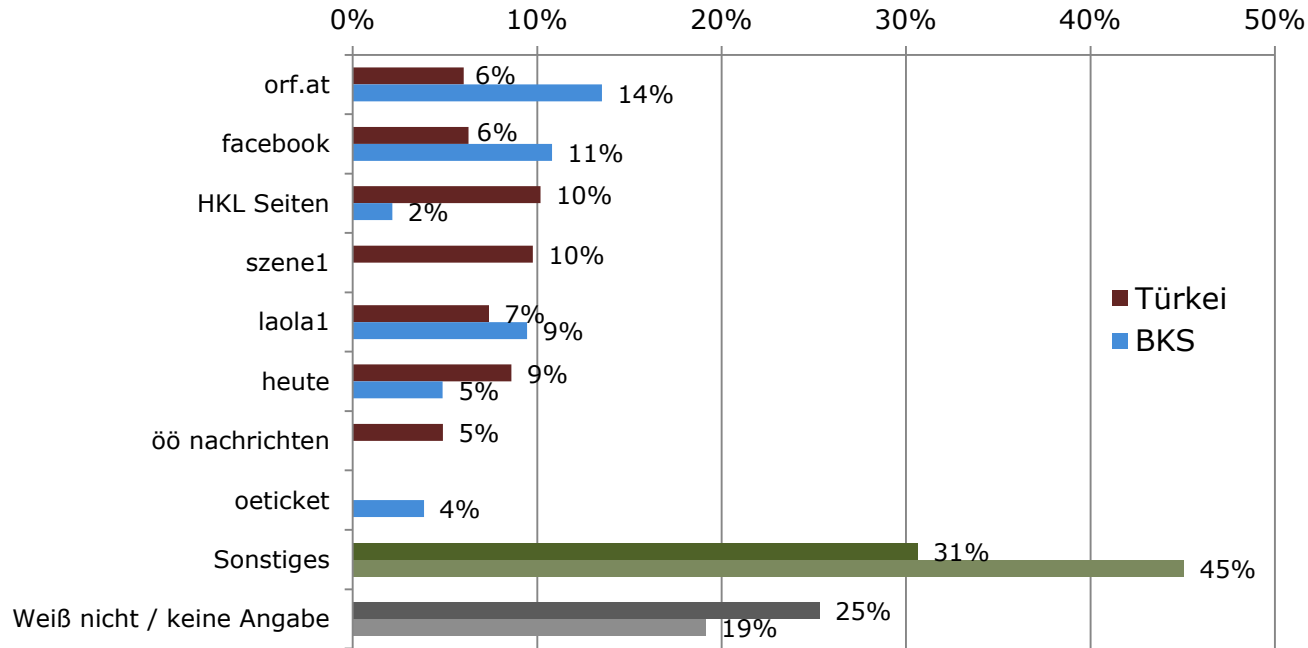
Spontane Nennung, Angaben in %, n=165, Personen mit Migrationshintergrund aus BKS, die Sport und Veranstaltungstipps zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



2.4.15 Sport und Veranstaltungstipps: Türkei und BKS im Vergleich

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=158 (TK), n=165 (BKS), Personen mit Migrationshintergrund aus der Türkei oder BKS, die Sport und Veranstaltungstipps zumindest „immer wieder einmal“ nutzen, absteigend sortiert



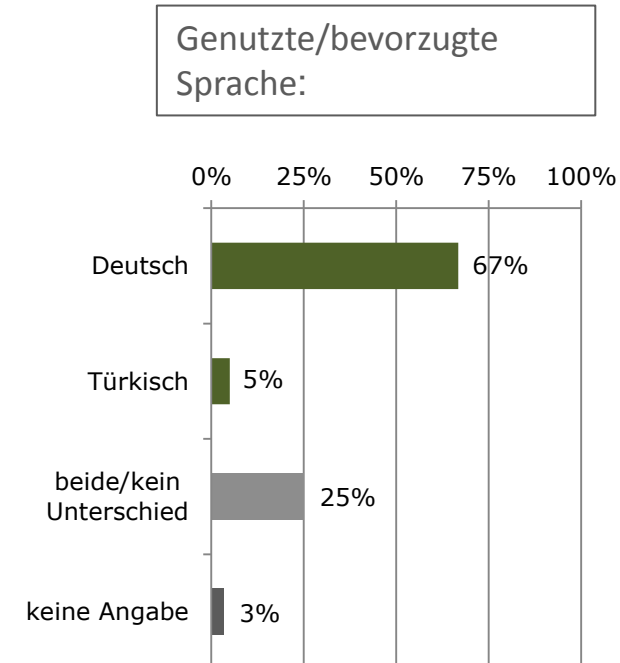
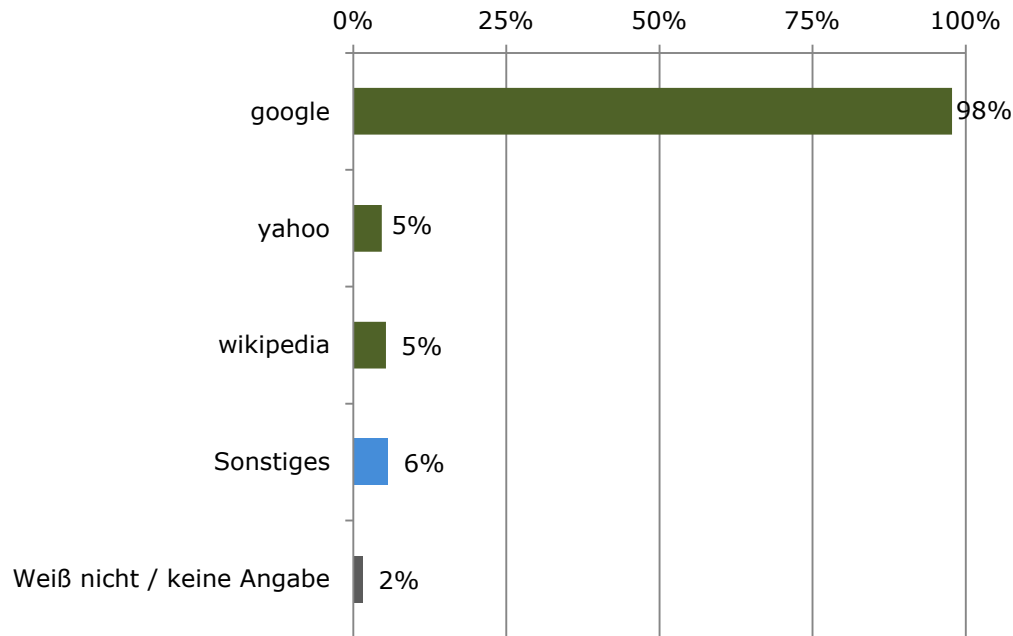
2.4.16 Nutzung Internetseiten: Suchmaschinen-Türkei



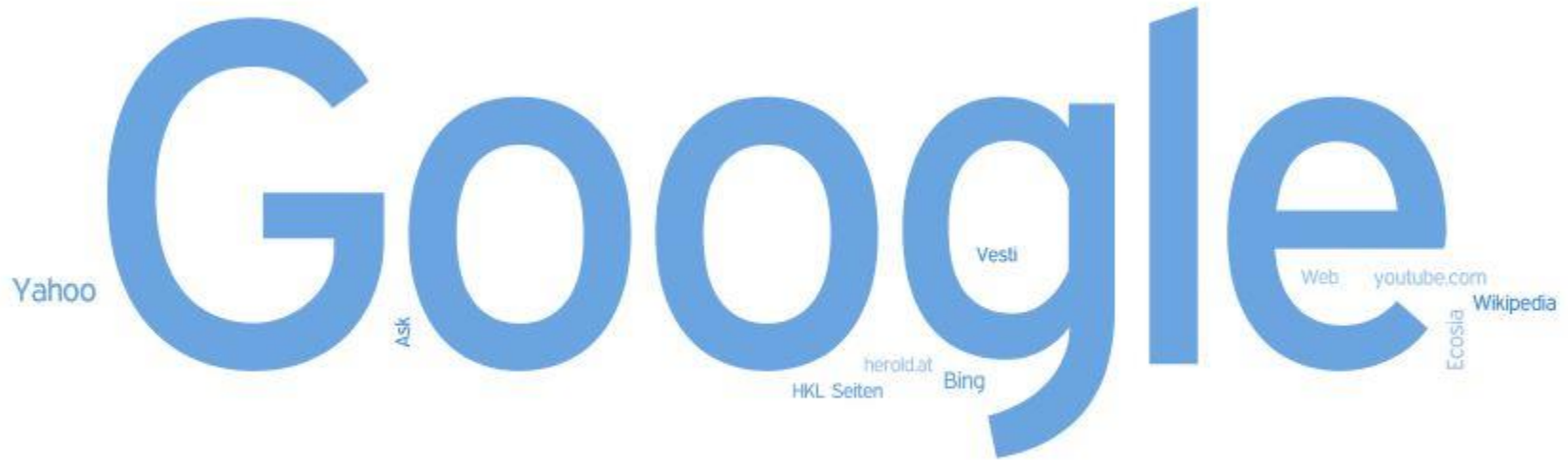
2.4.17 Nutzung Internetseiten: Suchmaschinen-Türkei

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=234, Personen mit türkischem Migrationshintergrund, die Suchmaschinen zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



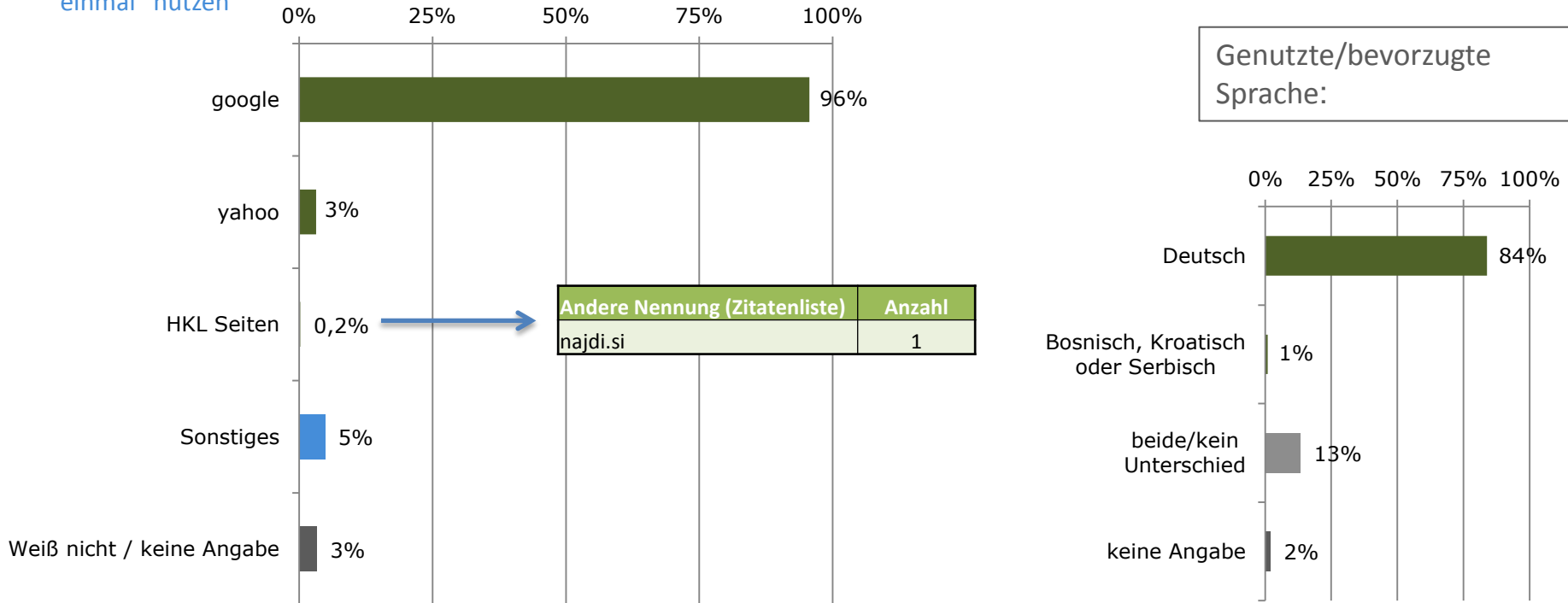
2.4.18 Nutzung Internetseiten: Suchmaschinen-BKS



2.4.19 Nutzung Internetseiten: Suchmaschinen-BKS

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

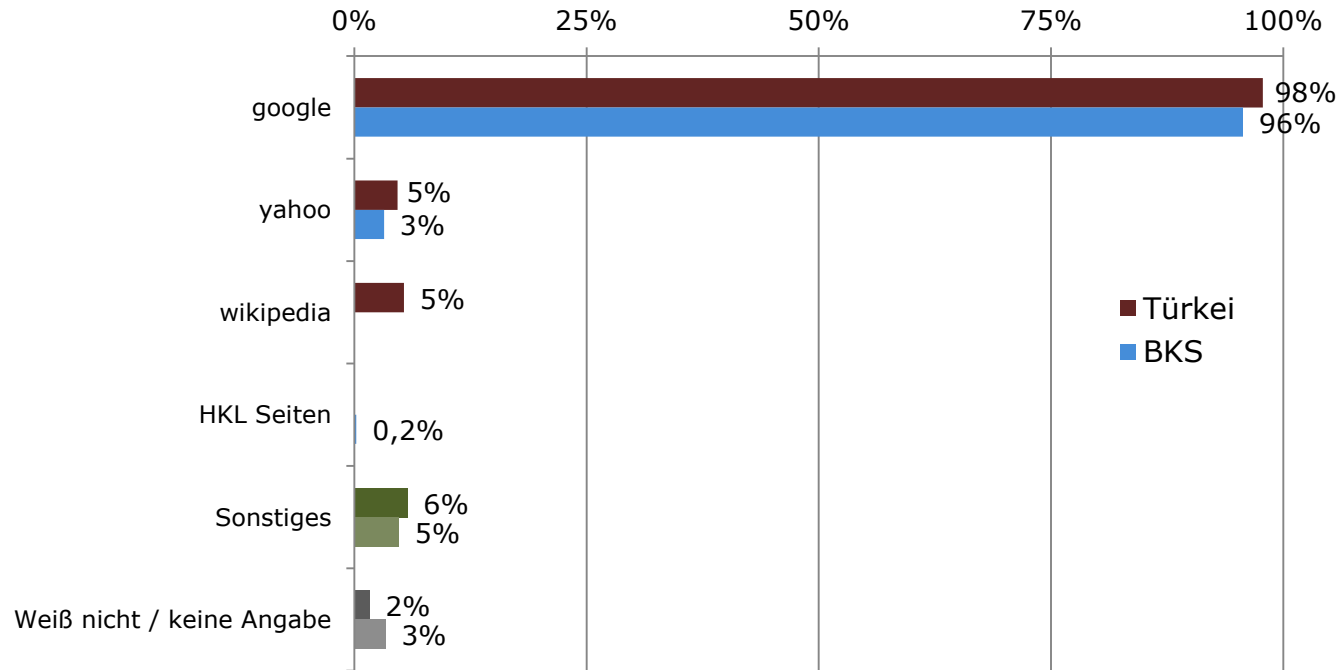
Spontane Nennung, Angaben in %, n=275, Personen mit Migrationshintergrund aus BKS, die Suchmaschinen zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



2.4.20 Suchmaschinen nutzen: Türkei und BKS im Vergleich

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=234 (TK), n=275 (BKS), Personen mit Migrationshintergrund aus der Türkei oder BKS, die Sport und Veranstaltungstipps zumindest „immer wieder einmal“ nutzen, absteigend sortiert



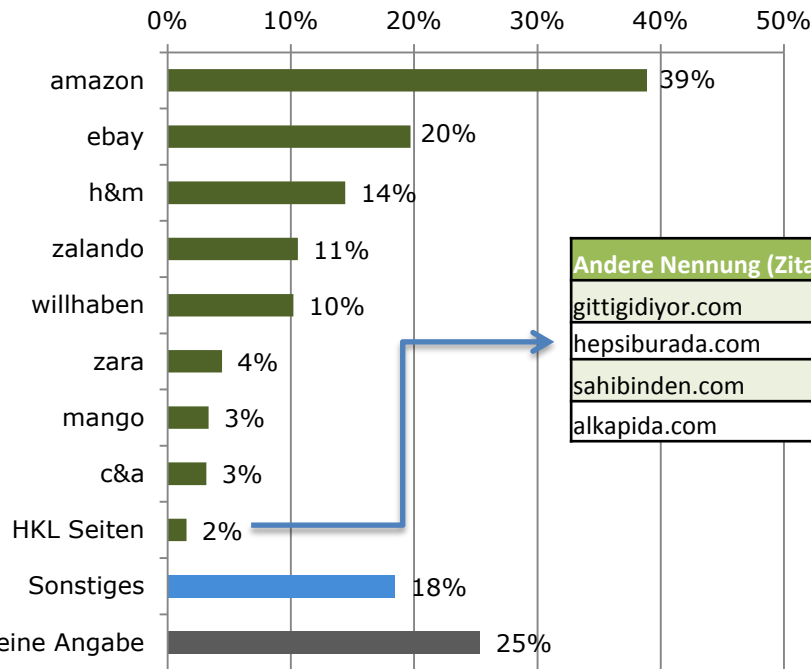
2.4.21 Nutzung Internetseiten: Einkaufen und Angebote-Türkei



2.4.22 Nutzung Internetseiten: Einkaufen und Angebote-Türkei

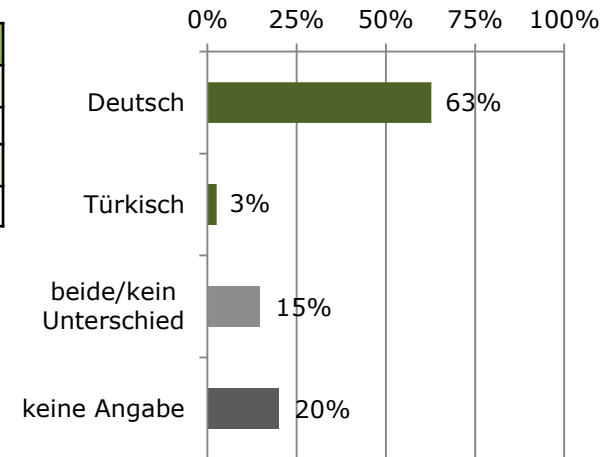
Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in %, n=203, Personen mit türkischem Migrationshintergrund, die Einkaufen und Angebote zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
gittigidiyor.com	2
hepsiburada.com	1
sahibinden.com	1
alkapida.com	1

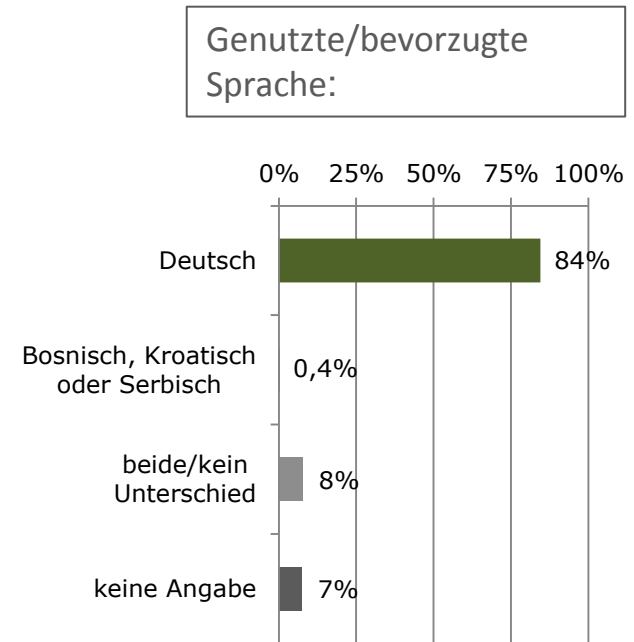
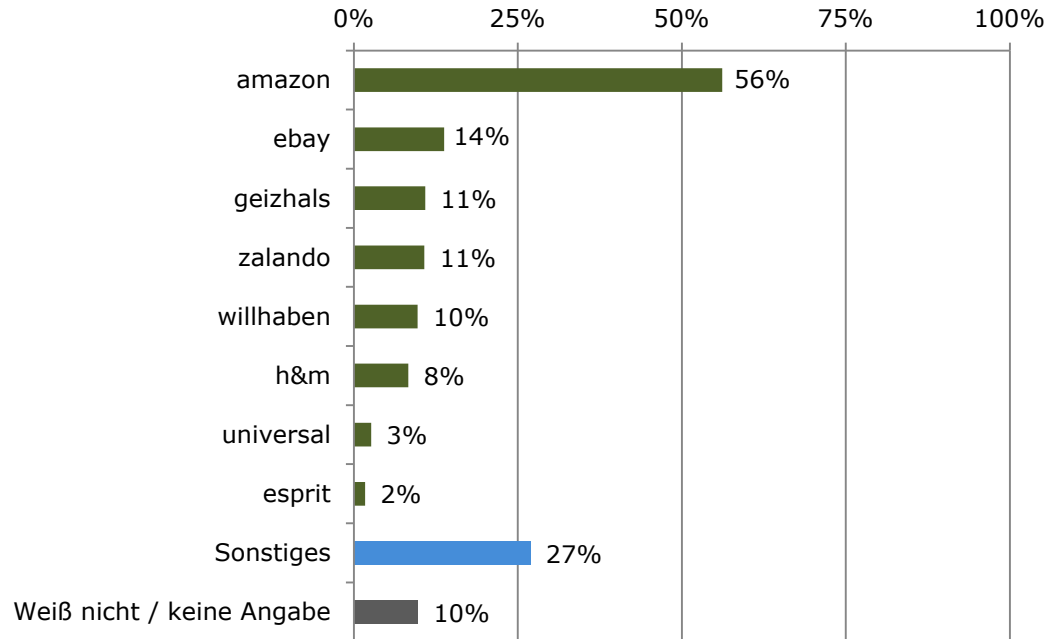
Genutzte/bevorzugte Sprache:



2.4.24 Nutzung Internetseiten: Einkaufen und Angebote-BKS

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

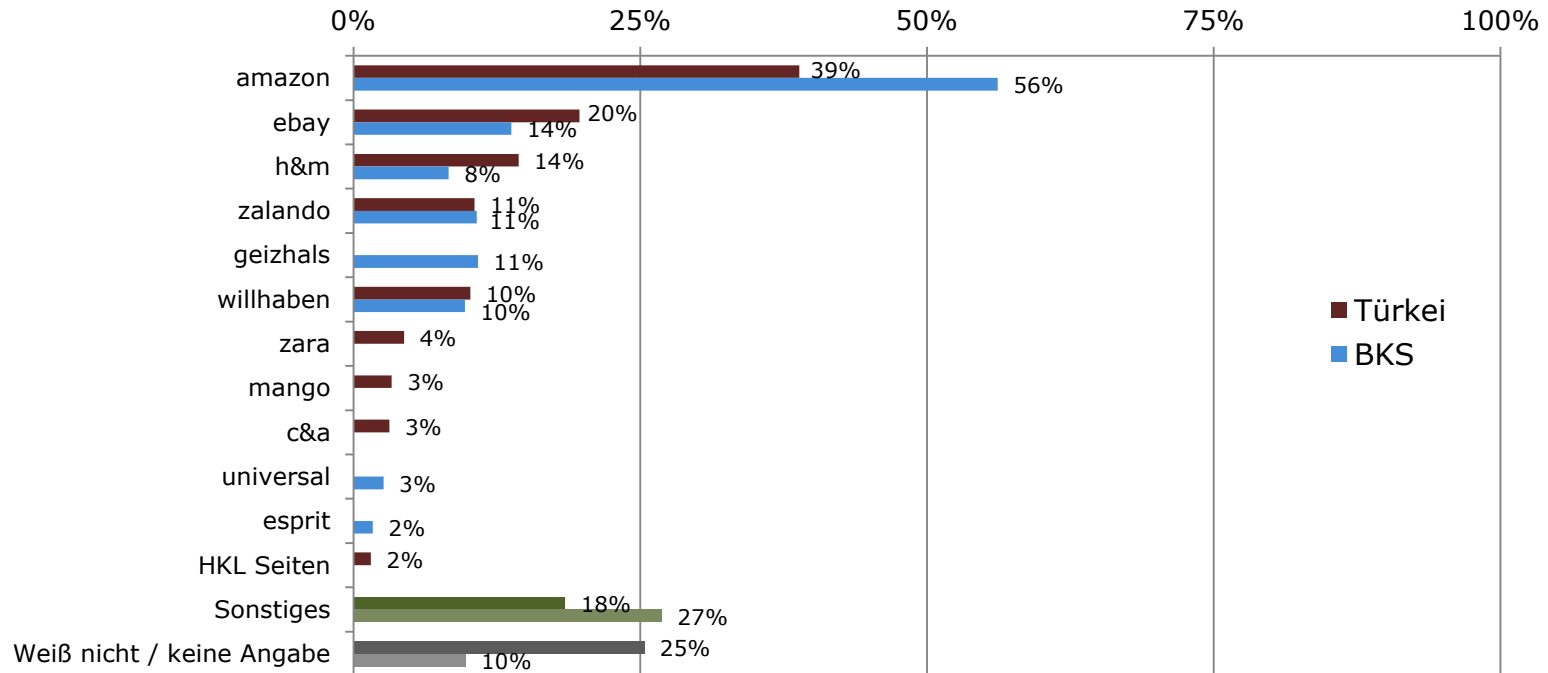
Spontane Nennung, Angaben in %, n=235, Personen mit Migrationshintergrund aus BKS, die Einkaufen und Angebote zumindest „immer wieder einmal“ nutzen



2.4.25 Einkaufen und Angebote: Türkei und BKS im Vergleich

Nun geht es um die Nutzung von Internetseiten. Bitte notieren Sie im Folgenden ALLE Internetseiten, die Sie in der jeweiligen Gruppe regelmäßig oder zumindest „immer wieder einmal“ nutzen. Bitte denken Sie auch an Websites in anderen Sprachen oder auch Websites aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

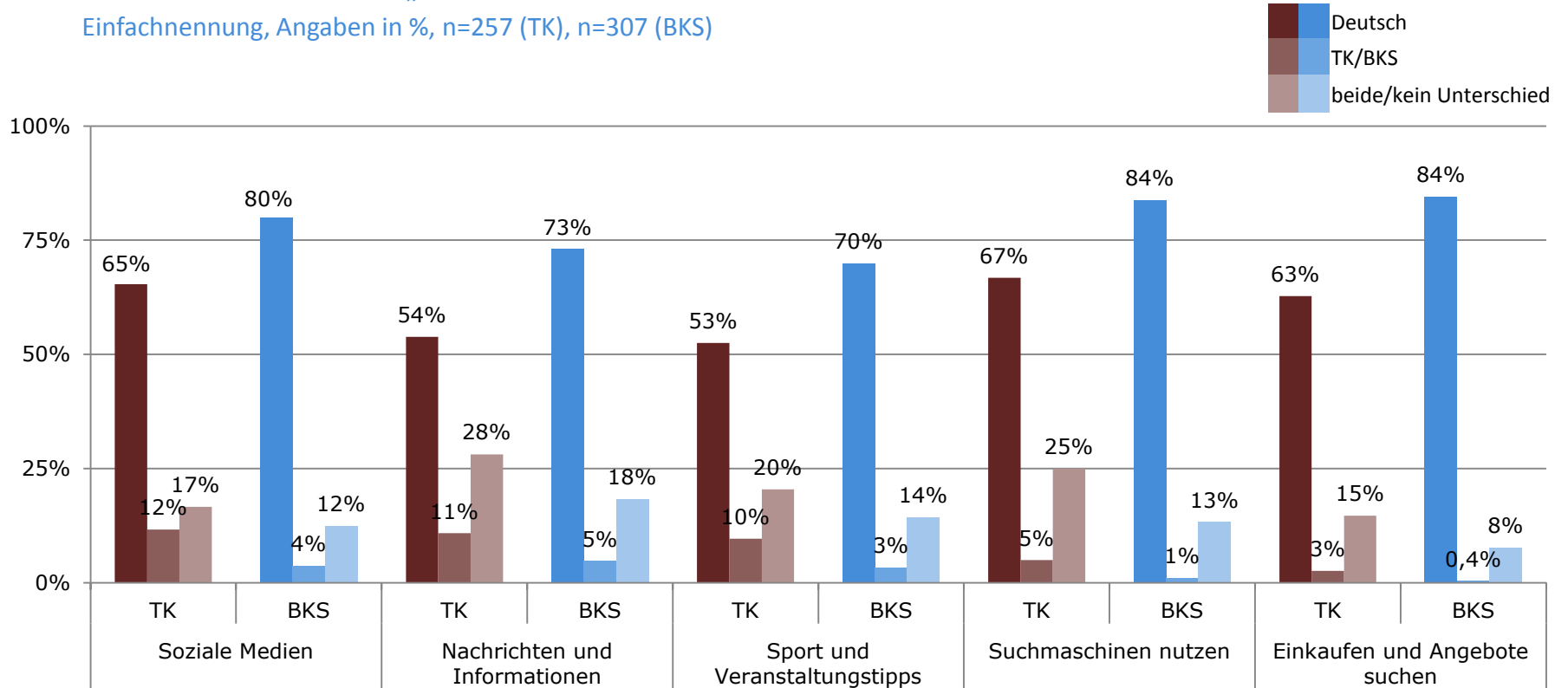
Spontane Nennung, Angaben in %, n=203 (TK), n=235 (BKS), Personen mit Migrationshintergrund aus der Türkei oder BKS, die Einkaufen und Angebote zumindest „immer wieder einmal“ nutzen, absteigend sortiert



2.4.27 Genutzte/ bevorzugte Sprache: Türkei und BKS im Vergleich

Und in welcher Sprache nutzen Sie üblicher Weise Websites aus diesen Gruppen? Mit welcher Sprache fühlen Sie sich auf diesen Websites „wohler“?

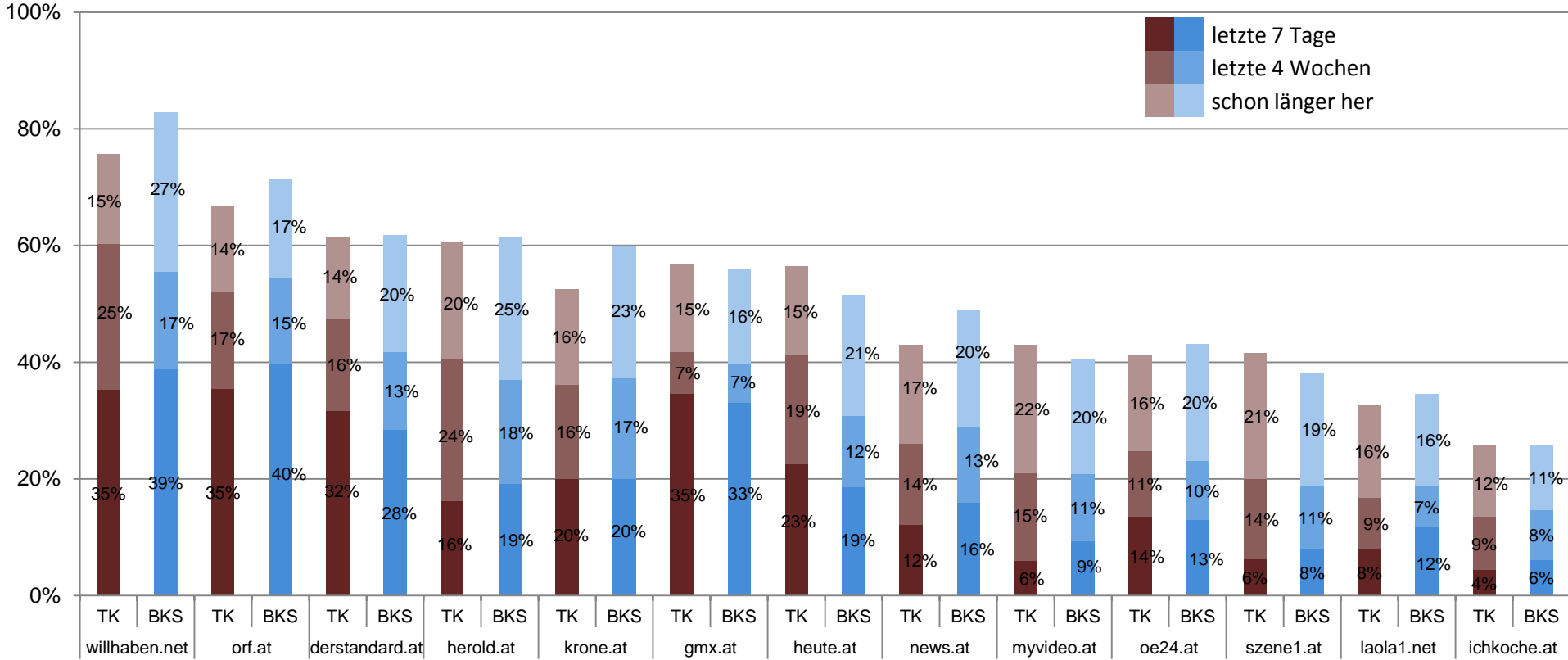
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS)



2.5 Häufigkeit: Nutzung Internetseiten

Bitte geben Sie nun an, wann Sie folgende Websites im Internet aufgesucht haben?

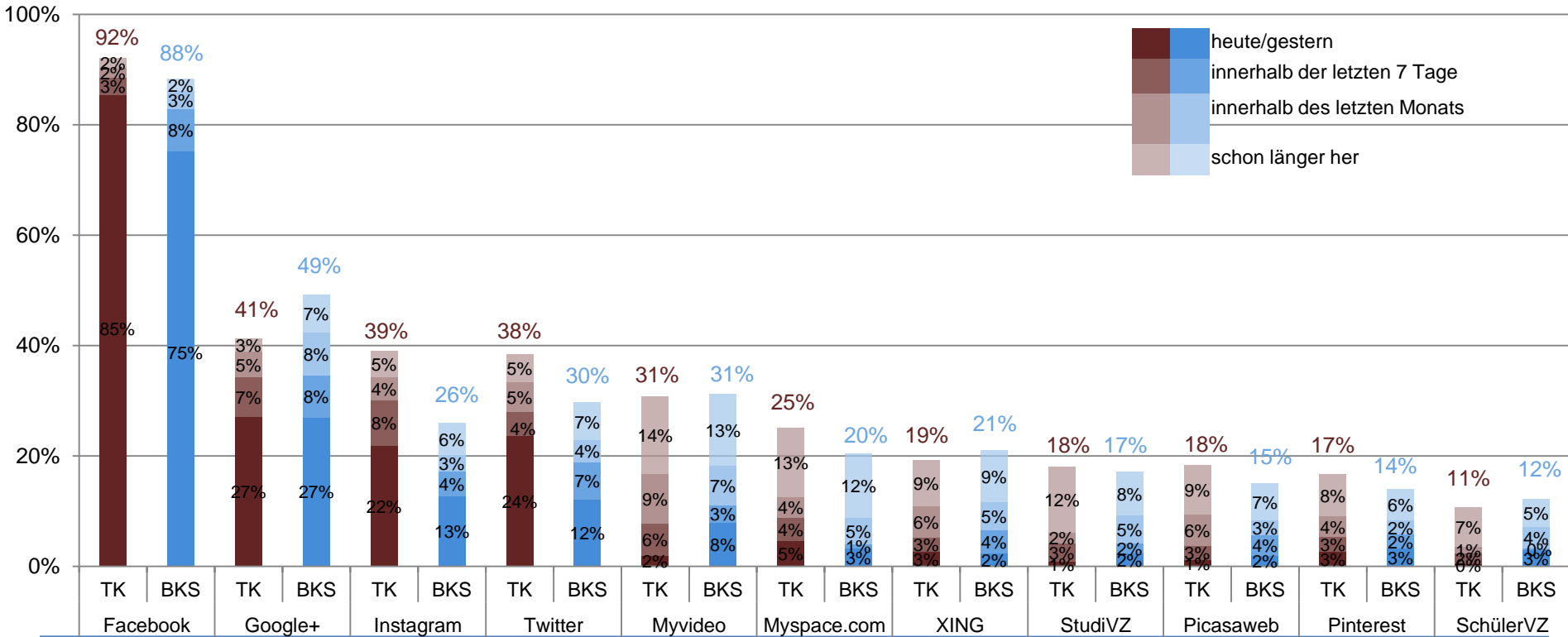
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS), Rest auf 100= gar nicht genutzt, absteigend sortiert



2.6 Soziale Medien: Häufigkeit der Nutzung

Wie häufig nutzen Sie selbst folgende soziale Medien/ Netzwerke? Bitte geben Sie jeweils an, wann Sie dieses soziale Medium zuletzt genutzt haben!

5er-Skala, 1=heute/gestern, 5=nutze dieses Netzwerk nicht, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS), absteigend sortiert



2.7 Andere Soziale Medien (Zitatenliste): Türkei

Oder gibt es noch andere Soziale Medien, die Sie gelegentlich nutzen? Denken Sie bitte auch an Netzwerke in anderen Sprachen oder Netzwerke aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in absoluten Zahlen, n=257 (TK), n=307 (BKS)

Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
ask.fm	4
karizmatik	3
linkedin	3
inci.sozlukspot.com	2
eksisozluk.com	2
Mynet	2
Haber	2
ddizi.org	2
badoo	2
keek	2
meinblog.at	1
hairhouse.at	1
vine	1
sms.at	1
skype	1
sesli dünya	1

Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
bilmiyorum	1
diziizle.net	1
halkhaber.tv	1
startv.com.tr	1
dinimizislam.com	1
oktayustam.com	1
yemeksepeti.com	1
zaman.com.tr	1
dogadangelenguzellik.com	1
canakokey.com	1
tavaloyna.org	1
tavsancali.net	1
karthalber.com	1
kullanmiyorum	1
Hürriyet	1
okey	1

2.7.1 Andere Soziale Medien (Zitatenliste): BKS

Oder gibt es noch andere Soziale Medien, die Sie gelegentlich nutzen? Denken Sie bitte auch an Netzwerke in anderen Sprachen oder Netzwerke aus Ihrem Herkunftsland/ dem Herkunftsland Ihrer Eltern!

Spontane Nennung, Angaben in absoluten Zahlen, n=257 (TK), n=307 (BKS)

Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
Skype	11
Whatsapp	5
kafic.net	4
Badoo	4
Tumblr	4
Viber	3
msn	3
LinkedIn	3
ask.fm	2
Netlog	2
hi5	2
Twoo	2
Lovoo	2
presheva.com	2
yucafe	1
dnevnik.hr	1
becka raja	1

Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
blic	1
vesti.rs	1
buzimljani.ba	1
najdi.si	1
opera17.rs	1
prva.rs	1
preshevajone.com	1
vijesti	1
4chan	1
Dad	1
Hrvati.de	1
Al Gazeera	1
reddit.com	1
MeinVZ	1
Uboot	1
icq	1
mytopic	1

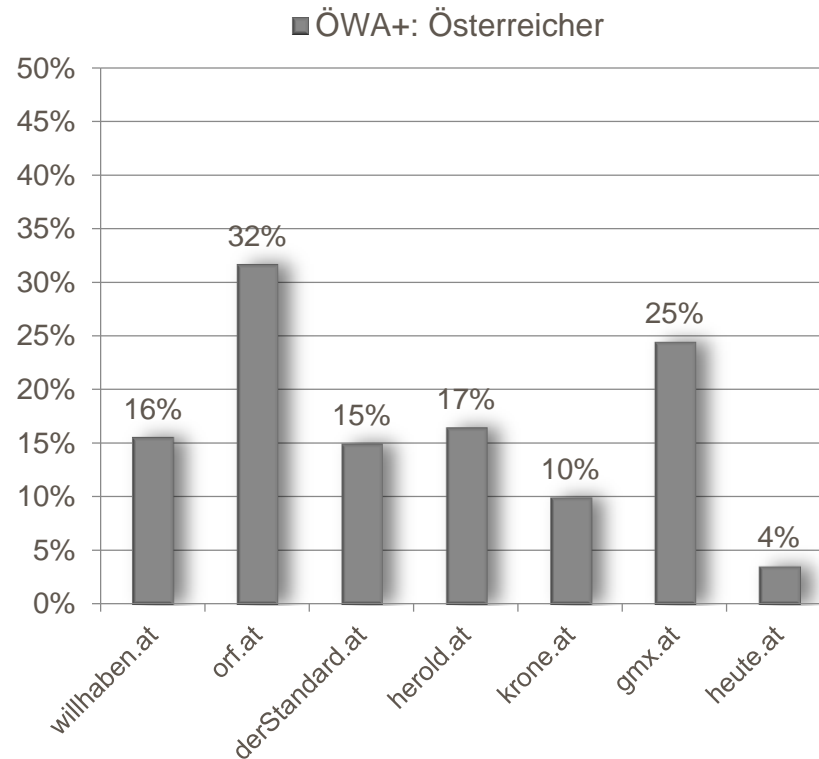
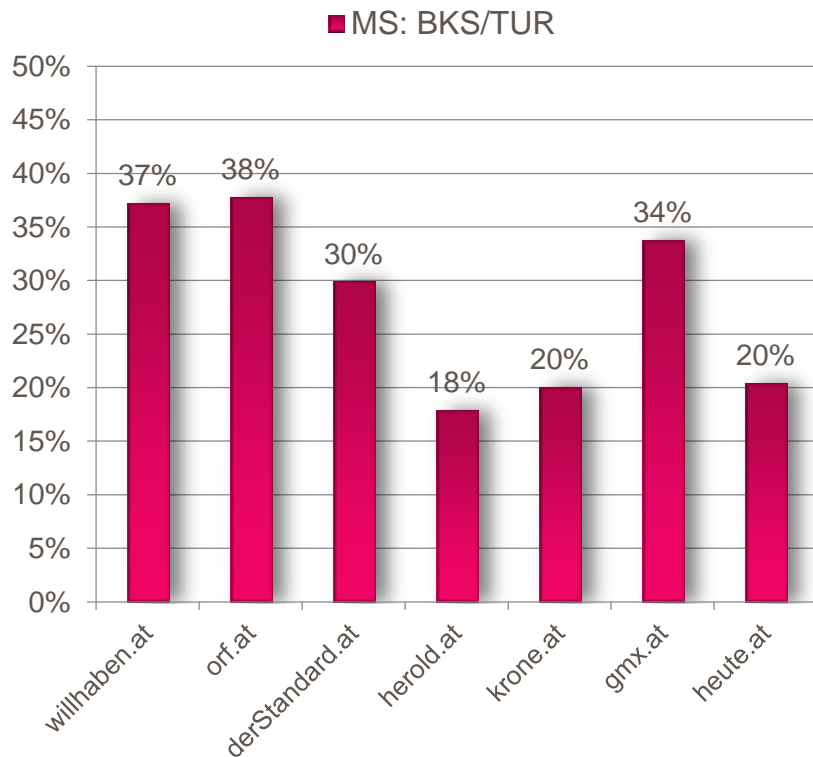
Andere Nennung (Zitatenliste)	Anzahl
Movie2k	1
kinox.to	1
bhsupersport.com	1
Corriere della Sera	1
ofte	1
Neni	1
r-golf6.com	1
AlbaniVZ	1
albforum.com	1
Hotmail	1
FDBH	1
Keek	1
Vine	1
Spin	1
Schüler.cc	1
Kwick	1

Genutzte Websites im Vergleich

Migrantenstudie

by MediaCom, September 2013

ÖWA Plus 2012_4Q: Internetnutzer; in den letzten 7 Tagen besucht



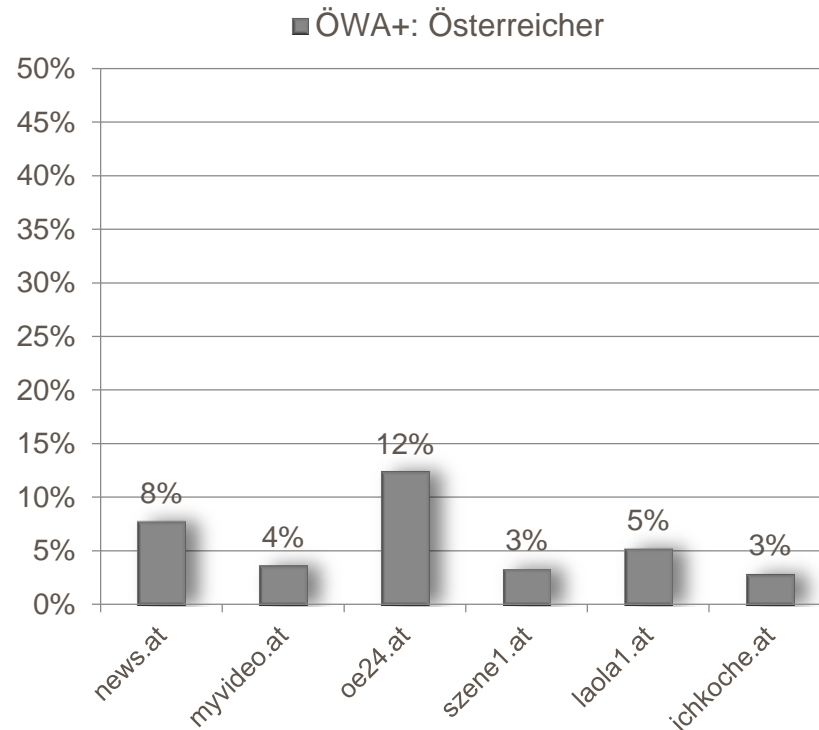
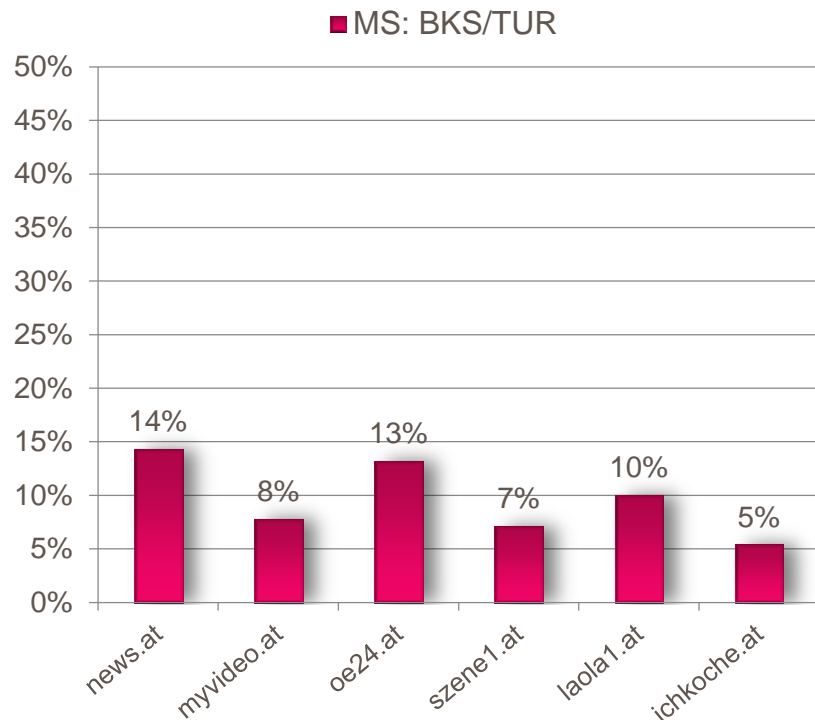
Quelle: Migrantenstudie 2013; ÖWA+ 2012_Q4

Genutzte Websites im Vergleich

Migrantenstudie

by MediaCom, September 2013

ÖWA Plus 2012_4Q: Internetnutzer; in den letzten 7 Tagen besucht



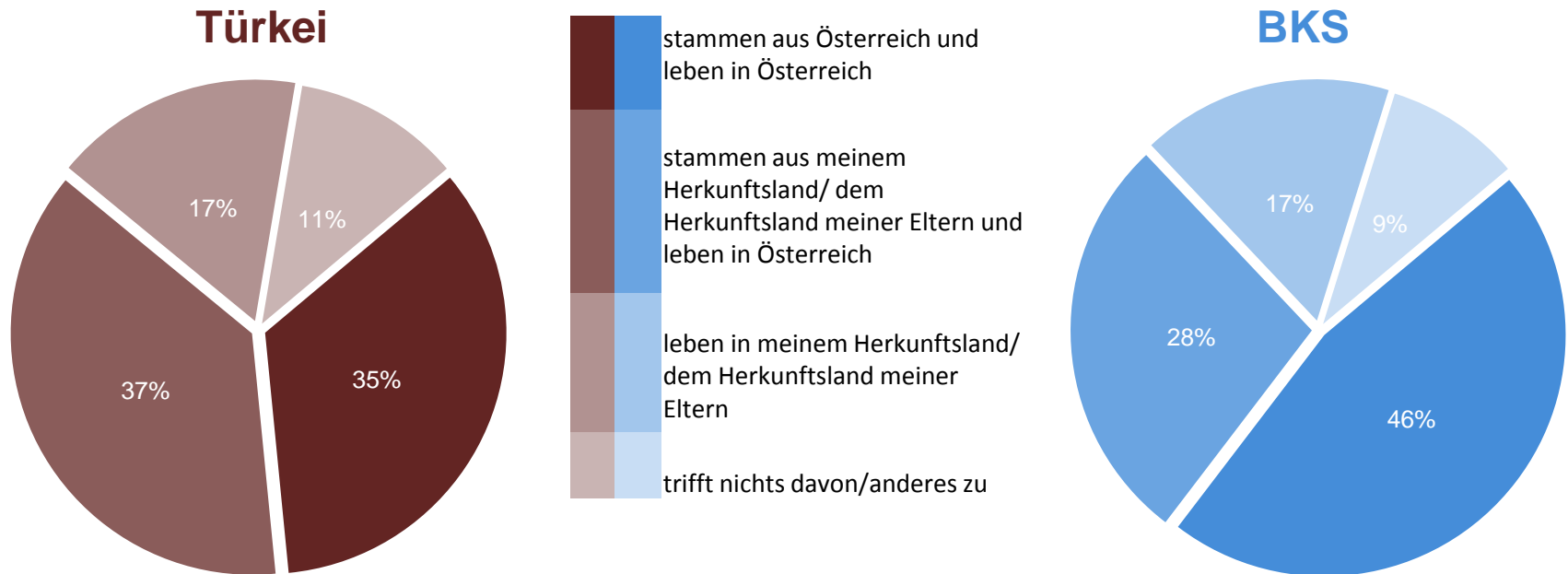
Quelle: Migrantenstudie 2013; ÖWA+ 2012_Q4

Verbindung ins Herkunftsland – auch mittels Social Media :

**9 von 10 nutzen Social Media als Verbindungstool zu Familie/Freunden.
TUR-Befragte sind im Netz deutlich HKL-affiner und austausch-orientierter.
Befragte aus BKS nutzen Social Media stärker zur Unterhaltung.**

2.8 Herkunft Freunde in sozialen Netzwerken:

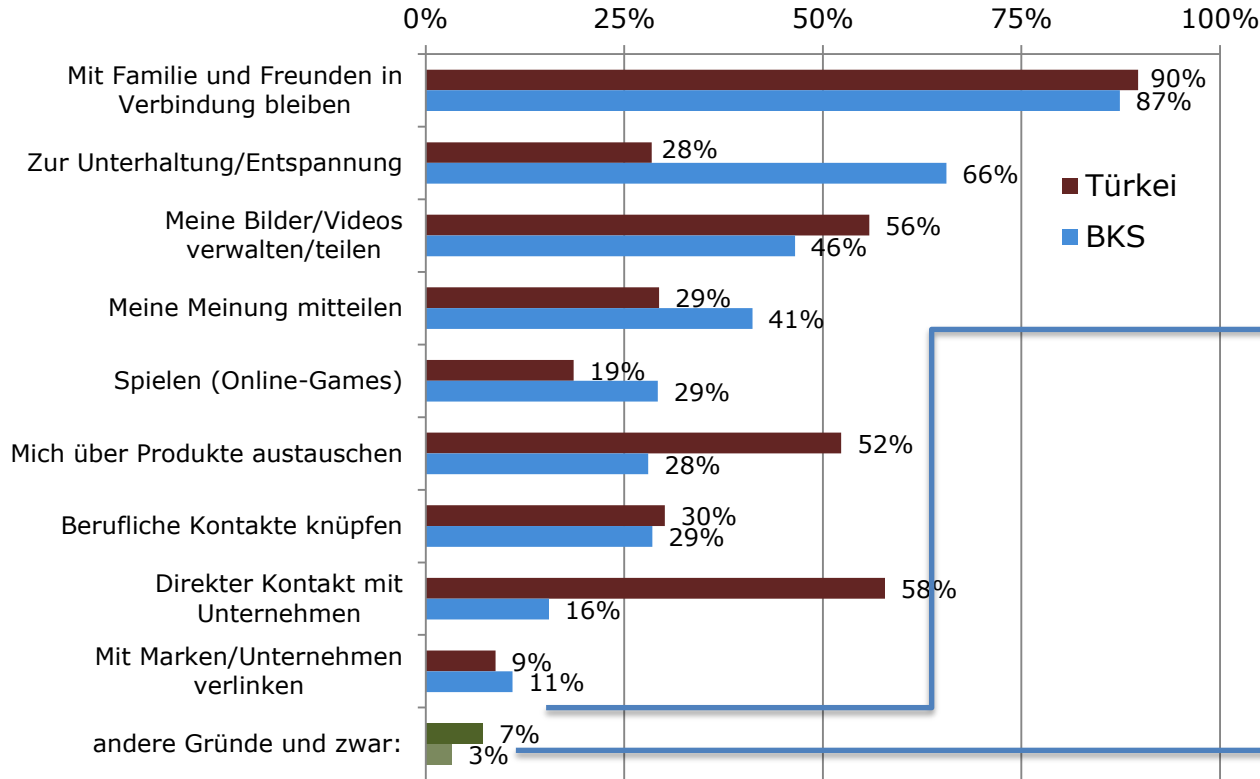
Nun geht es darum, woher Ihre „Freunde“ in allen Ihren sozialen Netzwerken kommen – also wo Sie leben. Bitte versuchen Sie daher in Prozent ungefähr abzuschätzen, woher Ihre Freunde in Ihren sozialen Netzwerken kommen. Prozentangabe, Angaben in MW, n=255 (TK), n=299 (BKS), Personen, die soziale Medien nutzen



2.9 Motive für die Verwendung sozialer Netzwerke:

Wozu nutzen Sie soziale Netzwerke üblicherweise? Bitte geben Sie alle Antworten an, die auf Sie zutreffen!

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=255 (TK), n=299 (BKS), Personen, die soziale Medien nutzen



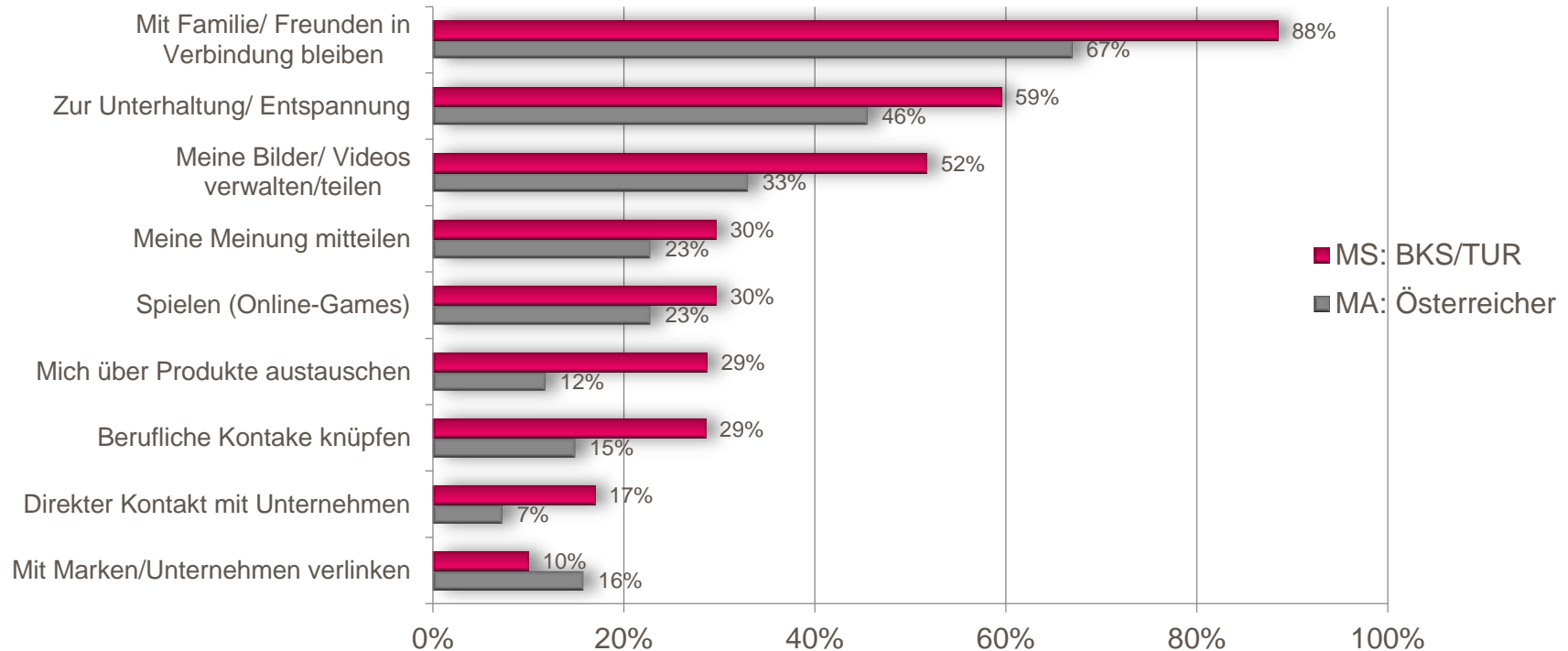
Andere Nennung (Zitatenliste) Türkei	Anzahl
Informationen für Schule/Uni	3
Recherche	2
Politik	2
Partnervermittlung	1
Diskussionen über best. Themen	1
Kontakt mit Freunden	1
Religion	1
Promotion	1
Serien anschauen	1
Deutsch lernen	1
Andere Nennung (Zitatenliste) BKS	Anzahl
Informationsquelle	2
e-sport	1
Profile anschauen	1
Austausch mit StudienkollegInnen	1
Newsfeed	1
Auf dem neuesten Stand bleiben	1
Keine	3

Social Media Nutzungszweck im Vergleich

Migrantenstudie

by MediaCom, September 2013

MA: Wozu nutzen Sie Soziale Netzwerke/Social Networks üblicherweise (Filter: Profil eingerichtet bzw. registriert)



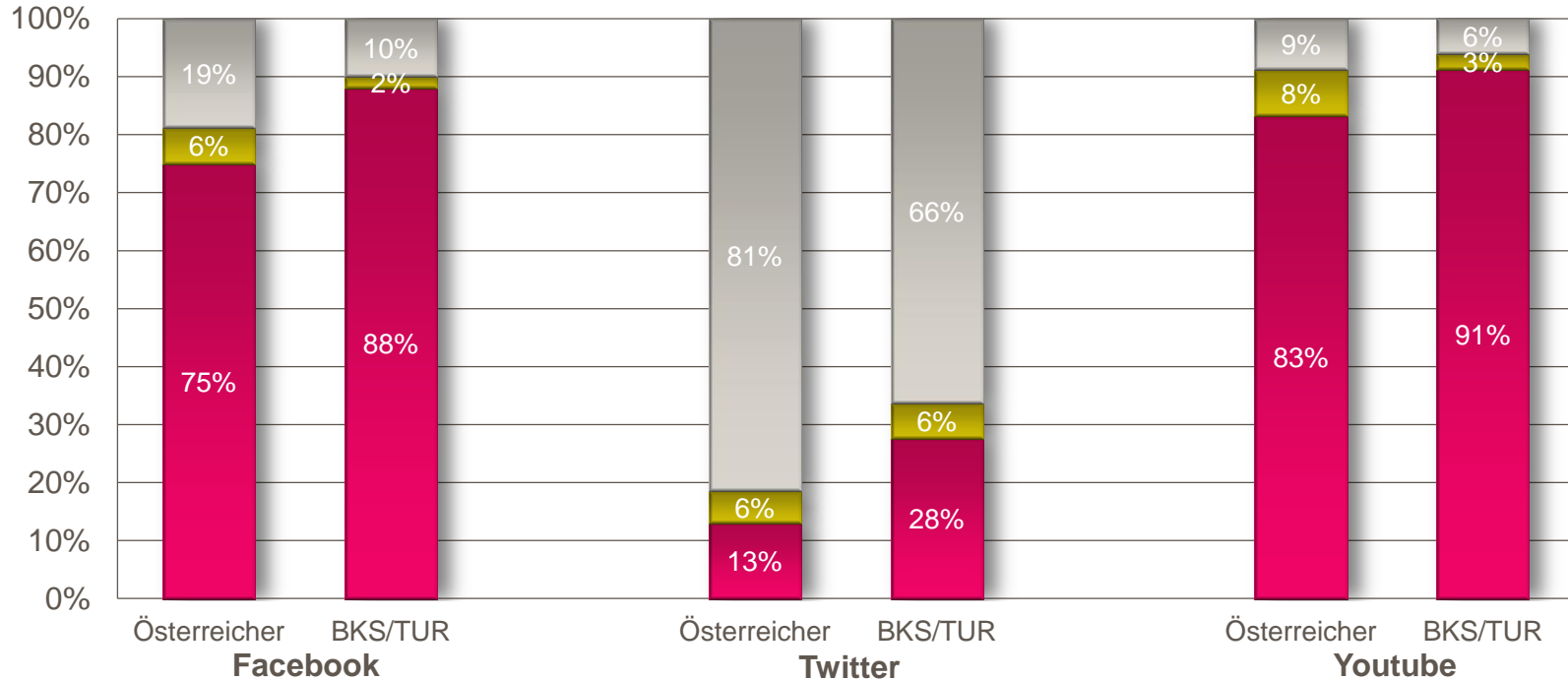
Social Media Nutzung im Vergleich

AIM: Wann haben Sie die folgenden Plattformen im Internet besucht? War das...?

EthnOpinion: Wie häufig nutzen Sie selbst folgende soziale Medien/Netzwerke?

Bitte geben Sie jeweils an, wann Sie dieses Soziale Medium zuletzt genutzt haben!

■ Noch nie benutzt ■ Schon länger her ■ In den letzten 4 Wochen



Quelle: Migrantenstudie 2013; AIM 2013, 1.Quartal

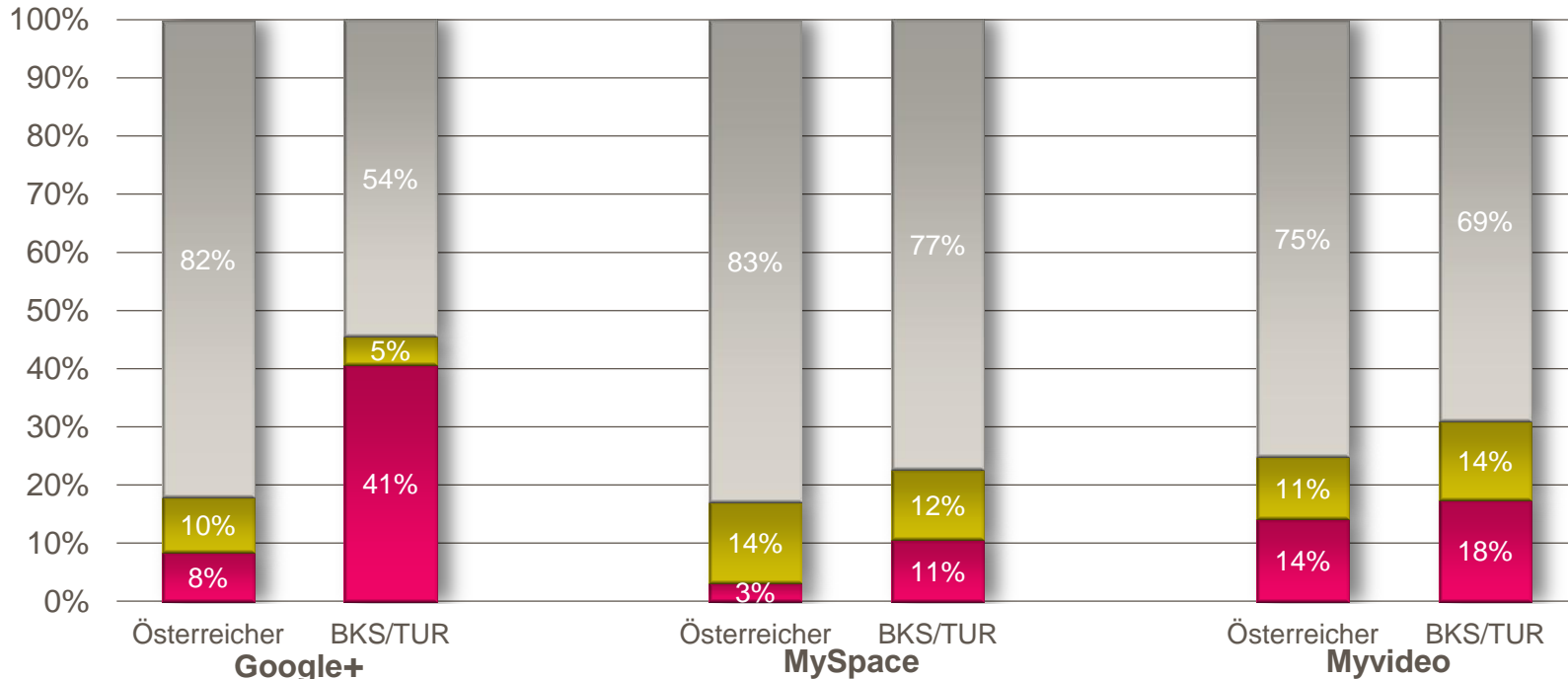
Social Media Nutzung im Vergleich

AIM: Wann haben Sie die folgenden Plattformen im Internet besucht? War das...?

EthnOpinion: Wie häufig nutzen Sie selbst folgende soziale Medien/Netzwerke?

Bitte geben Sie jeweils an, wann Sie dieses Soziale Medium zuletzt genutzt haben!

■ Noch nie benutzt ■ Schon länger her ■ In den letzten 4 Wochen



Quelle: Migrantenstudie 2013; AIM 2013, 1.Quartal

Social Media Nutzung im Vergleich

Migrantenstudie

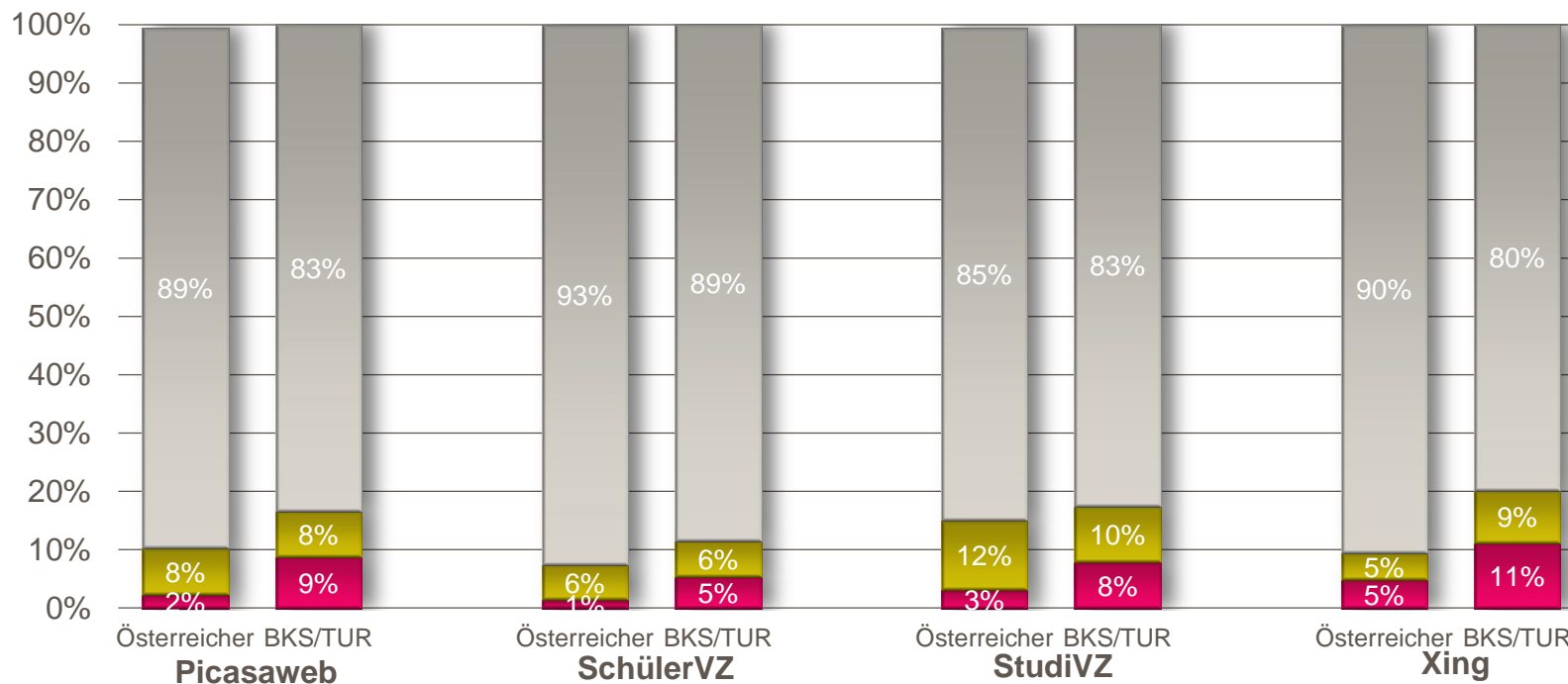
by MediaCom, September 2013

AIM: Wann haben Sie die folgenden Plattformen im Internet besucht? War das...?

EthnOpinion: Wie häufig nutzen Sie selbst folgende soziale Medien/Netzwerke?

Bitte geben Sie jeweils an, wann Sie dieses Soziale Medium zuletzt genutzt haben!

■ Noch nie benutzt ■ Schon länger her ■ In den letzten 4 Wochen



Quelle: Migrantenstudie 2013; AIM 2013, 1.Quartal

Online Shopping:

Unter jungen MigrantInnen weit verbreitet (73% „bereits über Internet eingekauft“)

Unter BKS-Befragten signifikant höher

Bestellt werden vor allem Produkte (67%) und Dienstleistungen (39%)

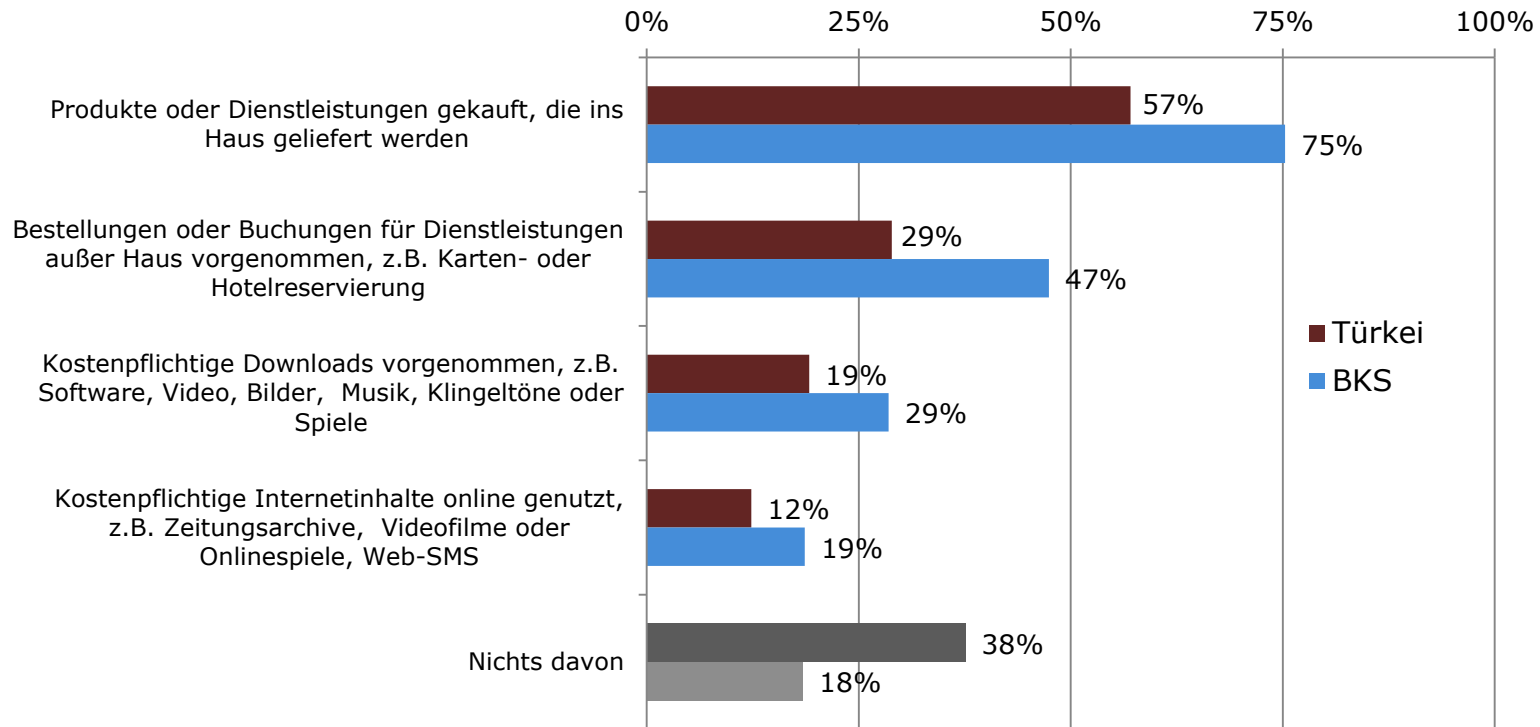
Zahlungsmittel Nr. 1 ist die Überweisung

Höchste Ausgaben für: Reisen und Kleidung

2.10 Einkauf über Internet:

Haben Sie bereits einmal über Internet eingekauft? Sie sehen hier ein paar mögliche Einkäufe. Haben Sie schon einmal...?

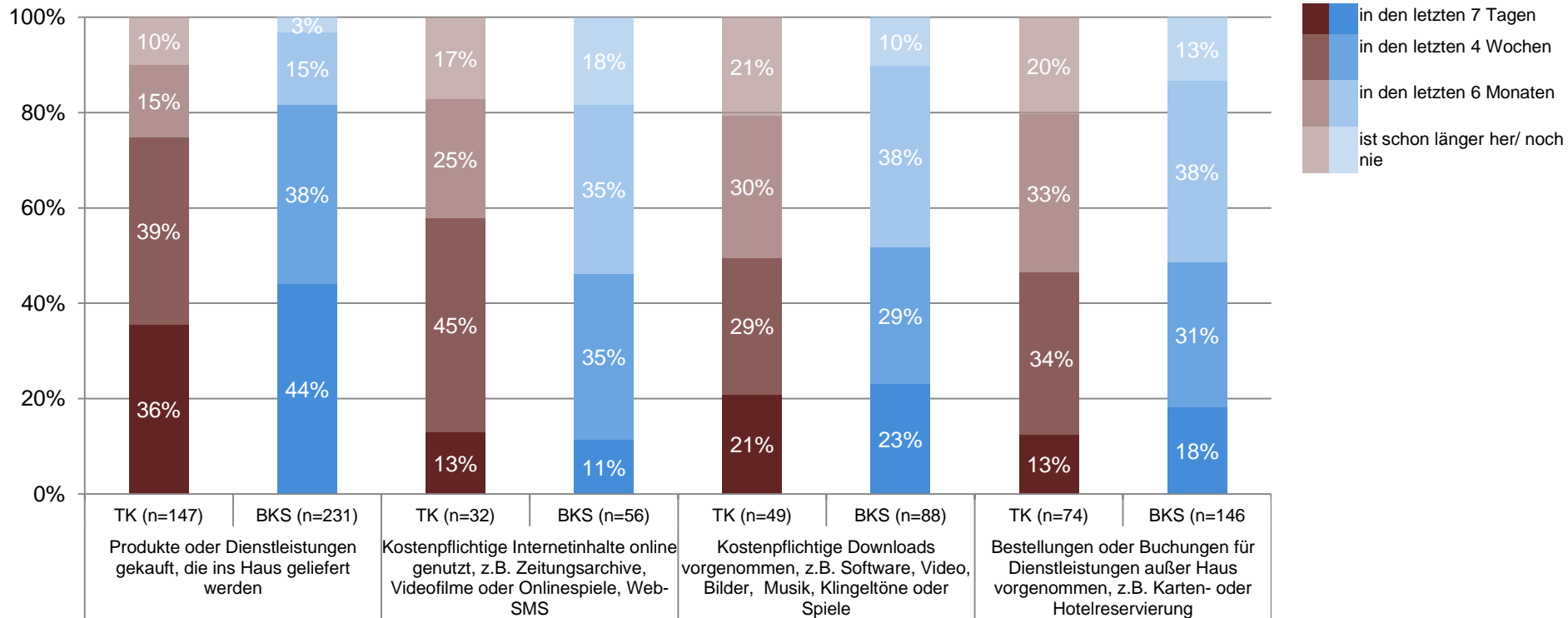
Mehrfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS)



2.11 Einkauf über Internet: Häufigkeit

Wann haben Sie das das letzte Mal getan?

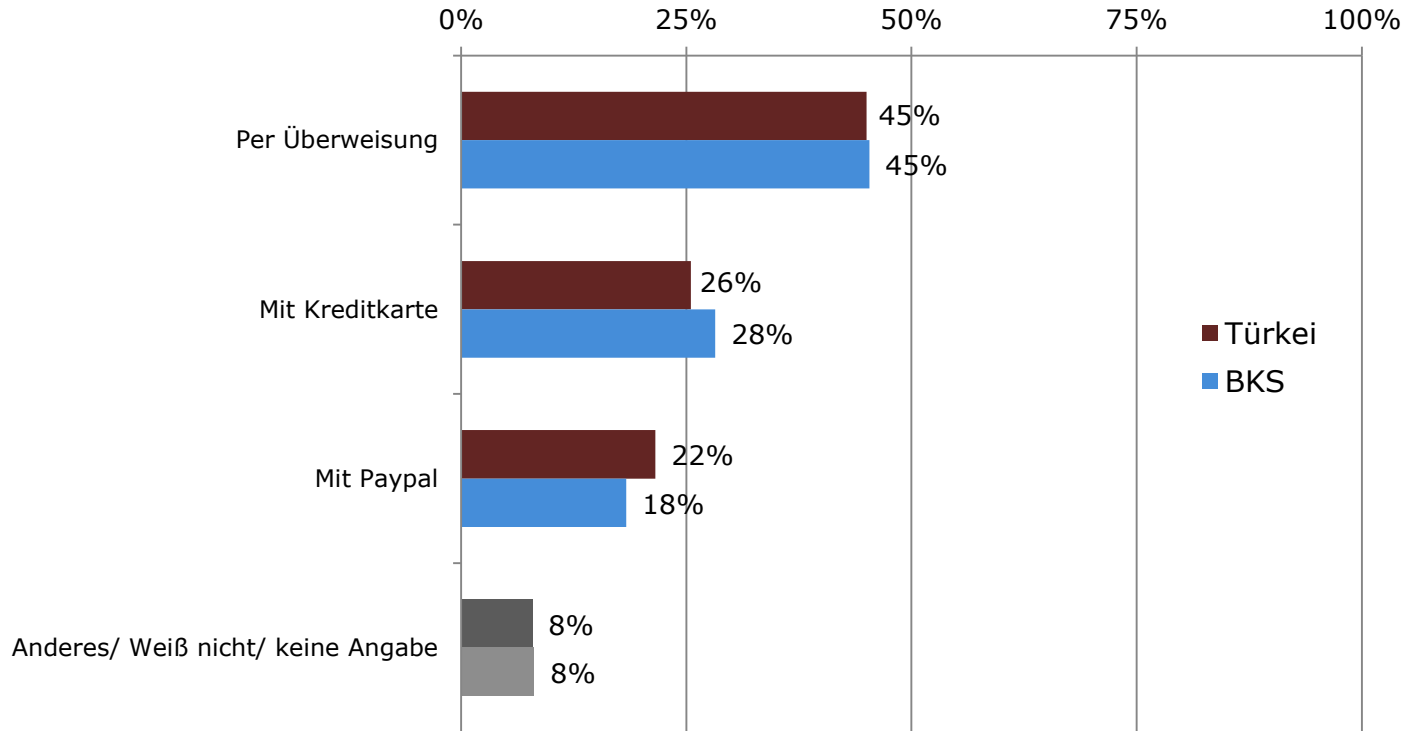
Einfachnennung, Angaben in %, n=32-231, Personen, die die jeweiligen Einkäufe bereits online getätigt haben, absteigend sortiert nach Top 2



2.12 Einkauf über Internet: Zahlungsmittel

Wenn Sie im Internet einkaufen, wie bezahlen Sie üblicherweise?

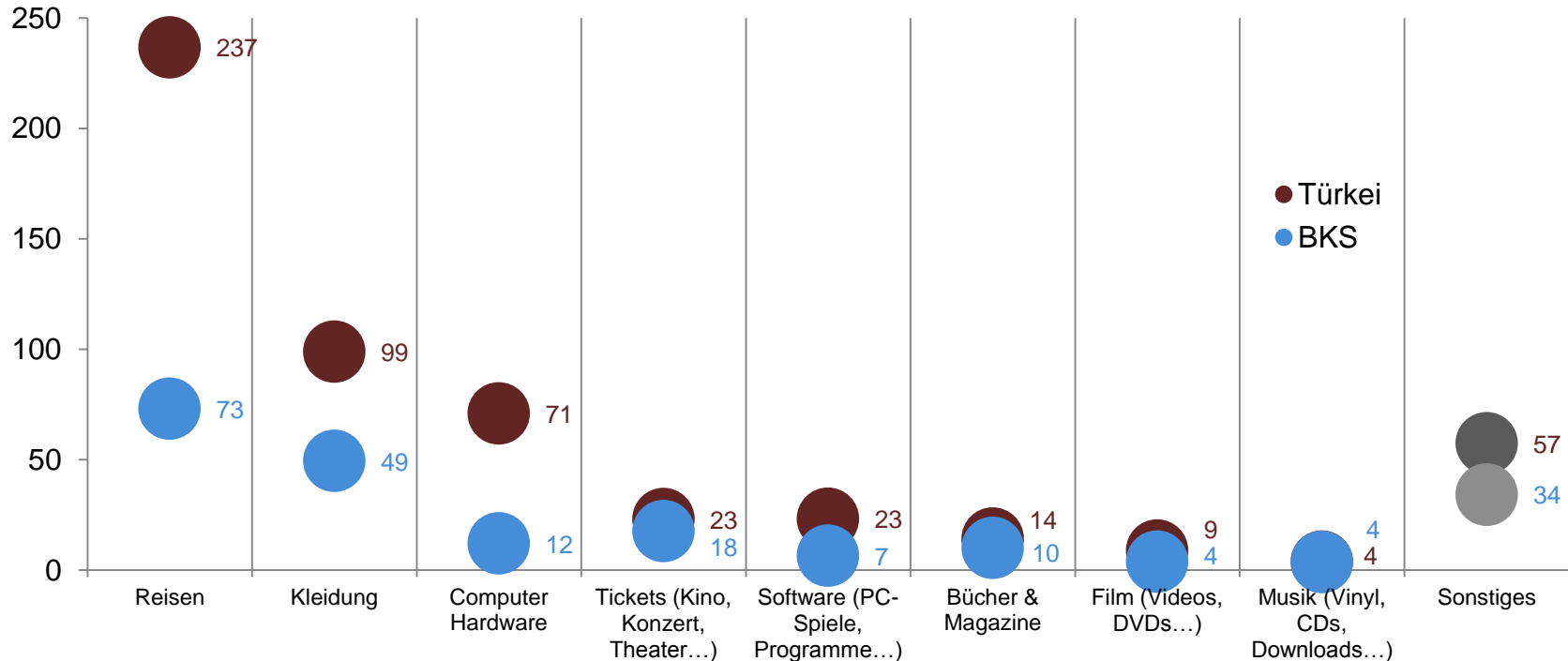
Einfachnennung, Angaben in %, n=160 (TK), n=250 (BKS), Personen, die bereits Einkäufe online getätigt haben, absteigend sortiert



2.13 Einkauf über Internet: Ausgaben

Bitte versuchen Sie im Folgenden abzuschätzen, wie viel Sie ungefähr pro Monat in den verschiedenen unten angeführten Kategorien ausgeben, wenn Sie diese Dinge ONLINE kaufen oder bestellen! Wenn Sie es nicht genau sagen können, schätzen Sie bitte ungefähr!

Spontane Nennung, Angaben in MW, n=160 (TK), n=250 (BKS), Personen, die bereits Einkäufe über das Internet geführt haben



Internet-Affinität und Werbung im www:

Gut 7 von 10 gut informiert, 5 von 10 offen für WOM („rede gern darüber“)

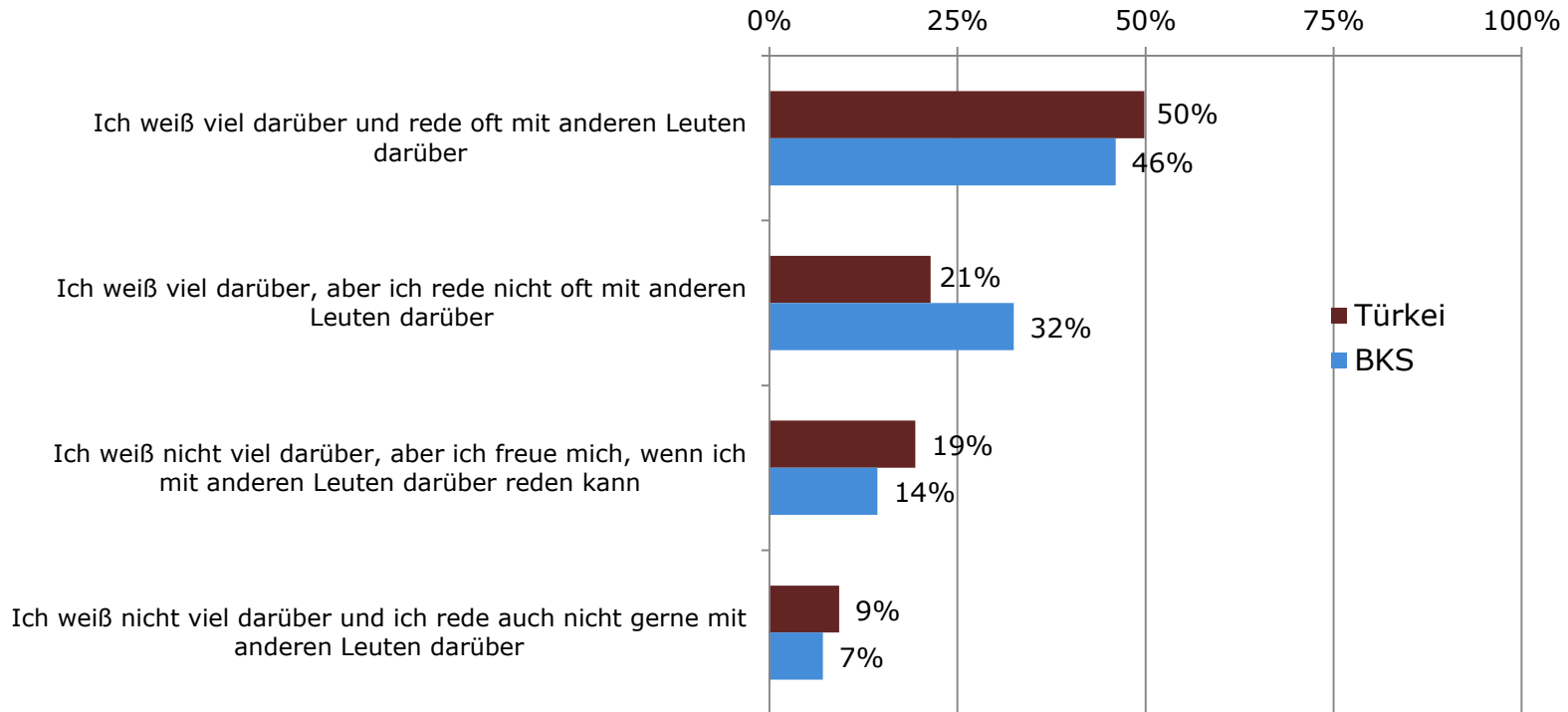
Fast 4 von 10 TUR-Befragten wünschen sich mehr Werbung in der Muttersprache – von den BKS-Befragten weniger als 20%!

DENN: nur 34% der jungen TUR-MigrantInnen sprechen zu Hause Deutsch – aber 51% der jungen BKS-MigrantInnen

2.14 Nutzung der vielen Möglichkeiten des Internet:

Welcher dieser Aussagen trifft in Hinblick auf die Nutzung der vielen Möglichkeiten des Internet am besten auf Sie zu?

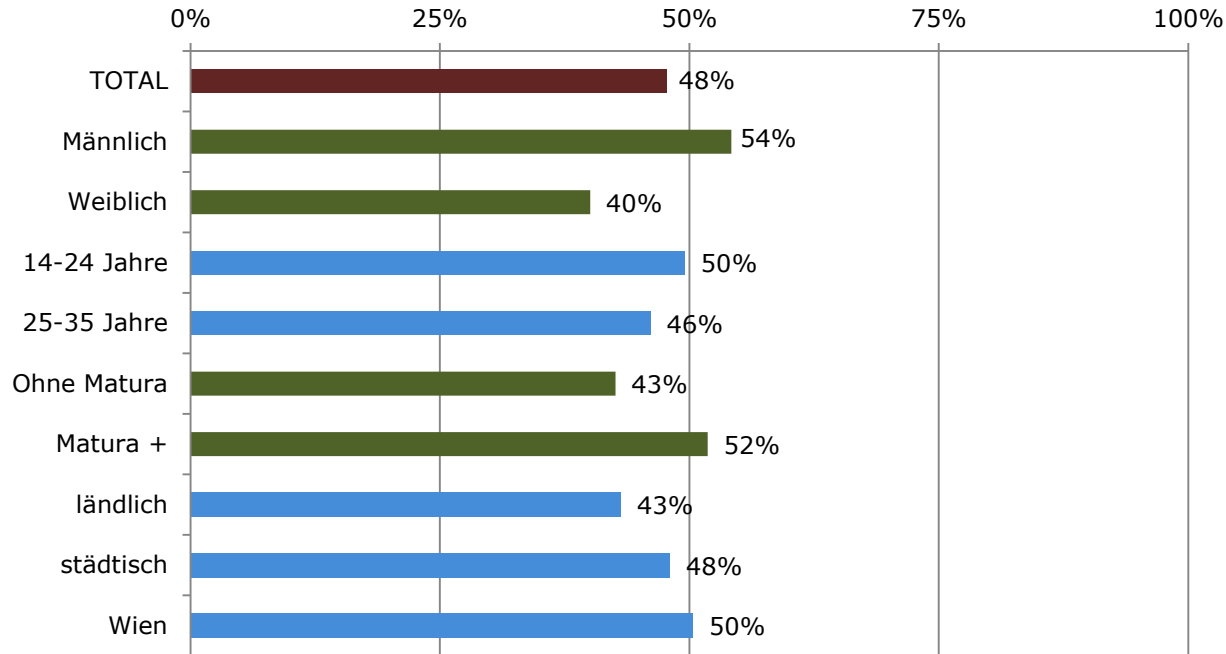
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307 (BKS)



2.14.1 Nutzung der vielen Möglichkeiten des Internet – demografische Strukturen:

Welcher dieser Aussagen trifft in Hinblick auf die Nutzung der vielen Möglichkeiten des Internet am besten auf Sie zu?
Einfachnennung, Angaben in %, n=564, alle MigrantInnen (BKS und TUR)

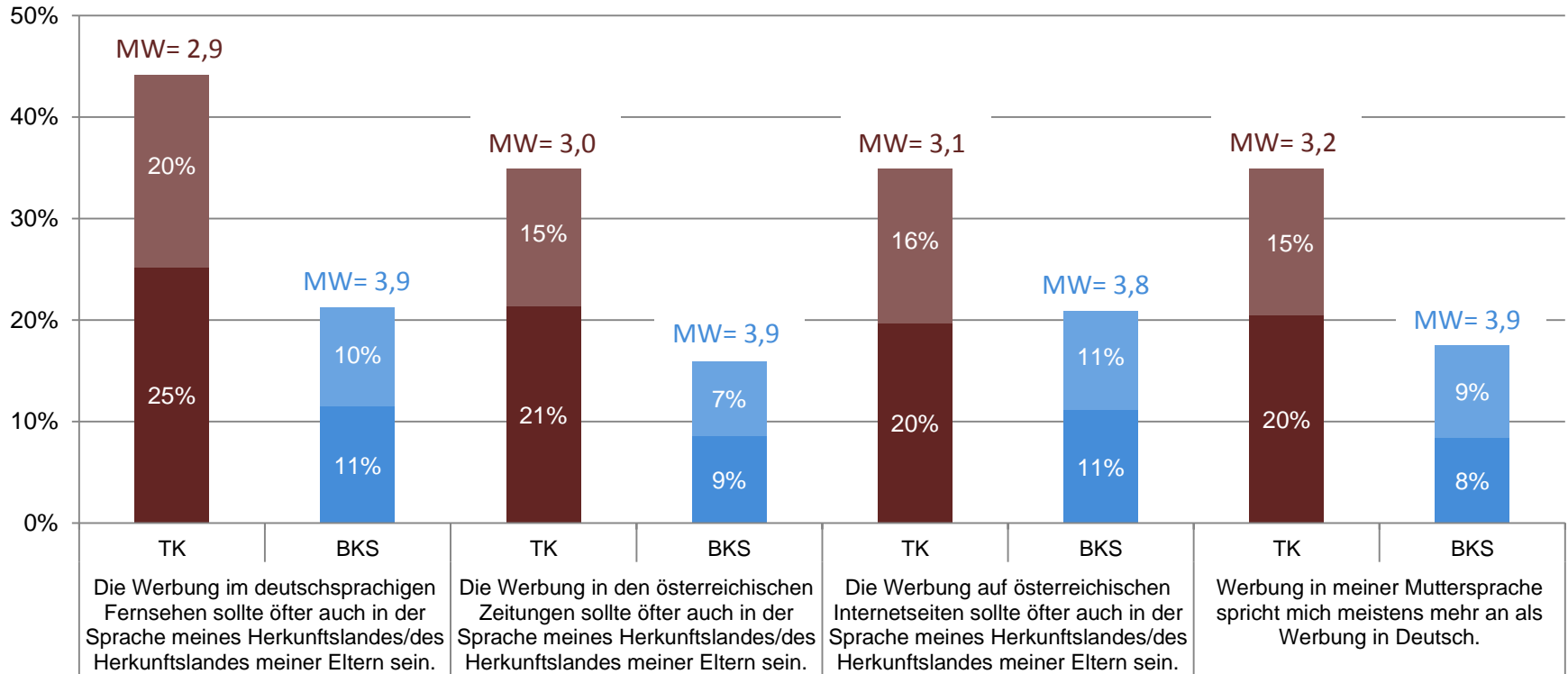
Ich weiß viel darüber und rede oft mit anderen Leuten darüber.



2.15 Aussagen zu Werbung

Wie weit stimmen Sie den folgenden Aussagen über Werbung zu? Bitte beantworten Sie anhand einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 bedeutet: ich stimme voll und ganz zu, 5 bedeutet: ich stimme überhaupt nicht zu.

Einfachnennung, Angaben in % (Top 2) n=257 (TK), n=307 (BKS)



Sprache und Identität:

Unter BKS-MigrantInnen wird Deutsch intensiver genutzt.

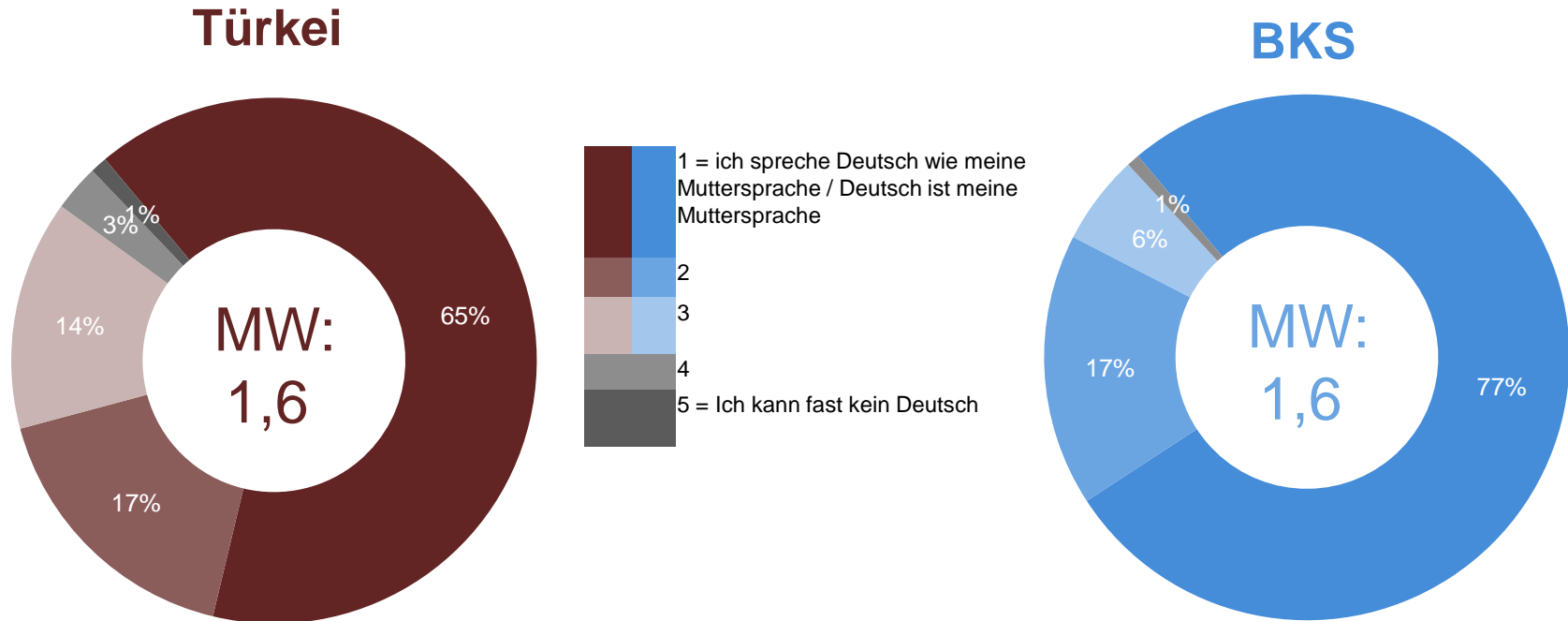
Damit korrelierend: 82% der TUR-MigrantInnen, aber 90% der BKS-MigrantInnen fühlen sich in Österreich völlig/eher heimisch, BKS-MigrantInnen haben auch in höherem Ausmaß österreichische Freunde.

Die Kontaktintensität ins Herkunftsland zeigt sich jedoch in beiden Gruppen vergleichbar.

2.16 Deutschkenntnisse:

Wie schätzen Sie Ihre Deutsch-Kenntnisse selbst ein? Bitte ordnen Sie sich auf folgender Skala ein!

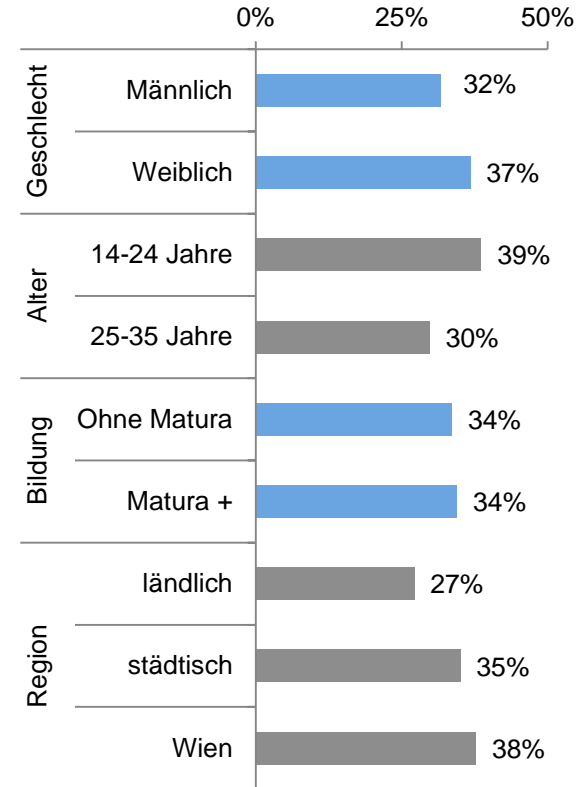
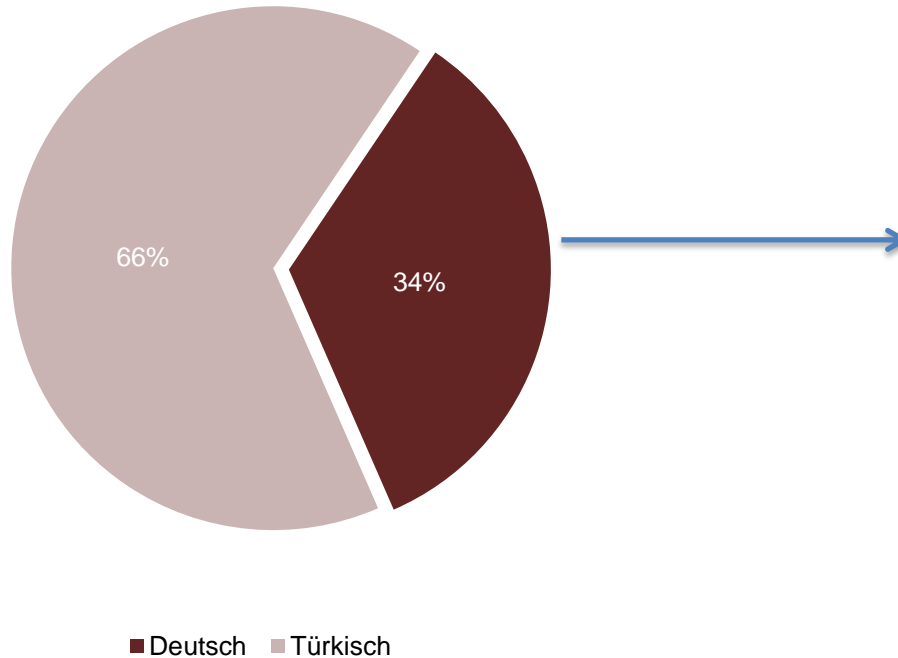
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307(BKS)



2.17 Sprache Zuhause: Türkei

Welche Sprache sprechen Sie zu Hause normalerweise?

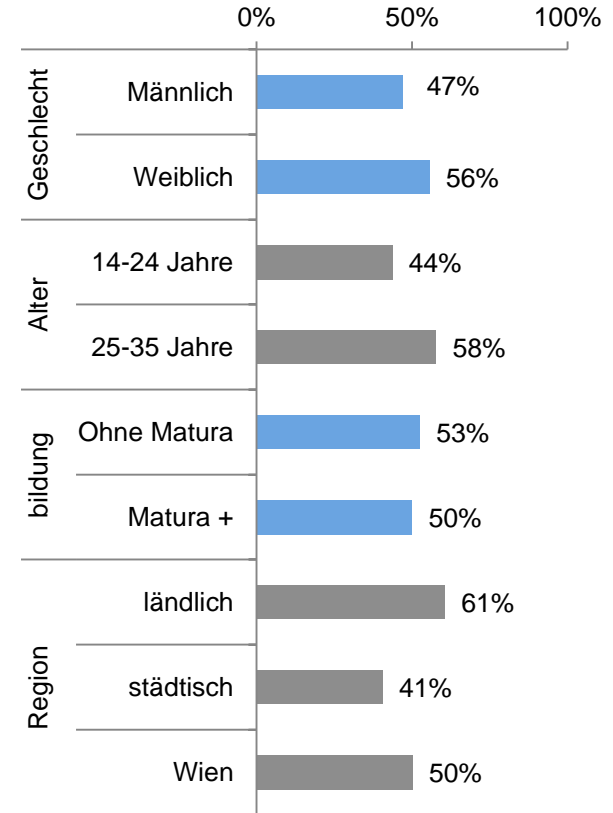
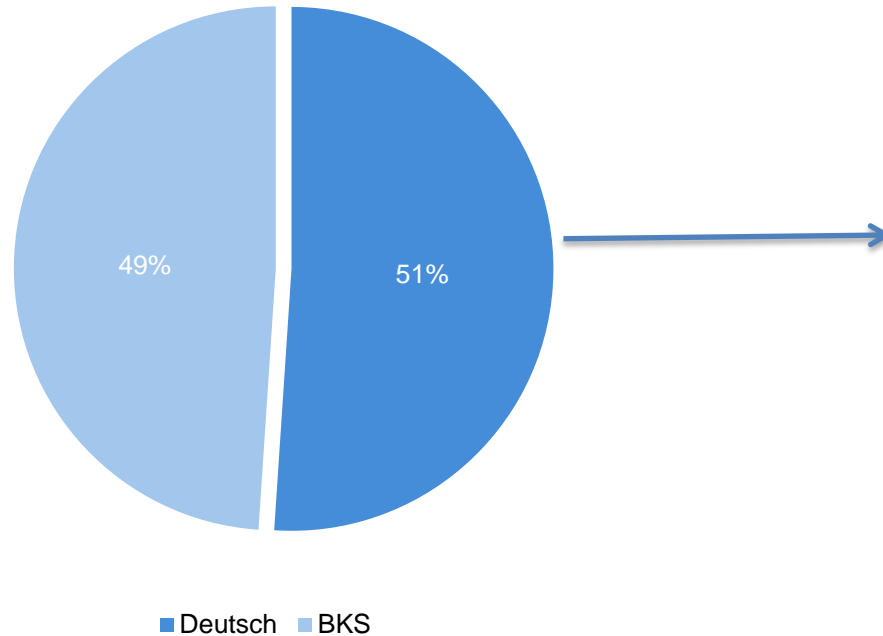
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK)



2.17.1 Sprache Zuhause: BKS

Welche Sprache sprechen Sie zu Hause normalerweise?

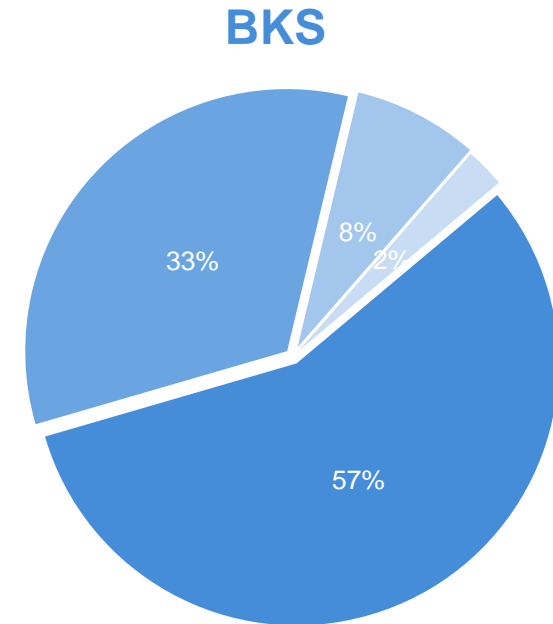
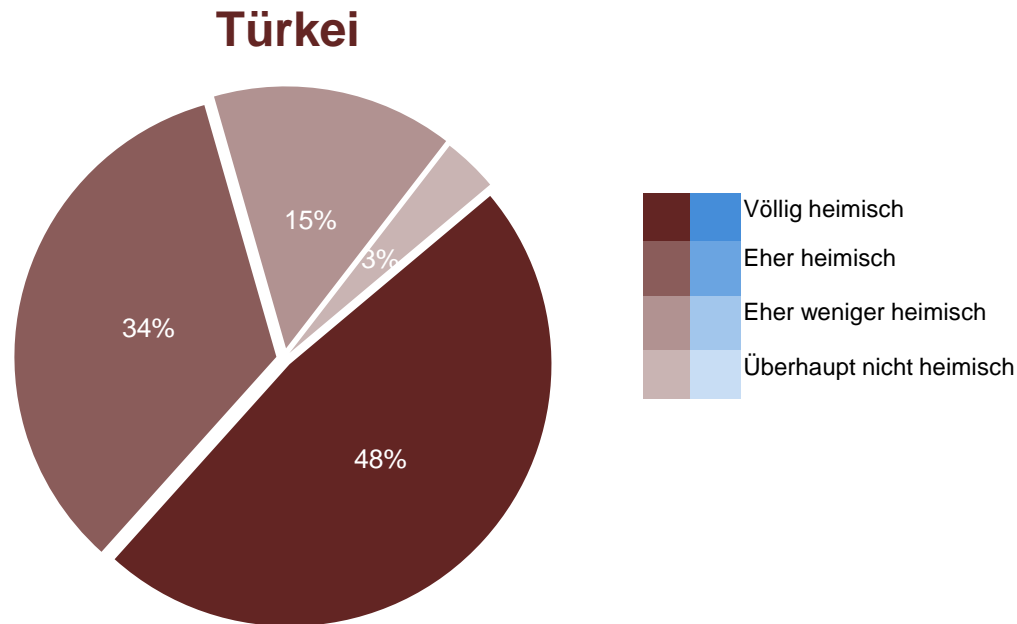
Einfachnennung, Angaben in %, n=307(BKS)



2.18 In Österreich heimisch fühlen:

Fühlen Sie sich in Österreich heimisch bzw. zuhause?

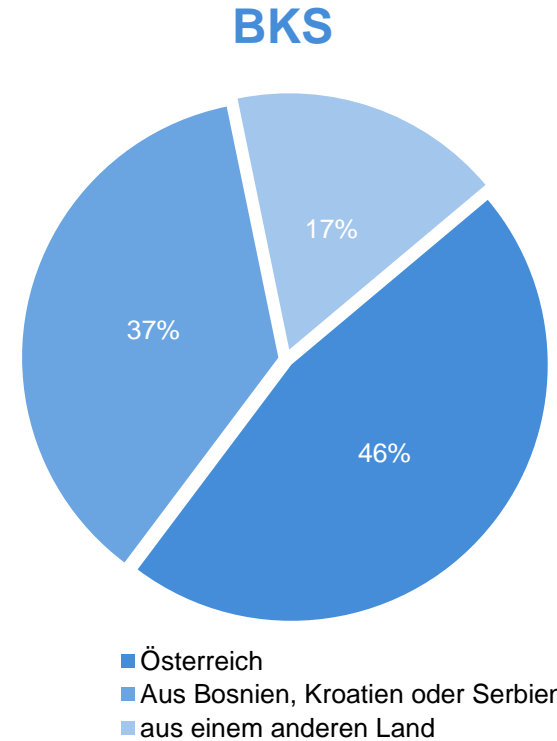
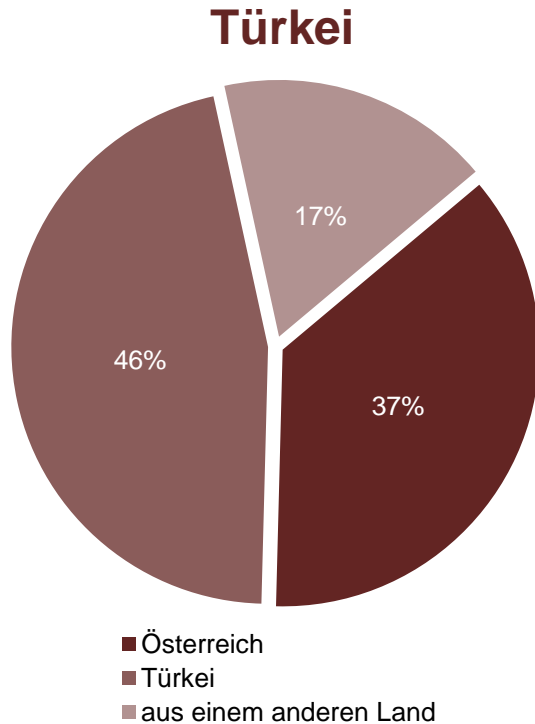
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307(BKS)



2.19 Freunde und Bekanntenkreis: Herkunft

Wenn Sie an Ihren Freundes/Bekanntenkreis hier in Österreich denken: wie viel Prozent Ihrer Freunde/Bekannteten stammen jeweils aus:

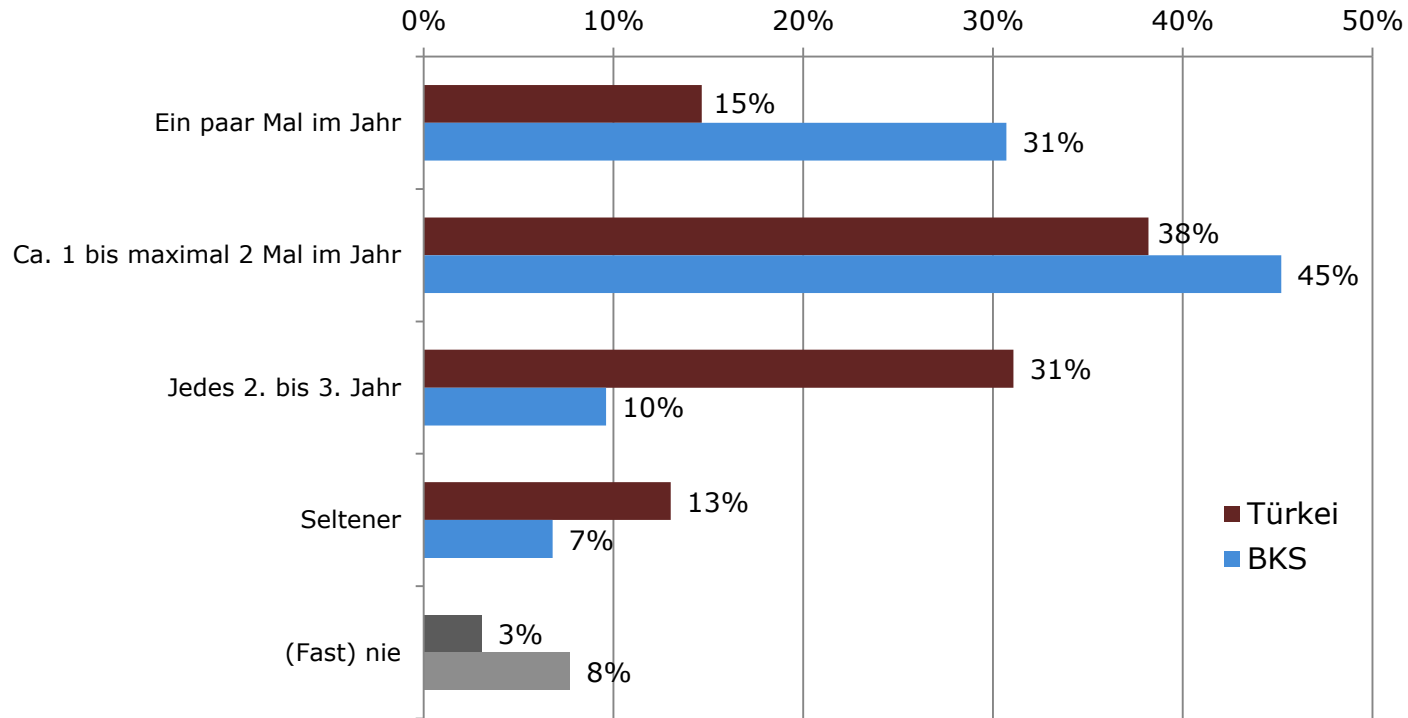
Prozentangabe, Angaben in MW, n=257 (TK), n=307(BKS)



2.20 Häufigkeit: Besuche im Herkunftsland

Wie häufig fahren Sie in Ihr Herkunftsland bzw. das Herkunftsland Ihrer Eltern, um Familie oder Freunde zu besuchen?

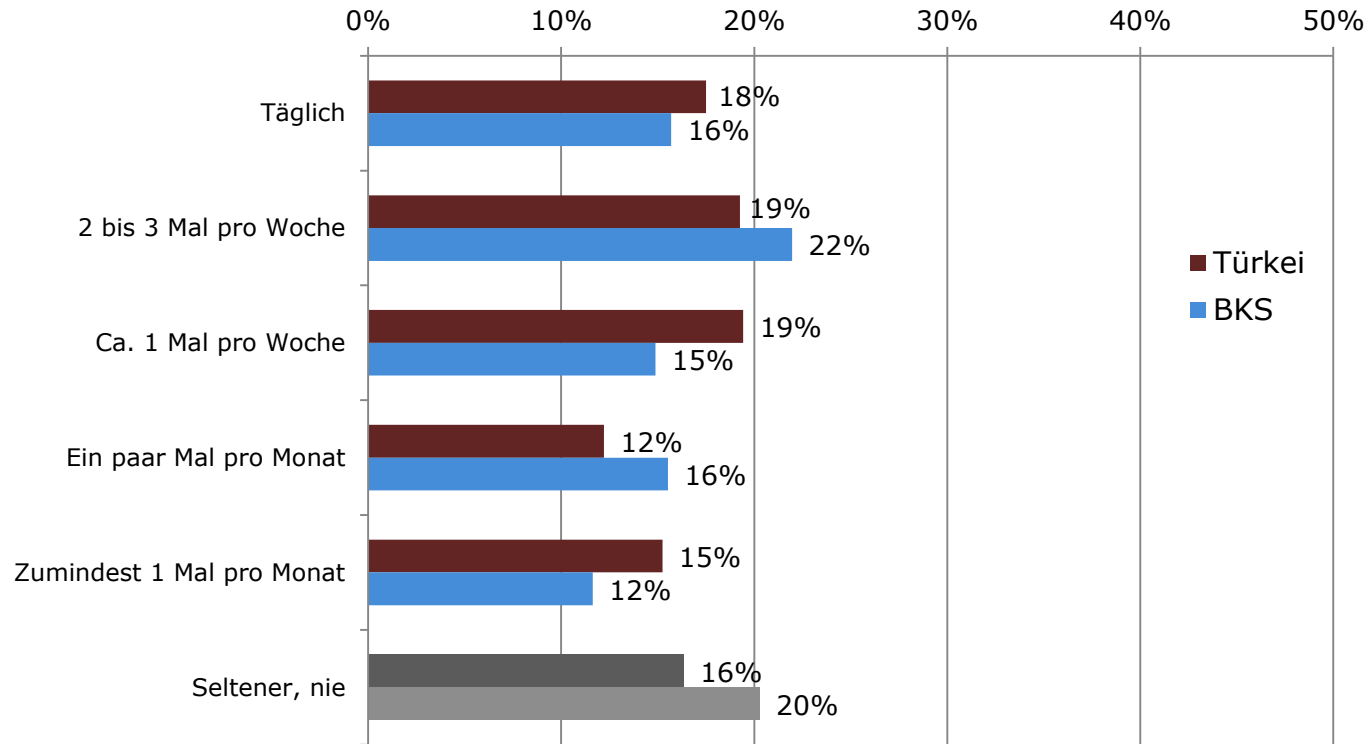
Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307(BKS)



2.21 Häufigkeit: Kontakt zu Personen im Herkunftsland

Wie häufig haben Sie mit Personen in Ihrem Herkunftsland oder dem Herkunftsland Ihrer Eltern in irgendeiner Form Kontakt?

Einfachnennung, Angaben in %, n=257 (TK), n=307(BKS)



Summary

SUMMARY

-1

Allgemeines zur Studie

- Insgesamt wurden von 2. Juli bis 7. August 2013 257 Interviews mit Personen zwischen 14 und 35 Jahren mit türkischem Migrationshintergrund und 307 Interviews mit ex-yugoslawischem (BKS-) Migrationshintergrund durchgeführt. Die Interviews fanden zu 60% (TUR) bzw. 50% (BKS) online statt, der Rest CAPI nach persönlicher Rekrutierung der Zielpersonen.
- Die CAWI-Interviews sind auf ganz Österreich verteilt, die CAPI-Interviews wurden in Wien, Graz, Linz, Salzburg und Innsbruck geführt. Die Interviews dauerten rund 10 Minuten.
- Die Befragten hatten die Möglichkeit, den Fragebogen in Ihrer Muttersprache (Türkisch, BKS für Personen aus Ex-Yugoslawien) zu beantworten, nur 8% der TUR-Befragten und 6% der BKS-Befragten nahmen diese Möglichkeit in Anspruch. Dabei ist zu beachten: 69% der TUR-Befragten und 57% der BKS-Befragten gehören der 2. MigrantInnen-Generation an, wurden also bereits in Österreich geboren (zum Vergleich: unter allen MigrantInnen gehören nur rund ein Viertel der 2. MigrantInnen-Generation an; rund 15% der Interviews werden in der Muttersprache geführt).
- Aber: 66% der TUR-Befragten sprechen zu Hause eher Türkisch, immer noch 49% der BKS-Befragten sprechen zu Hause die jeweilige Muttersprache. Dies ist als Zeichen der absoluten 2-Sprachigkeit dieser jungen MigrantInnengruppe zu werten.

IT-Ausstattung und Internet-Usage

- Smartphone-Besitz unter TUR- und BKS-Befragten 94%.
- 83% der TUR- und 89% der BKS-Befragten besitzen einen Laptop, jeweils rund 70% einen Stand-PC.
- 4 von 10 verfügen ebenfalls über einen Tablet-PC.
- Bei den Internet-Anwendungen unterscheiden sich die beiden MigrantInnen-Gruppen recht wenig voneinander: E-Mail (ca. 90% innerhalb der letzten 4 Wochen), Chatten/Social Media (knapp 75%), Musik („hören, herunterladen“, knapp 70%) und Video/TV (rund 60%) die häufigsten Anwendungen. Einkaufen von Produkten fällt bei TUR-Befragten auf 43% ab, BKS-Befragte haben zu 63% in den letzten 4 Wochen Produkte online gekauft.

Hauptsächlich genutzte Internet-Seiten (spontane Angaben „nutze ich immer wieder einmal“)

- *Social Media:*
Facebook dominant vor Twitter und Instagram; 3% der TUR- und unter 1% der BKS-Befragten nutzen Social Media-Seiten aus dem Herkunftsland. Befragte mit türkischem MHG sind im Bereich Social Media deutlich aktiver; Hauptsprache ist Deutsch: bei TUR-MigrantInnen zu 65%, bei BKS-MigrantInnen sogar zu 80%.

Hauptsächlich genutzte Internet-Seiten (spontane Angaben „nutze ich immer wieder einmal“)

● *Nachrichten und Informationen:*

Bei TUR-Befragten liegen derstandard.at, Seiten aus dem Herkunftsland und orf.at mit gut 20% gleich auf, danach folgen krone.at und heute.at; wichtigste Sprache ist trotzdem Deutsch, allerdings nur mit 54%.

Anders bei BKS-Befragten: orf.at führt mit 29% vor derstandard.at mit 22%; Seiten aus dem Herkunftsland liegen mit 9% deutlich dahinter; dementsprechend dominiert Deutsch mit 73% wesentlich stärker.

● *Sport und Veranstaltungstipps:*

Hier wird eine deutlich höhere Zahl an Seiten „immer wieder einmal genutzt“; bei TUR-Befragten liegen scene1.at und Seiten aus dem Herkunftsland mit 10% an der Spitze, heute.at folgt mit 9%, dahinter liegt laola1.at mit 7%; wie bei Nachrichten ist die hauptsächlich genutzte Sprache bei 53% der TUR-Befragten Deutsch.

Bei BKS-Befragten liegen HKL-Seiten bei nur 2% und daher deutlich dahinter; an der Spitze: sport.orf.at, vor Facebook mit 11% und laola1.at mit 9%; wichtigste Sprache: Deutsch zu 70%.

Hauptsächlich genutzte Internet-Seiten (spontane Angaben „nutze ich immer wieder einmal“)

● *Suchmaschinen:*

Hier gibt es auch unter MigrantInnen nur eine Antwort: Google.

67% der TUR-Befragten und 84% der BKS-Befragten nutzen Suchmaschinen in deutscher Sprache.

● *Einkaufen und Angebote:*

Auch hier gibt es einen dominanten Namen: Amazon. 39% der TUR- und 56% der BKS-MigrantInnen nutzen diese Seite „immer wieder einmal“. TUR-MigrantInnen nutzen deutlich mehr Seiten als BKS-Befragte: Ebay folgt mit 20%, H&M mit 14%, Zalando mit 11% und willhaben mit 10%.

Bei den BKS-Befragten ist die Reihenfolge Ebay 14%, Geizhals und Zalando mit jeweils 11%, willhaben mit 10% und H&M mit 8%.

Eingekauft wird von 63% der TUR-Befragten und von 84% der BKS-Befragten bevorzugt in Deutsch.

Nutzung von vorgegebenen Internet-Seiten (letzte 4 Wochen)

- Die Reihenfolge ist in beiden Zielgruppen gleich: Willhaben vor orf.at, derstandard.at und Herold.
- Im Bereich Social Media ist Facebook mit rund 90% Nutzung dominant, gestützt liegt Google+ an 2. Stelle – interessanter Weise wird Google+ spontan kaum erwähnt (Verwechslungen?).

Freunde in sozialen Netzwerken, Zweck sozialer Netzwerke

- Auch hier zeigt sich die stärkere Herkunftsland-Orientierung von jungen TUR-MigrantInnen: 35% sind österreichischer Herkunft, 37% leben zwar in Österreich, sind jedoch ebenfalls türkische MigrantInnen. Bei den BKS-Befragten ist das Verhältnis anders: 46% sind „Österreicher“, nur 28% haben ebenfalls BKS-Migrationshintergrund.
- Interessant: jeweils 17% der Social Media-Freunde leben im Herkunftsland, die Kontakte „in die Heimat“ sind also auch online klar vorhanden. Befragte der 1. Migrantengeneration liegen hier naturgemäß deutlich über dem Durchschnitt, sonst zeigen sich kaum Abweichungen.
- 9 von 10 Befragten beider Gruppen begründen ihre Social Media-Aktivitäten ganz klar mit „mit Familie und Freunden in Verbindung bleiben“, 28% der TUR- und 66% der BKS-MigrantInnen nutzen Social Media „zur Entspannung“. TUR-Befragten sind stärker „Austausch orientiert“ und mitteilungsfreudiger als BKS-Befragte, die Social Media eher als Unterhaltungsmedium und weniger als Informationsmedium sehen.

Einkaufen im Internet (1)

- Grundsätzlich nutzen BKS-MigrantInnen das Internet signifikant häufiger zum Einkaufen als TUR-MigrantInnen: nur 62% der TUR-, aber 82% der BKS-Befragten haben schon einmal Produkte, Dienstleistungen oder Downloads genutzt.
- *Einkauf von Produkten*: TUR: 57%, BKS: 75%, Ältere (25-25 Jahre) und höher Gebildete (Matura+) über Schnitt, gut 3 Viertel der online-Shopper haben innerhalb der letzten 4 Wochen Produkte online gekauft.
- *Bestellungen/Buchungen für Dienstleistungen außer Haus*: TUR 29%, BKS 47% „schon einmal“, nur knapp die Hälfte der Nutzer hat innerhalb der letzten 4 Wochen online Dienstleistungen in Anspruch genommen. Auch hier liegen Ältere, höher Gebildete aber auch Befragte aus Wien und Frauen über dem Schnitt.
- *Kostenpflichtige Downloads*: TUR 19%, BKS 29%, Männer und höher Gebildete liegen über dem Schnitt, altersmäßig zeigen sich keine Unterschiede; rund jede(r) Zweite (TUR und BKS) hat in den letzten 4 Wochen Downloads vorgenommen.
- *Nutzung kostenpflichtiger Internetinhalte*: TUR 12%, BKS 19%, Männer, Ältere und höher Gebildete stark über Schnitt; 58% der TUR- und 46% der BKS-Befragten innerhalb der letzten 4 Wochen.

SUMMARY

-7

Einkaufen im Internet (2)

- Beahlt wird im Internet zu 45% per Überweisung, zu 27% per Kreditkarte, zu 20% mit Paypal, es zeigen sich keine Unterschiede zwischen TUR- und BKS-MigrantInnen. Höher Gebildete nutzen (besitzen!) signifikant häufiger eine Kreditkarte beim online-shopping.

Ausgaben

- Grundsätzlich geben TUR-MigrantInnen mehr Geld im Internet aus, wenn Sie online-shopping nutzen, als BKS-MigrantInnen (allerdings liegt der Anteil der Nutzer unter TUR-MigrantInnen deutlich unter jenem bei BKS-MigrantInnen!).
- Naturgemäß werden die höchsten Beträge für Reisen ausgegeben (Flüge ins Herkunftsland, TUR € 237,00 / BKS € 73,00), gefolgt von Kleidung (TUR € 99,00 / BKS € 49,00) und Hardware (TUR € 71,00 / BKS € 12,00).

Internetwissen

- Jede(r) Zweite Befragte gibt an, „viel über das Internet zu wissen und oft mit anderen Leuten darüber zu reden“; Männer und höher Gebildete in höherem Ausmaß (unter MigrantInnen aller Altersgruppen liegt dieser Wert bei rund einem Viertel).

Werbung und Muttersprache

- Grundsätzlich ist die Muttersprache für Befragte mit türkischem Migrationshintergrund wesentlich wichtiger und präsenter als für jene mit BKS-Migrationshintergrund.
- 65% der TUR- und sogar 77% der BKS-Befragten geben an, Deutsch „wie die Muttersprache zu beherrschen/Deutsch ist die Muttersprache“ (Anm.: 69% der TUR- und 57% der BKS-Befragten gehören der 2. MigrantInnen-Generation an, sind also in Österreich geboren!).
- Nur 34% der TUR-, aber 51% der BKS-MigrantInnen sprechen zu Hause hauptsächlich Deutsch.
- Dies erklärt die Einstellung der Befragten zur Sprache der Werbung: 45% der TUR-, aber nur 21% der BKS-MigrantInnen wünschen sich TV-Werbung im deutschsprachigen Fernsehen in der Muttersprache; jeweils um die 35% der TUR-Befragten auch im Internet und in Zeitungen – BKS-MigrantInnen liegen mit 22% (Internet-Werbung in Muttersprache) und 16% (Werbung in Zeitungen in der Muttersprache) deutlich dahinter.
- 35% der TUR-Befragten „spricht Werbung in der Muttersprache meistens mehr an“ – bei BKS-Befragten sind es nur 17%. Die 1. Generation – bei TUR-Befragten noch deutlicher! – liegt klar über dem Schnitt.

EXECUTIVE SUMMARY

- Junge MigrantInnen sind die „Generation Smartphone“, 4 von 10 besitzen auch ein Tablet!
- E-Mail ist die Hauptnutzung des Internet vor Chatten, Social Media und Musik.
- Die wichtigsten Websites Junger MigrantInnen sind: Facebook, Google, Amazon, willhaben.at, orf.at und derstandard.at.
- 9 von 10 nutzen Social Media als Verbindungstool zu Familie/Freunden, TUR-Befragte sind im Netz deutlich HKL-affiner und austausch-orientierter, Befragte aus BKS nutzen Social Media stärker auch zur Unterhaltung.
- Online Shopping ist auch unter jungen MigrantInnen weit verbreitet (73% „haben bereits über Internet eingekauft“) und wird von BKS-Befragten signifikant häufiger genutzt. Bestellt werden vor allem Produkte (67%) und Dienstleistungen (39%), Zahlungsmittel Nr. 1 ist die Überweisung. Die höchsten Ausgaben liegen bei Reisen und Kleidung.
- Gut 7 von 10 sind über das Internet aus eigener Sicht gut informiert, 5 von 10 sind offen für WOM („rede gern darüber“).
- Fast 4 von 10 TUR-Befragten wünschen sich mehr Werbung in der Muttersprache – von den BKS-Befragten sind es weniger als 20%! DENN: nur 34% der jungen TUR-MigrantInnen sprechen zu Hause Deutsch – aber 51% der jungen BKS-MigrantInnen.
- Unter BKS-MigrantInnen wird Deutsch intensiver genutzt. Damit korrelierend: 90% der BKS- und nur 82% der TUR-MigrantInnen fühlen sich in Österreich völlig/eher heimisch, BKS-MigrantInnen haben auch mehr „österreichische Freunde“.
- Die Kontaktintensität ins Herkunftsland zeigt sich jedoch in beiden Gruppen vergleichbar.

Stichprobenbeschreibung

3.1 Stichprobe- Türkei

Geschlecht

	Häufigkeit	Prozent
männlich	139	54,0
weiblich	118	46,0
Gesamt	257	100,0

Alter

	Häufigkeit	Prozent
14-17 Jahre	36	14,0
18-24 Jahre	87	34,0
25-35 Jahre	134	52,0
Gesamt	257	100,0

Höchste abgeschlossene Schulbildung

	Häufigkeit	Prozent
Pflichtschule	77	30,0
Lehre / Berufsschule	54	21,0
Fachschule ohne Matura (z.B. Handelsschule)	41	16,0
AHS / BHS / Kolleg mit Matura	51	20,0
Universität / Fachhochschule	33	13,0
Gesamt	257	100,0

Bundesland

	Häufigkeit	Prozent
Burgenland	1	0,5
Kärnten	1	0,4
Niederösterreich	24	9,4
Oberösterreich	31	12,0
Salzburg	21	8,0
Steiermark	14	5,5
Tirol	23	8,9
Vorarlberg	8	3,0
Wien	134	52,3
Gesamt	257	100,0

Berufstätigkeit

	Häufigkeit	Prozent
Voll berufstätig (30 oder mehr Stunden/Woche)	98	38,1
Teilweise berufstätig (weniger als 30 Stunden/Woche)	29	11,3
In Ausbildung (Schule, Lehre)	77	29,9
Im Haushalt tätig (Hausfrau, Hausmann)	11	4,2
Derzeit nicht berufstätig, in Umschulung, arbeitslos	22	8,4
Anderes	12	4,6
Keine Angabe	9	3,6
Gesamt	257	100,0

3.1.1 Stichprobe- Türkei

Haushalt-Netto-Einkommen

	Häufigkeit	Prozent
Unter 1.500,00 Netto pro Monat	32	12,4
1.500,00 bis unter 2.400,00 Netto pro Monat	57	22,2
2.400,00 bis unter 3.300,00 Netto pro Monat	52	20,1
3.300,00 oder mehr Netto pro Monat	18	7,1
Keine Angabe	98	38,2
Gesamt	257	100,0

Haushaltgröße

	Häufigkeit	Prozent
1 Person	23	8,8
2 Personen	58	22,4
3 Personen	48	18,8
4 Personen	77	29,9
mehr als 4 Personen	51	20,0
Gesamt	257	100,0

Kinder unter 14 Jahren im Haushalt

	Häufigkeit	Prozent
Ja	108	41,9
Nein	149	58,1
Gesamt	257	100,0

Migrantengeneration

	Häufigkeit	Prozent
1. Generation	80	31,0
2. Generation	177	69,0
Gesamt	257	100,0

Migration

	Häufigkeit	Prozent
Seit weniger als einem Jahr	2	0,8
Seit 5 bis unter 10 Jahren	13	4,9
Seit 10 bis unter 20 Jahren	27	10,7
Seit 20 bis unter 30 Jahren	38	14,7
Ich bin in Österreich geboren. Meine Eltern sind vor meiner Geburt nach Österreich gekommen	177	69,0
Gesamt	257	100,0

3.2 Stichprobe- BKS

Geschlecht

	Häufigkeit	Prozent
männlich	169	55,0
weiblich	138	45,0
Gesamt	307	100,0

Alter

	Häufigkeit	Prozent
14-17 Jahre	46	15,0
18-24 Jahre	101	33,0
25-35 Jahre	160	52,0
Gesamt	307	100,0

Höchste abgeschlossene Schulbildung

	Häufigkeit	Prozent
Pflichtschule	68	22,0
Lehre / Berufsschule	49	16,0
Fachschule ohne Matura (z.B. Handelsschule)	43	14,0
AHS / BHS / Kolleg mit Matura	98	32,0
Universität / Fachhochschule	49	16,0
Gesamt	307	100,0

Bundesland

	Häufigkeit	Prozent
Burgenland	8	2,6
Kärnten	12	3,8
Niederösterreich	34	11,0
Oberösterreich	36	11,6
Salzburg	12	4,0
Steiermark	41	13,2
Tirol	10	3,2
Vorarlberg	5	1,8
Wien	150	48,8
Gesamt	307	100,0

Berufstätigkeit

	Häufigkeit	Prozent
Voll berufstätig (30 oder mehr Stunden/Woche)	145	47,3
Teilweise berufstätig (weniger als 30 Stunden/Woche)	38	12,3
In Ausbildung (Schule, Lehre)	87	28,3
Im Haushalt tätig (Hausfrau, Hausmann)	10	3,3
Derzeit nicht berufstätig, in Umschulung, arbeitslos	17	5,4
Anderes	4	1,2
Keine Angabe	7	2,1
Gesamt	307	100,0

3.2.1 Stichprobe- BKS

Haushalts-Netto-Einkommen

	Häufigkeit	Prozent
Unter 1.500,00 Netto pro Monat	45	14,6
1.500,00 bis unter 2.400,00 Netto pro Monat	69	22,6
2.400,00 bis unter 3.300,00 Netto pro Monat	69	22,4
3.300,00 oder mehr Netto pro Monat	37	12,1
Keine Angabe	87	28,3
Gesamt	307	100,0

Haushaltsgröße

	Häufigkeit	Prozent
1 Person	36	11,7
2 Personen	81	26,4
3 Personen	79	25,8
4 Personen	63	20,6
mehr als 4 Personen	45	14,5
keine Angabe	3	1,0
Gesamt	307	100,0

Kinder unter 14 Jahren im Haushalt

	Häufigkeit	Prozent
Ja	101	32,9
Nein	206	67,1
Gesamt	307	100,0

Migranten-Generation

	Häufigkeit	Prozent
1. Generation	133	43,3
2. Generation	174	56,7
Gesamt	307	100,0

Migration

	Häufigkeit	Prozent
Seit weniger als einem Jahr	4	1,4
Seit ein bis unter 5 Jahren	12	3,8
Seit 5 bis unter 10 Jahren	16	5,3
Seit 10 bis unter 20 Jahren	38	12,2
Seit 20 bis unter 30 Jahren	61	19,9
Ich bin in Österreich geboren. Meine Eltern sind vor meiner Geburt nach Österreich gekommen	176	57,4
Gesamt	307	100,0

4. Rückfragen/Kontakt

Studienleitung: Christina Matzka
Tel: +43 (0)1 512 8900 320
Fax: +43 (0)1 512 8900 399
Mobil: +43 (0) 650 339 02 75
Mail: matzka@ethnopinion.at
Web: www.ethnopinion.net