



Umfrage zur Wahrnehmung und Bewertung potenziell unfairer Praktiken im digitalen Raum

Anhang zum Faktenblatt

Dieses Dokument enthält weiterführende Informationen zum Hauptdokument „Faktenblatt: Umfrage zur Wahrnehmung und Bewertung potenziell unfairer Praktiken im digitalen Raum“.

Anhang 1: Stichprobenübersicht

Anhang 2: Ausgewählte Auswertungen nach sozio-demo-grafischen Variablen

Anhang 3: Befragungsdesign

Anhang 4: Erläuterungen

Autor:innen

Dr. Sara Elisa Kettner
+ 49 (0)30 235 9116-13
s.e.kettner@conpolicy.de

Dr. Annette Cerulli-Harms
+ 49 (0)30 235 9116-17
a.cerulli-harms@conpolicy.de

Prof. Dr. Christian Thorun
+ 49 (0)30 235 9116-11
c.thorun@conpolicy.de

ConPolicy GmbH
Friedrichstraße 224
10969 Berlin
www.conpolicy.de

Faktenblatt erstellt im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)

Anhang 1: Stichprobenübersicht

	Anteil in %
Alter (N=1.009)	
18 – 24 Jahre	9%
25 – 34 Jahre	15%
35 – 44 Jahre	15%
45 bis 54 Jahre	20%
55 Jahre und älter	41%
Geschlecht (N=1.009)	
Männlich	49%
Weiblich	51%
Bildungsstand (N=964)¹	
Niedrig	11%
Mittel	53%
Hoch	36%
Persönliches Nettoeinkommen (N=846)²	
Weniger als 2.000 Euro	49%
2.000 bis unter 4.000 Euro	38%
Mehr als 4.000 Euro	13%
Nettoeinkommen des Haushalts (N=848)³	
Weniger als 2.000 Euro	29%
2.000 bis unter 4.000 Euro	37%
Mehr als 4.000 Euro	34%
Digitale Affinität (N=1.009)⁴	
Niedrig	35%
Mittel	37%
Hoch	28%

Tabelle 1: Überblick über die Stichprobe

Digitale Affinität						
	Ein oder mehrmals pro Wo- che	Ein oder mehrmals pro Mo- nat	Ein oder mehrmals pro Halb- jahr	Seltener	Nie	Weiß nicht / keine An- gabe
N=1.009						
In Suchmaschinen nach Inhalten und Informati- onen suchen	66%	17%	5%	6%	3%	3%
Smart-Home-Anwen- dungen	16%	8%	6%	8%	60%	4%
Sprachsteuerung oder Sprachassistenten	22%	13%	7%	12%	44%	3%
Instant-Messaging- Dienste	68%	11%	5%	6%	7%	3%
Online-Shopping, d. h. Waren im Internet kau- fen	17%	45%	21%	9%	4%	3%
Dienstleistungen online bestellen oder buchen	9%	23%	20%	26%	19%	4%
Gesundheits- oder Fit- nessanwendungen nut- zen	28%	11%	6%	13%	38%	3%

Tabelle 2: Überblick über die Verwendung digitaler Dienste

Anhang 2: Ausgewählte Auswertungen nach sozio-demo-grafischen Variablen

Die Anteile in den Tabellen sind für die bessere Lesbarkeit der Ergebnisse auf ganze Zahlen gerundet. Somit ist es möglich, dass sie in Summe zum Teil nicht 100% entsprechen.

Erfahrungen mit unfairen Praktiken und Alter						
Wie häufig haben Sie in den letzten 6 Monaten die folgenden Erfahrungen gemacht bei der Nutzung digitaler Angebote und Dienste wie beispielsweise Webseiten, Apps, Soziale Medien, Online-Plattformen, Online-Spiele oder Streaming Services?						
	18 – 24 Jahre	25 – 34 Jahre	35 – 44 Jahre	45 bis 54 Jahre	55 Jahre und älter	Gesamt
a) Längere Nutzung						
Nie	5%	14%	19%	13%	21%	17%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	5%	8%	10%	9%	15%	11%
Selten	7%	13%	13%	16%	18%	15%
Manchmal	35%	19%	23%	28%	18%	23%
Häufig	27%	23%	22%	18%	13%	18%
Sehr häufig	13%	9%	5%	6%	8%	8%
Weiß nicht / keine Angabe	8%	13%	7%	11%	7%	9%
b) Personalisierte Werbung						
Nie	7%	5%	6%	4%	10%	7%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	4%	7%	6%	6%	7%	6%
Selten	14%	7%	15%	7%	7%	9%
Manchmal	27%	24%	22%	30%	23%	25%
Häufig	20%	25%	27%	27%	23%	24%
Sehr häufig	18%	21%	19%	23%	27%	23%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	10%	4%	4%	4%	5%
c) Verhaltensbasierte Preise						
Nie	10%	17%	21%	18%	23%	20%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	7%	5%	5%	6%	15%	10%
Selten	14%	11%	13%	17%	14%	14%
Manchmal	24%	36%	25%	28%	24%	27%
Häufig	23%	17%	21%	16%	10%	15%
Sehr häufig	9%	1%	9%	6%	5%	6%

Weiß nicht / keine Angabe	12%	13%	6%	10%	8%	9%
d) Virtuelle Währungen						
Nie	26%	21%	27%	28%	35%	30%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	5%	9%	7%	12%	18%	13%
Selten	13%	9%	14%	13%	15%	13%
Manchmal	26%	25%	26%	18%	14%	19%
Häufig	14%	22%	12%	17%	7%	13%
Sehr häufig	7%	7%	10%	6%	6%	7%
Weiß nicht / keine Angabe	9%	7%	4%	6%	5%	6%
e) Schwierige Kontaktaufnahme						
Nie	17%	20%	17%	22%	25%	21%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	9%	5%	13%	13%	23%	15%
Selten	28%	25%	22%	20%	20%	22%
Manchmal	19%	27%	19%	24%	16%	20%
Häufig	9%	12%	20%	15%	9%	12%
Sehr häufig	7%	4%	7%	4%	4%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	11%	7%	2%	3%	4%	5%

Tabelle 3: Erfahrungen mit unfairen Praktiken und Alter

Erfahrungen mit unfairen Praktiken und Geschlecht			
Wie häufig haben Sie in den letzten 6 Monaten die folgenden Erfahrungen gemacht bei der Nutzung digitaler Angebote und Dienste wie beispielsweise Webseiten, Apps, Soziale Medien, Online-Plattformen, Online-Spiele oder Streaming Services?			
	Männlich	Weiblich	Gesamt
a) Längere Nutzung			
Nie	14%	20%	17%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	9%	14%	11%
Selten	14%	16%	15%
Manchmal	25%	21%	23%
Häufig	22%	14%	18%
Sehr häufig	9%	6%	8%
Weiß nicht / keine Angabe	7%	10%	9%

c) Verhaltensbasierte Preise			
Nie	16%	23%	20%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	7%	13%	10%
Selten	15%	13%	14%
Manchmal	28%	25%	27%
Häufig	19%	11%	15%
Sehr häufig	6%	5%	6%
Weiß nicht / keine Angabe	9%	10%	9%
d) Virtuelle Währungen			
Nie	24%	35%	30%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	10%	15%	13%
Selten	16%	11%	13%
Manchmal	22%	17%	19%
Häufig	15%	10%	13%
Sehr häufig	8%	6%	7%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	7%	6%
e) Schwierige Kontaktaufnahme			
Nie	20%	22%	21%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	13%	18%	15%
Selten	22%	22%	22%
Manchmal	21%	19%	20%
Häufig	15%	10%	12%
Sehr häufig	5%	4%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	4%	6%	5%

Tabelle 4: Erfahrungen mit unfairen Praktiken und Geschlecht

Erfahrungen mit unfairen Praktiken und digitale Affinität				
Wie häufig haben Sie in den letzten 6 Monaten die folgenden Erfahrungen gemacht bei der Nutzung digitaler Angebote und Dienste wie beispielsweise Webseiten, Apps, Soziale Medien, Online-Plattformen, Online-Spiele oder Streaming Services?				
	Niedrige digitale Affinität	Mittlere digitale Affinität	Hohe digitale Affinität	Gesamt
a) Längere Nutzung				
Nie	20%	19%	10%	17%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	19%	9%	5%	11%
Selten	12%	17%	16%	15%
Manchmal	20%	19%	30%	23%
Häufig	10%	18%	28%	18%
Sehr häufig	5%	9%	9%	8%
Weiß nicht / keine Angabe	13%	8%	3%	9%
b) Personalisierte Werbung				
Nie	10%	8%	3%	7%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	12%	4%	3%	6%
Selten	12%	6%	9%	9%
Manchmal	25%	26%	23%	25%
Häufig	17%	27%	30%	23%
Sehr häufig	14%	27%	31%	23%
Weiß nicht / keine Angabe	11%	3%	1%	5%
c) Verhaltensbasierte Preise				
Nie	25%	19%	15%	20%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	18%	7%	4%	10%
Selten	12%	15%	14%	14%
Manchmal	19%	27%	35%	27%
Häufig	9%	16%	22%	15%
Sehr häufig	4%	7%	4%	6%
Weiß nicht / keine Angabe	13%	9%	5%	9%
d) Virtuelle Währungen				
Nie	34%	32%	22%	30%

In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	19%	12%	6%	13%
Selten	10%	13%	18%	13%
Manchmal	17%	20%	23%	19%
Häufig	7%	10%	22%	13%
Sehr häufig	4%	10%	6%	7%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	4%	2%	6%
e) Schwierige Kontaktaufnahme				
Nie	26%	21%	16%	21%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	20%	17%	8%	15%
Selten	16%	23%	28%	22%
Manchmal	14%	21%	26%	20%
Häufig	9%	12%	17%	12%
Sehr häufig	5%	5%	4%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	2%	1%	5%
f) Beeinträchtigende Werbeanzeigen				
Nie	15%	9%	5%	10%
In den letzten 6 Monaten nicht genutzt	10%	4%	4%	6%
Selten	15%	12%	13%	14%
Manchmal	21%	29%	30%	26%
Häufig	19%	22%	30%	23%
Sehr häufig	11%	22%	16%	16%
Weiß nicht / keine Angabe	9%	3%	2%	5%

Tabelle 5: Erfahrungen mit unfairen Praktiken und digitale Affinität

Bewertung unfairer Praktiken und Alter						
Wie fair oder unfair fühlten Sie sich bei den folgenden Erfahrungen innerhalb der letzten 6 Monate im Durchschnitt behandelt?						
	18 – 24 Jahre	25 – 34 Jahre	35 – 44 Jahre	45 bis 54 Jahre	55 Jahre und äl- ter	Gesamt
a) Längere Nutzung						
Vollkommen unfair	13%	5%	10%	14%	25%	16%
Eher unfair	25%	25%	30%	30%	33%	30%
Weder fair noch unfair	35%	35%	34%	36%	30%	33%
Eher fair	20%	28%	15%	14%	4%	13%
Vollkommen fair	5%	6%	8%	3%	2%	4%
Weiß nicht / keine Angabe	3%	3%	3%	4%	7%	4%
c) Verhaltensbasierte Preise						
Vollkommen unfair	17%	20%	24%	21%	23%	22%
Eher unfair	23%	14%	16%	26%	29%	23%
Weder fair noch unfair	28%	32%	27%	27%	34%	30%
Eher fair	16%	23%	16%	20%	8%	15%
Vollkommen fair	10%	6%	10%	4%	1%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	6%	5%	8%	3%	5%	5%
d) Virtuelle Währungen						
Vollkommen unfair	21%	11%	15%	18%	30%	21%
Eher unfair	22%	25%	26%	19%	24%	23%
Weder fair noch unfair	24%	28%	28%	39%	32%	31%
Eher fair	25%	26%	12%	17%	4%	14%
Vollkommen fair	3%	9%	8%	5%	2%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	3%	12%	2%	8%	6%
e) Schwierige Kontaktaufnahme						
Vollkommen unfair	18%	16%	25%	25%	27%	23%
Eher unfair	26%	24%	18%	24%	31%	26%
Weder fair noch unfair	25%	31%	31%	27%	30%	29%
Eher fair	23%	21%	11%	16%	8%	14%
Vollkommen fair	6%	5%	6%	4%	1%	4%
Weiß nicht / keine Angabe	2%	4%	9%	4%	4%	5%
f) Beeinträchtigende Werbeanzeigen						
Vollkommen unfair	22%	21%	23%	20%	27%	24%
Eher unfair	29%	28%	35%	35%	40%	36%
Weder fair noch unfair	18%	28%	23%	30%	24%	25%
Eher fair	25%	13%	11%	9%	4%	9%
Vollkommen fair	3%	8%	4%	3%	1%	3%
Weiß nicht / keine Angabe	4%	3%	5%	2%	4%	4%

Tabelle 6: Bewertung unfairer Praktiken und Alter

Bewertung unfairer Praktiken und Geschlecht			
Wie fair oder unfair fühlten Sie sich bei den folgenden Erfahrungen innerhalb der letzten 6 Monate im Durchschnitt behandelt?			
	Männlich	Weiblich	Gesamt

a) Längere Nutzung			
Vollkommen unfair	16%	16%	16%
Eher unfair	27%	33%	30%
Weder fair noch unfair	33%	34%	33%
Eher fair	17%	9%	13%
Vollkommen fair	5%	2%	4%
Weiß nicht / keine Angabe	3%	6%	4%
d) Virtuelle Währungen			
Vollkommen unfair	20%	21%	21%
Eher unfair	21%	26%	23%
Weder fair noch unfair	32%	31%	31%
Eher fair	18%	10%	14%
Vollkommen fair	6%	3%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	4%	9%	6%
f) Beeinträchtigende Werbeanzeigen			
Vollkommen unfair	22%	25%	24%
Eher unfair	32%	39%	36%
Weder fair noch unfair	27%	23%	25%
Eher fair	12%	7%	9%
Vollkommen fair	4%	2%	3%
Weiß nicht / keine Angabe	3%	4%	4%

Tabelle 7: Bewertung unfairer Praktiken und Geschlecht

Bewertung unfairer Praktiken und digitale Affinität				
Wie fair oder unfair fühlten Sie sich bei den folgenden Erfahrungen innerhalb der letzten 6 Monate im Durchschnitt behandelt?				
	Niedrige digitale Affinität	Mittlere digitale Affinität	Hohe digitale Affinität	Gesamt
a) Längere Nutzung				
Vollkommen unfair	15%	22%	10%	16%
Eher unfair	27%	32%	28%	30%
Weder fair noch unfair	39%	26%	37%	33%
Eher fair	10%	12%	17%	13%
Vollkommen fair	1%	4%	6%	4%
Weiß nicht / keine Angabe	8%	4%	2%	4%
b) Personalisierte Werbung				

Vollkommen unfair	15%	14%	11%	13%
Eher unfair	14%	23%	16%	18%
Weder fair noch unfair	46%	38%	38%	40%
Eher fair	15%	17%	28%	20%
Vollkommen fair	5%	5%	7%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	3%	1%	3%
c) Verhaltensbasierte Preise				
Vollkommen unfair	16%	23%	24%	22%
Eher unfair	22%	28%	19%	23%
Weder fair noch unfair	33%	28%	31%	30%
Eher fair	16%	14%	14%	15%
Vollkommen fair	4%	2%	9%	5%
Weiß nicht / keine Angabe	9%	5%	3%	5%
f) Beeinträchtigende Werbeanzeigen				
Vollkommen unfair	18%	30%	21%	24%
Eher unfair	35%	36%	35%	36%
Weder fair noch unfair	32%	20%	25%	25%
Eher fair	7%	8%	13%	9%
Vollkommen fair	1%	2%	6%	3%
Weiß nicht / keine Angabe	7%	3%	1%	4%

Tabelle 8: Bewertung unfairer Praktiken und digitale Affinität

Erwartungen an digitale Angebote und Dienste und Alter						
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?						
Digitale Angebote und Dienste (z. B. Webseiten, Apps, Online-Plattformen, Soziale Medien, Online-Spiele, Streaming Services) sollten...						
	18 – 24 Jahre	25 – 34 Jahre	35 – 44 Jahre	45 – 54 Jahre	55 Jahre und älter	Gesamt
...mich besser über meine Verbraucherrechte informieren.						
Stimme überhaupt nicht zu	4%	5%	4%	2%	2%	3%
Stimme eher nicht zu	14%	11%	13%	7%	4%	8%
Teils, teils	16%	22%	25%	21%	20%	21%
Stimme eher zu	29%	31%	26%	31%	27%	29%
Stimme voll und ganz zu	28%	24%	26%	31%	41%	33%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	7%	7%	9%	5%	7%
...meine Daten nicht ohne meine explizite Zustimmung weiterverkaufen dürfen.						
Stimme überhaupt nicht zu	10%	3%	1%	1%	2%	2%
Stimme eher nicht zu	6%	7%	9%	6%	2%	5%
Teils, teils	16%	17%	17%	11%	8%	12%
Stimme eher zu	17%	21%	19%	15%	10%	15%
Stimme voll und ganz zu	41%	42%	48%	62%	73%	60%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	10%	6%	6%	5%	7%
...sich mehr am Wohl der Gesellschaft orientieren.						
Stimme überhaupt nicht zu	3%	6%	6%	4%	3%	4%
Stimme eher nicht zu	12%	7%	11%	8%	6%	8%
Teils, teils	21%	23%	33%	26%	19%	23%
Stimme eher zu	25%	35%	22%	26%	29%	28%
Stimme voll und ganz zu	27%	21%	22%	26%	35%	28%
Weiß nicht / keine Angabe	12%	9%	7%	10%	8%	9%
...weniger Macht haben, als es aktuell der Fall ist.						
Stimme überhaupt nicht zu	4%	4%	5%	2%	2%	3%
Stimme eher nicht zu	22%	9%	12%	7%	4%	8%
Teils, teils	16%	27%	30%	29%	21%	24%
Stimme eher zu	22%	29%	22%	24%	23%	24%
Stimme voll und ganz zu	26%	20%	24%	29%	44%	33%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	12%	8%	9%	7%	8%

Tabelle 9: Erwartungen an digitale Angebote und Dienste und Alter

Erwartungen an digitale Angebote und Dienste und Geschlecht			
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?			
Digitale Angebote und Dienste (z. B. Webseiten, Apps, Online-Plattformen, Soziale Medien, Online-Spiele, Streaming Services) sollten...			
	Männlich	Weiblich	Gesamt
...mich besser über meine Verbraucherrechte informieren.			
Stimme überhaupt nicht zu	4%	2%	3%
Stimme eher nicht zu	10%	6%	8%
Teils, teils	23%	19%	21%
Stimme eher zu	28%	29%	29%
Stimme voll und ganz zu	31%	35%	33%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	9%	7%
...meine Daten nicht ohne meine explizite Zustimmung weiterverkaufen dürfen.			
Stimme überhaupt nicht zu	4%	1%	2%
Stimme eher nicht zu	7%	3%	5%
Teils, teils	13%	11%	12%
Stimme eher zu	13%	16%	15%
Stimme voll und ganz zu	59%	60%	60%
Weiß nicht / keine Angabe	4%	9%	7%
...stärker reguliert werden.			
Stimme überhaupt nicht zu	5%	2%	3%
Stimme eher nicht zu	12%	5%	8%
Teils, teils	26%	24%	25%
Stimme eher zu	27%	27%	27%
Stimme voll und ganz zu	26%	32%	29%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	11%	8%
...sich mehr am Wohl der Gesellschaft orientieren.			
Stimme überhaupt nicht zu	6%	2%	4%
Stimme eher nicht zu	11%	5%	8%
Teils, teils	24%	23%	23%
Stimme eher zu	27%	29%	28%
Stimme voll und ganz zu	26%	31%	28%
Weiß nicht / keine Angabe	6%	12%	9%
...weniger Macht haben, als es aktuell der Fall ist.			
Stimme überhaupt nicht zu	4%	3%	3%

Stimme eher nicht zu	11%	5%	8%
Teils, teils	26%	23%	24%
Stimme eher zu	24%	24%	24%
Stimme voll und ganz zu	30%	36%	33%
Weiß nicht / keine Angabe	6%	11%	8%

Tabelle 10: Erwartungen an digitale Angebote und Dienste und Geschlecht

Erwartungen an digitale Angebote und Dienste und digitale Affinität				
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu? Digitale Angebote und Dienste (z. B. Webseiten, Apps, Online-Plattformen, Soziale Medien, Online-Spiele, Streaming Services) sollten...				
	Niedrige digitale Affinität	Mittlere digitale Affinität	Hohe digitale Affinität	Gesamt
...mich besser über meine Verbraucherrechte informieren.				
Stimme überhaupt nicht zu	3%	2%	3%	3%
Stimme eher nicht zu	11%	8%	5%	8%
Teils, teils	21%	19%	23%	21%
Stimme eher zu	25%	29%	31%	29%
Stimme voll und ganz zu	25%	38%	37%	33%
Weiß nicht / keine Angabe	15%	4%	2%	7%
...meine Daten nicht ohne meine explizite Zustimmung weiterverkaufen dürfen.				
Stimme überhaupt nicht zu	4%	2%	2%	2%
Stimme eher nicht zu	7%	5%	3%	5%
Teils, teils	14%	11%	11%	12%
Stimme eher zu	11%	15%	19%	15%
Stimme voll und ganz zu	50%	65%	63%	60%
Weiß nicht / keine Angabe	14%	3%	2%	7%
...stärker reguliert werden.				
Stimme überhaupt nicht zu	4%	3%	3%	3%
Stimme eher nicht zu	8%	8%	9%	8%
Teils, teils	26%	26%	24%	25%
Stimme eher zu	23%	27%	30%	27%
Stimme voll und ganz zu	24%	31%	33%	29%
Weiß nicht / keine Angabe	17%	5%	2%	8%

...sich mehr am Wohl der Gesellschaft orientieren.				
Stimme überhaupt nicht zu	6%	4%	2%	4%
Stimme eher nicht zu	9%	7%	7%	8%
Teils, teils	22%	25%	24%	23%
Stimme eher zu	24%	28%	33%	28%
Stimme voll und ganz zu	23%	32%	30%	28%
Weiß nicht / keine Angabe	16%	5%	5%	9%
...weniger Macht haben, als es aktuell der Fall ist.				
Stimme überhaupt nicht zu	5%	3%	1%	3%
Stimme eher nicht zu	7%	7%	9%	8%
Teils, teils	21%	24%	28%	24%
Stimme eher zu	23%	25%	24%	24%
Stimme voll und ganz zu	29%	35%	35%	33%
Weiß nicht / keine Angabe	15%	6%	3%	8%

Tabelle 11: Erwartungen an digitale Angebote und Dienste und digitale Affinität

Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und Alter						
Wie bewerten Sie die folgenden Vorschläge für die zukünftige Entwicklung von digitalen Angeboten und Diensten?						
	18 – 24 Jahre	25 – 34 Jahre	35 – 44 Jahre	45 – 54 Jahre	55 Jahre und älter	Gesamt
Digitale Angebote und Dienste dürfen grundsätzlich keine persönlichen Daten an Werbekunden oder andere Unternehmen weitergeben, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer das explizit wünschen.						
Lehne ich voll und ganz ab	5%	2%	3%	1%	1%	2%
Lehne ich eher ab	11%	9%	10%	3%	1%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	14%	13%	17%	14%	7%	11%
Befürworte ich eher	21%	23%	18%	18%	13%	17%
Befürworte ich voll und ganz	36%	41%	47%	59%	73%	58%
Weiß nicht / keine Angabe	13%	11%	6%	5%	5%	7%
Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht versuchen, durch ihre Gestaltung die Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange zu halten.						
Lehne ich voll und ganz ab	7%	3%	3%	3%	1%	3%
Lehne ich eher ab	11%	14%	12%	7%	3%	8%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	23%	30%	36%	26%	20%	25%
Befürworte ich eher	31%	22%	20%	29%	26%	26%
Befürworte ich voll und ganz	15%	20%	22%	27%	41%	30%
Weiß nicht / keine Angabe	13%	12%	7%	9%	9%	10%
Digitale Angebote und Dienste müssen monatliche Ausgaben für in-App Käufe grundsätzlich beschränken, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer einer Aufhebung der Beschränkung explizit zustimmen.						
Lehne ich voll und ganz ab	9%	5%	7%	2%	4%	5%

Lehne ich eher ab	15%	9%	11%	5%	8%	9%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	19%	18%	23%	24%	20%	21%
Befürworte ich eher	24%	27%	22%	25%	20%	23%
Befürworte ich voll und ganz	18%	27%	27%	35%	35%	31%
Weiß nicht / keine Angabe	15%	15%	9%	10%	14%	13%
Digitale Angebote und Dienste müssen standardmäßig Benachrichtigungen ausschalten und dürfen diese nur auf Wunsch einschalten.						
Lehne ich voll und ganz ab	4%	1%	3%	1%	2%	2%
Lehne ich eher ab	10%	5%	7%	6%	3%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	19%	20%	22%	19%	11%	16%
Befürworte ich eher	19%	34%	26%	23%	23%	25%
Befürworte ich voll und ganz	30%	29%	36%	45%	53%	43%
Weiß nicht / keine Angabe	18%	11%	6%	7%	9%	9%
Digitale Angebote und Dienste sollen bei Problemen einfachen Zugang zu einer menschlichen Ansprechperson und nicht nur zu einem Chatbot oder automatisierten Lösungen bieten.						
Lehne ich voll und ganz ab	1%	1%	4%	1%	1%	1%
Lehne ich eher ab	5%	3%	6%	3%	2%	3%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	22%	17%	23%	17%	10%	15%
Befürworte ich eher	34%	29%	25%	30%	24%	27%
Befürworte ich voll und ganz	25%	36%	37%	44%	57%	45%
Weiß nicht / keine Angabe	14%	14%	5%	7%	7%	8%
Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht zu unüberlegten Käufen und Entscheidungen verleiten.						
Lehne ich voll und ganz ab	4%	2%	4%	1%	1%	2%
Lehne ich eher ab	10%	14%	9%	4%	1%	6%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	24%	15%	36%	25%	17%	22%
Befürworte ich eher	19%	27%	17%	20%	20%	20%
Befürworte ich voll und ganz	31%	27%	28%	45%	54%	42%
Weiß nicht / keine Angabe	13%	16%	7%	5%	7%	9%
Digitale Angebote und Dienste müssen Käufe ohne das Anlegen eines Kundenkontos ermöglichen.						
Lehne ich voll und ganz ab	6%	4%	6%	2%	2%	3%
Lehne ich eher ab	16%	10%	12%	2%	3%	7%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	19%	11%	20%	21%	13%	16%
Befürworte ich eher	26%	30%	24%	30%	20%	24%
Befürworte ich voll und ganz	19%	33%	35%	39%	55%	42%
Weiß nicht / keine Angabe	15%	12%	4%	6%	7%	8%

Tabelle 12: Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und Alter

Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und Geschlecht			
Wie bewerten Sie die folgenden Vorschläge für die zukünftige Entwicklung von digitalen Angeboten und Diensten?			
	Männlich	Weiblich	Gesamt
Digitale Angebote und Dienste dürfen grundsätzlich keine persönlichen Daten an Werbekunden oder andere Unternehmen			

weitergeben, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer das explizit wünschen.

Lehne ich voll und ganz ab	3%	1%	2%
Lehne ich eher ab	6%	4%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	14%	9%	11%
Befürworte ich eher	18%	16%	17%
Befürworte ich voll und ganz	54%	62%	58%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	9%	7%

Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht versuchen, durch ihre Gestaltung die Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange zu halten.

Lehne ich voll und ganz ab	4%	2%	3%
Lehne ich eher ab	11%	5%	8%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	28%	22%	25%
Befürworte ich eher	27%	25%	26%
Befürworte ich voll und ganz	25%	35%	30%
Weiß nicht / keine Angabe	6%	13%	10%

Digitale Angebote und Dienste müssen monatliche Ausgaben für in-App Käufe grundsätzlich beschränken, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer einer Aufhebung der Beschränkung explizit zustimmen.

Lehne ich voll und ganz ab	6%	3%	5%
Lehne ich eher ab	10%	7%	9%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	20%	21%	21%
Befürworte ich eher	24%	21%	23%
Befürworte ich voll und ganz	31%	31%	31%
Weiß nicht / keine Angabe	8%	17%	13%

Digitale Angebote und Dienste müssen standardmäßig Benachrichtigungen ausschalten und dürfen diese nur auf Wunsch einschalten.

Lehne ich voll und ganz ab	2%	2%	2%
Lehne ich eher ab	6%	4%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	19%	14%	16%

Befürworte ich eher	26%	23%	25%
Befürworte ich voll und ganz	41%	46%	43%
Weiß nicht / keine Angabe	7%	12%	9%
Digitale Angebote und Dienste sollen bei Problemen einfachen Zugang zu einer menschlichen Ansprechperson und nicht nur zu einem Chatbot oder automatisierten Lösungen bieten.			
Lehne ich voll und ganz ab	2%	1%	1%
Lehne ich eher ab	3%	3%	3%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	18%	13%	15%
Befürworte ich eher	30%	24%	27%
Befürworte ich voll und ganz	42%	49%	45%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	11%	8%
Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht zu unüberlegten Käufen und Entscheidungen verleiten.			
Lehne ich voll und ganz ab	2%	1%	2%
Lehne ich eher ab	8%	3%	6%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	24%	19%	22%
Befürworte ich eher	21%	20%	20%
Befürworte ich voll und ganz	40%	44%	42%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	12%	9%
Digitale Angebote und Dienste müssen Käufe ohne das Anlegen eines Kundenkontos ermöglichen.			
Lehne ich voll und ganz ab	4%	3%	3%
Lehne ich eher ab	9%	5%	7%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	17%	15%	16%
Befürworte ich eher	25%	24%	24%
Befürworte ich voll und ganz	43%	42%	42%
Weiß nicht / keine Angabe	4%	11%	8%

Tabelle 13: Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und Geschlecht

Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und digitale Affinität

Wie bewerten Sie die folgenden Vorschläge für die zukünftige Entwicklung von digitalen Angeboten und Diensten?				
	Niedrige digitale Affinität	Mittlere digitale Affinität	Hohe digitale Affinität	Gesamt
Digitale Angebote und Dienste dürfen grundsätzlich keine persönlichen Daten an Werbekunden oder andere Unternehmen weitergeben, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer das explizit wünschen.				
Lehne ich voll und ganz ab	2%	1%	2%	2%
Lehne ich eher ab	7%	4%	3%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	12%	12%	10%	11%
Befürworte ich eher	15%	13%	24%	17%
Befürworte ich voll und ganz	49%	67%	59%	58%
Weiß nicht / keine Angabe	15%	3%	2%	7%
Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht versuchen, durch ihre Gestaltung die Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange zu halten.				
Lehne ich voll und ganz ab	5%	2%	1%	3%
Lehne ich eher ab	6%	8%	9%	8%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	24%	24%	28%	25%
Befürworte ich eher	20%	26%	31%	26%
Befürworte ich voll und ganz	27%	35%	26%	30%
Weiß nicht / keine Angabe	18%	6%	5%	10%
Digitale Angebote und Dienste müssen monatliche Ausgaben für in-App Käufe grundsätzlich beschränken, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer einer Aufhebung der Beschränkung explizit zustimmen.				
Lehne ich voll und ganz ab	4%	4%	6%	5%
Lehne ich eher ab	9%	9%	8%	9%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	22%	23%	16%	21%
Befürworte ich eher	18%	22%	29%	23%
Befürworte ich voll und ganz	26%	32%	36%	31%
Weiß nicht / keine Angabe	22%	10%	5%	13%
Digitale Angebote und Dienste müssen standardmäßig Benachrichtigungen ausschalten und dürfen diese nur auf Wunsch einschalten.				
Lehne ich voll und ganz ab	3%	1%	2%	2%
Lehne ich eher ab	7%	4%	3%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	18%	16%	15%	16%

Befürworte ich eher	19%	24%	33%	25%
Befürworte ich voll und ganz	35%	50%	45%	43%
Weiß nicht / keine Angabe	19%	6%	2%	9%
Digitale Angebote und Dienste sollen bei Problemen einfachen Zugang zu einer menschlichen Ansprechperson und nicht nur zu einem Chatbot oder automatisierten Lösungen bieten.				
Lehne ich voll und ganz ab	2%	1%	1%	1%
Lehne ich eher ab	4%	3%	2%	3%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	15%	15%	15%	15%
Befürworte ich eher	22%	25%	36%	27%
Befürworte ich voll und ganz	40%	53%	43%	45%
Weiß nicht / keine Angabe	17%	4%	3%	8%
Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht zu unüberlegten Käufen und Entscheidungen verleiten.				
Lehne ich voll und ganz ab	3%	1%	1%	2%
Lehne ich eher ab	8%	5%	3%	6%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	21%	24%	20%	22%
Befürworte ich eher	14%	20%	29%	20%
Befürworte ich voll und ganz	38%	45%	44%	42%
Weiß nicht / keine Angabe	16%	5%	4%	9%
Digitale Angebote und Dienste müssen Käufe ohne das Anlegen eines Kundenkontos ermöglichen.				
Lehne ich voll und ganz ab	6%	3%	1%	3%
Lehne ich eher ab	7%	6%	6%	7%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	14%	18%	15%	16%
Befürworte ich eher	20%	25%	29%	24%
Befürworte ich voll und ganz	37%	45%	46%	42%
Weiß nicht / keine Angabe	17%	4%	3%	8%

Tabelle 14: Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und digitale Affinität

Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und Bildung				
Wie bewerten Sie die folgenden Vorschläge für die zukünftige Entwicklung von digitalen Angeboten und Diensten?				
	Niedrige Bildung	Mittlere Bildung	Hohe Bildung	Gesamt

Digitale Angebote und Dienste dürfen grundsätzlich keine persönlichen Daten an Werbekunden oder andere Unternehmen weitergeben, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer das explizit wünschen.

Lehne ich voll und ganz ab	4%	2%	1%	2%
Lehne ich eher ab	7%	5%	5%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	18%	11%	11%	11%
Befürworte ich eher	19%	14%	20%	17%
Befürworte ich voll und ganz	43%	62%	60%	59%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	7%	3%	6%

Digitale Angebote und Dienste müssen standardmäßig Benachrichtigungen ausschalten und dürfen diese nur auf Wunsch einschalten.

Lehne ich voll und ganz ab	2%	3%	1%	2%
Lehne ich eher ab	7%	5%	5%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	21%	16%	16%	16%
Befürworte ich eher	24%	22%	27%	24%
Befürworte ich voll und ganz	34%	46%	45%	44%
Weiß nicht / keine Angabe	12%	10%	6%	9%

Digitale Angebote und Dienste sollen bei Problemen einfachen Zugang zu einer menschlichen Ansprechperson und nicht nur zu einem Chatbot oder automatisierten Lösungen bieten.

Lehne ich voll und ganz ab	3%	1%	1%	1%
Lehne ich eher ab	5%	3%	2%	3%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	15%	15%	17%	16%
Befürworte ich eher	34%	23%	31%	27%
Befürworte ich voll und ganz	31%	50%	44%	46%
Weiß nicht / keine Angabe	12%	9%	5%	8%

Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht zu unüberlegten Käufen und Entscheidungen verleiten.

Lehne ich voll und ganz ab	3%	2%	1%	2%
Lehne ich eher ab	9%	4%	7%	5%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	26%	21%	23%	22%
Befürworte ich eher	19%	19%	23%	21%

Befürworte ich voll und ganz	32%	45%	41%	42%
Weiß nicht / keine Angabe	11%	9%	5%	8%
Digitale Angebote und Dienste müssen Käufe ohne das Anlegen eines Kundenkontos ermöglichen.				
Lehne ich voll und ganz ab	5%	3%	2%	3%
Lehne ich eher ab	12%	5%	6%	6%
Befürworte ich weder noch lehne ich es ab	20%	17%	14%	16%
Befürworte ich eher	26%	21%	28%	24%
Befürworte ich voll und ganz	27%	45%	45%	43%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	9%	4%	7%

Tabelle 15: Vorschläge für zukünftige Entwicklungen digitaler Angebote und Dienste und Bildung

Anhang 3: Befragungsdesign

Hinweise:

Texte in eckigen und spitzen Klammern dienen lediglich der Programmierung und wurden den Teilnehmer:innen nicht angezeigt.

Soweit nicht anders vermerkt, wurden die Antwortmöglichkeiten randomisiert.

Die nachfolgende Reihenfolge der Fragen entspricht der Reihenfolge, in der die Befragten den Fragebogen beantworten haben. Diese Reihenfolge wurde gewählt, damit die Befragten nicht durch aufeinander folgende Fragen beeinflusst wurden.

[SID_01] Wie häufig haben Sie in den letzten 6 Monaten die folgenden Erfahrungen gemacht bei der Nutzung digitaler Angebote und Dienste wie beispielsweise Webseiten, Apps, Soziale Medien, Online-Plattformen, Online-Spiele oder Streaming Services?

[SID_01_01] Ich habe Praktiken erfahren, die meiner Meinung nach darauf abzielten, digitale Angebote und Dienste länger zu nutzen (z. B. endloses Scrolling, Auto-Play neuer Folgen / Videos / Inhalte oder Benachrichtigungen (z. B. Töne, Nachrichten auf Display)).

[SID_01_02] Ich habe personalisierte Werbung angezeigt bekommen, die auf meinem vergangenen Verhalten oder meinen Vorlieben basierte.

[SID_01_03] Ich hatte den Eindruck, dass mir Preise angezeigt wurden, die an mein Verhalten angepasst wurden (z. B. Preissprünge nach mehrfachem Anklicken oder nach dem Hinzufügen/ Entfernen zum Warenkorb, unterschiedliche Preise auf Computer im Vergleich mit dem Smartphone).

[SID_01_04] Ich wurde animiert / aufgefordert auf kostenlosen Online-Plattformen oder Spielen echtes Geld für virtuelle Währungen auszugeben (z. B. Coins, Gems, V-Bucks, Juwelen in Apps / Spielen wie TikTok, Duolingo, Fortnite, Clash of Clans etc.).

[SID_01_05] Ich hatte Schwierigkeiten, mit Händlern oder Plattformen persönlichen Kontakt aufzunehmen (z. B. fehlendes Kontaktformular, ausschließlicher Kontakt über einen Chat-Bot, keine Antwort erhalten).

[SID_01_06] Bei der Nutzung von Nachrichtenseiten, Wetterdiensten oder sozialen Medien nahmen Werbeanzeigen so viel Raum ein, dass der Informationswert der Dienste beeinträchtigt wurde.

<5> Sehr häufig

<4> Häufig

<3> Manchmal

<2> Selten

<1> Nie

<966> In den letzten 6 Monaten habe ich solche Dienste / Angebote nicht genutzt

<977> Weiß nicht / keine Angabe

Wenn bei den vorherigen Fragen [SID_01_01] bis [SID_01_06] mindestens „Selten“ angegeben wurde, dann wurden die Befragten zur jeweiligen Praktik gebeten die zugehörige Frage [SID_03] zu beantworten.

[SID_03] Wie fair oder unfair fühlten Sie sich bei den folgenden Erfahrungen innerhalb der letzten 6 Monate im Durchschnitt behandelt?

[SID_03_01] Praktiken, durch die ich digitale Angebote und Dienste länger nutzen sollte (z. B. endloses Scrolling, Auto-Play neuer Folgen / Videos / Inhalte oder Benachrichtigungen (z. B. Töne, Nachrichten auf Display))

[SID_03_02] Anzeigen personalisierter Werbung, die auf meinem vergangenen Verhalten oder meinen Vorlieben basierte

[SID_03_03] Anzeigen von Preisen, die an mein Verhalten angepasst wurden (z. B. Preissprünge nach mehrfachem Anklicken oder nach dem Hinzufügen/ Entfernen zum Warenkorb, unterschiedliche Preise auf Computer im Vergleich mit dem Smartphone)

[SID_03_04] Aufforderung / Animation, echtes Geld für virtuelle Währungen auf kostenlosen Plattformen oder Spielen (z. B. Coins, Gems, V-Bucks, Juwelen in Apps/Spielen wie TikTok, Duolingo, Fortnite, Clash of Clans etc.) auszugeben

[SID_03_05] Schwierigkeiten, mit Händlern oder Plattformen persönlichen Kontakt aufzunehmen (z. B. fehlendes Kontaktformular, ausschließlicher Kontakt über einen Chat-Bot, keine Antwort erhalten)

[SID_03_06] Werbeanzeigen nahmen so viel Raum ein, dass der Informationswert der Dienste (z. B. Nachrichtenseiten, Wetterdienste, soziale Medien) beeinträchtigt wurde

- <5> Vollkommen fair
- <4> Eher fair
- <3> Weder fair noch unfair
- <2> Eher unfair
- <1> Vollkommen unfair
- <977> Weiß nicht / keine Angabe

Wenn bei SID_01_01 „Praktiken, durch die ich digitale Angebote und Dienste länger nutzen sollte“ mindestens „Selten“ geantwortet wurde, erhielten die Befragten die folgende Frage

[SID_02_01] Wie hat sich die folgende Erfahrung innerhalb der letzten 6 Monate auf Sie ausgewirkt? Praktiken, durch die ich digitale Angebote und Dienste länger nutzen sollte (z. B. endloses Scrolling, Auto-Play neuer Folgen / Videos / Inhalte oder Benachrichtigungen (z. B. Töne, Nachrichten auf Display))

[SID_02_01_01] Ich habe mehr Zeit mit den Angeboten und Diensten verbracht, als ich wollte.

[SID_02_01_02] Ich habe Dinge gekauft, die ich eigentlich nicht kaufen wollte.

[SID_02_01_03] Ich habe aufgehört, die entsprechenden Angebote und Dienste zu nutzen (vorübergehend oder für immer).

[SID_02_01_04] Mein Vertrauen in die entsprechenden Angebote und Dienste wurde enttäuscht.

[SID_02_01_05] Ich habe mich bei der Nutzung der entsprechenden Angebote und Dienste unwohl gefühlt.

[SID_02_01_06] Ich hatte das Gefühl, nicht die volle Kontrolle über meine Entscheidungen zu haben.

- <2> Trifft zu
- <1> Trifft nicht zu
- <977> Weiß nicht / keine Angabe

Wenn bei SID_01_02 „Anzeigen personalisierter Werbung“ mindestens „Selten“ geantwortet wurde, erhielten die Befragten die folgende Frage

[SID_02_02] Wie hat sich die folgende Erfahrung innerhalb der letzten 6 Monate auf Sie ausgewirkt? Anzeigen personalisierter Werbung, die auf meinem vergangenen Verhalten oder meinen Vorlieben basierte

[SID_02_02_01] Ich habe mehr Zeit mit den Angeboten und Diensten verbracht, als ich wollte.

[SID_02_02_02] Ich habe Dinge gekauft, die ich eigentlich nicht kaufen wollte.

[SID_02_02_03] Ich habe aufgehört, die entsprechenden Angebote und Dienste zu nutzen (vorübergehend oder für immer).

[SID_02_02_04] Mein Vertrauen in die entsprechenden Angebote und Dienste wurde enttäuscht.

[SID_02_02_05] Ich habe mich bei der Nutzung der entsprechenden Angebote und Dienste unwohl gefühlt.

[SID_02_02_06] Ich hatte das Gefühl, nicht die volle Kontrolle über meine Entscheidungen zu haben.

- <2> Trifft zu
 - <1> Trifft nicht zu
 - <977> Weiß nicht / keine Angabe
 - <2> Trifft zu
-

Wenn bei SID_01_03 „Anzeigen von Preisen“ mindestens „Selten“ geantwortet wurde, erhielten die Befragten die folgende Frage

[SID_02_03] Wie hat sich die folgende Erfahrung innerhalb der letzten 6 Monate auf Sie ausgewirkt?
Anzeigen von Preisen, die an mein Verhalten angepasst wurden (z. B. Preissprünge nach mehrfachem Anklicken oder nach dem Hinzufügen/ Entfernen zum Warenkorb, unterschiedliche Preise auf Computer im Vergleich mit dem Smartphone)

[SID_02_03_01] Ich habe mehr Zeit mit den Angeboten und Diensten verbracht, als ich wollte.

[SID_02_03_02] Ich habe Dinge gekauft, die ich eigentlich nicht kaufen wollte.

[SID_02_03_03] Ich habe aufgehört, die entsprechenden Angebote und Dienste zu nutzen (vorübergehend oder für immer).

[SID_02_03_04] Mein Vertrauen in die entsprechenden Angebote und Dienste wurde enttäuscht.

[SID_02_03_05] Ich habe mich bei der Nutzung der entsprechenden Angebote und Dienste unwohl gefühlt.

[SID_02_03_06] Ich hatte das Gefühl, nicht die volle Kontrolle über meine Entscheidungen zu haben.

<2> Trifft zu

<1> Trifft nicht zu

<977> Weiß nicht / keine Angabe

<2> Trifft zu

Wenn bei SID_01_04 „Reales Geld für virtuelle Währung“ mindestens „Selten“ geantwortet wurde, erhielten die Befragten die folgende Frage

[SID_02_04] Wie hat sich die folgende Erfahrung innerhalb der letzten 6 Monate auf Sie ausgewirkt?
Aufforderung / Animation, echtes Geld für virtuelle Währungen auf kostenlosen Plattformen oder Spielen (z. B. Coins, Gems, V-Bucks, Juwelen in Apps/Spielen wie TikTok, Duolingo, Fortnite, Clash of Clans etc.) auszugeben

[SID_02_04_01] Ich habe mehr Zeit mit den Angeboten und Diensten verbracht, als ich wollte.

[SID_02_04_02] Ich habe Dinge gekauft, die ich eigentlich nicht kaufen wollte.

[SID_02_04_03] Ich habe aufgehört, die entsprechenden Angebote und Dienste zu nutzen (vorübergehend oder für immer).

[SID_02_04_04] Mein Vertrauen in die entsprechenden Angebote und Dienste wurde enttäuscht.

[SID_02_04_05] Ich habe mich bei der Nutzung der entsprechenden Angebote und Dienste unwohl gefühlt.

[SID_02_04_06] Ich hatte das Gefühl, nicht die volle Kontrolle über meine Entscheidungen zu haben.

<2> Trifft zu

<1> Trifft nicht zu

<977> Weiß nicht / keine Angabe

<2> Trifft zu

Wenn bei SID_01_05 „Schwierigkeiten Kontaktaufnahme“ mindestens „Selten“ geantwortet wurde, erhielten die Befragten die folgende Frage

[SID_02_05] Wie hat sich die folgende Erfahrung innerhalb der letzten 6 Monate auf Sie ausgewirkt?
Schwierigkeiten, mit Händlern oder Plattformen persönlichen Kontakt aufzunehmen (z. B. fehlendes Kontaktformular, ausschließlicher Kontakt über einen Chat-Bot, keine Antwort erhalten)

[SID_02_05_01] Ich habe mehr Zeit mit den Angeboten und Diensten verbracht, als ich wollte.

[SID_02_05_02] Ich habe Dinge gekauft, die ich eigentlich nicht kaufen wollte.

[SID_02_05_03] Ich habe aufgehört, die entsprechenden Angebote und Dienste zu nutzen (vorübergehend oder für immer).

[SID_02_05_04] Mein Vertrauen in die entsprechenden Angebote und Dienste wurde enttäuscht.

[SID_02_05_05] Ich habe mich bei der Nutzung der entsprechenden Angebote und Dienste unwohl gefühlt.

[SID_02_05_06] Ich hatte das Gefühl, nicht die volle Kontrolle über meine Entscheidungen zu haben.

- <2> Trifft zu
- <1> Trifft nicht zu
- <977> Weiß nicht / keine Angabe
- <2> Trifft zu

Wenn bei SID_01_06 „Werbeanzeigen nahmen so viel Raum ein“ mindestens „Selten“ geantwortet wurde, erhielten die Befragten die folgende Frage

[SID_02_06] Wie hat sich die folgende Erfahrung innerhalb der letzten 6 Monate auf Sie ausgewirkt?

Werbeanzeigen nahmen so viel Raum ein, dass der Informationswert der Dienste (z. B. Nachrichtenseiten, Wetterdienste, soziale Medien) beeinträchtigt wurde.

[SID_02_06_01] Ich habe mehr Zeit mit den Angeboten und Diensten verbracht, als ich wollte.

[SID_02_06_02] Ich habe Dinge gekauft, die ich eigentlich nicht kaufen wollte.

[SID_02_06_03] Ich habe aufgehört, die entsprechenden Angebote und Dienste zu nutzen (vorübergehend oder für immer).

[SID_02_06_04] Mein Vertrauen in die entsprechenden Angebote und Dienste wurde enttäuscht.

[SID_02_06_05] Ich habe mich bei der Nutzung der entsprechenden Angebote und Dienste unwohl gefühlt.

[SID_02_06_06] Ich hatte das Gefühl, nicht die volle Kontrolle über meine Entscheidungen zu haben.

- <2> Trifft zu
- <1> Trifft nicht zu
- <977> Weiß nicht / keine Angabe
- <2> Trifft zu

[SID_04] Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

Digitale Angebote und Dienste (z. B. Webseiten, Apps, Online-Plattformen, Soziale Medien, Online-Spiele, Streaming Services) sollten...

[SID_04_01] ...mich besser über meine Verbraucherrechte informieren.

[SID_04_02] ...meine Daten nicht ohne meine explizite Zustimmung weiterverkaufen dürfen.

[SID_04_03] ...stärker reguliert werden.

[SID_04_04] ...sich mehr am Wohl der Gesellschaft orientieren.

[SID_04_05] ...weniger Macht haben, als es aktuell der Fall ist.

- <5> Stimme voll und ganz zu
- <4> Stimme eher zu
- <3> Teils, teils
- <2> Stimme eher nicht zu
- <1> Stimme überhaupt nicht zu
- <977> Weiß nicht / keine Angabe

[SID_05] Wie bewerten Sie die folgenden Vorschläge für die zukünftige Entwicklung von digitalen Angeboten und Diensten?

[SID_05_01] Digitale Angebote und Dienste dürfen grundsätzlich keine persönlichen Daten an Werbekunden oder andere Unternehmen weitergeben, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer das explizit wünschen.

[SID_05_02] Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht versuchen, durch ihre Gestaltung die Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange zu halten.

[SID_05_03] Digitale Angebote und Dienste müssen monatliche Ausgaben für in-App Käufe grundsätzlich beschränken, außer wenn Nutzerinnen und Nutzer einer Aufhebung der Beschränkung explizit zustimmen.

[SID_05_04] Digitale Angebote und Dienste müssen standardmäßig Benachrichtigungen ausschalten und dürfen diese nur auf Wunsch einschalten.

[SID_05_05] Digitale Angebote und Dienste sollen bei Problemen einfachen Zugang zu einer menschlichen Ansprechperson und nicht nur zu einem Chatbot oder automatisierten Lösungen bieten.

[SID_05_06] Digitale Angebote und Dienste dürfen nicht zu unüberlegten Käufen und Entscheidungen verleiten.

[SID_05_07] Digitale Angebote und Dienste müssen Käufe ohne das Anlegen eines Kundenkontos ermöglichen.

- <5> Befürworte ich voll und ganz
- <4> Befürworte ich eher
- <3> Befürworte ich weder noch lehne ich es ab
- <2> Lehne ich eher ab
- <1> Lehne ich voll und ganz ab
- <977> Weiß nicht / keine Angabe

[Digi_affin1] Bitte geben Sie an, ob bzw. wie häufig Sie die folgenden Anwendungen nutzen bzw. die folgenden Tätigkeiten im Internet ausüben.

[Digi_affin_1] In Suchmaschinen nach Inhalten und Informationen suchen

[Digi_affin_2] Smart-Home-Anwendungen wie z. B. Licht- oder Heizungssteuerung

[Digi_affin_3] Sprachsteuerung oder Sprachassistenten wie z. B. Apple Siri, Amazon Alexa, Google Assistant, Microsoft Cortana

[Digi_affin_4] Instant-Messaging-Dienste wie z. B. WhatsApp, Threema, Telegram

[Digi_affin_5] Online-Shopping, d. h. Waren im Internet kaufen

[Digi_affin_6] Dienstleistungen online bestellen oder buchen wie z. B. Reisen, Lieferservice für Essen, Carsharing, Handwerker

[Digi_affin_7] Gesundheits- oder Fitnessanwendungen nutzen wie z. B. Schritte zählen oder Blutzuckerwerte messen

- <1> Ein oder mehrmals pro Woche
- <2> Ein oder mehrmals pro Monat
- <3> Ein oder mehrmals pro Halbjahr
- <4> Seltener
- <5> Nie
- <977> Weiß nicht / keine Angabe

[educ_neu] Welches ist Ihr höchster Schulabschluss?

- <1> Noch in schulischer Ausbildung
- <2> Haupt- oder Volksschulabschluss
- <3> Realschul- oder gleichwertiger Abschluss (POS, Mittlere Reife)
- <4> Abitur, Fachhochschulreife
- <5> Ohne Schulabschluss
- <777> keine Angabe

[voeduc_neu] Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?

- <1> Keinen Abschluss
 - <2> Noch in Ausbildung
 - <3> Noch im Studium
 - <4> Lehre oder vergleichbarer Abschluss
 - <5> Universitäts- oder Fachhochschulabschluss
 - <777> keine Angabe
-

[pinc] Wie hoch ist Ihr *persönliches* Nettoeinkommen pro Monat? Hiermit ist Ihr persönliches Einkommen nach Abzug von Steuern und Sozialversicherungsabgaben gemeint.

- | | | | |
|-----|-------------------------------|-------|----------------------------------|
| <1> | unter EUR 500 | <8> | EUR 3.500 bis unter EUR 4.000 |
| <2> | EUR 500 bis unter EUR 1.000 | <9> | EUR 4.000 bis unter EUR 4.500 |
| <3> | EUR 1.000 bis unter EUR 1.500 | <10> | EUR 4.500 bis unter EUR 5.000 |
| <4> | EUR 1.500 bis unter EUR 2.000 | <11> | EUR 5.000 bis unter EUR 10.000 |
| <5> | EUR 2.000 bis unter EUR 2.500 | <12> | EUR 10.000 und mehr |
| <6> | EUR 2.500 bis unter EUR 3.000 | <13> | habe kein persönliches Einkommen |
| <7> | EUR 3.000 bis unter EUR 3.500 | <777> | keine Angabe |
-

[hinc] Wie hoch ist das Nettoeinkommen *Ihres gesamten Haushaltes* pro Monat?

- | | | | |
|-----|-------------------------------|-------|--------------------------------|
| <1> | unter EUR 500 | <8> | EUR 3.500 bis unter EUR 4.000 |
| <2> | EUR 500 bis unter EUR 1.000 | <9> | EUR 4.000 bis unter EUR 4.500 |
| <3> | EUR 1.000 bis unter EUR 1.500 | <10> | EUR 4.500 bis unter EUR 5.000 |
| <4> | EUR 1.500 bis unter EUR 2.000 | <11> | EUR 5.000 bis unter EUR 10.000 |
| <5> | EUR 2.000 bis unter EUR 2.500 | <12> | EUR 10.000 und mehr |
| <6> | EUR 2.500 bis unter EUR 3.000 | <777> | keine Angabe |
| <7> | EUR 3.000 bis unter EUR 3.500 | | |

Anhang 4: Quellen und Erläuterungen

- ¹ Der Bildungsstand wurde auf Grundlage der erhobenen Bildungsabschlüsse in drei Bildungsgruppen unterteilt, nämlich niedrig, mittel und hoch. Zur niedrigen Bildungsgruppe zählen Teilnehmer:innen, die keinen Schulabschluss besitzen oder sich noch in Ausbildung befinden. Zur mittleren Bildungsgruppe zählen Teilnehmer:innen mit einer Lehre oder einem vergleichbaren Abschluss. Zur hohen Bildungsgruppe zählen Teilnehmer:innen mit Universitäts- oder Fachhochschulabschluss. Teilnehmer:innen, die keine Angaben zu ihrem höchsten Schulabschluss gemacht haben, wurden bei der Kategorisierung nicht berücksichtigt.
- ² Das persönliche Nettoeinkommen umfasst das persönliche Einkommen nach Abzug von Steuern und Sozialversicherungsabgaben und wurde in zwölf Kategorien erhoben. Die zwölf Kategorien wurden zur tabellarischen Darstellung in drei Gruppen zusammengefasst. Teilnehmer:innen, die keine Angaben zu ihrem Einkommen gemacht haben, wurden nicht berücksichtigt.
- ³ Das Nettoeinkommen des Haushalts wurde ebenfalls in zwölf Kategorien erhoben. Die zwölf Kategorien wurden zur tabellarischen Darstellung in drei Gruppen zusammengefasst. Teilnehmer:innen, die keine Angaben zu ihrem Einkommen gemacht haben, wurden nicht berücksichtigt.
- ⁴ Die digitale Affinität der Befragten leitet sich aus einer Fragebatterie zur Verwendung unterschiedlicher digitaler Dienste ab. Ein vollständiger Überblick für die Fragen und Ausprägungen in der Stichprobe findet sich in Tabelle 2. Aus den jeweiligen Antworten wurde je Teilnehmer:in eine Zeilensumme gebildet auf deren Grundlage eine Unterteilung in Tertile (niedrig, mittel, hoch) stattfand.