

» Instrumentales und vokales Musizieren 2005 und 2000

	Spiele ein Instrument		Singe im Chor, Verein	
	2005	2000	2005	2000
	in %		in %	
Männer	13,4	12,4	5,0	5,3
Frauen	13,5	14,4	7,4	8,0
Bevölkerung ab 14 Jahre	13,5	13,4	6,3	6,7

Altersgruppen				
14-19 Jahre	22,9	22,5	5,6	6,9
20-29 Jahre	16,3	18,8	3,3	4,3
30-39 Jahre	15,7	14,0	4,1	4,3
40-49 Jahre	13,5	13,0	5,3	4,9
50-59 Jahre	11,6	11,0	6,7	9,1
60-69 Jahre	10,3	11,1	9,3	11,0
70 Jahre und älter	9,1	8,3	8,7	7,2

Schul-/Berufsbildung				
Volks-/Hauptschule ohne Lehre	6,4	6,5	4,9	7,4
Volks-/Hauptschule mit Lehre	7,5	7,7	6,4	6,4
Höhere Schule ohne Abitur	14,4	14,8	5,5	6,3
Abitur, Hochschulreife, oh. abg. Studium	25,9	25,9	7,5	6,8
Abgeschlossenes Studium	26,3	25,5	8,7	7,8

Haushaltsnettoeinkommen ¹				
unter 1.000 Euro	10,4	8,6	4,9	5,3
1.000-unter 1.500 Euro	10,3	11,0	5,9	5,9
1.500-unter 2.000 Euro	11,9	12,2	6,3	7,5
2.000-unter 2.500 Euro	12,3	13,1	5,9	6,2
2.500-unter 3.500 Euro	14,6	k.A.	6,2	k.A.
3.500 Euro und mehr	20,4	k.A.	7,8	k.A.

Wohnortgröße				
unter 5.000 Einwohner	13,2	12,7	6,7	7,5
5.000-unter 20.000 Einwohner	14,3	13,5	7,3	7,1
20.000-unter 100.000 Einwohner	12,9	12,9	5,9	6,6
100.000-unter 500.000 Einwohner	13,8	15,0	6,1	7,2
500.000 Einwohner und mehr	12,9	13,5	4,5	4,5

Hinweis: Grundlage der Daten ist eine nach dem Quoten-Auswahlverfahren repräsentativ angelegte Personenstichprobe bezogen auf die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren. Zur Vergrößerung der Fallzahlen im markt- und mediaanalytisch überdurchschnittlich genutzten Segment der 14- bis unter 60-Jährigen wurde ein disproportionaler Stichprobenansatz gewählt. Befragt wurden für beide Jahrgänge der Analyse jeweils ca. 21.000 Personen in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland. Die Umfrage stützt sich ausschließlich auf mündlich-persönliche, nicht telefonische Interviews. Daten zum Spielen eines Musikinstruments und Chorsingen wurde 2005 letztmalig erhoben.

¹ Grundeinheit der Einkommensklassen war im Jahr 2000 noch die Deutsche Mark (Unter 2.000 DM; 2.000-unter 3.000 DM; 3.000-unter 4.000 DM; 4.000-unter 5.000 DM; 5.000-unter 6.000 DM; 6.000 DM und mehr). Aufgrund veränderter Kategorisierungen können die Vergleichswerte nicht immer angegeben werden.

Quelle: *Zusammengestellt vom Deutschen Musikrat nach: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse 2000 u. 2005, hrsg. v. Institut für Demoskopie Allensbach, Jahrgänge 2000 u. 2005.*