



Presse-Information

Deutschland schätzt sich richtig ein

Internationale Ipsos MORI Studie vergleicht das Wissen der Bürger über ihre Gesellschaftsstrukturen

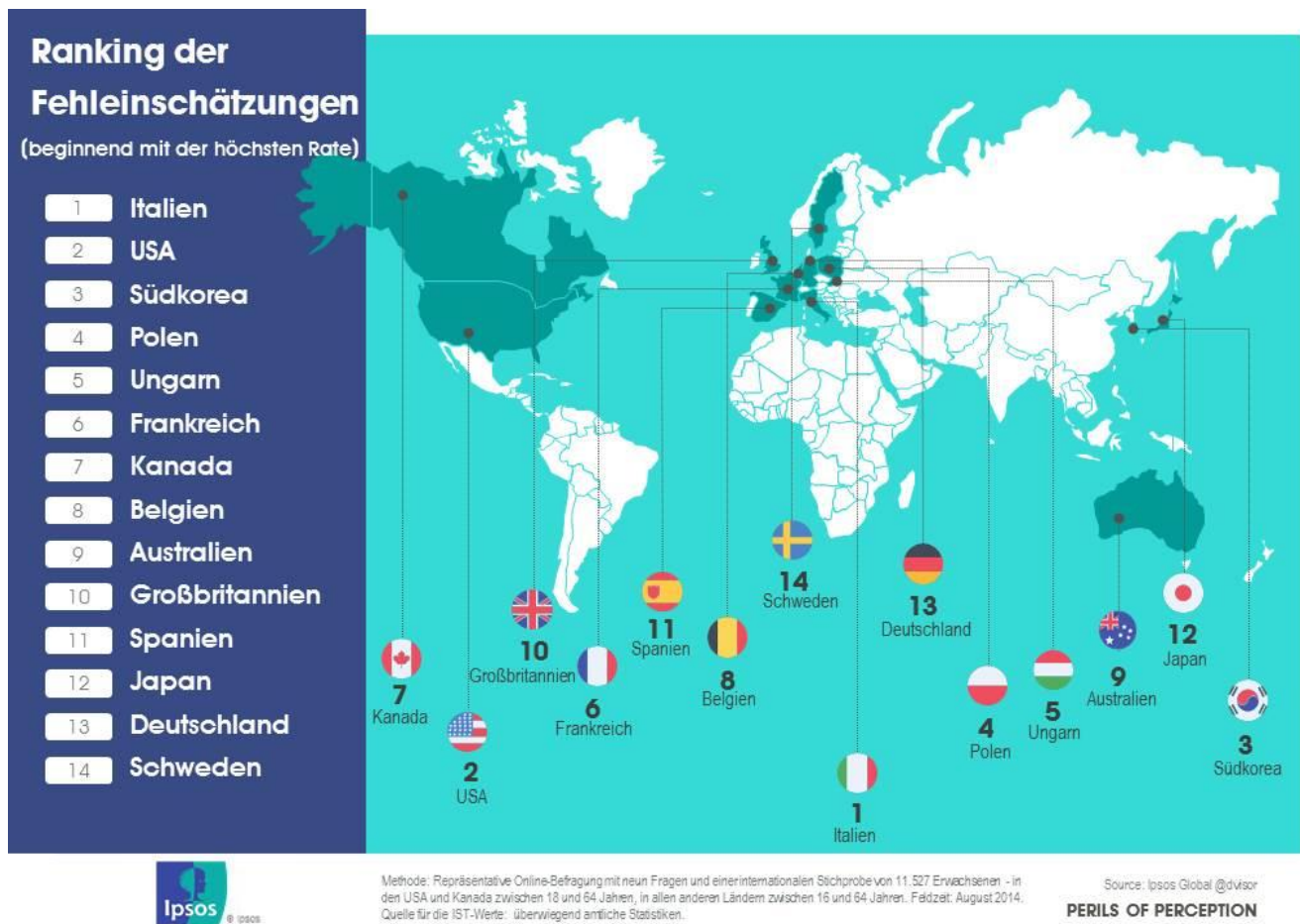
Hamburg, 20. Februar 2015. Die Deutschen kennen die Kennziffern ihrer gesellschaftlichen Strukturen (wie Migrations – und Seniorenanteil, Religionszugehörigkeit, Anzahl jugendlicher Mütter, Arbeitslosenquote, etc.). Sie sind bestens informiert und stechen im internationalen Ländervergleich heraus. Geschlagen werden die Deutschen lediglich von ihren skandinavischen Nachbarn. Die Schweden leisten sich kaum Fehleinschätzungen über ihre Gesellschaftsstrukturen und schneiden somit im internationalen Vergleich am besten ab.

Die Deutschen wissen genau, dass der Anteil ihrer christlichen Bevölkerung bei 58 Prozent liegt. Bei der Einschätzung der Arbeitslosenquote liegen sie knapp daneben, diese wird auf 20 Prozent statt sechs Prozent geschätzt. Interessant, dass der Migrationsanteil in Deutschland, der derzeit bei 13 Prozent liegt, allerdings von der Bevölkerung höher eingeschätzt wird, nämlich auf 23 Prozent.

Italiener am ahnungslosesten

Klarer Spitzenreiter im Ranking der Fehleinschätzungen ist Italien. Vor allem bei der Frage nach dem Arbeitslosenanteil in der Bevölkerung überschätzen sich die Italiener mit 37 Prozentpunkten maßlos. Die Italiener denken, dass fast jeder Zweite von ihnen (49 Prozent) arbeitslos ist, in Wahrheit ist es jedoch nur jeder Achte (12 Prozent). Neben der schlechten Einschätzung der Arbeitssituation, denken die Italiener auch in einer überalterten Gesellschaft zu leben. Dabei zählen lediglich 21 Prozent und nicht die geschätzten 48 Prozent in Italien zu der Generation 65+. Auch sind die Italiener weitaus weniger wahlmüde, als sie von sich glauben. Immerhin 75 Prozent der Bevölkerung beteiligten sich an der letzten Parlamentswahl. Zugetraut haben die Italiener sich selbst nur eine Wahlbeteiligung von 54 Prozent.

Die USA sind den Italienern im Ranking der Fehleinschätzungen dicht auf den Fersen. Die Amerikaner verschätzen sich in nahezu allen Bereichen wie Migrationsanteil, Anzahl der Teenagemütter und Anteil der christlichen Bevölkerung grob. Ganz genau wissen sie jedoch über ihre Wahlbeteiligung Bescheid. Sie schätzen, dass an der letzten Präsidentschaftswahl 57 Prozent aller Wahlberechtigten teilnahmen. Tatsächlich waren es mit 58 Prozent nur knapp mehr.



Steckbrief Ipsos Studie „Perils of Perception“

Diese Ergebnisse stammen aus der Ipsos Mori Studie „Perils of Perception“, die im August 2014 durchgeführt wurde. Gefragt wurde nach Gesellschaftsstrukturen wie der Religionszugehörigkeit, dem Migrations – und Seniorenanteil, der Anzahl jugendlicher Mütter und der Arbeitslosenquote. Über das Ipsos Online Panel wurde die Studie in 14 Ländern durchgeführt: Australien, Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Polen, Schweden, Spanien, Südkorea und den Vereinigten Staaten von Amerika. Für die Studie wurde eine internationale Stichprobe von 11.527 Erwachsenen gezogen - in den USA und Kanada zwischen 18 und 64 Jahren, in allen anderen Ländern zwischen 16 und 64 Jahren.

Quelle für die „wirklichen Zahlen“ sind überwiegende amtliche Statistiken der Erhebungsländer. In Deutschland stammen die Daten u.a. vom statistischen Bundesamt, der „Forschungsgruppe Weltanschauungen in Deutschland“ (fowid) und der OECD.



Kontakt Ipsos Pressestelle
Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179

Über Ipsos

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 87 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin. 2015 feiert Ipsos 40-jähriges Jubiläum und führt den neuen Claim „Game Changers“ ein. In einer sich immer schneller verändernden Welt müssen wir uns als Marktforscher anpassen und gleichzeitig ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen.



Kontakt Ipsos Pressestelle

Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179