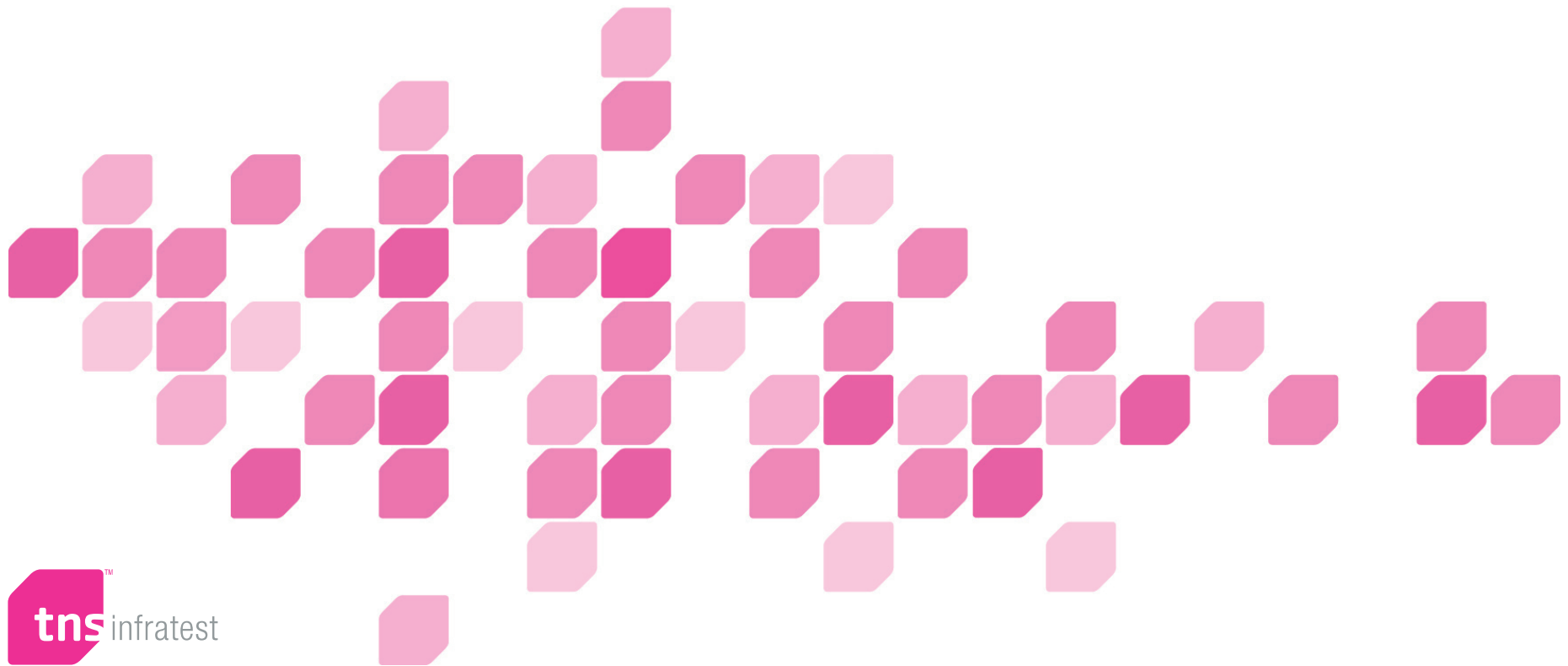


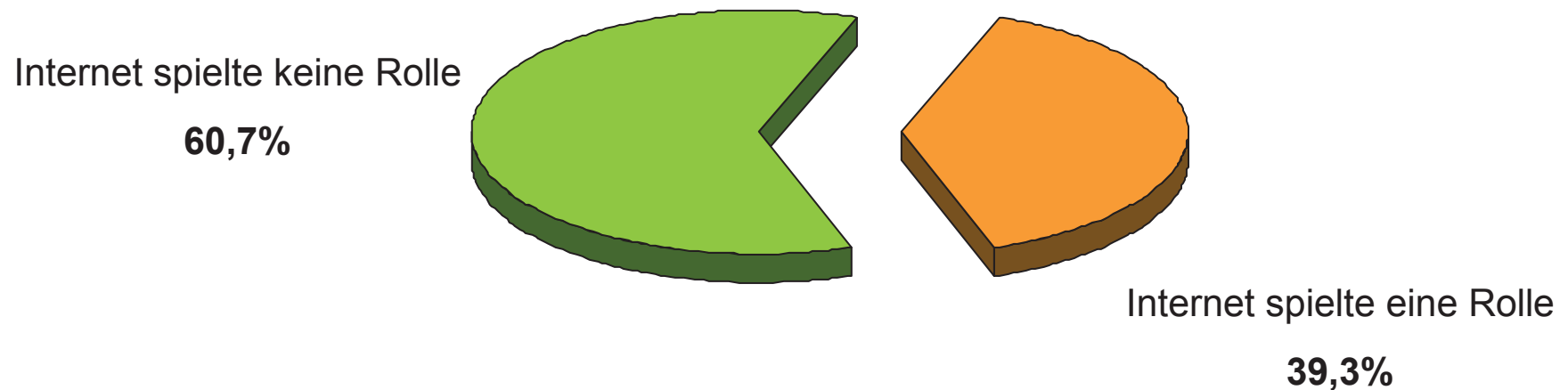
Digital LIFE report 2006



Rolle des Internets beim Umzug

Digital LIFE report 2006

- Für 39,3 Prozent der Befragten spielte das Internet beim Umzug eine Rolle.



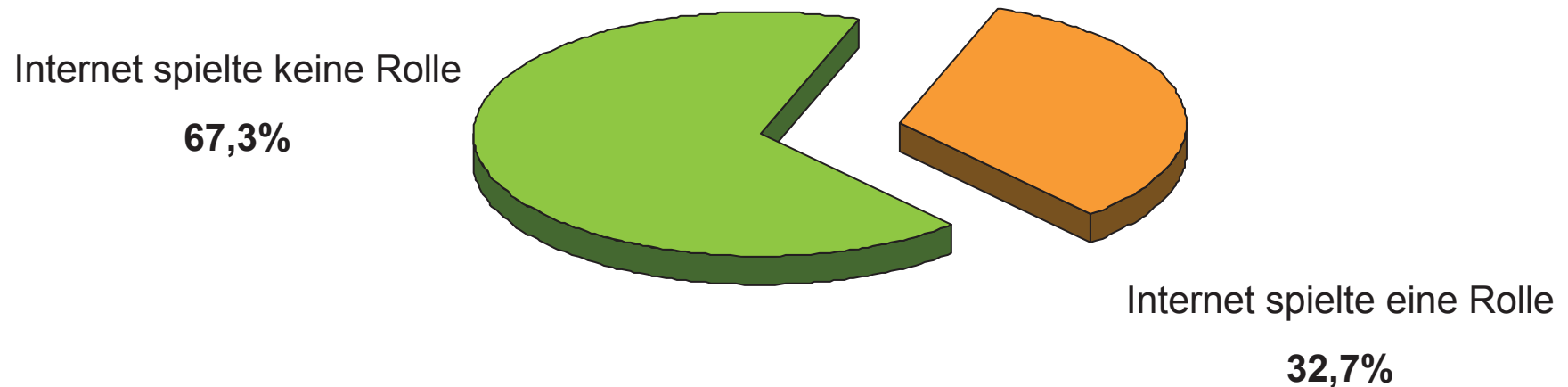
Grundgesamtheit: Onliner ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland (1503) die in den letzten 12 Monaten umgezogen sind

Befragungszeitraum: März 2006

Rolle des Internets beim Arbeitsplatzwechsel

Digital LIFE report 2006

- Bei 32,7 Prozent der Befragten hatte das Internet beim Arbeitsplatzwechsel einen Einfluss.



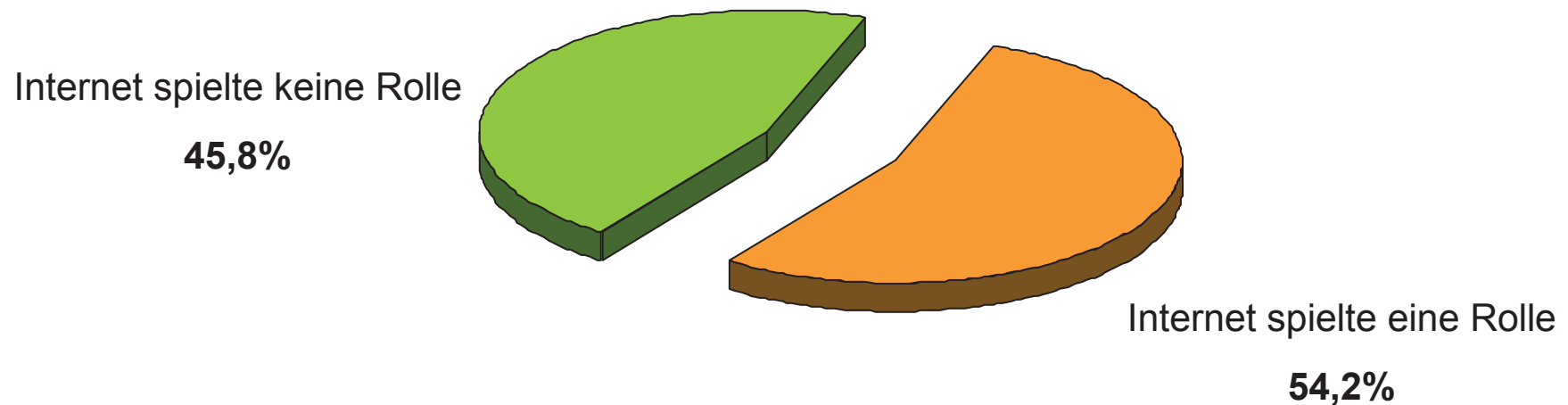
Grundgesamtheit: Onliner ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland (1503) die in den letzten 12 Monaten ihren Arbeitsplatz gewechselt haben

Befragungszeitraum: März 2006

Rolle des Internets beim Autokauf

Digital LIFE report 2006

- Für 54,2 Prozent der Befragten spielte das Internet beim Kauf eines Autos eine Rolle.



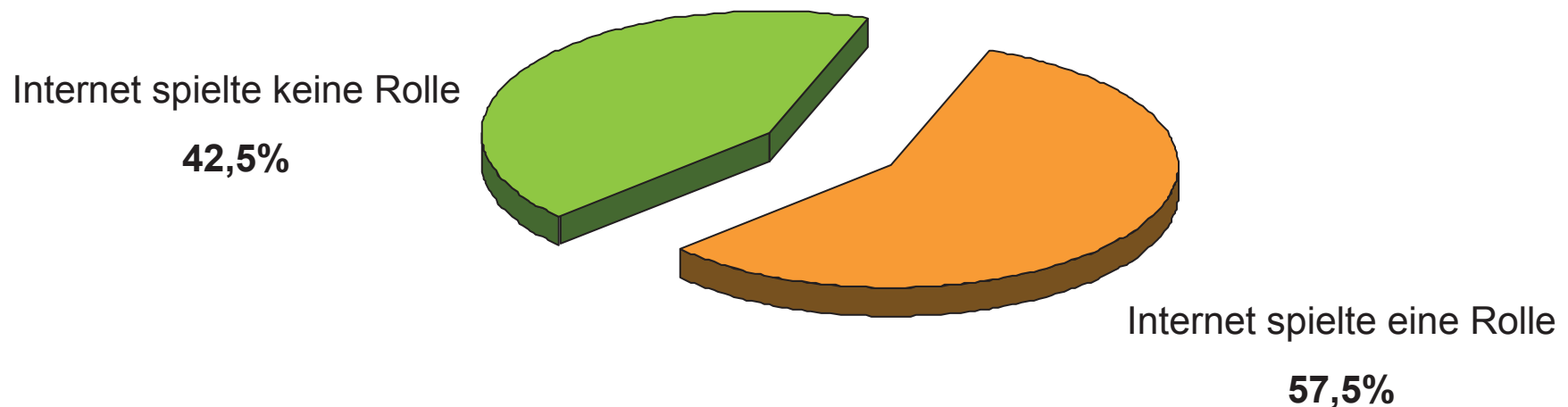
Grundgesamtheit: Onliner ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland (1503) die in den letzten 12 Monaten ein Auto gekauft haben

Befragungszeitraum: März 2006

Rolle des Internets bei einer größeren Investition/ finanziellen Entscheidung

Digital LIFE report 2006

- Für 57,5 Prozent der Befragten spielte das Internet bei einer größeren Investition bzw. finanziellen Entscheidung eine Rolle.



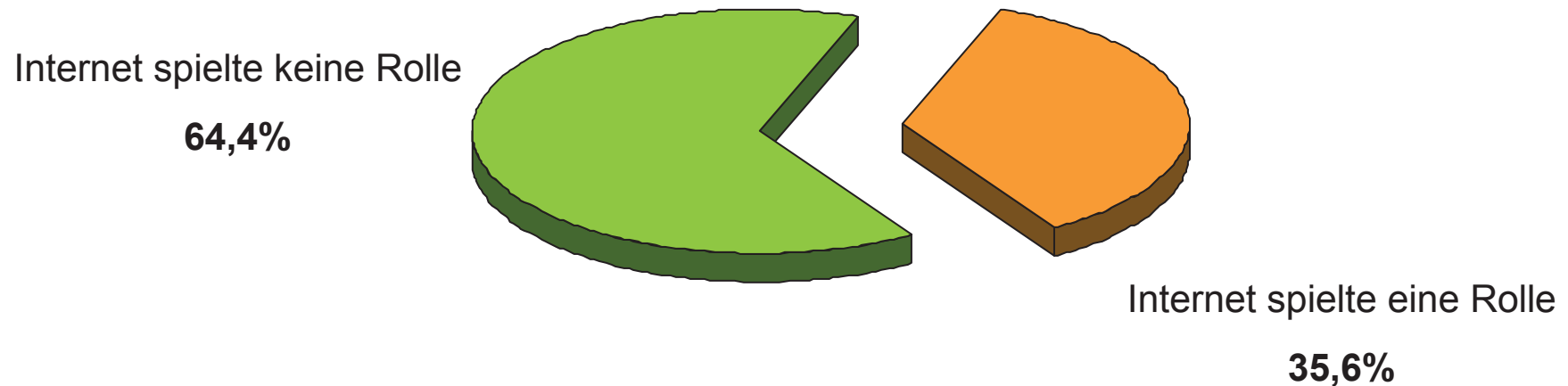
Grundgesamtheit: Onliner ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland (1503) die in den letzten 12 Monaten eine größere Investition bzw. finanzielle Entscheidung getroffen haben

Befragungszeitraum: März 2006

Rolle des Internets beim Eingehen einer neuen Beziehung

Digital LIFE report 2006

- Bei 35,6 Prozent der Befragten hatte das Internet beim Eingehen einer neuen Beziehung einen Einfluss.



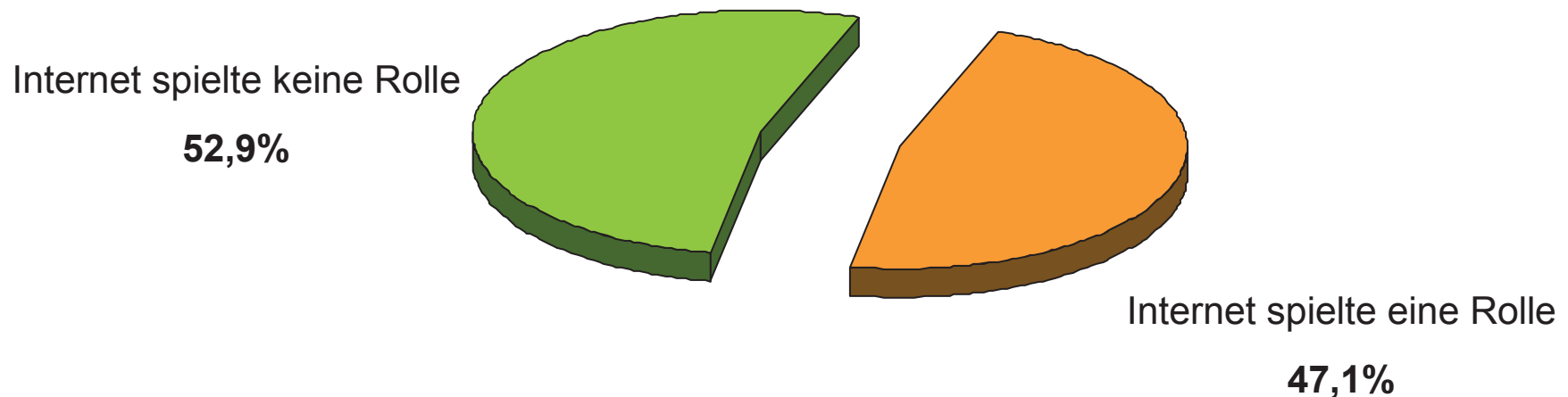
Grundgesamtheit: Onliner ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland (1503) die in den letzten 12 Monaten eine neue Beziehung eingegangen sind

Befragungszeitraum: März 2006

Rolle des Internets bei einer Weiterbildung/ Ausbildung für die Karriere

Digital LIFE report 2006

- Für 47,1 Prozent der Befragten spielte das Internet bei einer Weiterbildung bzw. Ausbildung für die Karriere eine Rolle.



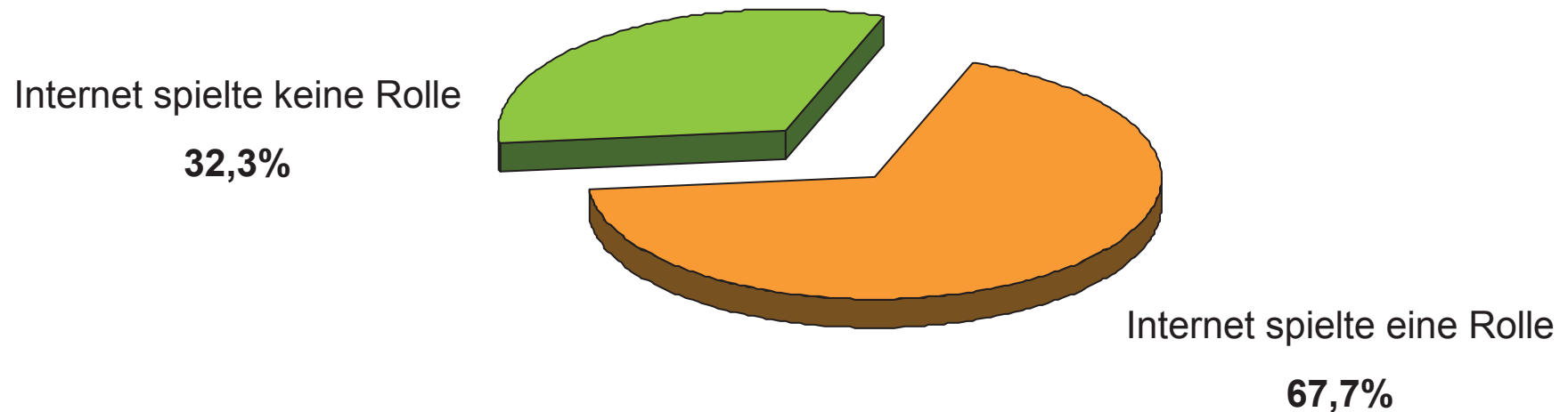
Grundgesamtheit: Onliner ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland (1503) die in den letzten 12 Monaten eine Weiterbildung bzw. Ausbildung für die Karriere gemacht haben

Befragungszeitraum: März 2006

Rolle des Internets beim Hobby

Digital LIFE report 2006

- Für 67,7 Prozent der Befragten spielte das Internet beim Hobby eine Rolle.



Grundgesamtheit: Onliner ab 14 Jahren in Privathaushalten in der Bundesrepublik Deutschland (1503) die in den letzten 12 Monaten ein Hobby angefangen bzw. mit einem Hobby zu tun gehabt haben

Befragungszeitraum: März 2006