

» Interesse am Besuch von Jazzfestivals

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	in %											
Männer	8,1	7,6	7,7	7,8	7,1	6,9	6,7	7,7	8,8	8,3	8,5	9,3
Frauen	7,7	7,4	7,2	7,1	6,3	6,2	5,9	6,7	7,7	8,0	7,8	7,5
Bevölkerung ab 14 Jahren	7,9	7,5	7,5	7,5	6,7	6,6	6,3	7,2	8,3	8,2	8,2	8,4

Altersgruppen												
14-19 Jahre	7,4	6,1	5,2	5,3	4,8	4,0	3,4	3,9	5,3	6,0	4,5	4,3
20-29 Jahre	8,3	7,6	7,6	6,4	5,6	6,0	5,6	6,2	7,4	8,1	8,1	7,1
30-39 Jahre	9,1	8,8	8,3	7,7	7,4	7,0	6,0	7,5	8,6	7,9	7,8	9,1
40-49 Jahre	9,8	9,5	9,2	9,3	7,7	8,0	7,2	8,3	9,6	9,0	8,6	8,2
50-59 Jahre	10,4	10,0	9,8	10,2	8,9	8,6	9,1	10,2	10,9	10,8	11,7	12,3
60-69 Jahre	7,2	7,0	7,6	7,6	7,4	6,8	6,9	8,1	9,4	9,0	8,6	8,9
70 Jahre und älter	2,6	2,6	3,1	4,1	3,6	3,9	4,1	4,4	5,2	5,2	5,6	6,1

Schul-/Berufsbildung												
Volks-/Hauptschule ohne Lehre	2,3	2,8	2,1	2,3	1,9	2,7	2,4	2,5	2,7	3,3	3,0	3,3
Volks-/Hauptschule mit Lehre	5,2	4,4	4,8	5,1	4,8	4,5	3,8	4,5	5,5	5,3	5,3	5,6
Höhere Schule ohne Abitur	8,6	8,2	8,1	7,9	7,0	6,8	6,3	6,4	7,3	7,7	7,1	7,3
Abitur, Hochschulreife ohne abg. Studium	13,1	12,5	11,3	11,1	9,5	8,9	8,0	10,3	11,5	10,5	11,4	11,5
Abgeschlossenes Studium	16,3	16,0	15,5	14,8	13,2	12,7	14,0	16,6	18,1	16,5	16,9	16,7

Haushaltsnettoeinkommen												
unter 1.000 Euro	6,1	6,4	6,4	6,9	6,9	6,2	5,9	7,4	9,3	9,6	10,3	10,0
1.000 - unter 1.500 Euro	6,0	6,0	6,4	5,7	4,9	5,1	5,0	5,9	6,8	7,2	7,3	6,8
1.500 - unter 2.000 Euro	7,0	6,3	5,8	6,5	5,5	5,3	4,9	5,7	6,7	6,6	6,0	6,0
2.000 - unter 2.500 Euro	7,0	6,5	6,2	5,8	5,4	5,6	5,2	5,7	6,8	7,1	6,7	6,2
2.500 - unter 3.000 Euro	9,2	8,1	8,1	8,6	7,1	7,0	6,2	6,5	7,2	7,6	7,8	8,1
3.000 - unter 3.500 Euro						6,8	8,1	9,2	10,2	9,6	9,6	10,2
3.500 Euro und mehr	11,6	11,5	11,2	10,3	9,5	8,9	8,1	9,2	10,2	9,6	9,6	10,2

Hinweis: Grundlage der Daten ist eine repräsentativ angelegte Personenstichprobe bezogen auf die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren. Befragt werden jährlich insgesamt über 20.000 Personen (2016: 24.000) in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland. Die Umfrage stützt sich ausschließlich auf mündlich-persönliche, nicht telefonische Interviews.

Quelle: *Zusammengestellt vom Deutschen Musikinformationszentrum nach: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, hrsg. v. Institut für Demoskopie Allensbach, diverse Jahrgänge.*