

Pressekonferenz (N)ONLINER Atlas 2008, 24. Juni 2008, Berlin

INITI@TIVE D²¹

(N)ONLINER Atlas 2008

Zentrale Ergebnisse: Gender + Diversity

Birgit Kampmann

Geschäftsführerin Kompetenzzentrum Technik-
Diversity-Chancengleichheit e.V.

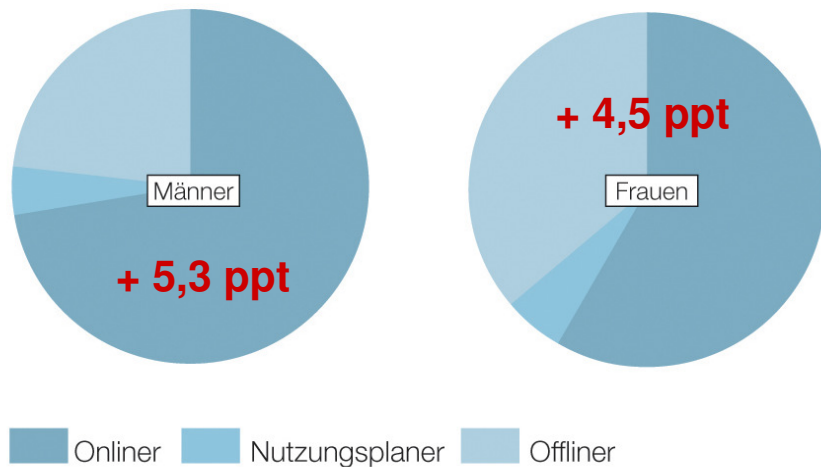
mit freundlicher Unterstützung von



Anstieg bei Männern stärker als bei Frauen

Schere öffnet sich erstmals wieder seit 2005

2008 (Angabe in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer: 25.428	72,4	4,4	23,2
Frauen: 27.075	58,3	5,5	36,2



Jahresübersicht: Männer (Angaben in %)		
Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner
2001	9.400	44,2
+ 28,2 ppt		
2008	25.428	72,4

Jahresübersicht: Frauen (Angaben in %)		
Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner
2001	10.290	30,5
+ 27,8 ppt		
2008	27.075	58,3

Online-Anteil der **Männer** steigt durch gesteigerte Nutzung von Breitband-technologien stärker an als der der Frauen. Nutzungsplanung liegt bei Frauen wiederum höher.

Frauenanteil im Netz hat sich leicht auf 46,2 Prozent verringert (2007: 46,6 Prozent)



Differenz bei den unter 50-Jährigen verringert sich Abstand bei 50plus vergrößert sich

Internetnutzung nach Altersgruppen und Geschlecht 2008

14 bis 49 Jahre (Angaben in %)

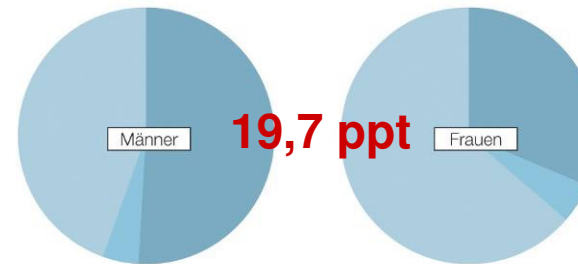
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer: 14.773	87,8	4,4	7,8
Frauen: 14.298	82,5	5,9	11,6



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

50+ Jahre (Angaben in %)

Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer: 10.654	51,0	4,5	44,6
Frauen: 12.778	31,3	5,0	63,7



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

7,8 ppt

2007

16,5 ppt

Über 80 Prozent der Frauen und Männer bis 49 Jahren sind online, Unterschiede haben sich weiter verringert.

Bei den über 50-Jährigen hat sich die Schere zwischen Frauen und Männern weiter geöffnet

(N) ONLINER Atlas 2008

© TNS Infratest & Initiative D21

n = 52.503 Interviews
Februar bis Mai 2008

48

Unterschiede jung/alt bei Frauen größer

Internetnutzung nach Geschlecht und Alter

Männer (Angaben in %)			Frauen (Angaben in %)		
Alter	Basis	Onliner	Basis	Onliner	
14 bis 19 Jahre	2.198	93,2	2.033	94,3	
20 bis 29 Jahre	3.474	90,9	3.299	88,6	
30 bis 39 Jahre	4.157	88,2	4.041	82,5	
40 bis 49 Jahre	4.944	82,9	4.924	73,5	
50 bis 59 Jahre	3.772	69,6	3.860	57,5	
60 bis 69 Jahre	3.803	51,7	4.154	32,4	
70+ Jahre	3.079	27,2	4.764	9,2	

66,0 ppt

85,1 ppt

67,4 ppt

2007

84,7 ppt

Weibliche Teenager in diesem Jahr vor männlichen Jugendlichen. Die Unterschiede zwischen Frauen und Männern steigen mit dem Alter.

Aber: Der Unterschied zwischen weiblichen Teenagern und Frauen über 70 Jahren ist erheblich größer als bei den Männern!

(N) ONLINER Atlas 2008

© TNS Infratest & Initiative D21

n = 52.503 Interviews
Februar bis Mai 2008

Effekte: Schule/Ausbildung/Beruf – Rente/Haushalt

Geschlecht/Alter und Berufstätigkeit

Frauen (Angaben in %)				
	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	12.854	76,4	6,1	17,5
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	14.222	42,0	4,9	53,1

34,4 ppt

Männer (Angaben in %)				
	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	14.731	82,7	4,4	12,9
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	10.696	58,2	4,4	37,5

24,5 ppt

14 bis 49 Jahre (Angaben in %)				
	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	20.432	84,5	5,2	10,4
nicht berufstätig (Rentner , Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	8.639	86,9	5,0	8,1

- 2,4 ppt

50+ Jahre (Angaben in %)				
	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	7.153	66,2	5,4	28,4
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	16.279	28,9	4,4	66,7

37,3 ppt

Bei den Nicht-Berufstätigen hat sich die **Geschlechterdifferenz** auf 16,2 Prozentpunkte erhöht, bei den Berufstätigen von 10 auf 6,3 Prozentpunkte verringert.

Der Online-Anteil bei Nicht-Berufstätigen in **Schule + Ausbildung** übersteigt den der Berufstätigen. **Ab 50 Jahren** beträgt die Differenz zwischen den Gruppen 37,3 Prozentpunkte!

(N) ONLINER Atlas 2008

© TNS Infratest
& Initiative D21

n = 52.503 Interviews
Februar bis Mai 2008

45
50

Passgenaue Anreize für die Nutzung schaffen!

Frauenanteil auf 50 Prozent steigern

- seit 2005 keine gezielten **Angebote für Frauen** mehr, die auch Nicht-Berufstätige und Ältere erreichen
- **positive Wirkungen** der Maßnahmen für Generation 50plus bei Männern stärker als bei Frauen
- 16 Millionen **ältere Erwachsene mit hohem Frauenanteil** bisher vom Nutzen nicht überzeugt, auch nicht mit Web 2.0
 - ➔ **konkrete Erfahrungsmöglichkeiten** schaffen, vergleichbar denjenigen, die Schüler, Studenten und Berufstätige in ihrem institutionellen und beruflichen Alltag haben
 - ➔ zukünftig stärker **informelle Vermittlungswege** sowie persönliche Kontakte und Netzwerke zur Weitergabe von Erfahrungswissen an Nichtnutzende aktivieren
 - ➔ **konkrete Unterstützung** von (ehrenamtlichen) Multiplikatorinnen und Multiplikatoren bei der täglichen Medienkompetenzentwicklung anbieten

