

Presseinformation

Internet-Nutzung: Zuwachs bei den über 50-Jährigen

Erstmals jeder zweite „Best Ager“ zwischen 50 und 59 Jahren online

Berlin/Bielefeld, 23. Juni 2004 – 28,2 Prozent der so genannten „Best Ager“ nutzen nach den aktuellen Ergebnissen des (N)ONLINER Atlas 2004 das Internet. Erstmals ist mit 50,3 Prozent in der Altersgruppe der 50 bis 59-Jährigen jeder Zweite online. Den höchsten Zuwachs stellt der (N)ONLINER Atlas 2004 in der Altersgruppe der über 60-Jährigen fest. Hier wuchs der Onliner-Anteil von 14,6 Prozent in 2003 auf 17,4 Prozent. Das sind die zentralen Ergebnisse der Internet-Nutzung nach Alter im (N)ONLINER Atlas 2004, den TNS Emnid und die Initiative D21 heute in Berlin vorgestellt haben.

Zwei Drittel der 29 Millionen Menschen über 50 Jahre sind noch nicht online. Gegenüber dem Vorjahr ist die Online-Gemeinde der Best Ager aber um eine Million Menschen größer geworden. Mit 8,2 Millionen ist der größte Teil in der Altersgruppe der 50 bis 59-Jährigen zu finden. Gegenüber dem Vorjahr hat diese Altersgruppe um 4,7 Prozentpunkte bei der Internet-Nutzung zugelegt. 2,5 Millionen Onliner sind älter als 60 Jahre. Nur 800.000 Onliner sind älter als 70 Jahre.

„Alle die daran arbeiten, die Internet-Nutzung dieser Altersgruppe zu forcieren, sollten berücksichtigen, dass auch die „Best Ager“ keine homogene Zielgruppe sind. Wünsche, Bedürfnisse und Einstellungen dieser Altersgruppe werden sich viel stärker bei der Konzeption und Umsetzung von Inhalten und Dienstleistungen im Internet widerspiegeln müssen“, sagt Nina Fluck, Projektleiterin des (N)ONLINER Atlas bei TNS Emnid.

Gerade die „Best Ager“ werden in den kommenden Jahrzehnten zahlenmäßig stark zunehmen. „Vor diesem Hintergrund muss die beginnende Wahrnehmungsänderung für die Altersgruppe 50plus weiter unterstützt werden, damit nicht nur ausgeklügelte Marketingkonzepte und -strategien um die jungen und gut verdienenden Zielgruppen wie ‚High Potentials‘, ‚Young Professionals‘ oder ‚Dinkis‘ (Double Income no Kids) konkurrieren“, so Fluck weiter.

Bei der Generation 50plus bestehen bei der Internet-Nutzung noch große regionale Unterschiede. So sind Sachsen und Brandenburg in dieser Altersgruppe die Schlusslichter der Internet-Nutzung. Schleswig-Holstein und Hessen haben auch in 2004 in dieser Bevölkerungsgruppe die meisten Onliner. Hier nutzt bereits jeder Dritte das Internet.

„Über 1 Million Menschen über 50 Jahre haben seit dem letzten Jahr die Vorteile des Internets für sich entdeckt. Hier zeigen sich schon die ersten Erfolge der Aktion „50plus-ans-netz.de“ an dem bereits im ersten Halbjahr 2004 über 15.000 Seniorinnen und Senioren teilnahmen“, sagt Barbara Schwarze, Geschäftsführerin von Frauen geben Technik neue Impulse e.V..

Über den (N)ONLINER Atlas:

Der (N)ONLINER Atlas 2004 beleuchtet bereits im vierten Jahr die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner. Im Mittelpunkt der mit 30.000 Interviews deutschlandweit größten Studie, stehen in diesem Jahr nicht nur die Zahlen der Internet-Nutzung nach Geschlecht, Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung, sondern vor allem die Nutzung des Internets durch die Generation der über 50-Jährigen. Der Sonderteil befasst sich in diesem Jahr mit dem Thema „Mobiles Internet“.

Der (N)ONLINER Atlas 2004 ist eine gemeinsame Untersuchung von TNS Emnid und der Initiative D21 mit freundlicher Unterstützung der Deutschen Telekom, Siemens AG, Frauen geben Technik neue Impulse e.V. und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit.

Die Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2004. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann zum Preis von je 21 Euro Schutzgebühr über nonliner-atlas@tns-emnid.com oder unter www.nonliner-atlas.de bestellt werden. Der Betrag wird vollständig zur Unterstützung eines gemeinnützigen Projekts der Initiative D21 verwendet.

Kontakt und weitere Informationen:

TNS Emnid
Nina Fluck
t +49 (0)521 9257 630
f +49 (0)521 9257 333
e nina.fluck@tns-emnid.com
www.tns-emnid.com

Initiative D21 e.V.
Katharina Ahrens
t +49 (0)30 3115 1312
f +49 (0)30 3115 1650
e katharina.ahrens@initiated21.de
www.initiated21.de

TNS Emnid – the sixth sense of business

TNS Emnid, Markt-, Media- und Meinungsforschung in Bielefeld, ist das deutsche Institut der internationalen Marktforschungsgruppe TNS, dem weltweit zweitgrößten Marktforschungsunternehmen. Als Full-Service-Institut ist TNS Emnid kompetenter Partner für bundesweite Studien und internationale Forschungsvorhaben. Mit modernsten und qualitativ hochwertigen Methoden und Instrumenten der Marktforschung generiert TNS Emnid mit der gesamten Methodik vom Face-to-Face Interview über telefonische Interviews bis hin zu Online-Befragungen aktuelle und exklusive Marketinginformationen. TNS Emnid gehört zu den Top Five der Marktforschungsinstitute in Deutschland. Weitere Informationen unter www.tns-emnid.com

Initiative D21

Die Initiative D21 ist eine Partnerschaft zwischen Politik und Wirtschaft. Sie besteht seit 1999. Partnerinnen und Partner aller Ebenen, Parteien und Branchen engagieren sich in diesem "Netzwerk für die Zukunft" in gemeinnützigen Projekten wie dem "Girls' Day" oder dem "(N)ONLINER Atlas". Ihr Ziel ist es, den Wandel zur Informations- und Wissensgesellschaft zu beschleunigen und Deutschland damit international wettbewerbs- und zukunftsfähiger zu machen. Im Mittelpunkt steht die Fähigkeit Aller, mit Informations- und Kommunikationstechnologien umzugehen. Diese Fähigkeit fördern die Partnerinnen und Partner mit zielgruppengerechten Projekten zu den Themen: Bildung, Qualifikation und Chancengleichheit; Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit; IT im Gesundheitswesen; eGovernment sowie Sicherheit und Vertrauen im Internet. Weitere Informationen unter <http://www.initiatived21.de>