

Presseinformation

53 Prozent der Deutschen sind online!

Wachstum der Internet-Nutzung verlangsamt sich / Keine klare Ost-West-Trennung mehr /
Starke Zuwächse bei den über 50-Jährigen / Frauen holen auf

Berlin/Bielefeld, 23. Juni 2004 - 33,9 Millionen Deutsche sind online, das entspricht 52,6 Prozent der Bundesbürger über 14 Jahren. Im Vergleich zum Vorjahr sind damit 1,8 Millionen Bundesbürger mehr im Internet unterwegs. Zwar wächst die Internet-Nutzung in Deutschland weiter, die rückläufige Zahl der Nutzungsplaner – 2004 sind es 6,6 Prozent – deutet aber auf ein zukünftig verlangsamtes Wachstum hin. Offline sind 41 Prozent der Deutschen, die mehrheitlich weiblichen Geschlechts sind, formal eine geringe Bildung und ein niedriges Einkommen haben. Die Hälfte der Offliner ist älter als 63 Jahre.

Das sind die zentralen Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas 2004, den TNS Emnid und die Initiative D21 heute in Berlin vorgestellt haben. Der (N)ONLINER Atlas 2004 beleuchtet bereits im vierten Jahr die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner und macht die Unterschiede der Internet-Nutzung in Deutschland sichtbar. Im Mittelpunkt der mit 30.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen in diesem Jahr nicht nur die Zahlen der Internet-Nutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, 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“.

Vergleich nach Bundesland und Regierungsbezirk: keine klare Ost-West-Trennung mehr

Bestand in den vergangenen Jahren noch ein deutlicher Unterschied zwischen den Regionen im Westen mit teils sehr hohen Onliner-Anteilen und den östlichen Regionen mit meist niedrigem Onliner-Anteil, so löst sich das West-Ost-Gefälle der Internet-Nutzung zunehmend auf. Im äußersten Norden Deutschlands (Schleswig-Holstein und Hamburg) sowie im Süden liegen die Regionen mit der höchsten Onliner-Dichte. Der Regierungsbezirk Darmstadt mit der Metropole Frankfurt am Main ist 2004 die Region, die gemessen an den Einwohnern den stärksten Onliner-Anteil in Deutschland hat. Auf Ebene der Bundesländer hat Berlin mit fast 58 Prozent auch in 2004 die Nase vorn. Schleswig-Holstein und Hessen belegen die Plätze

zwei und drei im Ranking der Bundesländer. Mecklenburg-Vorpommern und das Saarland sind die beiden Bundesländer, in denen im Verhältnis die meisten Offliner leben.

„Die Ergebnisse stimmen optimistisch“, so Thomas Ganswindt, Vorstandsvorsitzender der Initiative D21 und Mitglied des Vorstands der Siemens AG. „Aber es bleibt viel zu tun. Deutschland ist im europäischen Vergleich der Internet-Nutzung noch immer im Mittelfeld. Wir sollten aber künftig in der Champions-League spielen! Mit ihren gemeinnützigen Projekten will die Initiative D21 dauerhaft Anstöße geben, um dieses Ziel zu erreichen. Dafür müssen wir die Offliner vom Nutzen des Internets überzeugen und den Nutzen des Internets für alle zugänglich machen.“

Vergleich nach Alter: Starke Zuwächse bei den über 50-Jährigen

Besonders hohe Zuwächse der Internet-Nutzung hat TNS Emnid auch bei der Generation der über 50-Jährigen festgestellt. 28,2 Prozent der so genannten „Best Ager“ sind mittlerweile online. Insbesondere in der Altersgruppe der 50 bis 59-Jährigen sind es mit 50,3 Prozent sogar erstmals mehr als die Hälfte. Die höchsten Zuwächse 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.

Vergleich nach Geschlecht: Frauen holen auf

Frauen sind im Internet auf dem Vormarsch. Waren die Zuwächse der Internet-Nutzerinnen seit 2003 moderat, so geht ein Großteil des Zuwachses der vergangenen zwölf Monate auf das Konto der Frauen. Der Onliner-Anteil der weiblichen Bevölkerung stieg von 42,1 Prozent in 2003 auf 45,6 Prozent. Im Gegenzug dazu stieg die Internet-Nutzung bei den Männern in 2004 nur geringfügig von 58,8 Prozent in 2003 auf 60,4 Prozent.

„Der diesjährige (N)ONLINER Atlas veranschaulicht allen, dass Deutschland auf einem guten Weg ist, Onliner-Nation zu werden. Insbesondere die bisher im Internet weniger repräsentierten Nutzer wie Frauen und die Generation 50plus zeigen, dass gezielte Förderprogramme auch zu deutlichen Steigerungen bei der Internet-Nutzung führen“, sagt Nina Fluck, Projektleiterin des (N)ONLINER Atlas bei TNS Emnid.

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 des Bundesministeriums 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 Projektes 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@initiatived21.de
www.initiatived21.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>