

## Presseinformation

### Generation 50plus geht weiter verstärkt ins Internet

(N)ONLINER Atlas 2005: Internet-Nutzung der Altersgruppe 50plus steigt weiter /  
Erstmals mehr weibliche Onliner als Offlinerinnen

Berlin/Bielefeld, 22. Juni 2005 – 30,5 Prozent der so genannten Best Ager nutzen nach den aktuellen Ergebnissen des (N)ONLINER Atlas 2005 das Internet. In der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen ist mit 53,2 Prozent weiterhin mehr als jeder Zweite online. In den einzelnen Alterssegmenten sind die Unterschiede weiterhin groß. Den höchsten Zuwachs stellt der (N)ONLINER Atlas 2005 erneut in der Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen fest. Hier ist der Onliner-Anteil von 25,3 Prozent in 2004 auf 29,1 Prozent angewachsen. In der Altersgruppe 70plus liegt die Internet-Nutzung bei zehn Prozent. Das sind die zentralen Ergebnisse der Internet-Nutzung nach Alter im (N)ONLINER Atlas 2005, den die Initiative D21 und TNS Infratest heute in Berlin vorgestellt haben.

Die Zahl der Nutzungsplanerinnen und –planer ist in den Alterssegmenten 50 bis 59 Jahre und 70plus gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken, bei den 60- bis 69-Jährigen leicht gestiegen. 6,2 Prozent dieser Altersgruppe will binnen Jahresfrist online gehen. In den vergangenen 12 Monaten ist die Online-Gemeinde der Best Ager insgesamt um 800.000 Bürgerinnen und Bürger größer geworden. Mit 5 Millionen findet sich der größte Teil in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen. Das entspricht einer Steigerung der Internet-Nutzung in dieser Altersgruppe um 2,9 Prozentpunkte. Insgesamt sind in der Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen 3 Millionen online. In der Altersgruppe 70plus sind es 900.000 Bürgerinnen und Bürger. Die meisten Best Ager, die noch nicht online sind, leben in Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Sachsen. Die meisten Silver Surfer leben in Berlin, Schleswig-Holstein und Hamburg.

„Die Erfolge der breiten Aktionspartnerschaft „50plus-ans-netz.de“, die das Seniorenministerium fördert, sind unübersehbar. Ich freue mich insbesondere über den Zuwachs in der Altersgruppe der 60 – 69-jährigen, die bereits mit knapp 60 Prozent an den Internetkursen der Aktion beteiligt ist. Mit „Mitten drin im Leben“, dem Gemeinschaftsprojekt engagierter Unternehmen der Initiative D21 und dem Verein Frauen geben Technik neue Impulse, wird das besonders wichtige Feld der zielgruppengerechten Produkte angegangen, das auch für viele andere europäische Länder zu einem Zukunftsthema für mehr digitale Chancen für ältere Bevölkerungsgruppen wird“, sagt Barbara Schwarze, Geschäftsführerin von Frauen geben Technik neue Impulse e.V..

Dass mit steigendem Alter auch die Breitbandnutzung sinkt belegt der (N)ONLINER Atlas 2005 für die Altersgruppe der Best Ager, die sich mit 34 Prozent mehrheitlich über ISDN in das Internet einwählen. 30 Prozent gehen über DSL online und sieben Prozent wissen dagegen gar nicht, mit welcher Geschwindigkeit sie im Internet unterwegs sind.

„Nach wie vor gilt, dass die Best Ager keine homogene Zielgruppe sind. Gerade die Wünsche, Bedürfnisse und Einstellungen dieser Altersgruppe müssen sich viel stärker bei der Konzeption und Umsetzung von Inhalten und Dienstleistungen im Internet widerspiegeln“, sagt Nina Fluck, Projektleiterin des (N)ONLINER Atlas bei TNS Infratest.

### **Zielgruppe Frauen**

Frauen stellen 52 Prozent der Bevölkerung und 45 Prozent der Onliner. Auch wenn die absolute Zahl der männlichen Onliner seit 2004 stärker gestiegen ist, ändert sich das prozentuale Verhältnis von Männern und Frauen mit 55:45 Prozent bei den Onlinern nicht. Die Zuwachsrate ist bei beiden Geschlechtern gleich hoch. 2005 sind 48 Prozent der Frauen online, 46 Prozent gehen nicht ins Internet. Damit gibt es 2005 erstmals mehr weibliche Onliner als Offlinerinnen. Der überdurchschnittliche Wert von 6,6 Prozent Nutzungsplanerinnen lässt auf weitere Zuwächse der weiblichen Onliner hoffen.

Je höher die formale Bildung, umso geringer werden die prozentualen Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Unter Akademikern sind 76 Prozent Frauen und 81 Prozent Männer online, unter Volks- bzw. Hauptschulabgängern ohne Berufsausbildung sind es 17 Prozent der Frauen und 42 Prozent der Männer. Am stärksten sind die Zuwächse seit 2004 bei den höher gebildeten Frauen, wogegen schlechter gebildete Männer die höchsten Onliner-Zuwächse verzeichnen.

Am höchsten ist der Anteil der weiblichen Onliner in Berlin (55 Prozent) und in Hamburg (52 Prozent). In drei weiteren Bundesländern – Hessen, Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg – sind schon mehr als die Hälfte der Frauen online. Allerdings sind in keinem Bundesland weniger als 55 Prozent der Männer online.

### **Projektleitung (N)ONLINER Atlas:**

Nina Fluck, TNS Infratest  
t +49 (0)521 9257 630  
f +49 (0)521 9257 333  
e [nina.fluck@tns-infratest.com](mailto:nina.fluck@tns-infratest.com)  
[www.nonliner-atlas.de](http://www.nonliner-atlas.de)

### **Pressekontakt:**

Michael Knippelmeyer  
TNS Infratest  
t +49 (0)521 9257 687  
f +49 (0)521 9257 250  
e [michael.knippelmeyer@tns-infratest.com](mailto:michael.knippelmeyer@tns-infratest.com)  
[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

Katharina Ahrens  
Initiative D21 e.V.  
t +49 (0)30 386 300 94  
f +49 (0)30 386 300 93  
e [katharina.ahrens@initiatived21.de](mailto:katharina.ahrens@initiatived21.de)  
[www.initiatived21.de](http://www.initiatived21.de)

### **(N)ONLINER Atlas**

Der „(N)ONLINER Atlas 2005“ ist eine gemeinsame Untersuchung von Initiative D21 und TNS Infratest mit freundlicher Unterstützung von Siemens, Fujitsu Siemens Computers, Frauen geben Technik neue Impulse e.V. und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Im fünften Jahr seines Erscheinens beleuchtet der (N)ONLINER Atlas erneut die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner und verdeutlicht Unterschiede der Internet-Nutzung in Deutschland. Im Mittelpunkt der mit erstmals 50.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internet-Nutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung. Erstmals wird die Internet-Nutzung auch nach Postleitzahlengebieten ausgewiesen. Der diesjährige Sonderteil befasst sich mit dem Thema: „Internet 2010: Visionen online leben“.

Ein Exemplar der Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2005: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines frankierten DIN A4 Rückumschlages an Kathleen Hiller, Stichwort (N)ONLINER Atlas, In den Wiesen 10, 29575 Altenmedingen kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen unter [www.nonliner-atlas.de](http://www.nonliner-atlas.de)

### **Initiative D21**

Die Initiative D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft zwischen Politik und Wirtschaft (Public Private Partnership). In diesem „Netzwerk für die Zukunft“ initiieren und begleiten mehr als 400 Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Unternehmen, Vereinen und anderen Einrichtungen gemeinnützige Projekte wie den Girls' Day oder den (N)ONLINER Atlas. Mit ihrem Engagement wollen sie die Rahmenbedingungen für einen schnellen und erfolgreichen Wandel zur Informations- und Wissensgesellschaft verbessern und so Deutschland international wettbewerbs- und zukunftsfähiger machen. Die Initiative D21 ist ein eingetragener Verein mit Sitz in Berlin. Sie besteht seit 1999. Weitere Informationen unter [www.initiatived21.de](http://www.initiatived21.de)

### **TNS Infratest**

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften der Welt. Für die Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, Informationstechnik und Medien, Finanzforschung, Konsum- und Gebrauchsgüterindustrie, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest seit mehr als 50 Jahren „Beratung durch Forschung“ und damit den Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter [www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)