

Presseinformation

Internetnutzung: Über 50-Jährige legen weiter zu

(N)ONLINER Atlas 2006: Positiver Entwicklungstrend bei der Internet-Nutzung in der Altersgruppe 50plus setzt sich fort / Frauen überschreiten erstmals die Marke von 50 Prozent Onliner-Anteil

Berlin/Bielefeld, 1. August – Die Internetnutzung bei den so genannten Best Agern hat nach den aktuellen Ergebnissen des (N)ONLINER Atlas 2006 um weitere drei Prozentpunkte zugelegt und liegt derzeit bei 34 Prozent. Allerdings zeigt sich in dieser Zielgruppe ein differenziertes Bild: Gegenüber dem Vorjahr stieg die Internetnutzung in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen um 3,6 Prozentpunkte auf 56,8 Prozent. Auch bei den 60- bis 69-Jährigen nahm die Internetnutzung um 3,6 Prozentpunkte auf 32,7 Prozent zu. In der ältesten Altersgruppe 70plus stieg die Zahl der Onliner dagegen nicht so stark (+ 2,4 Prozentpunkte auf 12,2 Prozent). Das sind die zentralen Ergebnisse der Internetnutzung nach Alter im (N)ONLINER Atlas 2006, 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 anders als im Vorjahr leicht gestiegen und bei den 60- bis 69-Jährigen nach den vorliegenden Ergebnissen leicht gesunken. Insgesamt ist die Online-Gemeinde der Best Ager in den vergangenen zwölf Monaten um ca. eine Million Bürgerinnen und Bürger größer geworden. Insgesamt sind knapp 10 Millionen Menschen der Generation 50plus heute online. Mit 5,3 Millionen findet sich dabei der größte Teil in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen, die Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen wuchs auf 3,4 Millionen Internetnutzer an. In der Altersgruppe 70plus sind es knapp 1,2 Millionen Bürgerinnen und Bürger.

Die höchsten Offliner-Anteile unter den Best Agern haben das Saarland, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen. Zwar belegt das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern erneut einen der letzten Plätze im Bundesländerranking, hat aber bundesweit mit sieben Prozentpunkten Zuwachs den zweitbesten Wert in der Altersgruppe 50plus. Den größten Zuwachs hat Sachsen-Anhalt mit 7,9 Prozentpunkten und liegt damit als bestes der ostdeutschen Bundesländer auf dem elften Platz. Die meisten Silver Surfer leben nach den aktuellen Ergebnissen in Berlin, Niedersachsen und Hessen.

„Ältere Menschen haben in den letzten Jahren zum andauernden, moderaten Wachstum der Onliner in Deutschland in erheblichem Umfang beigetragen. Technikdistanz und Kostenvorbehalte von älteren Menschen sind einfach zu überwindende Hindernisse auf dem Weg ins Netz: Nutzen, Qualität und leicht zugängliche Lernangebote haben in unseren

bisherigen Projekten und Initiativen viele ältere Frauen und Männer überzeugen können“, sagt Birgit Kampmann, Geschäftsführerin des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

Technikaffin

Wie im Vorjahr belegt der (N)ONLINER Atlas 2006 erneut, dass mit steigendem Alter auch die Breitbandnutzung sinkt. Allerdings ist 2006 in jeder Altersgruppe Breitband die am meisten genutzte Zugangsart zum Internet. 39 Prozent der über 50-Jährigen surfen insgesamt breitbandig. Dabei nutzt selbst bei den über 70-Jährigen bereits fast ein Drittel einen breitbandigen Anschluß. Über einen ISDN-Anschluß wählen sich in der Altersgruppe der Best Ager noch 28 Prozent der 50- bis 59-Jährigen, 30 Prozent der 60- bis 69-Jährigen und 26 Prozent der über 70-Jährigen in das Internet ein. Ein analoges Modem wird von durchschnittlich 22 Prozent der Altersgruppe 50plus genutzt.

Internetnutzung: Bildung verringert die Geschlechterunterschiede

52 Prozent der Frauen in Deutschland sind 2006 online. Damit haben die Frauen erstmals die Marke von 50 Prozent Onlineranteil überschritten. Dieser Wert basiert vor allem auf einem überdurchschnittlichen Zuwachs (von vier Prozentpunkten) in den alten Bundesländern. Dagegen fiel der Zuwachs bei den männlichen Onlinern geringer aus (ein Plus von 2,2 Prozentpunkten). „Da die Frauen überdurchschnittlich bei den Nutzungsplanern vertreten sind, ist eine weitere Annäherung von Frauen und Männern unter den Onlinern zu erwarten“, sagt Erik Möller, Projektleiter des (N)ONLINER Atlas bei TNS Infratest. Das prozentuale Verhältnis von Männern und Frauen, die 2006 online sind, liegt bei 54:46.

Je höher die formale Bildung, umso stärker verringert sich der Geschlechterunterschied bei der Internetnutzung. Unter Akademikern hat sich der Geschlechterunterschied 2006 erstmals aufgehoben. Bei beiden Geschlechtern beträgt der Onliner-Anteil jeweils 80 Prozent. Am größten ist der Unterschied in der Internetnutzung zwischen Frauen und Männern, die zwar über einen Volks- bzw. Hauptschulabschluss verfügen, aber keine abgeschlossene Berufsausbildung haben. Hier sind es 17 Prozent der Frauen und 40 Prozent der Männer, die das Internet nutzen.

Mit jeweils proportionaler Zunahme bei den Onliner-Anteilen bleibt der Abstand zwischen den Geschlechtern bei den Berufstätigen mit ca. zehn Prozentpunkten bestehen. Gleiches gilt auch bei den Nicht-Berufstätigen, bei denen sowohl bei den Männern, als auch bei den

Frauen der Onliner-Anteil um jeweils ca. drei Prozentpunkte zugenommen hat. Damit bleibt auch hier der Geschlechterabstand unverändert, beträgt allerdings in dieser Zielgruppe ca. 15 Prozentpunkte. Unter den nicht berufstätigen Frauen stellen Rentnerinnen und (ältere) Hausfrauen den höchsten Anteil.

Am höchsten ist der Anteil der weiblichen Onliner in Berlin (57 Prozent). Auf den weiteren Plätzen folgen: Baden-Württemberg, Hamburg und Niedersachsen mit jeweils 55 Prozent weiblichem Onliner-Anteil, Schleswig-Holstein und Hessen (beide jeweils 54 Prozent). In sechs Bundesländern ist 2006 weniger als die Hälfte der Frauen online. Schlusslicht ist das Saarland mit einem weiblichen Onliner-Anteil von 41 Prozent.

Methodensteckbrief (N)ONLINER Atlas 2006: Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetzanschluss im Haushalt; 64,89 Mio. Personen; Stichprobe: Repräsentativ mit 50.718 Interviews; Auswahl: Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersample; Erhebung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS-Busse in der Zeit vom 12. Januar bis 21. April 2006

Hinweis an die Redaktion: Einzelseiten aus dem (N)ONLINER Atlas 2006 können unter Angabe der Seitenzahl an nonliner-atlas@tns-infratest.com im JPG-Format, 300dpi bestellt werden. Weitere Informationen und Rankings zu den deutschen Onlinern und zur Breitbandnutzung liegen auf www.nonliner-atlas.de zum herunterladen bereit.

Projektleitung (N)ONLINER Atlas:

Erik Möller, TNS Infratest
t +49 (0)521 9257 468
f +49 (0)521 9257 333
e erik.moeller@tns-infratest.com
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
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@initiated21.de
www.initiated21.de

(N)ONLINER Atlas 2006

Der „(N)ONLINER Atlas 2006“ ist eine gemeinsame Untersuchung von Initiative D21 e.V. und TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG mit freundlicher Unterstützung von Microsoft Deutschland GmbH, Siemens AG, Intel GmbH, des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Im sechsten Jahr seines Erscheinens beleuchtet der (N)ONLINER Atlas erneut die Welt der Onliner,

Nutzungsplaner und Offliner und verdeutlicht Unterschiede der Internetnutzung in Deutschland. Im Mittelpunkt der mit über 50.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internetnutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung. Die Internetnutzung wird auch in diesem Jahr nach Postleitzahlengebieten ausgewiesen. Der diesjährige Sonderteil befasst sich mit dem Thema: "Sicher Surfen: Wie schützen sich die Deutschen im Internet?".

Ein Exemplar der Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2006: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines mit 1,45 Euro frankierten und rückadressierten DIN A4 Umschlages an Kathleen Hiller, Stichwort (N)ONLINER Atlas, In den Wiesen 10, 29575 Altenmedingen kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen und kostenfreier PDF-Download des „(N)ONLINER Atlas 2006“ unter www.nonliner-atlas.de

Initiative D21

Die Initiative D21 ist Europas größte Partnerschaft zwischen Politik und Wirtschaft (Public Private Partnership). Sie besteht aus einem Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -organisationen aller Branchen, die gemeinsam mehr als eine Million Menschen in der Bundesrepublik beschäftigen. Ziel des gemeinnützigen Vereins ist es, durch bessere Bildung, Qualifikation und Innovationsfähigkeit wirtschaftliches Wachstum zu stimulieren und zukunftsfähige Arbeitsplätze zu sichern. Dafür setzt sich die Initiative gemeinsam mit politischen Partnern in praxisorientierten und interdisziplinären Projekten ein. Alle Maßnahmen von D21 besitzen einen engen Bezug zu Informations- und Kommunikationstechnologien, einer entscheidenden Basis für die Zukunft Deutschlands.

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