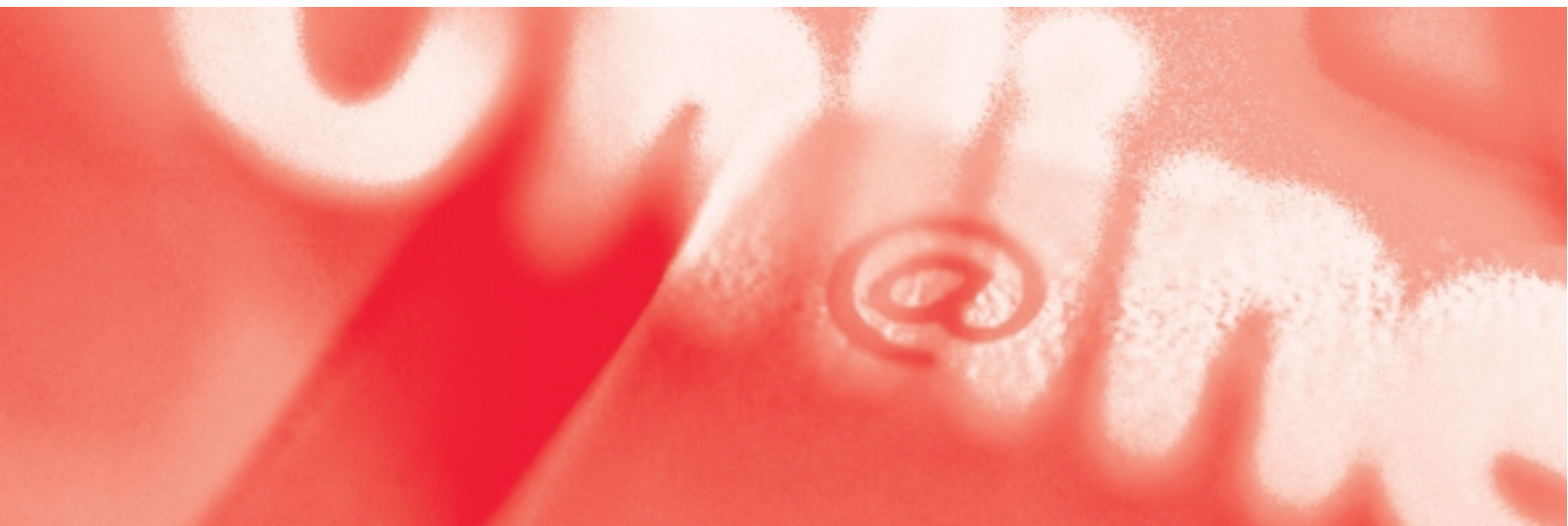


INITI@TIVE D²¹

Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest
und unterstützt von zahlreichen Sponsoren

(N)ONLINER Atlas 2009

Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland



Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung

mit freundlicher Unterstützung von



Inhalt

Vorwort	
1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief	8
2. Zentrale Ergebnisse des <i>(N)ONLINER Atlas 2009</i>	10
3. Die Deutschen und das Internet: Nutzer, Nutzungsplaner und Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht	12
4. Die Internetnutzer (Onliner)	20
5. Nichtnutzer mit Beschaffungsabsicht (Nutzungsplaner)	32
6. Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht (Offliner)	34
7. Internetnutzung nach Geschlecht	42
8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen	47
9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken	52
10. Stadt – Land – Breitband	58
11. Internetnutzung im europäischen und weltweiten Vergleich	66

Zehn Jahre Initiative D21 – Zehn Jahre Internetwachstum



Die Geschichte der Initiative D21 ist beeindruckend:

Vor zehn Jahren wurde Europas größte Private Public Partnership gegründet, um dem wichtigsten Medium unserer Zeit – dem Internet – eine breite Plattform in der Gesellschaft zu schaffen.

Viele der europäischen Nachbarn waren zu dieser Zeit bei der Internetnutzung Deutschland voraus, und der Graben zwischen On- und Offlinern drohte dem Wirtschaftsstandort zu schaden. Das Ziel war damit deutlich gesteckt: den Menschen die Vorteile des neuen Mediums nahe bringen und ihnen einen barrierefreien Zugang zu ermöglichen. Vieles davon wurde erreicht, und die Initiative D21 hat als partei- und branchenübergreifendes Netzwerk einen großen Anteil daran.

Zahlreiche gemeinnützige Projekte standen und stehen dabei im Mittelpunkt, die den idealen Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien von der Bildung über die Verwaltung bis hin zum Gesundheitssystem aufzeigten. Ein Messinstrument musste her, das die Entwicklung der Internetnutzung über die Jahre hinweg beobachtete, die Erfolge dokumentierte und gleichzeitig belegte, welche Teile der Gesellschaft das Internet noch nicht erreicht hatte. Was im Jahr 2001 mit einer überschaubaren Umfrage begann, hat sich bis heute zur größten Untersuchung der Internetnutzung und Nichtnutzung in Deutschland entwickelt – dem (N)ONLINER Atlas.

Auch die neunte Ausgabe, die Sie gerade in Ihren Händen halten, zeigt, dass sich der erfreuliche Trend aus den Vorjahren fortsetzt: Ein Anstieg von vier Prozentpunkten bedeutet, dass heute nahezu 70 Prozent der Bevölkerung online sind. 46,3 Millionen Menschen sind damit Teil der digitalen Welt und nutzen die vielfältigen Möglichkeiten des Internets. Ganz besonders freut uns dabei, dass immer mehr Nutzer über 50 Jahre sich immer weniger von den vermeintlichen Nutzungshürden abschrecken lassen. In dieser Altersklasse konnte man in den letzten beiden Jahren die größten Zuwächse verzeichnen. Aber auch bei den Faktoren Bildung und Einkommen steigt der Anteil der Onliner in den Gruppen überdurchschnittlich an, die bisher deutlich unter dem Durchschnitt bei der Internetnutzung lagen.

Aber was sagen diese Zahlen genau aus? Für die Mehrheit der Deutschen ist das Internet zumindest kein unbekanntes Medium mehr. Sie gewinnen Wissen, generieren Informationen, hinterlassen ihre persönlichen Eindrücke und Spuren im World Wide Web. Sie sind es, die diese Vielfalt an Informationen und Unterhaltung weiter wachsen lassen. Trotzdem sprechen wir auch heute noch oft von den „Neuen Medien“. Zwar ist das Internet in der Gesellschaft angelangt, aber wie sehr ist es in ihr verankert, wenn wir auch nach 15 Jahren immer noch diesen Begriff nutzen? Die gelegentliche Nutzung des Internets gibt alleine keine Auskunft darüber, wie routiniert die Menschen das Internet tatsächlich einsetzen. Auf dieser Basis muss kritisch gefragt werden, wie eine Gesellschaft z.B. die digitale Partizipation anstreben kann, wenn Millionen Bürger weiterhin nicht online sind, das Medium nicht kennen und viele es nur sporadisch nutzen? Wann wird das Internet die Bedeutung des Fernsehens erreichen, wo es doch alle technischen Voraussetzungen mitbringt, um jedes „alte Medium“ zu ergänzen oder gar zu ersetzen? Viele Faktoren spielen eine Rolle, um diese Position endgültig einnehmen zu können.

Was wir in den letzten Jahren bereits beobachtet haben, setzt sich auch weiterhin fort: Breitband ist Standard! Das Analog-Modem und der Internetzugang per ISDN gehören endgültig zu einer antiquierten Zugangsform und muten bei den heutigen Übertragungsgeschwindigkeiten bereits beinahe als sonderbar an. Über 66 Prozent sind breitbandig im Internet unterwegs – Tendenz steigend.

Doch auch der schnellste Internetzugang ist nur von geringem Nutzen, wenn wir nicht die dringlichsten Herausforderungen in naher Zukunft angehen: Da steht die Vermittlung von digitaler Kompetenz durch alle Ebenen des Bildungssystems auf dem Programm, der Schutz und die Förderung des Sicherheitsgefühls bei den Nutzern sowie das allgemeine Ziel, Deutschland erfolgreich in die digitale Welt des 21. Jahrhunderts zu führen. Nur ein Netzwerk aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft hat die Möglichkeiten, dies gemeinschaftlich zu bewältigen. Ich freue mich, dass wir mit der Initiative D21 seit zehn Jahren ein solches Netzwerk haben.

Hannes Schwaderer
Präsident der Initiative D21
Geschäftsführer Intel GmbH

Deutlicher Anstieg der Internet- und Breitbandnutzung stärkt den Standort Deutschland



Deutschland ist nach wie vor einer der erfolgreichsten und attraktivsten Wirtschaftsstandorte der Welt. Der in diesem Jahr erneut deutliche Anstieg der Internetnutzung trägt dazu bei, dass dies auch künftig gilt. Eine wissensorientierte Volkswirtschaft wie die deutsche benötigt Internet-kundige Arbeit-

nehmer und Verbraucher, um im globalen Wettbewerb weiterhin eine Spitzenposition einzunehmen. Das zentrale Ergebnis des aktuellen (N)ONLINER Atlas – Anstieg des Onliner-Anteils an der Bevölkerung um vier Punkte auf 69,1 Prozent – ist deshalb sehr erfreulich.

Wie die gesamte Volkswirtschaft so profitieren aber vor allem auch die Menschen selbst von ihren Internetkenntnissen. Der kompetente Umgang mit dem Internet wird immer mehr zur Voraussetzung für Chancengleichheit im Beruf und im Leben und bedeutet in der Regel eine spürbare Erhöhung der Lebensqualität.

Ein Onliner-Anteil von nunmehr fast 70 Prozent bedeutet allerdings auch: Fast jeder Dritte nutzt das Internet nach wie vor nicht. Von den 60- bis 69-Jährigen ist nicht einmal die Hälfte online. An der Ost-West-Schere und an der Männer-Frauen-Schere hat sich zudem kaum etwas geändert. Die Bundesregierung hat somit gute Gründe, ihre Anstrengungen zur digitalen Integration noch einmal zu verstärken.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat deshalb im Mai dieses Jahres die Initiative „Internet erfahren“ (www.internet-erfahren.de) mit einer Laufzeit bis Ende 2011 gestartet. Nach dem Motto „Gemeinsam durchs Netz“ nutzt die Initiative bestehende Strukturen, um in Kontakt mit bisher nicht erreichten Bevölkerungsgruppen zu kommen.

Bei der Initiative arbeiten wir mit Partnern zusammen, die unterschiedliche Programmteile verantworten: Die Service GmbH der Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen e.V. – BAGSO – wird im Programm-Teil Erlebnis Internet in erster Linie ältere Menschen ansprechen. Die BAGSO will dazu ehren- und hauptamtliche Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Seniorenarbeit, Vereinen sowie im Kur- und Rehabilitationsbereich als Medium für ihre Veranstaltungen nutzen.

Das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. will im Programm-Teil Internet-Patinnen und -Paten alltägliche Erfahrungen möglichst vieler Netznutzerinnen und -nutzer sichtbar machen und anregen, diese Erfahrungen miteinander zu teilen. Die Vermittlung von netzerfahrenen Patinnen und Paten mit Internetneulingen wird dabei nicht zentral gesteuert, sondern in enger Zusammenarbeit mit Unternehmen, Verbänden und Kommunen als jeweils eigenes Patenschaftsprojekt entwickelt.

Die Stiftung Digitale Chancen schließlich hat es sich zur Aufgabe gemacht, in ihrem Programm-Teil Inklusive Internet Neueinsteiger zu motivieren und Nutzerinnen und Nutzer für einen qualifizierten Umgang mit Angeboten, wie E-Government, E-Commerce sowie den Möglichkeiten des Web 2.0, zu befähigen. Dazu sollen vor Ort Multiplikatorinnen und Multiplikatoren durch Trainingsangebote unterstützt werden. Für spezifische Zielgruppen, z. B. niedrig qualifizierte Frauen mit Migrationshintergrund, ältere blinde und sehbehinderte Menschen, will die Stiftung spezielle Maßnahmen erproben.

Die Vorteile des Internets lassen sich nur mit leistungsfähigen Breitbandnetzen optimal nutzen. Diese sind mittlerweile so bedeutend wie Straßen, Schienen oder Energienetze. Im Februar dieses Jahres hat die Bundesregierung deshalb ihre Breitbandstrategie mit dem Ziel beschlossen, dass bis Ende 2010 flächendeckend leistungsfähige Breitbandanschlüsse verfügbar sind und bis 2014 für 75 Prozent der Haushalte Anschlüsse mit Übertragungsraten von mindestens 50 Megabit pro Sekunde zur Verfügung stehen. Als „leistungsfähige“ Versorgung versteht die Bundesregierung eine Bandbreite von mindestens einem Megabit pro Sekunde. Ein zentraler Bestandteil der Breitbandstrategie ist auch die Nutzung der durch die Digitalisierung des Fernseh Rundfunks frei werdenden Frequenzen, die so genannte „Digitale Dividende“.

Staatssekretär Dr. Bernd Pfaffenbach
Staatssekretär im Bundesministerium
für Wirtschaft und Technologie

Breitband weiter auf dem Vormarsch



Auch 2009 sind die Zahlen des *(N)ONLINER Atlas* eindrucksvoll und erfreulich. Sie belegen, dass sich der Wandel, der sich in den vergangenen Jahren vollzogen hat, ungebrochen fortsetzt. Abermals ist die Zahl der Internetnutzer deutlich angestiegen. Fast 70 Prozent aller Deutschen nutzen heute das Internet.

Zudem gehen rund 67 Prozent aller Internetnutzer mit einem schnellen breitbandigen Anschluss ins Netz. Der Breitbandanschluss ist endgültig zum „Normalfall“ des Netzzugangs geworden. Neben einem gleichbleibend hohen Anteil von DSL gewinnen darüber hinaus zunehmend Kabelanschlüsse, mobile Zugangsmöglichkeiten und nicht zuletzt Glasfaser an Bedeutung. Dies sind auch weitere Belege für die sehr positive Entwicklung des deutschen Breitbandmarktes im vergangenen Jahr, der durch eine hohe Wettbewerbsintensität und ein nachhaltiges Wachstum gleichermaßen geprägt wird. Jenseits dieser sehr guten Bilanz gibt der *(N)ONLINER Atlas 2009* auch Hinweise zu den Herausforderungen, denen wir uns weiter stellen müssen. So besteht beim breitbandigen Internet-

zugang immer noch ein Gefälle zwischen ländlich geprägten Räumen und den besonders breitbandaffinen Ballungszentren. Doch der Abstand verringert sich weiter. Das Beispiel Thüringen belegt, dass man innerhalb eines Jahres von einem der hinteren Plätze zum Spitzenreiter aufsteigen kann. Fast 72 Prozent der Internetnutzer gehen dort mittlerweile mit einem Breitbandanschluss ins Netz. Trotz alledem besteht weiterhin Handlungsbedarf, damit Deutschland sowohl bei Breitbandausbau als auch -nutzung im weltweiten Vergleich in der Spitzengruppe mitspielen kann. Dies ist umso wichtiger, als eine ganze Reihe von Staaten in der jüngsten Vergangenheit bereits massiv in modernste Glasfasernetze investiert hat. Hier gilt es, den Anschluss nicht zu verlieren und die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen, und, wie es die Bundesregierung aktuell in ihrer Breitbandstrategie formuliert: Insbesondere eine „wachstums- und innovationsorientierte Regulierung“ voranzutreiben. Diese muss jetzt konkret und vor allem zügig von der zuständigen Behörde umgesetzt werden, damit die dringend notwendigen Investitionen am Standort Deutschland fließen können und wir im nächsten Jahr noch bessere Werte vermelden können.

Wolfgang Kopf, LL.M.

Leiter Politik und Regulierung
Deutsche Telekom AG

Vom Onlineanschluss zur digitalen Gesellschaft



Beinahe 70 Prozent der Bevölkerung oder 46,3 Mio. Menschen in Deutschland sind online, in den nächsten 12 Monaten planen weitere vier Prozent den Einstieg in das Internet. Wir erleben ein ungebrochenes Wachstum bei der Internetnutzung – ein von der Wirtschaftskrise völlig unbeeinflusstes Phänomen.

96 Prozent aller Jugendlichen unter 20 Jahren sind online. Eine neue Generation, die in die Welt der Erwachsenen drängt und damit mehr und mehr unsere Gesellschaft prägt, geht so selbstverständlich mit dem Internet um, wie die Generation „Golf“ mit dem Farbfernseher. Anders als beim Fernsehseher ist die Omnipräsenz des Internets in dieser Generation der „Digital Natives“ ein Phänomen, das unsere Gesellschaft grundlegend verändert. Mit dem Onlineanschluss und der Internetnutzung erwächst die Erkenntnis einer unglaublich hohen Verfügbarkeit von Informationen, der Möglichkeit an Informationen zu gelangen und der Interaktivität. Damit verändern sich Rollenverständnis, Kommunikationswege, Organisationszeiten, Beziehungen, Räume und Grenzziehungen.

96 Prozent der Jugendlichen sind online, kommunizieren heute in Chatrooms und konsumieren Musik nach dem Download mobil. Diese Jugendlichen werden als Erwachsene wie selbstverständlich ihren Personalausweis online verlängern, bargeldlos den Kühlschrank beliefern und sich mit ihrem persönlichen medizinischen Datensatz einen Arzt auswählen können. Eine Gesellschaft ordnet sich damit neu in ihren politischen und ökonomischen Beziehungen, die Macht des Individuums steigt, die der Informationshoheit sinkt. Der Schutz der privaten Sphäre in der neuen Generation ist bald weniger Wert als die Vorteile einer Öffentlichkeit der eigenen Daten. In dieser Gesellschaft verändern sich nicht nur die Bedürfnisse der Konsumenten, sondern der gesamtwirtschaftliche Wertschöpfungsprozess. Die Initiative D21 misst mit dem *(N)ONLINER Atlas* seit Jahren die Grundlage dieser Entwicklung, nämlich die Verbreitung des Internets in der Bevölkerung. Die Initiative D21 nimmt sich dem Phänomen der digitalen Gesellschaft an, denn die wirtschaftliche und politische Zukunft in Deutschland wird maßgeblich durch sie geprägt.

Dr. Ulrich Hermann

Geschäftsführer
Wolters Kluwer Deutschland GmbH

1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief



Die dynamische Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland setzt sich auch in diesem Jahr fort. Mit einer Steigerung um vier Prozentpunkte wird 2009 das zweithöchste Wachstum innerhalb der letzten sechs Jahre erreicht. Damit zählen nun knapp 70 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in unserem

Land zu den Onlinern, was hochgerechnet eine Zahl von 46,3 Millionen Menschen ergibt.

Mit dem *(N)ONLINER Atlas 2009* der Initiative D21 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest und unterstützt von namhaften Sponsoren blicken wir auf ein knappes Jahrzehnt der empirischen Dokumentation und Analyse von Nutzungsstrukturen des Mediums Internet in demographischer und geographischer Hinsicht zurück. Die hohen Fallzahlen ermöglichen dabei ein detailliertes Abbild dieser Strukturen und liefern so eine weiterhin unverzichtbare Grundlage für wichtige Handlungs- und Gestaltungsempfehlungen an Politik und Wirtschaft. Denn unbestritten dürfte sein, dass das Internet *DIE* Basistechnologie einer modernen, zukunftsfähigen Gesellschaft ist und eine entsprechend hohe Aufmerksamkeit der Entscheidungsträger verdient.

In den letzten Jahren ist Vieles erreicht worden. Das Internet hat sich zu einem Medium für alle entwickelt. Erfreulich ist daher auch, dass das beobachtete Wachstum in diesem Jahr auf die weitere Erschließung bislang wenig online-affiner Bevölkerungsgruppen zurückzuführen ist:

- Der *(N)ONLINER-Atlas 2009* verzeichnet überdurchschnittlichen Zuwachs an Internetnutzern in der Altersgruppe 60 bis 69 Jahre. Im Vergleich zum Gesamtwachstum von vier Prozentpunkten steigt der Onliner-Anteil der Befragten zwischen 60 und 69 Jahren um fast sieben Prozentpunkte an. Das ist das höchste Wachstum über alle Altersgruppen hinweg. Knapp die Hälfte aller Deutschen zwischen 60 und 69 Jahren sind inzwischen Internetnutzer.
- Zum zweiten Mal in Folge ist das Wachstum des Onliner-Anteils bei Personen mit einfacher formaler Bildung überdurchschnittlich hoch. Durch einen Zuwachs von über fünf Prozentpunkten steigt der Anteil der Internetnutzer in dieser Bevölkerungsgruppe von gut 47 auf knapp 53 Prozent. Anders als im Vorjahr verbuchen sowohl Volksschüler mit als auch Volksschüler ohne abgeschlossene Lehre überdurchschnittliche Wachstumsraten.
- Auch die Internetnutzung in Bevölkerungsgruppen mit geringerem Einkommen wächst deutlich. Mit einem Zuwachs von sechs Prozentpunkten sind nun 47 Prozent der Deutschen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.000 EURO Internetnutzer. In der Gruppe mit einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 und 2.000 EURO liegt der Onliner-Anteil bereits bei gut 60 Prozent.

Trotz der hohen Wachstumsraten liegen die Onliner-Anteile in den erwähnten Bevölkerungsgruppen nach wie vor unter dem Bundesdurchschnitt – der digitale Graben ist also noch nicht geschlossen. Hierfür bedarf es auch zukünftig unseres gezielten Engagements, denn von einer „automatischen“ Schließung des Grabens ist nicht auszugehen.

Ein Beispiel: In der Altersgruppe 70plus ist nicht einmal jeder Fünfte online – und das Wachstum der Internetnutzung fällt mit nicht einmal drei Prozent auch nur unterdurchschnittlich aus.

Um auch solche bislang wenig erschlossenen Bevölkerungsschichten an das Internet heranzuführen, muss der individuelle Nutzen des World Wide Web vermittelt werden. Und genau hier setzen auch Initiativen wie das jüngst gestartete Projekt *„Internet erfahren“* des Bundeswirtschaftsministeriums an.

Um die Vorzüge des Internets voll ausschöpfen zu können, ist eine ausreichend schnelle Internetanbindung notwendig. Nur mit einem Breitbandanschluss kann die datenintensive Übertragung multimedialer Inhalte sinnvoll genutzt werden. Zudem sind zur sicheren Internetnutzung kontinuierliche Updates von Betriebssystem und Anwendungssoftware notwendig. Bevölkerungsgruppen, die nur „schmalbandig“ ins Netz gehen, können entsprechende Online-Ressourcen nur eingeschränkt nutzen.

Erfreulich ist daher, dass der Breitband-Anteil unter den Onlinern weiter wächst und in diesem Jahr mit 67 Prozent bereits bei zwei Drittel liegt. Somit nutzen inzwischen mehr als 46 Prozent der Bevölkerung einen Breitbandanschluss. Auch das in den vergangenen Jahren stets sehr deutliche Stadt-Land-Gefälle bei der Breitbandnutzung nimmt weiter ab. Die stetig verbesserte Infrastruktur in ländlichen Räumen und die damit verbundene Nutzungsmöglichkeit wirkt sich somit auch auf die tatsächliche Nutzung aus.

Dennoch treten einige demographische Unterschiede bei der Breitbandnutzung deutlicher zu Tage als bei der Betrachtung der Internetnutzung insgesamt: Eine digitale Spaltung der „2. Dimension“ gilt es zu vermeiden, so dass der Beobachtung der Entwicklung in diesem Bereich künftig eine verstärkte Bedeutung zukommt.

Sehr herzlich bedanken wir uns bei den Sponsoren des *(N)ONLINER Atlas 2009*. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, FIDUCIA IT AG, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland GmbH und das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V. haben das Projekt in dieser Form auch in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld erst ermöglicht.

Robert A. Wieland

Geschäftsführer TNS Infratest GmbH

Zur Studie: Methodensteckbrief

- 30.702 Interviews
(je rund 50.000 in 2008, 2007, 2006 und 2005, je rund 30.000 in den Jahren 2002 bis 2004, 20.000 in 2001)
- Grundgesamtheit: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt
- Auswahl der Befragungsteilnehmer anhand eines standardisierten Zufallsverfahrens nach Branchenstandard (random last two digits)
- Repräsentative Erhebung, Ergebnisse auf die Grundgesamtheit hochrechenbar (Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung 67,0 Millionen Personen)
- Durchführung als computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS Omnibusse zwischen dem 09. Februar und dem 13. Mai 2009
- Fragen nach der Nutzung des Internets einschließlich E-Mail, einer möglichen Beschaffungsabsicht in einem Zeitraum von 12 Monaten ab Zeitpunkt der Befragung sowie Abfrage der Einwahlgeschwindigkeit
- umfangreiche soziodemographische Daten
- Definitionen:
 - Onliner = Nutzer des Internets, unabhängig von Ort und Grund der Nutzung
 - Nutzungsplaner = Nichtnutzer mit der Absicht, innerhalb der nächsten 12 Monate das Internet zu nutzen
 - Offliner = Nichtnutzer ohne Nutzungsplanung

2. Zentrale Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas 2009

Internetnutzung in Deutschland:

- Annähernd 70 Prozent der Deutschen sind online.
- Mit vier Prozentpunkten Wachstum steigt der Onliner-Anteil erneut deutlich.
- Inzwischen sind 46,3 Millionen Personen über 14 Jahren online.

Jahr	Onliner	Nutzungsplaner	Offline
2008	65,1 %	4,9 %	29,9 %
2009	69,1 %	4,3 %	26,6 %

Internetnutzung nach Geschlecht:

- Frauen mit etwas stärkerem Wachstum des Onliner-Anteils.
- Weiterhin deutliche Unterschiede bei der Internetnutzung.

Jahr	Männer	Frauen	Differenz
2008	72,4 %	58,3 %	14,1 %-Punkte
2009	76,1 %	62,4 %	13,7 %-Punkte

Internetnutzung nach Altersgruppen:

- Die Internetnutzung nimmt in allen Altersgruppen zu.
- Größter Zuwachs bei 60- bis 69-Jährigen.

Jahr	14 - 29 Jahre	30 - 49 Jahre	50+ Jahre
2008	91,3 %	81,5 %	40,3 %
2009	94,5 %	85,0 %	44,9 %

Internetnutzung nach Bildung:

- Zum zweiten Mal in Folge überdurchschnittlicher Zuwachs in der Gruppe mit formal einfacher Bildung.
- Damit sind erstmals über die Hälfte dieser Gruppe online.

Jahr	Schüler	Volks-/Hauptschule	weiterbild. Schule	Abitur/Studium
2008	95,0 %	47,4 %	70,2 %	85,6 %
2009	97,0 %	52,7 %	73,3 %	87,5 %

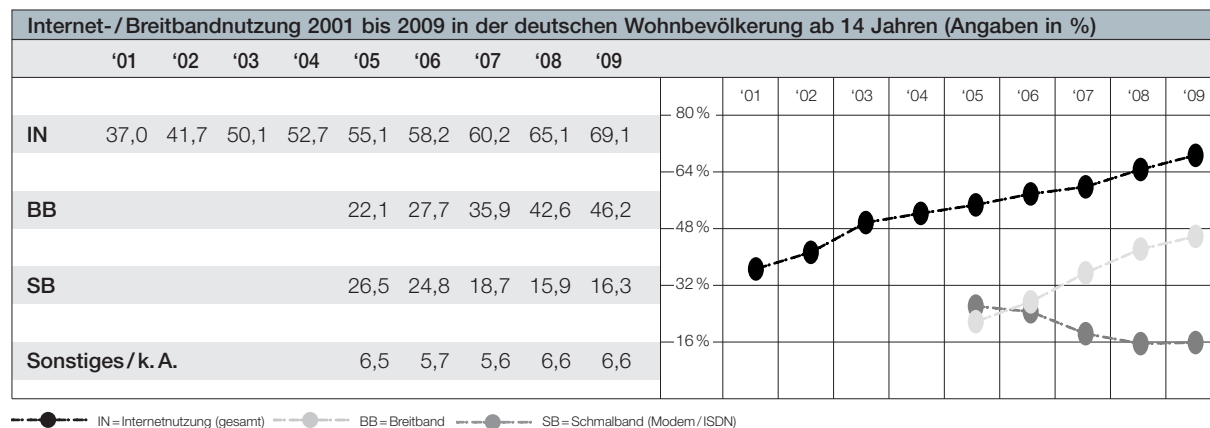
Breitbandnutzung der Onliner in Deutschland:

- DSL bleibt mit Abstand die dominierende Breitbandzugangsförm.
- Deutliche Zuwächse bei der Zugangsförm TV-Kabel.

Jahr	DSL	Kabelmodem	Sonstige BB	BB gesamt
2008	61,8 %	3,2 %	0,5 %	65,4 %
2009	61,5 %	4,7 %	0,6 %	66,9 %

Internetnutzung im Zeitverlauf:

- Seit Beginn der Messung 2005 ist Breitband der entscheidende Faktor für das Wachstum der Internetnutzung.
- 2009 sind 90 Prozent des absoluten Wachstums durch Veränderungen im Breitband-Anteil getrieben.



Onliner-Anteil nach Bundesländern:

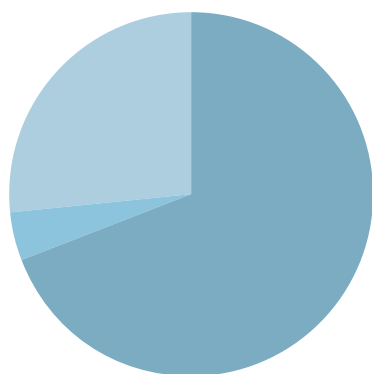
- Schere zwischen West und Ost öffnet sich auch 2009 weiter.
- Bremen verdrängt Berlin vom ersten Platz.
- Besonders hohe Zuwächse in Bremen und im Saarland.

Platzierung Bundesland	Onliner-Anteil (Vorjahr)	Zuwachs	Platzierung 2008
1. Bremen	74,2 % (66,1 %)	8,1 %-Punkte	7.
2. Berlin	73,3 % (70,3 %)	3,0 %-Punkte	1.
3. Baden-Württemberg	72,6 % (67,4 %)	5,2 %-Punkte	4.
4. Hamburg	72,3 % (69,0 %)	3,3 %-Punkte	2.
5. Hessen	71,0 % (66,4 %)	4,6 %-Punkte	6.
6. Schleswig-Holstein	70,9 % (68,6 %)	2,3 %-Punkte	3.
7. Niedersachsen	70,6 % (65,4 %)	5,2 %-Punkte	9.
8. Nordrhein-Westfalen	69,3 % (64,8 %)	4,5 %-Punkte	10.
9. Bayern	69,2 % (66,8 %)	2,4 %-Punkte	5.
10. Rheinland-Pfalz	66,5 % (65,7 %)	0,8 %-Punkte	8.
11. Brandenburg	66,5 % (61,1 %)	5,4 %-Punkte	12.
12. Sachsen	65,1 % (61,6 %)	3,5 %-Punkte	11.
13. Saarland	63,0 % (56,8 %)	6,2 %-Punkte	16.
14. Thüringen	62,6 % (59,7 %)	2,9 %-Punkte	13.
15. Mecklenburg-Vorpommern	61,9 % (58,2 %)	3,7 %-Punkte	15.
16. Sachsen-Anhalt	60,7 % (58,4 %)	2,3 %-Punkte	14.

3. Die Deutschen und das Internet: Nutzer, Nutzungsplaner und Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht

Internetnutzung in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2009

2009 (Angaben in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
30.702	69,1	4,3	26,6



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

Im neunten Jahr des (N)ONLINER Atlas wird die 70-Prozent-Marke bei der Internetnutzung in Deutschland fast erreicht. Damit nutzen hierzulande etwa 46,3 Millionen Menschen ab 14 Jahren das Internet. Der Bevölkerungsanteil der Onliner steigt weiter deutlich: Gegenüber dem Vorjahr liegt das Wachstum bei genau vier Prozentpunkten. Zwar lag die Steigerung im Top-Jahr 2008 mit knapp fünf Prozentpunkten etwas darüber, im Sechsjahresvergleich belegt das Wachstum in 2009 aber immerhin Platz 2.

Folgerichtig sinkt auch der Anteil der Offliner. Nur noch 26,6 Prozent der Befragten geben an, das Internet nicht zu nutzen und auch in den nächsten 12 Monaten keine Nutzung zu planen. Damit bilden die Offliner einen erfreulicherweise kontinuierlich sinkenden Anteil der Bevölkerung. Die folgenden, detaillierten Analysen für bestimmte Regionen und Bevölkerungsgruppen decken jedoch auch weiteren Förderbedarf in Teilgruppen auf.

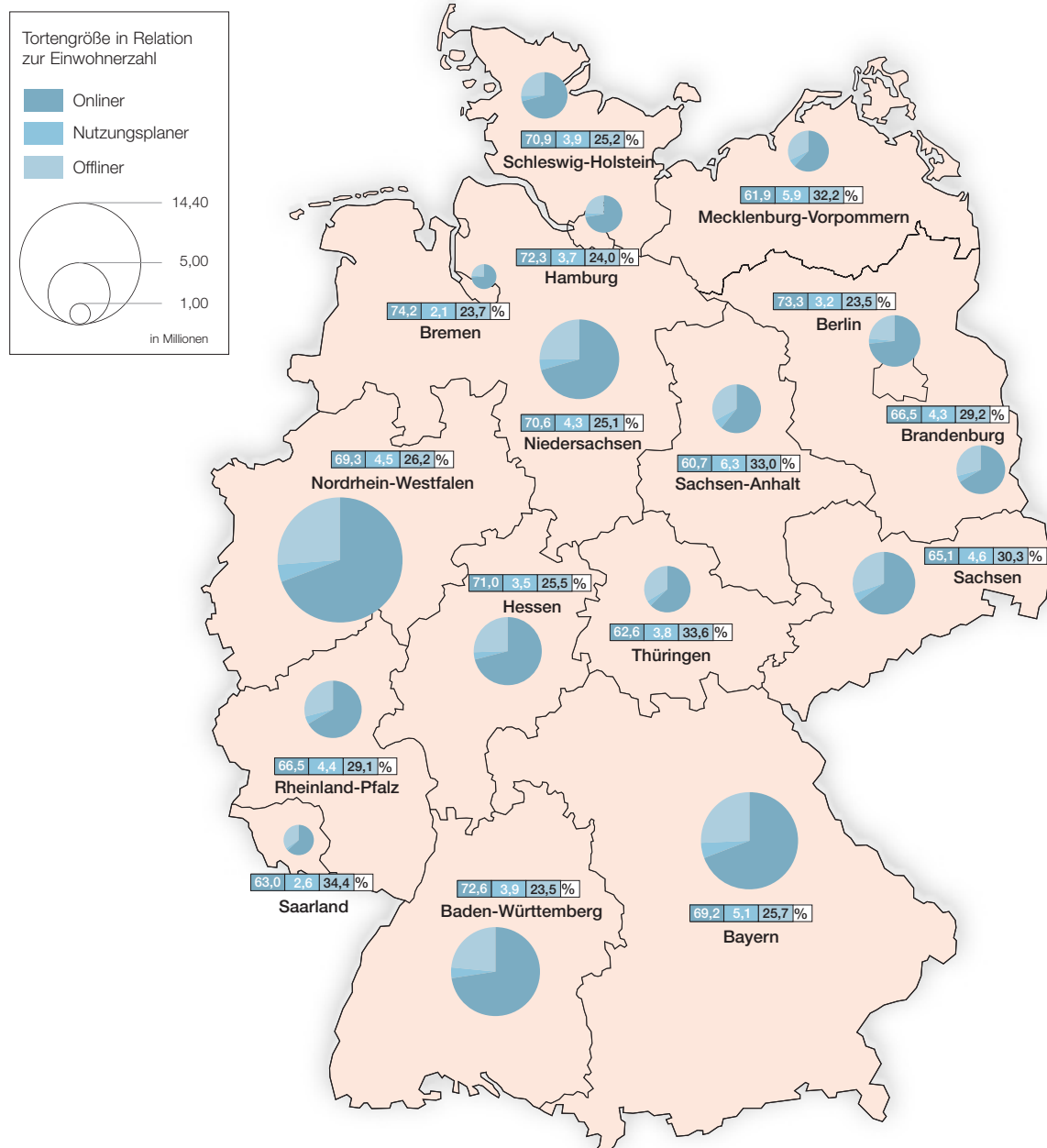
Jahresübersicht 2001 bis 2009 (Angaben in %)

Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
2001	19.690	37,0	10,4	52,5
2002	30.318	41,7	8,2	50,1
2003	30.116	50,1	7,2	42,7
2004	30.096	52,7	6,6	40,8
2005	48.107	55,1	6,3	38,6
2006	50.718	58,2	6,1	35,7
2007	49.135	60,2	5,7	34,1
2008	52.503	65,1	4,9	29,9
2009	30.702	69,1	4,3	26,6

■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

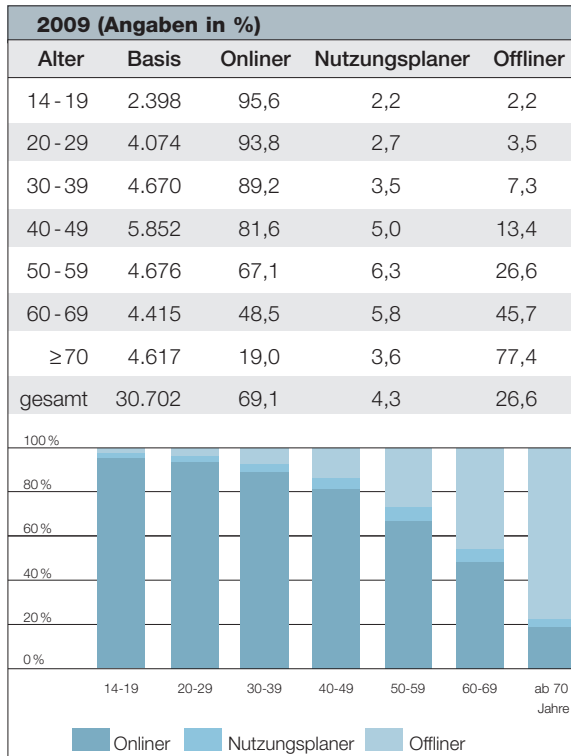
Internetnutzung nach Bundesländern 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



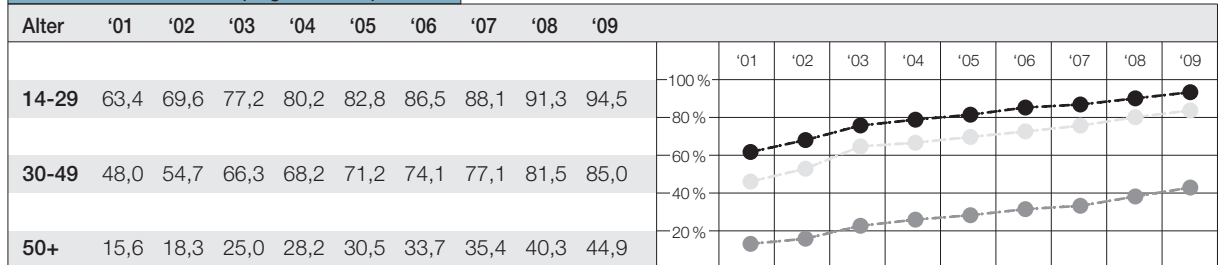
Bremen setzt sich 2009 auf Platz 1 der Internetnutzung und verdrängt damit den langjährigen Primus Berlin von der Spitze des Länderrankings. Im Vergleich zu den Flächenländern weisen die Stadtstaaten tendenziell einen deutlich höheren Onliner-Anteil auf. Alle drei – Bremen, Berlin und Hamburg – sind in den Top 5 vertreten. Zudem gehören Baden-Württemberg und Hessen dieses Jahr zur Spitzengruppe. Auch bei der Zuwachsrate liegt Bremen mit 8,1 Prozentpunkten vor allen anderen Ländern. Großen Zuwachs konnten ferner das Saarland (6,2 Prozentpunkte), Brandenburg (5,4 Prozentpunkte), Niedersachsen (5,2 Prozentpunkte) und Baden-Württemberg (5,2 Prozentpunkte) erzielen. Wie in den Jahre zuvor bilden die neuen Bundesländer zusammen mit dem Saarland das Schlussdrittel. Während das Saarland und Brandenburg erfreulich hohe Zuwachsraten erzielen, öffnet sich 2009 die Schere zwischen Ost und West insgesamt wieder ein Stück. Beim Schlusslicht Sachsen-Anhalt liegt die Internetnutzung lediglich bei 60,7 Prozent. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt hinkt Sachsen-Anhalt der Entwicklung somit etwa zwei Jahre hinterher.

Internetnutzung nach Alter in den Jahren 2001 bis 2009

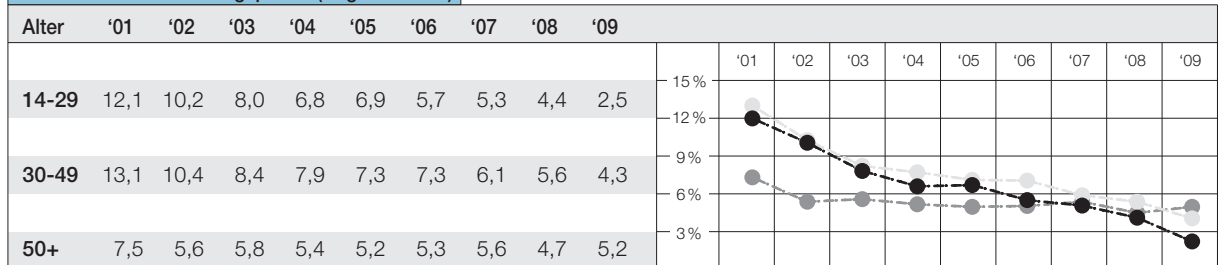


Es gilt nach wie vor: Mit steigendem Alter nimmt die Internetnutzung ab. In allen Altersgruppen bis 49 Jahre liegt die Internetnutzung jedoch inzwischen über 80 Prozent! Auch in der Altersgruppe zwischen 50 und 59 Jahren liegt der Anteil der Internetnutzer noch bei zwei Drittel der Bevölkerung und damit nur marginal unter dem Gesamtdurchschnitt. Ein größerer Sprung lässt sich für die Gruppe zwischen 60 und 69 Jahren feststellen. Hier fällt die Nutzung deutlich auf einen Anteil von knapp unter 50 Prozent ab. Bei den Befragten ab 70 Jahren nutzt dann nur noch etwa jeder Fünfte das Internet. Bei einer Wachstumsbetrachtung des Onliner-Anteils in Bezug auf das Alter gibt es zum einen Erfreuliches zu berichten: Die Altersgruppe zwischen 60 und 69 Jahren erzielt 2009 das größte Anteilswachstum! Durch eine Steigerung um 6,9 Prozentpunkte sind nun 48,5 Prozent dieser Altersgruppe Onliner. Zum anderen zeigt sich aber auch großer Förderungsbedarf in der Altersgruppe ab 70 Jahren. Mit 19 Prozent Onliner-Anteil wirkt sie vergleichsweise wie abgehängt. Der Kontrast zwischen der jüngsten und der ältesten Gruppe zeigt diesen Unterschied sehr deutlich. Die Differenz des Onliner-Anteils zwischen den 14- bis 19-Jährigen und den über 70-Jährigen liegt bei 76,6 Prozentpunkten! Folgerichtig ist das mittlere Alter der Offliner mit 64,3 Jahren deutlich über dem Durchschnittsalter der Bevölkerung (47,3 Jahre). Der Altersdurchschnitt der Onliner steigt 2009 erneut und liegt mit 40,6 Jahren immer näher am Wert der Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.

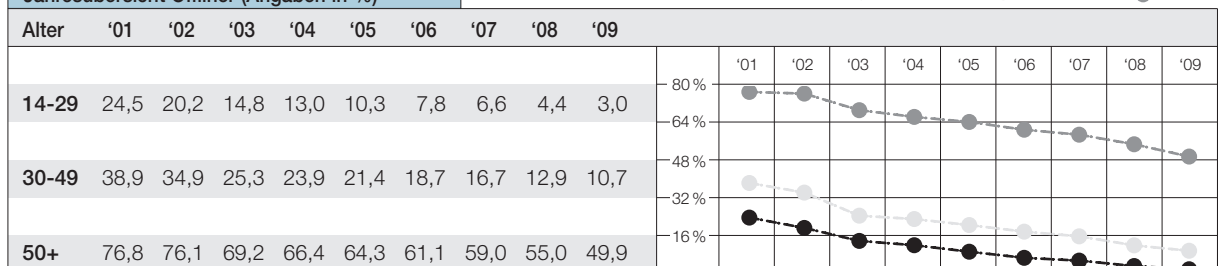
Jahresübersicht Onliner (Angaben in %)



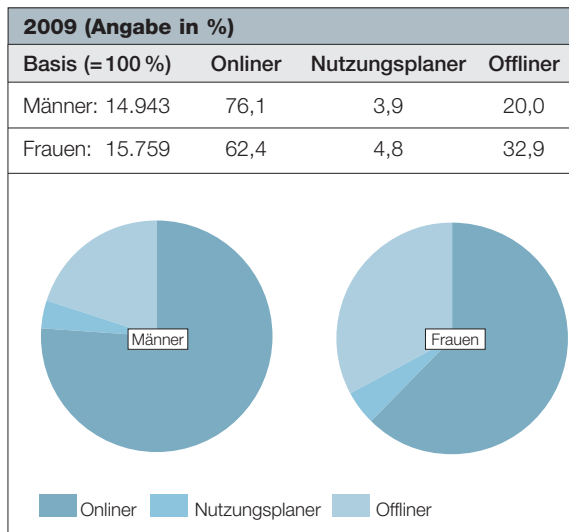
Jahresübersicht Nutzungsplaner (Angaben in %)



Jahresübersicht Offliner (Angaben in %)



Internetnutzung nach Geschlecht in den Jahren 2001 bis 2009



In 2009 verbuchten die Frauen wieder einen leicht stärkeren Onliner-Zuwachs als die Männer. Während die Zuwachsrate der Frauen bei 4,1 Prozentpunkten liegt, erreichen die Männer ein Wachstum von 3,7 Prozentpunkten bezüglich der Internetnutzung. Zudem ist die Nutzungsplanung der Frauen höher als die der Männer. Es ist somit davon auszugehen, dass die Frauen auch 2010 einen stärkeren Zuwachs verzeichnen werden.

Die Schere zwischen den Geschlechtern besteht jedoch nach wie vor. In der Absolutbetrachtung nutzen 76,1 Prozent der Männer das Internet. Bei den Frauen sind es nur 62,4 Prozent. Daraus ergibt sich ein Unterschied von 13,7 Prozentpunkten zwischen den Geschlechtern. Eine detaillierte Analyse der Internetnutzung nach Geschlecht zeigen die Sonderauswertungen auf den Seiten 43 ff.

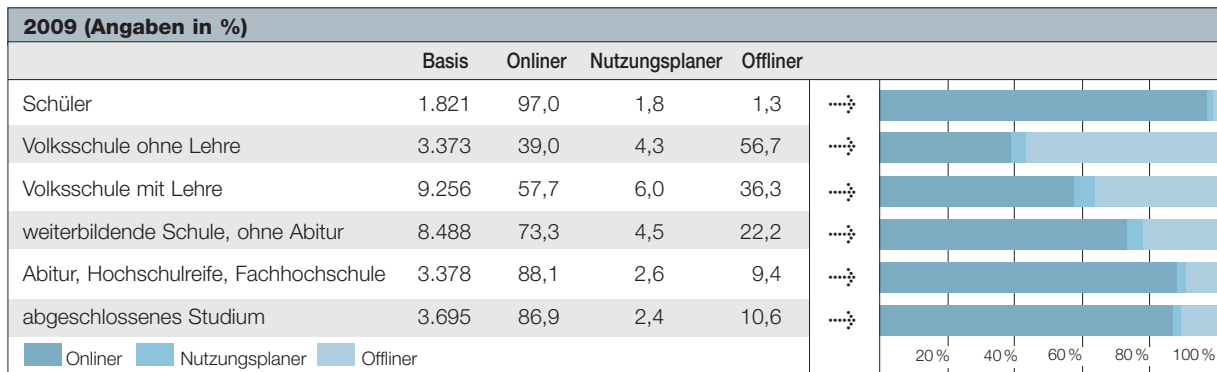
Jahresübersicht: Männer (Angaben in %)

Jahr	Basis (=100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offline	
2001	9.400	44,2	10,9	44,9	...
2002	14.478	48,8	7,9	43,3	...
2003	14.396	58,8	6,8	34,4	...
2004	14.406	60,4	5,9	33,7	...
2005	23.043	63,2	6,0	30,8	...
2006	24.380	65,4	5,4	29,2	...
2007	23.575	67,1	5,2	27,7	...
2008	25.428	72,4	4,4	23,2	...
2009	14.943	76,1	3,9	20,0	...

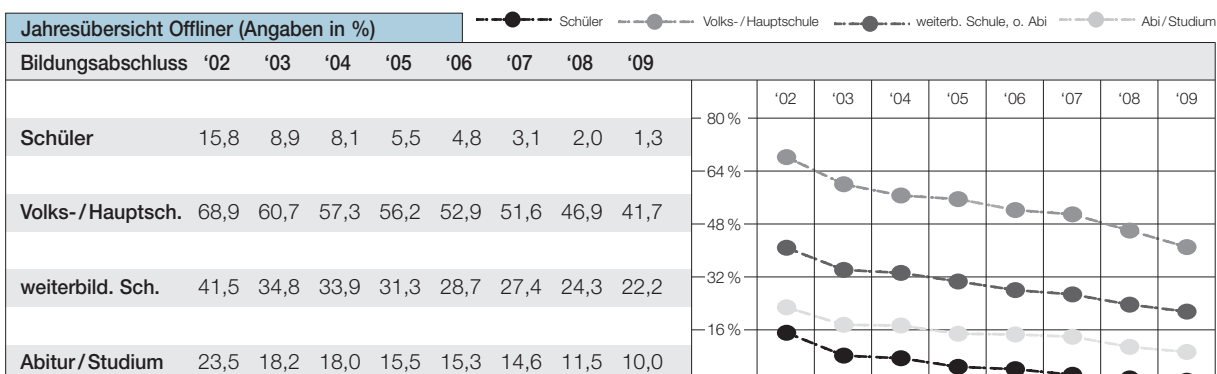
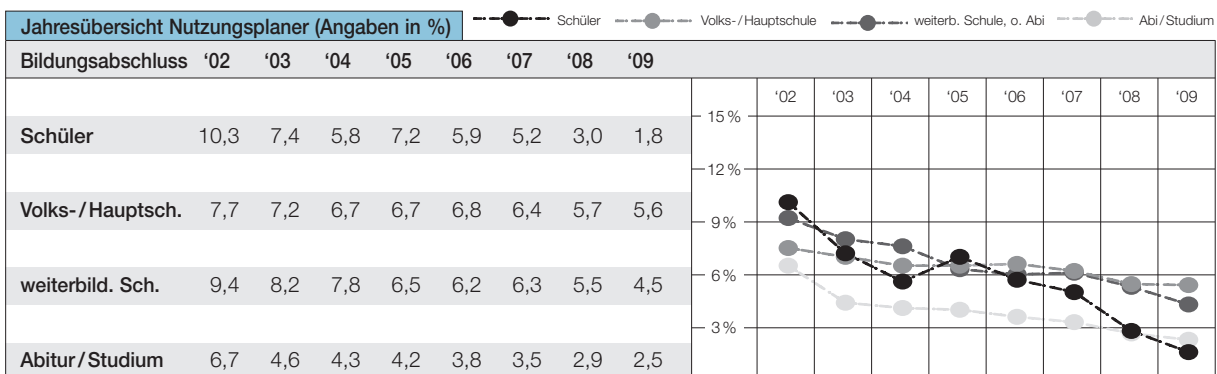
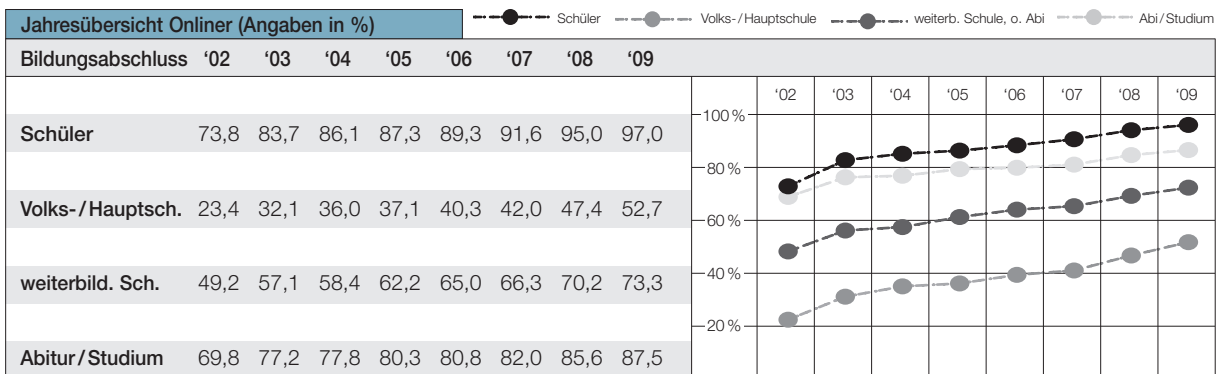
Jahresübersicht: Frauen (Angaben in %)

Jahr	Basis (=100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offline	
2001	10.290	30,5	10,0	59,5	...
2002	15.839	35,2	8,5	56,3	...
2003	15.724	42,1	7,5	50,4	...
2004	15.690	45,6	7,2	47,2	...
2005	25.064	47,6	6,6	45,8	...
2006	26.338	51,5	6,6	41,8	...
2007	25.560	53,8	6,2	39,9	...
2008	27.075	58,3	5,5	36,2	...
2009	15.759	62,4	4,8	32,9	...

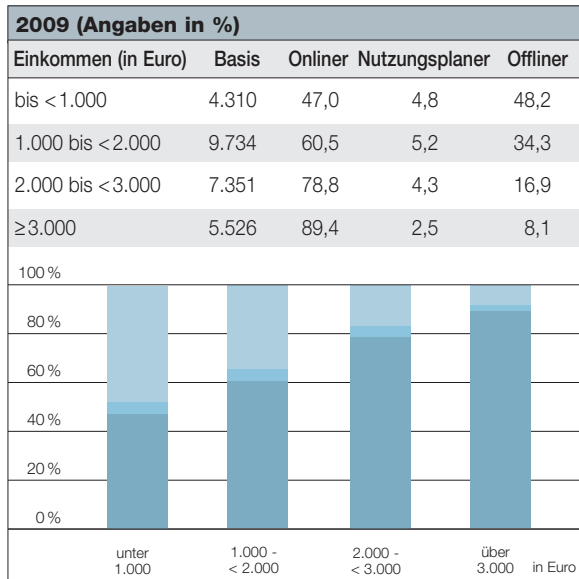
Internetnutzung nach Bildung in den Jahren 2002 bis 2009



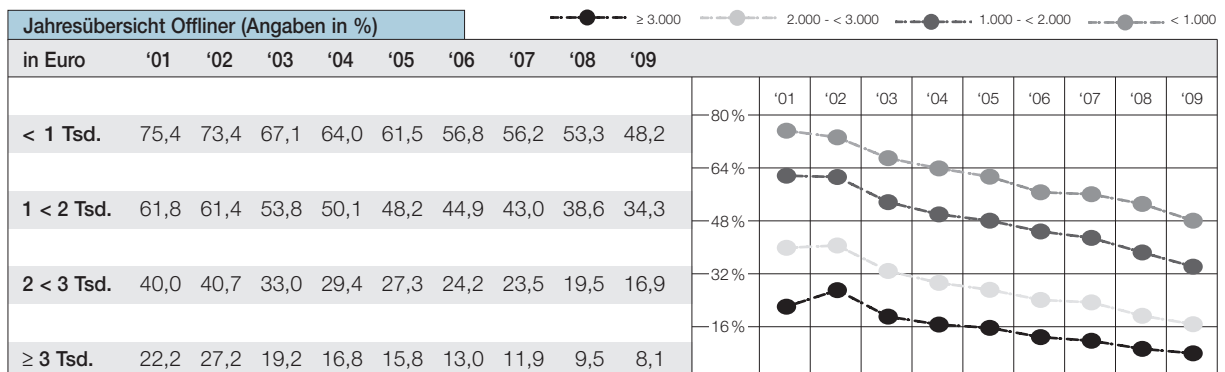
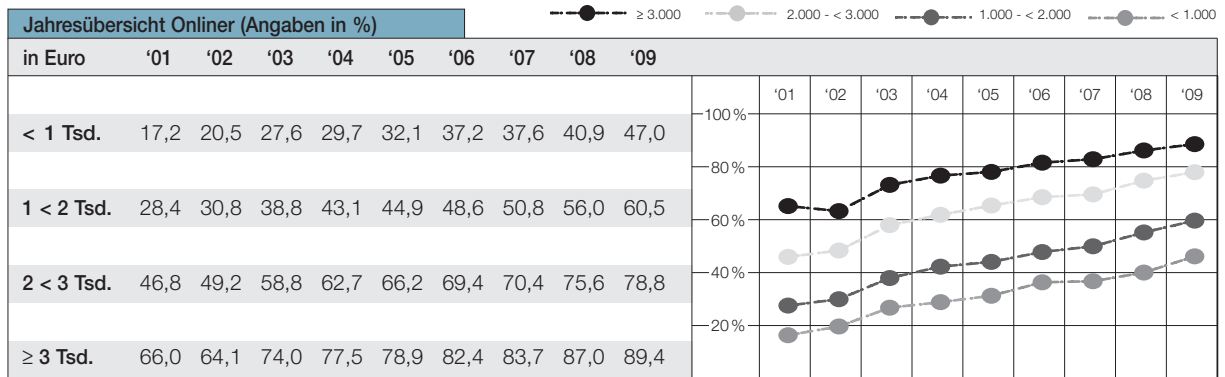
Wird die Internetnutzung in Bezug auf formale Bildung betrachtet, sind Schüler nach wie vor die Bevölkerungsgruppe mit dem höchsten Onliner-Anteil. Das größte Wachstum können hingegen die Befragten mit formal einfacher Bildung erzielen. Mit einem Anstieg von 5,3 Prozentpunkten liegt die Gruppe der Volksschüler vor allen anderen Bildungsgruppen. Während das Wachstum der Befragten mit einfacher Bildung im letzten Jahr noch überwiegend durch Volksschüler mit abgeschlossener Lehre getrieben wurde, verbuchten 2009 auch Volksschüler ohne abgeschlossene Lehre ein überdurchschnittliches Wachstum. Durch den Anstieg der Gruppe mit einfacher formaler Bildung wird erstmals in allen Bildungsschichten die 50-Prozent-Marke der Internetnutzung übertroffen.



Internetnutzung nach Haushaltsnettoeinkommen in den Jahren 2001 bis 2009

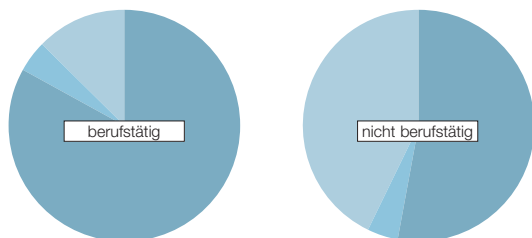


Lange Zeit war die Internetnutzung ganz klar auch eine Kostenfrage. Und nach wie vor besteht ein Zusammenhang zwischen dem Haushaltsnettoeinkommen und der Nutzung der neuen Medien. Doch die Internetprovider haben in den letzten Jahren immer attraktivere Angebote auf den Markt gebracht. Stimmt dazu steigen mit einem Zuwachs von 6,1 Prozentpunkten in der Einkommensgruppe bis 1.000 Euro und einem Anstieg von 4,5 Prozentpunkten in der Gruppe zwischen 1.000 und 2.000 Euro erstmals die beiden Gruppen mit geringem Einkommen überdurchschnittlich an. Ein Vergleich der Durchschnittseinkommen zeigt aber auch klar einen Nachholbedarf bei Bevölkerungsgruppen mit geringerem Einkommen. Die Onliner verfügen über ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen von 2.306 Euro pro Monat. Konträr dazu liegt das Haushaltsnettoeinkommen der Befragten ohne Internetnutzung und ohne Nutzungsabsicht im kommenden Jahr mit 1.546 Euro pro Monat deutlich darunter. Zudem nutzen in der Gruppe bis 1.000 Euro noch immer weniger als die Hälfte das Internet. Beide Befunde sprechen für einen erhöhten Förderungsbedarf bei Personen mit geringem Einkommen.



Internetnutzung nach Beschäftigung in den Jahren 2001 bis 2009

2009 (Angaben in %)				
Basis (= 100 %)		Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
berufstätig: 16.524*		83,0	4,4	12,6
nicht berufstätig: 14.178**		52,9	4,3	42,8



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

* berufstätig einschließlich vorübergehend arbeitslos

** nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)

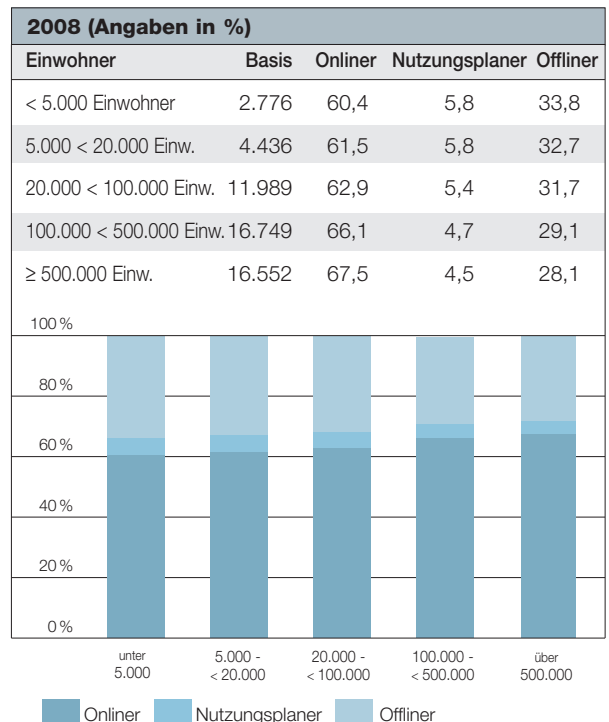
Insgesamt 83 Prozent der Berufstätigen nutzen das Internet. Und auch bei den Nicht-Berufstätigen steigt der Onliner-Anteil in diesem Jahr über die 50-Prozent-Marke. Die Unterschiede zwischen Berufstätigen und Nicht-Berufstätigen sind nach wie vor sehr deutlich. Wie im Vorjahr schließt sich die Schere zwischen den beiden Gruppen leicht.

Ein Großteil der Nicht-Berufstätigen sind Rentner. Das Durchschnittsalter der Nicht-Berufstätigen liegt bei 53,8 Jahren. Ihr Haushaltsnettoeinkommen beträgt durchschnittlich 1.830 Euro. Somit zeigt die Analyse nach Erwerbstätigkeit Förderungsbedarf für ältere, nicht berufstätige Personen. Dieses Ergebnis wird sowohl durch die Betrachtung nach Alter (Seite 14) als auch durch die nach Einkommen (Seite 17) bestätigt.

Jahresübersicht: berufstätig einschließlich vorübergehend arbeitslos (Angaben in %)						
Jahr	Basis (=100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner		
2001	10.269	48,2	12,0	39,8	...	
2002	15.705	54,5	9,7	35,7	...	
2003	15.534	65,0	8,2	26,8	...	
2004	15.553	67,5	7,3	25,2	...	
2005	24.868	70,8	6,8	22,5	...	
2006	26.231	73,7	6,5	19,8	...	
2007	25.348	75,7	5,9	18,4	...	
2008	27.585	79,7	5,2	15,0	...	
2009	16.524	83,0	4,4	12,6	...	

Jahresübersicht: nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.) (Angaben in %)						
Jahr	Basis (=100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner		
2001	9.422	24,9	8,7	66,4	...	
2002	14.613	27,9	6,6	65,5	...	
2003	14.582	34,2	6,0	59,8	...	
2004	14.543	36,8	5,8	57,4	...	
2005	23.232	38,3	5,7	55,9	...	
2006	24.487	41,6	5,6	52,8	...	
2007	23.786	43,7	5,6	50,7	...	
2008	24.918	49,0	4,6	46,4	...	
2009	14.178	52,9	4,3	42,8	...	

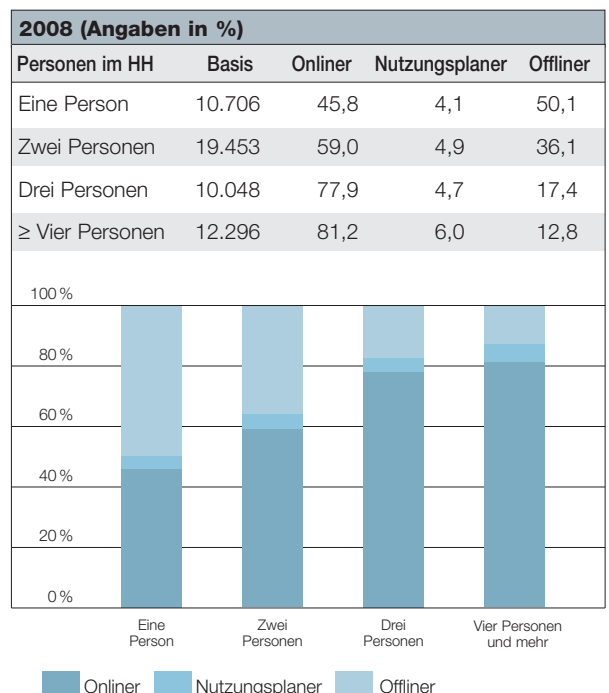
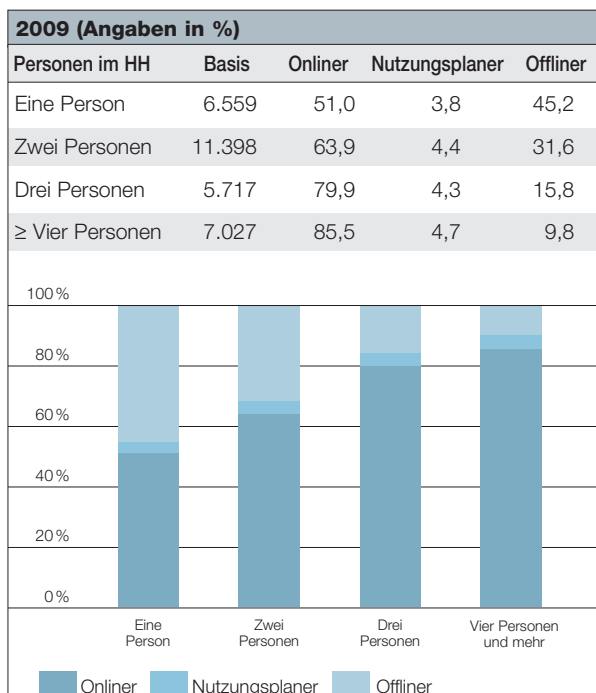
Internetnutzung nach Ortsgröße 2008 und 2009



Der ADM und die AGMA nutzen seit 2006 die neue und überarbeitete Ortsgrößen-Systematik des Institutes Aschpurvis& Behrens (kurz BIK). TNS Infratest als ADM- und MA-Institut arbeitet mit den neuen Vorgaben. Ein Vergleich der Internetnutzung nach Ortsgrößen-Systematik kann aufgrund dieser Änderungen für die Vorjahre nicht valide vorgenommen werden, so dass an dieser Stelle auf den Vergleich verzichtet werden muss.

In allen Ortsgrößen ist ein Wachstum des Onliner-Anteils zu beobachten. Das größte Wachstum sowie den größten Onliner-Anteil verzeichnen die Großstädte. Mögliche Erklärungen für die aktuelle Vergrößerung des Stadt-Land-Gefälles können die Verfügbarkeit besonders schneller Internetzugänge sowie der Bedeutungsgewinn des Internetzugangskanals TV-Kabel sein. Aber auch in kleineren Orten nutzen ca. zwei von drei Personen das Internet.

Internetnutzung nach Haushaltsgröße 2008 und 2009

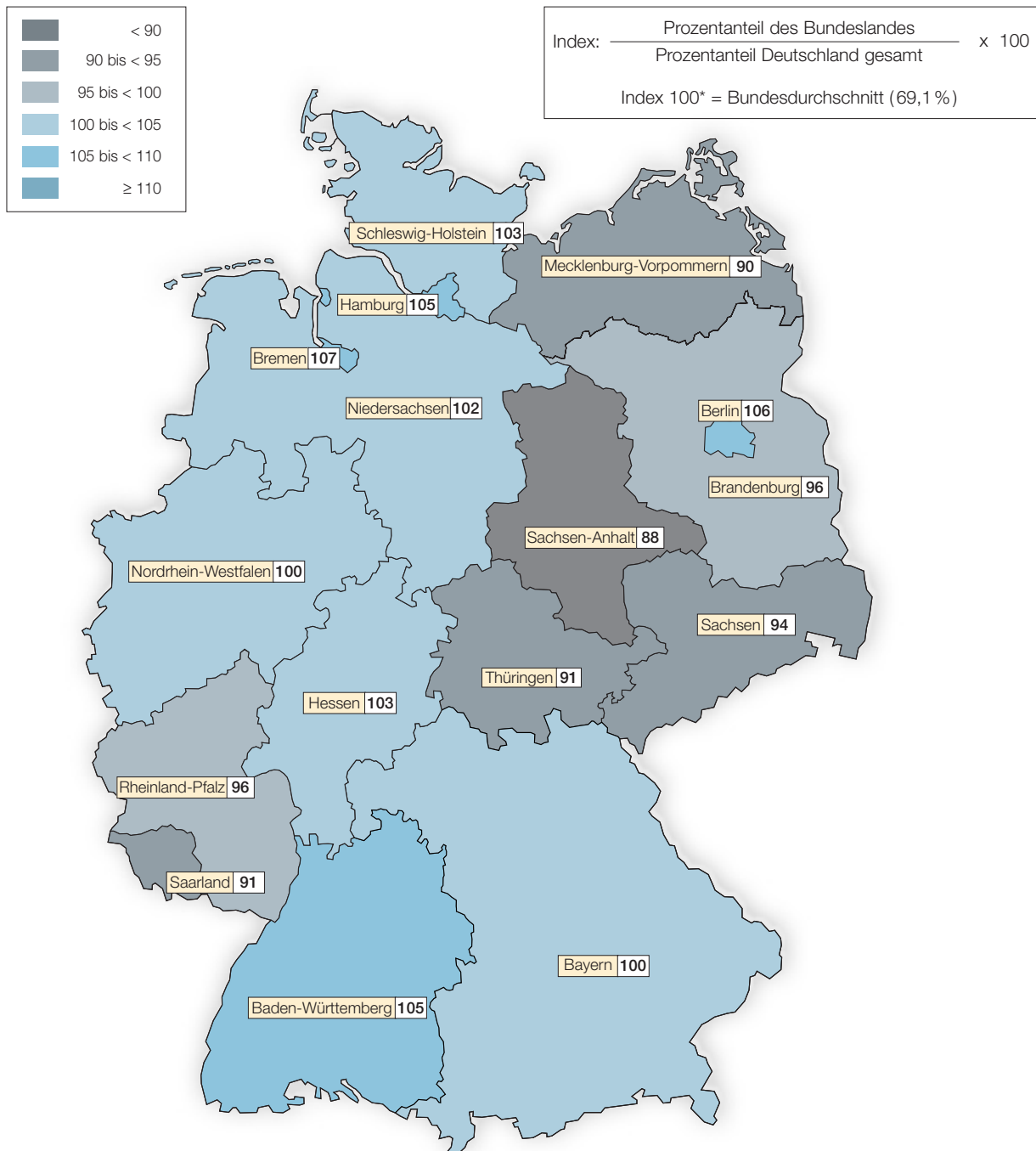


Je mehr Personen in einem Haushalt leben, desto größer ist die Internetnutzung. Dieser Zusammenhang bleibt auch 2009 bestehen. Das größte Wachstum findet in Single- und Zwei-Personen-Haushalten statt.

4. Die Internetnutzer (Onliner)

Onliner nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

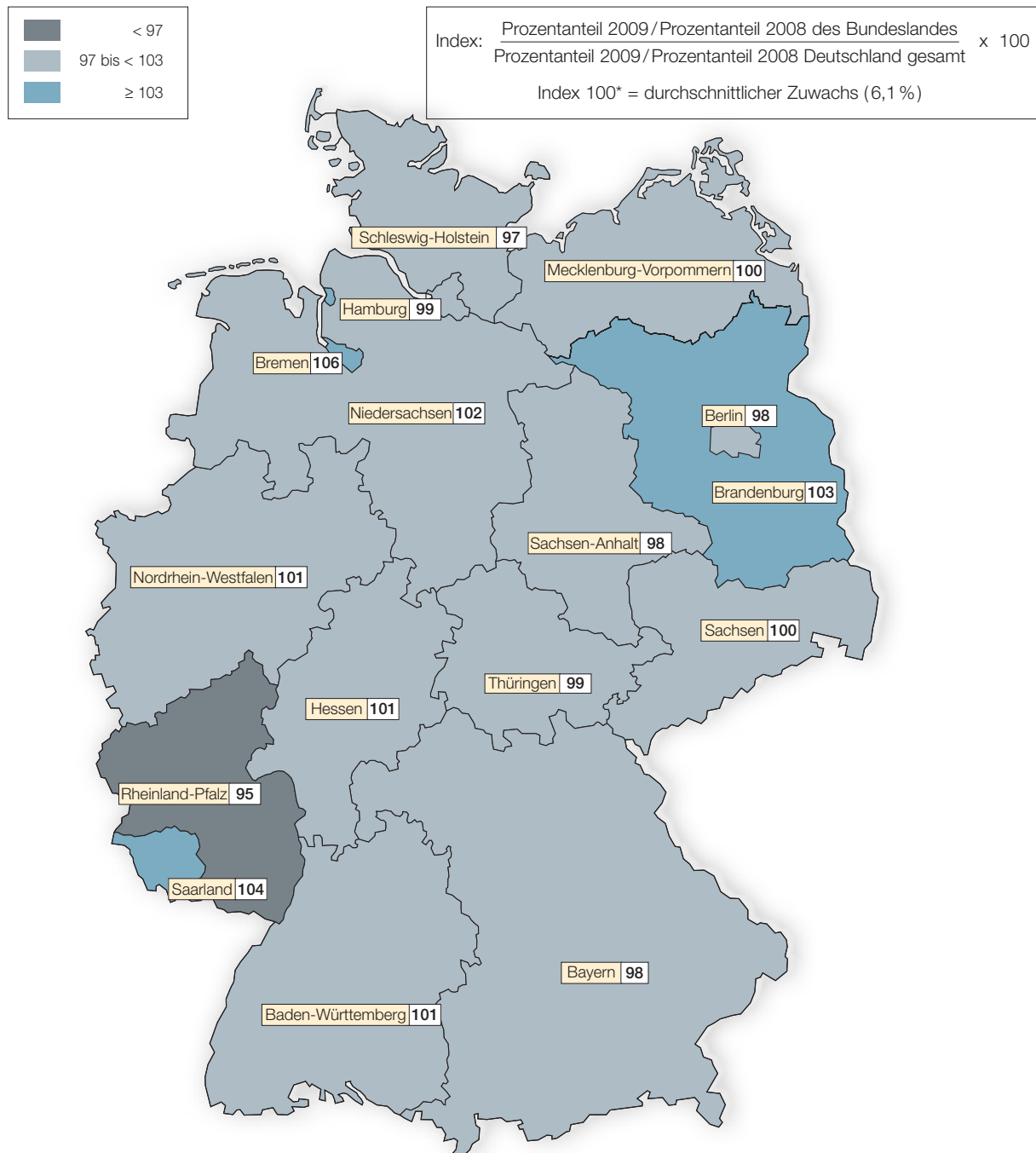


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 69,1 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Onliner-Anteil in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Bremen verdrängt den langjährigen Spitzenreiter Berlin vom ersten Platz. Dadurch bilden die drei Stadtstaaten zusammen mit Baden-Württemberg die Top-Gruppe der Internetnutzung. Zudem liegen Hessen, Schleswig-Holstein und Niedersachsen über dem Durchschnittswert von 69,1 Prozent. Ein besonders hohes Wachstum erzielten Bremen und das Saarland. Durch hohe Zuwächse in den vergangenen zwei Jahren rückt das Saarland einige Plätze im Ranking nach oben und verlässt, trotz gleichem Index-Wert wie Thüringen, knapp die Gruppe der Schlusslichter. Die Bundesländer mit der niedrigsten Internetnutzung sind derzeit Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen.

Onliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2008/2009)

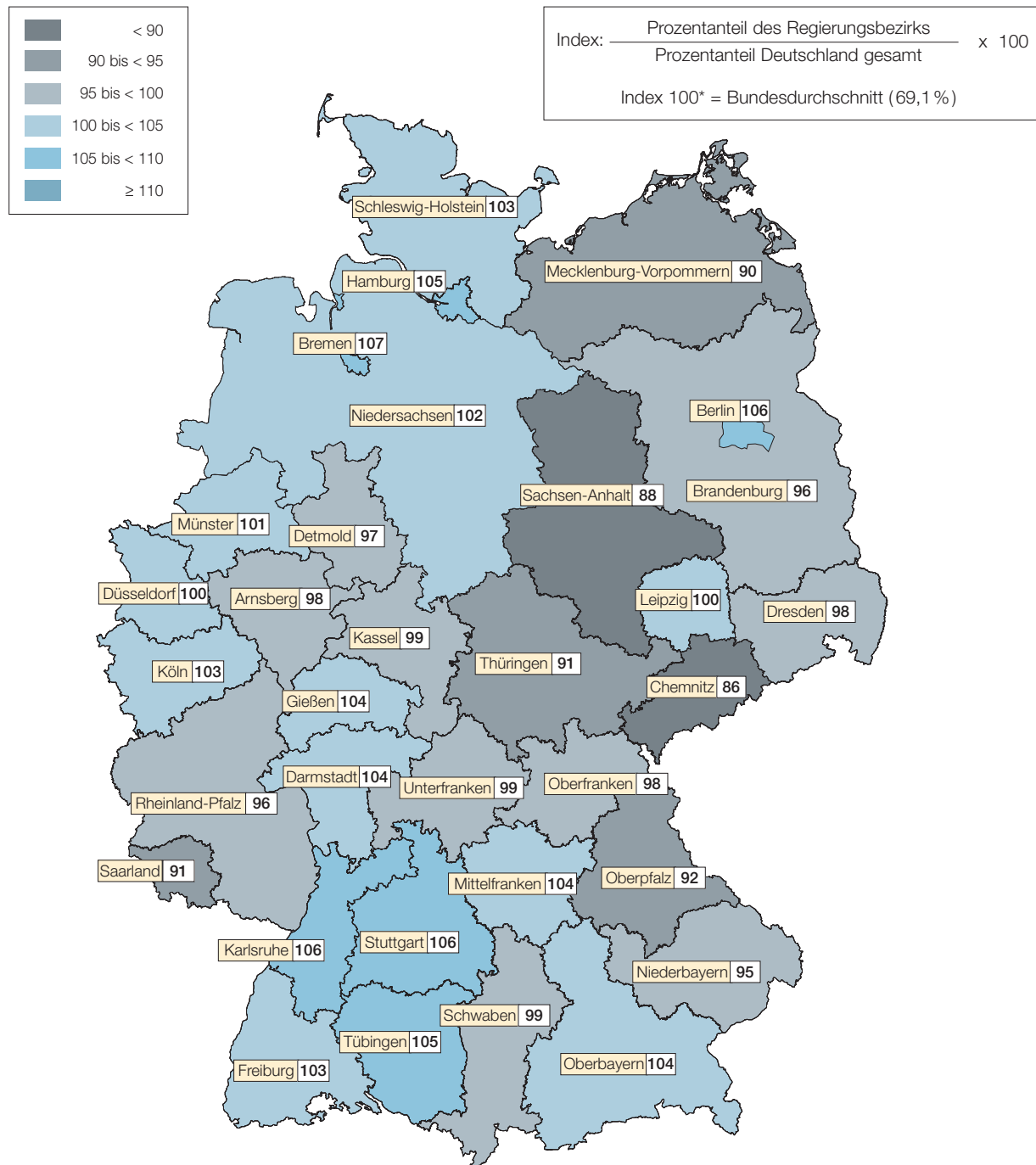


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Der Anteil der Internetnutzer wächst 2009 insbesondere in den Bundesländern Bremen, Saarland und Brandenburg. Im Rest des Bundesgebietes verteilt sich das Wachstum relativ ausgeglichen. Vergleichsweise geringes Wachstum ist in den Ländern Rheinland-Pfalz und Schleswig-Holstein zu finden.

Onliner nach Regierungsbezirken 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

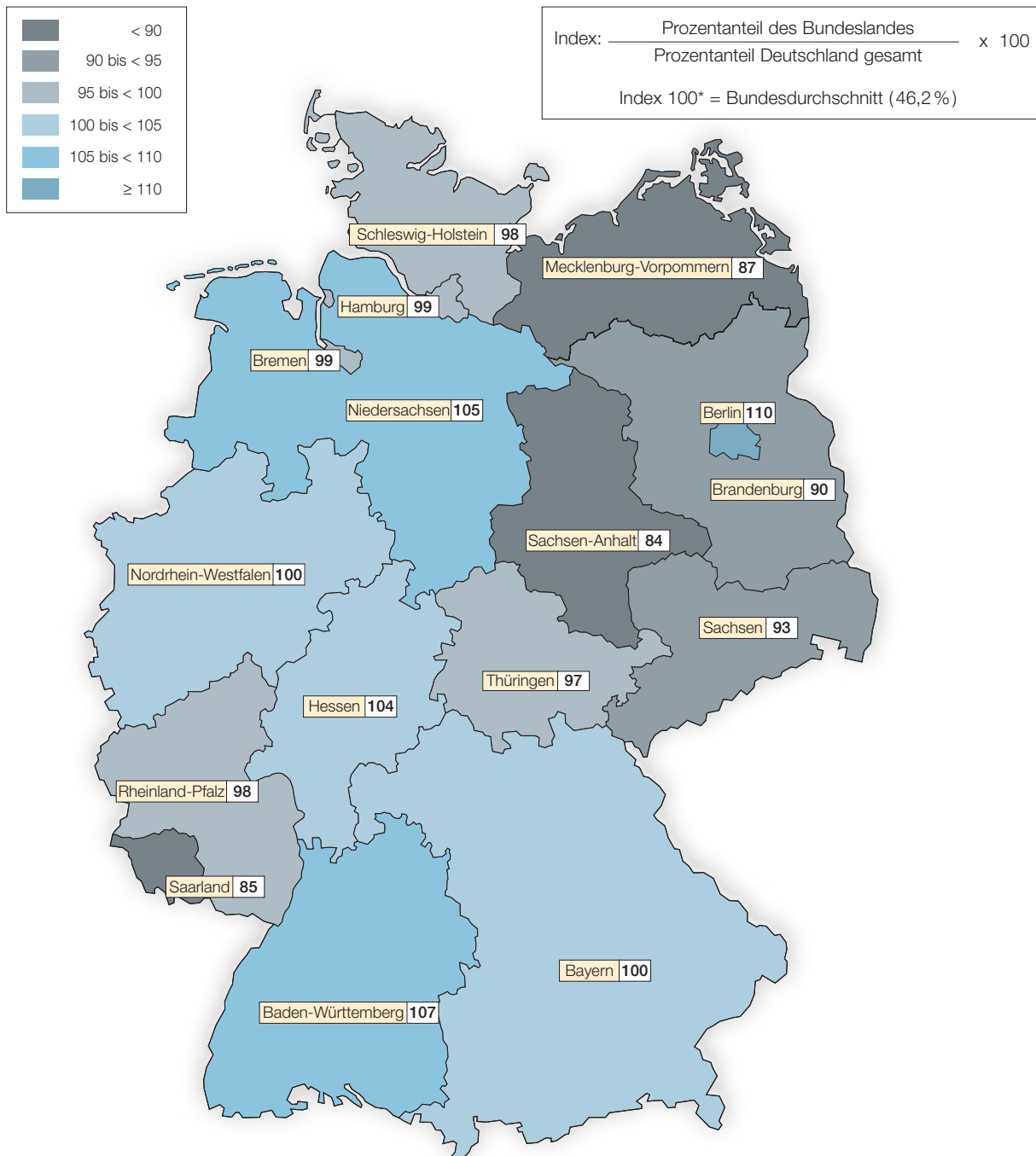


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 105 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 69,1 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Auf Regierungsbezirksebene zeigen sich die regionalen Unterschiede innerhalb der einzelnen Bundesländer. Meist erzielen Bezirke, in denen große Städte, wie z. B. Stuttgart, Frankfurt (Regierungsbezirk Darmstadt) oder Köln liegen, höhere Index-Werte. Auch liegen tendenziell Index-Werte der Regierungsbezirke in den neuen Bundesländern unter dem Durchschnitt. Im Gegensatz dazu sind im Süden und im Nordwesten eher überdurchschnittliche Index-Werte hinsichtlich der Internetnutzung zu finden.

Breitband-Onliner nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

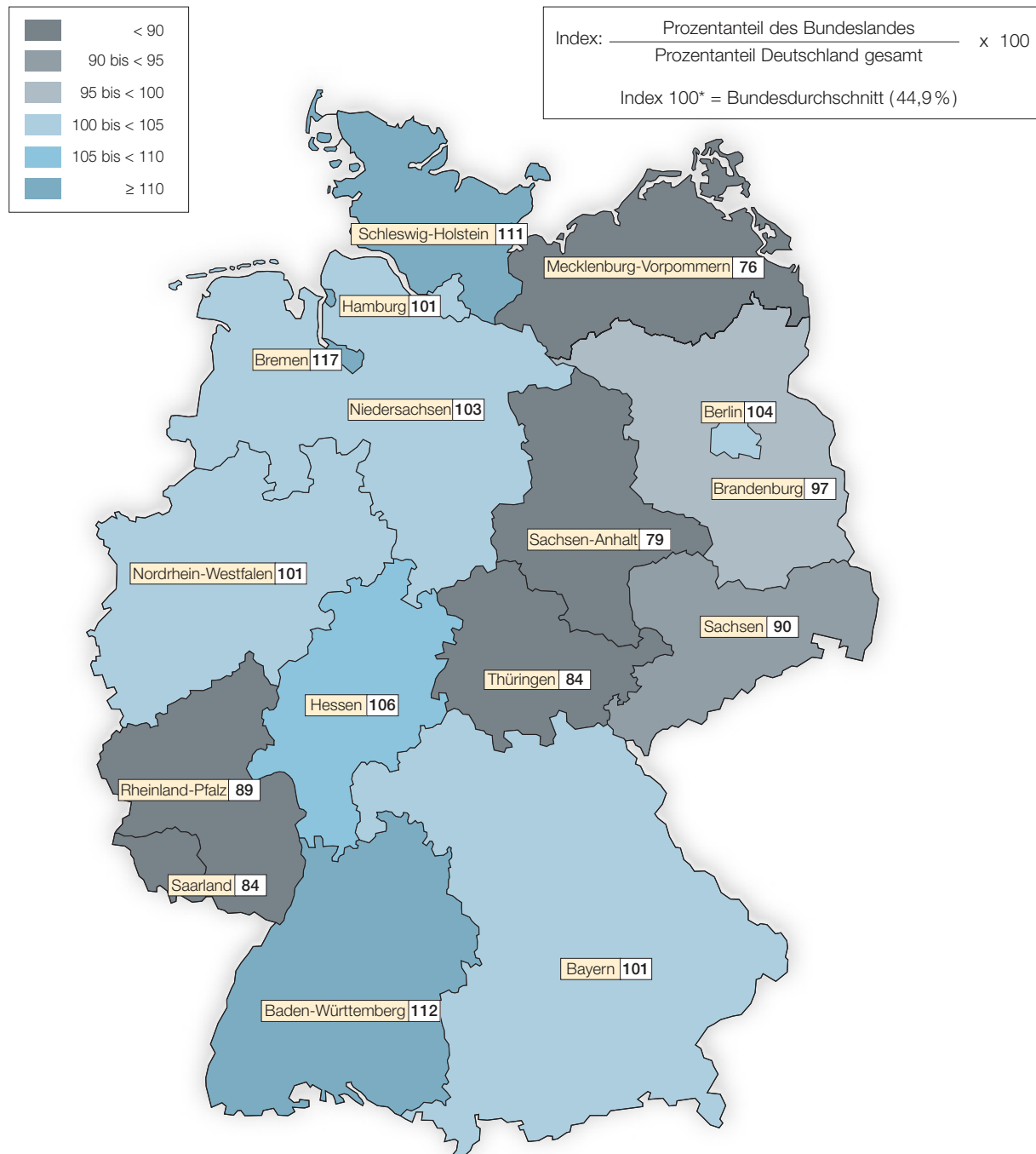


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Der Anteil der Breitbandnutzer an der Bevölkerung liegt 2009 bei 46,2 Prozent (zur Betrachtung der Breitbandnutzung unter den Onlinern siehe S. 58ff). Damit steigt der Breitband-Anteil in der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren im Vergleich zum Vorjahresniveau von 42,6 Prozent um 3,6 Prozentpunkte an. Demnach sind 90 Prozent vom diesjährigen Wachstum des Onliner-Anteils um 4,0 Prozentpunkte auf die Entwicklungen beim Breitband-Anteil zurückzuführen. Der höchste Breitbandnutzer-Anteil wird in Berlin gemessen. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen Baden-Württemberg und Niedersachsen. Die geringsten Anteile von „Breitband-Onlinern“ verbuchen Sachsen-Anhalt und das Saarland.

Onliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

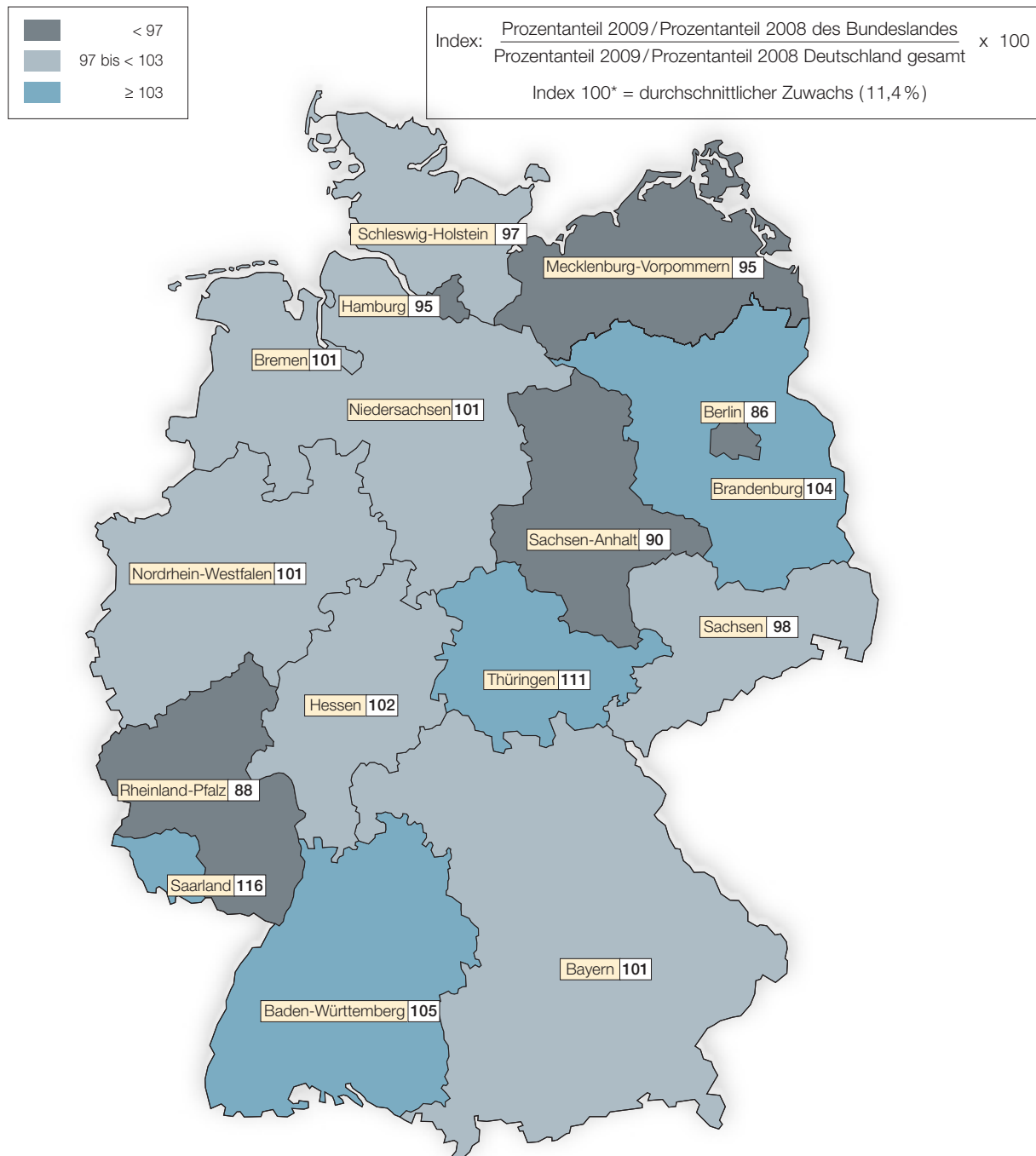


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Bei der Gesamtbetrachtung wurde bereits ersichtlich, dass bei den Befragten der Altersgruppe 50plus (44,9 Prozent) und insbesondere in der Gruppe 70plus (19,0 Prozent) die Internetnutzung unterdurchschnittlich ist. Die oben stehende Karte zeigt innerhalb dieser Gruppe die regionalen Unterschiede. Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Thüringen, das Saarland und Rheinland-Pfalz weisen die niedrigsten Index-Werte im Bundesgebiet auf. Sie haben unterdurchschnittliche Werte bei den Onlinern über 50 Jahren. Die Indizes für Bremen, Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein sind im Vergleich dazu deutlich höher.

Onliner: Personen ab 50 Jahre Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2008/2009)



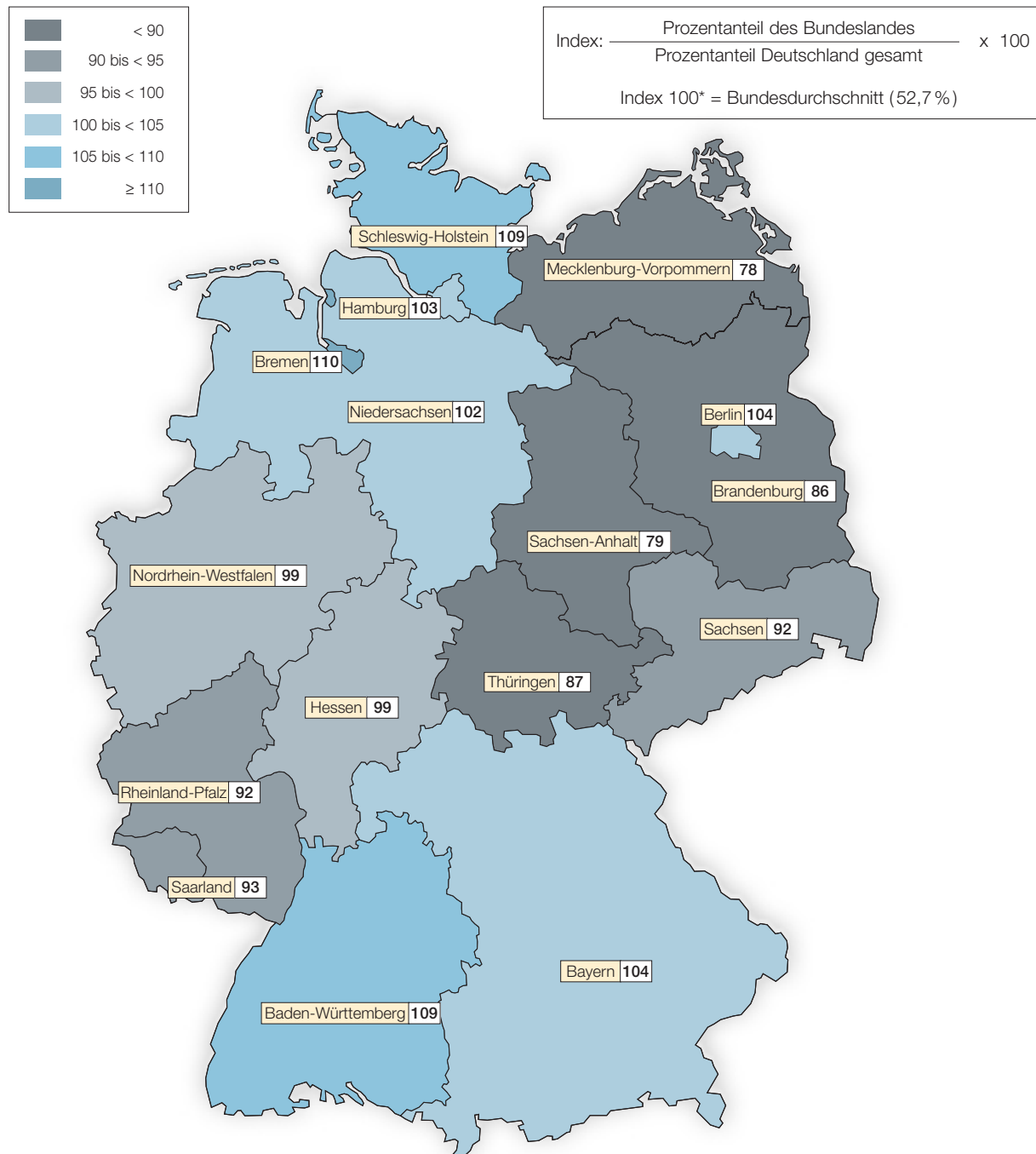
* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Während der Onliner-Anteil in der Bevölkerung über 50 Jahren geringere Werte als der Bundesdurchschnitt erreicht, erzielt diese Altersgruppe beim Wachstum deutlich höhere Werte als alle Onliner zusammengenommen. Besonders hohe Zuwachsraten erzielen dabei das Saarland und Thüringen. Auch Baden-Württemberg und Brandenburg erhalten Indizes über der Klassengrenze von 103 Indexpunkten.

Bedenklich stimmt, dass Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern, die bereits beim Onliner-Anteil unterdurchschnittliche Werte aufweisen, zusätzlich die letzten Plätze beim Wachstum belegen.

Onliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

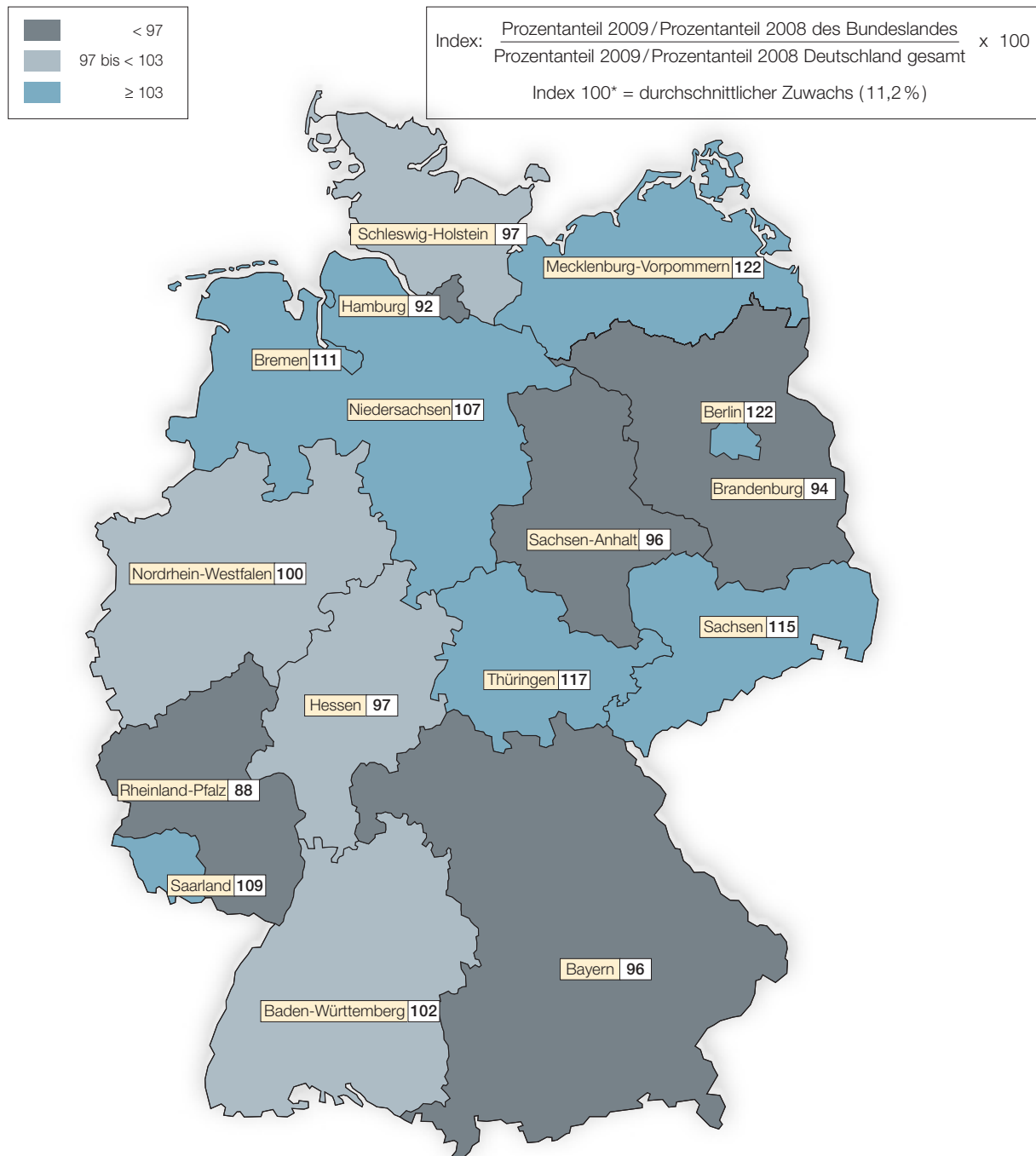


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Im Bundesdurchschnitt sind aktuell 52,7 Prozent der Befragten mit einfacher formaler Bildung Onliner. Durch ein Wachstum von 5,3 Prozentpunkten wird 2009 auch in dieser Bevölkerungsgruppe die 50-Prozent-Marke überschritten. Besonders hohe Anteile verzeichnen Bremen, Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg. Der Aufsteiger Bremen profitiert vom starken Wachstum bei den Befragten mit einfachem Bildungsabschluss und steigert seinen Index-Wert um elf Punkte. Die geringsten Anteile weisen Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Brandenburg und Thüringen auf. Erfreulich ist, dass die Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen bessere Index-Werte als im letzten Jahr erzielen und somit den Abstand zum Mittelfeld verringern konnten.

Onliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2008/2009)

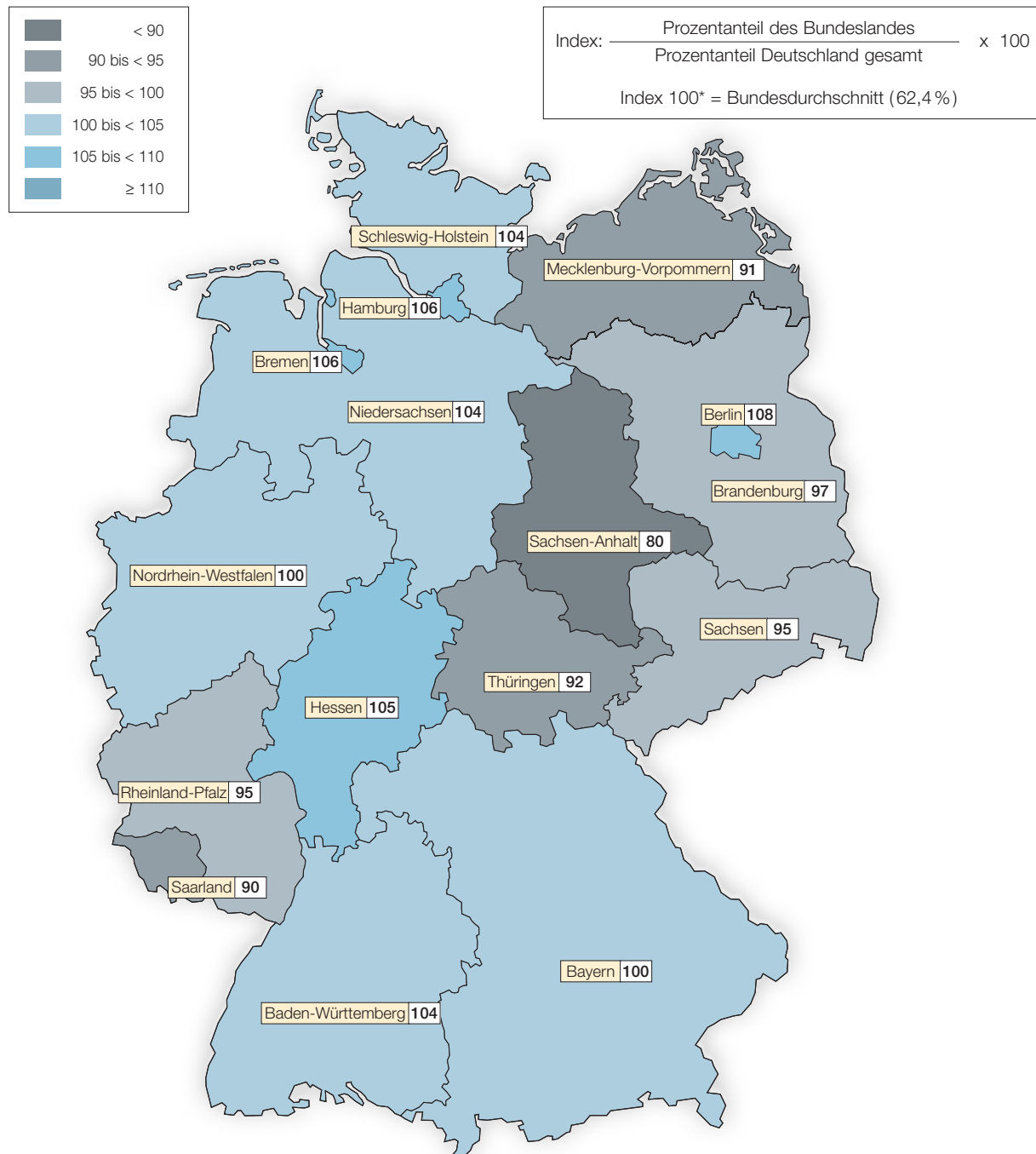


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Die Wachstumsraten der Onliner mit einfachem Bildungsabschluss zeigen ein erfreuliches Bild. Mit 11,2 Prozent erzielt diese Bevölkerungsgruppe ein deutlich überdurchschnittliches Wachstum. Die Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen mit den geringsten Onliner-Anteilen in dieser Gruppe können 2009 die größten Wachstumsraten verbuchen und somit den Abstand zum Durchschnitt verringern. Auch das Saarland, in dem die Bevölkerungsgruppe mit einfacher Bildung den höchsten Anteil stellt (53,8 Prozent), verbucht eine überdurchschnittliche Steigerung.

Onliner: Frauen nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



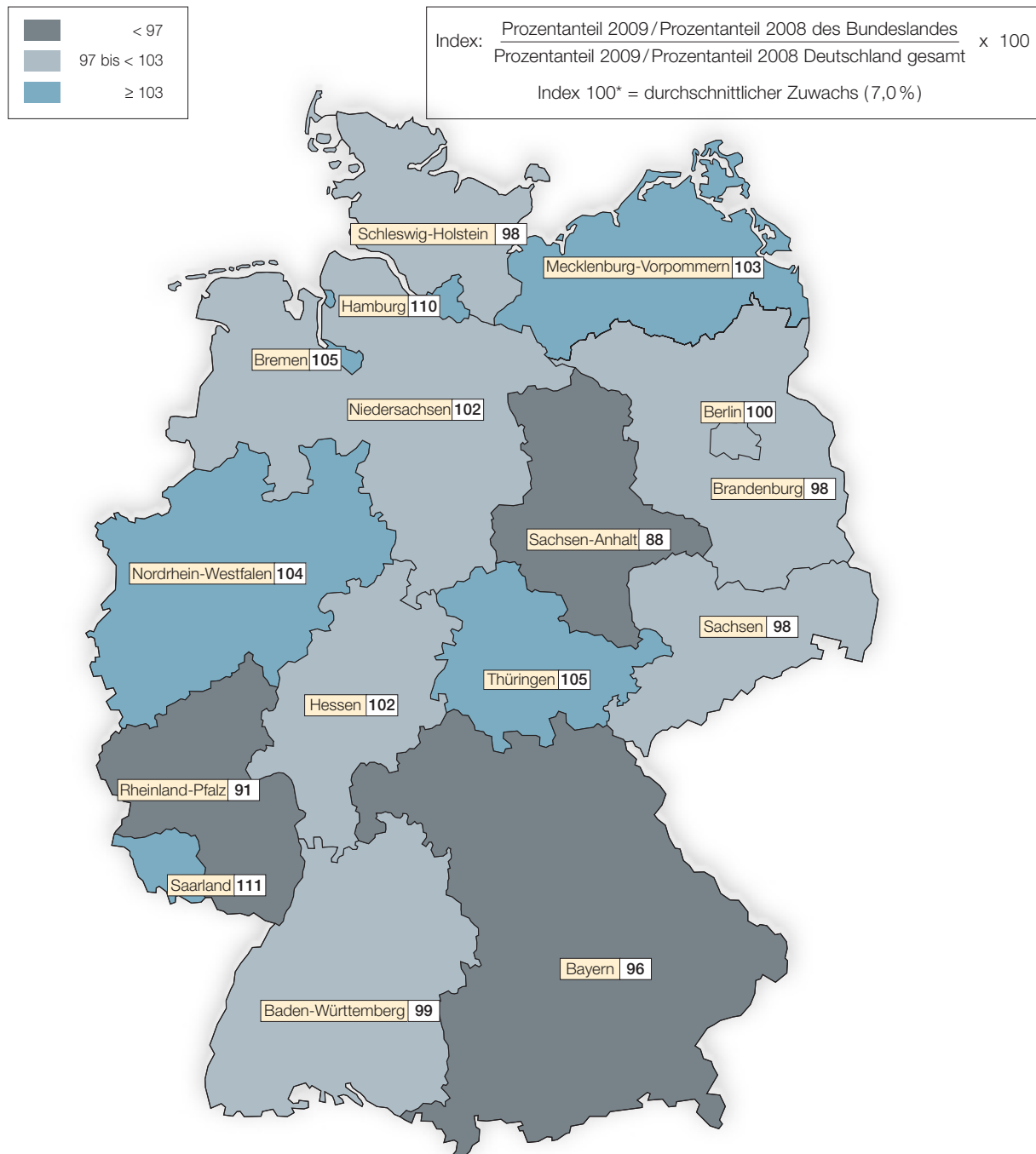
* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Der Onliner-Anteil der Frauen steigt in diesem Jahr auf 62,4 Prozent und durchbricht damit die 60-Prozent-Marke. Die Stadtstaaten Berlin, Bremen und Hamburg bilden bei den Frauen – wie auch in der Gesamtbetrachtung – die Hochburgen der Internetnutzung. Anders als in der Gesamtbetrachtung kann sich Berlin beim Onliner-Anteil der Frauen auf Platz 1 halten. Möglicherweise wird sich das aber im Verlauf des Jahres ändern: Die Nutzungsplanerinnen in Berlin sind mit 2,9 Prozent nur unterdurchschnittlich vertreten. Die mit Abstand niedrigste Internetnutzung der Frauen verzeichnet Sachsen-Anhalt; danach folgen das Saarland, Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen.

Onliner: Frauen

Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2008/2009)

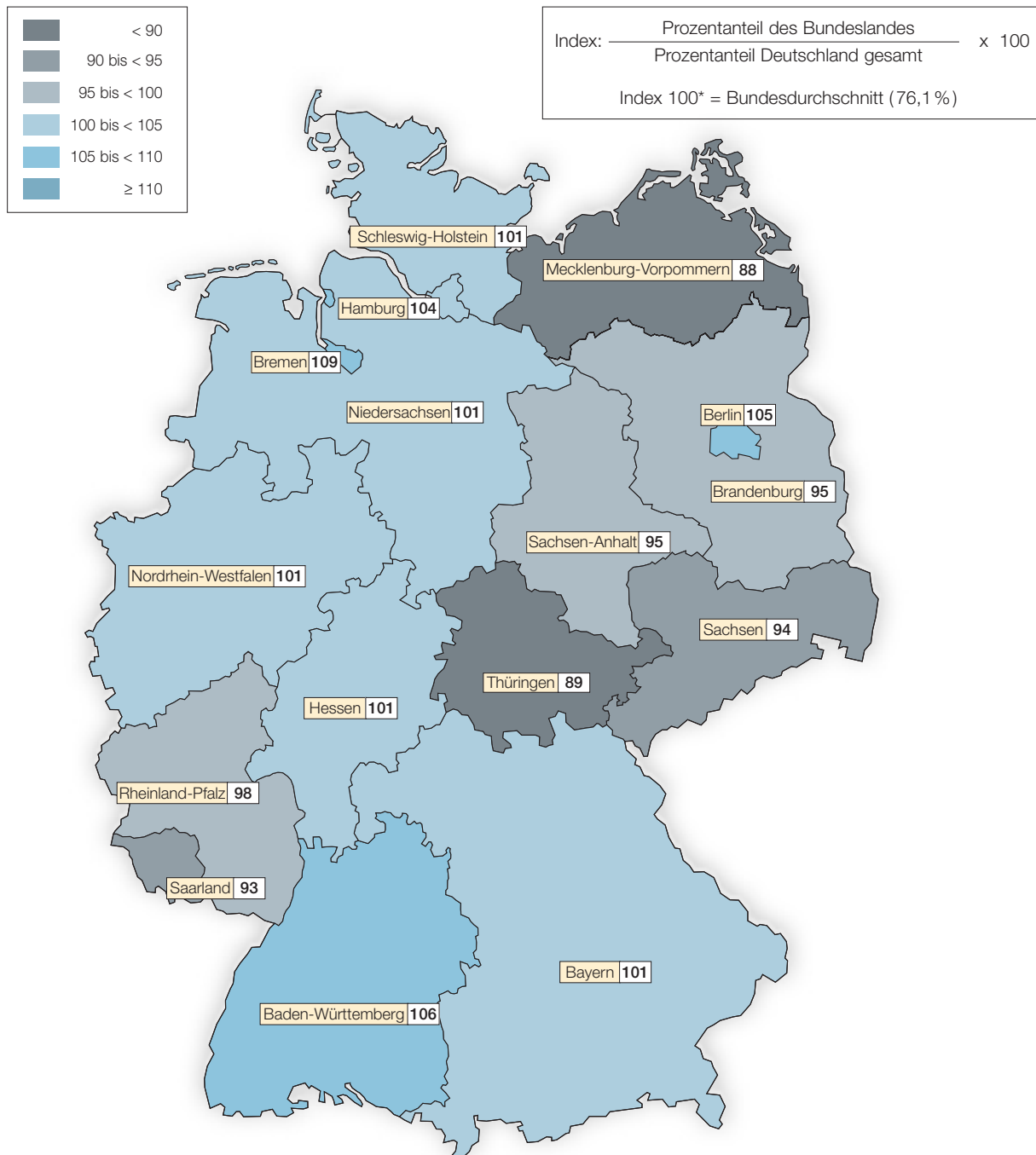


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Zur niedrigsten Internetnutzung der Frauen in Sachsen-Anhalt kommt noch das geringste Onliner-Wachstum hinzu. Doch zumindest die Anzahl der Nutzungsplanerinnen lässt hoffen. Mit einem Planer-Anteil von 5,9 Prozent liegt Sachsen-Anhalt über dem Durchschnitt von 4,8 Prozent. Erfreulich sind die Zuwachsraten im Saarland (Index: 111), in Thüringen (Index: 105) und in Mecklenburg-Vorpommern (Index: 103). Aber auch Hamburg, Bremen und Nordrhein-Westfalen erzielen überdurchschnittliches Wachstum beim Onliner-Anteil der Frauen.

Onliner: Männer nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

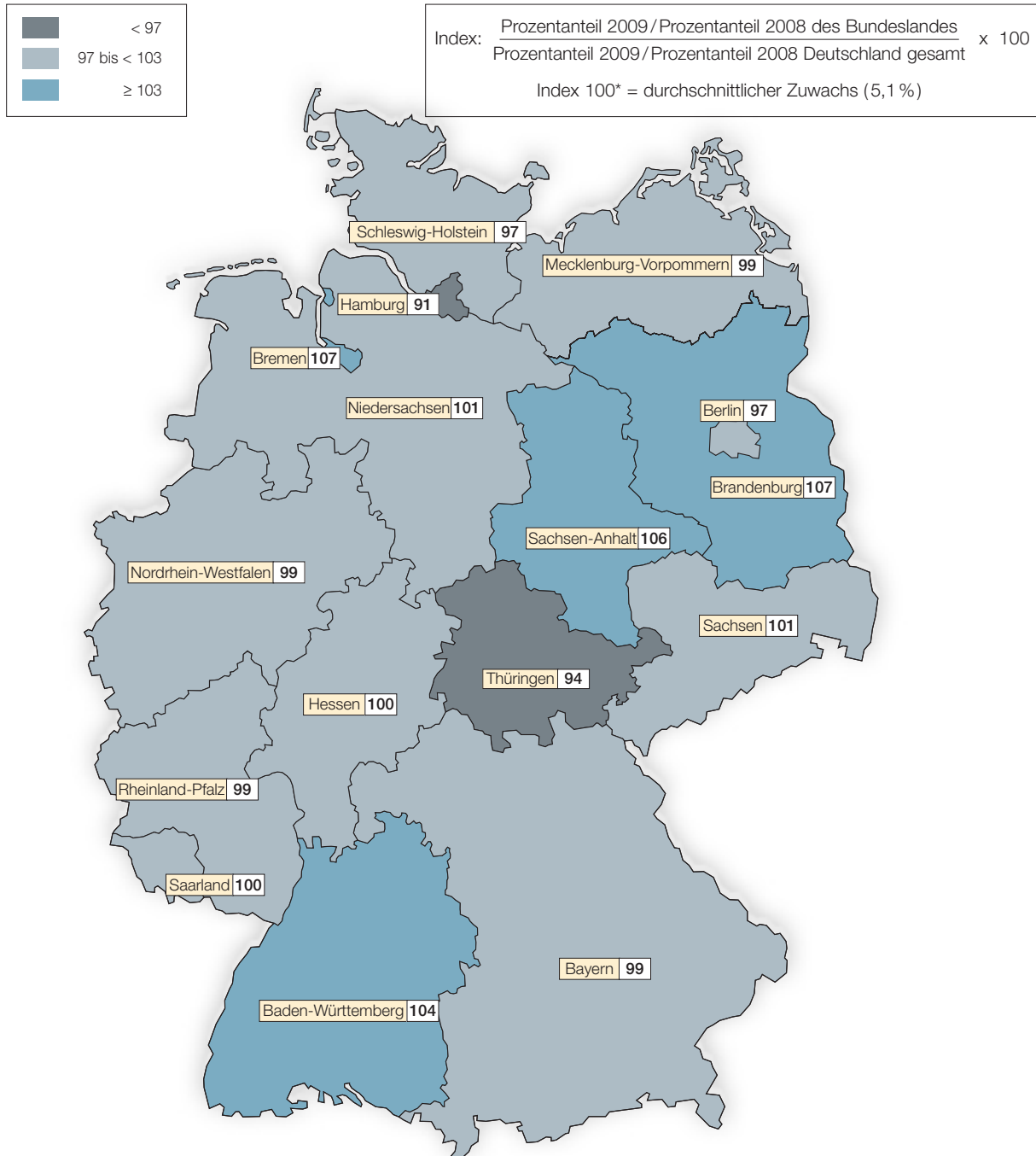
Mit einem Bundesdurchschnitt von 76,1 Prozent sind 2009 über drei Viertel der Männer online. Bremen setzt sich hier an die Spitze. Auf Platz 2 folgt bereits Baden-Württemberg mit einem Index von 106. Berlin fällt auf den dritten Platz zurück.

Mit einer Spannweite von 21 Indexpunkten gibt es bei Männern kleinere Unterschiede auf Bundeslandebene als bei Frauen (Spannweite: 28 Indexpunkte). In den Ländern Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen und im Saarland ist der Onliner-Anteil der Männer am geringsten.

Onliner: Männer

Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2008/2009)



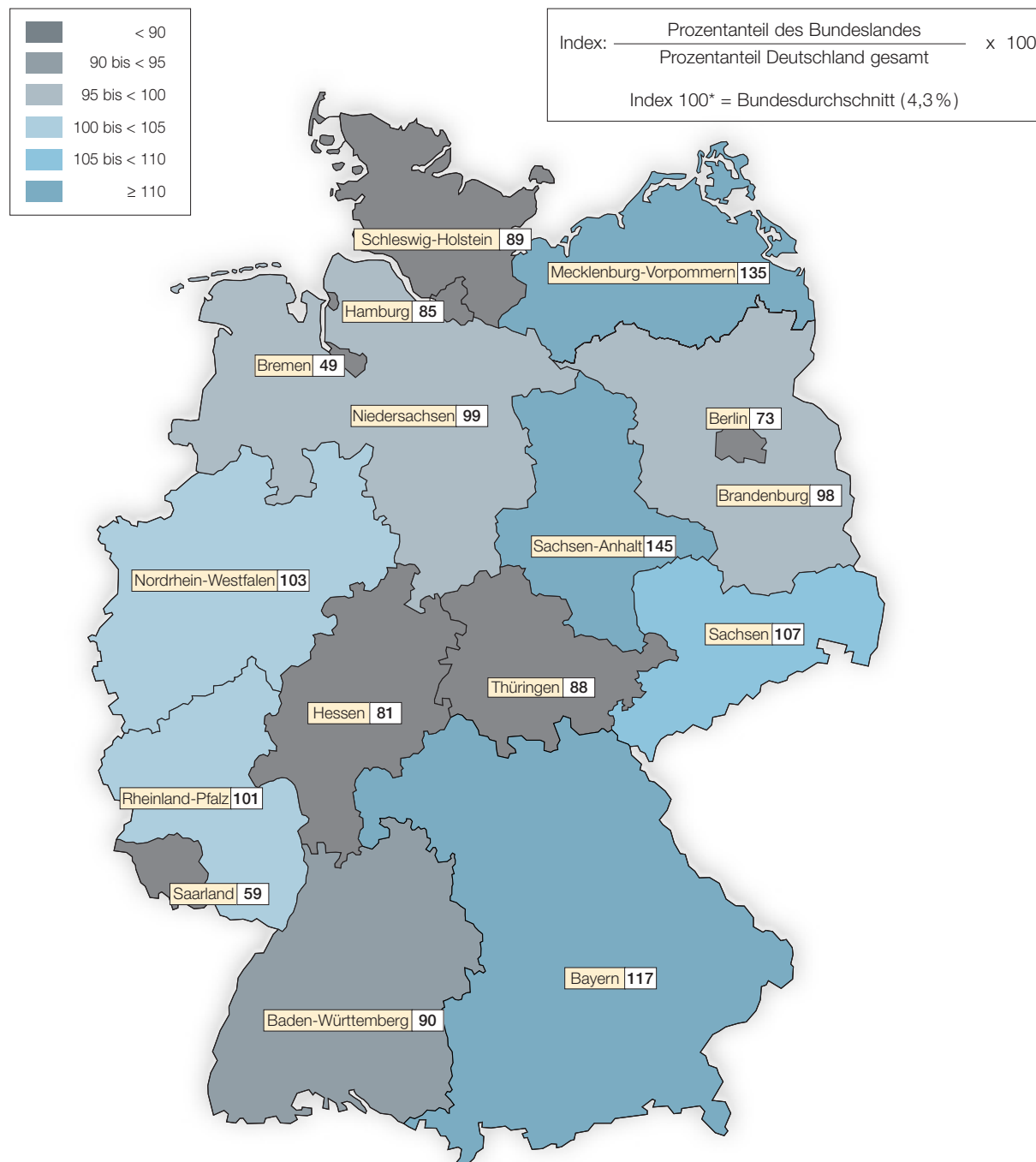
* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Auch das Wachstum beim Onliner-Anteil der Männer ist 2009 verhältnismäßig ausgeglichen. Zehn der sechzehn Bundesländer wachsen im mittleren Bereich von 97 bis 102 Indexpunkten. Überdurchschnittliches Wachstum erzielen Brandenburg, Bremen, Sachsen-Anhalt und Baden-Württemberg; unterdurchschnittlichen Zuwachs haben Thüringen und Hamburg. Mit einem durchschnittlichen Wachstum von 5,1 Prozent liegen die Männer unter dem Bundesdurchschnitt (6,1 Prozent) und folgerichtig hinter den Frauen (7,0 Prozent).

5. Nichtnutzer mit Beschaffungsabsicht (Nutzungsplaner)

Nutzungsplaner nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

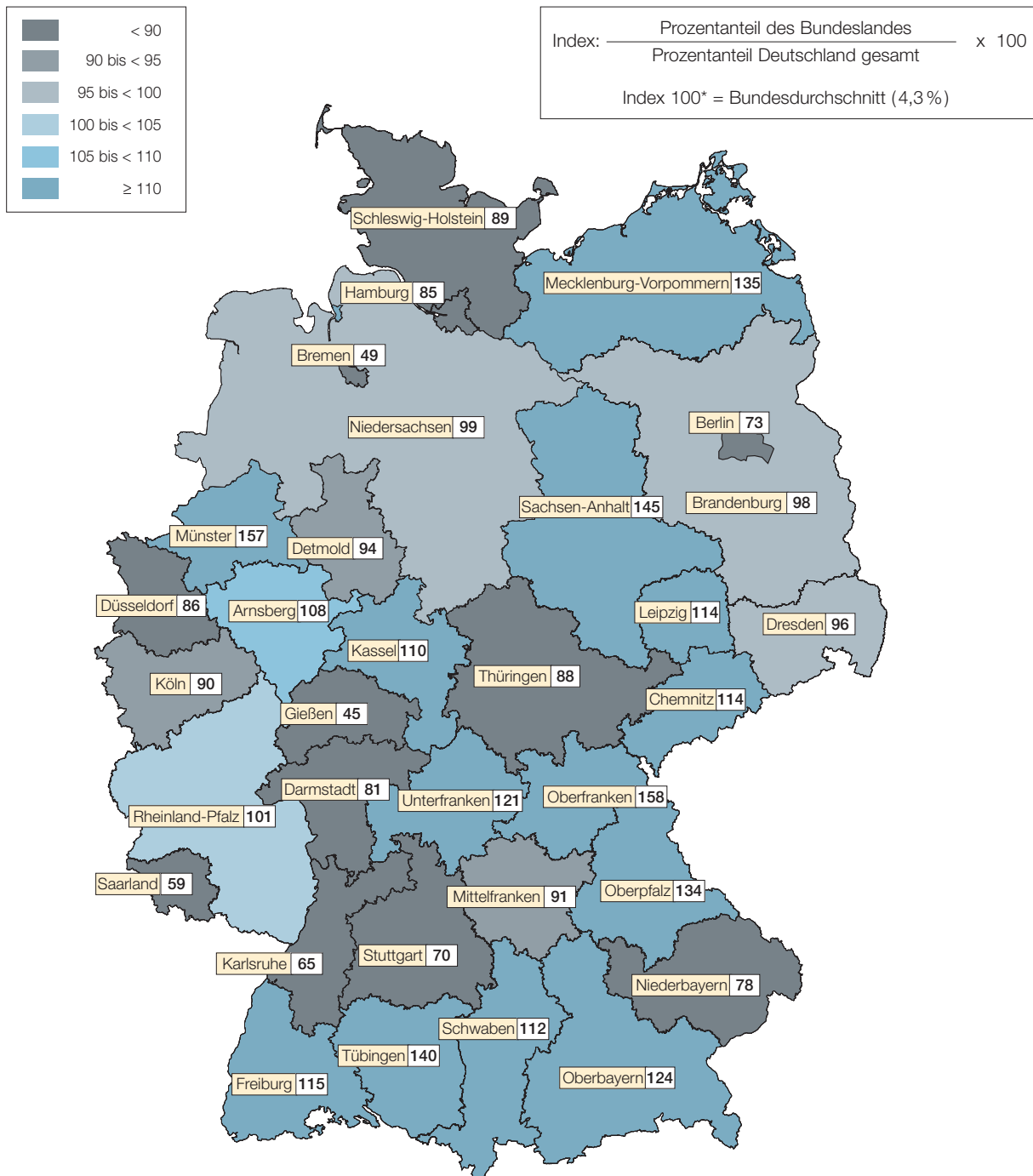


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzungsplanung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 4,3 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Anteil an Nutzungsplanern in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Zum dritten Mal in Folge geht der Anteil der Nutzungsplaner leicht zurück. Derzeit planen 4,3 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren, innerhalb der nächsten 12 Monate das Internet zu nutzen. Im Vorjahr waren es 4,9 Prozent und 2007 noch 5,7 Prozent. Die höchsten Index-Werte bei der Nutzungsplanung erzielen Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und Bayern. In diesen Bundesländern ist im nächsten Jahr mit dem größten Wachstumspotenzial zu rechnen. Dabei ist aber zu bedenken, dass die regionalen Unterschiede beim insgesamt geringen Anteil der Nutzungsplaner von 4,3 Prozent größer erscheinen als sie sind: Ein Prozentpunkt über oder unter dem Durchschnittswert lässt den Index-Wert bereits um 23 Punkte nach unten oder nach oben abweichen.

Nutzungsplaner nach Regierungsbezirken 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



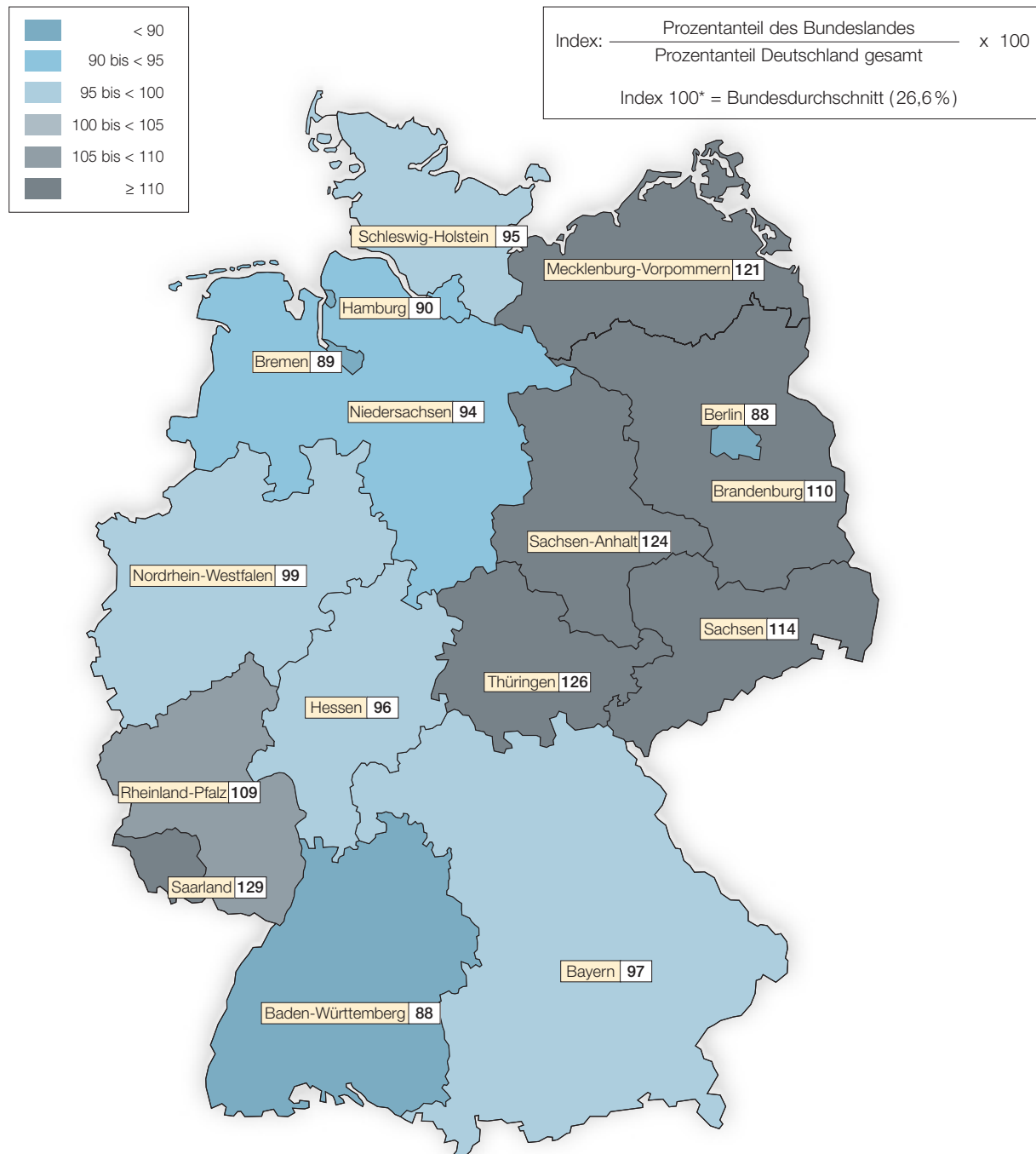
* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 32. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 85 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 4,3 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Auf der Regierungsbezirksebene ergibt sich ein heterogenes Bild hinsichtlich der Nutzungsplaner. Die Index-Werte schwanken von 158 Punkten in Oberfranken bis zu 45 Punkten in Gießen. Allerdings sollten die Unterschiede nicht überbewertet werden. Der scheinbar große Unterschied von 113 Indexpunkten steht für eine Differenz von lediglich 4,9 Prozentpunkten.

6. Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht (Offliner)

Offliner nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



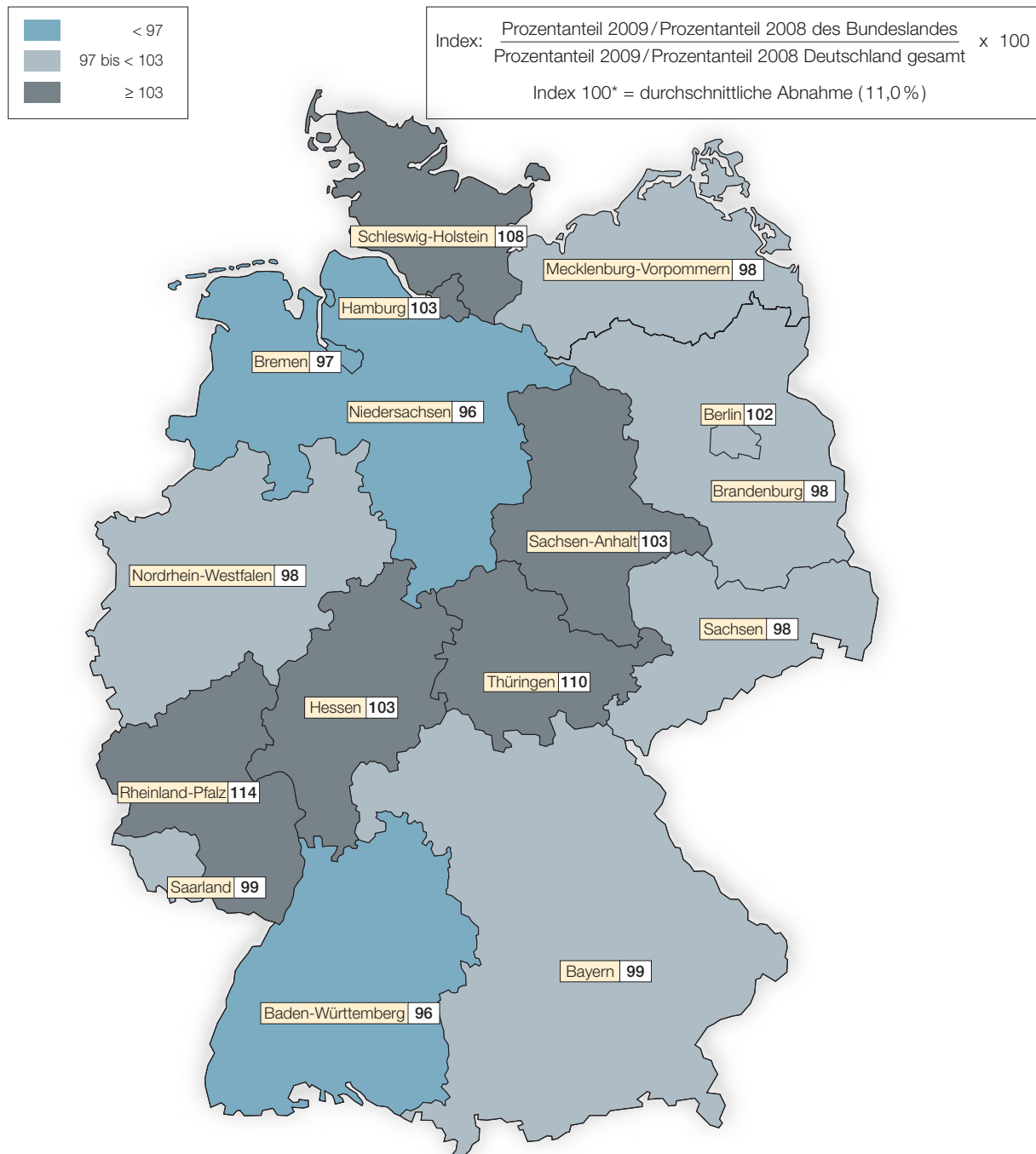
* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnichtnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 26,6 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Offliner-Anteil in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Der Anteil der Offliner, also der Nichtnutzer, die es auch in den nächsten 12 Monaten bleiben wollen, sinkt 2009 erneut. Er fällt um 3,3 Prozentpunkte bzw. verringert sich um 11,0 Prozent und liegt nun bei 26,6 Prozent. Damit ist nur noch etwa jeder Vierte ein Offliner.

Nach wie vor besteht eine klare Ost-West-Trennung. Die positive Ausnahme im Osten bildet Berlin. Nur Baden-Württemberg hat einen gleich niedrigen Index-Wert wie die Bundeshauptstadt. Im Westen fällt erneut der hohe Offliner-Anteil des Saarlands auf.

Offliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt 2008/2009)

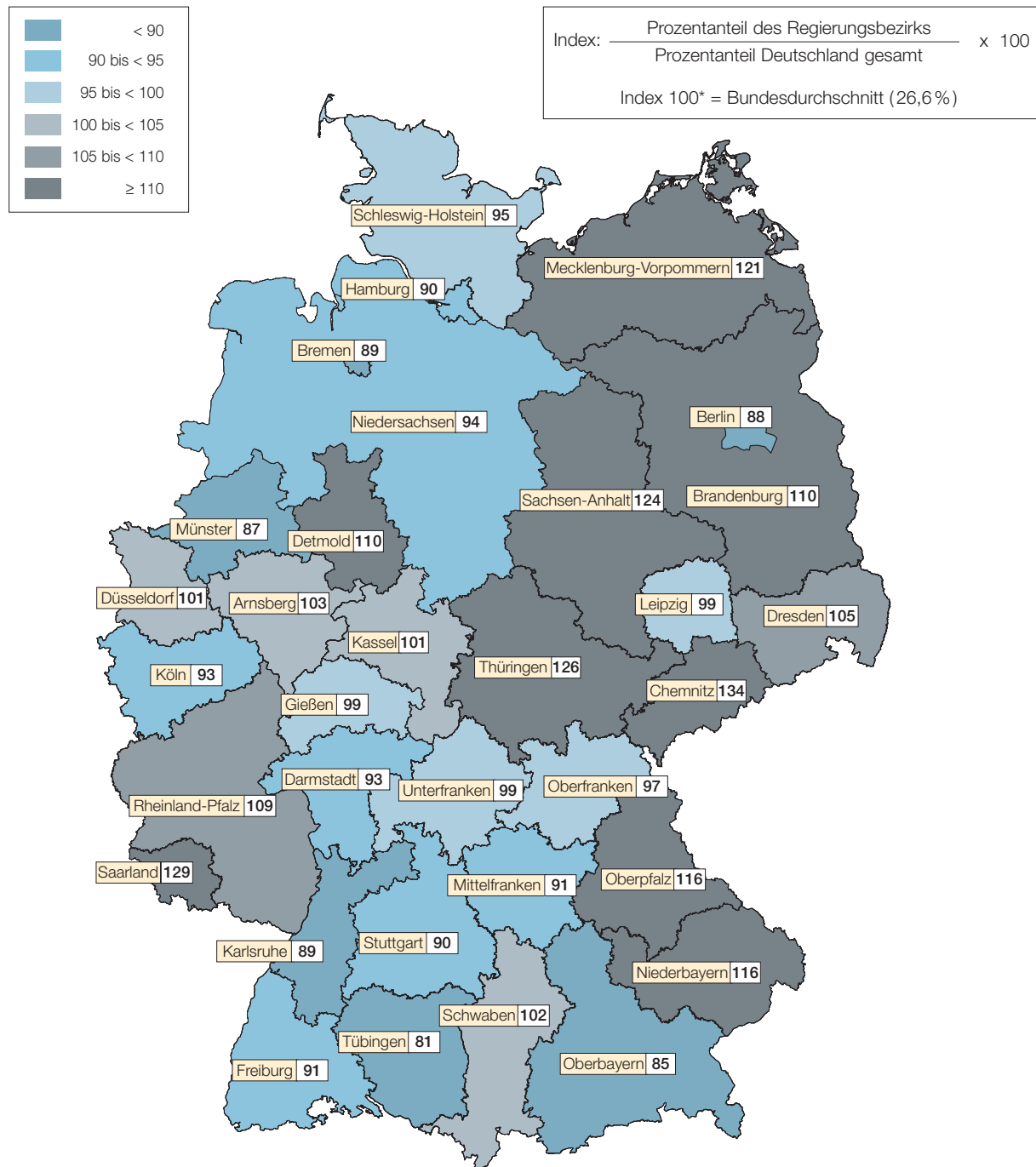


* Index-Werte unter 100 bedeuten eine stärkere Abnahme der Offliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte über 100 bedeuten eine geringere Abnahme.

Bei der Veränderung des Offliner-Anteils gibt es keine klare Ost-West-Trennung. In Baden-Württemberg, Bremen und Niedersachsen sinkt der Offliner-Anteil 2009 am deutlichsten. Eine besonders geringe Abnahme verzeichnen Rheinland-Pfalz, Thüringen und Schleswig-Holstein.

Offliner nach Regierungsbezirken 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

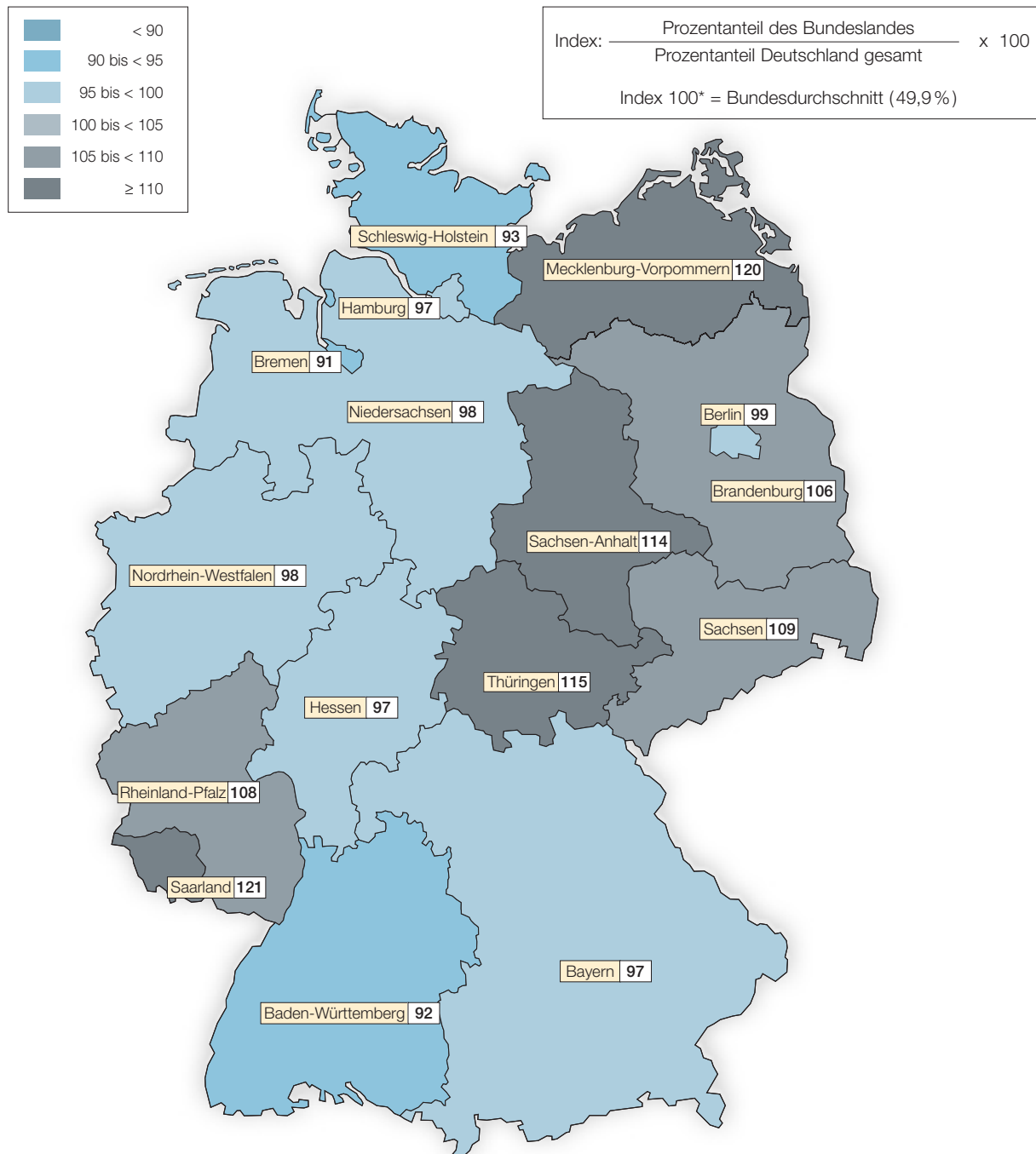


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 90 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 26,6 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Während 2008 auf der Ebene der Regierungsbezirke die Ost-West-Teilung ganz klar das Bild prägte, bricht die strikte Teilung zwischen Ost und West in 2009 an einigen Stellen auf. Zum einen erreichen östliche Bezirke wie Dresden, Leipzig und Berlin durchschnittliche oder geringe Offliner-Werte. Zum anderen gibt es auch im Westen Bezirke wie Niederbayern, die Oberpfalz, Detmold und das Saarland mit hohem Offliner-Anteil. In Tübingen, dem Bezirk mit dem geringsten Index-Wert, liegt der Offliner-Anteil insgesamt nur noch bei 21,6 Prozent. Bei den Befragten zwischen 14 und 49 Jahren sind dort sogar nur noch 6,7 Prozent Offliner.

Offliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

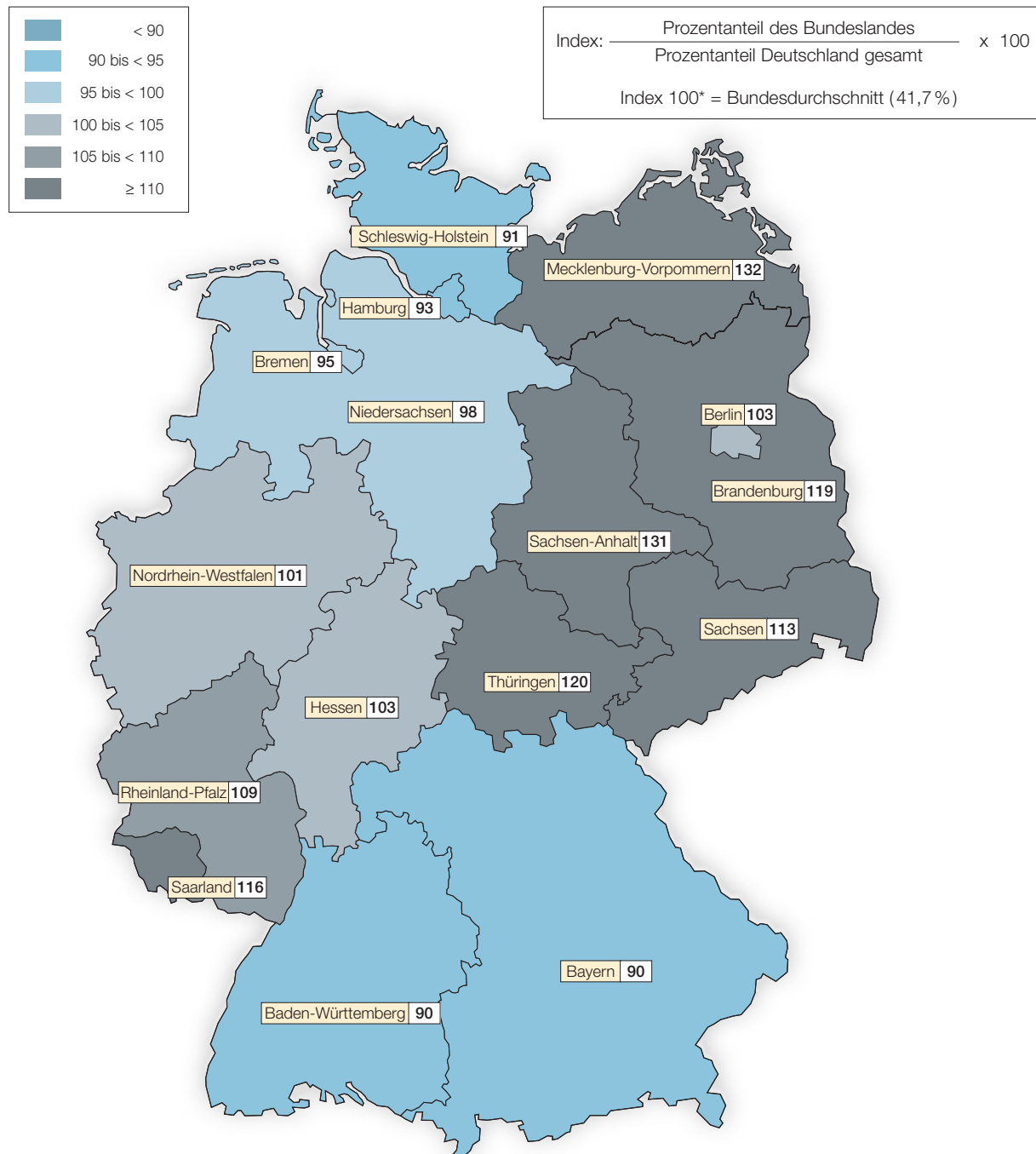


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Der Anteil der Offliner unter den „Best Ager“ (ab 50 Jahre) ist weiter gesunken und beträgt aktuell 49,9 Prozent. Damit sind erstmals weniger als die Hälfte der Befragten über 50 Jahre Offliner. Die wenigsten „Offline-Best-Ager“ wohnen aktuell nicht nur im Stadtstaat Bremen, auch die Flächenländer Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein erzielen deutlich geringere Index-Werte als der Durchschnitt. Überdurchschnittlich viele Offliner der Altersgruppe 50plus weisen neben den ostdeutschen Flächenländern das Saarland und Rheinland-Pfalz auf.

Offliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

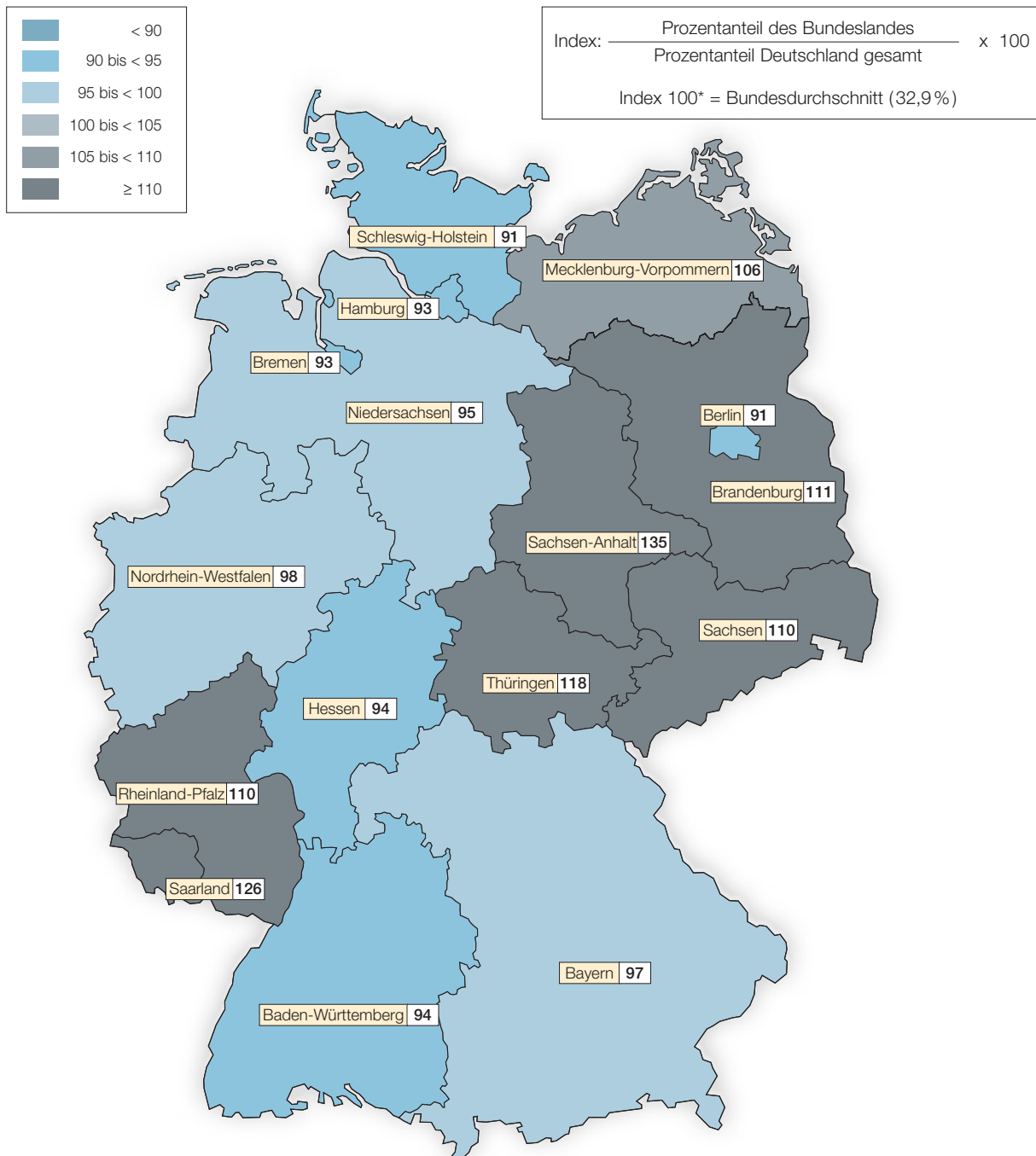


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Trotz des starken Wachstums bei der Internetnutzung von Personen mit formal einfachem Bildungsabschluss bleibt eine eindeutige Trennung zwischen West und Ost, wie in den Jahren zuvor, bestehen. Mit der Ausnahme von Berlin weisen alle östlichen Bundesländer Index-Werte über 110 auf. Im Westen rangiert lediglich das Saarland über 110 Punkten. Besonders geringe Offliner-Anteile bei Befragten mit einfacher formaler Bildung haben Baden-Württemberg, Bayern und Schleswig-Holstein.

Offliner: Frauen nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

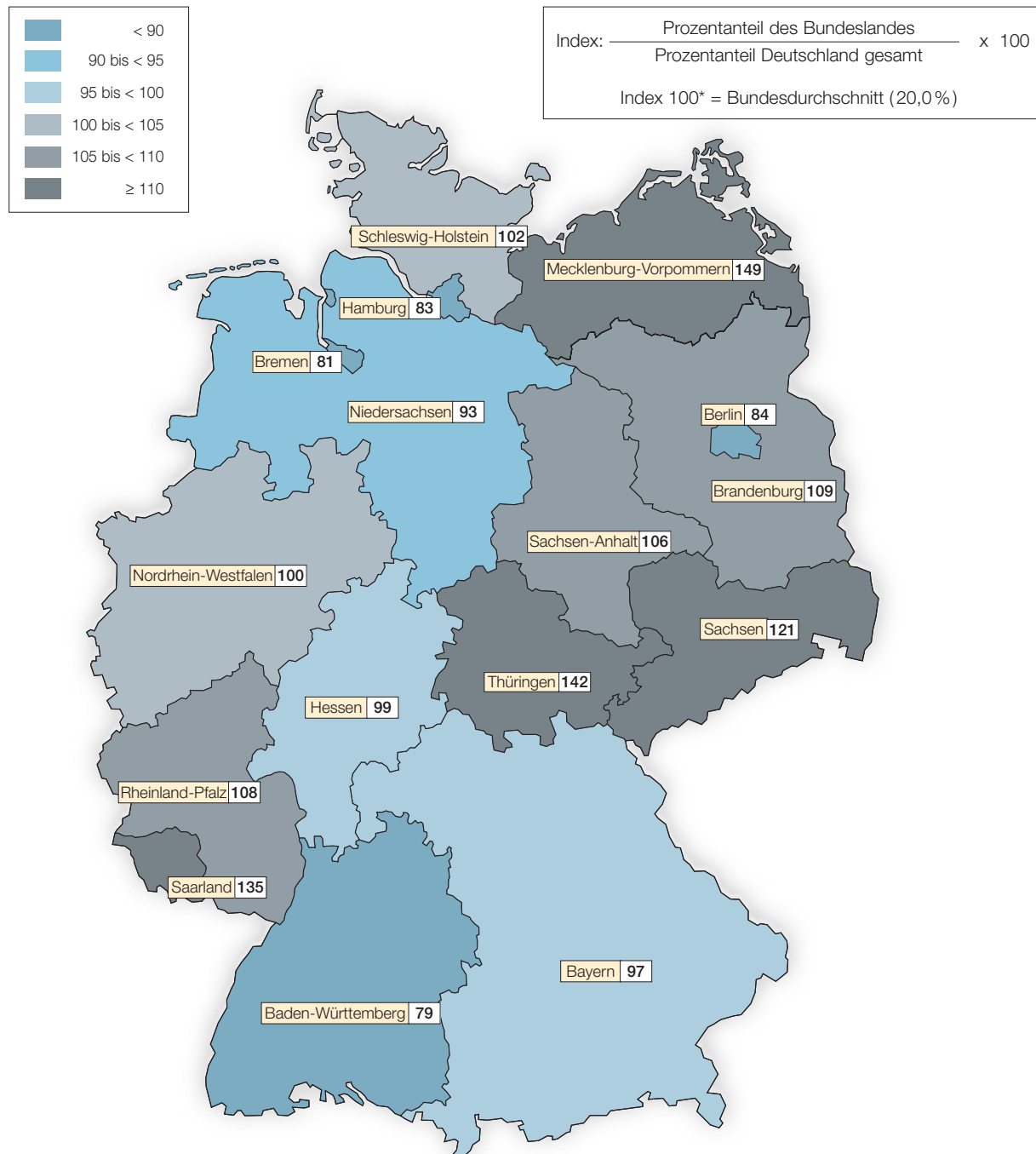


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Bei den Frauen beträgt der Offliner-Anteil aktuell 32,9 Prozent – das ist weniger als ein Drittel! Am geringsten ist der Offliner-Anteil der Frauen dabei in Berlin und Schleswig-Holstein (jeweils Index: 91 Punkte resp. 29,8 Prozent). Sachsen-Anhalt ist mit einem Index-Wert von 135 klar das Bundesland mit dem höchsten Offliner-Anteil der Frauen. Danach folgen das Saarland (126 Punkte) und Thüringen (118 Punkte).

Offliner: Männer nach Bundesländern 2009

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Lediglich einer von fünf Männern (20,0 Prozent) ist ein Internet-Nichtnutzer ohne Nutzungsabsicht. Die Schwankung der Index-Werte bei den Männern ist jedoch groß. Während in Baden-Württemberg lediglich 15,9 Prozent der Männer zu den Offlinern gehören, sind es in Mecklenburg-Vorpommern immerhin noch 29,8 Prozent. Die übrigen Bundesländer liegen mit ihren Prozentwerten zwischen diesen beiden Extremwerten.



INTERNETNUTZUNG NACH GESCHLECHT

7. Internetnutzung nach Geschlecht

Kompetenz und Erfahrung: Internetnutzung 2.0



Während Sie meinen Beitrag lesen, wächst die Internetgemeinde stetig weiter. Inzwischen sind 46,3 Millionen Nutzerinnen und Nutzer online.

Eine reine Erfolgsgeschichte!? Rund ein Drittel und damit fast 18 Millionen Menschen, davon über 11 Millionen Frauen, sind

nicht online und profitieren nicht von den Möglichkeiten und Vorteilen der Online-Kommunikation. Aber dies hat sich in den Altersgruppen sehr differenziert entwickelt: Die ganz jungen Frauen bis 19 Jahre, also Schülerinnen und Auszubildende, haben seit 2007 bereits die Männer in ihrer Altersgruppe überholt und sind mit derzeit 96,4 Prozent fast vollständig online. In den folgenden Altersgruppen verringert sich der Unterschied zwischen den Online-Anteilen der Frauen und der Männer nachhaltig: Er ist mit zwei Prozentpunkten bei den 20- bis 29-Jährigen am geringsten und bei den 60- bis 69-Jährigen mit über 21 Prozentpunkten am höchsten. Beunruhigend gering ist mit knapp über zehn Prozent der Online-Anteil bei den älteren Frauen über 70 Jahren und liegt um 21,1 Prozentpunkte unter dem der gleichaltrigen Männer.

Frauen-Anteil ist Indikator für nachhaltige Nutzungskultur

Der wirkliche Fortschritt zeigt sich nur da, wo eine qualitative Veränderung mit einer nachhaltigen Verbesserung einhergeht. Daher beobachten wir seit Jahren, ob und wie sich die Nutzungsschere zwischen Frauen und Männern weiter schließt.

Der Unterschied zwischen 76,1 Prozent männlicher und 62,4 Prozent weiblicher Nutzer/Nutzerinnen beträgt 13,7 Prozentpunkte, exakt derselbe Wert wie 2001 im ersten (N)ONLINER Atlas. Allerdings lagen die Nutzungswerte mit 44,2 Prozent der Männer und 30,5 Prozent der Frauen deutlich niedriger. Das Allzeittief von 2007 mit nur 13,3 Prozentpunkten Differenz wird jedoch nicht unterschritten.

Fazit: Die Frauen holen in den jüngeren Altersgruppen bis 59 Jahren auf, profitieren aber nicht im selben Maße vom Zuwachs in der Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen wie die Männer. Auch die Trends des überdurchschnittlichen Wachstums in der Gruppe mit einfacher formaler Bildung und in den unteren Einkommensgruppen wirken sich bei den älteren Frauen bisher nicht positiv aus. Besonders für ältere Frauen müssen daher neue Ansätze gefunden werden, um ihnen den kompetenten Umgang mit dem Internet nahe zu bringen.

Internet erfahren: Erfahrung schaffen, Erfahrung teilen, Erfahrung nutzen

Mit der Initiative *Internet erfahren* verstärkt die Bundesregierung ihre Aktivitäten zur digitalen Integration aller Bürgerinnen und Bürger in Deutschland. Die Initiative richtet sich an Menschen, die das Internet bislang nicht oder nicht kompetent genutzt haben und damit von den beruflichen und sozialen Chancen der digitalen Medien ausgeschlossen sind.

Nach dem Motto „Gemeinsam durchs Netz“ soll diesen Menschen ein qualifizierter Umgang mit dem Internet über Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Einrichtungen und aus ihrem persönlichen Umfeld vermittelt werden.

In drei Programmen werden in Kooperation mit lokalen, regionalen und bundesweiten Aktiven aus Unternehmen, Organisationen, Verbänden und Kommunen neue Konzepte und Maßnahmen entwickelt, erprobt und evaluiert. Dabei steht der individuelle Nutzen des Internets für die Menschen und die persönliche Zuwendung im Vordergrund. Mit dem Programm *Internet-Patinnen und -Paten* initiiert und unterstützt das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit Patenschaften von netz erfahrenen Frauen und Männern mit bisherigen Nichtnutzerinnen und -nutzern, die sich aus dem privaten oder beruflichen Umfeld kennen.

Ein bewährtes Rezept, denn viele heutige Nutzende haben ihre ersten Schritte so gemacht und sind daher gute Botschafterinnen und Botschafter in der digitalen Welt.

Birgit Kampmann

Geschäftsführerin, Leiterin Kompetenzfeld „Digitale Integration“,
Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.

Internetnutzung nach Geschlecht und Bundesländern 2009

Frauen (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	1.973	65,0	4,1	30,8
Bayern	2.356	62,3	6,0	31,7
Berlin	639	67,4	2,9	29,8
Brandenburg	519	60,6	2,8	36,5
Bremen	124	66,4	3,0	30,5
Hamburg	332	66,3	3,0	30,7
Hessen	1.141	65,3	3,6	31,0
Mecklenburg-Vorpommern	344	57,0	8,3	34,7
Niedersachsen	1.521	64,7	4,0	31,2
Nordrhein-Westfalen	3.406	62,4	5,5	32,1
Rheinland-Pfalz	780	59,1	4,7	36,2
Saarland	206	56,0	2,5	41,4
Sachsen	886	59,1	4,9	36,0
Sachsen-Anhalt	511	49,8	5,9	44,3
Schleswig-Holstein	545	65,1	5,0	29,8
Thüringen	477	57,5	3,8	38,7
Gesamt	15.759	62,4	4,8	32,9

höchster Onliner-Anteil
 höchster Offliner-Anteil

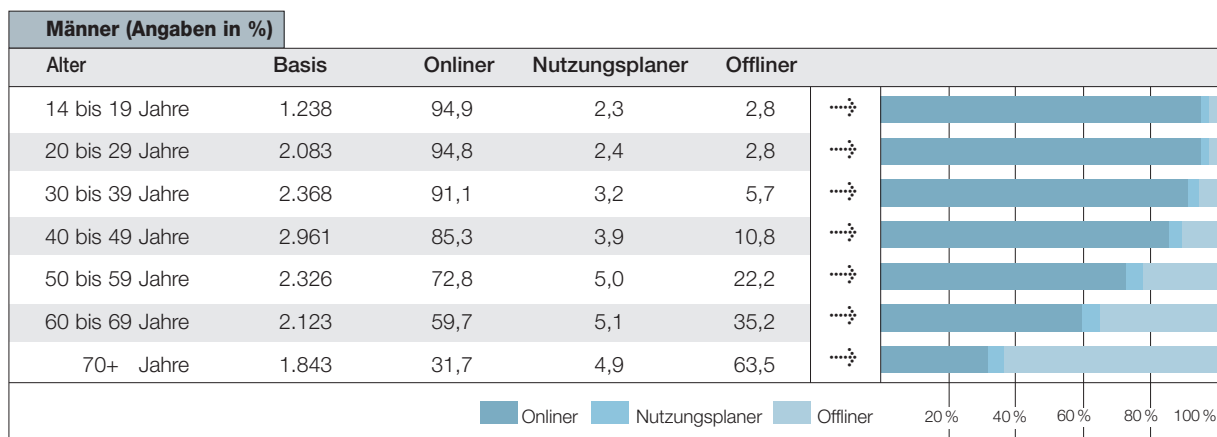
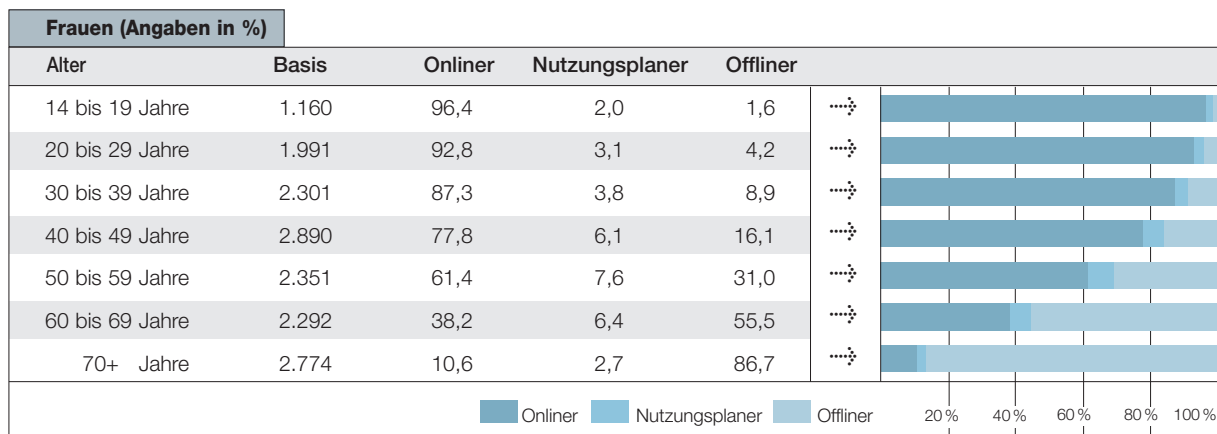
Männer (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	1.887	80,5	3,7	15,9
Bayern	2.237	76,6	4,1	19,3
Berlin	602	79,7	3,5	16,8
Brandenburg	507	72,5	5,7	21,8
Bremen	112	82,8	1,2	16,1
Hamburg	304	78,9	4,5	16,6
Hessen	1.092	76,9	3,3	19,8
Mecklenburg-Vorpommern	341	66,9	3,4	29,8
Niedersachsen	1.451	76,8	4,6	18,6
Nordrhein-Westfalen	3.191	76,7	3,4	19,9
Rheinland-Pfalz	737	74,4	4,1	21,5
Saarland	193	70,5	2,6	26,9
Sachsen	831	71,4	4,4	24,2
Sachsen-Anhalt	484	72,2	6,7	21,1
Schleswig-Holstein	517	77,1	2,6	20,3
Thüringen	459	67,9	3,8	28,3
Gesamt	14.943	76,1	3,9	20,0

höchster Onliner-Anteil
 höchster Offliner-Anteil

Nach wie vor ist der Onliner-Anteil der Frauen in Berlin am höchsten. Mit 67,4 Prozent Internetnutzung der Frauen liegt die Bundeshauptstadt noch immer vor Bremen (66,4 Prozent). Bei den Männern führt hingegen Bremen mit 82,8 Prozent, was auch insgesamt zur Spitzenplatzierung führt.

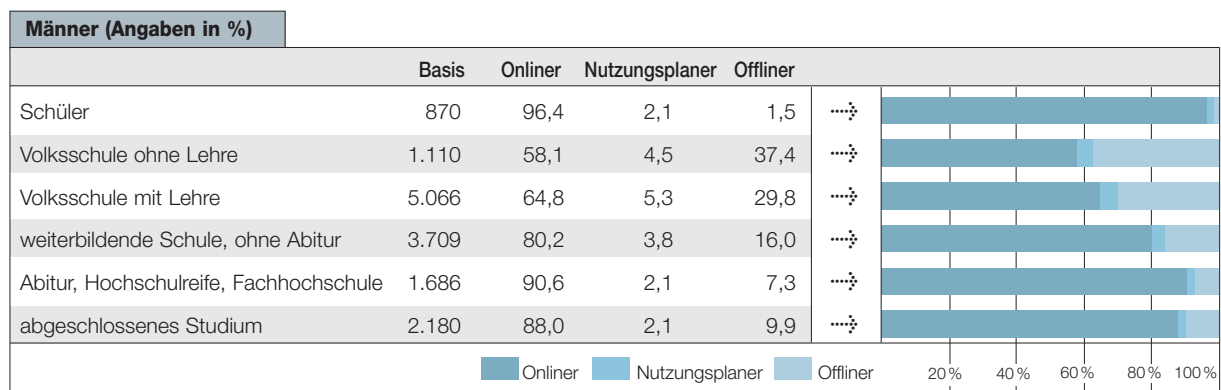
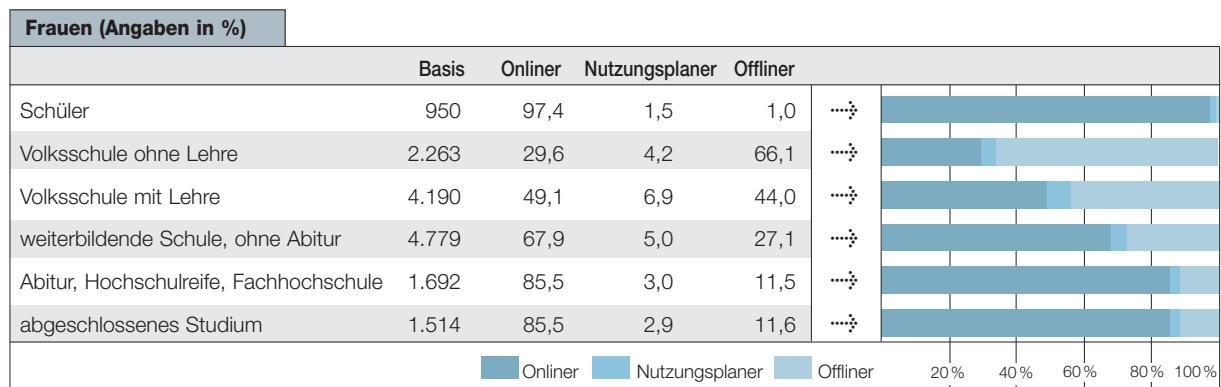
Die meisten Offlinerinnen gibt es in Sachsen-Anhalt. Dort haben 44,3 Prozent der weiblichen Befragten keine Erfahrungen mit dem Internet und planen auch in den nächsten 12 Monaten keine Nutzung. Bei den Männern hat Mecklenburg-Vorpommern, wie bereits 2008, den größten Anteil an Nichtnutzern ohne Nutzungsabsicht. Mit 29,8 Prozent ist dieser jedoch deutlich geringer als bei den Frauen.

Internetnutzung nach Geschlecht und Alter 2009



Wie bereits in den Jahren zuvor liegen die jungen Frauen in der Internetnutzung vorn. Mit 96,4 Prozent verbuchen die 14- bis 19-jährigen Frauen die höchste Nutzungsrate in der Analyse nach Alter und Geschlecht. In den folgenden Alterskohorten liegt der Onliner-Anteil der Männer über dem der Frauen. Während der Abstand zwischen den Geschlechtern in jungen Jahren nur gering ausfällt, z. B. 2,0 Prozentpunkte zwischen 20 und 29 Jahren oder 3,8 Prozentpunkte bei den 30- bis 39-Jährigen, wächst er in den folgenden Altersklassen deutlich. Die größten Nutzungsunterschiede gibt es in den Gruppen 60 bis 69 Jahre (21,5 Prozentpunkte) und 70plus (21,1 Prozentpunkte). Tatsächlich ist die Internetnutzung bei den Männern über 70 Jahren mit 31,7 Prozent in etwa dreimal höher als bei den Frauen (10,6 Prozent).

Internetnutzung nach Geschlecht und Bildung 2009

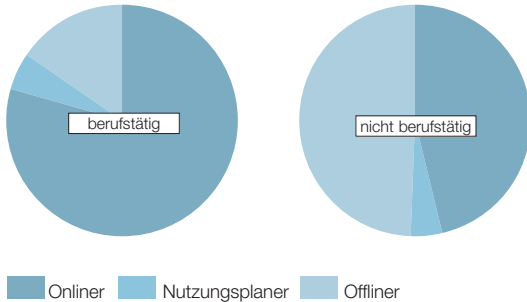


Formale Bildung hat einen positiven Effekt auf die Internetnutzung beider Geschlechter. In der Schüler-Kategorie liegen die Schülerinnen hinsichtlich der Internetnutzung vor den Schülern. Mit abgeschlossenem Studium überwiegt dafür der Onliner-Anteil der Männer um 2,5 Prozentpunkte. Auch bei Abitur, Hochschulreife oder Fachhochschule sind die Onliner-Anteile beider Geschlechter noch in ähnlichen Größenklassen. Während 90,6 Prozent der Männer mit Abitur oder vergleichbarem Bildungsabschluss das Netz nutzen, sind es mit 85,5 Prozent zwar weniger Frauen, dennoch liegen in dieser Bevölkerungsgruppe beide Geschlechter insgesamt auf sehr hohem Niveau. Deutliche Unterschiede ergeben sich jedoch beim mittleren Bildungsabschluss. Hier nutzen 80,2 Prozent der Männer, aber nur 67,9 Prozent der Frauen das Internet. Den größten Unterschied zwischen den Geschlechtern gibt es beim Volksschulabschluss ohne Lehre. In der Gruppe ohne abgeschlossene Berufsausbildung haben knapp doppelt so viele Männer (58,1 Prozent) Erfahrungen mit dem Internet wie Frauen (29,6 Prozent).

Internetnutzung nach Geschlecht und Berufstätigkeit 2009

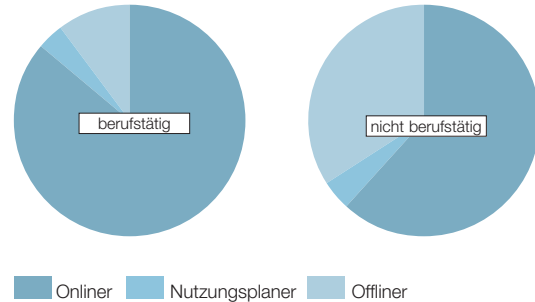
Frauen (Angaben in %)

	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	7.673	79,4	5,2	15,4
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	8.086	46,2	4,4	49,4



Männer (Angaben in %)

	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	8.850	86,1	3,7	10,2
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	6.092	61,7	4,2	34,1



Die Unterschiede zwischen Frauen und Männern bezüglich der Internetnutzung sind bei den Nicht-Berufstätigen größer als bei den Berufstätigen. In vielen Berufen sind Computernutzung und Internetkompetenz in der Zwischenzeit ein fester Bestandteil der Tätigkeit. Dies gilt sowohl für Frauen (Onliner-Anteil: 79,4 Prozent) als auch für Männer (Onliner-Anteil: 86,1 Prozent). Dennoch nutzen auch bei den Berufstätigen etwas mehr Männer das Internet als Frauen.

Bei den Befragten ohne Erwerbstätigkeit ist der Unterschied jedoch deutlich größer. Während 61,7 Prozent der nicht berufstätigen Männer das Internet nutzen, sind es lediglich 46,2 Prozent der Frauen. Diese Gruppe sollte verstärkt an den Umgang mit den neuen Medien herangeführt werden.



**UNTER 50 – ÜBER 50:
INTERNETNUTZUNG NACH ALTERSGRUPPEN**

8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen

Internetnutzung nach Altersgruppen und Bundesländern 2009

14 bis 49 Jahre (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	2.192	89,7	3,8	6,5
Bayern	2.622	87,1	4,2	8,8
Berlin	709	93,3	2,6	4,1
Brandenburg	565	85,1	4,9	10,0
Bremen	126	93,2	2,2	4,6
Hamburg	371	91,5	1,8	6,7
Hessen	1.219	90,5	3,1	6,4
Mecklenburg-Vorpommern	381	84,0	5,7	10,3
Niedersachsen	1.639	90,5	3,8	5,6
Nordrhein-Westfalen	3.614	89,1	3,2	7,6
Rheinland-Pfalz	835	88,3	2,8	8,9
Saarland	212	85,6	2,8	11,7
Sachsen	893	87,8	4,0	8,2
Sachsen-Anhalt	525	83,2	5,4	11,5
Schleswig-Holstein	583	88,4	3,8	7,9
Thüringen	507	83,6	3,0	13,4
Gesamt	16.994	88,6	3,6	7,8

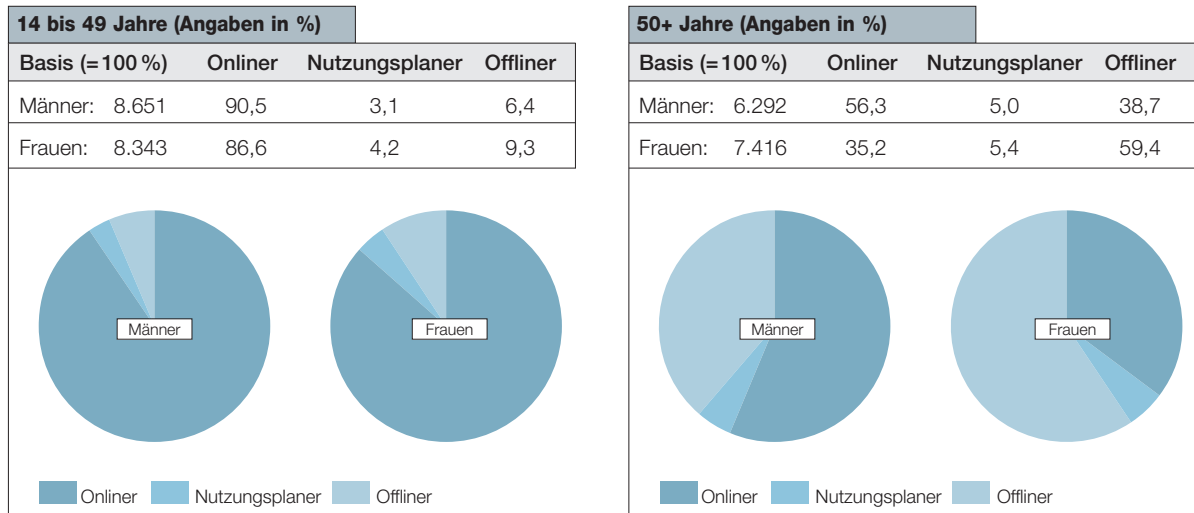
■ höchster Onliner-Anteil
■ höchster Offliner-Anteil

50+ Jahre (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	1.667	50,1	4,0	45,8
Bayern	1.971	45,5	6,3	48,2
Berlin	531	46,7	4,0	49,4
Brandenburg	461	43,8	3,4	52,8
Bremen	111	52,6	2,0	45,4
Hamburg	264	45,4	6,4	48,2
Hessen	1.013	47,5	4,0	48,5
Mecklenburg-Vorpommern	304	34,2	6,1	59,7
Niedersachsen	1.332	46,1	4,9	49,0
Nordrhein-Westfalen	2.984	45,3	6,0	48,7
Rheinland-Pfalz	682	39,9	6,3	53,8
Saarland	187	37,6	2,3	60,1
Sachsen	823	40,3	5,4	54,3
Sachsen-Anhalt	470	35,6	7,3	57,1
Schleswig-Holstein	479	49,7	3,9	46,4
Thüringen	430	37,8	4,8	57,4
Gesamt	13.708	44,9	5,2	49,9

■ höchster Onliner-Anteil
■ höchster Offliner-Anteil

Den höchsten Onliner-Anteil der 14- bis 49-Jährigen erreicht in diesem Jahr Berlin mit 93,3 Prozent. Bremen folgt mit 0,1 Prozentpunkten dahinter. Hamburg, der Spitzenreiter des letzten Jahres, kommt mit 91,5 Prozent ebenfalls in die Top-Gruppe. Der höchste Offliner-Anteil bei den Jüngeren (14 bis 49 Jahre) ist in Thüringen zu verzeichnen. Im Vergleich zu den 14- bis 49-Jährigen mit einem Onliner-Anteil von 88,6 Prozent nutzen im Durchschnitt der Befragten ab 50 Jahren mit 44,9 Prozent weniger als die Hälfte das Netz. Den höchsten Onliner-Anteil der „Best Ager“ verzeichnet Bremen mit 52,6 Prozent. Den höchsten Offliner-Anteil bei den Befragten mit 50 Jahren und älter behält das Saarland. Trotz eines deutlichen Wachstums des Onliner-Anteils sind noch immer 60,1 Prozent der Saarländer über 50 ohne Internet und ohne Nutzungsabsicht im kommenden Jahr. Die Spannweite der regionalen Unterschiede bei der Internetnutzung für die 14- bis 49-Jährigen beträgt 10,1 Prozentpunkte und ist damit erneut rückläufig. Auch bei den Befragten über 50 Jahren verringern sich die regionalen Unterschiede innerhalb eines Jahres von 20,0 auf 18,4 Prozentpunkten.

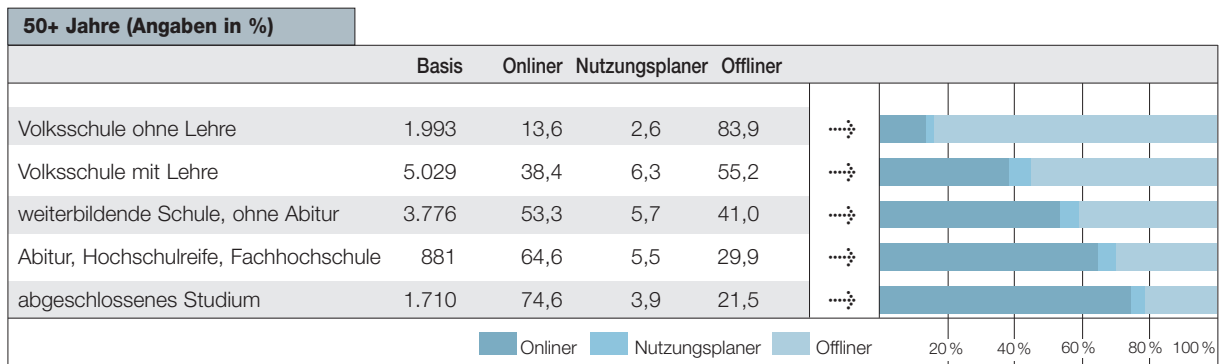
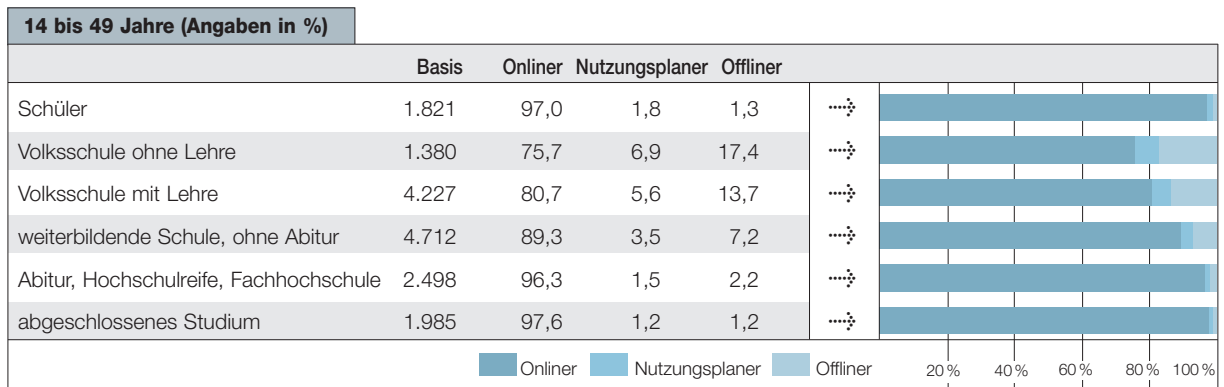
Internetnutzung nach Altersgruppen und Geschlecht 2009



Sowohl bei den 14- bis 49-jährigen Frauen als auch bei den 14- bis 49-jährigen Männern ist 2009 ein Onliner-Anteil von über 85 Prozent zu beobachten. Mit einer Rate von 90,5 Prozent liegen die Männer sogar noch um 3,9 Prozentpunkte über dem Anteil der Frauen (86,6 Prozent). Im Vergleich zu den Vorjahren verringert sich dieser Abstand erneut (10,0 Prozentpunkte in 2006, 7,8 Prozentpunkte in 2007 und 5,3 Prozentpunkte in 2008).

Wenig erfreulich hingegen entwickelt sich die Internetnutzung bei Männern und Frauen in der Altersgruppe 50plus. Hier steigt die Differenz seit mehreren Jahren: 35,2 Prozent der Frauen und 56,3 Prozent der Männer sind in dieser Altersgruppe online. Daraus ergibt sich eine Differenz von 21,1 Prozentpunkten (2008: 19,7 Prozentpunkte; 2007: 16,5 Prozentpunkte).

Internetnutzung nach Altersgruppen und Bildung 2009

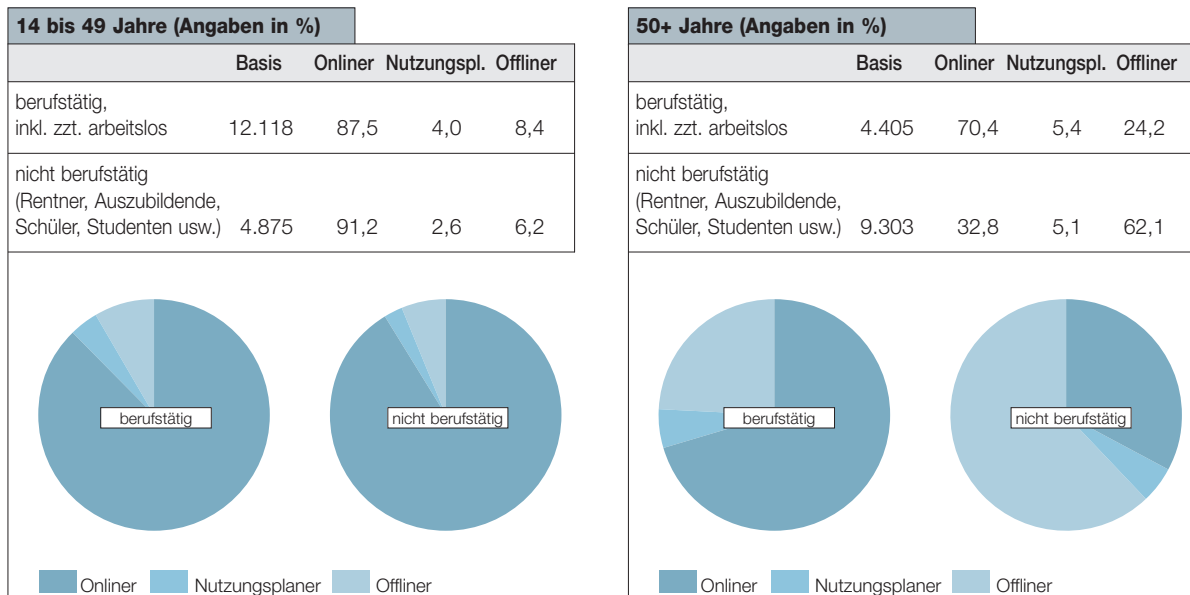


Der Einfluss der Bildung auf die Internetnutzung sinkt bei den Befragten zwischen 14 und 49 Jahren. Das liegt hauptsächlich daran, dass die Bürger mit hoher formaler Bildung nahezu vollständig über Internet verfügen. Die Onliner-Anteile der Befragten mit Hochschulabschluss (97,6 Prozent) oder Abitur (96,3 Prozent) liegen zwar nach wie vor am höchsten, überdurchschnittliche Zuwachsraten erzielen aktuell aber die Befragten mit einfachem Bildungsabschluss. Nutzten bei Volksschülern ohne Lehre im letzten Jahr mit 68,2 Prozent noch zwei von drei Befragten das Internet, so sind es aktuell mit 75,7 Prozent schon drei Viertel, die zu den Onlinern zählen. Alle anderen Bildungsgruppen bis 49 Jahre nutzen zu über 80 Prozent das Internet.

Die Analyse der „Best Ager“ in Kombination mit der Bildung zeigt hingegen weiterhin sehr große Unterschiede. Hier verbuchen noch immer die Befragten mit hoher formaler Bildung größere Zuwachsraten. Während 74,6 Prozent der über 50-Jährigen mit abgeschlossenem Studium das Internet nutzen, sind lediglich 13,6 Prozent derselben Altersgruppe mit Volksschulabschluss ohne Lehre online.

Der Innovationsprozess hat bei den 14- bis 49-Jährigen die Phase der „späten Mehrheit“ nun vollends erreicht. Da nun auch vermehrt Befragte mit einfachem Bildungsabschluss das Internet nutzen, sinkt der Einfluss von Bildung auf die Internetnutzung. Bei den „Best Agern“ befindet sich der Prozess noch im Stadium der „frühen Mehrheit“. Daher sind stärkere Zunahmen bei Personen mit mittlerer und höherer formaler Bildung über 50 Jahren ersichtlich. Dies führt zu einer sehr großen Differenz der Onliner-Anteile von 61,0 Prozentpunkten zwischen Onlinern mit hohen und einfachen formalen Bildungsabschlüssen dieser Altersgruppe.

Internetnutzung nach Altersgruppen und Berufstätigkeit 2009



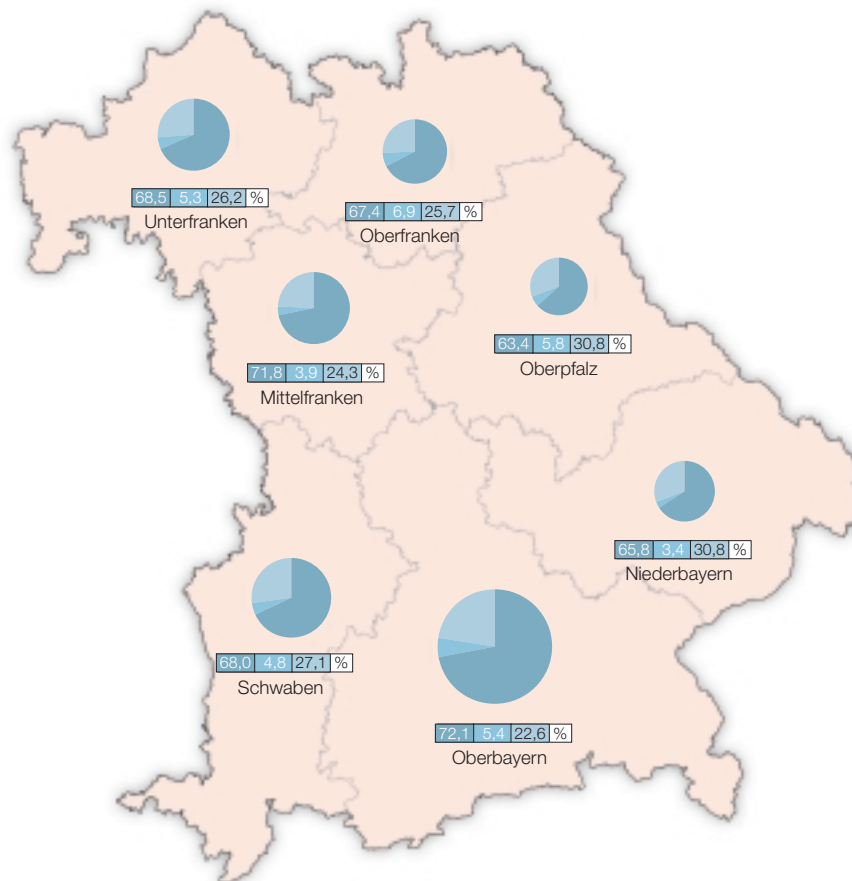
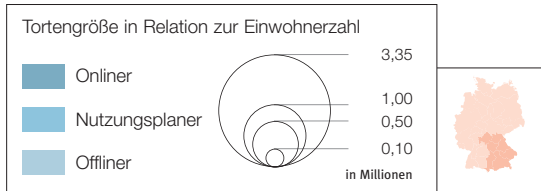
Erneut zeigen die Tabellen zur Internetnutzung und Berufstätigkeit sehr deutlich die positiven Effekte von Berufstätigkeit, Ausbildung, Schule und Studium auf die Internetnutzung. In der Altersgruppe von 14 bis 49 Jahren setzen sich die Nicht-Berufstätigen überwiegend aus Schülern, Studenten und Auszubildenden zusammen. Hier liegt der Onliner-Anteil mit 91,2 Prozent am höchsten und sogar leicht über dem Anteil der Berufstätigen.

Die Nicht-Berufstätigen ab 50 Jahren sind überwiegend Rentner und Hausfrauen. Mit 32,8 Prozent Internetnutzung liegt diese Gruppe unter dem Durchschnitt der „Best Ager“ von 44,9 Prozent und weit unter dem Bundesdurchschnitt. Der Onliner-Anteil von 70,4 Prozent bei den berufstätigen „Best Ager“ zeigt im Gegensatz dazu den stark positiven Effekt von Berufstätigkeit auf die Internetnutzung.

9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken

Bayern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

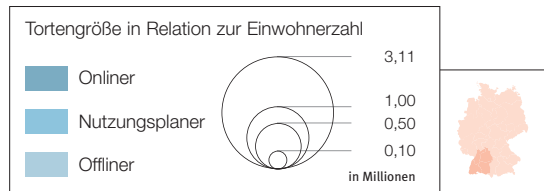
(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



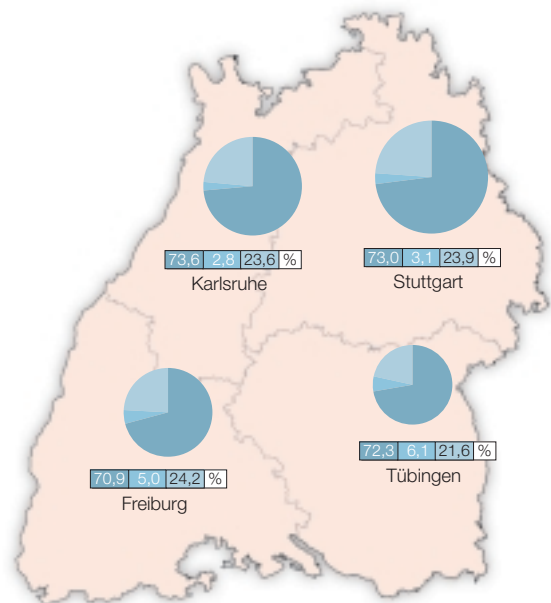
In Bayern erreichen 2009 die Regierungsbezirke mit den größten Städten die höchsten Onliner-Anteile. In Oberbayern mit der Landeshauptstadt München ist die Internetnutzung mit 72,1 Prozent am höchsten. Darauf folgt Mittelfranken mit den Städten Nürnberg, Fürth und Erlangen. Hier liegt der Onliner-Anteil mit 71,8 Prozent ebenfalls über dem Bundesdurchschnitt. Den niedrigsten Onliner-Anteil in Bayern verbucht aktuell die Oberpfalz.

Baden-Württemberg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

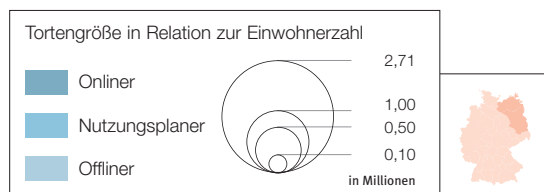


Auch in diesem Jahr weisen die baden-württembergischen Regierungsbezirke durchweg ein solides Wachstum auf. Bereits über mehrere Jahre hinweg liegen alle über dem bundesdeutschen Niveau. Der hohe Anteil an Nutzungsplanern im letzten Jahr im Regierungsbezirk Karlsruhe zeigt Wirkung. Karlsruhe übernimmt mit 73,6 Prozent Onliner-Anteil die Führungsrolle, wird aber dicht gefolgt von Stuttgart (73,0 Prozent) und Tübingen (72,3 Prozent). Den höchsten Anteil der Nutzungsplaner weist Tübingen auf (6,1 Prozent). Auch in Freiburg planen 5,0 Prozent der Befragten, sich im nächsten Jahr einen Internetanschluss zuzulegen. Der Offliner-Anteil 2009 fällt erneut und liegt in allen baden-württembergischen Regierungsbezirken unter der 25-Prozent-Marke.

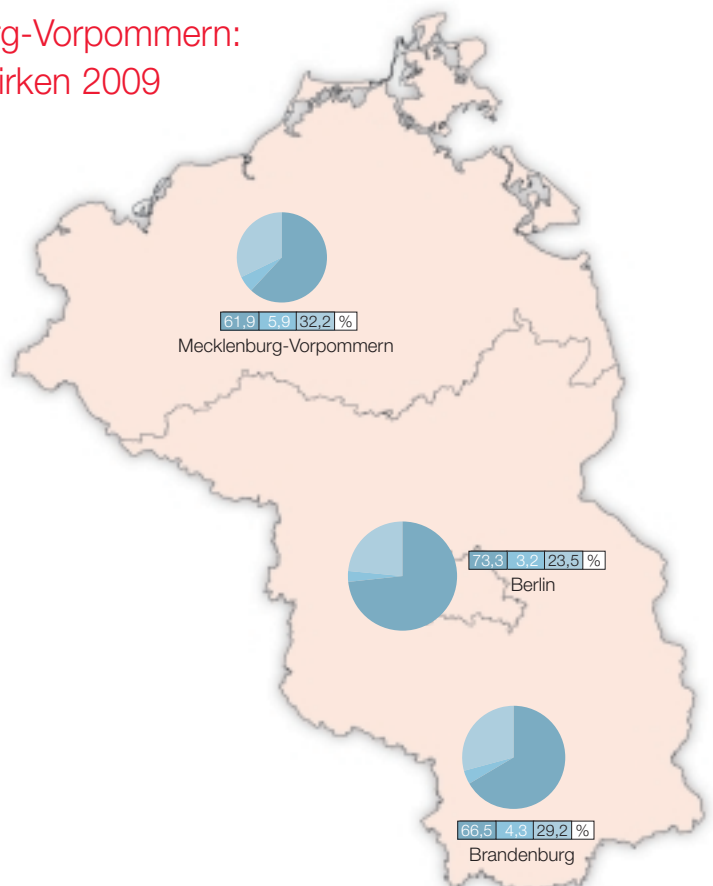


Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

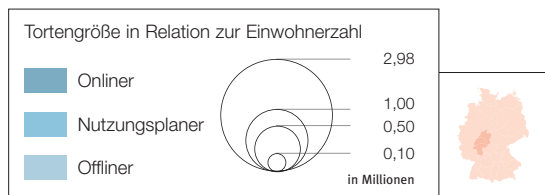


Der Onliner-Anteil in der Internetmetropole Berlin steigt auf 73,3 Prozent. Das umliegende Brandenburg entwickelt sich jedoch in den letzten Jahren schneller als die Hauptstadt. Die Internetnutzung von 66,5 Prozent geht mit einem Wachstum von 5,4 Prozentpunkten einher. Bei der Nutzungsplanung wird Brandenburg in diesem Jahr jedoch von Mecklenburg-Vorpommern übertroffen. Zwar liegt Mecklenburg-Vorpommern übertroffen hinter Berlin und Brandenburg, der Anteil der Nutzungsplaner ist mit 5,9 Prozent hingegen unübertroffen.

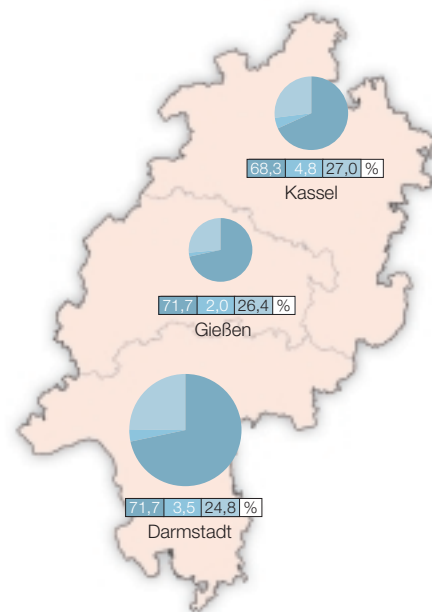


Hessen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

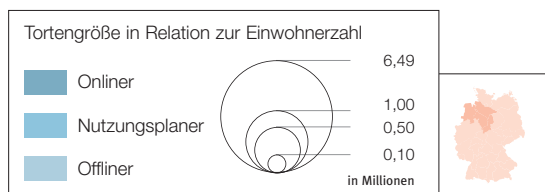


Lag der hessische Regierungsbezirk Darmstadt mit der Metropole Frankfurt im letzten Jahr noch vor Gießen, sind 2009 beide Regierungsbezirke bezüglich der Internetnutzung gleich auf. Dieses Ergebnis kündigte sich im vergangenen Jahr bereits aufgrund des hohen Anteils an Nutzungsplanern in Gießen an. Mit jeweils 71,7 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren erzielen beide Regierungsbezirke überdurchschnittliche Onliner-Quoten. Kassel erreicht zwar ein überdurchschnittliches Wachstum von 7,7 Prozentpunkten, behält absolut dennoch einen knapp unterdurchschnittlichen Onliner-Anteil von 68,3 Prozent. Sollten alle derzeitigen Nutzungsplaner Kassels ihre Pläne auch in die Tat umsetzen, sieht es hier gut für die Entwicklung der Internetnutzung aus. Die Nutzungsplanung liegt bei 4,8 Prozent.



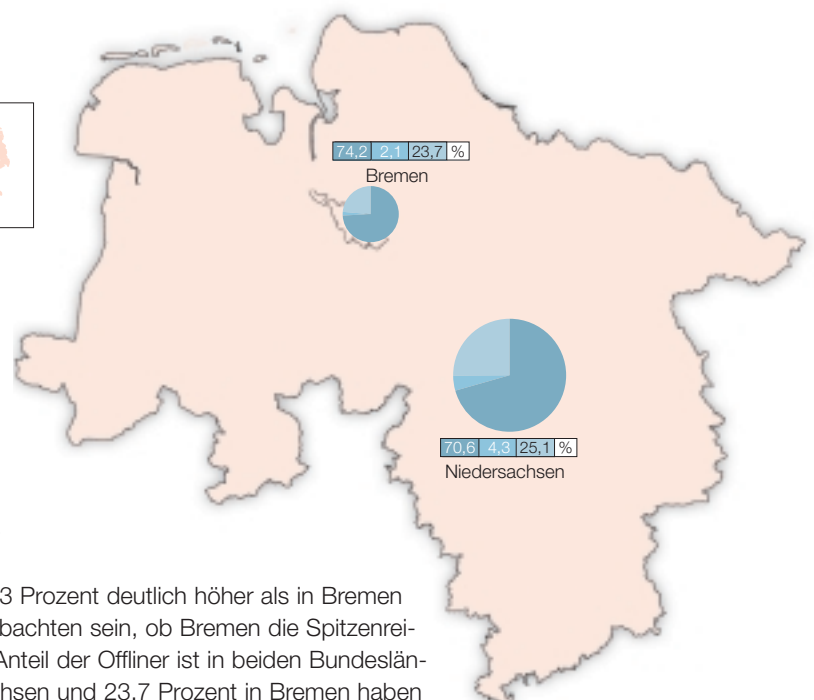
Niedersachsen und Bremen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



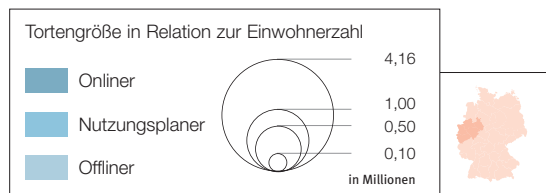
Auch in Bremen lag der Anteil der Nutzungsplaner 2008 über dem Durchschnitt. Mit einem Onliner-Anteil von 74,2 Prozent haben sich 2009 sogar noch mehr Befragte für die Internetnutzung entschieden, als die 6,3 Prozent, die es im letzten Jahr planten. Mit einem Wachstum von 8,1 Prozent setzt sich Bremen in diesem Jahr an die Spitze der Internetnutzung in der Bundesrepublik. Auch Niedersachsen verzeichnet mit 70,6 Prozent überdurchschnittliche Nutzungsraten.

Die Nutzungsplanung in Niedersachsen ist mit 4,3 Prozent deutlich höher als in Bremen mit 2,1 Prozent. Es wird daher spannend zu beobachten sein, ob Bremen die Spitzenreiterrolle auch im nächsten Jahr halten kann. Der Anteil der Offliner ist in beiden Bundesländern niedrig. Lediglich 25,1 Prozent in Niedersachsen und 23,7 Prozent in Bremen haben keine Internet-Erfahrung und planen auch im kommenden Jahr nicht, online zu gehen.



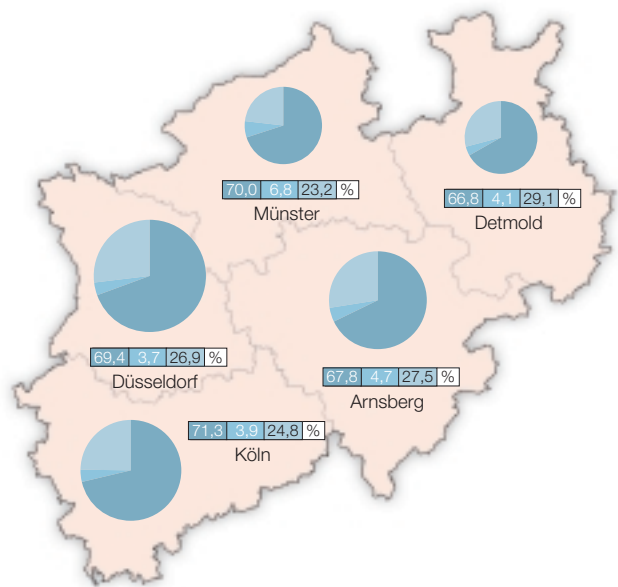
Nordrhein-Westfalen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



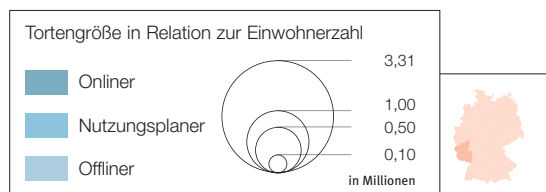
In Nordrhein-Westfalen liegen wieder Köln und Münster vorne. Diese beiden Bezirke verbuchen mit 71,3 und 70,0 Prozent überdurchschnittliche Onliner-Anteile. Düsseldorf liegt mit 69,4 Prozent ebenfalls leicht über dem Bundesdurchschnitt von 69,1 Prozent. Arnsberg (67,8 Prozent) und Detmold (66,8 Prozent) folgen.

Bei der Nutzungsplanung hat Münster mit 6,8 Prozent ganz klar die Nase vorne. Auch hier darf man darauf gespannt sein, ob Münster im Jahr 2010 den Onliner-Anteil von Köln übertreffen wird.

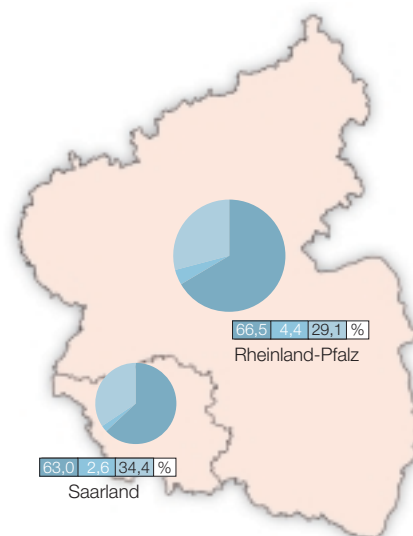


Rheinland-Pfalz und Saarland: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

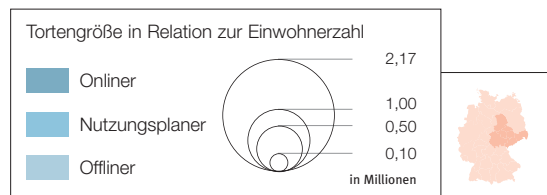


War das Saarland lange Jahre hinweg das Schlusslicht der Internetnutzung, konnte es in den letzten zwei Jahren ein deutliches Wachstum verbuchen. Bei einem Onliner-Anteil von 63,0 Prozent konnte es eine Steigerung um 6,2 Prozentpunkte erzielen und steigt im Bundesländerranking um drei Plätze. Rheinland-Pfalz fällt mit einem Onliner-Anteil von 66,5 Prozent wieder hinter den Bundesdurchschnitt zurück, die Nutzungsplanung in Rheinland-Pfalz liegt jedoch leicht über dem Durchschnitt von 4,3 Prozent.

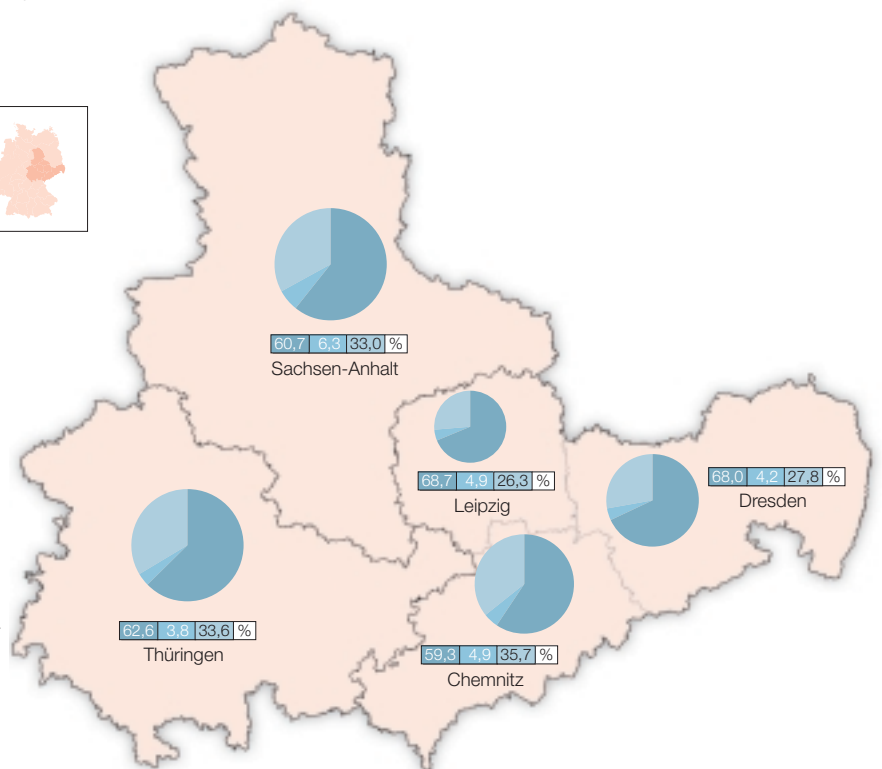


Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

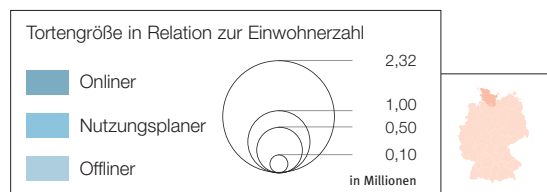


Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen liegen auch 2009 hinsichtlich ihrer Onliner-Anteile unter dem Bundesdurchschnitt. Die Städte Leipzig und Dresden verbuchen jedoch ein stark überdurchschnittliches Wachstum und kommen mit ihrem Onliner-Anteil von 68,7 bzw. 68,0 Prozent bereits an den Gesamtdurchschnitt heran. Für Chemnitz, Sachsen-Anhalt und Thüringen sieht es in Sachen Internetnutzung nicht ganz so positiv aus. Dort scheint die Internetnutzung zu stagnieren. Sachsen-Anhalt verzeichnet aber den höchsten Anteil an Nutzungsplanern, so dass sich möglicherweise im kommenden Jahr ein überdurchschnittliches Wachstum bei den Onlinern einstellen kann.

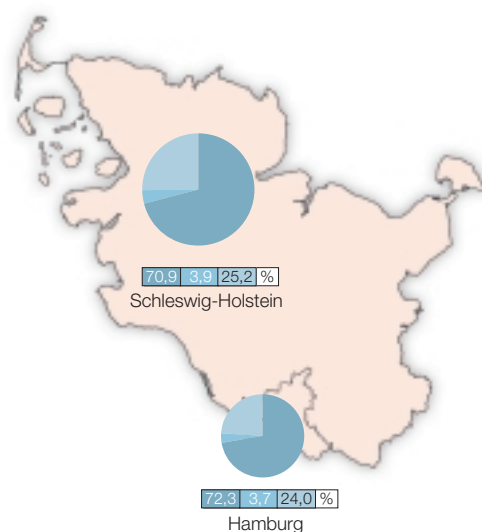


Schleswig-Holstein und Hamburg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2009

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



Hamburg und Schleswig-Holstein liegen zwar auch in diesem Jahr über dem Bundesdurchschnitt, erzielen jedoch jeweils in 2009 ein leicht unterdurchschnittliches Wachstum. Damit büßen beide Länder Plätze im Ranking der Bundesländer ein. Trotzdem befindet sich Hamburg noch unter den TOP 5 der Bundesländer. Ob diese Platzierung auch im nächsten Jahr gehalten werden kann, bleibt spannend, denn die Nutzungsplanung fällt ebenfalls in beiden Bezirken unterdurchschnittlich aus.



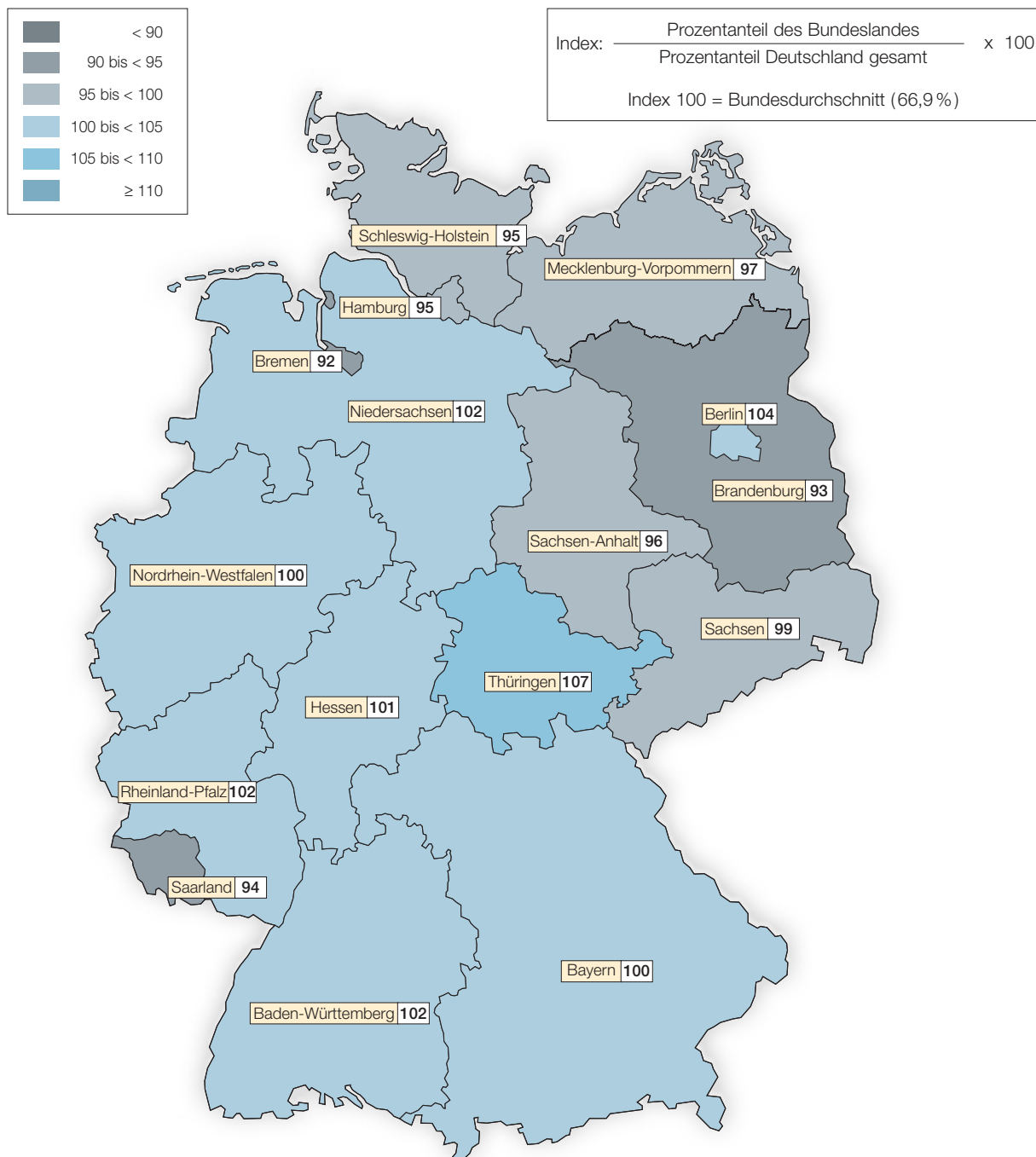
HTTP://

STADT – LAND – BREITBAND

10. Stadt – Land – Breitband

Breitbandnutzung der Onliner nach Bundesländern 2009

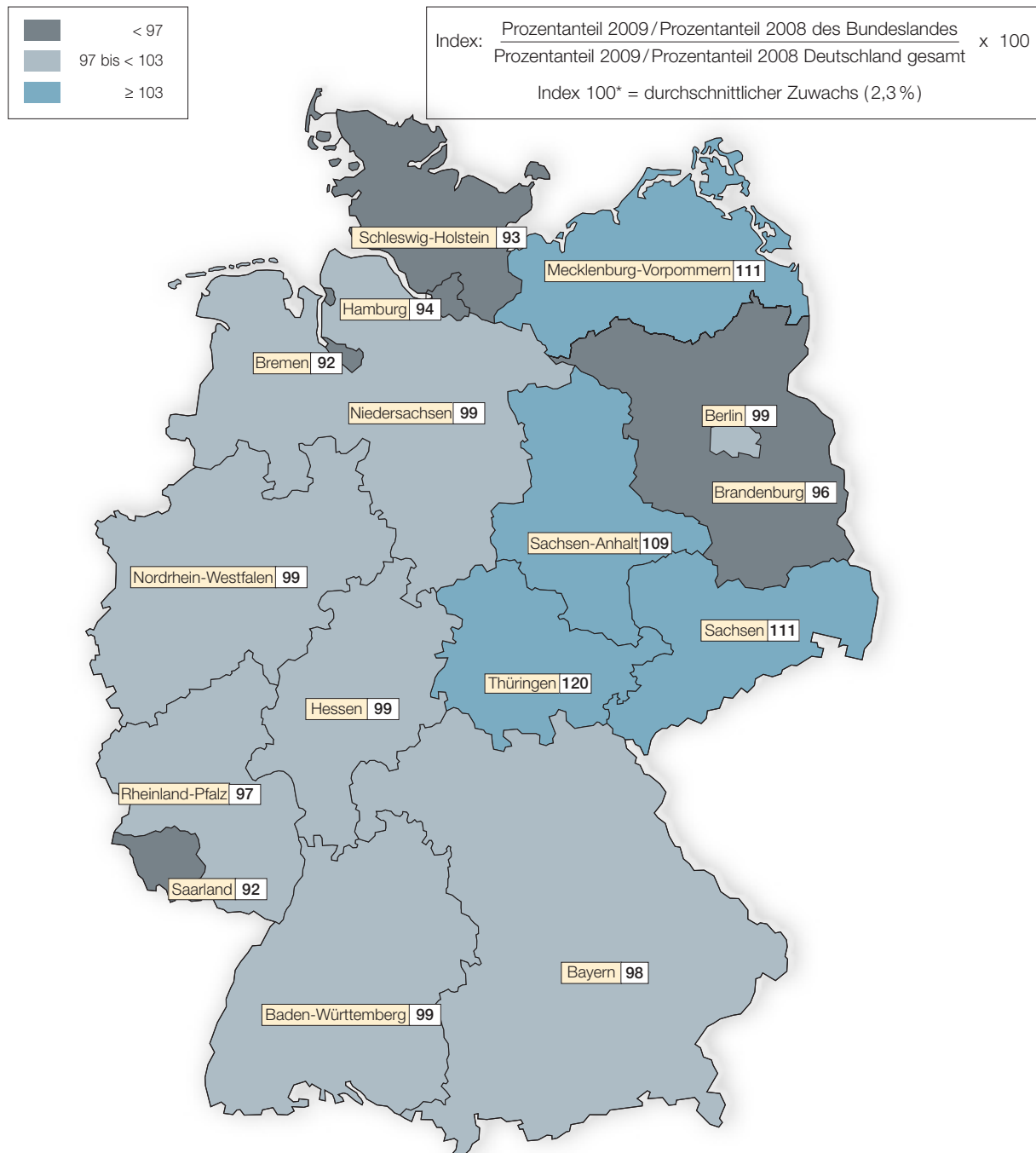
(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt der Breitbandnutzung unter den Onlinern; Basis n=21.210)



* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Breitbandnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 66,9 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Breitbandnutzer-Anteil in der jeweiligen Region.

Auch 2009 hat sich die Breitbandnutzung dynamisch entwickelt. Beim Gesamtwachstum von 4,0 Prozentpunkten ist die Breitbandentwicklung der entscheidende Faktor: 90 Prozent des absoluten Wachstums sind durch Veränderungen im Breitband-Anteil getrieben. Damit nutzen inzwischen 66,9 Prozent der Onliner einen breitbandigen Internetzugang. Während sich im vergangenen Jahr noch eine klare Ost-West-Trennung bei der Breitbandnutzung zeigte, führt die unterschiedliche Dynamik in den einzelnen Ländern zu einem heterogeneren Bild in diesem Jahr. So gibt es Bundesländer im Osten wie im Westen, die über bzw. unter dem Bundesdurchschnitt liegen. Thüringen kann 2009 den höchsten Breitband-Anteil in der Bundesrepublik verzeichnen, obgleich sich das Bundesland noch 2008 im Schlussdrittel befand. Dort sind zwar vergleichsweise wenig Befragte online, diese sind dafür aber meist breitbandig im Netz unterwegs.

Breitbandnutzung der Onliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern (Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2008/2009)

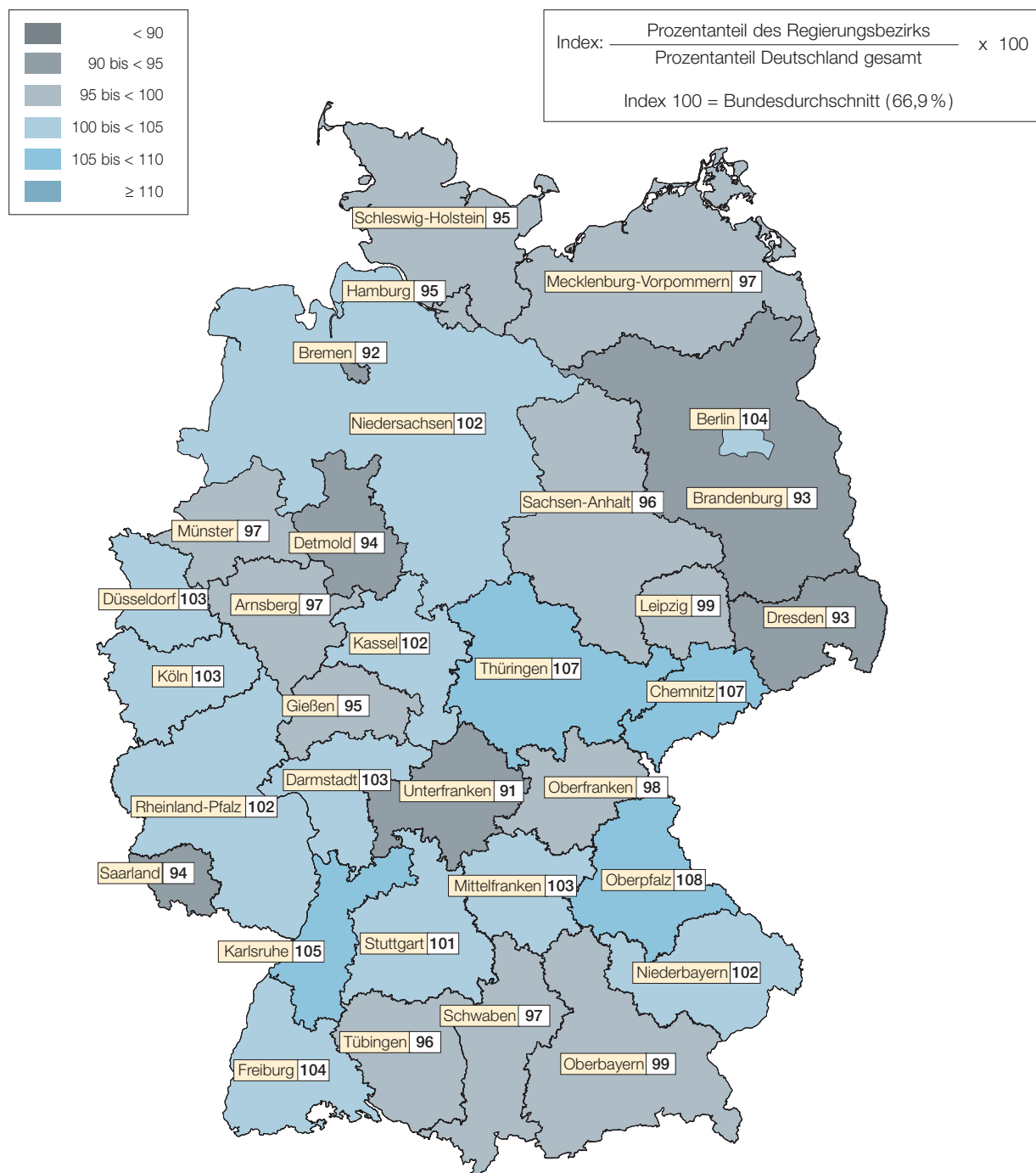


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Breitbandnutzung in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Wie bereits im letzten Jahr weisen die östlichen Flächenländer das höchste Wachstum bei der Breitbandnutzung auf. Als Ausnahme tritt in diesem Jahr Brandenburg an die Stelle von Sachsen. So liegt das Wachstum in Brandenburg lediglich bei 96 Indexpunkten – allerdings nach einer besonders dynamischen Entwicklung im Vorjahr. Der Abstand zwischen den einzelnen Ländern verringert sich auch in 2009. Lagen 2008 noch 11,3 Prozentpunkte zwischen dem höchsten und dem niedrigsten Breitband-Anteil der Onliner, so beträgt die Differenz aktuell 9,7 Prozentpunkte. Im Jahr 2007 waren die Unterschiede abermals deutlich größer: Vor zwei Jahren betrug die Spannweite 21,2 Prozentpunkte.

Breitbandnutzung der Onliner nach Regierungsbezirken 2009

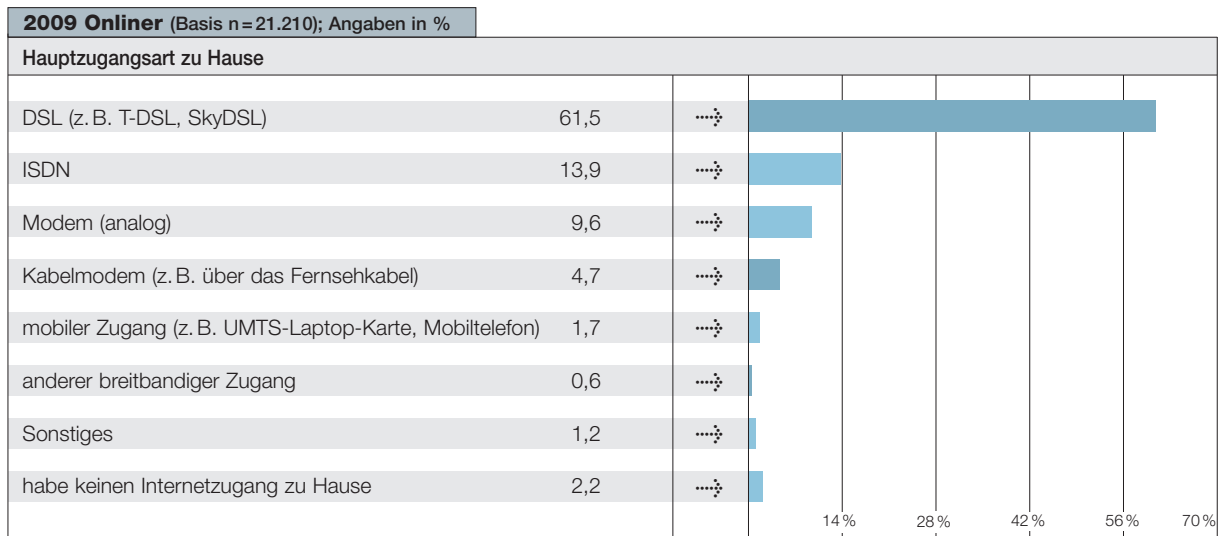
(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt der Breitbandnutzung unter den Onlinern; Basis n=21.210)



* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 58.

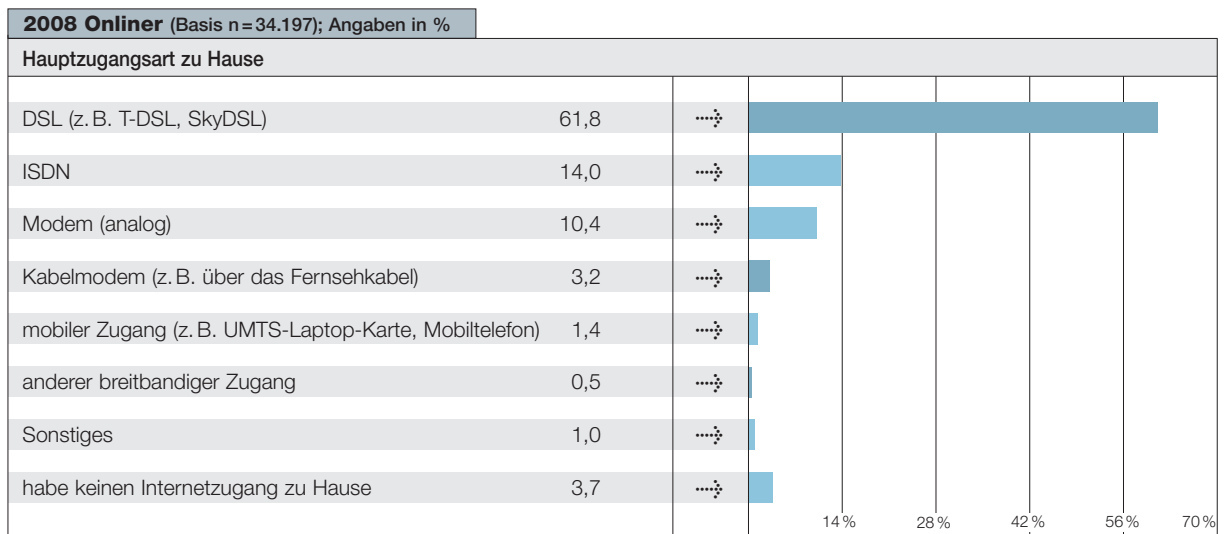
Die Breitbandnutzung auf Regierungsbezirksebene zeigt sich auch in diesem Jahr insgesamt „bunter“ als auf Länderebene, regionale Unterschiede treten somit stärker hervor. Bemerkenswert ist, dass hohe Breitbandanteile sowohl in Bezirken mit äußerst hoher Internetnutzung, wie z. B. Karlsruhe, als auch in Bezirken mit vergleichsweise geringer Internetnutzung, wie z. B. Thüringen, vorkommen. Folglich kann sich grundsätzlich jeder Bezirk durch einen hohen Anteil der Breitbandnutzung profilieren.

Breitbandnutzung der Onliner 2008 und 2009 (detaillierte Darstellung)



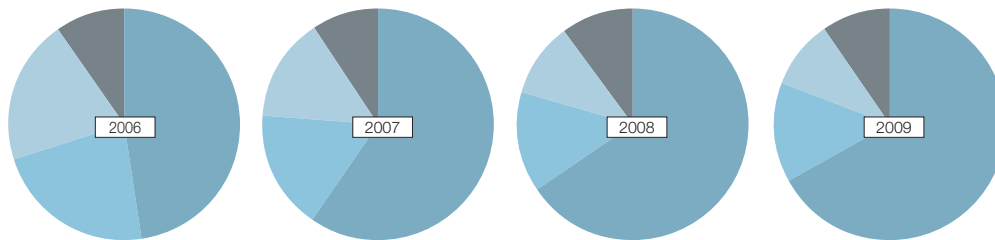
Auch weiterhin geht die überwiegende Mehrheit der Breitbandnutzer in Privathaushalten Deutschlands mit einem DSL-Anschluss ins Internet. Mit 61,5 Prozent bleibt der Anteil der DSL-Anschlüsse auf ähnlichem Niveau wie im Vorjahr. In der absoluten Betrachtung steigt die Anzahl der DSL-Nutzer aber auch 2009 wieder kräftig an. Erneut wächst zudem der Anteil des Zugangskanals Breitband-TV-Kabel dynamisch. Insgesamt 4,7 Prozent der Onliner gehen inzwischen mit einem Kabelmodem ins Internet. In den Jahren zuvor war der Anteil mit 3,2 und 2,3 Prozent deutlich geringer.

Der mobile Internetzugang als Hauptzugangsart zu Hause legt ebenfalls zu, spielt aber mit einem Anteil von 1,7 Prozent nach wie vor nur eine geringe Rolle als Hauptanschluss in privaten Haushalten. ISDN und Analogmodem rangieren an Position 2 und 3 der Internetzugangsformen. Ihr Nutzungs-Anteil geht auch in diesem Jahr weiter zurück. Allerdings war der Rückgang in den Jahren zuvor größer. Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass 2009 überwiegend Bevölkerungsgruppen mit geringer Breitbandaffinität ein hohes Wachstum beim Onliner-Anteil aufweisen. Insbesondere bei der Breitbandanbindung in Bezug auf das Alter wird hierauf nochmals eingegangen.



Breitbandnutzung der Onliner in den Jahren 2006 bis 2009

Onliner (Basis 2006: n=29.519/2007: n=29.580/2008: n=34.197/2009: n=21.210); Angaben in %				
	Breitband*	ISDN	Modem	Sonstiges
2006	47,6	22,5	20,2	9,7
2007	59,6	16,6	14,5	9,3
2008	65,4	14,0	10,4	10,1
2009	66,9	13,9	9,6	9,6



■ Breitband* ■ ISDN ■ Modem ■ Sonstiges/k.A.

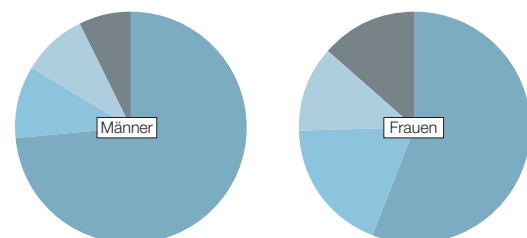
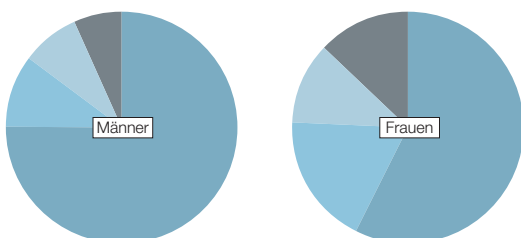
*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Die starken Zugewinne beim Breitbandanschluss in den vergangenen Jahren gehen naturgemäß mit entsprechenden Rückgängen bei den schmalbandigen Zugangsformen einher. In diesem Jahr verlangsamt sich aber der Bedeutungsrückgang der Zugangsformen ISDN und Modem. Das Gesamtwachstum wird jedoch durch Breitbandanschlüsse getrieben. Insgesamt 3,6 Prozentpunkte des Wachstums von 4,0 Prozentpunkten gehen auf Veränderungen im Breitbandanteil zurück. Allerdings zeigen die Daten auch, dass weitere Anstrengungen notwendig sind, um Konsumenten zum Wechsel auf Breitbandtechnologien zu bewegen.

Breitbandnutzung der Onliner nach Geschlecht 2008 und 2009

2009 Onliner (Basis n=21.210); Angaben in %				
	Breitband*	ISDN	Modem	Sonstiges
Männer:	75,1	10,1	8,1	6,7
Frauen:	57,4	18,3	11,4	12,9

2008 Onliner (Basis n=34.197); Angaben in %				
	Breitband*	ISDN	Modem	Sonstiges
Männer:	73,6	10,1	9,1	7,3
Frauen:	55,9	18,6	11,9	13,5



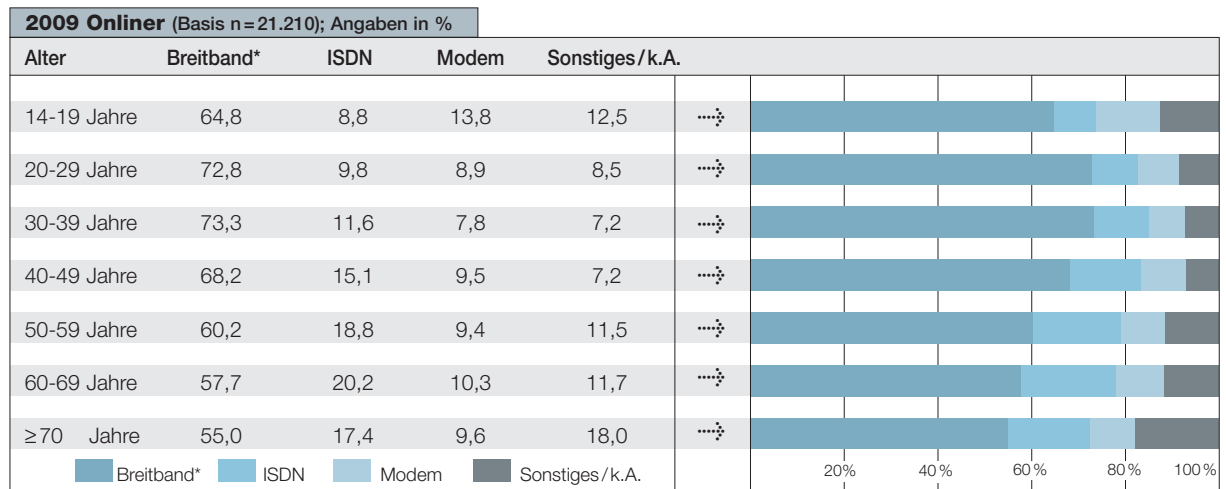
■ Breitband* ■ ISDN ■ Modem ■ Sonstiges/k.A.

■ Breitband* ■ ISDN ■ Modem ■ Sonstiges/k.A.

*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Männer nutzen deutlich häufiger einen Breitbandanschluss als Frauen, der Unterschied zwischen den beiden Geschlechtern im Vergleich zum Vorjahr bleibt konstant: Männer wie Frauen verzeichnen einen Anteilsgewinn bei der Zugangsform Breitband von 1,5 Prozentpunkten. Aktuell nutzen 75,1 Prozent der Männer und 57,4 Prozent der Frauen einen breitbandigen Internetanschluss zu Hause.

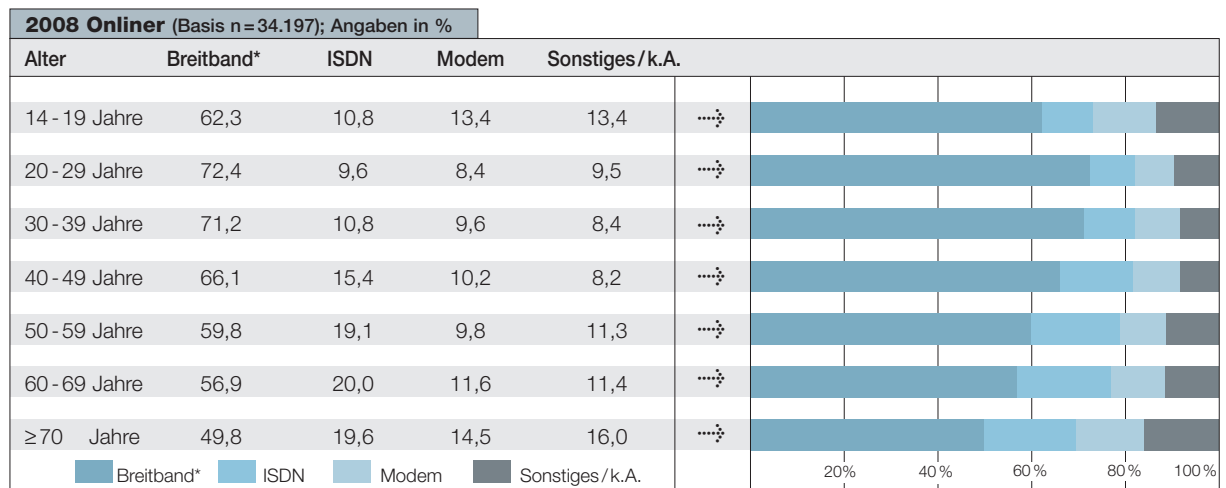
Breitbandnutzung der Onliner nach Alter 2008 und 2009



*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Die 30- bis 39-Jährigen verzeichnen den höchsten Breitband-Anteil in Bezug auf das Alter (73,3 Prozent), dicht gefolgt von den 20- bis 29-Jährigen mit 72,8 Prozent und mit leichtem Abstand auch von den 40- bis 49-Jährigen (68,2 Prozent). Mit einem Breitband-Anteil von 64,8 Prozent folgt dann die jüngste Gruppe der zwischen 14- und 19-Jährigen. Die letztgenannte Gruppe nutzt zudem aber auch noch das Modem überdurchschnittlich häufig.

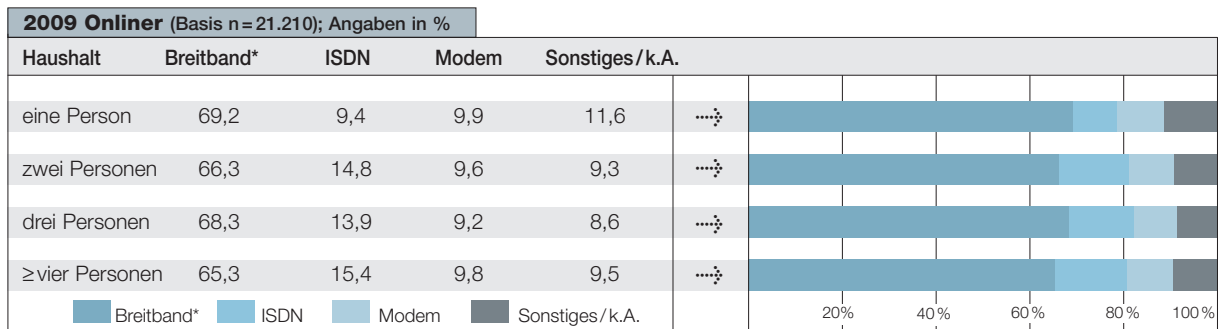
Im Alter ab 50 Jahren, dem größten Wachstumssegment bei der Internetnutzung insgesamt, liegt der Anteil der Breitbandnutzer dann bei 60,2 Prozent und weniger. Das drückt auch den Breitband-Anteil insgesamt und führt zu einem geringeren Wachstum des Breitband-Anteils im Vergleich zum Vorjahr. Doch selbst bei den Onlinern in der Altersgruppe 70plus sind inzwischen 55,0 Prozent breitbandig angebunden. In allen Altersgruppen ist Breitband die klar dominierende Zugangsart zum Internet.



*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang



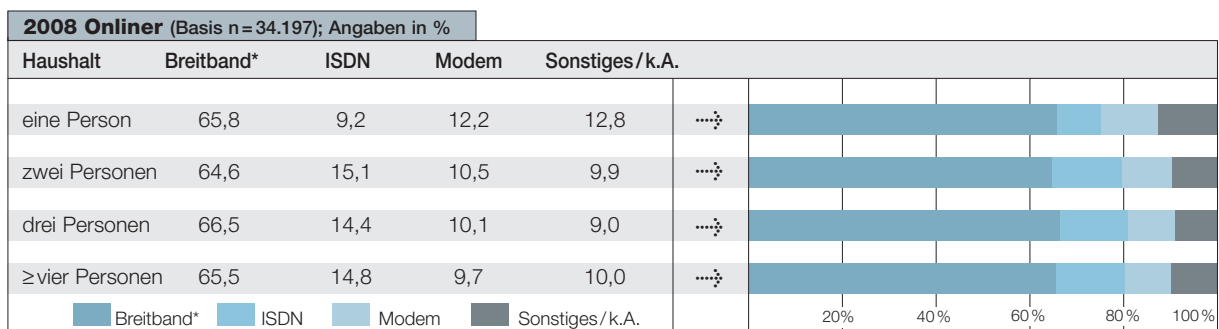
Breitbandnutzung der Onliner nach Haushaltsgröße 2008 und 2009



*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

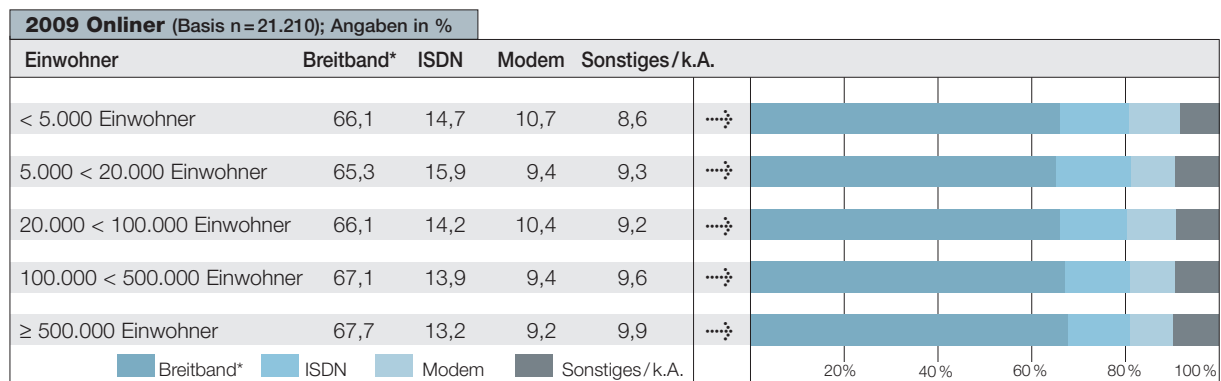
Breitbandnutzung ist – im Gegensatz zur Internetnutzung (siehe dazu Seite 19) – weit weniger von der Haushaltsgröße abhängig. In Single-Haushalten ist aktuell aber der Zuwachs von schnellen Internetverbindungen größer als in Haushalten mit vier oder mehr Personen. Das war nicht immer so: Noch 2006 lagen die Single-Haushalte mit einem Unterschied von sieben Prozentpunkten hinter den Vier- und Mehrpersonenhaushalten. 2008 lagen sie in etwa gleich auf, und 2009 ziehen die Single-Haushalte an denen mit vier und mehr Personen vorbei. Das Verhältnis scheint sich hier zu drehen.

Konstant bleibt hingegen der Unterschied in der Nutzung von ISDN in Ein- und Mehrpersonenhaushalten. Die Leistungsmerkmale des ISDN-Anschlusses, wie z. B. mehrere Nummern und die Möglichkeit auf mehreren Leitungen gleichzeitig zu telefonieren, sind offensichtlich für Mehrpersonenhaushalte eher attraktiv.



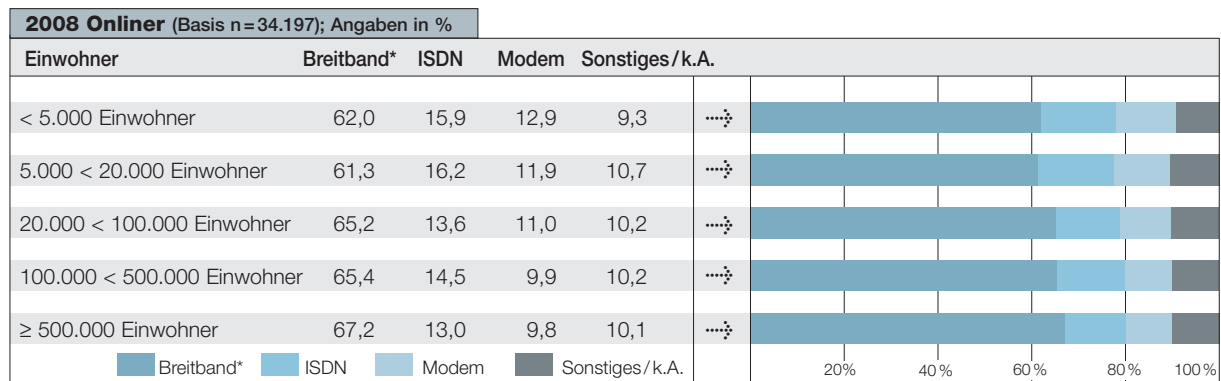
*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Breitbandnutzung der Onliner nach Ortsgröße 2008 und 2009



*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Bei der Betrachtung der Breitbandnutzung nach Ortsgrößenklasse zeigen sich erneut erfreuliche Entwicklungen: Der Unterschied zwischen den Metropolen, die mit 67,7 Prozent nach wie vor die höchste Breitbanddichte aufweisen, und der kleinsten Ortsgrößenklasse verringerte sich von 5,2 Prozentpunkten auf lediglich 1,6 Prozentpunkte. Selbst in der kleinsten Ortsgrößenklasse sind nun etwa zwei Drittel der Onliner breitbandig im Netz. Das Stadt-Land-Gefälle nimmt folglich bei der Breitbandnutzung deutlich ab. Zwar gibt es nach wie vor „weiße Flecken“ in der Breitbandabdeckung in Deutschland, dennoch ist derzeit die Nutzung von DSL-Breitbandtechnik auf dem Land summarisch betrachtet ähnlich weit verbreitet wie in der Stadt.



*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

11. Internetnutzung im europäischen und weltweiten Vergleich

Deutschland belegt Platz 7 in der Europäischen Union



Über vier Fünftel der Weltbevölkerung sind Offliner.

Auch in den so genannten Schwellen- und Entwicklungsländern ist die digitale Spaltung eklatant: Während in Südkorea 73,1 Prozent der Bevölkerung das Internet nutzen, haben lediglich 3,5 Prozent der Inder überhaupt die Möglichkeit, online gehen zu können. Zu unterschiedlich sind infrastrukturelle, technologische oder auch soziale Voraussetzungen. Auch bei der Verfügbarkeit von Inhalten aus dem weltweiten Netz sind die Voraussetzungen in manchen Regionen der Welt denkbar ungeeignet. Ursächlich dafür sind zum einen die unterschiedliche Akzeptanz und Nutzung innerhalb einer Gesellschaft oder aber auch zum anderen die politische Einflussnahme durch regulative Maßnahmen autoritärer Regierungen.

So waren im vergangenen Jahr insgesamt 17,5 Prozent der Weltbevölkerung und damit ungefähr 1,2 Milliarden Menschen Nutzer des Internets. 2012/2013 werden weltweit mehr als 1,6 Milliarden User erwartet. In ihrer Wachstumsdynamik werden sich die Regionen weiterhin stark unterscheiden. 42 Prozent der Internetnutzer kamen 2008 aus dem asiatisch-pazifischen Raum und knapp ein Viertel aus Europa. In vier Jahren wird nahezu die Hälfte aller Onliner in der Region Asien/Pazifik leben. 22 Prozent werden dann in Europa, 15 Prozent in Nordamerika und 11 Prozent in Lateinamerika beheimatet sein.

Deutschland – Auf Platz 7 in der Europäischen Union

In Europa gehörten 2008 rund 304 Millionen zu den Nutzern des Internets. Das bedeutet, dass annähernd zwei Drittel aller Europäerinnen und Europäer (66 Prozent im Alter von 16 bis 74 Jahren) innerhalb der EU15 die Angebote des Internets nutzten. Durch die noch relativ niedrige Dichte der Internetnutzung in einigen südosteuropäischen Staaten erreicht die Penetrationsrate für die EU27-Länder derzeit 62 Prozent. Ein Wert, der sich binnen eines Jahres um fünf Prozentpunkte verbessert hat. Zum Vergleich: In Japan beträgt die Nutzerdichte 71 Prozent, in den USA (Nutzer ab 18 Jahren) 82 Prozent.

Im europäischen Ranking der EU27 liegt Deutschland wie im Vorjahr auf dem siebten Platz: Drei Viertel, also 75 Prozent der 16- bis 74-Jährigen, sind laut Statistischem Amt der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat) online. Das entspricht einem Wachstum gegenüber dem Vorjahr von drei Prozentpunkten. Entwicklung und Ausbau konvergenter Medienangebote – wie IPTV oder VoIP – einerseits und die Initiativen der Politik im Rahmen der „Breitbandstrategie der Bundesregierung“ andererseits wirken als Wachstumstreiber für die

zunehmende Internetverbreitung: Bis 2010 ist eine flächendeckende Verfügbarkeit leistungsfähiger Breitbandanschlüsse geplant. Bis 2014 sollen bereits für 75 Prozent der Haushalte Anschlüsse mit Übertragungsraten von mindestens 50 Mbit/s zur Verfügung stehen.

Digitale Spaltung in Europa

Seit Jahren unverändert sind die skandinavischen und nordwestlichen Länder Europas führend in der Internetnutzung. Island erreichte als erstes Land bereits 2007 die Marke von 90 Prozent Internetpenetration. Im Ranking der EU27-Staaten führt Schweden mit 88 Prozent Internetnutzern in der Bevölkerung, gefolgt von den Niederlanden mit 87 Prozent. Auf den weiteren Plätzen folgen Dänemark mit 84 Prozent, Finnland mit 83 Prozent, Luxemburg mit 81 Prozent und Großbritannien mit 76 Prozent. Demgegenüber sind Internetnutzungsraten von 29 Prozent in Rumänien, 35 Prozent in Bulgarien, 38 Prozent in Griechenland oder 39 Prozent in Zypern Beleg für eine tiefe digitale Spaltung zwischen den Staaten Nordwest- und Südosteuropas.

Trends und Entwicklungen

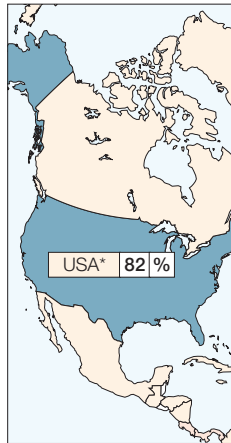
In einem immer enger kooperierenden Europa rücken die Mitgliedsstaaten auch in Sachen Internetnutzung weiter zusammen. Damit wird künftig der Abstand zwischen den hoch entwickelten und den aufholenden Ländern weiter abnehmen. Förderlich könnte sich die Wirtschaftskrise auf eine wachsende Internetnutzung auswirken, da viele Informationen und Services online häufig günstiger und effizienter verfügbar sind. Die wachsende Zahl von E-Commerce-Nutzern und die stetig steigenden E-Commerce-Umsätze sind Beleg dafür. Die größten Barrieren für die Internetnutzung sind nach wie vor infrastrukturelle Zugangsbedingungen, unzureichende Medienkompetenz und fehlende Motivation bei Offlinern, am Internet zu partizipieren. E-Commerce, Möglichkeiten des Preis- und Produktvergleichs, Web 2.0 und das mobile Internet werden allerdings für eine positive Entwicklung der Internetnutzung in allen Altersgruppen sorgen.

Weitere Informationen können Sie dem „12. Faktenbericht 2009“ sowie dem „5. ePerformance Report 2009 – IKT-Standort Deutschland im europäischen Vergleich“ aus dem „Monitoring Informations- und Kommunikationswirtschaft“ entnehmen. Die Berichte wurden von der TNS Infratest Business Intelligence im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie erstellt und stehen kostenlos zum Download zur Verfügung: www.tns-infratest.com/bmw.

Anselm Speich

Projektleiter Monitoring Informations- und Kommunikationswirtschaft
TNS Infratest Forschung GmbH

Internetnutzung: Deutschland im Vergleich: Europa und USA



* Quelle: Harris Interactive

Die Grundgesamtheit in den USA deckt abweichend von der EU27 die Bevölkerungsgruppe 18+ Jahre ab.



Quelle: Eurostat, Statistik der Informationsgesellschaft, Einzelpersonen – Nutzung des Internets in Prozent, 2008

Hinweis: Grundgesamtheit hier abweichend vom (N)ONLINER Atlas (16 bis 74 Jahre, Nutzung in den letzten drei Monaten), dadurch höhere Penetrationswerte.

1	Island**	90%	17	Tschechische Republik	58%
2	Norwegen	89%	18	Spanien	57%
3	Schweden	88%	19	Slowenien	56%
4	Niederlande	87%	20	Litauen	53%
5	Dänemark	84%	21	Malta	49%
6	Finnland	83%	22	Polen	49%
7	Luxemburg	81%	23	Italien	42%
8	Großbritannien	76%	24	Portugal	42%
9	Deutschland	75%	25	Zypern	39%
10	Österreich	71%	26	Griechenland	38%
11	Belgien	69%	27	Bulgarien	35%
12	Frankreich	68%		Serbien**	30%
13	Estland	66%		Rumänien	29%
	Slowakei	66%		EU 27	62%
14	Irland	63%		EU 25	64%
15	Lettland	61%		EU 15	66%
16	Ungarn	59%		USA	82%

** Daten liegen für 2008 nicht vor. Angaben beziehen sich auf 2007.

Ansprechpartner:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Daniel Ott

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Initiative D21 e.V.
Telefon 030 / 526 87 22 55
daniel.ott@initiated21.de

Michael Knippelmeyer

Director Public Relations
TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG
Telefon 0521 / 92 57-687
michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

Projektleitung und Redaktion:

Matthias Peterhans

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00-1909
matthias.peterhans@tns-infratest.com

Dr. Wolfgang Neubarth

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00-1658
wolfgang.neubarth@tns-infratest.com

Impressum:

Herausgeber:

Initiative D21 e.V.
www.initiated21.de

TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG
www.tns-infratest.com

Mit freundlicher Unterstützung von:

FIDUCIA IT AG
www.fiducia.de

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
www.bmwi.de

TNS Infratest GmbH
www.tns-infratest.com

Deutsche Telekom AG
www.deutsche-telekom.de

Wolters Kluwer Deutschland GmbH
www.wolterskluwer.de

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
www.kompetenzz.de

Gestaltung und Produktion:

Kathleen Susan Hiller
viaduct b.
www.viaduct-b.de

Druck:

Königsdruck
www.koenigsdruck.de

mit freundlicher Unterstützung von

