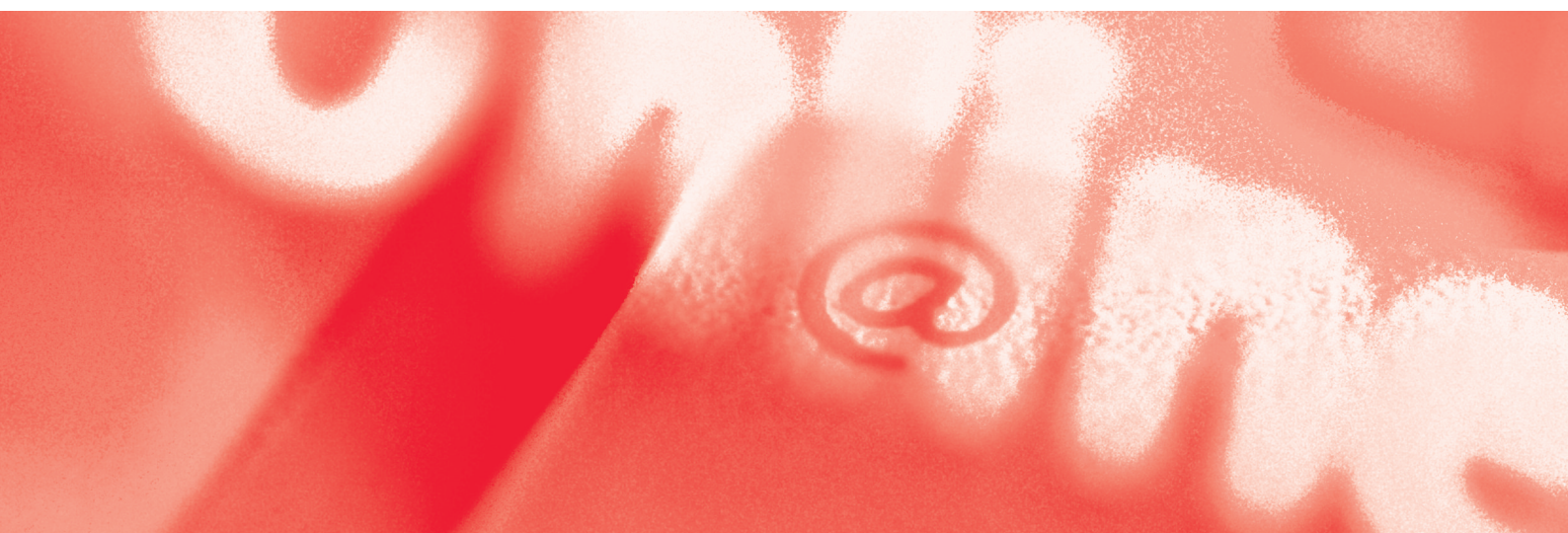


INITIATIVE D21

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

(N)ONLINER Atlas 2012 Basiszahlen für Deutschland

Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland



Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung

mit freundlicher Unterstützung von



Der IT-Beauftragte
der Bayerischen Staatsregierung



FIDUCIA
Ihr IT-Partner



IDG
BUSINESS
MEDIA GMBH



TNS Infratest



Wolters Kluwer
Deutschland

kompetenzzentrum
TECHNIK • DIVERSITY • CHANCCGLEICHHEIT

Vorwort Initiative D21



Seit dem Jahr 2001 misst der *(N)ONLINER Atlas* als die deutschlandweit größte Studie zur Internetnutzung kontinuierlich und vergleichbar die Anzahl der Onliner und Offliner sowie der Breitbandnutzer in Deutschland auf Basis von über 30.000 Interviews pro Jahr.

Diese wertvollen Informationen über die Internetnutzung und -nichtnutzung, ausgewiesen für die einzelnen Bundesländer und die Bevölkerungsgruppen mit Blick auf Alter, Bildungsstand und Geschlecht waren und sind stets wesentlich für die Initiativen, die wir mit Blick auf das Internet gestartet haben.

Im Jahr 2012 sind 76 Prozent der Deutschen Onliner. Dies entspricht nur einem geringen Zuwachs von 0,9 Prozentpunkten, und es bestätigt sich der seit einigen Jahren gemessene Trend: Die Entwicklung der Internetnutzer in Deutschland gerät zunehmend ins Stocken. Damit sendet der *(N)ONLINER Atlas* hier ein klares Signal – die Anstrengungen sind unvermindert fortzusetzen, um eine digitale Gesellschaft in Deutschland wachsen zu lassen.

Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse der Untersuchung aber auch, dass wir bei insgesamt geringem Anstieg genau in den Zielgruppen großes Wachstum nachweisen können, die nach wie vor als bislang wenig erreicht gelten. Mit 3,6 Prozentpunkten Steigerung gegenüber dem Vorjahr sticht insbesondere die Generation 70plus mit 28,2 Prozent deutlich hervor.

Das kann zwar nicht darüber hinweg täuschen, dass bislang noch nicht einmal ein Drittel dieser Zielgruppe von den vielfältigen Möglichkeiten des Internets überzeugt ist. Aber es zeigt, dass die zahlreichen Maßnahmen, die zielgruppenspezifisch für diese Generation durchgeführt werden, zunehmend greifen. Von Gleichaltrigen lernen, erste Erfolgserlebnisse sammeln und zum Weitermachen animiert werden, ist eines unserer pragmatischen Erfolgsrezepte. Aber auch die immer intuitivere Bedienbarkeit der Endgeräte hilft, diese Entwicklung weiter zu fördern. Die Fokussierung auf den praktischen Nutzen für den Einzelnen muss im Fokus der Kommunikation stehen – nicht die technischen Einzelheiten.



Grundvoraussetzung, um den positiven Nutzen des Internets und seiner Dienste für den Einzelnen wirklich erfahrbar zu machen, ist ein adäquater, d. h. breitbandiger Internetzugang zu Hause – und zwar in allen Regionen Deutschlands. Moderne Anwendungen im Internet benötigen hohe Bandbreiten, ob nun stationär oder mobil – und die Anforderungen wachsen in atemberaubendem Tempo. Es sind kreative Lösungen gefragt, um flächendeckenden Breitbandzugang allerorts zu ermöglichen – entsprechende Ansätze werden regelmäßig im Rahmen der Deutschen Breitbandinitiative vorgestellt. Die neuen Zahlen des *(N)ONLINER Atlas* zeigen hier deutlich den zukünftigen Trend auf: Die Anzahl derjenigen, die Internet über Mobilfunk nutzen, hat sich um 76 Prozent gesteigert. Es sind hier noch große Veränderungen zu erwarten!

All diese Entwicklungen machen aber vor allem eines sehr deutlich: Die Herausforderungen der Digitalisierung sind weiterhin enorm. Unterfüttert und bestätigt wird diese Erkenntnis über die Ergebnisse der Sonderstudie zur *Digitalen Gesellschaft*, mit der wir seit dem Jahr 2009 dem Status quo der digitalen Gesellschaft hinsichtlich der Internetnutzung nachgehen.

Diese zeigen die nächste große Herausforderung: Der moderne, offene Nutzer des Internets der Zukunft ist der kompetente souveräne Onliner. Die Studienergebnisse offenbaren aber, dass im Jahr 2011 nur 38 Prozent der Deutschen als digital souverän bezeichnet werden können. Nur diese 38 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sind bereits in der digitalen Alltagswelt angekommen. Dies und die seit Jahren stetig schrumpfenden sowie heute beinahe stagnierenden Zuwachsraten bei der Internetnutzung machen deutlich: Die Entwicklung hin zu einer digitalen Gesellschaft in Deutschland, das heißt, der Weg zur kompetenten Nutzung der digitalen Medien durch die Bevölkerung ist noch längst nicht abgeschlossen. 17 Millionen Bürgerinnen und Bürger nutzen das Internet nicht!

Damit dürfen wir uns nicht zufrieden geben.

Das Internet durchdringt mittlerweile sämtliche Lebensbereiche und bietet vor allem auch für diejenigen, die wir bislang noch nicht erreicht haben, ein enormes Potential. So zeigt das Beispiel der demographischen Entwicklung als eines unter vielen, dass das Internet für den Alltag im Alter große Chancen beinhaltet, die es gilt, so umzusetzen, dass sie auf Akzeptanz in dieser Altersgruppe stoßen. Beispiele sind Telemedizin oder Ambient Assisted Living. Wir müssen alles daran setzen, die digitale Spaltung in Deutschland zu überwinden – zum Wohle des Standortes und vor allen Dingen zum Nutzen der Bevölkerung.

Die Initiative D21 ist seit Jahren ein wichtiger Partner und Gradmesser, der die Entwicklungen des Internets, seiner Dienste und Nutzer kritisch und konstruktiv begleitet. Die gemessenen Daten helfen, politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Konsequenzen besser zu bewerten, Maßnahmen zu gestalten und die Entwicklungswege zu justieren. Der Rückblick an den Anfang der Messungen des *(N)ONLINER Atlas* zeigt, dass sich die digitale Gesellschaft und die Herausforderungen, die sich daraus ergeben, über die Jahre stark verändert haben. Mit der zunehmenden Verbreitung und Nutzung des Internets und den mobilen Anwendungen tritt die Frage, wie und wofür die Menschen das Internet nutzen, immer mehr in den Vordergrund. Diesen Veränderungen muss auch das Messinstrument Rechnung tragen.

Hannes Schwaderer
Präsident der Initiative D21
Geschäftsführer Intel GmbH

In der Quintessenz bedeutet dies, dass wir uns als Initiative D21 entschieden haben, den *(N)ONLINER Atlas* und die Studie *Digitale Gesellschaft* miteinander zu verschmelzen, um daraus eine neue „Währung“ für den Digitalstandort Deutschland bereitzustellen. In diesem interdisziplinären Projekt wirken Bund, Länder und Wirtschaft gemeinsam zusammen.

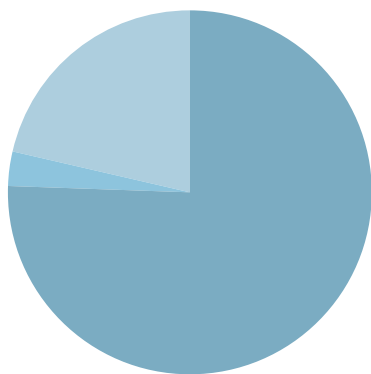
Das Ergebnis wird der *D21-Digital-Index* sein, der Sie ab Anfang 2013 thematisch breit, inhaltlich tief und zukunftsorientiert als verlässlicher Gradmesser der Digitalisierung begleiten wird. Anhand dieses Index werden wir künftig noch detaillierter ablesen können, in welchen Regionen der Schuh drückt und vor allen Dingen, an welchen Stellschrauben wir gemeinsam mit Wirtschaft, Wissenschaft und Politik noch drehen müssen, damit niemand von der digitalen Gesellschaft ausgeschlossen bleibt.

Die Initiative D21 wird sich auch weiterhin über Projekte, Informationsveranstaltungen und Studien für gleiche Partizipationsmöglichkeiten in Deutschland einsetzen. Wir alle sind aufgefordert, hier mitzuwirken und unser Wissen und unsere Erfahrungen weiterzugeben.

Robert A. Wieland
Vizepräsident der Initiative D21
Geschäftsführer TNS Infratest GmbH

(N)ONLINER Atlas 2012 – Basiszahlen für Deutschland

2012 (Angaben in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
30.195	75,6	3,1	21,2



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

Der zwölfte Berichtsband des (N)ONLINER Atlas zeigt: Im Jahr 2012 nutzen 75,6 Prozent der deutschen Bevölkerung das Internet. Rund drei Viertel der Deutschen zählen somit zu den Internetnutzern, das entspricht ca. 53,2 Millionen Menschen ab 14 Jahren.

Der Zuwachs der Internetnutzer hat sich in diesem Jahr deutlich verringert: Erstmals liegt die Zuwachsrate bei den Internetnutzern unter einem Prozentpunkt.

Auch die weiterhin sinkende Rate der Nutzungsplaner zeigt, dass nur noch mit geringen Zuwachsraten zu rechnen ist. Noch immer nutzen 24,3 Prozent der Deutschen das Internet nicht. Das heißt, dass ca. 17,1 Millionen Deutsche ab 14 Jahren weder beruflich noch privat mit dem Internet in Berührung kommen.

Jahresübersicht 2001 bis 2012 (Angaben in %)

Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
2012	30.195	75,6	3,1	21,2	→
2011	30.719	74,7	3,3	21,9	→
2010	30.705	72,0	3,8	24,2	→
2009	30.702	69,1	4,3	26,6	→
2008	52.503	65,1	4,9	29,9	→
2007	49.135	60,2	5,7	34,1	→
2006	50.718	58,2	6,1	35,7	→
2005	48.107	55,1	6,3	38,6	→
2004	30.096	52,7	6,6	40,8	→
2003	30.116	50,1	7,2	42,7	→
2002	30.318	41,7	8,2	50,1	→
2001	19.690	37,0	10,4	52,5	→

■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

20% 40% 60% 80% 100%

Internetnutzung nach Geschlecht:

- Frauen mit stärkerem Wachstum des Onliner-Anteils.
- Noch immer deutliche Unterschiede bei der Internetnutzung nach Geschlecht.

Jahr	Männer	Frauen	Differenz
2012	81,0 %	70,5 %	10,5 %-Punkte
2011	80,7 %	68,9 %	11,8 %-Punkte

Internetnutzung nach Altersgruppen:

- Der Onliner-Anteil bei jungen Menschen stagniert, da dort bereits ein hoher Sättigungsgrad erreicht ist.
- Größter Zuwachs in den Gruppen der 60- bis 69-Jährigen sowie 70plus.

Jahr	14–19 Jahre	20–29 Jahre	30–39 Jahre	40–49 Jahre	50–59 Jahre	60–69 Jahre	70+ Jahre
2012	97,7 %	96,9 %	94,1 %	87,9 %	76,6 %	60,4 %	28,2 %
2011	97,6 %	97,1 %	94,2 %	86,3 %	75,8 %	57,3 %	24,6 %

Internetnutzung nach Bildung:

- Stagnierender Anteil der Internetnutzer in der Gruppe mit formal einfacher Bildung.
- Überdurchschnittlicher Zuwachs bei Absolventen weiterbildender Schulen ohne Abitur.

Jahr	Schüler	Volks-/Hauptschule	weiterbild. Schule	Abitur	Studium
2012	98,2 %	60,6 %	80,3 %	90,8 %	90,7 %
2011	97,7 %	60,5 %	78,8 %	90,8 %	89,6 %

Internetnutzung nach Berufstätigkeit:

- Durch hohen Zuwachs der Internetnutzer bei Nicht-Berufstätigen erstmals über 60 Prozent Onliner in dieser Gruppe.
- Geringer Zuwachs der Internetnutzer bei Berufstätigen.

Jahr	berufstätig*	nicht berufstätig**
2012	88,4 %	60,4 %
2011	88,0 %	58,7 %

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

Internetnutzung nach Haushaltsnettoeinkommen:

- Zahl der Internetnutzer in Bevölkerungsgruppen mit Einkommen ab 1.000 Euro stagniert.
- Überdurchschnittlicher Zuwachs in der Gruppe mit weniger als 1.000 Euro Einkommen.

Jahr	< 1.000 Euro	1.000 < 2.000 Euro	2.000 < 3.000 Euro	≥ 3.000 Euro
2012	54,2 %	66,0 %	83,3 %	92,7 %
2011	53,0 %	65,7 %	83,1 %	92,3 %

Internetnutzung nach Ortsgröße:

- Überdurchschnittliche Zuwächse an Internetnutzern in Orten mit 5.000 bis 500.000 Einwohnern.
- Leichter Rückgang von Internetnutzern in Landgemeinden und ländlichen Kleinstädten.

Jahr	< 5 Tsd. Einw.	5 < 20 Tsd. Einw.	20 < 100 Tsd. Einw.	100 < 500 Tsd. Einw.	≥ 500 Tsd. Einw.
2012	69,7 %	71,3 %	74,5 %	75,8 %	78,2 %
2011	70,3 %	70,1 %	73,1 %	74,7 %	77,5 %

Internetnutzung nach Haushaltsgröße:

- Deutliche Zuwächse an Onlinern in kleineren Haushalten, vor allem in Ein-Personen-Haushalten.
- Hingegen stagnierende Nutzerzahlen in größeren Haushalten.

Jahr	Eine Person	Zwei Personen	Drei Personen	≥ Vier Personen
2012	59,1 %	71,5 %	86,5 %	89,9 %
2011	56,6 %	70,3 %	86,4 %	89,6 %

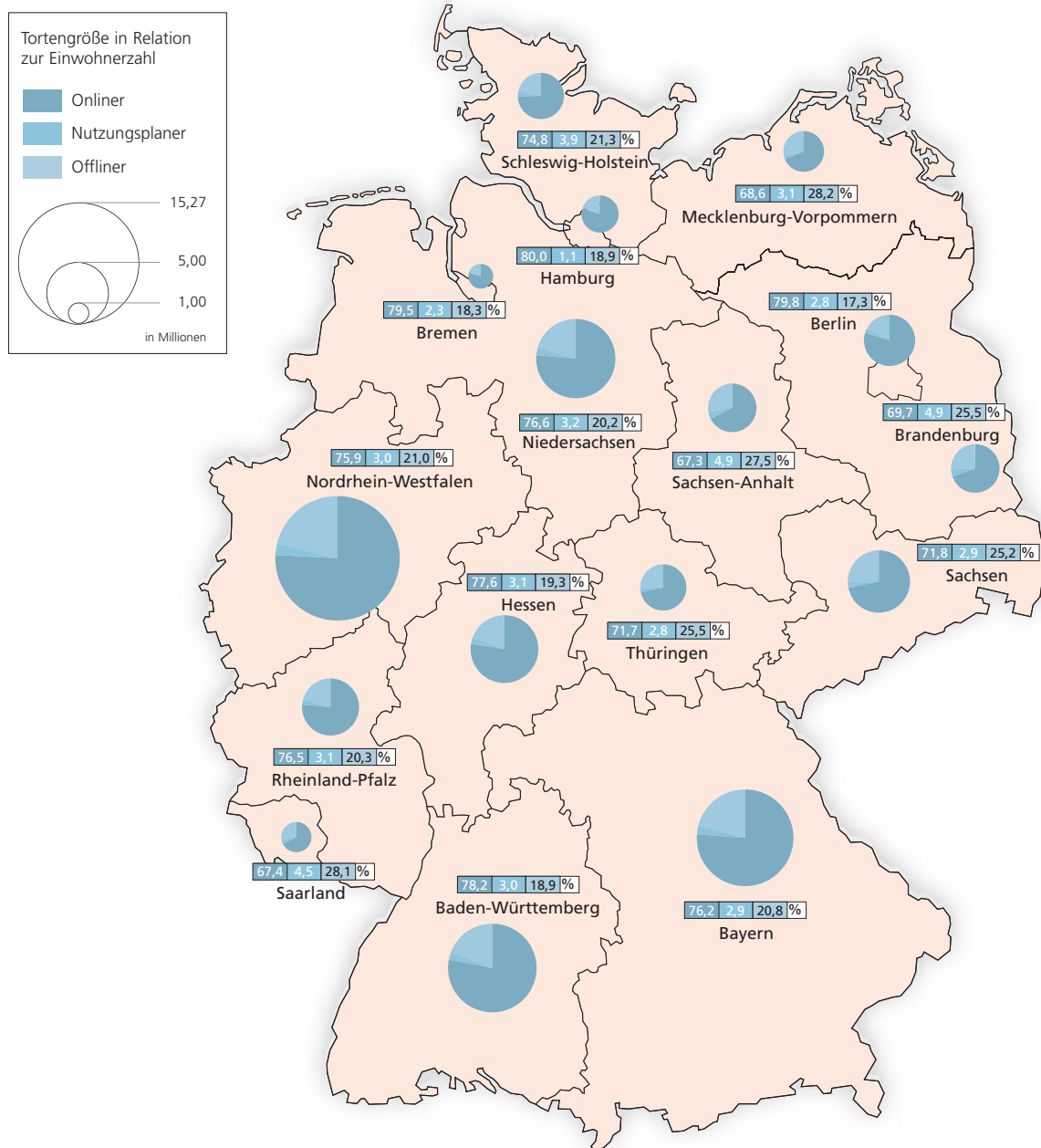
Onliner-Anteil nach Bundesländern:

- Schere zwischen Platz 1 und 16 schließt sich weiter: Differenz von 16 auf 13 Prozentpunkte gesunken.
- Stadtstaaten Hamburg, Berlin und Bremen an der Spitze. Hamburg mit größtem Wachstum, dicht gefolgt vom Tabellenletzten, Sachsen-Anhalt.

Platzierung Bundesland	Onliner-Anteil (Vorjahr)	Zuwachs	Platzierung 2011
1. Hamburg	80,0 % (76,5 %)	3,5 %-Punkte	5.
2. Berlin	79,8 % (79,3 %)	0,5 %-Punkte	2.
3. Bremen	79,5 % (80,2 %)	-0,7 %-Punkte	1.
4. Baden-Württemberg	78,2 % (78,0 %)	0,2 %-Punkte	3.
5. Hessen	77,6 % (77,1 %)	0,5 %-Punkte	4.
6. Niedersachsen	76,6 % (76,5 %)	0,1 %-Punkte	5.
7. Rheinland-Pfalz	76,5 % (74,7 %)	1,8 %-Punkte	8.
8. Bayern	76,2 % (75,3 %)	0,9 %-Punkte	7.
9. Nordrhein-Westfalen	75,9 % (74,4 %)	1,5 %-Punkte	9.
10. Schleswig-Holstein	74,8 % (74,1 %)	0,7 %-Punkte	10.
11. Sachsen	71,8 % (70,5 %)	1,3 %-Punkte	12.
12. Thüringen	71,7 % (71,0 %)	0,7 %-Punkte	11.
13. Brandenburg	69,7 % (68,4 %)	1,3 %-Punkte	13.
14. Mecklenburg-Vorpommern	68,6 % (67,9 %)	0,7 %-Punkte	14.
15. Saarland	67,4 % (66,9 %)	0,5 %-Punkte	15.
16. Sachsen-Anhalt	67,3 % (64,2 %)	3,1 %-Punkte	16.

Internetnutzung nach Bundesländern 2012

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



Die Landkarte der Internetnutzung zeigt jeweils für die einzelnen Bundesländer die Anteile der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner. Zudem symbolisiert die Größe der Kreise die jeweilige Einwohnerzahl der Bundesländer. In diesem Jahr liegen die Stadtstaaten auf den ersten drei Plätzen. Mit dem höchsten Zuwachs in 2012, 3,5 Prozentpunkten, übernimmt Hamburg mit 80,0 Prozent Internetnutzern den Spitzenplatz, gefolgt von Berlin, das sich mit 79,8 Prozent auf dem zweiten Platz halten kann. Auf Platz vier folgt der erneut stärkste Flächenstaat: Baden-Württemberg.

Die Schere zwischen stärkstem und schwächstem Bundesland schließt sich durch den Zuwachs von 3,1 Prozentpunkten in Sachsen-Anhalt. Zwischen dem Schlusslicht Sachsen-Anhalt und dem Spitzenreiter Hamburg beträgt der Abstand 13 Prozentpunkte.

Wenn auch noch immer die neuen Bundesländer gemeinsam mit dem Saarland im unteren Drittel zu finden sind, so hat sich die Differenz zwischen West und Ost von 6,3 Prozentpunkten 2011 auf 5,9 Prozentpunkte 2012 reduziert.

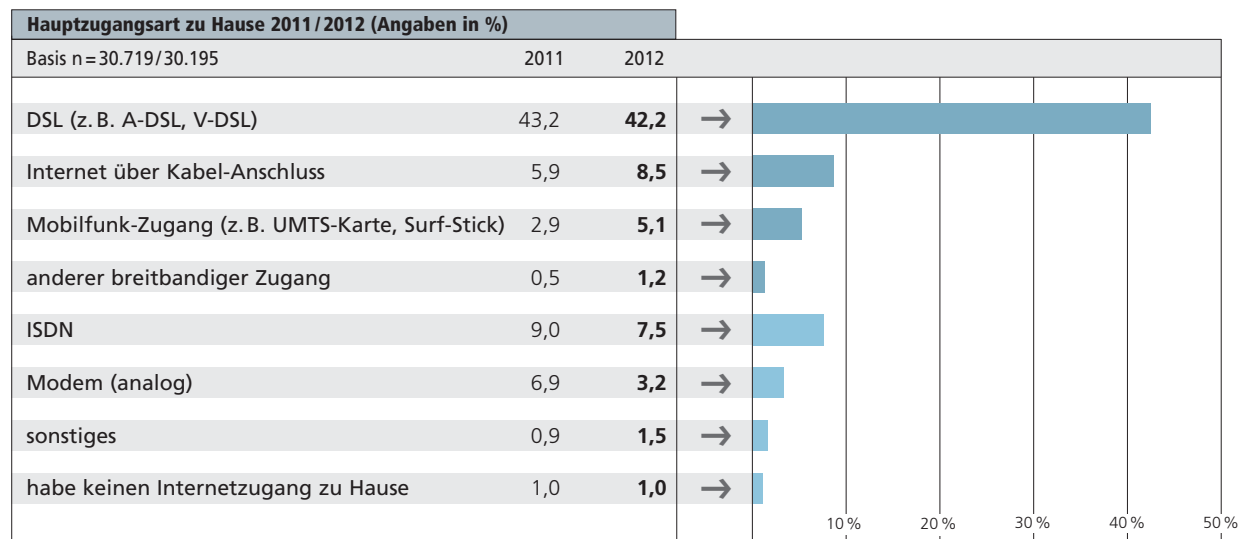
Internetzugang in Deutschland:

- Zahl der Breitbandnutzer wächst erneut.
- Deutlicher Rückgang bei Schmalbandnutzern.

Jahr	Breitband	Schmalband	Sonstiges/ k.A.	keine Onliner
2012	57,1 %	10,7 %	7,0 %	24,4 %
2011	52,5 %	15,9 %	6,2 %	25,3 %

Breitbandnutzung 2011 und 2012 (detaillierte Darstellung):

- Wichtigste Zugangsart trotz geringen Rückgangs bleibt DSL.
- Kabel- und Mobilfunkzugänge gewinnen stark an Bedeutung.



Breitband-Anteil nach Bundesländern:

- Höchster Breitbandanteil in Berlin.
- Größter Zuwachs im Saarland und in Mecklenburg-Vorpommern.

Platzierung Bundesland	2012	2011	Differenz zum Vorjahr	Platzierung 2011
1. Berlin	61,4 %	58,0 %	3,4 %-Punkte	1.
2. Bremen	59,9 %	58,0 %	1,9 %-Punkte	1.
3. Rheinland-Pfalz	59,5 %	53,5 %	6,0 %-Punkte	6.
4. Baden-Württemberg	59,1 %	53,9 %	5,2 %-Punkte	5.
5. Bayern	57,8 %	53,1 %	4,7 %-Punkte	7.
6. Hamburg	57,7 %	53,0 %	4,7 %-Punkte	8.
7. Niedersachsen	57,5 %	54,0 %	3,5 %-Punkte	4.
8. Schleswig-Holstein	57,1 %	50,9 %	6,2 %-Punkte	11.
9. Hessen	56,9 %	54,8 %	2,1 %-Punkte	3.
10. Nordrhein-Westfalen	56,7 %	51,1 %	5,6 %-Punkte	10.
11. Thüringen	55,9 %	49,0 %	6,9 %-Punkte	13.
12. Sachsen	55,5 %	52,6 %	2,9 %-Punkte	9.
13. Saarland	54,0 %	45,7 %	8,3 %-Punkte	16.
14. Mecklenburg-Vorpommern	53,6 %	46,4 %	7,2 %-Punkte	14.
15. Brandenburg	52,8 %	50,6 %	2,2 %-Punkte	12.
16. Sachsen-Anhalt	48,2 %	45,9 %	2,3 %-Punkte	15.

Zur Studie: Methodensteckbrief

- 30.195 Interviews in 2012
(je rund 50.000 in 2005, 2006, 2007 und 2008, je rund 30.000 in den Jahren 2009, 2010 und 2011 sowie 2002 bis 2004, 20.000 in 2001)
- Grundgesamtheit: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren 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 70,3 Millionen Personen)
- Durchführung als computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS Omnibusse zwischen dem 15. März und dem 13. Juni 2012
- 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

Ansprechpartner:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Barbara Zimmers

Geschäftsführung
Initiative D21 e.V.
Telefon 030 / 526 87 22 52
barbara.zimmers@initiated21.de

Michael Knippelmeyer

Director Public Relations
TNS Infratest
Telefon 0521 / 92 57 687
michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

Projektleitung und Redaktion:

Dr. Malthe Wolf

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00 1133
malthe.wolf@tns-infratest.com

Stefanie Sagl

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00 1498
stefanie.sagl@tns-infratest.com

Impressum:

Herausgeber:

Initiative D21 e.V.
www.initiated21.de

TNS Infratest GmbH
www.tns-infratest.com

Mit freundlicher Unterstützung von:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
www.bmwi.de

Der IT-Beauftragte der Bayerischen Staatsregierung
www.cio.bayern.de

Fiducia IT AG
www.fiducia.de

Huawei Technologies Deutschland GmbH
www.huawei.com

IDG Business Media GmbH
www.idg.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

