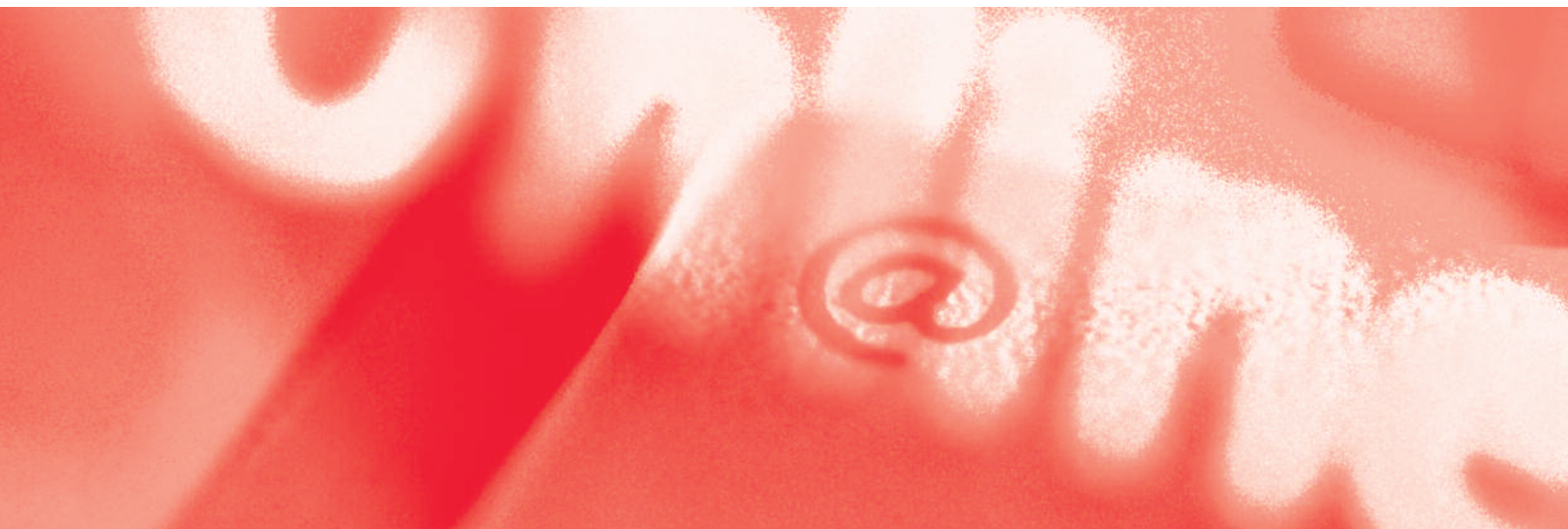


# INITIATIVE D21

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

## (N)ONLINER Atlas 2011

Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland



Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung

mit freundlicher Unterstützung von





## Inhalt

Vorworte	
1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief	8
2. Zentrale Ergebnisse des <i>(N)ONLINER Atlas 2011</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	41
8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen	47
9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken	52
10. Stadt – Land – Breitband	57
11. Internetnutzung im europäischen und weltweiten Vergleich	66





## Vertrauen ins Internet ist Schlüssel zur Gesellschaft der Zukunft



Die digitale Infrastruktur ist inzwischen zu einem wesentlichen Faktor für den Erfolg einer Volkswirtschaft und die Weiterentwicklung der Gesellschaft geworden. Der vermehrte Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien hat den sozialen und wirtschaftlichen Alltag der Menschen auf allen Ebenen bereichert. Die Suche nach Informationen, Nachrichten, Freizeitaktivitäten bis hin zu einer Vielzahl an Konsumgütern und Dienstleistungen gestaltet sich deutlich einfacher als zuvor. Behördengänge werden verkürzt, Bankgeschäfte von Zuhause aus erledigt und sogar soziale Kontakte können unkompliziert gepflegt und erhalten werden.

Die Komplexität und Fragilität der digitalen Welt führt allerdings auch dazu, dass dieser strategisch-neuralgische Punkt ganz besonders geschützt werden muss. Der Computerwurm Stuxnet hat dabei wie kaum ein anderes Thema dazu geführt, dass das Sicherheitsempfinden von Politik und Wirtschaft innerhalb kürzester Zeit deutlich sensibilisiert wurde und das Thema „Cyberkrieg“ immer häufiger in der öffentlichen Diskussion auftaucht. Inzwischen bauen immer mehr Länder Infrastrukturen auf, um für ein entsprechendes Szenario gewappnet zu sein. Auch wenn der „Normalbürger“ wenig bis kaum von derartig schweren Cyberangriffen betroffen ist, hat die Diskussion um die Sicherheit der digitalen Infrastruktur konkreten Einfluss auf das Nutzungsverhalten und den Umgang unserer Gesellschaft mit den digitalen Medien. Verstärkt durch die öffentliche und mediale Diskussion, leidet dadurch das Vertrauen in die digitale Welt gerade bei den Bevölkerungsgruppen, die das Internet kaum oder nicht nutzen.

Inwieweit wirkt sich nun diese Diskussion und die Einstellung gegenüber den digitalen Medien direkt auf die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland aus? Die positive Nachricht ist, dass wir auch mit der elften Ausgabe des *(N)ONLINER Atlas* ein deutliches Wachstum im Vergleich zum Vorjahr nachweisen können. Mit 2,7 Prozentpunkten liegt die aktuelle Wachstumsrate nur knapp hinter der des Vorjahres. Damit nutzen inzwischen 74,7 Prozent der Bevölkerung das Internet und Deutschland hat sich seit der ersten Auflage des *(N)ONLINER Atlas* im Jahre 2001 zu einem Land der Onliner entwickelt. Doch gleichzeitig lassen

die Zahlen auch erkennen, dass für ein zukünftiges Wachstum die gezielte Ansprache der Nichtnutzer immer mehr an Bedeutung gewinnen muss, um tatsächlich der gesamten Gesellschaft den Weg in die digitale Welt zu ermöglichen.

Immerhin noch knapp 18 Millionen Menschen in Deutschland nutzen das Internet überhaupt nicht. Und immer weniger planen, im kommenden Jahr tatsächlich daran etwas zu ändern. Gerade entlang der Faktoren Alter, Bildung, Beschäftigung und dem Haushaltseinkommen manifestieren sich die größten Nutzungsunterschiede. Konnte beispielsweise die Gruppe der ab 70-Jährigen im vergangenen Jahr noch ein kräftiges Wachstum verzeichnen, ist es in diesem Jahr mit 1,3 Prozentpunkten wieder deutlich unter das durchschnittliche Wachstum gerutscht. Damit ist noch immer weniger als ein Viertel dieser Altersgruppe online.

Ein einfacher Zugang, Vertrauen und das Erkennen des weitreichenden persönlichen Nutzens sind die zentralen Faktoren, um die digitalen Medien für die Offliner interessant zu machen. Neben der technischen Hürde sind dabei auch die Vermittlung einer entsprechenden Medienkompetenz und der verantwortungsbewusste Umgang mit dem neuen Medium Grundvoraussetzung für das persönliche Sicherheitsempfinden, um sich von den kolportierten Gefahren nicht einschüchtern zu lassen.

Die Initiative D21 sieht eine ihrer Hauptaufgaben darin, dieses Bewusstsein für die digitalen Medien in den nächsten Jahren zu fördern und sich gemeinsam mit ihren Partnern aus Politik und Wirtschaft für eine Gesellschaft einzusetzen, die im Einklang mit den Entwicklungen rund um das Internet steht.

Neben der Projektarbeit in den Bereichen Bildung, Standort und Vertrauen steht dafür ganz besonders der *(N)ONLINER Atlas*, der durch seine Datenbasis die ideale Grundlage für die Arbeit der Initiative D21 darstellt.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen der aktuellen Ausgabe und danke den zahlreichen Partnern und Sponsoren für ihr Engagement, ohne die diese nicht zustande gekommen wäre.

**Hannes Schwaderer**  
Präsident der Initiative D21  
Geschäftsführer Intel GmbH

## Internetkompetenz weiter ausbauen



Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Internets ist enorm und die Nutzungsmöglichkeiten werden täglich mehr. So ist das Internet heute ein etabliertes Medium im beruflichen wie im privaten Leben. Dennoch profitieren derzeit noch nicht alle gesellschaftlichen Gruppen von den Nutzungs- und Informationsmöglichkeiten des Internets. Die Bundesregierung unterstützt daher den professionellen Umgang mit den digitalen Medien besonders dort, wo Barrieren den Zugang noch erschweren. So wendet sich die Initiative „Internet erfahren“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie besonders an ältere Menschen und an Menschen mit Migrationshintergrund oder auch an Frauen in gesellschaftlich wichtigen, aber technikfernen Bereichen. Die neuen Zahlen im *(N)ONLINER Atlas 2011* sind eindrucksvoll. Erstmals gehören fast drei Viertel der Deutschen zu den „Onlinern“. Die Nutzung des Internets ist im Vergleich zum Vorjahr um 2,7 Prozentpunkte auf

74,7 Prozent gestiegen. Erfreulich ist, dass sich die Internetnutzung in Ost- und Westdeutschland einander annähert und die Frauen bei der Internetnutzung deutlich aufholen. Ebenso nimmt das Stadt-Land-Gefälle leicht ab. Auch die mobilen Internetanwendungen sind auf dem Vormarsch. Rund drei Prozent der Bevölkerung nutzen den mobilen Internetzugang bereits als Hauptzugang zum Netz. Das ist eine erfreuliche Entwicklung, die aber zugleich zusätzliche Anforderungen an sichere Kommunikationswege erforderlich macht. Das Bundeswirtschaftsministerium unterstützt deshalb Maßnahmen zur sicheren Anwendung mobiler Informationstechnik und einer sicheren uneingeschränkten Internetnutzung. Damit soll die mobile Kommunikation in der Wertschöpfung von mittelständischen Unternehmen und in der Verwaltung ausgeweitet werden. Angesichts der vielfältigen Nutzungs- und Anwendungsmöglichkeiten wird es in Zukunft immer wichtiger, dass die Internetkompetenz in allen Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft weiter ausgebaut wird.

**Hans-Joachim Otto**

Parlamentarischer Staatssekretär beim  
Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

## Fairer Wettbewerb für mehr Breitband



Der umfassende Zugang zu modernen Kommunikationsmitteln ist für immer mehr Menschen in Deutschland eine Selbstverständlichkeit. Die Zahlen des *(N)ONLINER Atlas* belegen, dass mit 70 Prozent der Onliner die große Mehrheit der Nutzer inzwischen mit einem schnellen breitbandigen Anschluss ins Netz geht. Sehr erfreulich ist darüber hinaus, dass geschlechts- und bildungsspezifische Faktoren bei der Internetnutzung eine immer geringere Rolle spielen. Dies zeigt, dass das Internet quer durch alle Gesellschaftsschichten eine breite Akzeptanz findet.

Trotzdem dürfen wir nicht stehen bleiben. Das Breitband von heute ist das Schmalband von morgen. Datenintensive Anwendungen werden den Bandbreitenbedarf weiter rasant ansteigen lassen. Auch der mobile Datenverkehr wird weiter wachsen. Die Onliner-Gemeinde wird überall schnelle Internetverbindungen brauchen, daher bleibt der Ausbau der Netze der nächsten Generation erste Priorität.

Mit der Versteigerung der Funkfrequenzen im Jahr 2010 hat die Bundesregierung die Grundlage zu einer breitbandigen mobilen Infrastruktur in der Fläche geschaffen, während der Glasfaserausbau in Deutschland immer noch nicht wirklich vorankommt. Glasfaser ist aber die einzig wirklich zukunftssichere Infrastruktur. Um den Glasfaserausbau in Deutschland zu beschleunigen, wurden deshalb im Rahmen des IT-Gipfel-Prozesses Open Access Regeln für breitbandige Festnetze vereinbart. Nur so lässt sich ein Flickenteppich von nicht kompatiblen Breitbandnetzen verhindern. Umso bedauerlicher ist es, dass Kabelnetzbetreiber bisher keinen Zugang zu ihren Netzen gewähren. Gleichzeitig profitieren diese Unternehmen weiterhin von wettbewerbsverzerrenden Regeln wie dem Nebenkostenprivileg, das Kunden die Kabelnutzung aufzwingt, auch wenn sie eigentlich das Angebot eines Telekommunikationsanbieters bevorzugen.

Um den Ausbau einer Glasfaserinfrastruktur in Deutschland zu beschleunigen, müssen für alle Marktteilnehmer die gleichen Regeln gelten. Nur so werden die richtigen Anreize für einen schnellen Ausbau gesetzt.

**Wolfgang Kopf LL.M.**

Leiter Zentralbereich Politik und Regulierung  
Deutsche Telekom AG

## Das Social Web führt die junge Generation ins Netz



Es gibt ihn nicht mehr, den „Nonliner“ in der Generation der bis 29-Jährigen. Inzwischen nutzen auch die Twens mit 97,1 Prozent genauso häufig das Internet wie die aktuelle Schülergeneration (97,6 Prozent bis 19 Jahre). Das Social Web spielt für diese Entwicklung eine ganz zentrale Rolle. Mark Zuckerberg meldete erst kürzlich, dass Facebook verglichen mit einem Staat mehr Mitglieder als die USA Einwohner hat. Nur einige Monate vorher zog er noch Japan zum Vergleich heran. Dieses imposante Wachstum spiegelt sich auch in der Nutzungszeit wider: 500 Milliarden Minuten sind Facebookmitglieder pro Monat auf der Plattform unterwegs und über 30 Prozent der weiblichen Nutzer prüfen noch vor der Morgentoilette ihren Status auf Facebook. Das Social Web ist einer der Haupttreiber der Entwicklung der Internetnutzung in dieser Altersklasse. Doch nicht nur Facebook, sondern mehr als 250 weitere Plattformen – wie Twitter, XING, LinkedIn – führen die Internetnutzung der Altersklasse unter 30 Jahre immer näher an die 100 Prozent heran.

Diese Anwendungen haben den Ursprung des Internets als globale selbstvernetzte Infrastruktur genutzt und in ein gesellschaftliches Phänomen umgesetzt. Mit hohem Nutzen für die Anwender nicht nur im privaten Umfeld, sondern auch beruflich, um beispielsweise Kontakte aufzubauen und zu pflegen oder sich mit dem Wissen innerhalb einer themenorientierten Community zu versorgen. Inzwischen werden diese vernetzten Communities stärker genutzt als Suchmaschinen. Welcher Trendwende wir hier durch die Weiterentwicklung des Web 2.0 erneut gegenüberstehen, hat auch der ehemalige Google-CEO Eric Schmidt erkennen müssen und sich bei den Aktionären entschuldigt, dass das „Dings mit den Freunden“ schlicht unterschätzt wurde. Wie sich diese Entwicklung weiter auf die junge Generation auswirkt, bleibt spannend zu beobachten. Nicht nur weil ihre Mitglieder älter werden und die Gesellschaft von morgen ausmachen, sondern weil sie die Ausprägung des Internets im Alltag heute weiter revolutionieren.

**Dr. Ulrich Hermann**

Geschäftsführer

Wolters Kluwer Deutschland GmbH

## Auf breiten Straßen fährt es sich einfach besser



Genauso, wie uns als Autofahrer der Anblick einer gut ausgebauten, gepflegten Straße ein Gefühl von Sicherheit und Ruhe vermittelt, stören uns Staus auf Autobahnen und beklemmend enge Gassen.

Deutschland hat schon immer sehr viel Geld und Aufmerksamkeit in eine hervorragende Infrastruktur gesteckt. Deshalb ist es erfreulich, dass auch in diesem Jahr die Zahl der Onliner (fast 53 Millionen) sowie der Anteil derer, die über Breitbandanschluss verfügen (über 52 Prozent), noch einmal deutlich gestiegen sind. Denn im Zeitalter der digitalen Vernetzung ist die Verbreitung von Breitbandanschlüssen einer der Schlüssel zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und erfolgreichen Volkswirtschaft. Obwohl die Datenautobahnen, die Schnellstraßen der Bits und Bytes, virtuell und unsichtbar sind, sind sie trotzdem für den Standortvorteil des jeweiligen Landes extrem wichtig. Auch sie müssen gepflegt, ausgebaut und auf den neuesten technischen Stand gebracht werden.

Breitbandanschlüsse, sowohl mobil als auch zu Hause, eröffnen neue Welten, schaffen Verbindungen, überbrücken Entfernungen und Hindernisse. Ob es sich bei den Inhalten im Netz nun um dynamische, interaktive Charts handelt oder um bewegte Bilder, ohne Breitband geht es kaum noch. So kann man heute von unterwegs Daten in prägnant aufbereiteter Form abrufen, seinen Kunden präsentieren oder mit diesen Informationen schnell die richtigen strategischen Entscheidungen treffen.

Der Anschluss an die Datenautobahnen ist daher längst kein Luxus mehr, sondern Notwendigkeit für das gute wirtschaftliche Funktionieren unseres Landes.

Hier ist in Deutschland im letzten Jahr viel getan worden. Der *(N)ONLINER Atlas 2011* verdeutlicht das.

**Yorck-N. von Obernitz**

VP Sales Europe

iCharts, Inc.

# 1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief



Auch in seinem elften Jahr kann der *(N)ONLINER Atlas* wieder eine Steigerung der Internetnutzung in der deutschen Bevölkerung feststellen. 2011 nutzen 74,7 Prozent Deutsche das Internet beruflich und/oder privat. Das entspricht 52,7 Millionen Deutschen ab 14 Jahren. Damit hat sich die Zahl der deutschen Internetnutzer im Vergleich zur ersten Auflage des *(N)ONLINER Atlas* 2001 verdoppelt.

Seit 2001 erstellt die Initiative D21 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest und unterstützt von namhaften Sponsoren jährlich Karten und Zielgruppenanalysen zur Internetnutzung in Deutschland, die anschaulich zeigen, wo wir stehen. Aufgrund der großen Fallzahlen können nicht nur die Entwicklungen der Onliner, Offliner und Nutzungsplaner über elf Jahre rückverfolgt werden, sondern auch belastbare Aussagen über demographische Teilgruppen und regionale Verteilungen getroffen werden. Das macht die Studie zu einer unverzichtbaren Entscheidungsgrundlage für Politik und Wirtschaft und zeigt auch Wissenschaft und Gesellschaft verlässlich den aktuellen Stand der Internetnutzung in Deutschland.

Aber auch der Status quo im Jahr 2011 zeigt: Die Digitale Spaltung ist noch nicht überwunden. Noch immer nutzt ein Viertel der Deutschen ab 14 Jahren das Internet nicht; weder privat noch beruflich. Auch die Breitbandnutzung, die Voraussetzung für viele Internetanwendungen ist, ist für knapp die Hälfte der Deutschen noch nicht Normalität.

→ Die Kluft zwischen Männern und Frauen in puncto Internetnutzung hat sich dieses Jahr erfreulich verkleinert. Betrug der Abstand zwischen den Geschlechtern im letzten Jahr noch 14,7 Prozentpunkte, sind es 2011 nur noch 11,8 Prozentpunkte. Trotzdem liegen die Männer mit 80,7 Prozent Internetpenetration noch deutlich vor den Frauen mit 68,9 Prozent – die Entwicklung muss daher weiterhin aktiv begleitet werden.

→ In den Altersgruppen 50 bis 59 sowie 60 bis 69 Jahre ist die Zahl der Onliner dieses Jahr überdurchschnittlich gewachsen. Hier tragen die eingesetzten Maßnahmen Früchte. In der Gruppe der 50- bis 59-Jährigen sind erstmals über 75 Prozent Onliner zu verzeichnen – sie liegt damit über dem Durchschnitt. Die Gruppe der ab 70-Jährigen bleibt weiterhin schwer erreichbar; sie konnte in diesem Jahr nur unterdurchschnittlich wachsen. Ihnen den individuellen Nutzen des Netzes zu verdeutlichen, bleibt weiterhin eine wichtige gesamtgesellschaftliche Aufgabe – die politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträger sind hier nach wie vor in besonderem Maße gefordert.

→ Zwischen Ost und West klafft seit Beginn der Messungen des *(N)ONLINER Atlas* eine tiefe digitale Kluft – und auch im Jahr 2011 besteht diese noch immer. Während 75,8 Prozent der Bewohner der alten Bundesländer das Internet nutzen, sind es in den neuen Bundesländern erst 69,5 Prozent. Positiv anzumerken ist, dass diese Kluft von 7,4 Prozentpunkten Unterschied im letzten Jahr auf 6,3 Prozentpunkte gesunken ist. Um diese Annäherung weiterhin aktiv voranzutreiben, ist die Initiative der Entscheidungsträger in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gefordert.

→ 2011 nutzen 52,5 Prozent der Deutschen das Internet über Breitband. Gemessen daran, dass viele Dienste des Internets nur sinnvoll mit einer breitbandigen Verbindung genutzt werden können, ist der Breitband-Anteil in Deutschland nach wie vor, gerade auch im internationalen Vergleich, gering. Noch immer gehen 15,9 Prozent der Deutschen nur über Schmalband (Modem/ISDN) ins Internet.

Die Ergebnisse zeigen: In einigen soziodemographischen Gruppen schließt sich die Schere bei der Internetnutzung. Jedoch machen 25,2 Prozent „Nonliner“ auch deutlich, dass bereits auf der Ebene des Internetzugangs viele Deutsche „abgehängt“ werden. Weiterhin stellt sich zunehmend die Frage, wie kompetent die Internetnutzer mit dem Computer und mit dem Internet umgehen, wie sicher sie sich im Internet bewegen und welches Spektrum der verfügbaren Dienste sie nutzen.

Antworten auf diese Fragen gibt seit 2009 eine weitere Untersuchung der Initiative D21 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest: „Digitale Gesellschaft – Sechs Nutzertypen im Vergleich“. Sie zeigt, dass im Jahr 2010 erst 51 Prozent der Onliner zu den so genannten digital Souveränen zu zählen waren. Nur sie sind als sicher und kompetent im Umgang mit den digitalen Herausforderungen zu bezeichnen.

Diese und viele weitere Ergebnisse unterstreichen: Die Untersuchungen des *(N)ONLINER Atlas* sind weiterhin unerlässlich, um einen Überblick über die Internetlandschaft in Deutschland zu geben und aufzuzeigen, wer noch nicht an den Informations-, Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten des Internets teilhat.

Allen Sponsoren des *(N)ONLINER Atlas* 2011, die dieses Projekt gemeinsam ermöglicht haben, möchten wir an dieser Stelle herzlich danken: Dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Fiducia IT AG, Deutsche Telekom AG, IDG Business Media GmbH, Wolters Kluwer Deutschland GmbH und dem Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. sowie iCharts Inc.

**Robert A. Wieland**  
Geschäftsführer  
TNS Infratest GmbH



## Zur Studie: Methodensteckbrief

- 30.719 Interviews  
(je rund 50.000 in 2005, 2006, 2007 und 2008, je rund 30.000 in den Jahren 2009 und 2010 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 70,5 Millionen Personen)
- Durchführung als computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS Omnibusse zwischen dem 02. März und dem 12. Mai 2011
- 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 2011

### Internetnutzung in Deutschland:

- 74,7 Prozent der Deutschen sind online.
- Mit 2,7 Prozentpunkten Wachstum steigt der Onliner-Anteil erneut deutlich.
- Inzwischen sind 52,7 Millionen Personen ab 14 Jahren online.

Jahr	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
2010	72,0 %	3,8 %	24,2 %
2011	74,7 %	3,3 %	21,9 %

### Internetnutzung nach Geschlecht:

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

Jahr	Männer	Frauen	Differenz
2010	79,5 %	64,8 %	14,7 %-Punkte
2011	80,7 %	68,9 %	11,8 %-Punkte

### Internetnutzung nach Altersgruppen:

- Der Onliner-Anteil nimmt in allen Altersgruppen zu.
- Größter Zuwachs bei 50plus, insbesondere bei den 50- bis 59-Jährigen.

Jahr	14–29 Jahre	30–49 Jahre	50+ Jahre
2010	95,8 %	87,1 %	49,6 %
2011	97,3 %	89,7 %	52,5 %

### Internetnutzung nach Bildung:

- Zum vierten Mal in Folge überdurchschnittlicher Zuwachs in der Gruppe mit formal einfacher Bildung.
- Bevölkerungsgruppe mit formal einfacher Bildung erstmals mit über 60 Prozent Onlinern.

Jahr	Schüler	Volks-/Hauptschule	weiterbild. Schule	Abitur / Studium
2010	97,5 %	56,6 %	76,2 %	88,8 %
2011	97,7 %	60,5 %	78,8 %	90,2 %

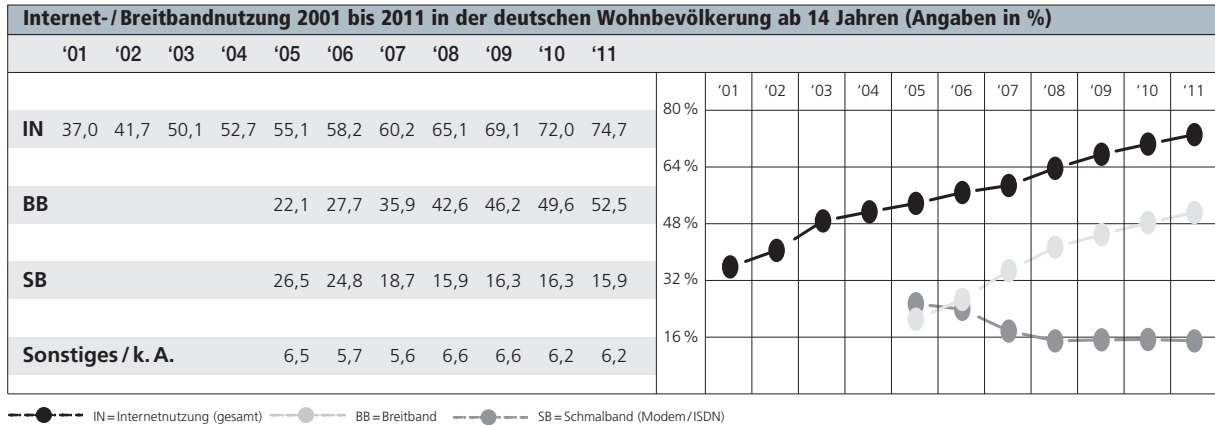
### Internetzugang in Deutschland:

- Der Anteil an Breitbandnutzern nimmt weiterhin zu.
- Schmalbandnutzung verharrt auf unverändertem Niveau.

Jahr	Breitband	Schmalband	Sonstiges/k.A.	keine Onliner
2010	49,6 %	16,3 %	6,2 %	28,0 %
2011	52,5 %	15,9 %	6,2 %	25,3 %

### Internetnutzung im Zeitverlauf:

- Seit Beginn der Messung 2005 ist Breitband der entscheidende Faktor für das Wachstum der Internetnutzung.
- Wachstum im Breitbandbereich bei Kabelmodem und Mobilfunk-Zugang.



### Onliner-Anteil nach Bundesländern:

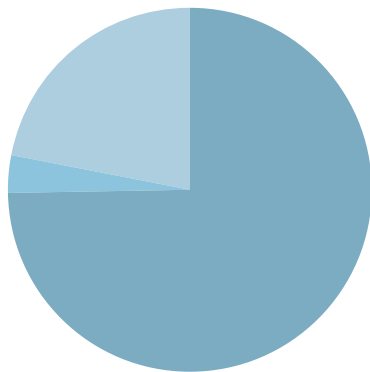
- Schere zwischen West und Ost schließt sich 2011 wieder.
- Bremen verbleibt auf dem ersten Platz.
- Besonders hohe Zuwächse in Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern und in Sachsen.

Platzierung Bundesland	Onliner-Anteil (Vorjahr)	Zuwachs	Platzierung 2010
1. Bremen	<b>80,2 %</b> (80,2 %)	0,0 %-Punkte	1.
2. Berlin	<b>79,3 %</b> (75,2 %)	4,1 %-Punkte	3.
3. Baden-Württemberg	<b>78,0 %</b> (76,0 %)	2,0 %-Punkte	2.
4. Hessen	<b>77,1 %</b> (74,2 %)	2,9 %-Punkte	5.
5. Hamburg	<b>76,5 %</b> (75,0 %)	1,5 %-Punkte	4.
5. Niedersachsen	<b>76,5 %</b> (73,9 %)	2,6 %-Punkte	6.
7. Bayern	<b>75,3 %</b> (72,0 %)	3,3 %-Punkte	10.
8. Rheinland-Pfalz	<b>74,7 %</b> (72,9 %)	1,8 %-Punkte	7.
9. Nordrhein-Westfalen	<b>74,4 %</b> (72,4 %)	2,0 %-Punkte	8.
10. Schleswig-Holstein	<b>74,1 %</b> (72,2 %)	1,9 %-Punkte	9.
11. Thüringen	<b>71,0 %</b> (65,4 %)	<b>5,6 %-Punkte</b>	13.
12. Sachsen	<b>70,5 %</b> (65,8 %)	<b>4,7 %-Punkte</b>	12.
13. Brandenburg	<b>68,4 %</b> (67,8 %)	0,6 %-Punkte	11.
14. Mecklenburg-Vorpommern	<b>67,9 %</b> (62,7 %)	<b>5,2 %-Punkte</b>	16.
15. Saarland	<b>66,9 %</b> (65,4 %)	1,5 %-Punkte	13.
16. Sachsen-Anhalt	<b>64,2 %</b> (62,9 %)	1,3 %-Punkte	15.

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

#### Internetnutzung in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2011

2011 (Angaben in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
30.719	74,7	3,3	21,9



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

Der elfte Berichtsband des *(N)ONLINER Atlas* zeigt: Im Jahr 2011 nutzen 74,7 Prozent der deutschen Bevölkerung das Internet. Rund drei Viertel der Deutschen zählen somit zu den Internetnutzern, das entspricht ca. 52,7 Millionen Menschen ab 14 Jahren.

Dem Trend der letzten Jahre folgend hat sich der Zuwachs der Internetnutzer wieder etwas verringert. Die weiterhin sinkende Rate der Nutzungsplaner zeigt, dass auch im nächsten Jahr nur mit geringen Zuwachsraten zu rechnen ist. Noch immer nutzen 25 Prozent der Deutschen das Internet nicht – d. h. das ca. 17,8 Millionen Deutsche ab 14 Jahren weder beruflich noch privat mit dem Internet in Berührung kommen.

Jahresübersicht 2001 bis 2011 (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	→
2010	30.705	72,0	3,8	24,2	→
2011	30.719	74,7	3,3	21,9	→

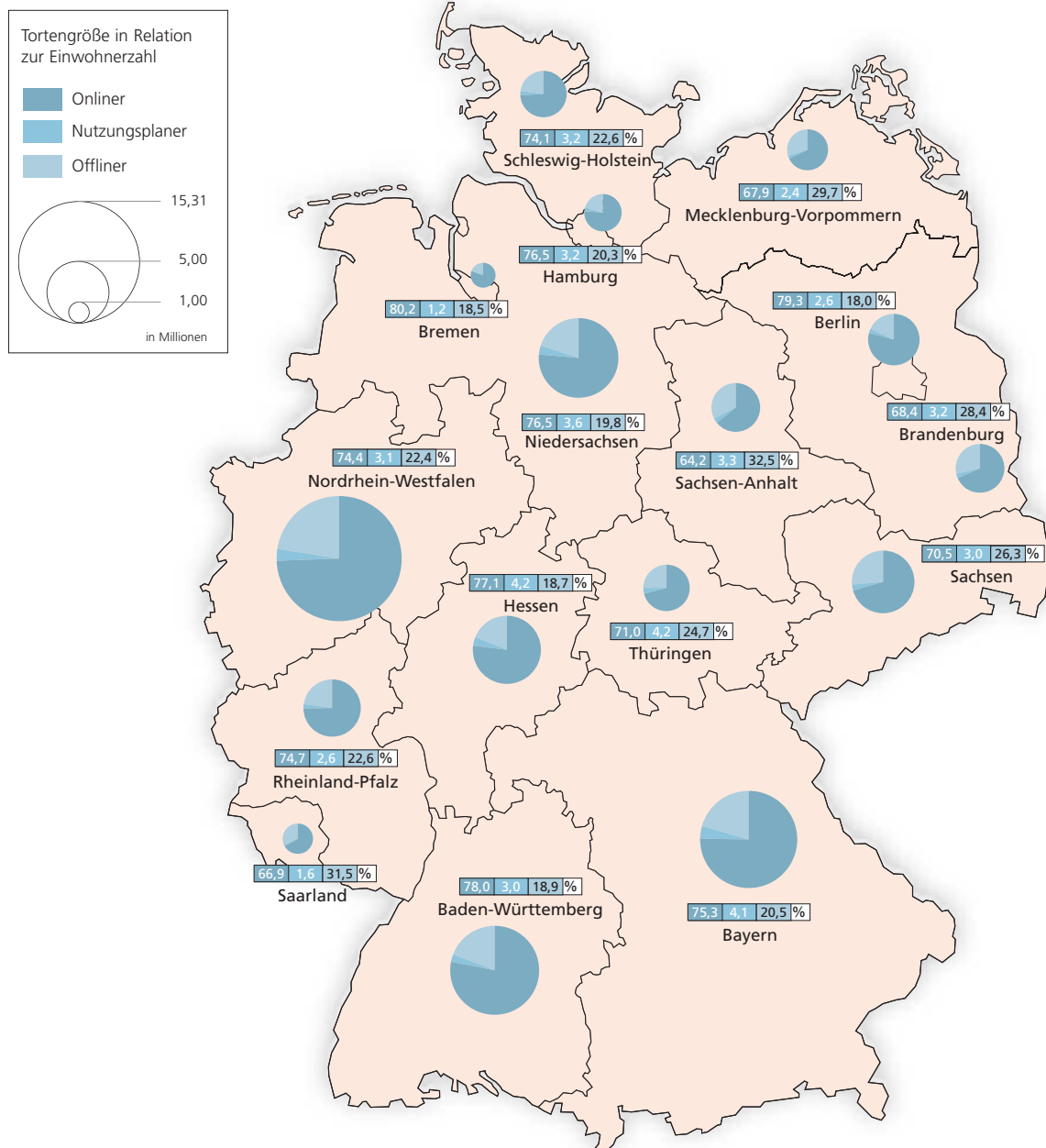
■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

20% 40% 60% 80% 100%



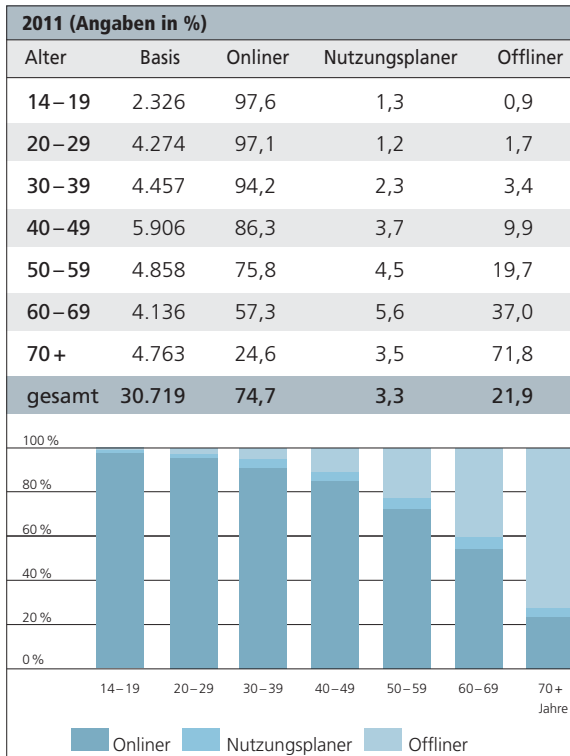
## Internetnutzung nach Bundesländern 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



Die Landkarte der Internetnutzung zeigt jeweils für die einzelnen Bundesländer die Anteile der Onliner, Nutzungsplaner und Offline. Zudem symbolisiert die Größe der Kreise die jeweilige Einwohnerzahl der Bundesländer. Auch in diesem Jahr nimmt Bremen mit 80,2 Prozent Internetnutzung den Spitzenplatz ein, gefolgt von Berlin, das sich mit 4,1 Prozentpunkten Wachstum auf den zweiten Platz geschoben hat. Auf den Plätzen drei und vier folgen mit Baden-Württemberg und Hessen die stärksten Flächenstaaten. Den höchsten Zuwachs kann Thüringen mit 5,6 Prozentpunkten verzeichnen. Mit Sachsen und Mecklenburg-Vorpommern konnten zwei weitere der neuen Bundesländer in diesem Jahr kräftig zulegen. Auch wenn sich die Schere zwischen Ost und West durch diese Zuwachszahlen leicht schließt, sind die neuen Bundesländer gemeinsam mit dem Saarland auch in diesem Jahr im unteren Drittel zu finden. Zwischen dem Schlusslicht Sachsen-Anhalt und dem Spitzenreiter Bremen beträgt der Abstand 16 Prozentpunkte.

# Internetnutzung nach Alter in den Jahren 2001 bis 2011

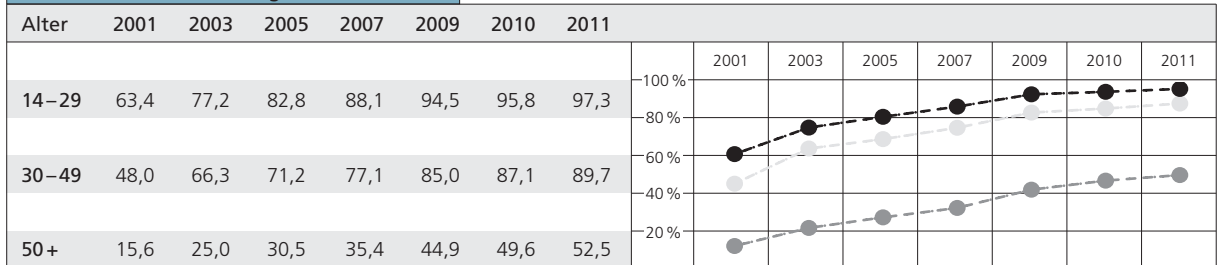


Der Anteil der Internetnutzer nimmt mit steigendem Alter ab. Trotz einer bereits hohen Nutzungsrate unter den 14- bis 19-Jährigen verzeichnet diese Gruppe weiterhin Zuwachs. Den größten Anstieg der Nutzerzahlen können dieses Jahr die 50- bis 59-Jährigen verbuchen. Sie haben ihren Onliner-Anteil um vier Prozentpunkte gesteigert. Obwohl der Onliner-Anteil auch in diesem Jahr wieder in allen Altersgruppen gestiegen ist, öffnet sich eine deutliche Schere in den höheren Altersgruppen. Die Gruppe der 60- bis 69-Jährigen hat mit 3,3 Prozentpunkten deutlich zugelegt, während in der Gruppe ab 70 Jahren nur ein unterdurchschnittlicher Zuwachs von 1,3 Prozentpunkten zu verzeichnen ist. Die Internetnutzung fällt hier überaus deutlich ab: Ist in der Gruppe von 60 bis 69 Jahren noch jeder Zweite online, ist es bei den Deutschen ab 70 Jahren nur noch jeder Vierte.

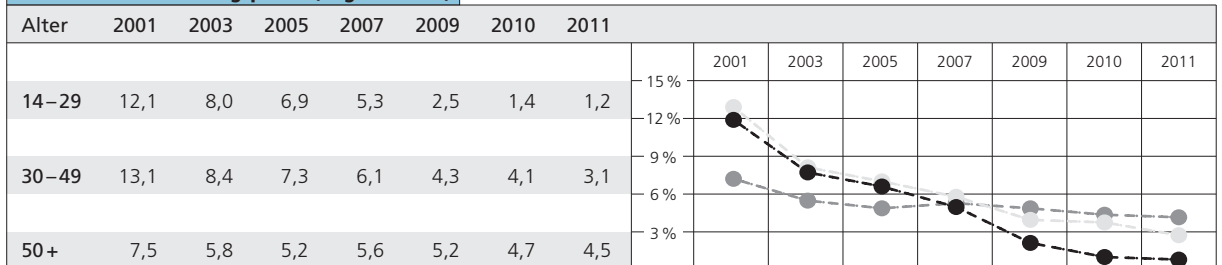
Der durchschnittliche Onliner ist 2011 41,5 Jahre alt. Das Durchschnittsalter der Offliner ist wieder gestiegen und liegt mit 66,8 Jahren (2010: 65,2 Jahre) klar über dem Gesamtdurchschnittsalter der Bevölkerung ab 14 in Deutschland (47,4 Jahre).

Insgesamt zeigen diese Zahlen sehr deutlich: Der Zuwachs an Onlinern findet vor allem unter den Jungen statt, während die Offliner immer mehr zur Gruppe der Alten werden.

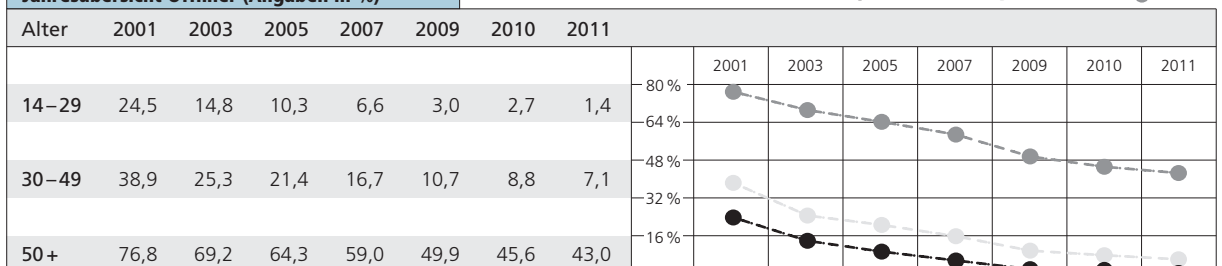
## Jahresübersicht Onliner (Angaben in %)



## Jahresübersicht Nutzungsplaner (Angaben in %)

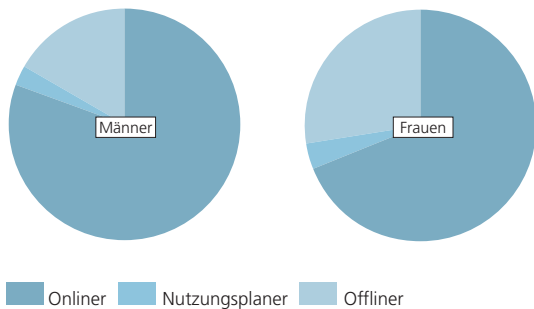


## Jahresübersicht Offliner (Angaben in %)



## Internetnutzung nach Geschlecht in den Jahren 2001 bis 2011

2011 (Angaben in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer 15.005	80,7	2,8	16,4
Frauen 15.715	68,9	3,8	27,2



2011 nähern sich Männer und Frauen bei der Internetnutzung wieder an. Zwar liegen die Männer mit einem Onliner-Anteil von 80,7 Prozent weiter erheblich über dem Anteil der Frauen (68,9 Prozent), jedoch haben die Frauen mit 4,1 Prozentpunkten deutlich zugelegt. Bei den Männern ist die Zahl der Internetnutzer hingegen nur leicht gestiegen (1,2 Prozentpunkte). Der Unterschied zwischen beiden Gruppen verringert sich damit von 14,7 Prozentpunkten in 2010 auf 11,8 Prozentpunkte 2011. Eine Sonderanalyse ab Seite 43 gibt detaillierten Aufschluss zur Internetnutzung nach Geschlecht.

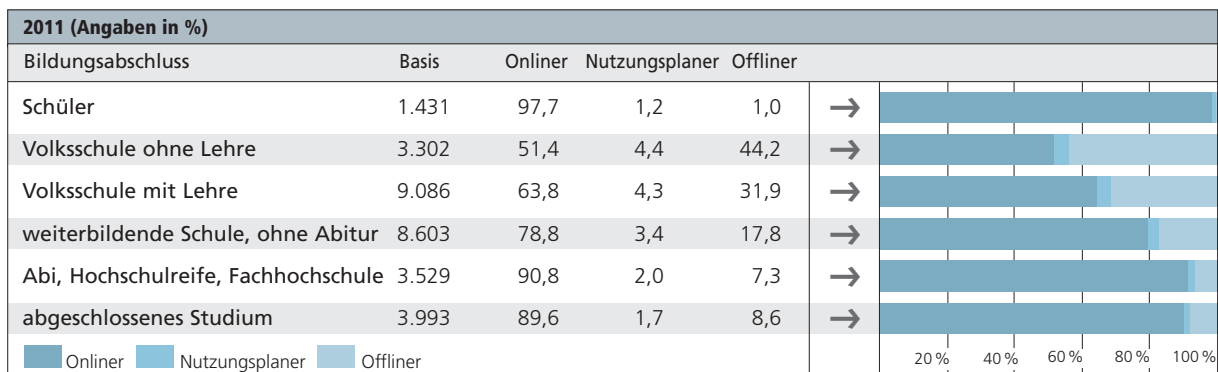
### Jahresübersicht Männer (Angaben in %)

Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
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	→
2010	14.950	79,5	3,2	17,2	→
2011	15.005	80,7	2,8	16,4	→

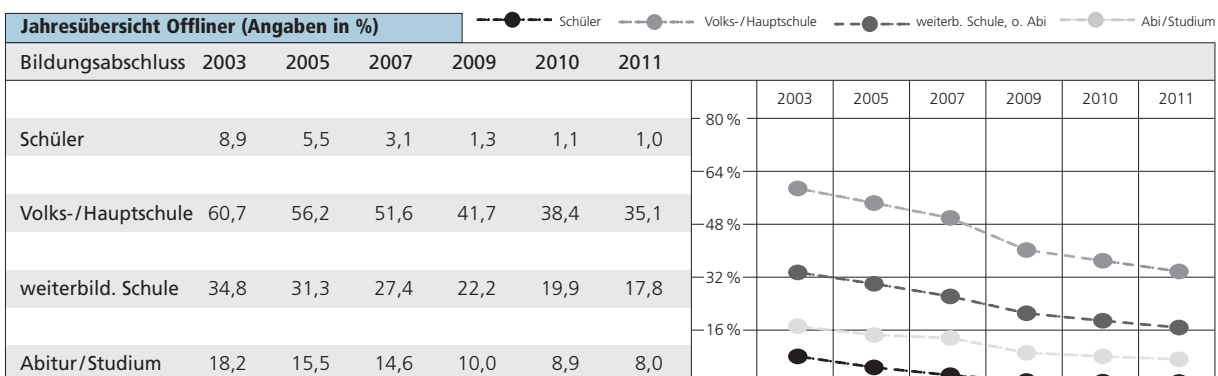
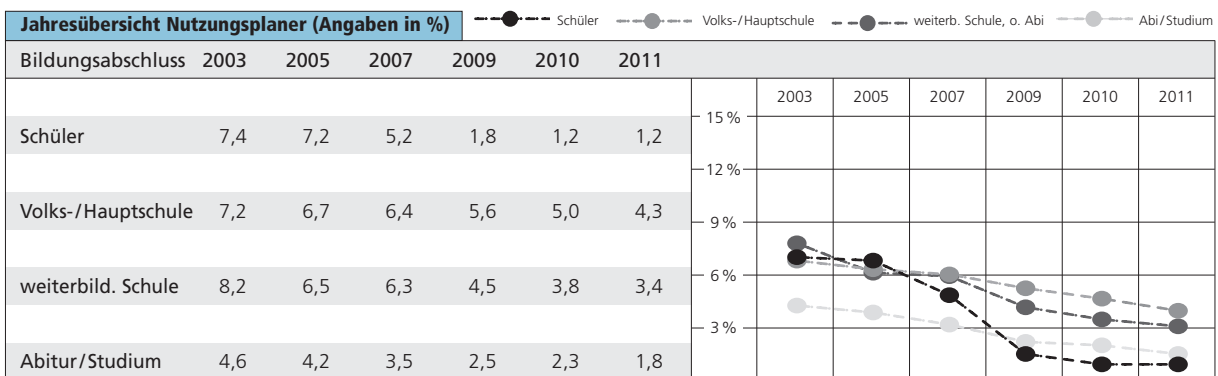
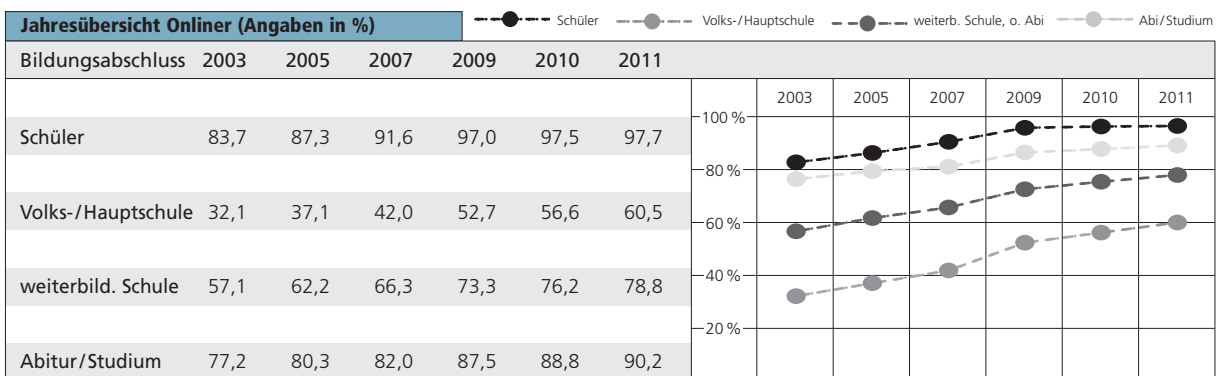
### Jahresübersicht Frauen (Angaben in %)

Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
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	→
2010	15.755	64,8	4,4	30,7	→
2011	15.715	68,9	3,8	27,2	→

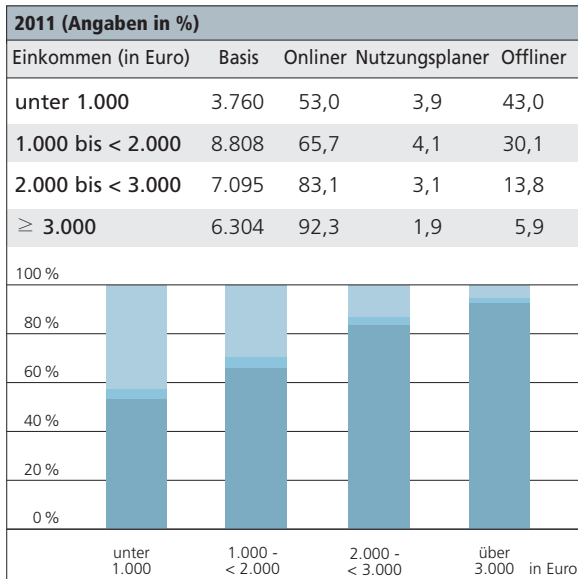
## Internetnutzung nach Bildung in den Jahren 2003 bis 2011



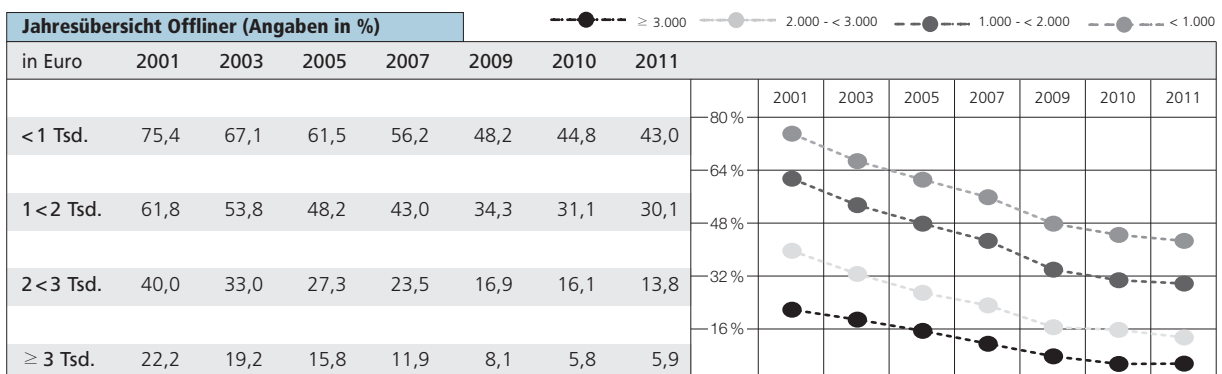
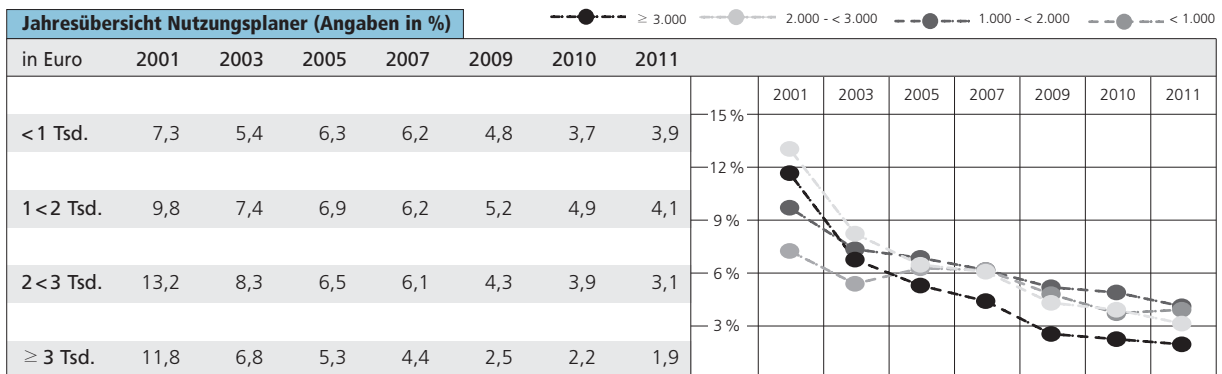
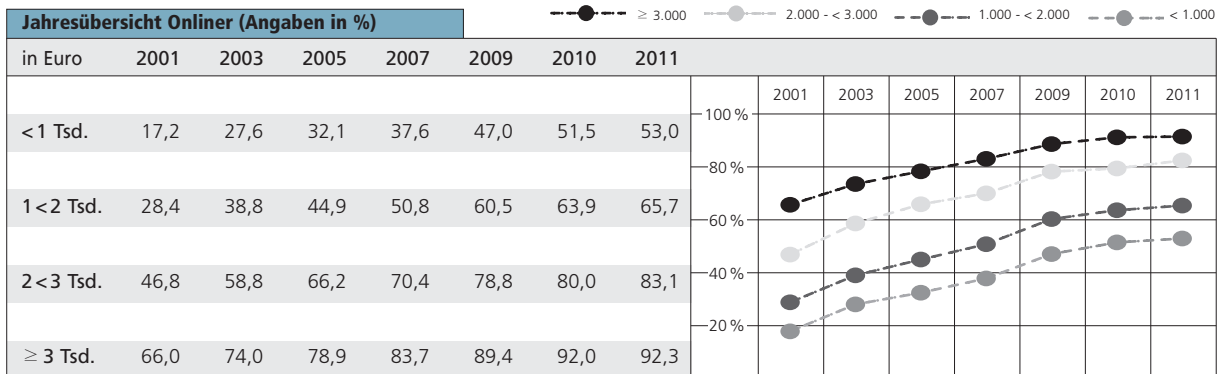
Die Schere zwischen den Bildungsgruppen schließt sich weiterhin. Auch in diesem Jahr kann die Bevölkerungsgruppe mit formal einfacher Bildung den höchsten Zuwachs bei der Internetnutzung verbuchen. Somit liegt nun der Onliner-Anteil bei den Befragten mit Volksschulabschluss ohne abgeschlossene Lehre erstmals bei über 50 Prozent (genau: 51,4 Prozent). Die Gruppe kann damit ein Wachstum von 4,9 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr (46,5 Prozent) vorweisen. Trotz dieser erfreulichen Entwicklung bleibt das Nutzungspotenzial in dieser Bevölkerungsgruppe am größten.



# Internetnutzung nach Haushaltsnettoeinkommen in den Jahren 2001 bis 2011

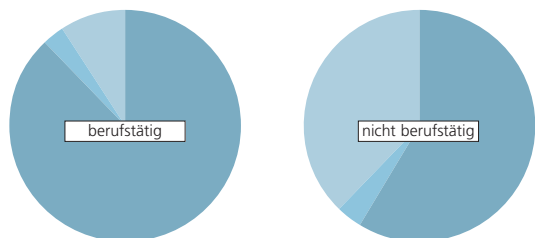


Die Nutzung des Internets ist auch eine Kostenfrage. Auch im Jahr 2011 liegen Haushalte mit mehr als 3.000 Euro Einkommen mit 92,3 Prozent Internetnutzern vorn. Der größte Zuwachs kommt in diesem Jahr von Haushalten mit Einkommen zwischen 2.000 bis 3.000 Euro (3,1 Prozentpunkte). Hier nutzen 83,1 Prozent der Befragten das Internet. Zwar ist in der Gruppe mit weniger als 1.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen pro Monat auch in diesem Jahr die Internetnutzung um 1,5 Prozentpunkte gestiegen, sie fällt jedoch deutlich geringer aus als im letzten Jahr (4,5 Prozentpunkte). Die Kluft zwischen den einkommensschwächsten Haushalten zu finanziell besser gestellten Gruppen bleibt somit weiterhin bestehen. Der Zusammenhang zeigt sich ebenso beim Durchschnittseinkommen von Onlinern und Offlinern. Onliner verfügen über ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen von ca. 2.380 Euro pro Monat, Offliner liegen mit durchschnittlich 1.560 Euro netto deutlich darunter.



## Internetnutzung nach Beschäftigung in den Jahren 2001 bis 2011

2011 (Angaben in %)				
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
berufstätig*	16.767	88,0	3,0	9,0
nicht berufstätig**	13.953	58,7	3,7	37,5



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

\* berufstätig einschließlich vorübergehend arbeitslos

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

Dass Berufstätigkeit und Internetnutzung zusammenhängen, konnte bereits die erste Ausgabe des *(N)ONLINER Atlas 2001* zeigen. Auch 2011 zeigt sich der deutliche Unterschied zwischen Berufstätigen und Nicht-Berufstätigen, auch wenn sich die Gruppen seit 2010 um 0,7 Prozentpunkte angenähert haben. Bereits 88,0 Prozent der Berufstätigen sind Internetnutzer, während bei den Nicht-Berufstätigen, d. h. Rentnern, Auszubildenden, Schülern, Studenten usw., erst 58,7 Prozent das Internet nutzen. Ein Wert, der besonders niedrig erscheint, wenn man die hohe Durchdringung des Internets bei Schülern bedenkt. Jedoch setzt sich die Gruppe der Nicht-Berufstätigen mehrheitlich aus Rentnern zusammen – das Durchschnittsalter der Gruppe liegt bei 54 Jahren, das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen bei ca. 1.870 Euro. Die Betrachtung der Internetnutzung nach Alter (Seite 14) sowie nach Einkommen (Seite 17) helfen, diese Ergebnisse zu verstehen.

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	→
2010	16.590	85,8	3,6	10,7	→
2011	16.767	88,0	3,0	9,0	→

■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

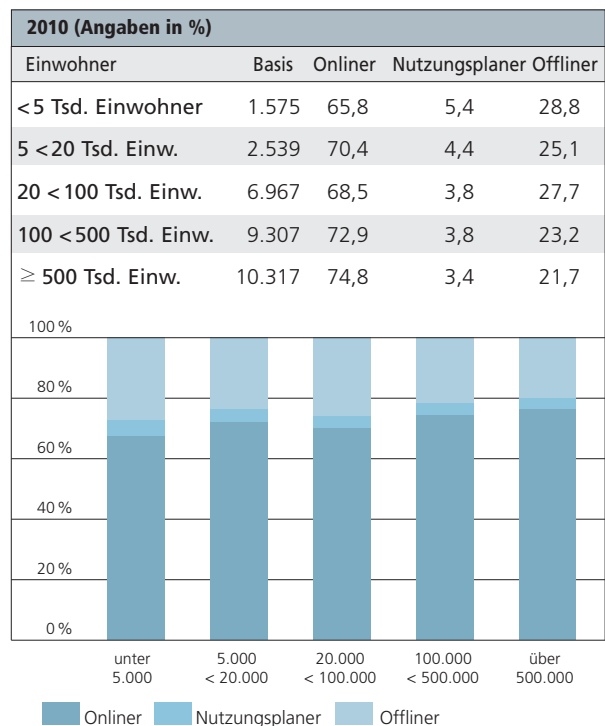
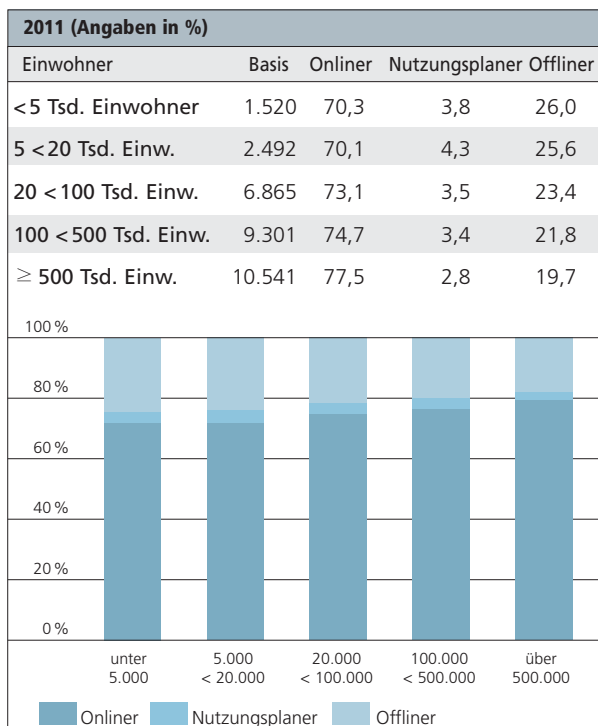
20% 40% 60% 80% 100%

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	→
2010	14.115	55,8	4,1	40,0	→
2011	13.953	58,7	3,7	37,5	→

■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

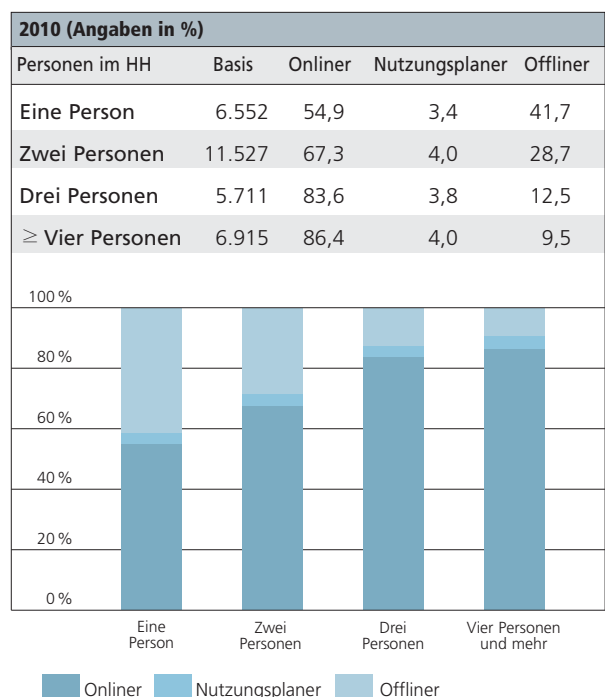
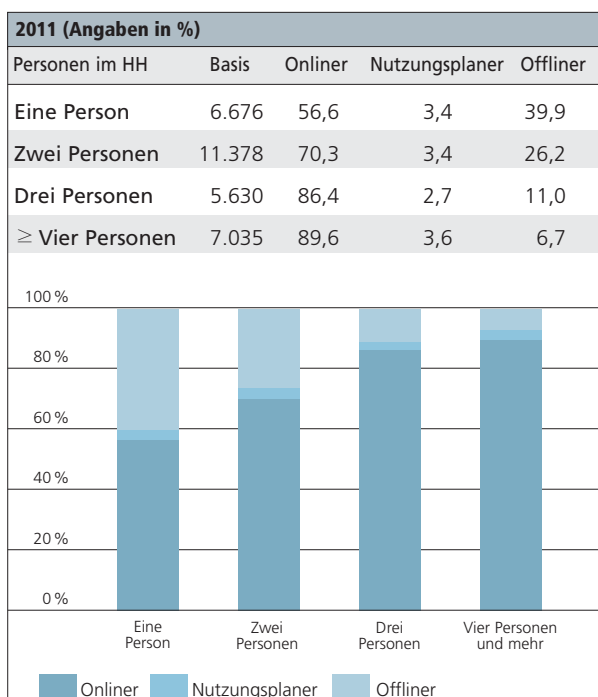
20% 40% 60% 80% 100%

## Internetnutzung nach Ortsgröße 2010 und 2011



Das bei der Internetnutzung bekannte Stadt-Land-Gefälle ist auch 2011 noch klar erkennbar. Erfreulich ist das kräftige Wachstum der Internetnutzung bei Orten unter 5.000 Einwohnern (4,5 Prozentpunkte) – insgesamt ist damit der Abstand zu Orten mit 500.000 und mehr Einwohnern auf 7,2 Prozentpunkte geschrumpft. Die Ortsgrößenklasse 20.000 bis unter 100.000 Einwohner hat mit 4,6 Prozentpunkten am stärksten zum Wachstum beigetragen – Verbesserungen bei den Zugangsmöglichkeiten dürften der entscheidende Treiber sein.

## Internetnutzung nach Haushaltsgröße 2010 und 2011

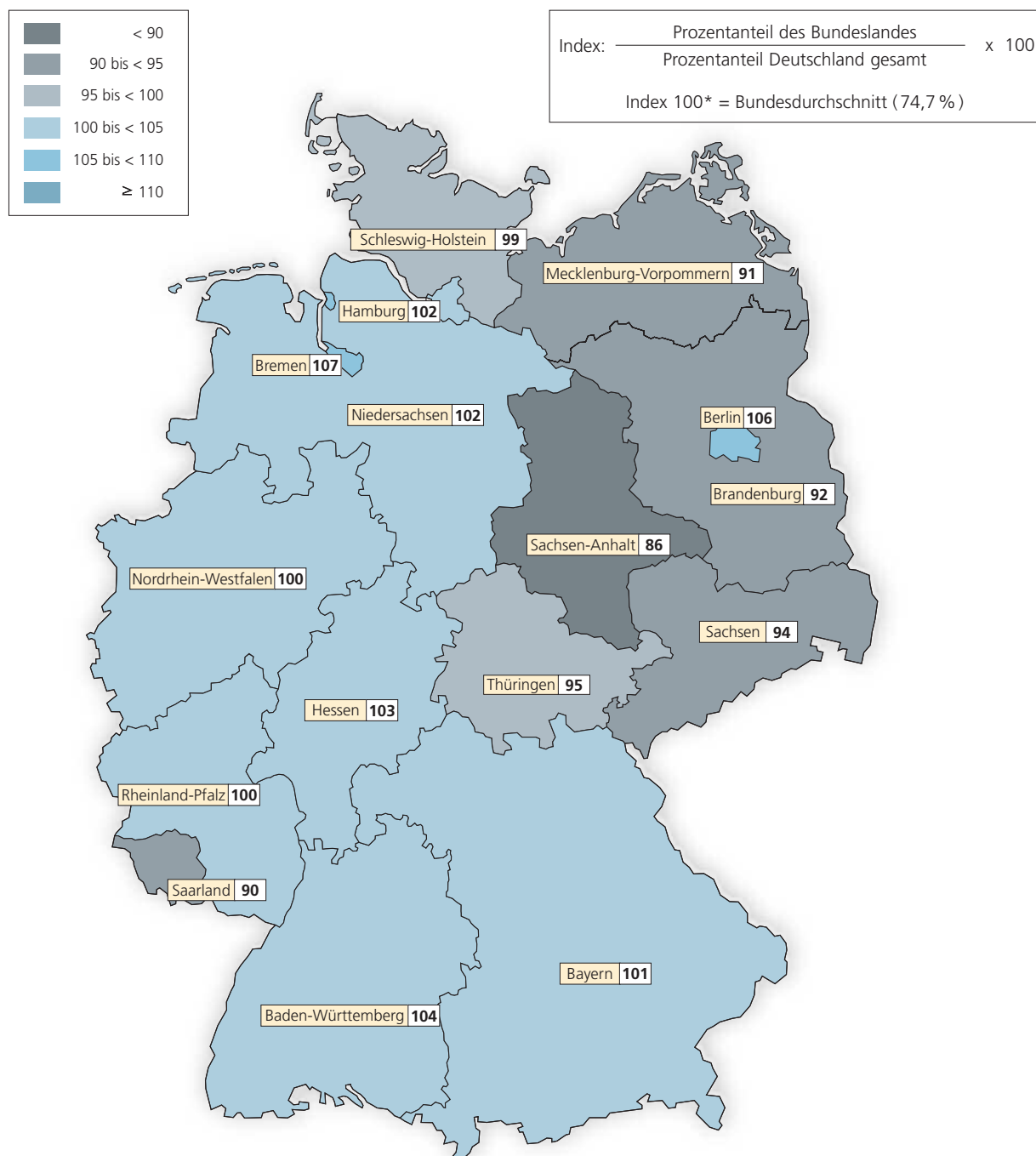


Der Zusammenhang zwischen Haushaltsgröße und Internetnutzung verfestigt sich. Gerade der Onliner-Anteil unter Personen, die in großen Haushalten leben, konnte in diesem Jahr mit 3,2 Prozentpunkten am deutlichsten zulegen. Bereits 89,6 Prozent der Befragten aus Haushalten mit vier oder mehr Personen nutzen das Internet. Die Internetnutzung in Single-Haushalten hat sich hingegen nur um 1,7 Prozentpunkte erhöht.

## 4. Die Internetnutzer (Onliner)

### Onliner nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



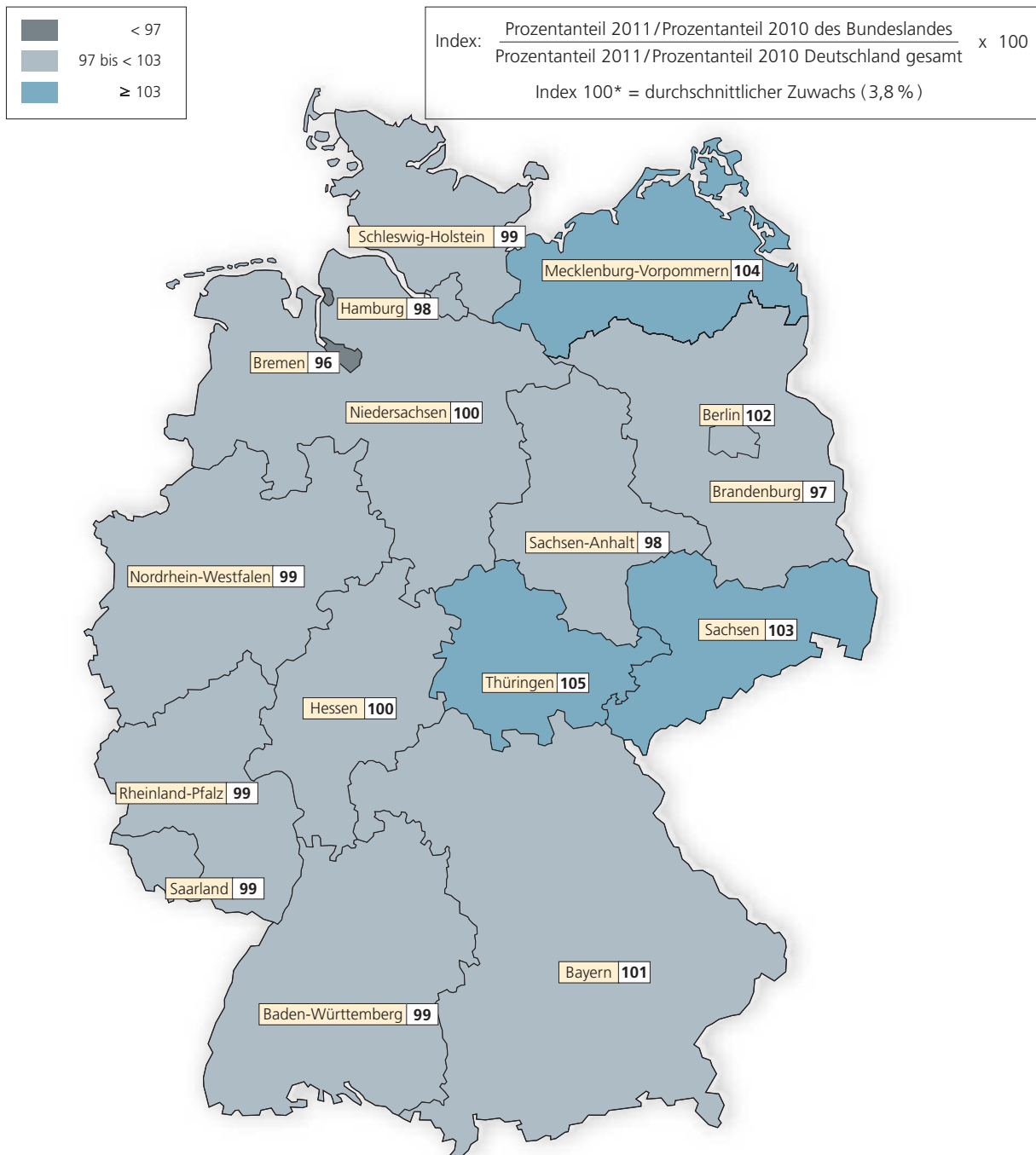
\* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 74,7 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Onliner-Anteil in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Bremen kann in diesem Jahr seinen Spitzenplatz vom Vorjahr behaupten, dicht gefolgt von Berlin. Stärkstes Flächenland ist auch in diesem Jahr Baden-Württemberg. Anhand der indexierten, farblichen Kartendarstellung sind Abweichungen vom Bundesdurchschnitt gut erkennbar: Das Bild des letzten Jahres hat sich nur leicht verändert. Von den alten Bundesländern liegen lediglich Schleswig-Holstein und das Saarland unter dem Durchschnitt. Die Zahlen der neuen Bundesländer befinden sich hingegen durchgängig unter dem Durchschnitt. Erfreulich ist: Die Kluft zwischen alten und neuen Bundesländern hat sich insgesamt von 7,4 Prozentpunkten auf 6,3 Prozentpunkte verringert.



## Onliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2010/2011)

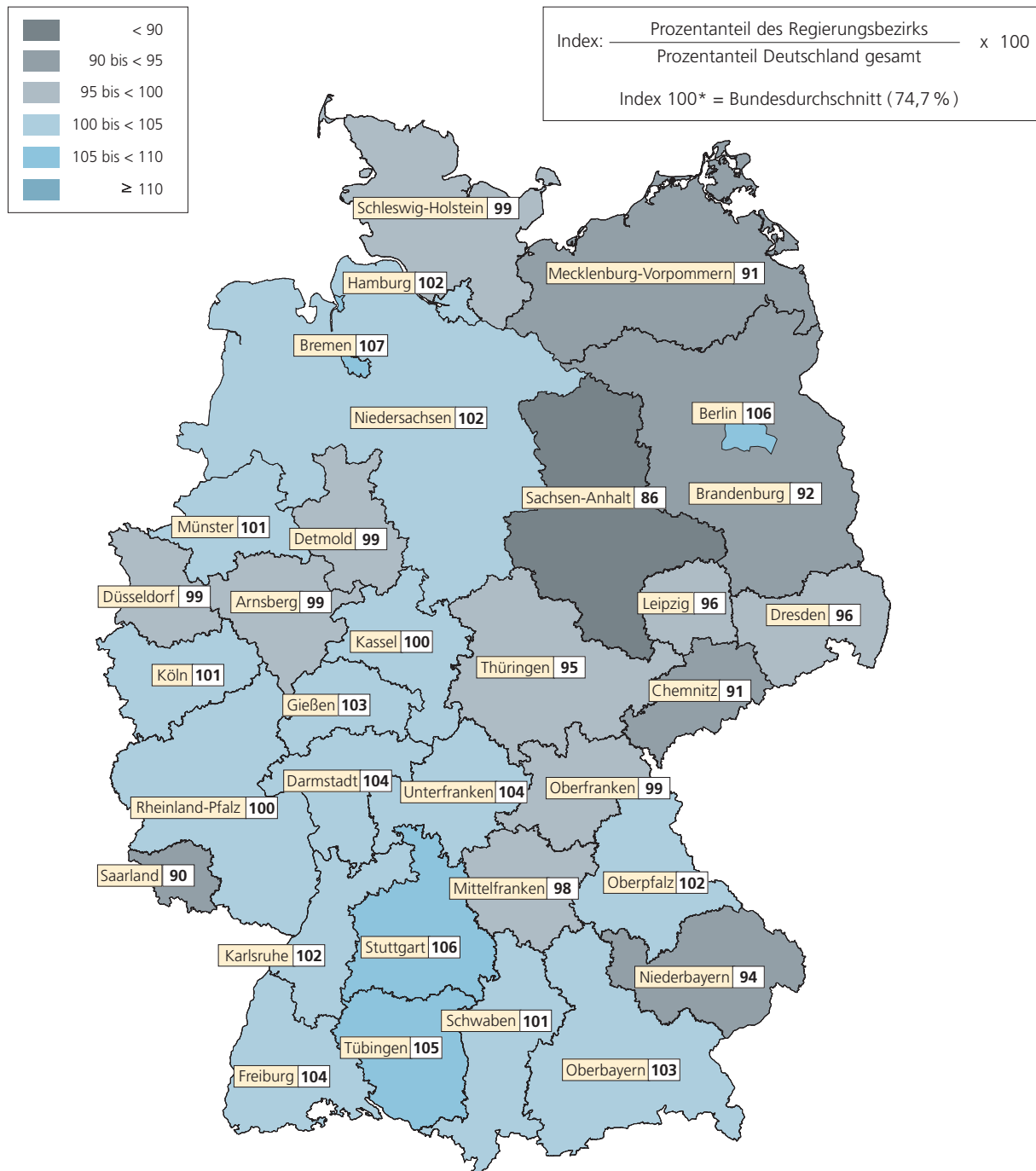


\* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Im Jahr 2011 punkten einige der neuen Bundesländer mit kräftigen Zuwächsen. Höchste Zuwachsrate mit einem Indexwert von 105 kann Thüringen vorweisen und übernimmt so den Platz des Spitzenreiters. Nach unterdurchschnittlichen Entwicklungen im letzten Jahr zeigen auch Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen und Berlin 2011 Indexwerte über 100. In den alten Bundesländern kann lediglich Bayern einen überdurchschnittlichen Zuwachs verzeichnen.

## Onliner nach Regierungsbezirken 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

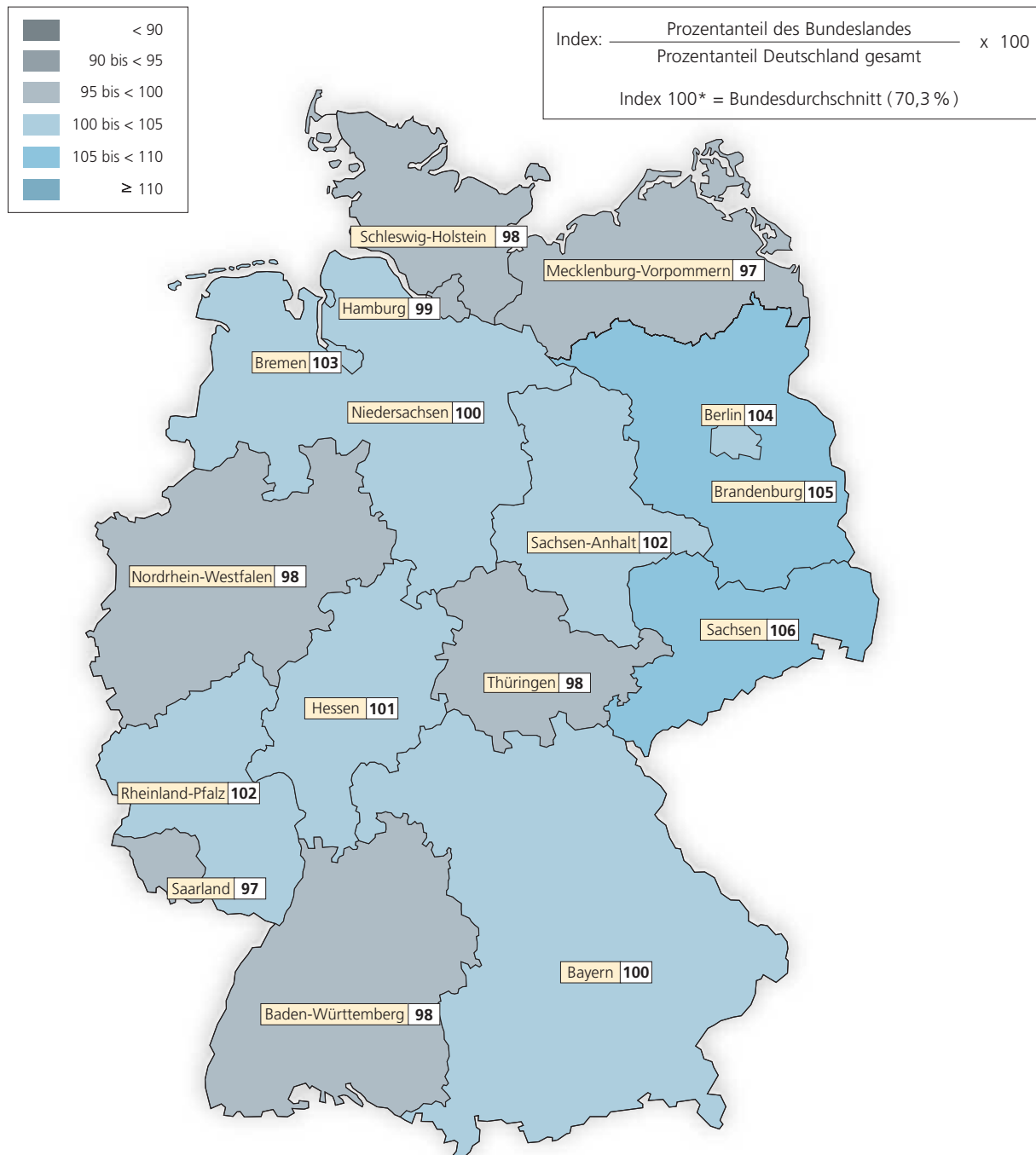


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 102 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 74,7 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Innerhalb der einzelnen Bundesländer zeigen sich auf Regierungsbezirksebene nochmals regionale Unterschiede. Erfahrungsgemäß schneiden Bezirke mit großstädtischen Ballungsräumen besser ab, erzielen also überdurchschnittliche Onliner-Anteile und nähern sich den Indexzahlen der Stadtstaaten an. Die Regierungsbezirke Stuttgart, Tübingen und Freiburg sowie Unterfranken schneiden 2011 besonders gut ab.

## Breitbandnutzung der Onliner nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt der Breitbandnutzung unter den Onlinern; Basis n=22.945)

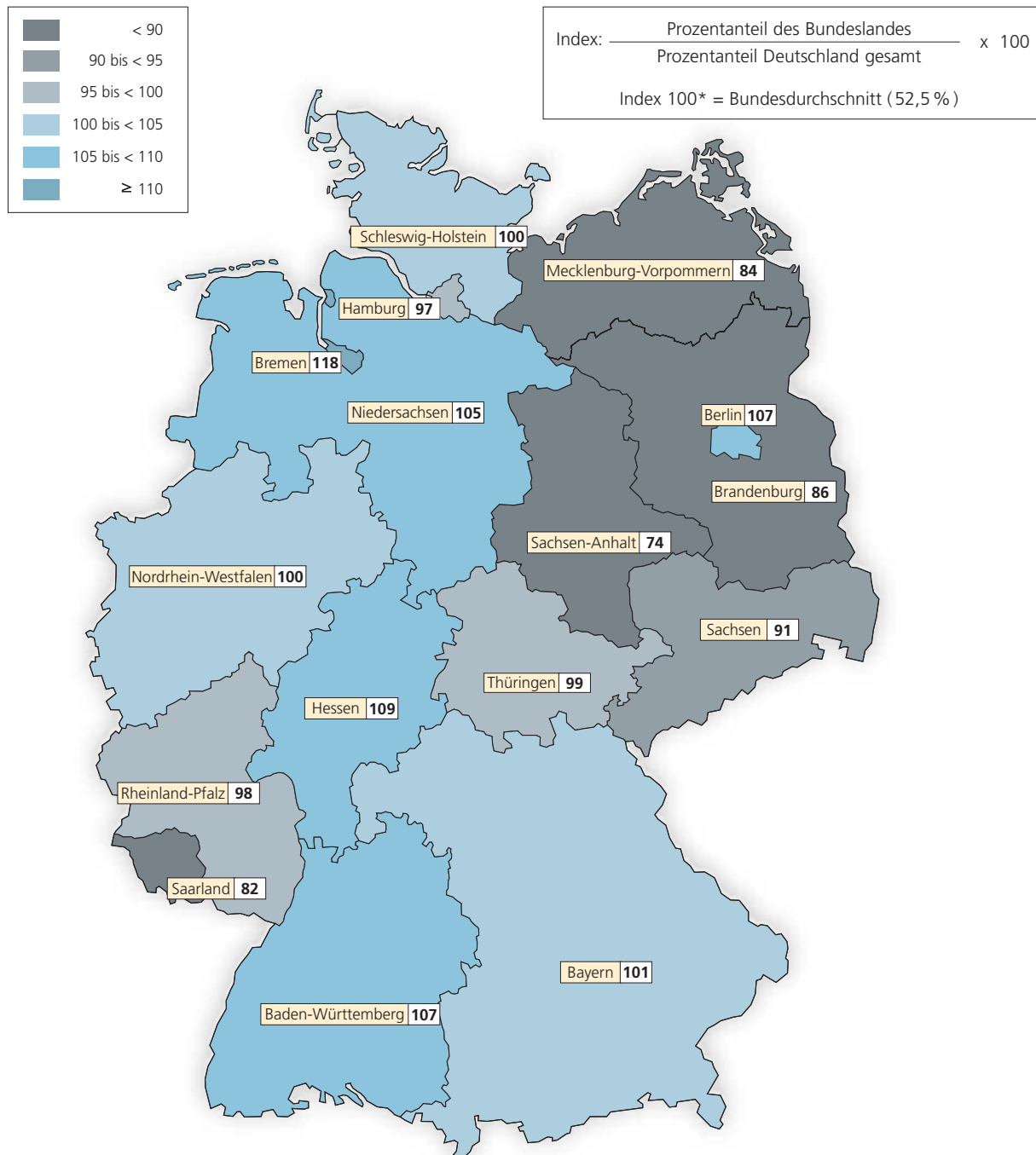


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Die Zahl der Breitbandnutzer unter den Onlinern hat sich gegenüber 2010 um 1,4 Prozentpunkte verbessert, so dass Breitband als Hauptzugangsort die 70-Prozent-Marke überschritten hat. Abweichungen von diesem Bundesdurchschnitt auf Länderebene zeigt die Kartendarstellung: Auch in diesem Jahr liegen besonders einige neue Bundesländer beim Breitband vorn: Sachsen führt die Spitze an, gefolgt von Brandenburg und Berlin. In den alten Bundesländern liegt Bremen vorn. Die Abweichungen vom Bundesdurchschnitt nach unten fallen eher moderat aus: Auch das Saarland und Mecklenburg-Vorpommern liegen lediglich etwa zwei Prozentpunkte vom Bundesdurchschnitt entfernt.

## Onliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

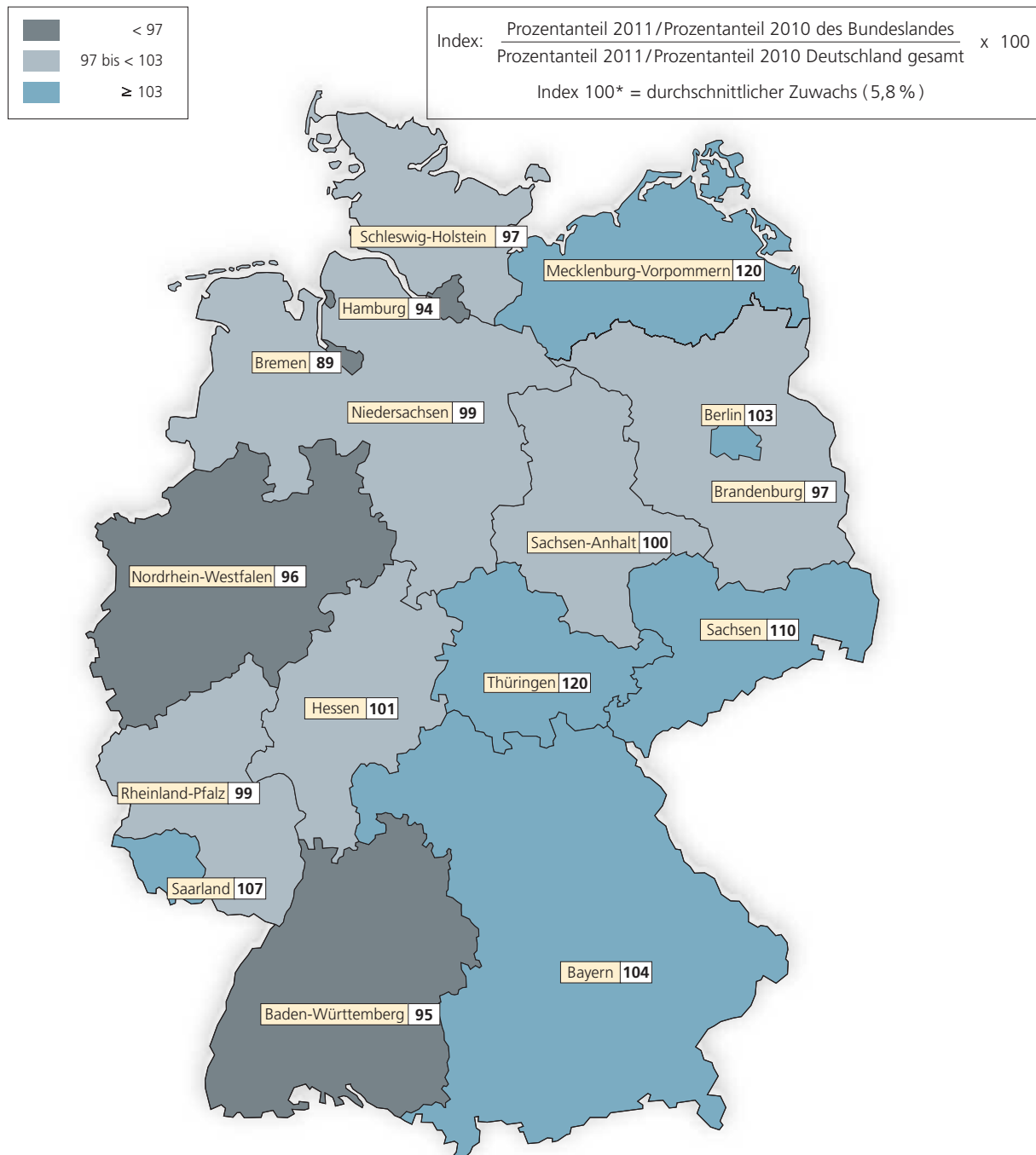


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Die Altersgruppe 50plus überschreitet 2011 deutlich die 50-Prozent-Marke: Jeder Zweite über 50 Jahren ist mittlerweile online. Auch in diesem Jahr konnte sich die Gruppe um 2,9 Prozentpunkte steigern – das Wachstum rührt dabei vor allem von der Gruppe zwischen 50 und 69 Jahren her. Bei Betrachtung der Deutschlandkarte sind jedoch erhebliche Unterschiede zwischen den Bundesländern ersichtlich. Schlusslicht bildet Sachsen-Anhalt mit einem Indexwert von 74. Hier ist die Onliner-Dichte in der Gruppe ab 50 Jahren am niedrigsten. Unter den alten Bundesländern belegt das Saarland den letzten Platz. Eine besonders hohe Internetverbreitung bei den ab 50-Jährigen zeigt sich hingegen in Bremen und Hessen sowie in Baden-Württemberg und Berlin.

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

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2010/2011)

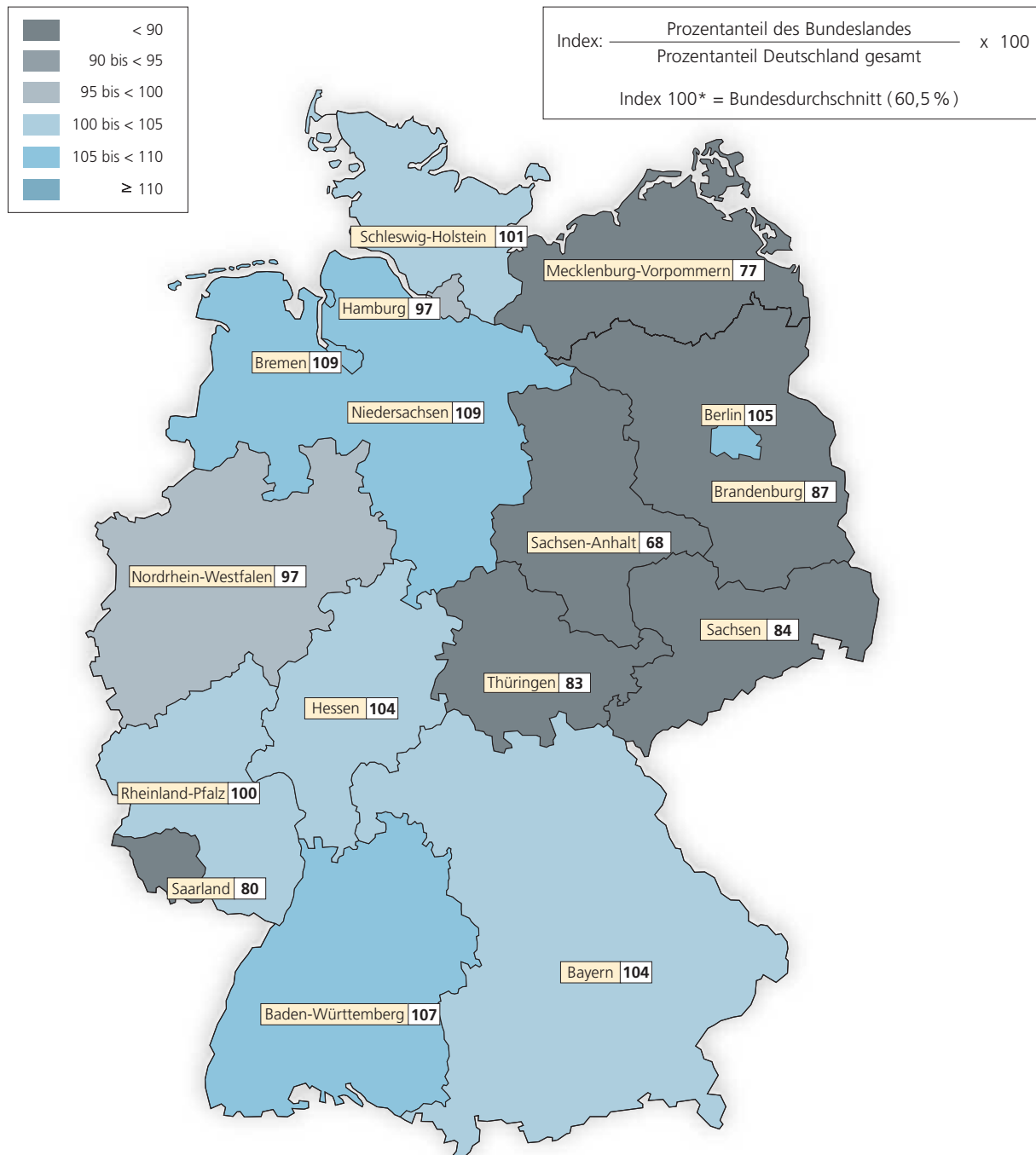


\* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Da viele ab 50-Jährige noch nicht zu den Internetnutzern gehören, sehen wir hier teilweise noch große Wachstumszahlen. Die Karte zeigt, dass besonders in einigen neuen Bundesländern große Wachstumszahlen zu verzeichnen sind. Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern zeigen hier die größten Zuwächse im Vergleich zum Durchschnitt. In den alten Bundesländern kann das Saarland trotz geringster Onliner-Quote bei den ab 50-Jährigen (Seite 24) die besten Zuwachsquoten verzeichnen. Hier bleibt die weitere Entwicklung im nächsten Jahr abzuwarten. Neben Hessen und Bayern ist das Saarland damit eines der wenigen alten Bundesländer, das kein unterdurchschnittliches Wachstum bei der Gruppe 50plus aufweist.

## Onliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

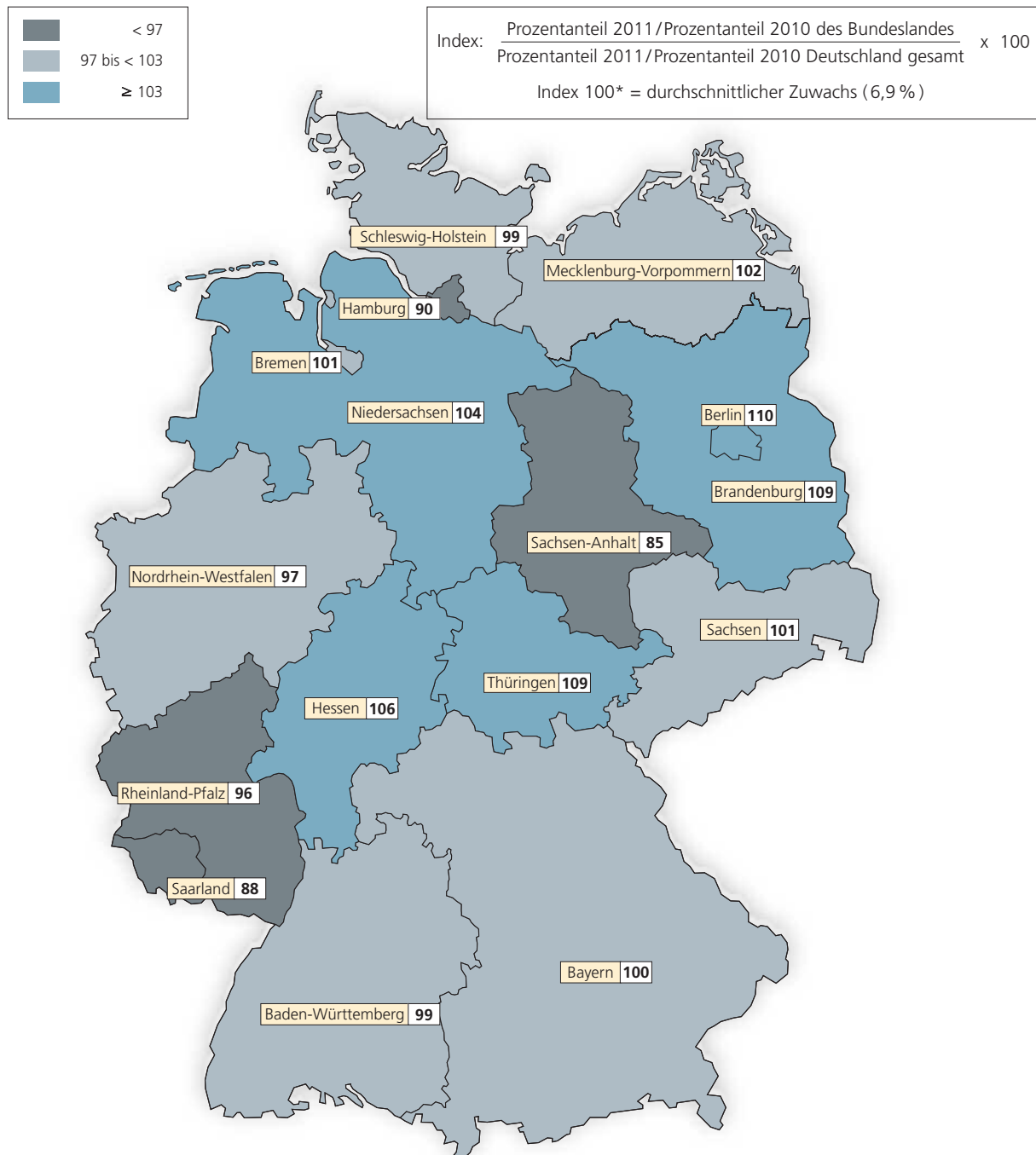


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Erstmals sind drei von fünf Deutschen mit einem einfachen Bildungsabschluss online. Mit einem überdurchschnittlichen Zuwachs von 3,9 Prozentpunkten wird in dieser Gruppe erstmalig die 60-Prozent-Marke überschritten. Die niedrigsten Indexwerte finden sich in den neuen Bundesländern. Mit Ausnahme von Berlin liegen alle neuen Bundesländer unter dem Durchschnitt. Sachsen-Anhalt bildet das Schlusslicht: Hier nutzen im Bundesvergleich besonders wenige Menschen mit einfachem Bildungsabschluss das Internet. Die Karte zeigt, dass die neuen Bundesländer hier noch deutlich aufholen müssen. Niedersachsen und Bremen zeigen die höchsten Onliner-Werte in dieser Gruppe.

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

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2010/2011)

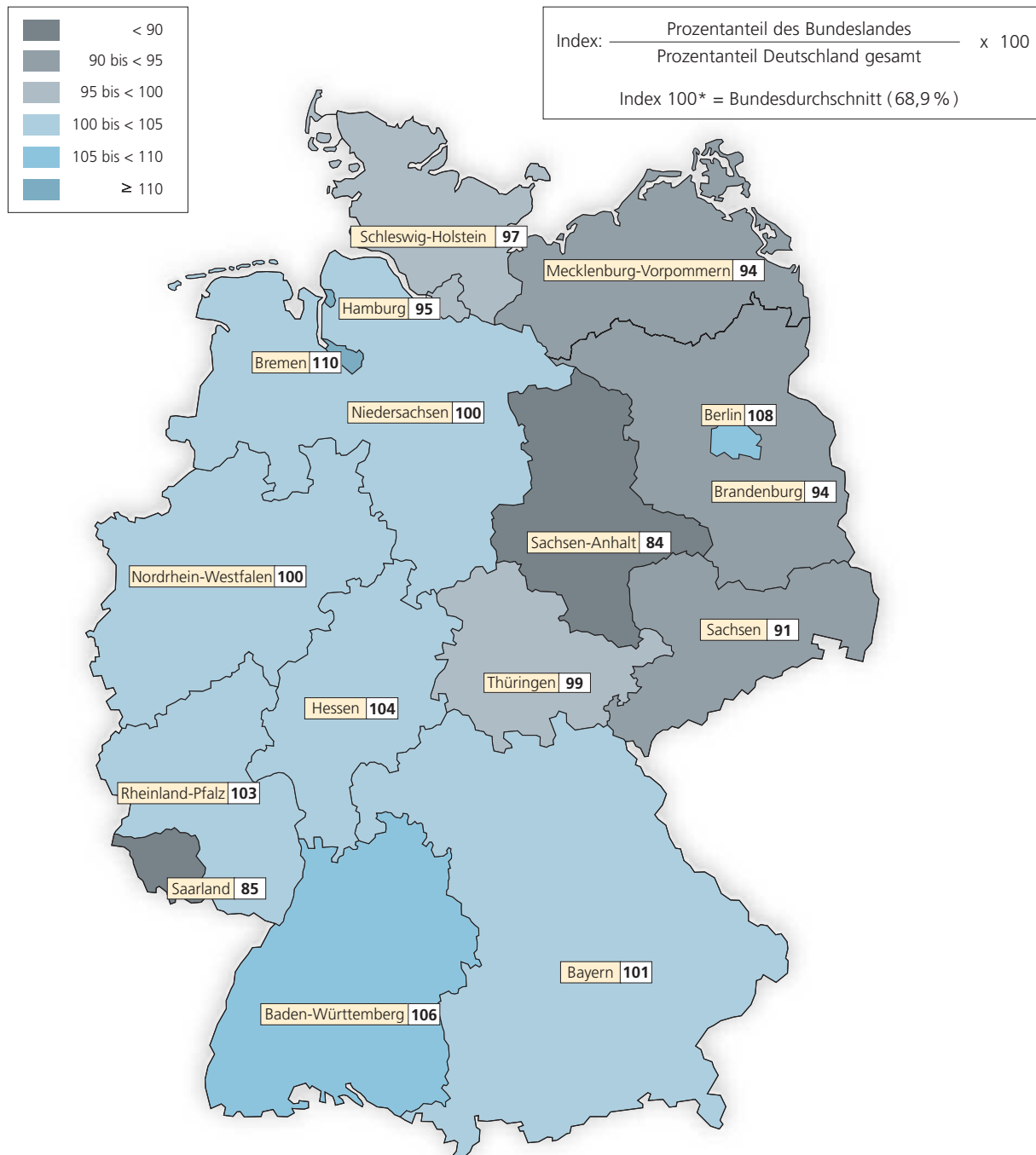


\* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Auch wenn in den neuen Bundesländern die Internetnutzung unter Personen mit einfachem Bildungsabschluss noch unter dem Durchschnitt liegt, so konnte 2011 doch bereits ein überdurchschnittlicher Zuwachs erreicht werden. In Brandenburg und Thüringen werden beim Zuwachs die besten Werte erreicht. Das kleinste Wachstum in dieser Gruppe weist Sachsen-Anhalt auf – und erklärt das schlechte Abschneiden des Bundeslandes beim Onliner-Anteil in dieser Gruppe (Seite 26). In den alten Bundesländern kann Hessen den deutlichsten Zuwachs verzeichnen, das Saarland weist hier den geringsten Wert im Vergleich zum Bundesdurchschnitt aus.

## Onliner: Frauen nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



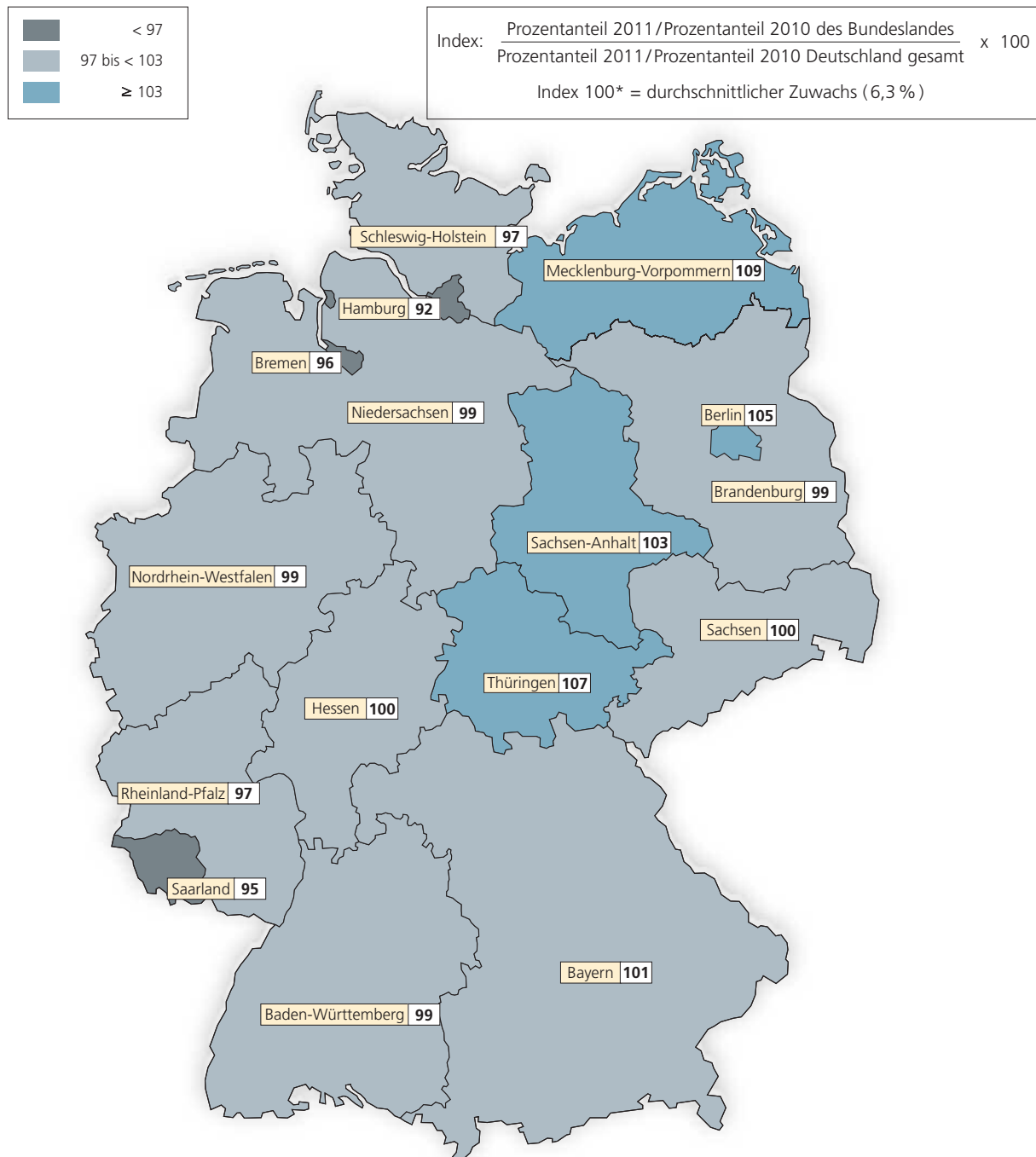
\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Die Bundesländer mit den höchsten Onliner-Quoten gesamt, Bremen und Berlin, können auch die besten Werte im Indexvergleich der Frauen mit Internetnutzung vorweisen. Ebenso zeigt Baden-Württemberg wie in der Gesamtbeurteilung den höchsten Wert unter den Flächenländern. Das Gesamtbild setzt sich auch bei Betrachtung der Schlusslichter fort: Im Saarland und Sachsen-Anhalt sind die Anteile der Frauen, die das Internet nutzen, am geringsten.



## Onliner: Frauen Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2010/2011)

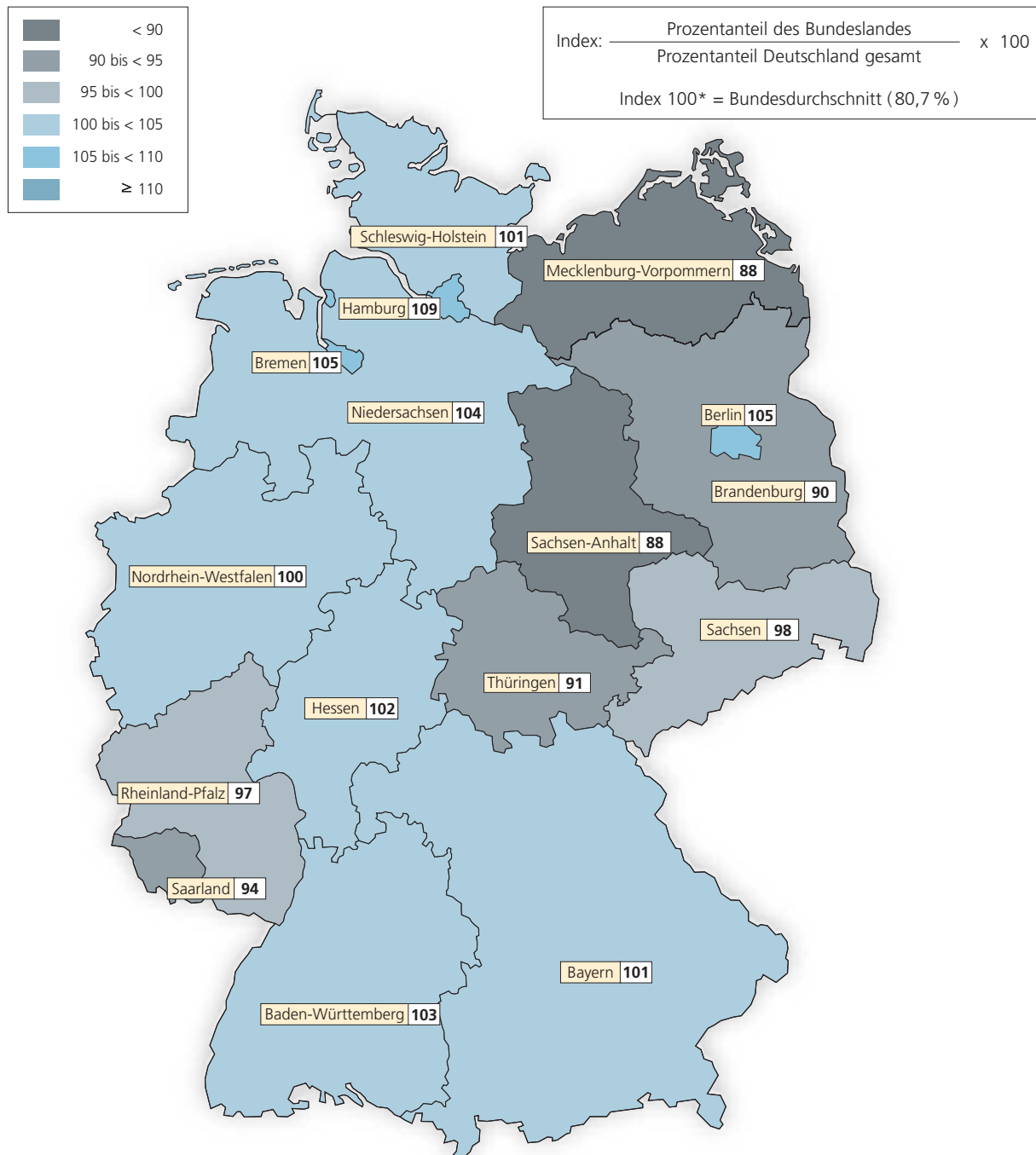


\* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Ebenso wie im letzten Jahr liegt das Wachstum des Onliner-Anteils der Frauen in Sachsen-Anhalt in 2011 leicht über dem Bundesdurchschnitt. Trotzdem konnte das Bundesland seinen Platz im Vergleich zu den anderen Bundesländern noch nicht verbessern (Seite 28). Den höchsten Zuwachs der Internetnutzung unter Frauen kann Mecklenburg-Vorpommern vorweisen. Allgemein sind die Indexwerte der Onliner-Zahlen unter Frauen in den neuen Bundesländern sehr hoch. Insgesamt liegt Hamburg am deutlichsten zurück.

## Onliner: Männer nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

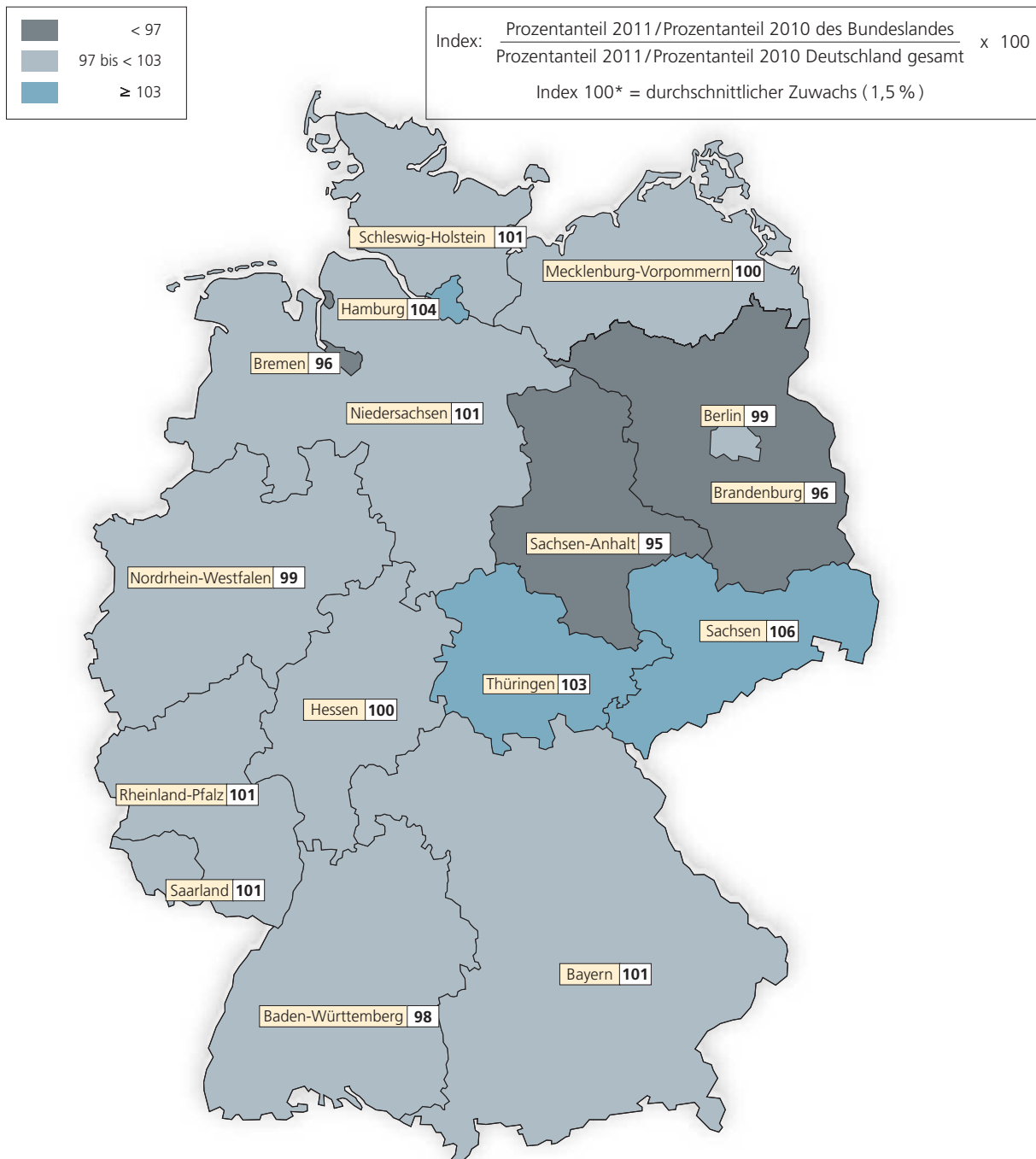


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Durch den überdurchschnittlichen Zuwachs der Onliner-Anteile unter den Frauen hat sich die Kluft zwischen den Geschlechtern in diesem Jahr wieder verringert. Mit über 80 Prozent Internetnutzern haben die Männer trotzdem weiterhin die Nase vorn. Die höchste Onliner-Quote bei den Männern ist in Hamburg zu finden. Berlin und Bremen belegen gemeinsam Platz 2. Die Spannweite der Indexwerte auf Bundeslandebene hat sich bei den Männern nur leicht verringert (von 22 auf 21 Indexpunkte); bei den Frauen etwas stärker (von 33 auf 26 Indexpunkte). Die Männer in Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt weisen die geringste Internetnutzung auf.

## Onliner: Männer Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2010/2011)



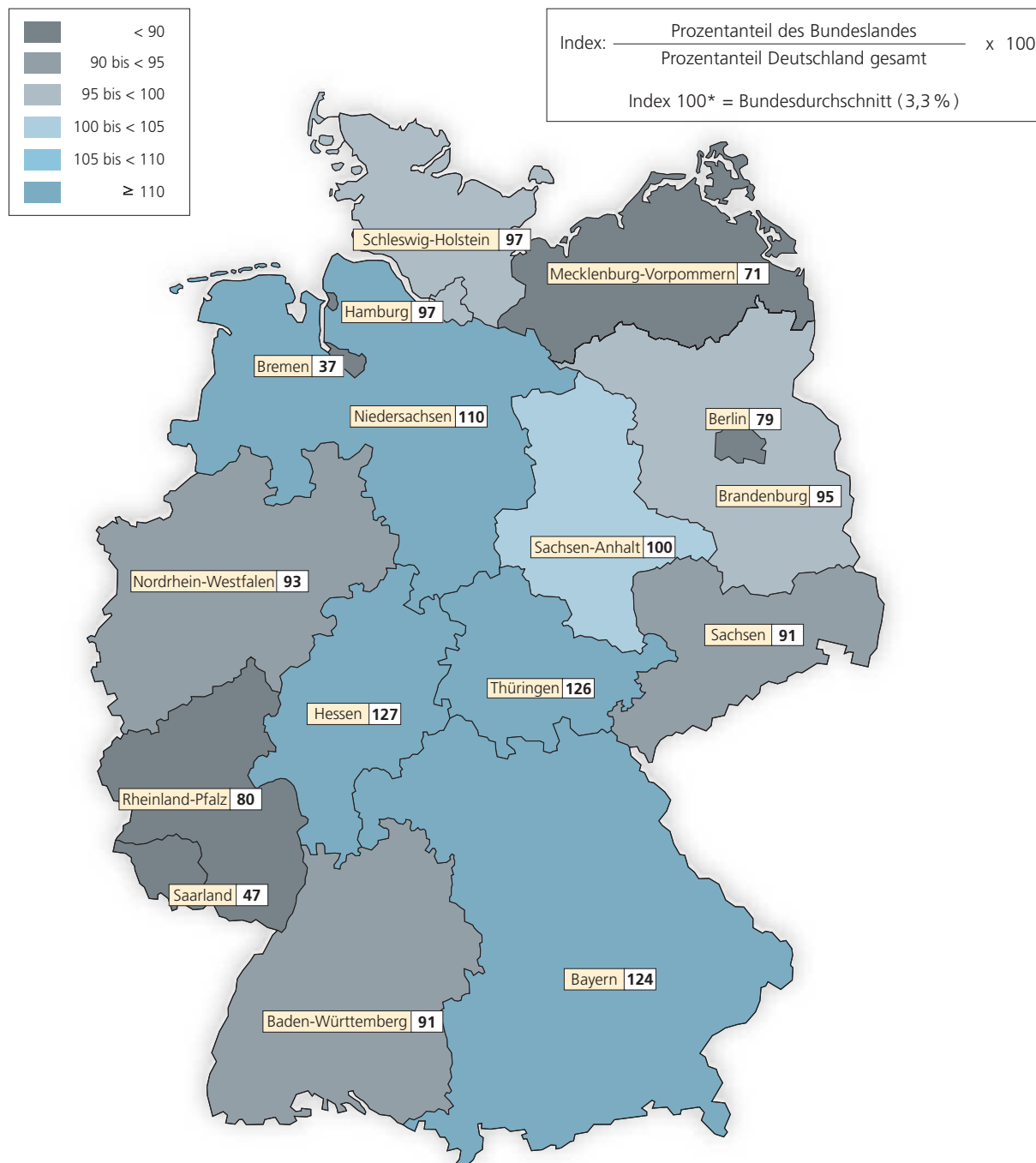
\* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Die Verbreitung des Internets unter den deutschen Männern ist mit über 80 Prozent (Seite 30) bereits sehr hoch. Der Zuwachs beträgt 2011 insgesamt nur 1,5 Prozent. Die Indexwerte zur Entwicklung des Onliner-Anteils unter den Männern weisen nur eine geringe Spanne auf.

## 5. Nichtnutzer mit Beschaffungsabsicht (Nutzungsplaner)

### Nutzungsplaner nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

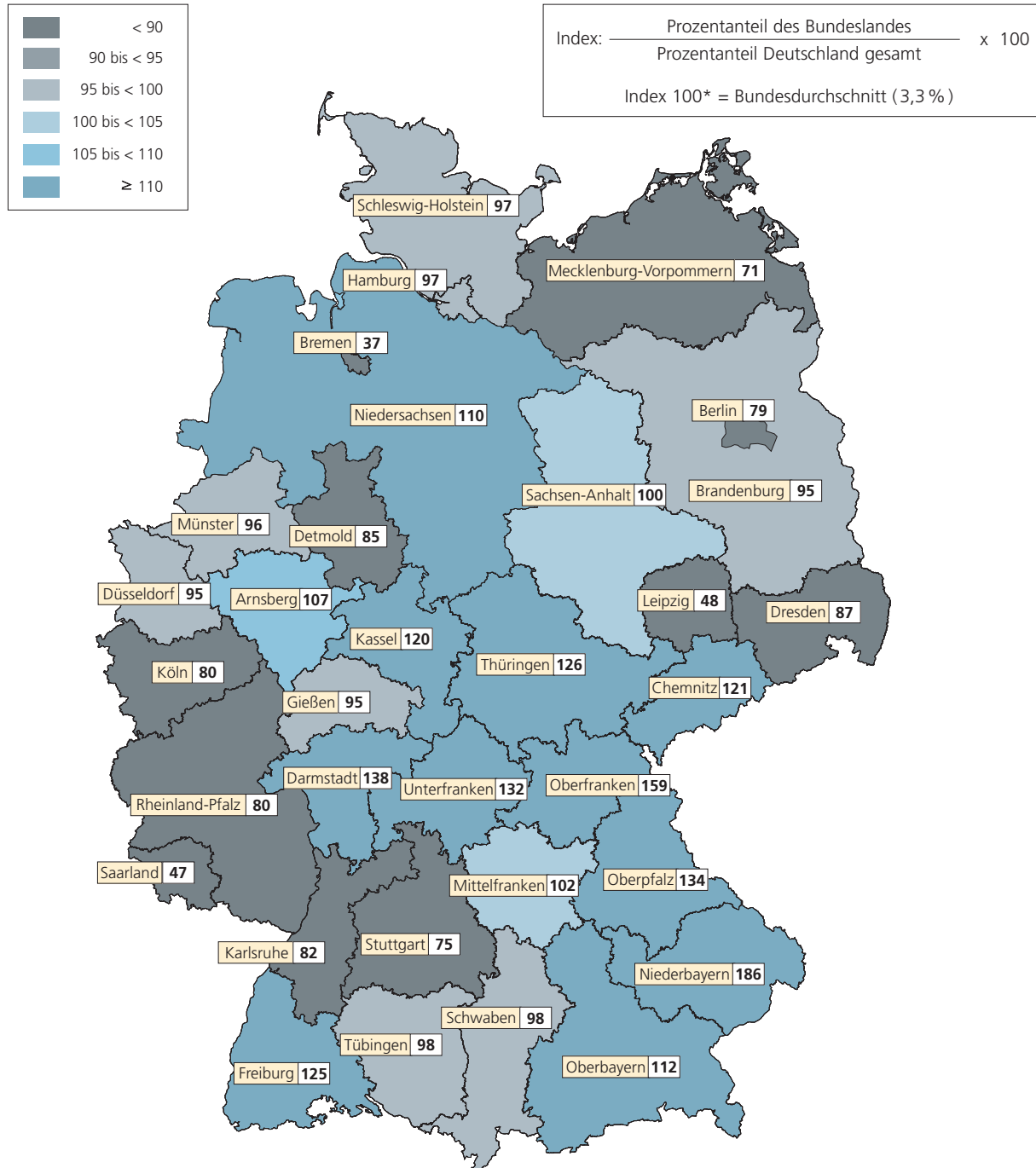


\* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzungsplanung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 3,3 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Anteil an Nutzungsplanern in der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

Die Zahl der Nutzungsplaner sinkt beständig. 2011 geben nur noch 3,3 Prozent der Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren an, innerhalb der nächsten zwölf Monate das Internet nutzen zu wollen. In Hessen und Thüringen finden sich 2011 die meisten Nutzungsplaner. Im Saarland und in Bremen finden sich im Bundesvergleich die wenigsten Menschen mit Nutzungsabsicht. Die Spanne der Indexwerte ist aufgrund des geringen Anteils der Nutzungsplaner deutlich höher als bei den Onlinern: Auch geringe Abweichungen in Prozentpunkten wirken sich deutlich auf die Indexwerte aus.

## Nutzungsplaner nach Regierungsbezirken 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



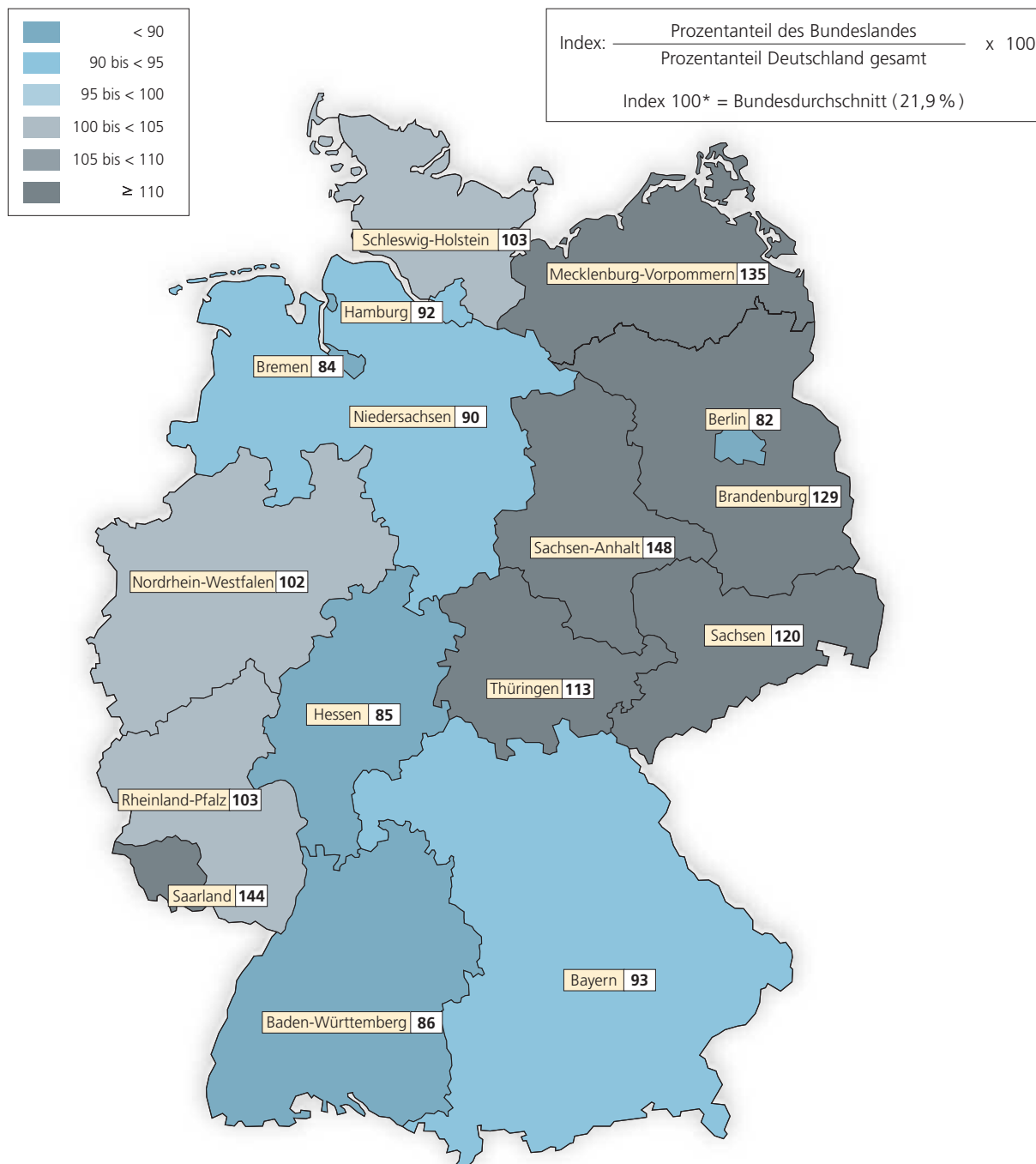
\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 32. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 97 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 3,3 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Bei Betrachtung der Indexwerte auf der Ebene der Regierungsbezirke zeigt sich eine große Spanne zwischen den Nutzungsplanern. Der Bezirk Niederbayern weist mit 186 Indexpunkten den höchsten Wert auf, Bremen mit 37 Indexpunkten den niedrigsten. Die Unterschiede sollten auch hier nicht überbewertet werden. In diesem Jahr steht die Differenz zwischen größtem und kleinstem Indexwert von 149 für einen Unterschied von genau fünf Prozentpunkten.

## 6. Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht (Offliner)

### Offliner nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

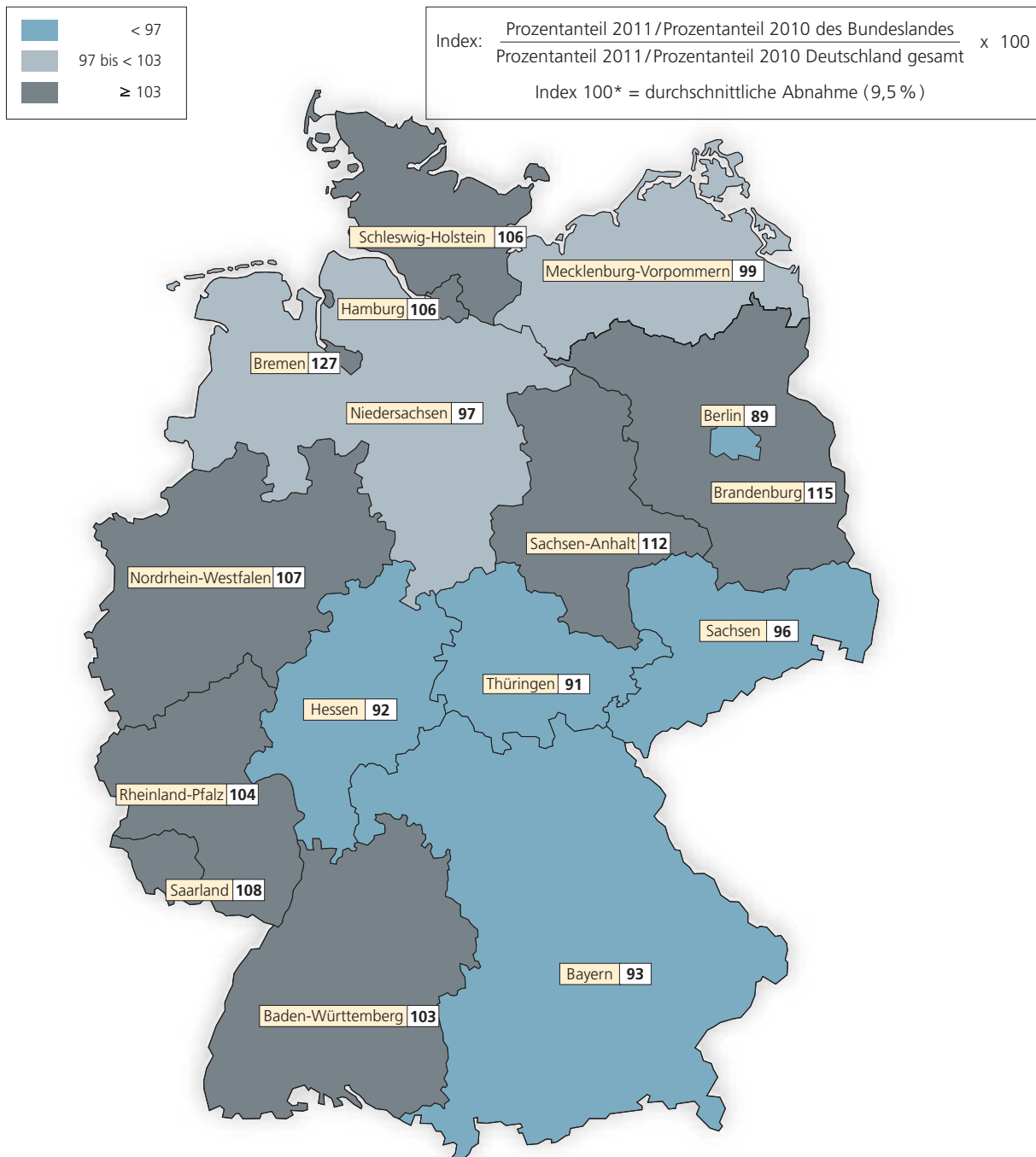


\* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnichtnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 21,9 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Offliner-Anteil in der jeweiligen Region. 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 Nicht-Internetnutzer ohne Beschaffungsabsicht in den nächsten 12 Monaten, sinkt weiterhin. Aktuell sind 21,9 Prozent der deutschen Bevölkerung Offliner. Die Karte zeigt deutlich, wo die meisten Offliner beheimatet sind. Die neuen Bundesländer weisen, mit Ausnahme von Berlin, die höchsten Offliner-Indexwerte auf. Die Ost-West-Kluft ist deutlich zu sehen. Ganz im Westen befindet sich das Bundesland mit der zweithöchsten Offliner-Zahl – das Saarland.

## Offliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen von der durchschnittlichen Abnahme 2010/2011)

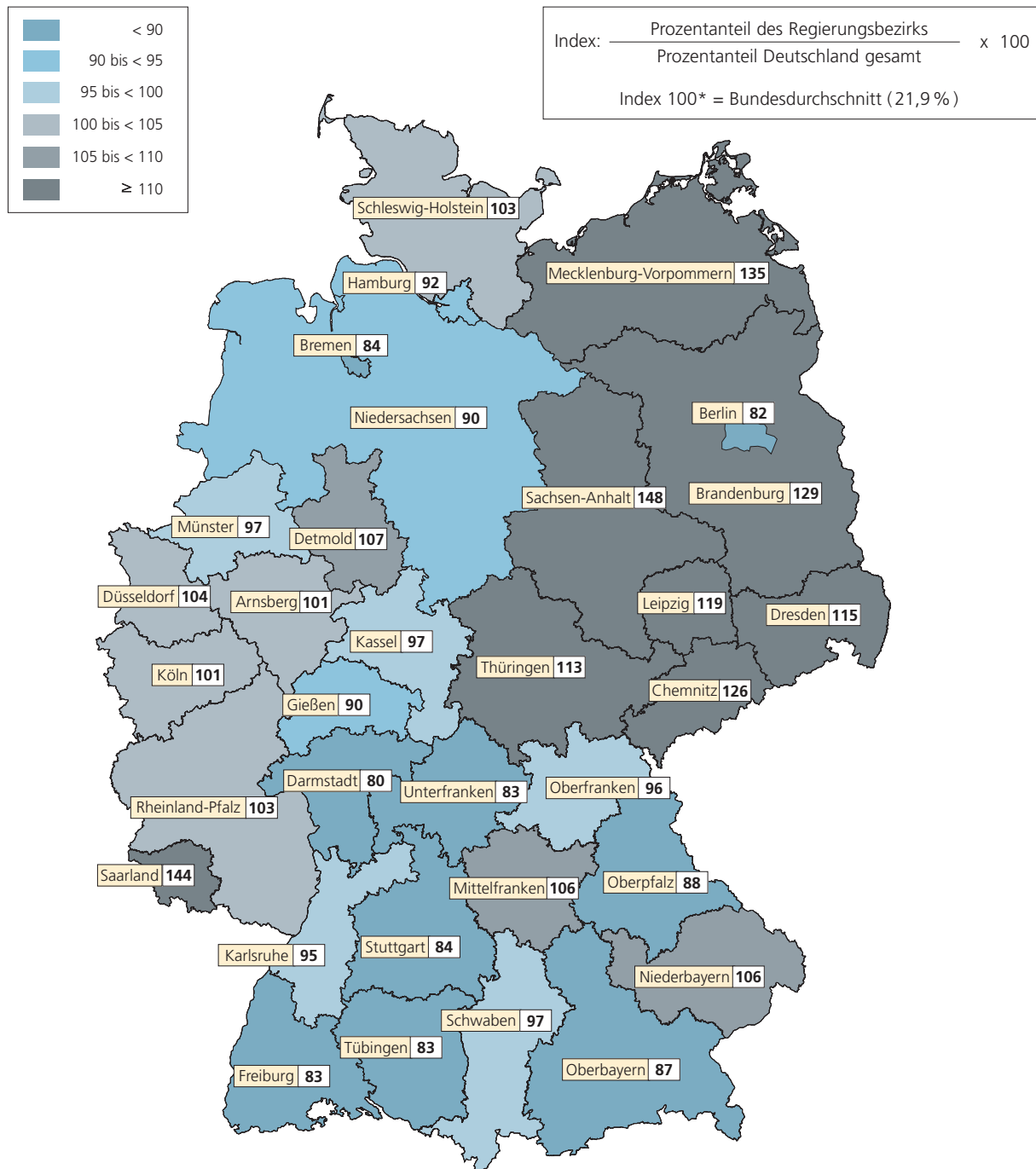


\* Index-Werte unter 100 bedeuten eine stärkere Abnahme der Offliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte über 100 bedeuten eine geringere Abnahme.

Der Offliner-Anteil ist seit 2010 um 9,5 Prozent zurückgegangen. Hohe Indexwerte auf der Deutschlandkarte weisen Bundesländer aus, die nur einen unterdurchschnittlichen Offliner-Rückgang vorzeigen können. In Bundesländern mit niedrigen Indexwerten ist hingegen die Zahl der Offliner überdurchschnittlich zurückgegangen. Der stärkste Rückgang der Offliner-Zahlen ist in Berlin zu verzeichnen. Die geringste Abnahme im Ländervergleich weist Brandenburg auf.

## Offliner nach Regierungsbezirken 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



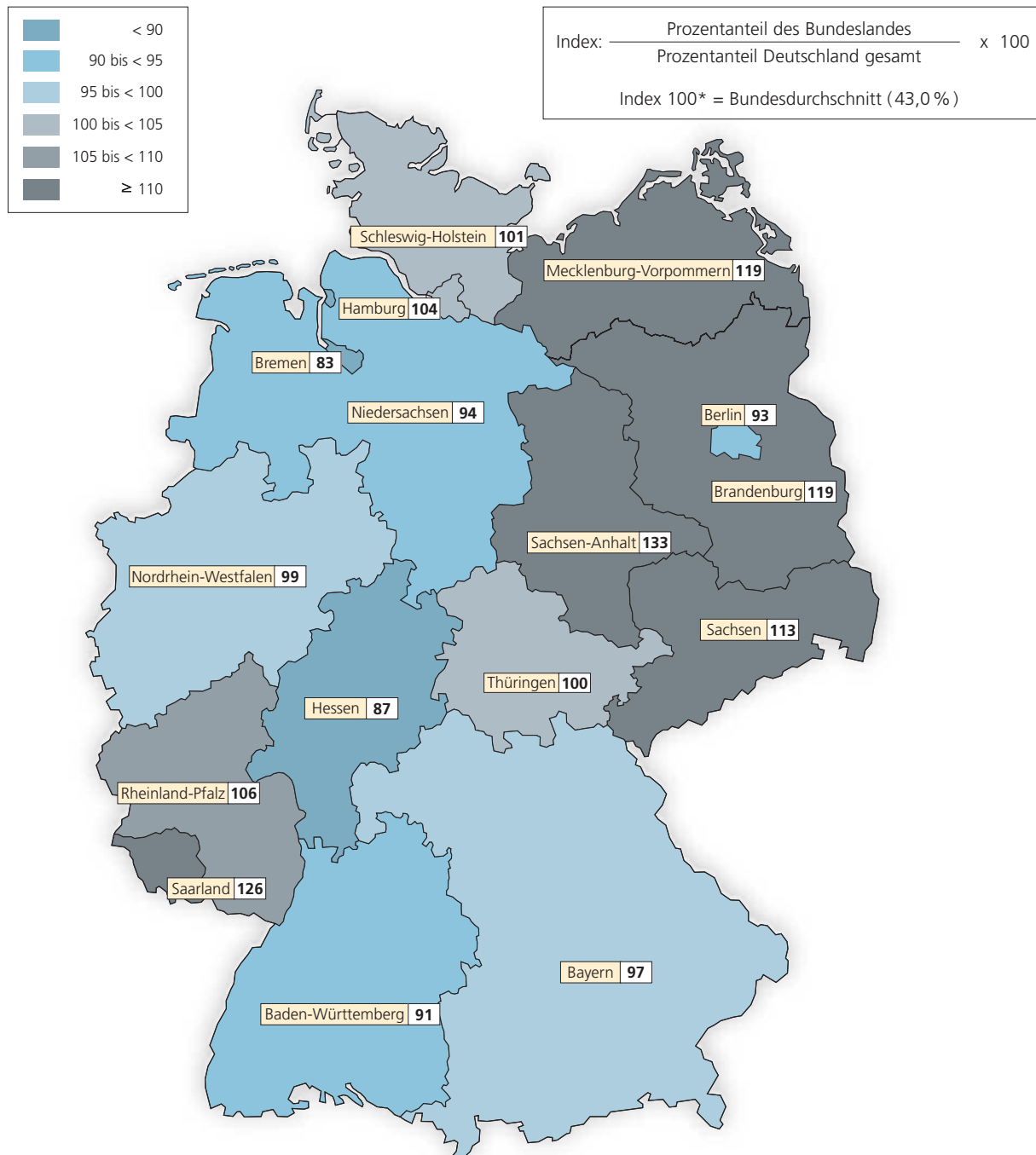
\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 92 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 21,9 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Der Blick auf die Regierungsbezirke lässt noch deutlichere Unterschiede innerhalb einiger Bundesländer hervortreten. Besonders im Süden treten Unterschiede zwischen den Regierungsbezirken zutage. So ist in Hessen im Bezirk Darmstadt der geringste Offliner-Anteil zu verzeichnen (17,6 Prozent), in Kassel ist er deutlich höher. Wie bereits im letzten Jahr sind auch in Bayern größere Unterschiede festzustellen, besonders zwischen den benachbarten Bezirken Ober- und Niederbayern (19,1 Prozent vs. 23,3 Prozent Offliner). Hier zeigt sich der Einfluss der Großstadt. Sachsen-Anhalt weist auch bei Betrachtung auf Regierungsbezirksebene den höchsten Anteil an Offlinern aus: 32,5 Prozent.



## Offliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

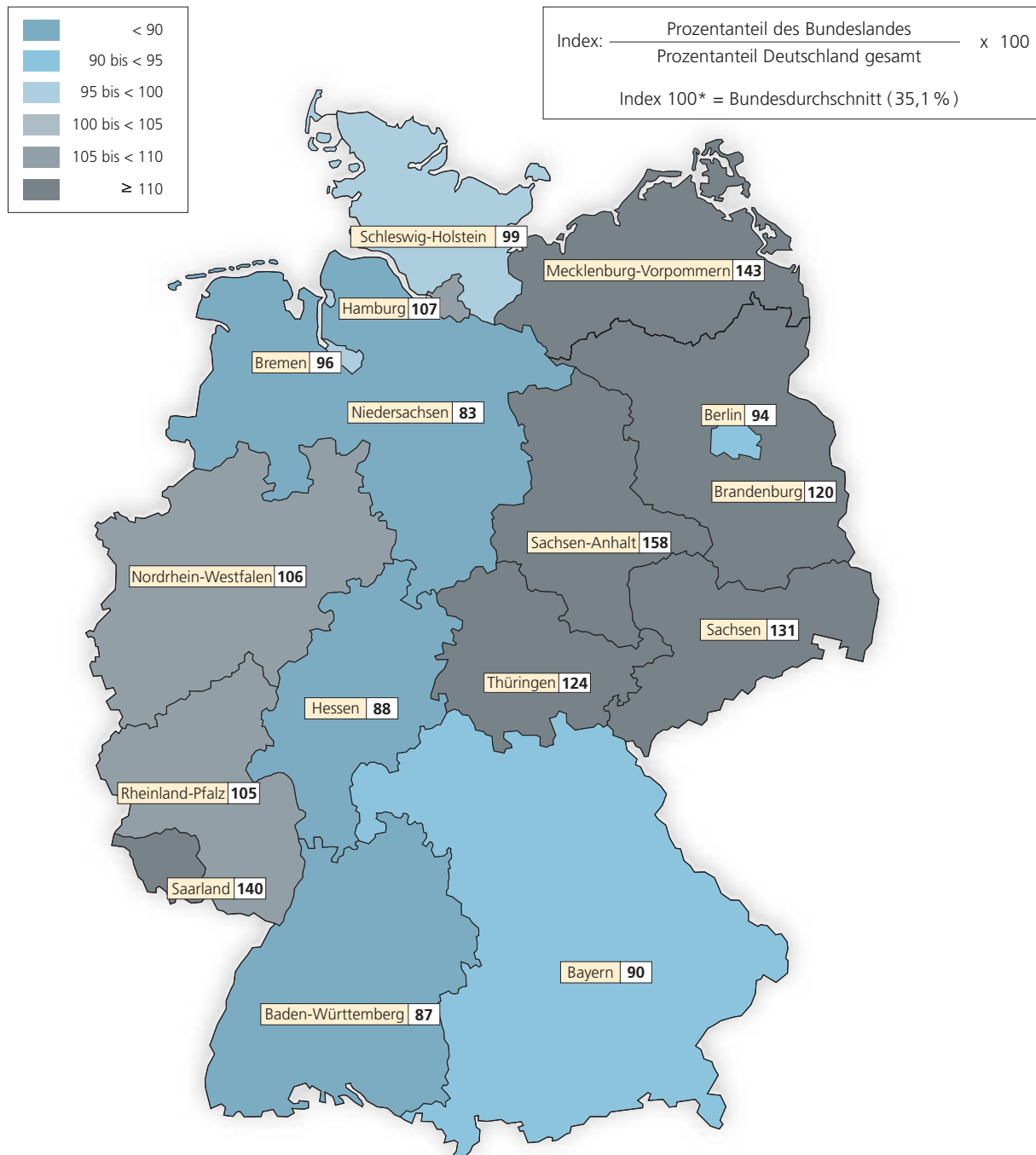


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

In der Bevölkerungsgruppe 50plus ist der Offlineranteil leicht überdurchschnittlich um 2,6 Prozentpunkte zurückgegangen. Der Offliner-Anteil in dieser Gruppe ist mit 43,0 Prozent trotzdem noch immer überaus hoch: Zwei von fünf Deutschen ab 50 Jahren sind noch nicht im Internet unterwegs und planen dies auch nicht für die nahe Zukunft. In Sachsen-Anhalt ist der Anteil der Offliner bei den ab 50-Jährigen am höchsten, in Bremen – wie auch schon im Vorjahr – am niedrigsten. Besonders Thüringen konnte sich im Hinblick auf sein Vorjahresergebnis verbessern und liegt nun gleichauf mit dem Bundesdurchschnitt.

# Offliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

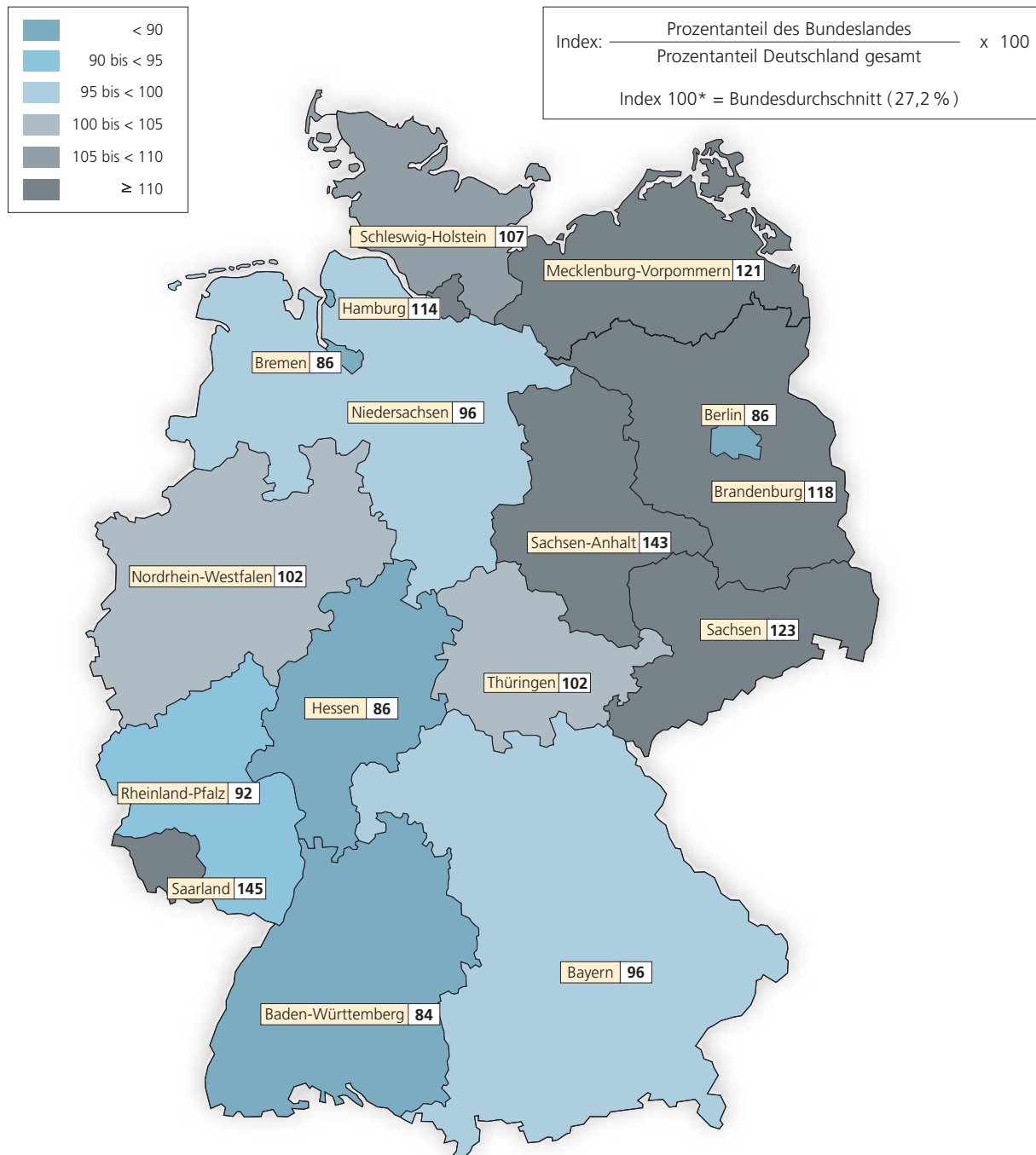


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Besonders bei Personen mit einfachem Bildungsabschluss in den neuen Bundesländern ist das Internet noch nicht angekommen. Die Indexwerte zeigen hier sehr deutlich die hohen Abweichungen zum Bundesdurchschnitt. Niedersachsen schneidet insgesamt am besten ab: Hier sind überdurchschnittlich viele Personen mit einfachem Bildungsabschluss im Internet unterwegs. Die neuen Bundesländer verzeichneten bereits im letzten Jahr die schlechtesten Indexwerte in dieser Personengruppe. Während sich Berlin deutlich verbessern konnte und der Wert in Thüringen gleich geblieben ist, haben sich die Indexwerte der weiteren neuen Bundesländer sogar noch verschlechtert.

## Offliner: Frauen nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

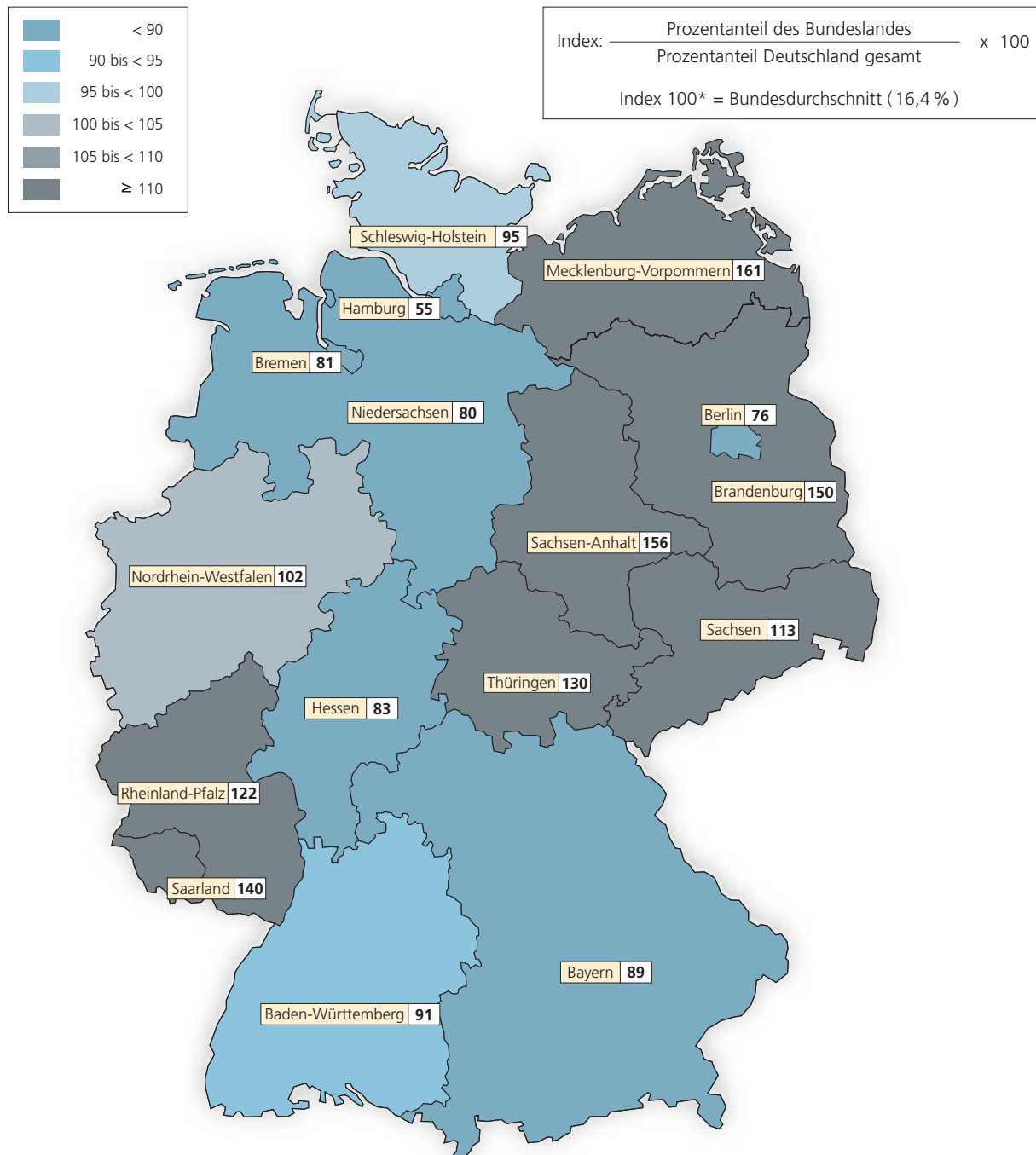


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Im Vergleich zu 2010 ist der Offliner-Anteil bei den Frauen um 3,5 Prozentpunkte zurückgegangen. Aktuell sind 27,2 Prozent der deutschen Frauen nicht im Internet unterwegs und planen dies auch nicht. Das sind noch immer 10,8 Prozentpunkte mehr als bei den Männern. Baden-Württemberg kann den geringsten Offliner-Anteil bei Frauen vorweisen – Berlin, Bremen und Hessen folgen auf dem Fuß. Im Vergleich zum Vorjahr haben sich Hamburg und das Saarland stark verschlechtert. Lag der Offliner-Anteil in Hamburg 2010 noch unter dem Durchschnitt, liegt er dieses Jahr über dem Durchschnitt. Die Offliner-Quote unter den Frauen ist demnach auf Bundesebene deutlicher zurückgegangen als in Hamburg.

## Offliner: Männer nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



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

2011 sind nur noch 16,4 Prozent der deutschen Männer Offliner. Der Blick auf die Deutschlandkarte zeigt jedoch noch deutliche Unterschiede zwischen den Bundesländern. Zwischen den Bundesländern mit der geringsten und der höchsten Offliner-Quote liegen 2011 noch 17,5 Prozentpunkte. Hamburg kann den geringsten Offliner-Anteil bei den Männern vorweisen, nur 9,0 Prozent der Männer sind hier nicht online. In Mecklenburg-Vorpommern – dem Bundesland mit der höchsten Offliner-Quote bei den Männern – sind es 26,5 Prozent.



## INTERNETNUTZUNG NACH GESCHLECHT

## 7. Internetnutzung nach Geschlecht

### Frauen holen auf: Schere zwischen den Geschlechtern schließt sich



Auch 2011 ist die Internetnutzung in Deutschland gestiegen: 52,7 Millionen Menschen sind online, das sind 74,7 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren. Der Online-Anteil verteilt sich aber nicht gleichmäßig auf alle Bevölkerungsgruppen: So sind 80,7 Prozent der Männer online gegenüber 68,9 Prozent der Frauen. Die Differenz zwischen den Geschlechtern ist im Vergleich zu 2010 gesunken: So trennen sie 11,8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreswert von 14,7 Prozentpunkten bei der Internetnutzung. Bei den Schülerinnen liegen die Frauen weiterhin vorn: Hier nutzen 98,4 Prozent das Internet gegenüber 97,0 Prozent Nutzungsrate bei den männlichen Schülern.

In allen Altersgruppen ist die Internetnutzung gestiegen: Der größte Zuwachs liegt mit 4,0 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr bei den 50- bis 59-Jährigen und erreicht damit einen Wert von 75,8 Prozent Internetbeteiligung. Die Gruppe der ab 70-Jährigen bleibt bei einer Internetnutzung von 24,6 Prozent auf niedrigem Niveau.

Die Schere bei der Internetnutzung zwischen den Geschlechtern ist umso größer, je älter die Befragten sind, mit Ausnahme der jungen Altersgruppen 14 bis 19 und 20 bis 29 Jahre, in denen die Frauen mit 1,2 und 0,3 Prozentpunkten im Vorsprung sind. Ab der Gruppe der 30- bis 39-Jährigen kehrt sich das Verhältnis um und die Differenz zwischen den Geschlechtern steigt mit dem Alter: Sind es bei den 30- bis 39-Jährigen nur 3,1 Prozentpunkte, so sind es bei den ab 70-Jährigen 19,9 Prozentpunkte. Dennoch sind die Zuwächse bei den Älteren vor allem den Frauen zu verdanken: In der Altersgruppe 50plus ist die Internetbeteiligung der Frauen um 4,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr gestiegen, bei den Männern lediglich um 0,8, und es ist sogar ein Rückgang um 0,2 Prozentpunkte bei den Männern ab 70 Jahren festzustellen.

Erneut sind große Zuwächse bei der Internetnutzung in den Gruppen mit formal einfacher Bildung zu verzeichnen: In der Gruppe Volksschulabschluss ohne Lehre um 4,9 und in der mit Lehre um 3,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Entgegen der Entwicklung im letzten Jahr ist der Online-Anteil der Frauen in diesen beiden Gruppen stärker gestiegen als der der Männer: In der Gruppe der Volksschülerinnen

ohne Lehre ist die Internetbeteiligung um 4,7, in der mit Lehre um 6,1 Prozentpunkte gestiegen, bei den Männern hingegen lediglich um 2,1 und 1,1 Prozentpunkte. Dadurch hat sich der Abstand zwischen den Geschlechtern in der Gruppe Volksschule ohne Lehre zwar verringert, ist aber mit 29,4 Prozentpunkten im Vergleich zu allen Bildungsgruppen noch immer am größten.

Der Anstieg der Internetnutzung ist bei den nicht-berufstätigen Menschen höher als bei den Berufstätigen; auch hier zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen den Geschlechtern: So unterscheidet sich die Internetnutzung der berufstätigen Männer und Frauen um 4,9 Prozentpunkte, die der nicht-berufstätigen hingegen um 15,0 Prozentpunkte. Allerdings haben auch hier die Frauen stärker aufgeholt als die Männer: Bei den nicht-berufstätigen Frauen ist ein Anstieg der Internetnutzung um 4,0 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr festzustellen, bei den Männern der gleichen Gruppe hingegen nur um 1,3 Prozentpunkte.

Der positive Trend setzt sich fort: Zuwächse sind vor allem in den Gruppen festzustellen, deren Online-Beteiligung seit langem unterdurchschnittlich ist, wie in der Gruppe der Frauen, der Älteren, der Nicht-Berufstätigen und der Menschen mit formal einfacher Bildung. Im Gegensatz zum Vorjahr ist die gestiegene Internetbeteiligung 2011 auf ein deutlich höheres Wachstum bei den Frauen in allen Gruppen zurückzuführen.

Zielgruppengerechte Angebote bleiben richtungsweisend: Die im Rahmen der Initiative „Internet erfahren – gemeinsam durchs Netz“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie entwickelten und erprobten Maßnahmen setzen bei den individuellen Wünschen und Interessen der Frauen und Männer an, die das Internet bislang nicht nutzen. Ob als Kundin und Kunde einer Bank, als Nutzerin und Nutzer einer Bibliothek, als Bürgerin und Bürger einer Gemeinde oder als Mitarbeiterin und Mitarbeiter einer sozialen Einrichtung: Alle Gruppen haben spezielle Interessen, die auch bei der Internetnutzung zum Tragen kommen. In den Programmen „Erlebnis Internet“, „Internet-Patinnen und -Paten“ und „Inklusive Internet“ wird dieser Ansatz konsequent verfolgt und in konkrete Maßnahmen umgesetzt.

**Birgit Kampmann**  
Geschäftsführerin

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



## Internetnutzung nach Geschlecht und Bundesländern 2011

Frauen (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	2.026	73,1	4,1	22,8
Bayern	2.368	69,5	4,5	26,0
Berlin	660	74,3	2,2	23,5
Brandenburg	494	64,5	3,3	32,0
Bremen	129	75,8	0,8	23,4
Hamburg	342	65,3	3,8	30,9
Hessen	1.158	71,8	4,7	23,5
Mecklenburg-Vorpommern	326	65,1	1,9	33,0
Niedersachsen	1.510	69,2	4,7	26,1
Nordrhein-Westfalen	3.429	68,7	3,5	27,8
Rheinland-Pfalz	769	71,0	3,9	25,1
Saarland	201	58,6	1,9	39,5
Sachsen	840	62,6	3,8	33,6
Sachsen-Anhalt	476	57,6	3,5	39,0
Schleswig-Holstein	536	66,6	4,0	29,1
Thüringen	450	68,2	3,6	27,9
<b>Gesamt</b>	<b>15.715</b>	<b>68,9</b>	<b>3,8</b>	<b>27,2</b>

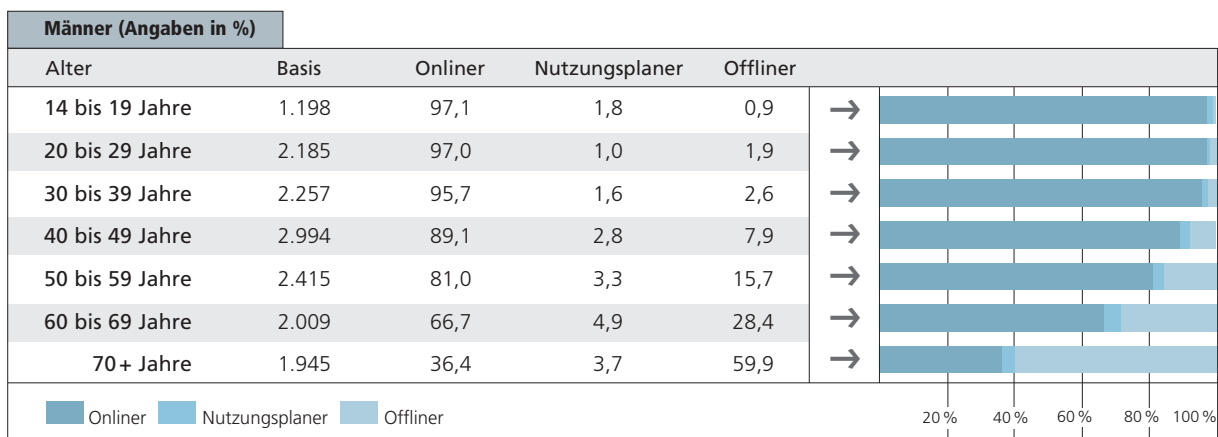
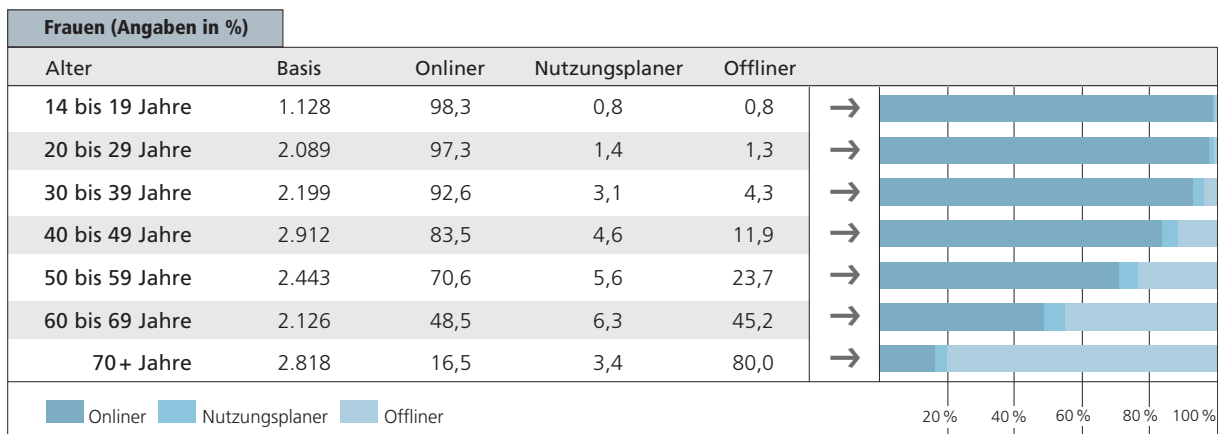
■ höchster Onliner-Anteil  
■ höchster Offliner-Anteil

Männer (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	1.949	83,1	1,9	14,9
Bayern	2.264	81,5	3,7	14,7
Berlin	633	84,5	3,1	12,4
Brandenburg	482	72,4	3,0	24,6
Bremen	120	85,0	1,7	13,3
Hamburg	324	88,3	2,6	9,0
Hessen	1.106	82,6	3,7	13,7
Mecklenburg-Vorpommern	322	70,8	2,8	26,5
Niedersachsen	1.442	84,2	2,6	13,1
Nordrhein-Westfalen	3.242	80,5	2,7	16,8
Rheinland-Pfalz	736	78,7	1,3	20,0
Saarland	189	75,8	1,2	22,9
Sachsen	794	78,9	2,2	18,6
Sachsen-Anhalt	455	71,2	3,2	25,6
Schleswig-Holstein	514	81,9	2,4	15,7
Thüringen	435	73,8	4,7	21,4
<b>Gesamt</b>	<b>15.005</b>	<b>80,7</b>	<b>2,8</b>	<b>16,4</b>

■ höchster Onliner-Anteil  
■ höchster Offliner-Anteil

Wie bereits im Vorjahr nimmt Bremen sowohl im Ländervergleich der Onliner-Anteile als auch bei den Frauen (75,8 Prozent) den Spitzenplatz ein. Bei den Männern wird in diesem Jahr der erste Platz an einen anderen Stadtstaat – Hamburg – abgegeben. In Hamburg nutzen 88,3 Prozent der Männer das Internet. Selbst das Bundesland mit dem geringsten Onliner-Anteil bei den Männern – Mecklenburg-Vorpommern mit 70,8 Prozent Onlinern – liegt noch über dem Bundesdurchschnitt an Onlinern bei den Frauen: 68,9 Prozent. Das Bundesland mit dem höchsten Offliner-Anteil bei den Frauen ist das Saarland mit 39,5 Prozent. Mecklenburg-Vorpommern weist mit 26,5 Prozent Offlinern den höchsten Anteil an Männern aus, die nicht das Internet nutzen und dies auch nicht für die nächsten zwölf Monate planen.

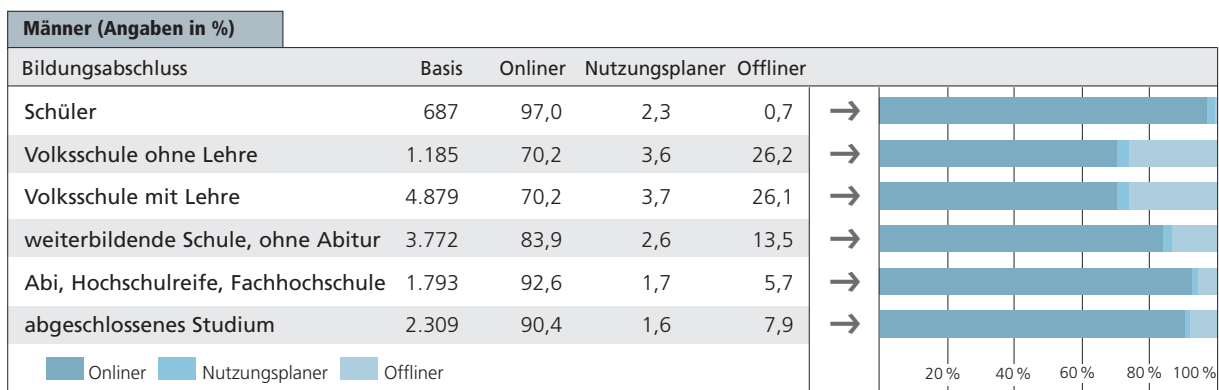
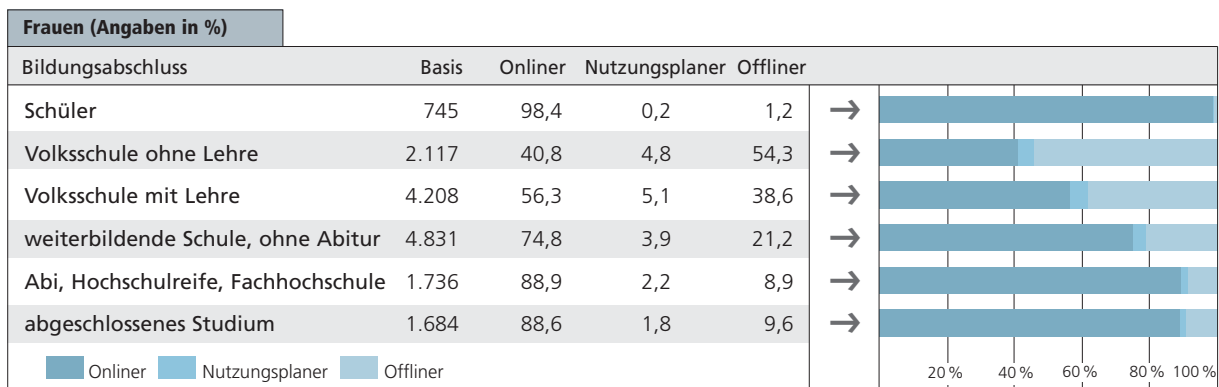
## Internetnutzung nach Geschlecht und Alter 2011



In diesem Jahr liegen die Frauen bei der Internetnutzung in den jungen Altersgruppen von 14 bis 29 Jahren vor den Männern. Bei den Mädchen bzw. Frauen zwischen 14 und 19 Jahren sind nun 98,3 Prozent online – bei den Jungen bzw. Männern in diesem Alter sind es 97,1 Prozent. In der Altersgruppe 20 bis 29 Jahre liegen die Frauen nur mit 0,3 Prozentpunkten vorn – in den höheren Altersklassen kehrt sich das Verhältnis um. In den folgenden Altersdekaden verdoppelt sich der Abstand zwischen Männern und Frauen nahezu mit jeder Dekade. Sind es bei den 30- bis 39-Jährigen nur 3,1 Prozentpunkte, wächst der Abstand bis zu den 60- bis 69-Jährigen auf 18,2 Prozentpunkte. Am deutlichsten ist immer noch der Unterschied in der Altersgruppe der ab 70-Jährigen: 19,9 Prozentpunkte liegen hier zwischen Männern und Frauen. Nur jede sechste Frau ab 70 Jahren nutzt das Internet, bei den Männern ist es jeder Dritte.



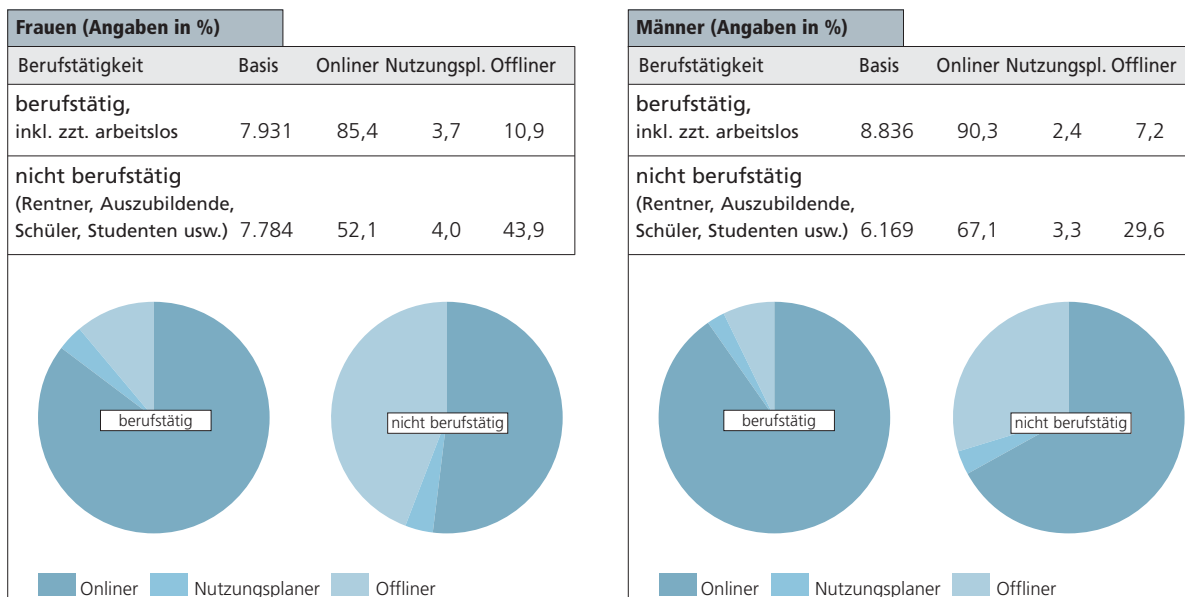
## Internetnutzung nach Geschlecht und Bildung 2011



Die formale Bildung hat einen hohen Einfluss auf die Internetnutzung. Betrachtet man dabei die Ergebnisse getrennt nach Männern und Frauen, wird deutlich, dass dieser Zusammenhang bei Frauen in verstärktem Maße zutrifft. Bei den Schülern ist die Internetpenetration sowohl bei Mädchen als auch bei Jungen in etwa gleich hoch und liegt bei mindestens 97,0 Prozent. Auch die Unterschiede in den höchsten Bildungsgruppen (Abitur, Hochschulreife, Fachhochschule oder abgeschlossenes Studium) sind zwischen Männern und Frauen nur marginal. Die Internetpenetration liegt bei mindestens 88,6 Prozent, bei den Männern ist sie etwas höher.

Bedeutsam ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern bei Betrachtung der einfachen und mittleren Bildungsgruppen. Sind bei den Männern in den Gruppen Volksschule mit und ohne Lehre bereits 70,2 Prozent im Internet, so sind es bei Frauen mit Volksschulabschluss und mit Lehre nur 56,3 Prozent, bei denen ohne Lehre gar nur 40,8 Prozent. Die Spanne zwischen Männern und Frauen mit dem gleichen Bildungsabschluss erreicht hier ihre größte Ausdehnung: 29,4 Prozentpunkte. Zwar hat sich diese Spanne seit dem letzten Jahr verringert (32,0 Prozentpunkte), jedoch liegt hier noch viel Wachstumspotenzial.

## Internetnutzung nach Geschlecht und Berufstätigkeit 2011



Berufstätige sind häufiger Onliner, das zeigt der *(N)ONLINER Atlas* seit geraumer Zeit. Zwischen berufstätigen Männern und Frauen, die das Internet nutzen, beträgt der Abstand zwar noch 4,9 Prozentpunkte, die Spanne hat sich seit dem letzten Jahr jedoch deutlich verringert (7,1 Prozentpunkte). In immer mehr Berufen gehören Computer und Internet mittlerweile zum täglichen Arbeiten selbstverständlich dazu, die hohen Onliner-Anteile verwundern nicht. Wichtiger scheint der Blick auf die Nicht-Berufstätigen. In dieser heterogenen Gruppe sind sowohl Rentner und Auszubildende als auch Schüler und Studenten zu finden. Während in dieser Gruppe erst 52,1 Prozent der Frauen den Computer nutzen, sind es bei den Männern 67,1 Prozent, die im Internet unterwegs sind. Auch diese Spanne (15,0 Prozentpunkte) hat sich im Vergleich zum Vorjahr (17,7 Prozentpunkte) erfreulicherweise verkleinert. Noch immer nutzt jedoch nur jede zweite nicht berufstätige Frau das Internet, während es bei den Männern bereits zwei von drei sind.



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

## 8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen

### Internetnutzung nach Altersgruppen und Bundesländern 2011

14 bis 49 Jahre (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	2.270	94,3	2,0	3,7
Bayern	2.626	92,5	3,1	4,3
Berlin	749	96,0	1,7	2,3
Brandenburg	519	89,1	2,7	8,3
Bremen	138	94,7	0,5	4,9
Hamburg	396	94,1	2,4	3,6
Hessen	1.250	93,2	3,1	3,7
Mecklenburg-Vorpommern	344	89,0	0,2	10,7
Niedersachsen	1.619	94,0	3,0	3,0
Nordrhein-Westfalen	3.686	92,2	1,8	6,0
Rheinland-Pfalz	826	93,8	2,6	3,7
Saarland	206	88,4	0,4	11,2
Sachsen	832	92,3	2,4	5,0
Sachsen-Anhalt	473	88,7	2,8	8,6
Schleswig-Holstein	571	92,0	2,8	5,2
Thüringen	458	88,6	3,5	7,6
<b>Gesamt</b>	<b>16.963</b>	<b>92,7</b>	<b>2,4</b>	<b>4,9</b>

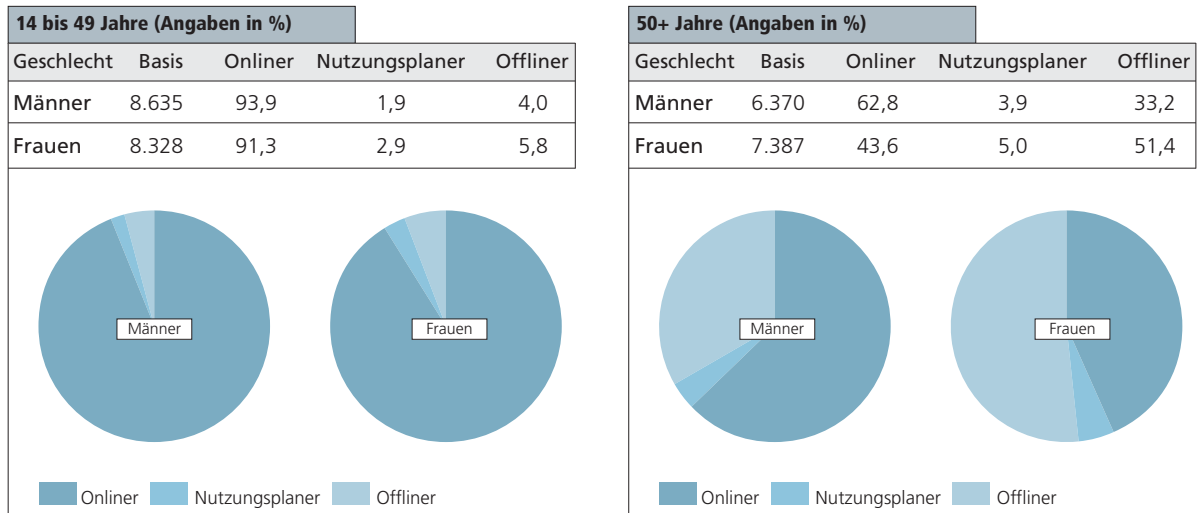
■ höchster Onliner-Anteil  
■ höchster Offliner-Anteil

50+ Jahre (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	1.705	56,4	4,3	39,3
Bayern	2.006	52,9	5,4	41,7
Berlin	544	56,3	3,9	39,8
Brandenburg	458	45,0	3,7	51,1
Bremen	111	62,2	2,2	35,6
Hamburg	270	50,8	4,5	44,8
Hessen	1.014	57,1	5,6	37,3
Mecklenburg-Vorpommern	304	44,0	4,8	51,2
Niedersachsen	1.333	55,3	4,4	40,2
Nordrhein-Westfalen	2.985	52,6	4,7	42,7
Rheinland-Pfalz	679	51,6	2,7	45,7
Saarland	184	43,0	2,9	54,2
Sachsen	802	47,9	3,7	48,5
Sachsen-Anhalt	458	39,0	3,9	57,1
Schleswig-Holstein	479	52,7	3,8	43,2
Thüringen	427	52,1	4,9	43,0
<b>Gesamt</b>	<b>13.756</b>	<b>52,5</b>	<b>4,5</b>	<b>43,0</b>

■ höchster Onliner-Anteil  
■ höchster Offliner-Anteil

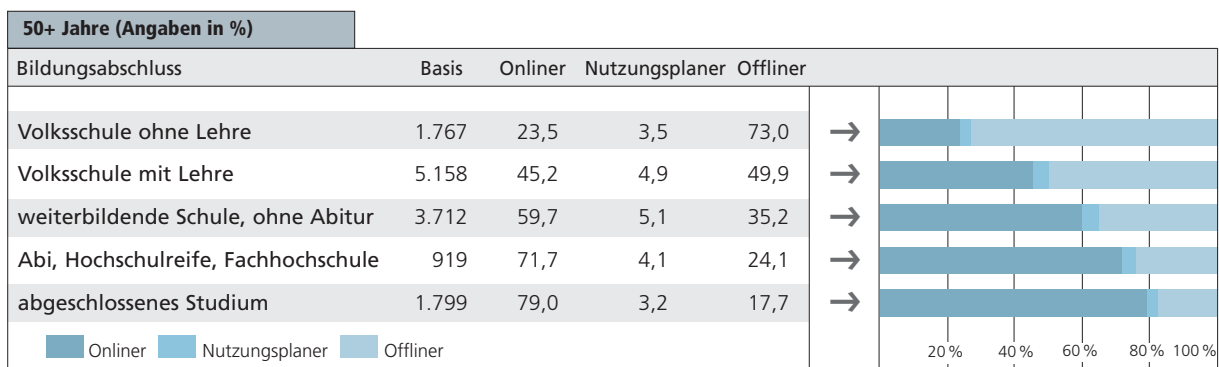
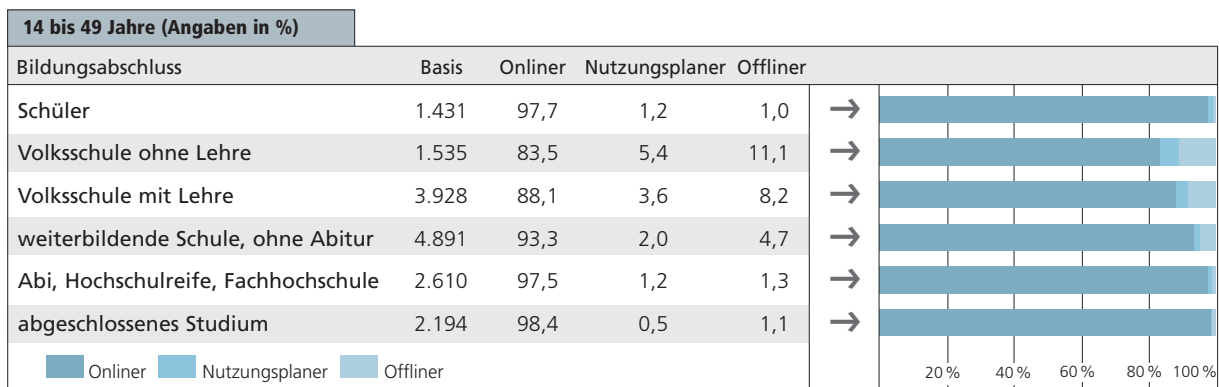
Auch in diesem Jahr kann Berlin seinen ersten Platz im Länderranking des Onliner-Anteils bei den 14- bis 49-Jährigen behaupten, 96,0 Prozent der Berliner dieser Altersgruppe nutzen das Internet. Der Stadtstaat hat sich dabei so deutlich verbessert, dass der Abstand zum Bundesland mit dem geringsten Onliner-Anteil in dieser Altersgruppe wieder leicht auf 7,6 Prozentpunkte angewachsen ist. In der Altersgruppe 50plus beträgt die Spannweite zwischen dem Erst- und Letztplatzierten dieses Jahr 23,2 Prozentpunkte – eine deutliche Verbesserung gegenüber 2010 (31,7 Prozentpunkte). Den höchsten Offliner-Anteil weist hier Sachsen-Anhalt mit 57,1 Prozent der Bevölkerung aus. Den ersten Platz bei der Internetverbreitung in der Gruppe 50plus kann Bremen mit 62,2 Prozent verbuchen.

## Internetnutzung nach Altersgruppen und Geschlecht 2011



Der Onliner-Anteil bei den 14- bis 49-Jährigen liegt insgesamt bei 92,7 Prozent der Bevölkerung. Mit 91,3 Prozent liegen die Frauen leicht unter dem Durchschnitt, die Männer mit 93,9 Prozent leicht darüber. Der Unterschied zwischen Männern und Frauen in dieser Altersgruppe ist mit 2,6 Prozentpunkten nur marginal. In der Altersgruppe ab 50 Jahren liegt der Durchschnitt 40,2 Prozentpunkte tiefer. Erst 52,5 Prozent der Deutschen ab 50 Jahren nutzen das Internet. Die Männer in dieser Altersgruppe liegen mit 62,8 Prozent Internetnutzern deutlich über dem Durchschnitt. In dieser Altersgruppe sind erst 43,6 Prozent der Frauen online. Die Spannweite beträgt 19,2 Prozentpunkte. Da die Frauen ab 50 Jahren sich im vergangenen Jahr um 4,5 Prozentpunkte verbessern konnten, während die Männer nur um 0,8 Prozentpunkte zugelegt haben, hat sich die Spannweite im Vergleich zum Vorjahr (22,9 Prozentpunkte) verringert.

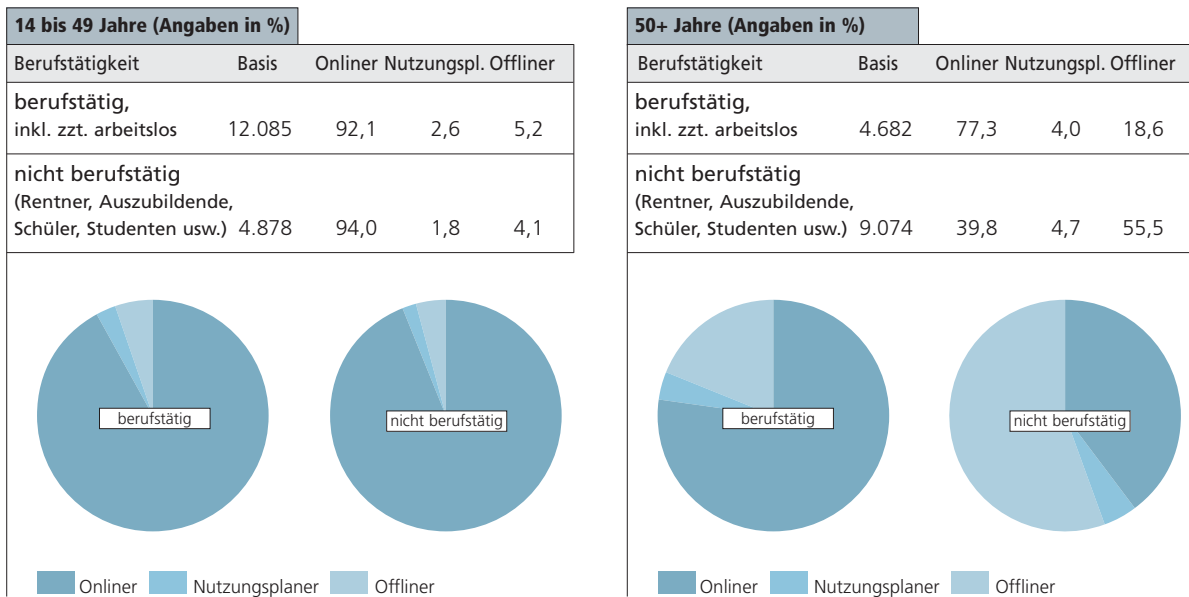
## Internetnutzung nach Altersgruppen und Bildung 2011



Die Internetpenetration bei den 14- bis 49-Jährigen mit hoher formaler Bildung ist mit 97,5 Prozent bzw. 98,4 Prozent äußerst hoch. Der Onliner-Anteil dieser Bildungsgruppen bei den ab 50-Jährigen liegt hingegen nur bei 71,7 Prozent bzw. 79,0 Prozent und damit deutlich darunter. Ist der Unterschied zwischen den Altersgruppen bereits bei diesen Bildungsgruppen offensichtlich, so ist er in den Gruppen der formal einfachen bzw. mittleren Bildung besonders ausgeprägt. Die Spannweite zwischen den beiden Altersgruppen bei den formal einfach Gebildeten hat sich im Vergleich zum letzten Jahr (55,9 Prozentpunkte) noch vergrößert und liegt 2011 bei 60,0 Prozentpunkten. Während der Onliner-Anteil bei Volksschülern ohne Lehre unter 50 Jahren mit 6,2 Prozentpunkten deutlich zugelegt hat, ist der Anteil in der gleichen Zeit bei den ab 50-Jährigen nur um 2,1 Prozentpunkte, und damit unterdurchschnittlich – gewachsen. Auch die Nutzungsplaner 50plus (3,5 Prozent) stehen den Nutzungsplanern unter 50 Jahren (5,4 Prozent) in dieser Bildungsgruppe hinterher. Mit einer Verkleinerung der Kluft ist hier in naher Zukunft nicht zu rechnen.



## Internetnutzung nach Altersgruppen und Berufstätigkeit 2011

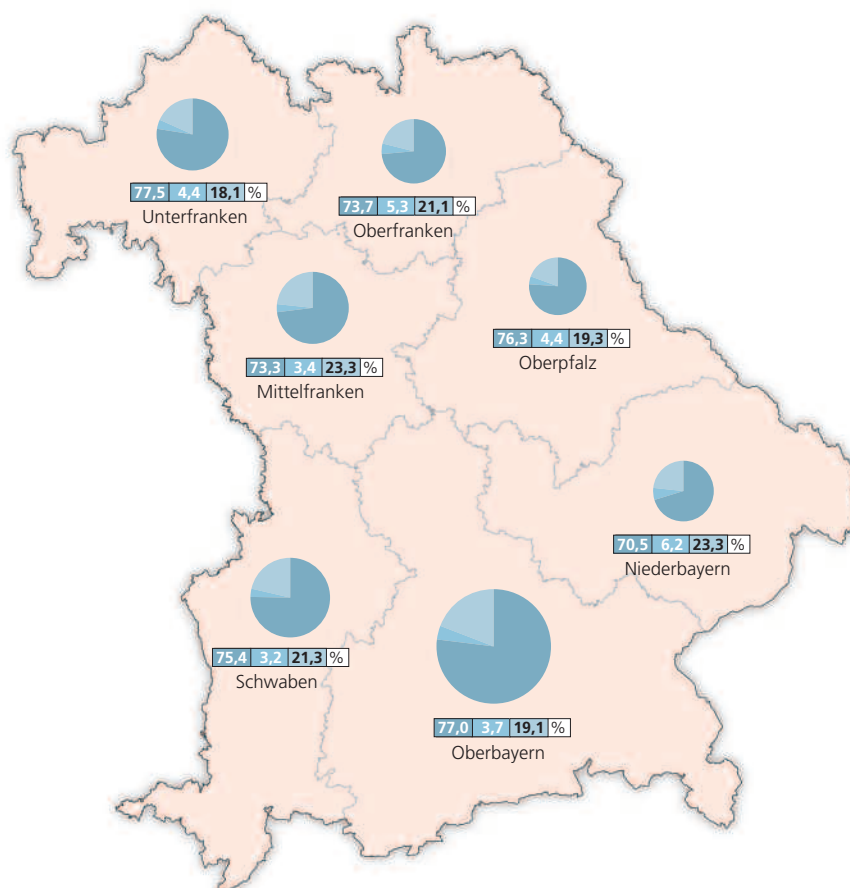
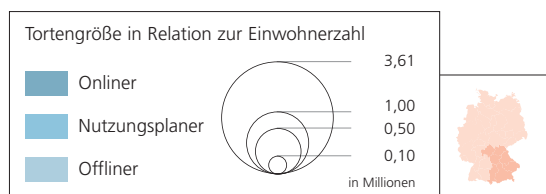


Die Gegenüberstellung der Berufstätigen zu den Nicht-Berufstätigen je nach Altersgruppe zeigt, wie heterogen die Gruppe der Nicht-Berufstätigen ist. In der Altersgruppe von 14 bis 49 Jahren überflügeln die Nicht-Berufstätigen mit 94,0 Prozent Internetpenetration sogar die Berufstätigen (92,1 Prozent). Hier zeigt sich, dass die Gruppe, die nicht berufstätig ist, zu einem großen Teil aus Auszubildenden, Schülern und Studenten besteht. Die Betrachtung von Unterschieden in der Internetnutzung nach Berufstätigkeit zeigt vor allem in der Gruppe 50plus dringenden Handlungsbedarf auf. Da die Berufstätigen auch in dieser Altersklasse mit dem Internet durch ihre Arbeit in Berührung kommen, ist die Internetnutzung bei ihnen mit 77,3 Prozent recht verbreitet. Die Nicht-Berufstätigen in dieser Altersgruppe – vornehmlich Rentner – zeigen einen geringen Onliner-Anteil: nur 39,8 Prozent. Die Kluft hat sich durch den unterdurchschnittlichen Zuwachs in der Gruppe der Nicht-Berufstätigen (2,4 Prozentpunkte) im Vergleich zum Vorjahr noch verbreitert.

## 9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken

### Bayern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

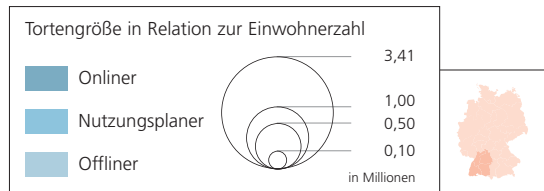


Durch einen kräftigen Zuwachs des Onliner-Anteils (5,2 Prozentpunkte) konnte Unterfranken dieses Jahr dem Regierungsbezirk Oberbayern die Führung streitig machen. Mit einer Internetpenetration von 77,5 Prozent weist Unterfranken die höchste Zahl an Internetnutzern in Bayern aus. Der Anteil an Onlinern ist im benachbarten Regierungsbezirk Oberfranken mit 6,5 Prozentpunkten am stärksten gewachsen. 2011 sind 73,7 Prozent der Oberfranken Internetnutzer, weitere 5,3 Prozent planen dies bald zu werden. Oberfranken konnte somit den Platz als Schlusslicht in Bayern dieses Jahr an Niederbayern abgeben. Hier nutzen 70,5 Prozent der Einwohner das Internet. Weitere 6,2 Prozent planen, bald das Internet zu nutzen.

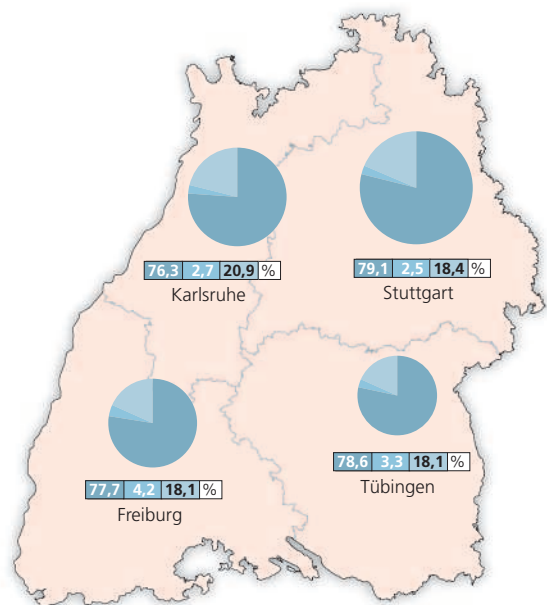


## Baden-Württemberg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

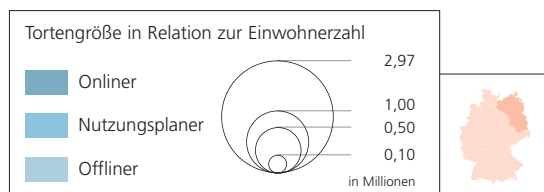


2011 kann in Baden-Württemberg der Regierungsbezirk Freiburg das größte Wachstum an Internetnutzern verzeichnen. Mit 6,6 Prozentpunkten mehr als in 2010 sind in diesem Jahr 77,7 Prozent der Freiburger Online. Freiburg kann zudem den höchsten Anteil an Nutzungsplanern vorweisen: 4,2 Prozent. Weiterhin kann Freiburg gemeinsam mit Tübingen mit 18,1 Prozent Offlinern auf den geringsten Anteil von Nicht-Internetnutzern verweisen. Stuttgart hat sich 2011 an die Spitze des Bundeslandes geschoben; 79,1 Prozent seiner Einwohner nutzen das Internet.

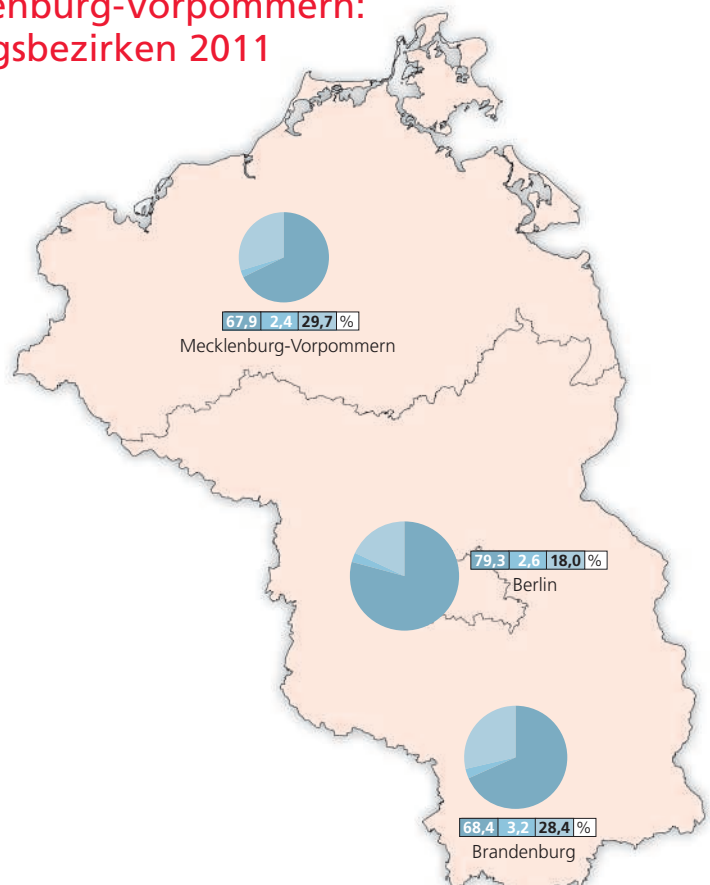


## Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

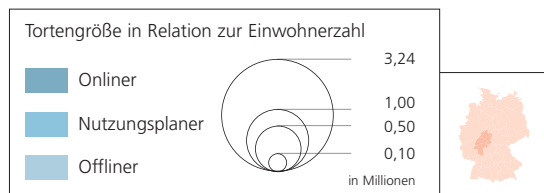


Fast vier von fünf Berlinern in der Bevölkerung ab 14 Jahren sind mittlerweile online. Auch 2011 liegt Berlin damit deutlich über dem durchschnittlichen Online-Anteil in Deutschland. Das Wachstum ist mit 4,1 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr zudem überdurchschnittlich hoch. Im umliegenden Flächenland Brandenburg ist der Online-Anteil nur um 0,6 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr angestiegen – trotzdem liegt es mit einer Internetpenetration von 68,4 Prozent noch über dem Anteil an Online in Mecklenburg-Vorpommern (67,9 Prozent). Zudem ist in Brandenburg der Anteil an Nutzungsplanern mit 3,2 Prozent etwas höher als in Mecklenburg-Vorpommern (2,4 Prozent).

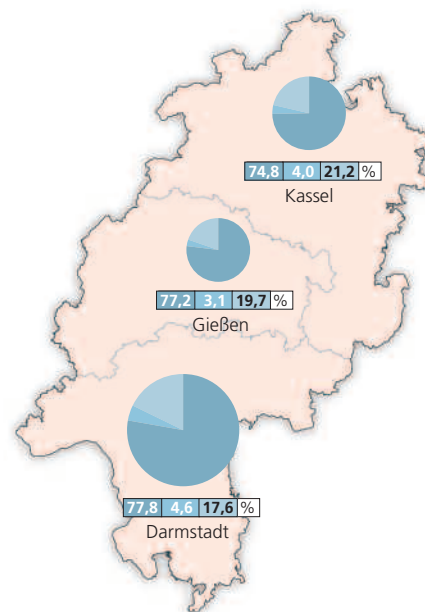


## Hessen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

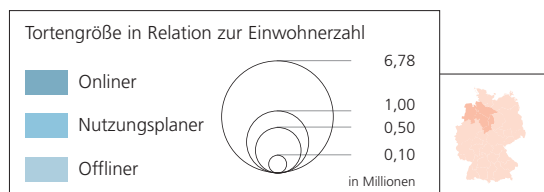


In diesem Jahr kann der Regierungsbezirk Gießen wieder mit dem Bezirk Darmstadt gleichziehen, nachdem sich der Regierungsbezirk Darmstadt, der auch die Metropole Frankfurt umfasst, im letzten Jahr deutlich absetzen konnte. Darmstadt konnte jedoch 2011 nur 0,7 Prozentpunkte zulegen, während Gießen 5,5 Prozentpunkte mehr Onliner vorweisen kann als noch im Vorjahr. Beide Bezirke liegen 2011 damit über 77 Prozent. Kassel konnte seinen Onliner-Anteil um 6,9 Prozentpunkte steigern. Damit weist Kassel zwar immer noch die geringste Onliner-Quote in Hessen auf, ist mit 74,8 Prozent Onlinern jedoch nicht weit abgeschlagen. Den geringsten Offliner-Anteil Hessens kann Darmstadt mit 17,6 Prozent vorweisen. Hier ist auch der Anteil der Nutzungsplaner am höchsten.

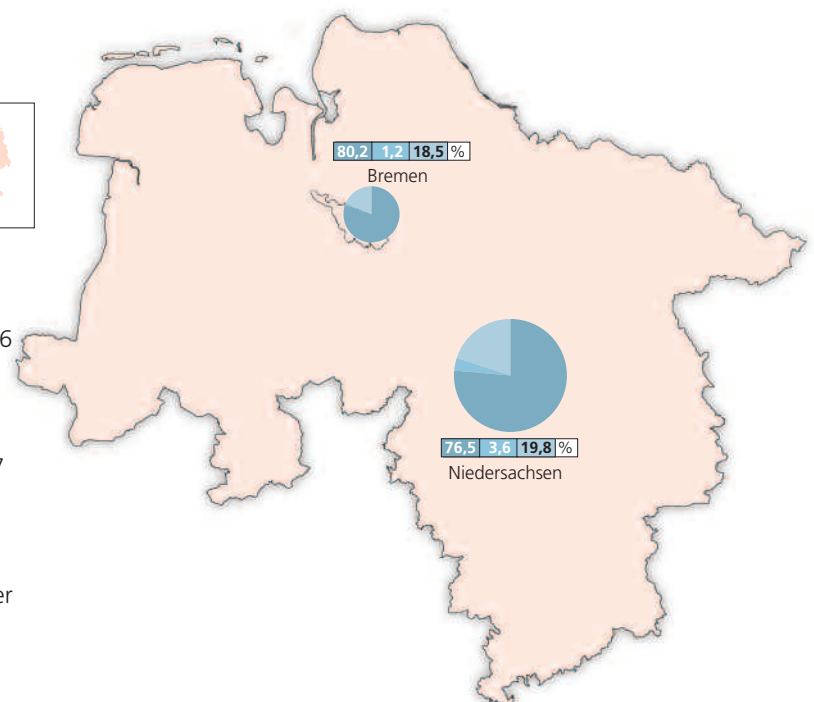


## Niedersachsen und Bremen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

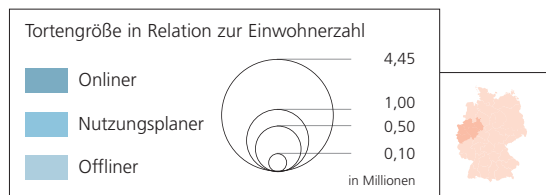


Auch ohne Zuwachs kann Bremen 2011 die Spitzenposition im Bundesländervergleich halten. In Niedersachsen wächst die Internetnutzung mit 2,6 Prozentpunkten leicht unterdurchschnittlich. Mit 76,5 Prozent Onlinern belegt es im Ländervergleich immerhin Platz fünf. Der Unterschied zum Stadtstaat Bremen hat sich in diesem Jahr auf 3,7 Prozentpunkte verringert. Berücksichtigt man die Zahl der Nutzungsplaner in den beiden Regierungsbezirken, könnte sich dieser Trend auch im Jahr 2012 fortsetzen: Die Zahl der Nutzungsplaner ist in Niedersachsen leicht gestiegen. Bremen kann nur 1,2 Prozent Nutzungsplaner vorweisen.

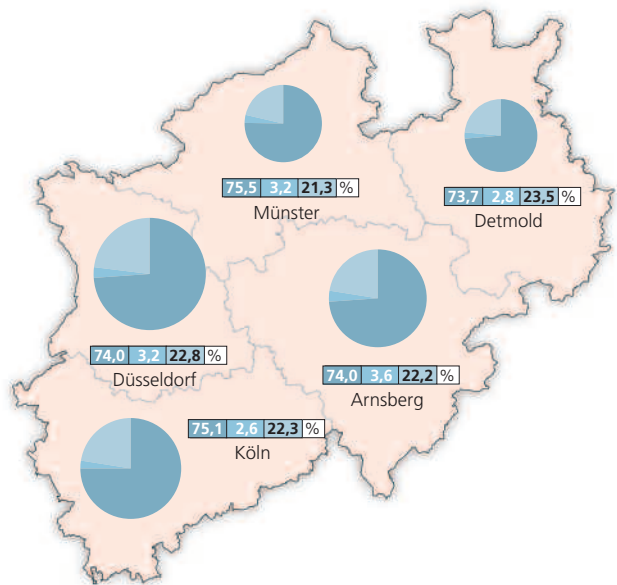


## Nordrhein-Westfalen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

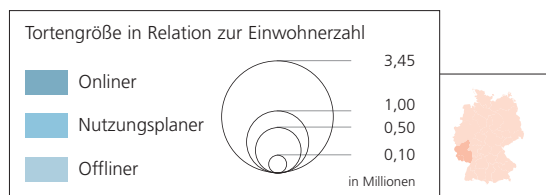


Der Regierungsbezirk Münster kann Köln in diesem Jahr die Spitzenposition in Nordrhein-Westfalen mit nur 0,4 Prozentpunkten Unterschied abnehmen. Der zu Münster benachbarte Regierungsbezirk Detmold weist in Nordrhein-Westfalen mit 73,7 Prozent den geringsten Onliner-Anteil auf. Die Spannweite im Bundesland ist insgesamt mit 1,8 Prozentpunkten vernachlässigbar. Auch der Abstand zum Bundesdurchschnitt ist mit einem Prozentpunkt nur leicht unterdurchschnittlich. Das höchste Wachstum zeigt Arnsberg: 5,3 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Hier ist auch die größte Zahl an Nutzungsplanern zu finden, 3,6 Prozent.

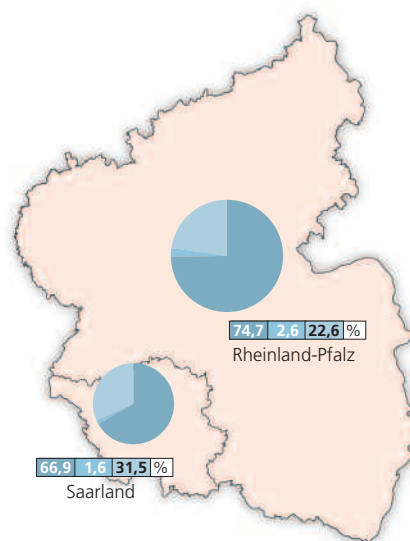


## Rheinland-Pfalz und Saarland: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

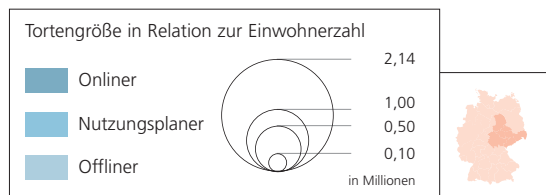


Wie auch schon im letzten Jahr ist das Wachstum des Onliner-Anteils im Saarland unterdurchschnittlich (1,5 Prozent). Mit 66,9 Prozent Internetnutzern liegt das Saarland 2011 im Länderranking auf dem vorletzten Platz. Der Anteil an Onlinern in Rheinland-Pfalz ist 2011 auf gleicher Höhe mit dem Bundesdurchschnitt: 74,7 Prozent. Im bundesweiten Vergleich fällt Rheinland-Pfalz damit von Platz sieben auf den achten Platz. Der Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr liegt auch hier mit 1,8 Prozentpunkten unter dem durchschnittlichen Zuwachs der Onliner in Deutschland. Insgesamt liegt die Onliner-Quote im Saarland 8,9 Prozentpunkte niedriger als im benachbarten Rheinland-Pfalz.

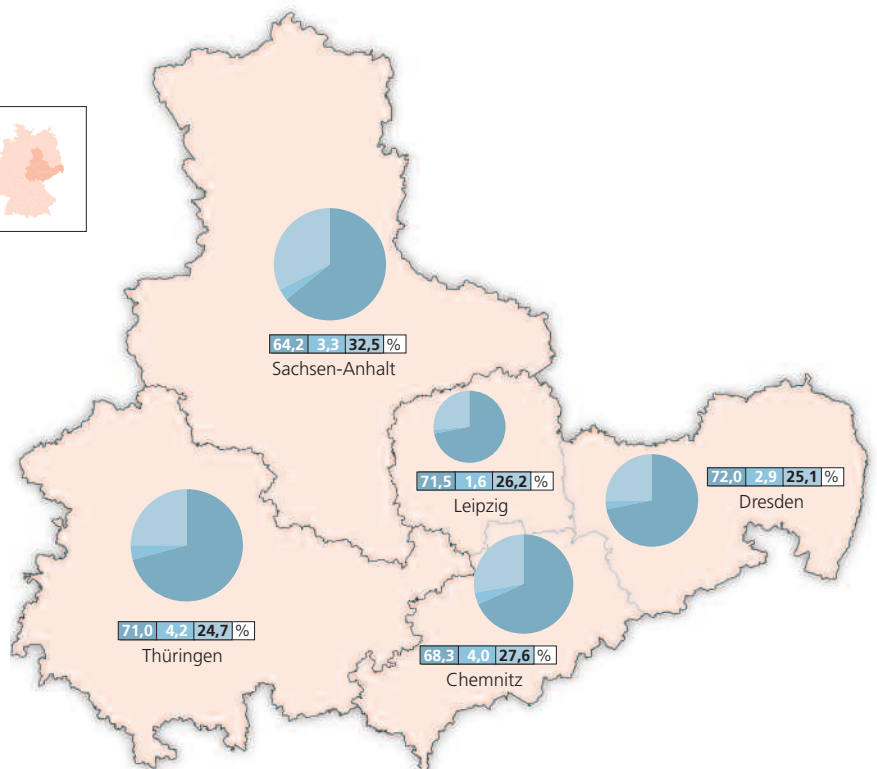


## Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

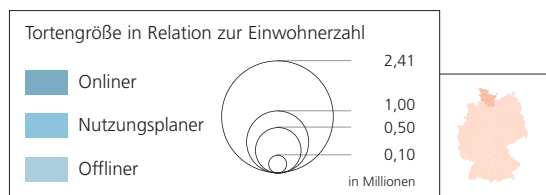


Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen bleiben hinsichtlich ihres Onliner-Anteils weiter deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Sachsen-Anhalt hat 2011 mit 64,2 Prozent Onlinern und mit 32,5 Prozent Offlinern den letzten Platz im Ländervergleich inne. Der Abstand zum Bundesdurchschnitt beträgt über zehn Prozentpunkte, zum besten Regierungsbezirk in Mitteldeutschland – Dresden – 7,8 Prozentpunkte. Dresden konnte in Mitteldeutschland den höchsten Anteil an Onlinern zulegen: 7,1 Prozentpunkte und kann 2011 damit 72,0 Prozent Onliner vorweisen. Den geringsten Zuwachs in Mitteldeutschland zeigt der Bezirk Leipzig mit 0,1 Prozentpunkten. Thüringen und Chemnitz haben überdurchschnittlich hohe Anteile an Nutzungsplanern.

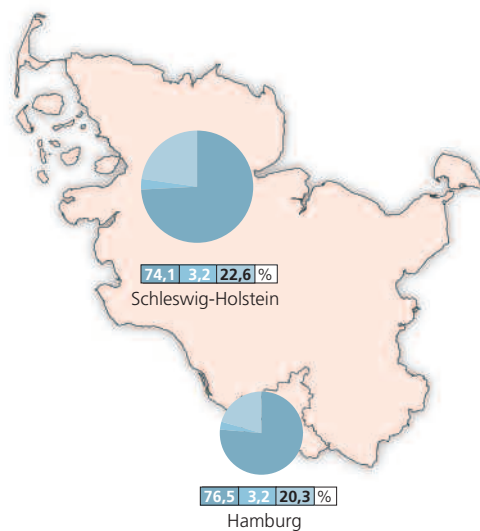


## Schleswig-Holstein und Hamburg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



Hamburg belegt 2011 den 5. Platz im Länderranking und hat sich somit zum Vorjahr um einen Platz verschlechtert. Das Wachstum der Onliner in Hamburg ist 2011 mit 1,5 Prozentpunkten unterdurchschnittlich. Schleswig-Holstein hat 1,9 Prozentpunkte zugelegt und ist damit vom 9. auf den 10. Platz abgestiegen. Noch 2008 befand sich das Bundesland auf dem 6. Platz. 2011 nutzen in Schleswig-Holstein 74,1 Prozent der Einwohner das Internet, damit liegt das Flächenland leicht unter dem Bundesdurchschnitt.



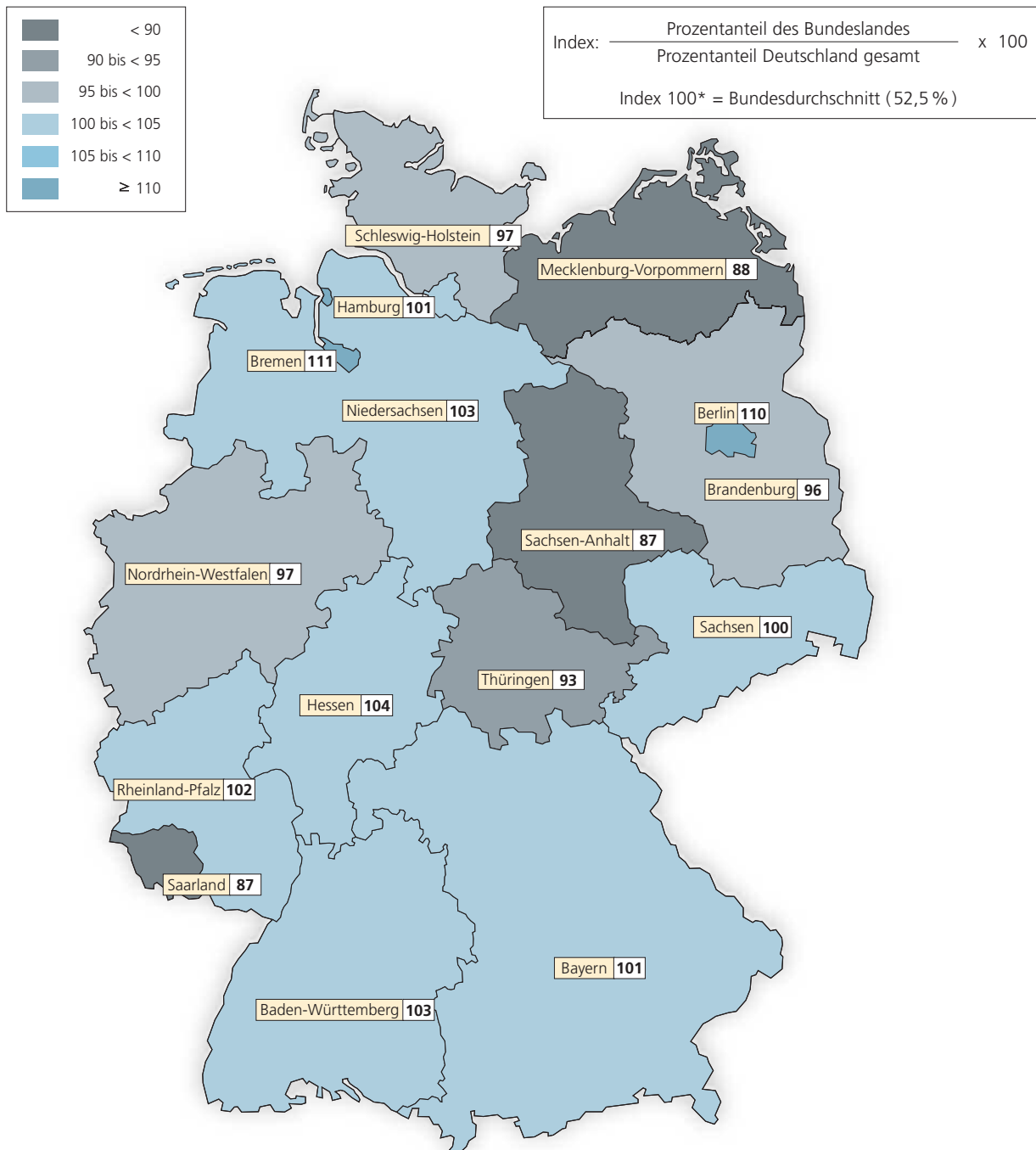
HTTP://

STADT – LAND – BREITBAND

## 10. Stadt – Land – Breitband

### Breitbandnutzung nach Bundesländern 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



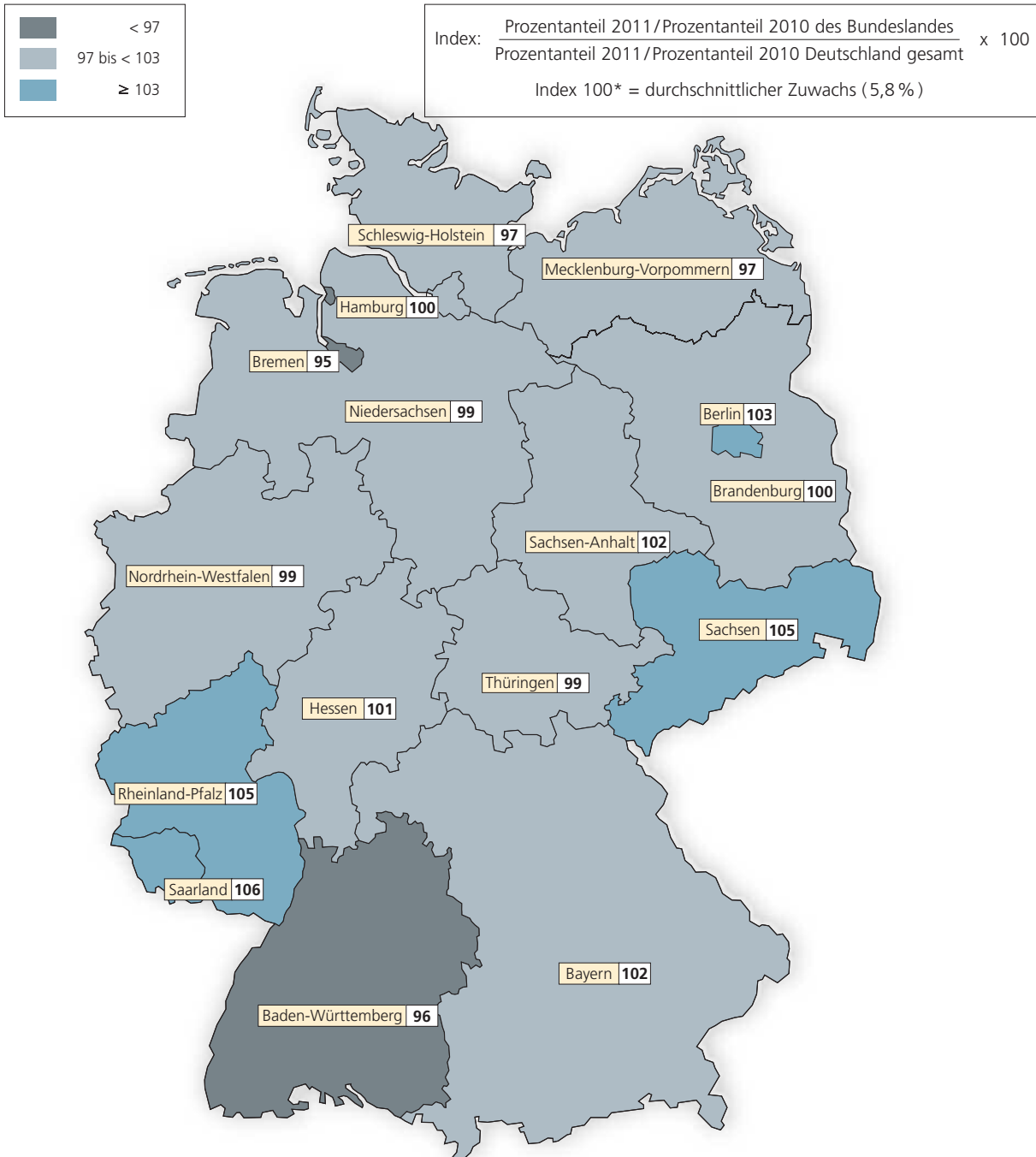
\* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Breitbandnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 52,5 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Breitbandnutzer-Anteil in der jeweiligen Region.

Jeder zweite Deutsche nutzt mittlerweile das Internet über Breitband: 2011 liegt der Anteil der Breitbandnutzer in der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren bei 52,5 Prozent (zur Betrachtung der Breitbandnutzung unter den Onlinern siehe Seite 23). Dies bedeutet jedoch auch, dass 22,2 Prozent der Bevölkerung das Internet noch nicht über Breitband nutzen und somit die Möglichkeiten des Internets nicht voll ausschöpfen können. Wie bereits 2010 liegen Bremen und Berlin beim Breitband-Anteil an der Spitze, dicht gefolgt von den Flächenländern Hessen, Baden-Württemberg und Niedersachsen. Das Saarland und Sachsen-Anhalt bilden – wie bereits im letzten Jahr – zusammen das Schlusslicht. Trotz erfreulicher Zuwächse liegen Sachsen-Anhalt und das Saarland auch 2011 mit weniger als 46 Prozent Breitbandnutzern noch unterhalb des Bundesdurchschnittes.



## Breitbandnutzung: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2010/2011)

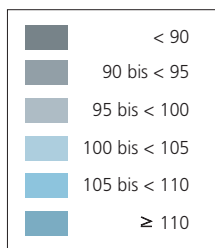


\* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Breitbandnutzung in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Der Anteil der Bevölkerung, der das Internet breitbandig nutzt, hat sich gegenüber dem Vorjahr um 5,8 Prozent gesteigert. Vor dem Hintergrund der wachsenden Verfügbarkeit von breitbandigen Internetzugängen erstaunen die geringen Zuwächse. 2011 ist besonders im Saarland der Anteil der Breitbandnutzer gewachsen. Rheinland-Pfalz und Sachsen belegen gemeinsam den zweiten Platz. Den geringsten Zuwachs weisen Baden-Württemberg und Bremen auf.

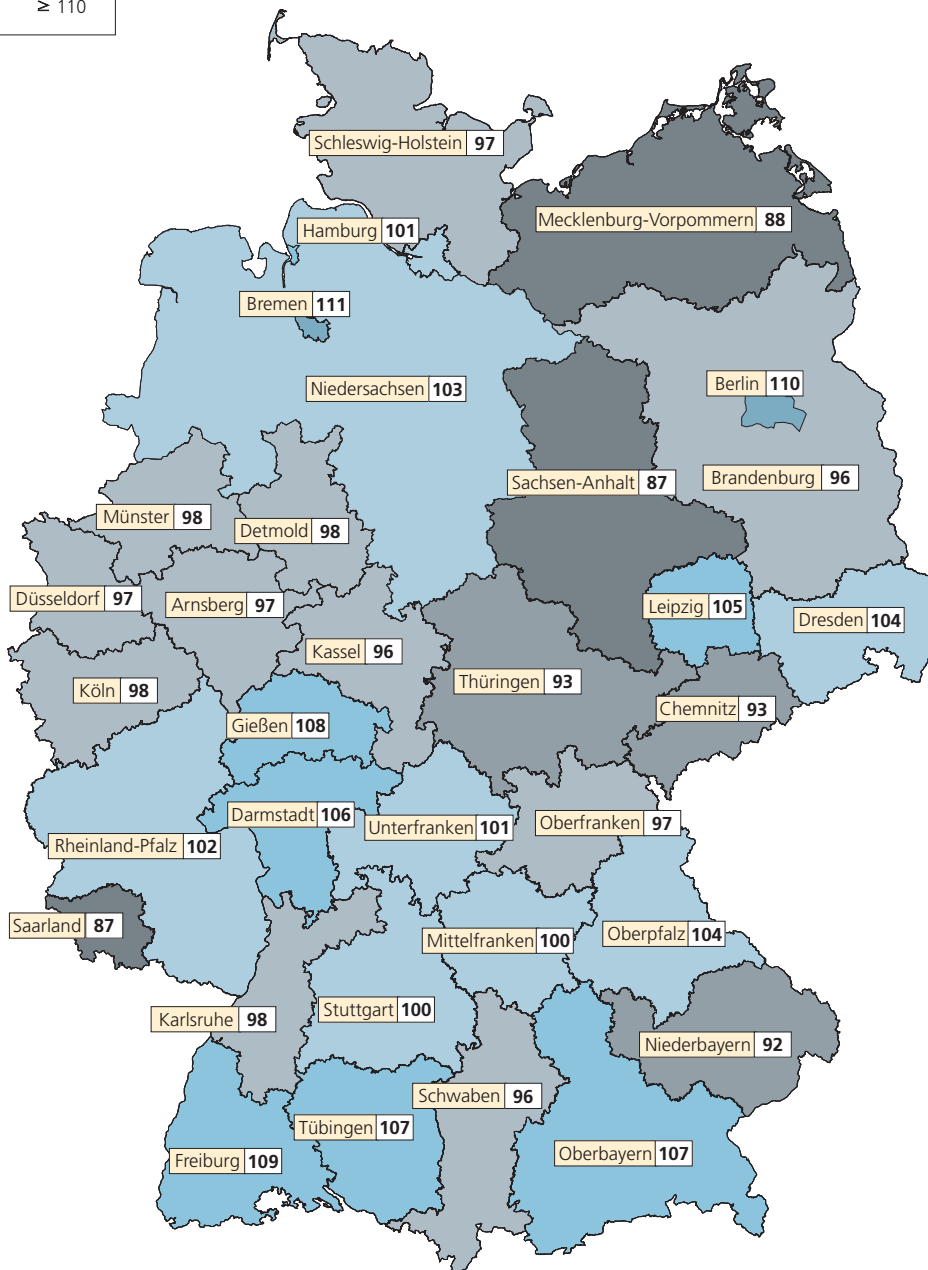
## Breitbandnutzung nach Regierungsbezirken 2011

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



$$\text{Index} = \frac{\text{Prozentanteil des Regierungsbezirks}}{\text{Prozentanteil Deutschland gesamt}} \times 100$$

Index 100 = Bundesdurchschnitt (52,5 %)

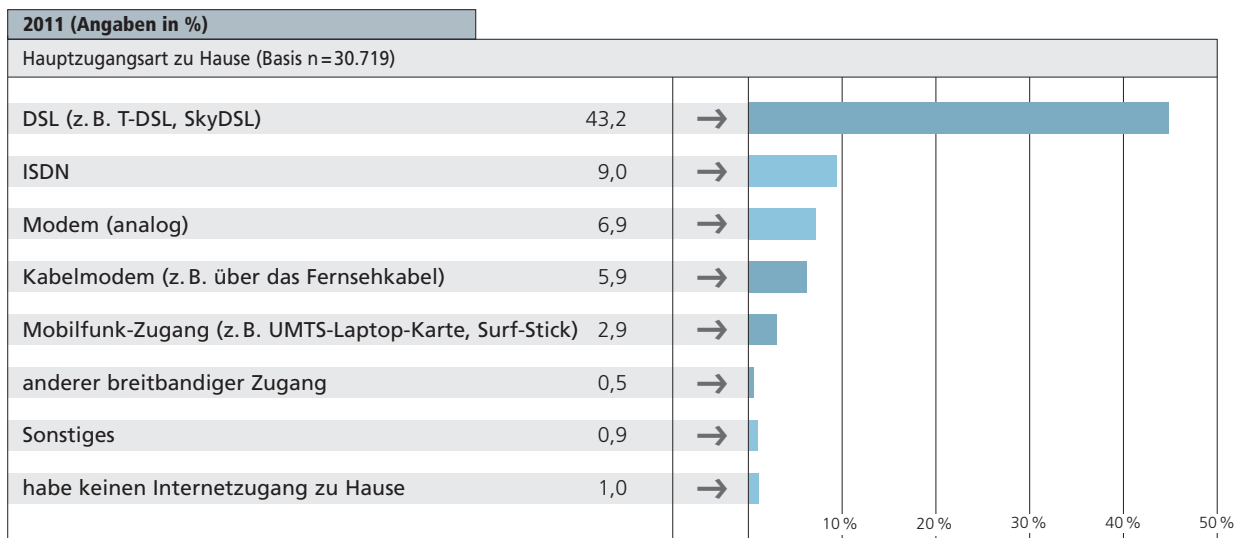


\* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 58.

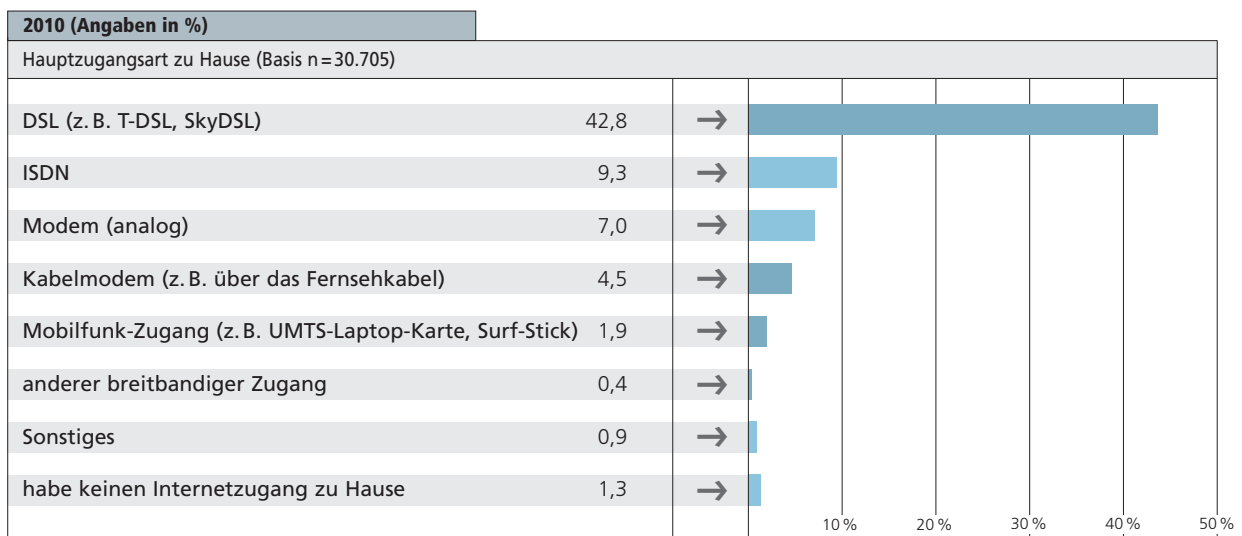
Der Blick auf die Breitbandnutzer-Anteile auf Regierungsbezirksebene ermöglicht eine detaillierte Betrachtung regionaler Unterschiede. Es wird deutlich, dass in einigen Regierungsbezirken – trotz guten Abschneidens des jeweils übergeordneten Bundeslandes insgesamt – das Breitband noch unterdurchschnittlich genutzt wird. So liegt der Regierungsbezirk Chemnitz noch deutlich unter dem Durchschnitt, während Dresden und Leipzig im bundesweiten Vergleich überdurchschnittlich hohe Indexwerte aufweisen können. In Bayern ist die größte Spannweite zu beobachten: Zwischen den benachbarten Bezirken Oberbayern und Niederbayern liegen 15 Indexpunkte.



## Breitbandnutzung 2010 und 2011 (detaillierte Darstellung)

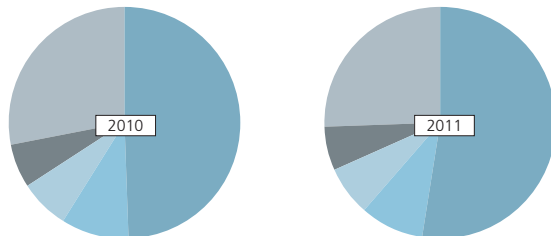


Jeder zweite Deutsche geht zu Hause über Breitband ins Internet – die meistgenutzte Zugangstechnik ist mit 43,2 Prozent dabei der DSL-Anschluss. Der Anteil der Deutschen, der über DSL ins Internet geht, ist damit gegenüber 2010 (42,8 Prozent) nur leicht gewachsen. Wie bereits im Jahr 2010 ist auch 2011 der Wachstumstreiber im Breitbandbereich die Zugangsform über den (Fernseh-)Breitbandkabelanschluss. Nach 4,5 Prozent im Vorjahr gehen 2011 bereits 5,9 Prozent der Deutschen via Kabelmodem ins Internet. Der zweite Wachstumsschub kommt durch den Mobilfunk-Zugang von zu Hause aus: 2,9 Prozent der Bevölkerung nutzen diesen Kanal mittlerweile als Hauptzugangsart für die Internetnutzung zu Hause – zu denken ist hier insbesondere an UMTS-Karten in Note- und Netbooks, Surf-Sticks, Mobilfunkrouter oder internetfähige Handys. Auch 2011 ist die Nutzung von Schmalband in der Bevölkerung noch weit verbreitet. 15,9 Prozent der Deutschen gehen nur schmalbandig (also über Analogmodem oder einen ISDN-Anschluss) ins Internet. Dieser Anteilswert ist seit 2008 nur geringfügig geschrumpft.



## Breitbandnutzung 2010 und 2011

2011 (Angaben in %)						
	Basis	BB*	ISDN	Modem	Sonstiges	keine Onliner
2010	30.705	49,6	9,3	7,0	6,2	28,0
2011	30.719	52,5	9,0	6,9	6,2	25,3



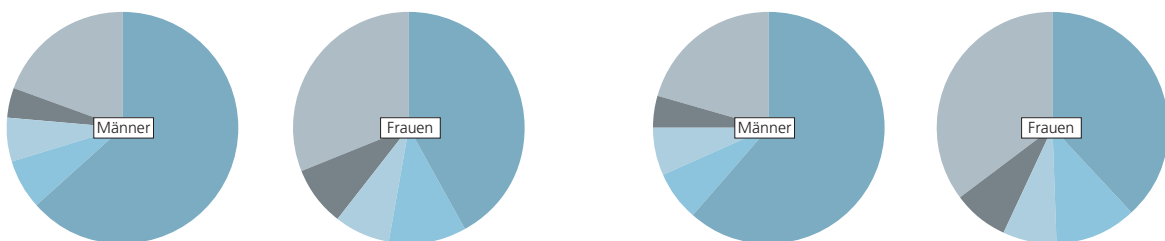
■ Breitband\* ■ ISDN ■ Modem ■ Sonstiges/k.A. ■ keine Onliner  
 \*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

Parallel zum Wachstum der Internetnutzer in Deutschland nimmt der Breitbandnutzer-Anteil in der Bevölkerung zu, der 2011 bei einem Wert von 52,5 Prozent angekommen ist und somit erstmals die 50-Prozent-Marke überschreitet. In Zeiten vielfältiger multimedialer, datenintensiver Internetdienste ist der immer noch hohe Anteil der Schmalbandnutzer (ISDN/Analogmodem) von 15,9 Prozent der Bevölkerung bemerkenswert. Nutzer, die über Schmalband ins Internet gehen, können nur begrenzt von datenintensiven Internetdiensten Gebrauch machen und müssen längere Wartezeiten beim Aufbau der Internetseiten hinnehmen.

## Breitbandnutzung nach Geschlecht 2010 und 2011

2011 (Basis n = 30.719; Angaben in %)					
	BB*	ISDN	Modem	Sonst.	keine Onliner
Männer	63,5	6,9	6,2	4,2	19,3
Frauen	42,0	11,0	7,7	8,3	31,1

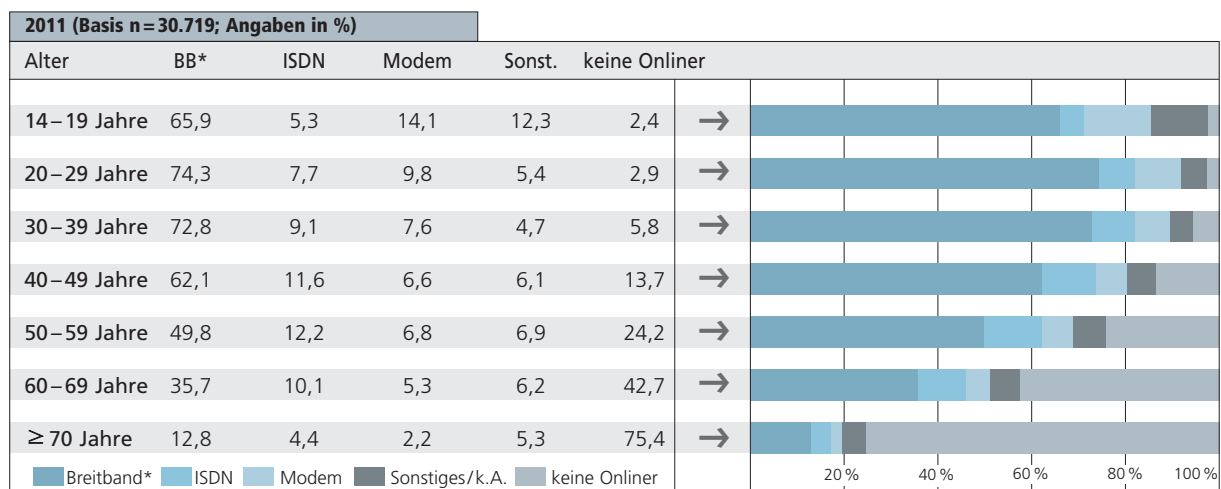
2010 (Basis n = 30.705; Angaben in %)					
	BB*	ISDN	Modem	Sonst.	keine Onliner
Männer	61,6	7,0	6,6	4,3	20,5
Frauen	38,2	11,5	7,3	7,9	35,1



■ Breitband\* ■ ISDN ■ Modem ■ Sonstiges/k.A. ■ keine Onliner  
 \*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

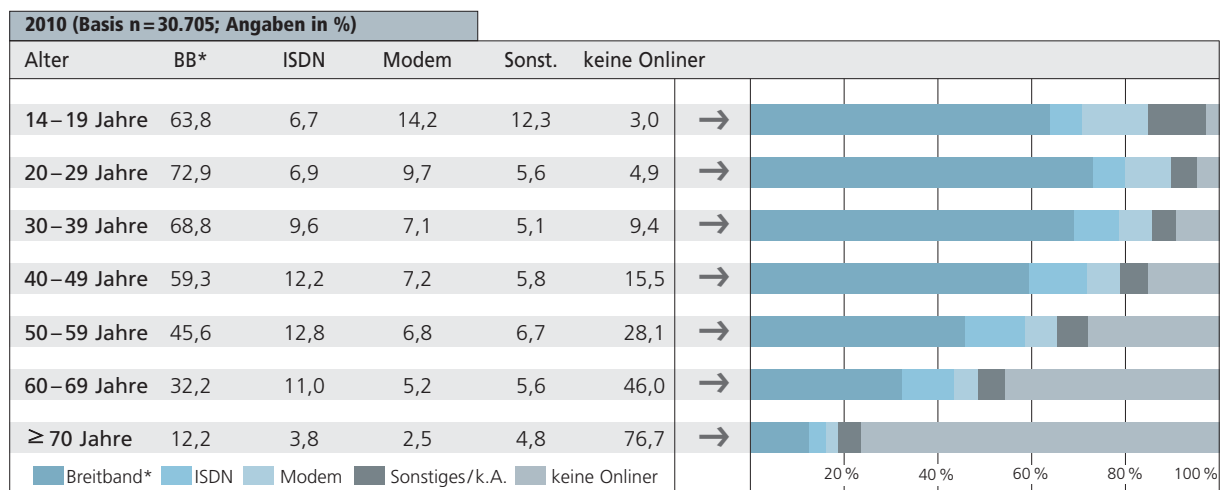
Bei der Breitbandnutzung besteht zwischen Frauen und Männern weiterhin eine tiefe Kluft. Während 63,5 Prozent der Männer in Deutschland Breitbandnutzer sind, liegt der Anteil der Breitbandnutzerinnen lediglich bei 42,0 Prozent. Zwar hat sich der Abstand von 23,4 Prozentpunkten im Vorjahr auf nun 21,5 Prozentpunkte verringert, jedoch ist der Unterschied noch immer beträchtlich. Erst 68,9 Prozent der deutschen Frauen sind überhaupt online. 18,7 Prozent der Frauen in Deutschland gehen über Schmalband ins Internet und können so die Möglichkeiten des Internets nicht optimal nutzen.

## Breitbandnutzung nach Alter 2010 und 2011



\*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

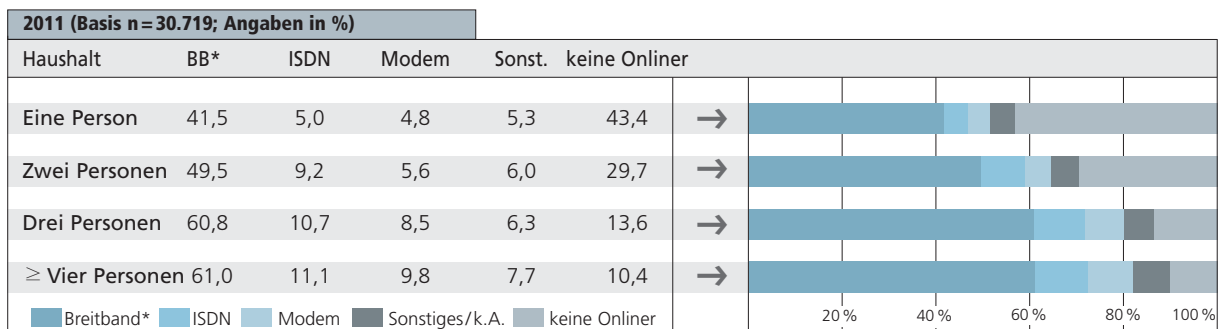
Der Unterschied zwischen den Altersgruppen bei Betrachtung der Breitbandnutzung ist beträchtlich. Wie auch im Vorjahr ist zu konstatieren, dass der Breitbandnutzer-Anteil in den Altersgruppen bis 49 Jahre überdurchschnittlich hoch ist. Sie liegen weit über dem Durchschnitt von 52,5 Prozent in der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren. Der größte Anteil von Breitbandnutzern ist mit 74,3 Prozent in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen zu finden. Der vergleichsweise hohe Anteil der Schmalbandnutzer gerade in der jüngsten Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen ist im Vergleich zum Vorjahr nur minimal gesunken. In dieser Altersgruppe wächst ebenso wie in der Altersgruppe 20-29 Jahre sowie 70plus der Breitbandnutzer-Anteil nur unterdurchschnittlich. Der Zuwachs in den Altersgruppen zwischen 30 und 69 Jahren liegt hingegen über dem durchschnittlichen Breitbandwachstum von 2,9 Prozentpunkten. Am stärksten hat der Breitbandnutzer-Anteil mit einem Plus von 4,2 Prozentpunkten in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen zugenommen.



\*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

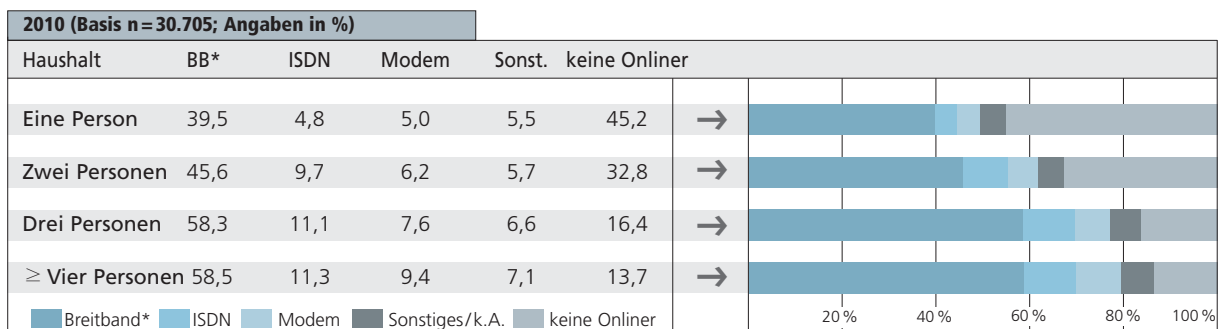


## Breitbandnutzung nach Haushaltsgröße 2010 und 2011



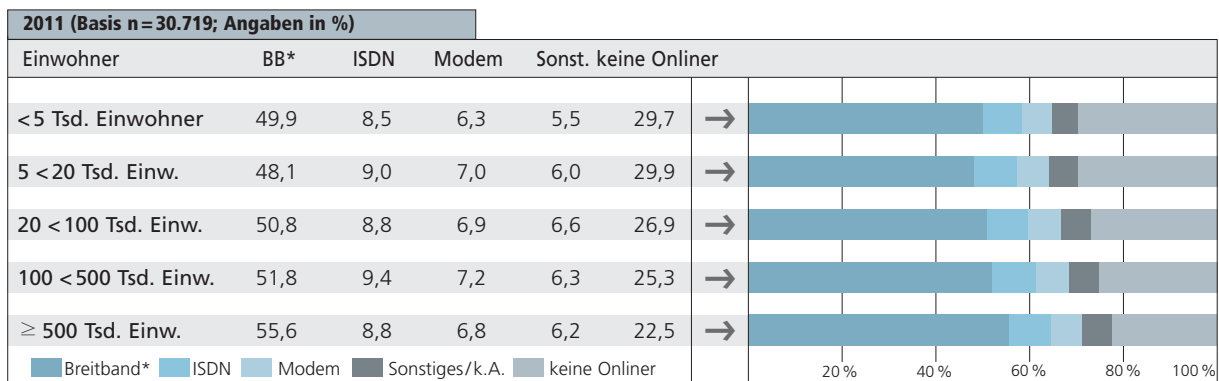
\*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

Je größer der Haushalt, desto eher verfügt er über einen Internetzugang (Seite 19). Auf den ersten Blick wirkt die Breitbandnutzung in kleineren Haushalten sehr gering. Jedoch ist der Anteil an Breitbandnutzern unter den Onlinern sowohl in Vier-Personen- als auch in Single-Haushalten mit annähernd 70 Prozent gleich. Den größten Zuwachs an Breitband-Onlinern können Zwei-Personen-Haushalte vorweisen: Der Anteil an der Bevölkerung, der breitbandig surft und in einem Zwei-Personen-Haushalt lebt, hat um 3,9 Prozentpunkte zugenommen. Auffällig ist auch in diesem Jahr die vergleichsweise hohe Nutzung von ISDN in Mehrpersonenhaushalten. Etwa zehn Prozent der Bevölkerung, die in Mehrpersonenhaushalten lebt, nutzt noch immer diese Zugangstechnik. Die typischen Leistungsmerkmale des ISDN-Anschlusses, wie z. B. die Vergabe mehrerer Rufnummern und die Möglichkeit, auf mehreren Leitungen gleichzeitig zu telefonieren, scheinen für Mehrpersonenhaushalte auch weiterhin attraktiv zu sein.



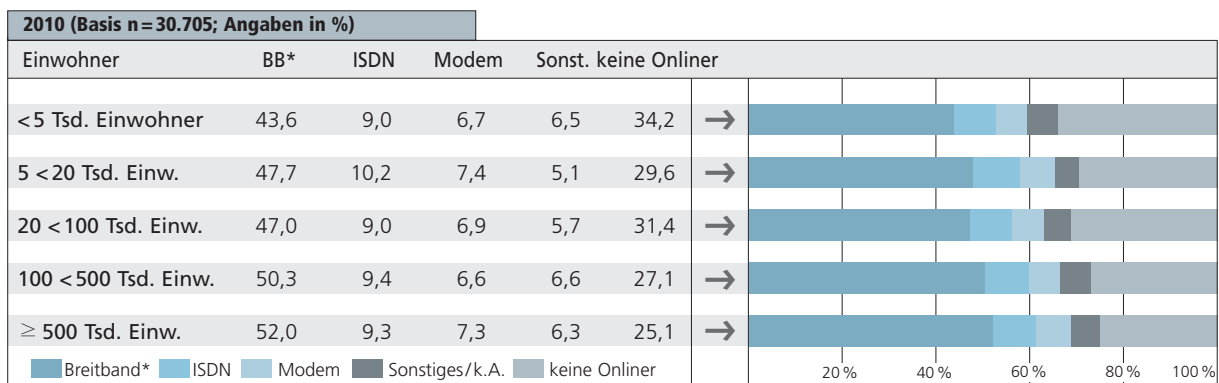
\*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

## Breitbandnutzung nach Ortsgröße 2010 und 2011



\*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

Die Anteile von Breitband-Onlinern in der Bevölkerung nach Ortsgrößenklassen haben sich 2011 noch weiter angeglichen. Betrug die Spannweite 2010 noch 8,4 Prozentpunkte, hat sie sich in diesem Jahr auf 5,7 Prozentpunkte verringert. Sie ist somit geringfügig kleiner als die Spannweite bei der Betrachtung der Onliner insgesamt (Seite 19). Der Breitbandnutzer-Anteil wächst in diesem Jahr mit 6,3 Prozentpunkten in der Ortsgrößenklasse bis zu 5.000 Einwohnern am stärksten. Nach dem höchsten Wachstum im Vorjahr findet dieses Jahr das geringste Wachstum in der Ortsgrößenklasse von 5.000 bis 20.000 Einwohner statt (0,4 Prozentpunkte).



\*Breitband: DSL, Kabelmodem, Mobilfunk-Zugang oder anderer breitbandiger Zugang

## 11. Internetnutzung im europäischen und weltweiten Vergleich

### Deutschland auf Platz sieben, Nutzungsrate in Europa wächst um vier Prozentpunkte



#### **Weltweite Internetnutzung durchbricht die Schwelle von zwei Milliarden Onlinern**

Gemäß International Telecommunication Union (ITU) ist die Zahl der Onliner binnen eines Jahres weltweit um zwölf Prozent auf 2,08 Milliarden Ende 2010 gestiegen. Somit sind gut 30 Prozent der Weltbevölkerung online. Während Ende 2010 71 Prozent der Bevölkerung in den Industrieländern online waren, traf dies nur für 21 Prozent der Bevölkerung in den Entwicklungsländern zu. Am dynamischsten unter den bedeutenden drei Weltregionen zeigt sich der asiatische Markt mit einer Zunahme der Internetnutzer um zwölf Prozent auf eine Internet-Penetrationsrate von gegenwärtig 23,8 Prozent. In Nordamerika und Europa lag dieses Wachstum nur bei zwei bzw. 0,3 Prozent. Nordamerika besitzt mit gut 77 Prozent Penetrationsrate ohnehin die höchste Onliner-Dichte im Vergleich der Regionen weltweit. Die Internet-Penetrationsrate innerhalb der EU27 verbesserte sich – laut Eurostat – gegenüber 2009 um vier Prozentpunkte auf 69 Prozent. Derzeit leben 44 Prozent aller Internetnutzer der Erde in Asien, knapp 23 Prozent in Europa sowie 13 Prozent in Nordamerika. Zahlenmäßig befinden sich in China – mit mehr als 420 Millionen – die meisten Onliner.

#### **Deutschland auf Platz sieben in Europa**

Da sich die Internetnutzung in Südeuropa erhöht, während in den Ländern der Spitzengruppe, wie etwa Skandinavien, eine Sättigungsgrenze erreicht zu sein scheint, reduziert sich die „Digitale Spaltung“ innerhalb Europas langsam. Im Ranking der europäischen Staaten gibt es gegenüber dem Vorjahr kleine Verschiebungen: Island erreicht unverändert 93 Prozent Internetpenetration. Norwegen konnte zwei Prozentpunkte zulegen und bildet zusammen mit Island nun die europäische Doppelspitze. Dadurch rückt Schweden durch ein Plus von einem Prozentpunkt mit nun 91 Prozent Internetnutzerdichte auf Platz zwei. Luxemburg verbessert sich mit einem Plus von vier Prozentpunkten auf 90 Prozent Internetpenetration um zwei Plätze auf Rang drei, den es sich mit den Niederlanden teilt, die sich gegenüber 2009 um einen Prozentpunkt verbessern konnten.

Deutschland liegt im europäischen Ranking unverändert auf dem siebten Platz: 80 Prozent der 16- bis 74-Jährigen – und damit drei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr – sind laut Eurostat hierzulande online. Die

Wachstumsrate in Deutschland entspricht damit dem durchschnittlichen Wachstum der Top-Zehn-Länder Europas. Die höchste Wachstumsrate an Internetnutzern kann Frankreich verzeichnen. Die Penetrationsrate hat sich um zehn Prozentpunkte auf 79 Prozent verbessert. Dies dürfte vor allem auf das rasch gewachsene Interesse der französischen Internetnutzer an Social Networks zurückzuführen sein. Frankreich liegt damit dicht hinter Deutschland auf dem achten Platz im europäischen Ranking. Die Schlusslichter des Rankings bilden mit 43 Prozent Bulgarien sowie die Türkei mit 38 und Rumänien mit 36 Prozent Internetnutzerdichte in der Bevölkerung.

#### **Trends und Entwicklungen: Global – mobil – lokal**

In Schwellenländern, wie z. B. China oder Indien, tragen Online-Angebote den gestiegenen Bedürfnissen nach Information und Kommunikation, aber auch Entertainment Rechnung. In den führenden Industrienationen Europas oder den USA machen mobile „Apps“ das Internet zu einem Allround- und „Überall“-Medium. Auch in Deutschland ist das mobile Internet auf dem Vormarsch, wie z. B. die Verdopplung internetfähiger Smartphones in deutschen Haushalten seit 2009 zeigt. Zudem haben sich die Deutschen laut Branchenverband BITKOM im Jahr 2010 900 Millionen Apps heruntergeladen; das entspricht einem Plus von mehr als 110 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

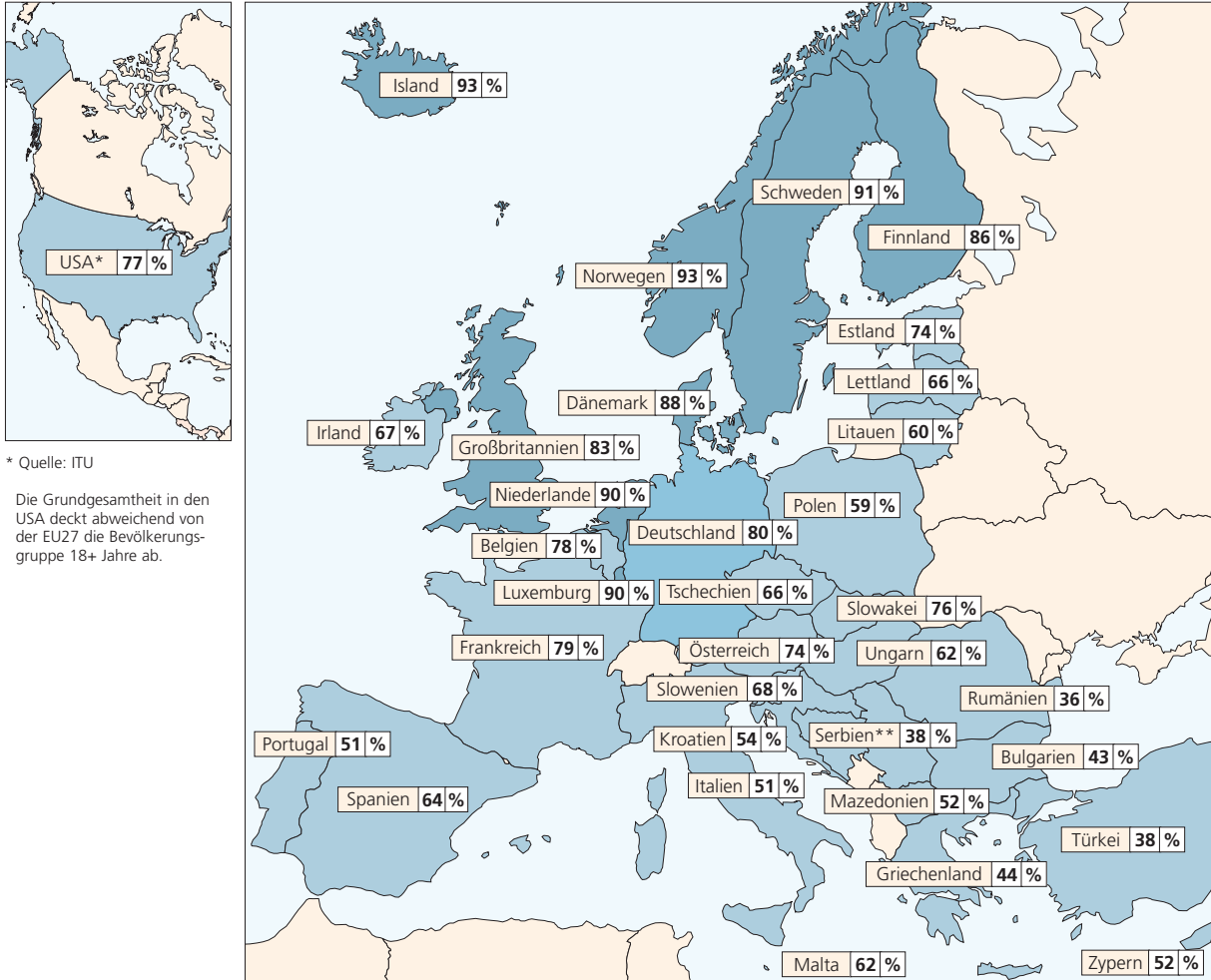
Entscheidend für eine weiter zunehmende Internetverbreitung insbesondere in den Industrieländern ist, dass Online-Angebote unabhängig vom jeweiligen Aufenthaltsort genutzt werden können, im Bereich der Near-Field-Communication z. B. für Couponing-Dienste oder Mobile Payment. Laut einer Berechnung von eMarketer wird sich die Zahl der mobilen Internetnutzer unter den Mobilfunkkunden allein in den fünf europäischen Schlüsselmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien und Italien von 19,7 Prozent im Jahr 2010 auf 35,1 Prozent im Jahr 2015 erhöhen.

Weitere Informationen dazu enthält der „Monitoring-Report Deutschland Digital – Der IKT-Standort im internationalen Vergleich 2010“. Die Berichte des „Monitoring Deutschland Digital“ werden von TNS Infratest Business Intelligence im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie erstellt und stehen kostenfrei zum Download bereit unter: [www.tns-infratest.com/monitoring-deutschland-digital](http://www.tns-infratest.com/monitoring-deutschland-digital)

**Anselm Speich**

Projektleiter Monitoring Deutschland Digital  
TNS Infratest Forschung GmbH

## Internetnutzung: Deutschland im Vergleich zu Europa und den USA



\* Quelle: ITU

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, 2010  
Hinweis: Grundgesamtheit hier abweichend vom (N)ONLINER Atlas (16 bis 74 Jahre, Nutzung in den letzten drei Monaten), dadurch höhere Penetrationswerte. \*\* Daten liegen für 2010 nicht vor. Angaben beziehen sich auf 2009.

1. Island	93 %	15. Spanien	64 %
2. Norwegen	93 %	16. Ungarn	62 %
3. Schweden	91 %	17. Malta	62 %
4. Luxemburg	90 %	18. Litauen	60 %
5. Niederlande	90 %	19. Polen	59 %
6. Dänemark	88 %	20. Kroatien	54 %
7. <b>Deutschland</b>	<b>80 %</b>	21. Zypern	52 %
8. Frankreich	79 %	22. Mazedonien	52 %
9. Belgien	78 %	23. Italien	51 %
10. Slowakei	76 %	24. Portugal	51 %
11. Estland	74 %	25. Griechenland	44 %
12. Österreich	74 %	26. Bulgarien	43 %
13. Slowenien	68 %	27. Serbien**	38 %
14. Irland	67 %	28. Türkei	38 %
15. Tschechien	66 %	29. Rumänien	36 %
16. Lettland	66 %	30. EU 27	69 %
		31. EU 25	71 %
		32. EU 15	73 %
		33. USA*	77 %



# Publikationen der Initiative D21 e.V. im Rahmen des (N)ONLINER Atlas

## (N)ONLINER Atlas 2002 bis 2011



## Digitale Gesellschaft 2009 bis 2010

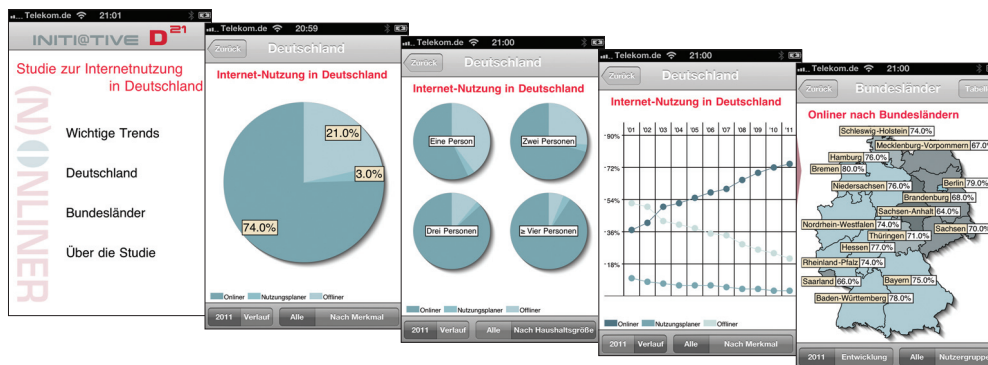




## Weitere Sonderstudien im Rahmen des (N)ONLINER Atlas



iPhone App



Alle Broschüren sind als Download kostenfrei erhältlich unter: [www.initiaved21.de](http://www.initiaved21.de)

## 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  
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

#### 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

Fiducia IT AG  
www.fiducia.de

IDG Business Media GmbH  
www.idg.de

TNS Infratest GmbH  
www.tns-infratest.com

Wolters Kluwer Deutschland GmbH  
www.wolterskluwer.de

Deutsche Telekom AG  
www.deutsche-telekom.de

iCharts Inc.  
www.ichartsbusiness.com

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

