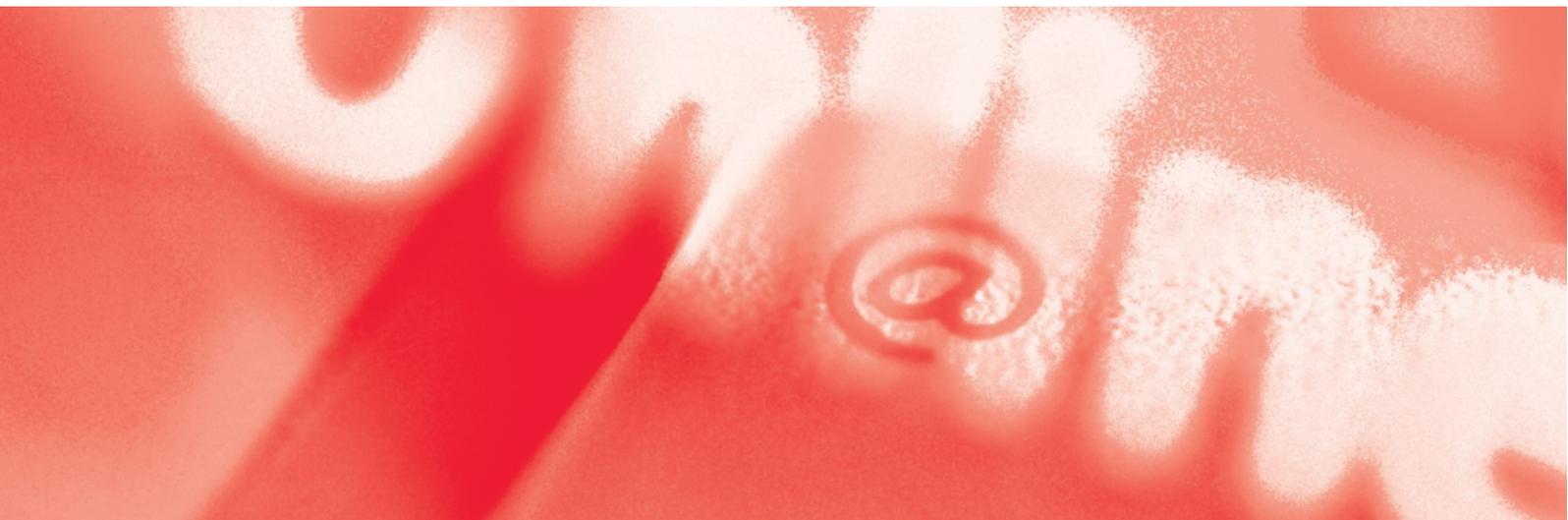


INITI@TIVE D²¹

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

(N)ONLINER Atlas 2008

Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland



Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung

mit freundlicher Unterstützung von



Microsoft

FUJITSU COMPUTERS
SIEMENS

FIDUCIA
Ihr IT-Partner

Inhalt

Vorwort	
1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief	8
2. Zentrale Ergebnisse des <i>(N)ONLINER Atlas 2008</i>	10
3. Die Deutschen und das Internet: Nutzer, Nutzungsplaner und Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht	12
4. Die Internetnutzer (Onliner)	20
5. Nichtnutzer mit Beschaffungsabsicht (Nutzungsplaner)	32
6. Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht (Offliner)	34
7. Internetnutzung nach Geschlecht	42
8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen	46
9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken	52
10. Stadt – Land – Breitband	58
11. Mitten in Europa – Internetnutzung im europäischen Vergleich	66

Internet weiter auf dem Vormarsch – Zwei Drittel der Deutschen sind online



Das Internet ist inzwischen ein Medium für jedermann – ob als Informationsquelle, zum social networking oder zum aktiven Partizipieren. Es durchzieht nahezu alle Bereiche der Gesellschaft. Dabei wird die Fähigkeit zum Umgang mit dem Internet immer entscheidender. Dieser

Tatsache und Herausforderung ist sich die Initiative D21 bewusst. Orientiert an den unterschiedlichen Anforderungen der Informationsgesellschaft fokussiert sie ihr Engagement auf die

- **Digitale Integration** und damit Integration der Offliner
- **Digitale Kompetenz** und damit Weiterbildung der Onliner
- **Digitale Exzellenz** und damit Förderung der Vorreiter.

Unser Land braucht nicht nur flächendeckende Breitbandanschlüsse, innovative Forschung und die Weiterentwicklung von Produkten und Lösungen. Wir brauchen vor allem diejenigen, die diese Technologien anwenden.

Ergebnisse bestätigen den Kurs

Die Ergebnisse des *(N)ONLINER Atlas 2008* bestätigen den Kurs der Initiative D21. 65 Prozent der Deutschen sind online – über 42 Millionen Menschen nutzen in Deutschland das Internet. Dies entspricht einem beeindruckenden Zuwachs von nahezu fünf Prozentpunkten bzw. drei Millionen Onlinern gegenüber 2007. Somit schreitet die „Digitale Integration“ weiter voran. Gleichwohl kann man sich mit diesem positiven Ergebnis noch immer nicht zufrieden geben. Politik und Wirtschaft müssen weiterhin Anreize für mehr Internetnutzung schaffen. Denn die Initiative D21 ist davon überzeugt, dass Informations- und Kommunikationstechnologien wesentlich zur gesellschaftlichen Integration beitragen. Voraussetzung ist, dass allen Bevölkerungsschichten ein hohes Maß an digitaler Ausbildung zuteil wird.

Dies gilt im Übrigen auch für diejenigen, die das World Wide Web bereits nutzen. Bei den 14- bis 29-Jährigen ist das Internet angekommen: 91,3 Prozent der Altersgruppe sind online. Das impliziert aber nicht gleichzeitig deren „Medienkompetenz“ im Sinne eines verantwortungsvollen und routinierten Umgangs mit elektronischen Medien. Die Aneignung einer solchen „Digitalen Kompetenz“ erfordert eine kompetente und zielgruppengerechte Vermittlung. Die einhergehenden Ziele – der richtige Umgang mit dem Internet sowie ein klares Bewusstsein der damit verbundenen Risiken – setzt die Initiative D21 in zahlreichen Projekten um.

Breitband ist Standard

Nur durch die Förderung der Digitalen Kompetenz ist Digitale Exzellenz längerfristig möglich. Die Initiative D21 will diese Exzellenz weiter steigern. Die aktuellen Zahlen des *(N)ONLINER Atlas* zur Breitbandnutzung in Deutschland bestätigen die Marschrichtung. Zweifelloos wird das Breitband-Internet zu einem immer wichtigeren Faktor in unserer Gesellschaft. Es gibt inzwischen kaum einen Lebensbereich, der damit nicht in Berührung kommt. Umso erfreulicher ist es, dass bereits über 65 Prozent aller Onliner breitbandig surfen und die Abstände zwischen den einzelnen Bundesländern immer geringer werden. Der Anteil der Gesamtbevölkerung mit Breitbandanschlüssen liegt bei 42,6 Prozent. Dass diese Technologie mehr und mehr Standard wird, liegt auch an der Arbeit der Initiative D21 und ihrem Engagement im Rahmen der Deutschen Breitbandinitiative.

Trotz der guten Ergebnisse gilt es, der Entwicklung der sich wieder leicht öffnenden Scheren zwischen Männern und Frauen sowie zwischen Ost und West entgegenzuwirken. Sie sind ein zusätzlicher Ansporn, in diesen Bereichen verstärkt und gezielt auf eine Angleichung hinzuwirken. Dabei gilt weiterhin, Chancen und Nutzen des Internets zielgruppengerecht zu kommunizieren, entsprechende Projekte zu initiieren und durchzuführen. Die Initiative D21 wird auch künftig dazu beitragen, gemeinsam mit ihren Partnern aus Politik und Wissenschaft die Informationsgesellschaft in Deutschland kontinuierlich zu stärken und weiter voranzubringen.

Bernd Bischoff

Präsident der Initiative D21
President & CEO Fujitsu Siemens Computers

Deutlicher Anstieg der Internetnutzung stärkt den Standort Deutschland



Der Wirtschaftsstandort

Deutschland hat in den vergangenen Jahren ein eindrucksvolles Comeback hingelegt.

Einer Befragung der Unternehmensberatung Ernst & Young zufolge ist Deutschland für international tätige Unternehmen

der attraktivste Standort in Europa und der drittattraktivste Standort weltweit.

Mit einem Exportvolumen von 989 Milliarden Euro ist Deutschland 2007 zum fünften Mal in Folge Exportweltmeister. Die deutsche Wirtschaft wächst weiter. Nach Wachstumsraten von 2,9 Prozent und 2,5 Prozent in den Jahren 2006 und 2007 erwartet die Bundesregierung in diesem Jahr ein Wachstum von 1,7 Prozent, wobei Belastungsfaktoren wie die Finanzmarkturbulenzen in den USA, der hohe Ölpreis und die Schwäche des US-Dollars zu berücksichtigen waren.

Die Erholung des Wirtschaftsstandorts Deutschland kam nicht von ungefähr. Die Unternehmen haben ihre Geschäftsprozesse und -modelle weiter optimiert. Die Bundesregierung hat mit Reformen und Bürokratieabbau die Rahmenbedingungen verbessert.

Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) sind Erfolgsfaktoren

Die IKT-Wirtschaft ist schon heute der Wirtschaftssektor mit der größten Wertschöpfung in Deutschland. IKT haben sich zudem zu Schlüsseltechnologien entwickelt, die als Wachstumsbeschleuniger und Innovationstreiber anderen traditionell starken Branchen in Deutschland internationale Spitzenpositionen sichern.

Vor diesem Hintergrund sind die Ergebnisse des zweiten nationalen IT-Gipfels unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel im Dezember 2007 in Hannover zu sehen. Der Gipfel stellt u. a. die Bedeutung wettbewerbsfähiger IKT-Strukturen heraus, die es zu pflegen und auszubauen gilt. Und in der Gipfelerklärung wird dazu auch konstatiert: „Weitere Elemente eines sicheren und verbraucherfreundlichen Internets haben wir erarbeitet...“

Internetkompetenz ist Schlüsselqualifikation

Eine wissensbasierte Volkswirtschaft wie die deutsche benötigt internetkundige Arbeitnehmer und Verbraucher, um im globalen Wettbewerb bestehen zu können. Aber auch für den Einzelnen sind Internetkenntnisse heute praktisch unverzichtbar. In immer mehr Arbeitsbereichen werden bei der Besetzung von Stellen PC- und Internetkenntnisse vorausgesetzt. Auch das alltägliche Leben wird zunehmend vom Internet durchdrungen. Internetkenntnisse erleichtern die Bewältigung des Alltags und sie ermöglichen gesellschaftliche Teilhabe.

Positive Entwicklung bei der Internetnutzung in Deutschland

Der Anteil der so genannten Onliner an der deutschen Bevölkerung steigt 2008 stärker als in den Vorjahren, nämlich um fast fünf Prozentpunkte auf ca. 65 Prozent, von denen wiederum ca. 65 Prozent über einen Breitbandanschluss verfügen; in allen Alters- und Einkommensklassen und über alle Bildungsschichten nimmt die Internetnutzung gegenüber 2007 zu - dies sind die zentralen Ergebnisse im neuen *(N)ONLINER Atlas*. Die Bundesregierung freut sich über diese Entwicklung. In ihrem Aktionsprogramm „iD2010 – Informationsgesellschaft Deutschland 2010“ vom November 2006 hatte die Bundesregierung festgelegt: Es gilt, die „Integration von Bürgerinnen, Bürgern und Staat in die Informationsgesellschaft zu beschleunigen“. Der *(N)ONLINER Atlas 2008* belegt nun sehr eindrucksvoll, dass die Beschleunigung der digitalen Integration eingesetzt hat.

Anstrengungen zur digitalen Integration verstärken

Trotz der insgesamt erfreulichen Entwicklung der Internetnutzung: Nach wie vor sind uns Länder wie Japan, die USA oder die skandinavischen Länder voraus; immer noch sind Menschen mit geringem Einkommen oder geringer Bildung und ältere Menschen im Internet unterrepräsentiert. Zudem öffnet sich die Schere zwischen Ost- und Westdeutschland weiter. Für die Bundesregierung sind dies genügend gewichtige Gründe, ihre Anstrengungen zur digitalen Integration in diesem Jahr durch zusätzliche Maßnahmen noch einmal zu verstärken.

Staatssekretär Jochen Homann

Staatssekretär im Bundesministerium
für Wirtschaft und Technologie

Erfreulich deutlicher Anstieg der Breitbandnutzung



Die Deutsche Telekom AG gehörte schon in den vergangenen Jahren zu den regelmäßigen Förderern des *(N)ONLINER Atlas*; denn er ist mittlerweile zu einer Institution der jährlichen Messung der Internetnutzung in Deutschland geworden. Die aktuellen Zahlen belegen, welcher positiver Wandel sich in den vergangenen Jahren vollzogen hat. Fast zwei Drittel aller Deutschen nutzen nunmehr das Internet. Zudem gehen über 65 Prozent aller Internetnutzer mit einem schnellen breitbandigen Anschluss ins Netz. Breitband ist zum „Normalfall“ des Netzzugangs geworden. Dies sind nicht zuletzt auch Belege für die positive Entwicklung des Deutschen Breitbandmarktes im vergangenen Jahr. 2007 gab es in Deutschland das stärkste Breitbandwachstum in ganz Europa – und das zu den niedrigsten Preisen für Breitbandpauschaltarife.

Jenseits dieser sehr positiven Bilanz gibt der *(N)ONLINER Atlas 2008* auch Hinweise zu den Herausforderungen, denen wir uns weiter stellen müssen. Zwar wird der Abstand zwischen den Bundesländern in

der Breitbandnutzung immer geringer, aber es gibt noch ein Gefälle zwischen vor allem ländlich geprägten Räumen und den besonders breitbandaffinen Metropolen. Trotz der Anstrengungen der Betreiber wird es aber noch einige Regionen geben, die über DSL nicht erreicht werden können.

Denn die Schließung der letzten Lücken ist manchmal unwirtschaftlich. Ein Großteil der ländlichen Regionen könnte aber preiswert mit schnellen Internetzugängen versorgt werden; es gibt Alternativen im Funkbereich. Durch den Übergang von analoger auf die digitale terrestrische Rundfunkübertragung werden Frequenzen frei, diese so genannte „Digitale Dividende“ ist besonders für die mobile Breitbandversorgung geeignet. Hier ist die Politik gefordert, bei der Überarbeitung der aktuellen EU-Richtlinien eine möglichst zeitnahe Nutzung für Breitbandlösungen zu ermöglichen. Sie sehen, ein Blick in den *(N)ONLINER Atlas 2008* lohnt sich auch diesmal wieder.

Wolfgang Kopf, LL.M.

Leiter Politik und Regulierung
Deutsche Telekom AG

Kaum noch Schüler und Studenten ohne Internet!



Im *(N)ONLINER Atlas 2008* wird deutlich, dass es je nach Bildungsgrad erhebliche Unterschiede gibt, ob und wie das Internet genutzt wird.

Nahezu alle Schüler und Studenten sind online. In dieser Bevölkerungsgruppe geht ohne Internet gar nichts mehr.

In Schulen werden zunehmend Hausaufgaben mit Online-Recherchen verbunden. Studenten recherchieren in wissenschaftlichen Datenbanken ihrer Universität oder großer Wissenschaftsverlage. In dieser Gruppe gibt es in Deutschland kaum eine Person, die ohne Internet aufwächst oder keine Interneterfahrung aufweist.

Anders sieht die Lage jedoch bei denjenigen aus, die lediglich eine geringe formale Bildung besitzen.

Hier steigt der Anteil der Onliner zwar stetig an und liegt

jetzt bei knapp 50 Prozent. Doch dieser Zuwachs, im Wesentlichen in der Altersgruppe zwischen 14 und 49 Jahre, ist weniger getrieben durch die Möglichkeiten der Informationsrecherche im Internet als dem Unterhaltungs- und Konsumangebot.

Ältere Bürger ohne einen höheren Schulabschluss bilden immer noch das Schlusslicht der Skala. Die Gewohnheiten beim Informationskonsum werden sich in dieser Altersgruppe mit geringer Bildung wohl wenig ändern, da die typischen Anforderungsprofile für die reine Informationsrecherche in dieser Gruppe mit klassischen Medien offensichtlich ausreichend bedient werden. In bildungsnahen Haushalten, in denen sich das Internet über das Bedürfnis der Informationsrecherche etabliert hat, werden traditionelle (Offline)-Medien auch im Bereich der Unterhaltung wohl zuerst durch neue (Online)-Medien ersetzt. Die „Jüngeren“ in bildungsfernen Haushalten folgen. Die bildungsfernen „Älteren“ werden Unterhaltung weiterhin offline konsumieren. Hier wird vermutlich nur der Generationswechsel diese letzte Insel der Offliner „erobern“.

Dr. Ulrich Hermann

Geschäftsführer
Wolters Kluwer Deutschland GmbH

1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief



Die Anzahl der Internetnutzer in Deutschland wächst weiter – in diesem Jahr sogar deutlich dynamischer als in den vergangenen Jahren: Das ist eines der zentralen Ergebnisse des *(N)ONLINER Atlas 2008*, den die Initiative D21 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest und unterstützt von namhaften Sponsoren nun im achten Jahr vorlegt.

Mit drei Millionen „Neueinsteigern“ liegt das Wachstum in absoluten Zahlen mehr als doppelt so hoch wie im vergangenen Jahr. Damit nutzen nun etwa zwei Drittel der über 14-Jährigen in Deutschland das Medium Internet, dem in unserer Informationsgesellschaft eine immer zentralere Bedeutung in allen Lebensbereichen zukommt. In einzelnen Bevölkerungsgruppen zeigen sich dabei interessante Entwicklungen:

- Die Internetnutzung ist über alle Altersgruppen hinweg weiter angestiegen. Überdurchschnittliche Zuwächse sind bei den 40- bis 69-Jährigen zu beobachten. Dennoch ist die Mehrheit der über 60-Jährigen nach wie vor nicht im Netz (67 Prozent Offliner); in der Gruppe der über 70-Jährigen sind mehr als 80 Prozent noch Offliner.
- Auch der Abstand zwischen Berufstätigen und Nicht-Berufstätigen ist weiterhin bedeutsam: Während fast 80 Prozent der Berufstätigen online sind, sind es in der Gruppe der Nicht-Berufstätigen lediglich knapp die Hälfte (49 Prozent).
- Weiterhin ist die Internetnutzung stark einkommensabhängig: Der Onliner-Anteil bei Personen in Haushalten mit einem Nettoeinkommen unter 1.000 Euro beträgt 41 Prozent. Bei Personen in Haushalten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro verdoppelt sich die Onliner-Quote auf 87 Prozent.
- In diesem Zusammenhang spielt auch der formale Bildungshintergrund eine entscheidende Rolle – die Spannweite zwischen Schülern (95 Prozent Onliner) und Personen mit einem Volksschulabschluss ohne Lehre (33 Prozent Onliner) bleibt groß.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass der Untertitel des *(N)ONLINER Atlas* „Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ auch noch im Jahr 2008 seine Berechtigung hat.

Seit 2001 messen wir mit dem *(N)ONLINER Atlas* die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland und konnten so bedeutende Fortschritte dokumentieren.

Die Ergebnisse der diesjährigen Erhebung machen jedoch eines deutlich: Fortgesetztes Engagement zur Überwindung der „Digital Divide“ ist weiterhin nötig – Initiativen wie beispielsweise der Wettbewerb „Wege ins Netz“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, den auch die Initiative D21 unterstützt, sind daher notwendig und förderungswürdig.

Einige Gräben beginnen sich jedoch erfreulicherweise inzwischen zu schließen:

- Der Abstand zwischen den Bundesländern mit dem höchsten bzw. niedrigsten Onliner-Anteil hat sich von 17 Prozentpunkten in 2007 auf 14 Prozentpunkte in 2008 verringert.
- Auch die Ortsgrößenklasse verliert zunehmend an Bedeutung: Selbst in Orten mit weniger als 5.000 Einwohnern liegt der Onliner-Anteil inzwischen bei über 60 Prozent.
- Noch deutlicher erkennbar sind diese geographischen Entwicklungen bei der Betrachtung der Breitbandnutzung, wo sich beispielsweise der Abstand zwischen den Metropolen und ländlichen Regionen auf nur fünf Prozentpunkte gegenüber dem vergangenen Jahr halbiert hat.

Der Anteil der Onliner, die breitbandig ins Internet gehen, ist auch in diesem Jahr deutlich gestiegen, von knapp 60 Prozent in 2007 auf gut 65 Prozent in 2008. Damit kommen immer mehr Deutsche in den Genuss von neuen Internetanwendungen, die einen Breitbandzugang erfordern. Man muss aber darauf achten, dass sich hier kein neuer digitaler Graben öffnet: So gibt es beispielsweise in der Breitbandnutzung einen deutlichen Unterschied zwischen Männern und Frauen (74 Prozent zu 56 Prozent).

Die Initiierung von Maßnahmen zur Überwindung von digitalen Gräben und der „Digital Divide“ ist deshalb nach wie vor ein zentrales Anliegen der Initiative D21. Der *(N)ONLINER Atlas* gibt in diesem Zusammenhang wichtige Hinweise zur Rolle des (breitbandigen) Internets auf der individuellen (Information, Kommunikation und Transaktion), der gesellschaftlichen (Partizipation) und wirtschaftlichen (Standort Deutschland) Ebene.

Wir bedanken uns herzlich bei den Sponsoren des *(N)ONLINER Atlas 2008*. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Fujitsu Siemens Computers, Microsoft Deutschland GmbH, FIDUCIA IT AG, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland GmbH und das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. haben dieses Projekt ermöglicht.

Robert A. Wieland
Geschäftsführer TNS Infratest

Zur Studie: Methodensteckbrief

- 52.503 Interviews
(je rund 50.000 in 2007, 2006 und 2005, je rund 30.000 in den Jahren 2002 bis 2004, 20.000 in 2001)
- Grundgesamtheit: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt
- Auswahl der Befragungsteilnehmer anhand eines standardisierten Zufallsverfahrens nach Branchenstandard (random last two digits)
- Repräsentative Erhebung, Ergebnisse auf die Grundgesamtheit hochrechenbar (Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung 64,82 Millionen Personen)
- Durchführung als computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS Omnibusse zwischen dem 22. Februar und dem 14. Mai 2008
- 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
Offline = Nichtnutzer ohne Nutzungsplanung

2. Zentrale Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas 2008

Internetnutzung in Deutschland:

- Zwei Drittel der Deutschen sind online.
- Der Onliner-Anteil steigt mit fast fünf Prozentpunkten stärker als in den Vorjahren.
- Mit 42,2 Mio. Personen über 14 Jahren sind über drei Millionen Personen mehr online als 2007.
- Der Offliner-Anteil liegt erstmals unter 30 Prozent.

Jahr	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
2007	60,2 %	5,7 %	34,1 %
2008	65,1 %	4,9 %	29,9 %

Internetnutzung nach Geschlecht:

- Die Frauen-Männer-Schere nimmt wieder zu.
- Anders als 2007 steigt in diesem Jahr der Anteil männlicher Online-Nutzer überproportional.

Jahr	Männer	Frauen	Differenz
2007	67,1 %	53,8 %	13,3%-Punkte
2008	72,4 %	58,3 %	14,1 %-Punkte

Internetnutzung nach Altersgruppen:

- Die Internetnutzung nimmt in allen Altersgruppen zu.
- Große Zuwächse sind bei den über 40-Jährigen zu verzeichnen.

Jahr	14 - 29 Jahre	30 - 49 Jahre	50+ Jahre
2007	88,1 %	77,1 %	35,4 %
2008	91,3 %	81,5 %	40,3 %

Breitbandnutzung in Deutschland:

- Erneut ist ein steigender DSL-Anteil zu verzeichnen: 65,4 Prozent der Onliner surfen breitbandig.
- Breitband ist Standard des Netzzugangs.

Jahr	DSL	Kabelmodem	Sonstige BB	BB gesamt
2007	56,9 %	2,3 %	0,3 %	59,5 %
2008	61,8 %	3,2 %	0,5 %	65,4 %

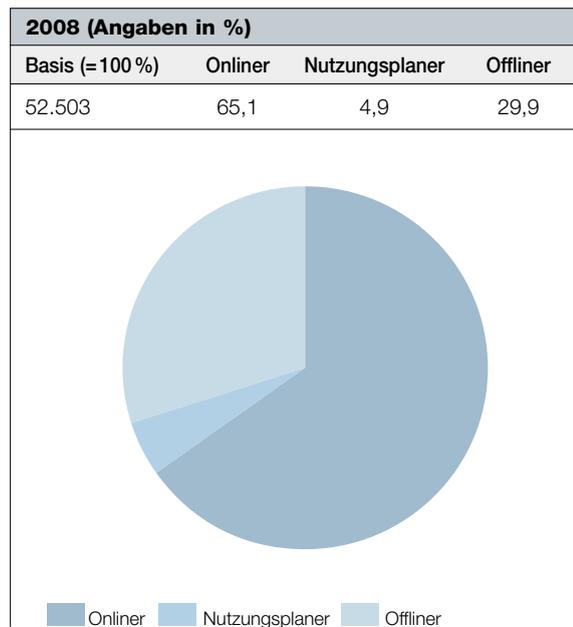
Onliner-Anteil nach Bundesländern:

- Die Schere zwischen Ost und West öffnet sich auch 2008 weiter.
- Die Stadtstaaten Berlin und Hamburg haben nach wie vor den höchsten Onliner-Anteil.
- Besonders hohe Zuwächse verzeichnen Rheinland-Pfalz, Bayern und das Saarland.

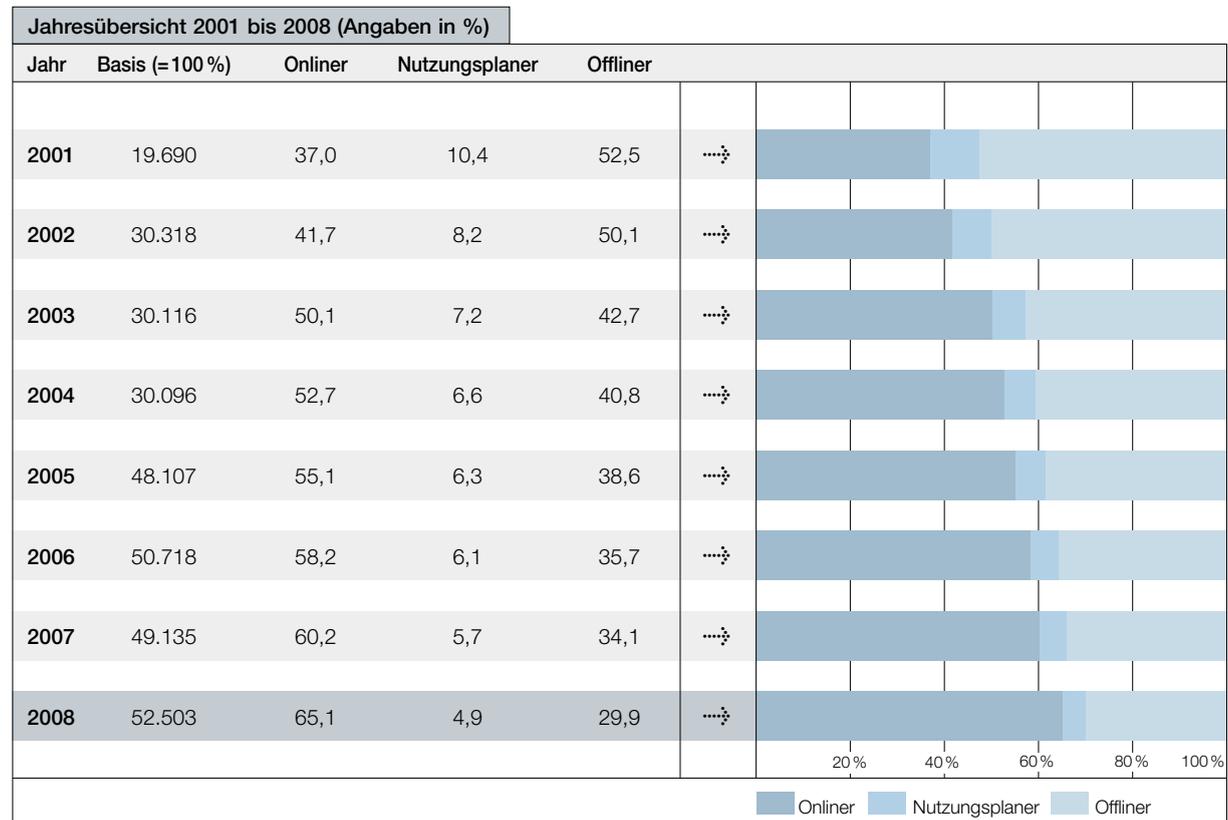
Platzierung Bundesland	Onliner-Anteil (Vorjahr)	Zuwachs	Platzierung 2007
1. Berlin	70,3 % (68,0 %)	2,3 %-Punkte	1
2. Hamburg	69,0 % (64,3 %)	4,7 %-Punkte	2
3. Schleswig-Holstein	68,6 % (62,9 %)	5,7 %-Punkte	5
4. Baden-Württemberg	67,4 % (62,5 %)	4,9 %-Punkte	6
5. Bayern	66,8 % (59,8 %)	7,0 %-Punkte	9
6. Hessen	66,4 % (63,3 %)	3,1 %-Punkte	3
7. Bremen	66,1 % (63,3 %)	2,8 %-Punkte	4
8. Rheinland-Pfalz	65,7 % (57,2 %)	8,5 %-Punkte	10
9. Niedersachsen	65,4 % (61,5 %)	3,9 %-Punkte	7
10. NRW	64,8 % (60,6 %)	4,2 %-Punkte	8
11. Sachsen	61,6 % (56,0 %)	5,6 %-Punkte	12
12. Brandenburg	61,1 % (55,8 %)	5,3 %-Punkte	13
13. Thüringen	59,7 % (55,4 %)	4,3 %-Punkte	14
14. Sachsen-Anhalt	58,4 % (53,3 %)	5,1 %-Punkte	15
15. Meckl.-Vorpommern	58,2 % (56,2 %)	2,0 %-Punkte	11
16. Saarland	56,8 % (50,7 %)	6,1 %-Punkte	16

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

Internetnutzung in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2008

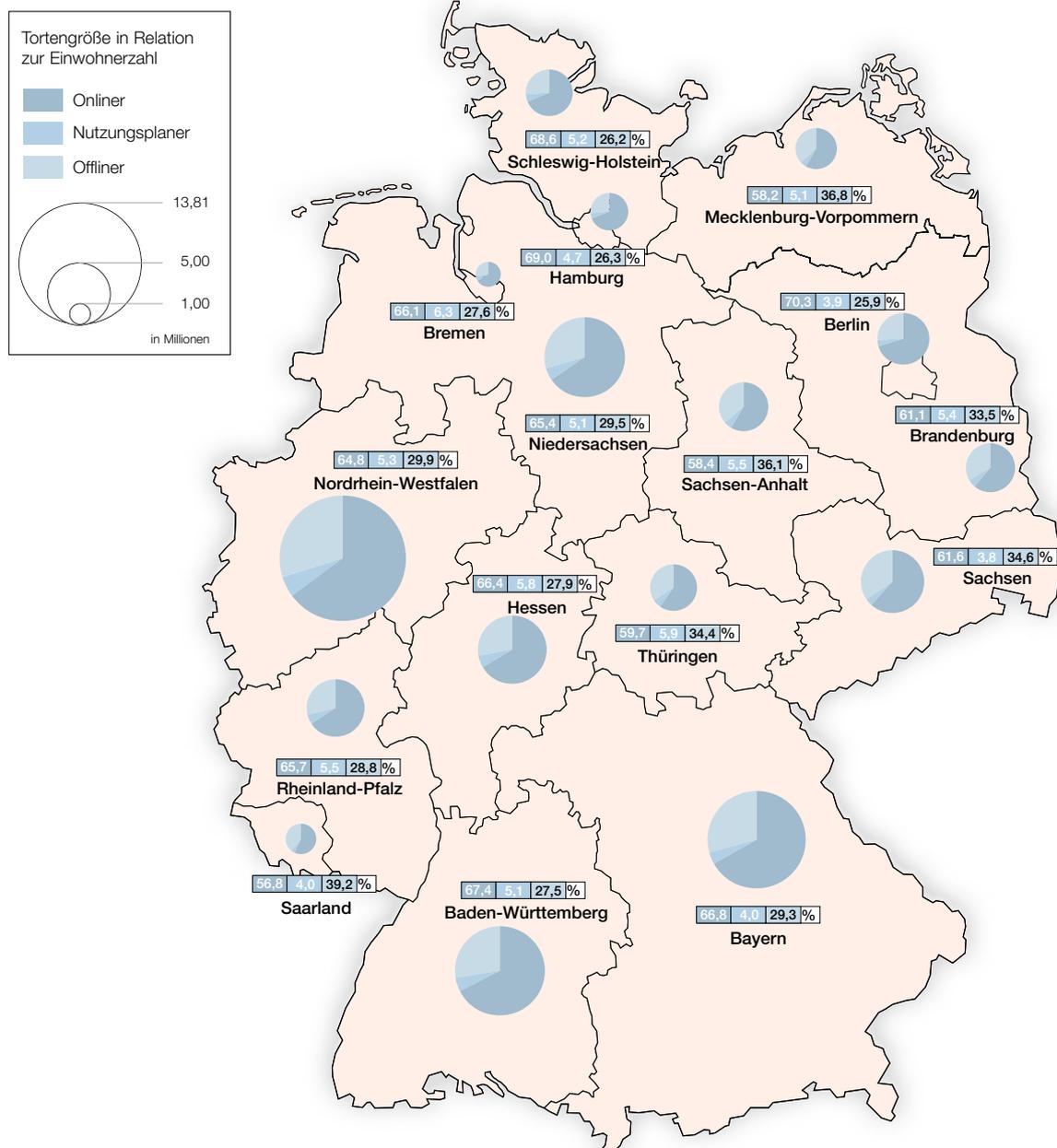


Im Jahr 2008 wird erstmals die 65-Prozent-Marke überschritten. Damit sind fast zwei Drittel der Bevölkerung über 14 Jahren in Deutschland online. Das bedeutet, dass die Internet-Nutzerschaft 2008 hochgerechnet um 3,05 Millionen auf 42,22 Millionen Onliner anwuchs. Der Anteil an Offlinern fällt dabei erstmalig unter 30 Prozent. In diesem Jahr zieht das Wachstum wieder deutlich an: Gute Rahmenbedingungen im Allgemeinen ermöglichen auch bei einem hohen Anteil von Onlinern noch große Steigerungsraten. Der Anteil der Nutzungsplaner ist jedoch gesunken (4,9 Prozent gegenüber 5,7 Prozent in 2007) und deutet auf ein zukünftig weniger großes Wachstum der Onliner hin.



Internetnutzung nach Bundesländern 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



Auch 2008 basiert der bundesweite Zuwachs bei den Onlinern auf einer flächendeckenden Zunahme in allen Bundesländern. Dabei fallen besonders die deutlichen Zuwächse in Rheinland-Pfalz, dem Saarland und Bayern auf; während Berlin, Mecklenburg-Vorpommern und Bremen im Jahr 2008 nur einen leicht unterdurchschnittlichen Zuwachs erfahren. Die Stadtstaaten Berlin und Hamburg sind nach wie vor die Spitzenreiter bei den Onlinern und bilden zusammen mit Schleswig-Holstein, Baden-Württemberg und Bayern die Top 5 in 2008. Die neuen Bundesländer – zusammen mit dem Saarland – ergeben wie auch im letzten Jahr das Schlussdrittel. Die Ost-West-Schere bleibt folglich bestehen. Erfreulich ist, dass die Unterschiede zwischen den Bundesländern insgesamt betrachtet geringer ausfallen als die Jahre davor.

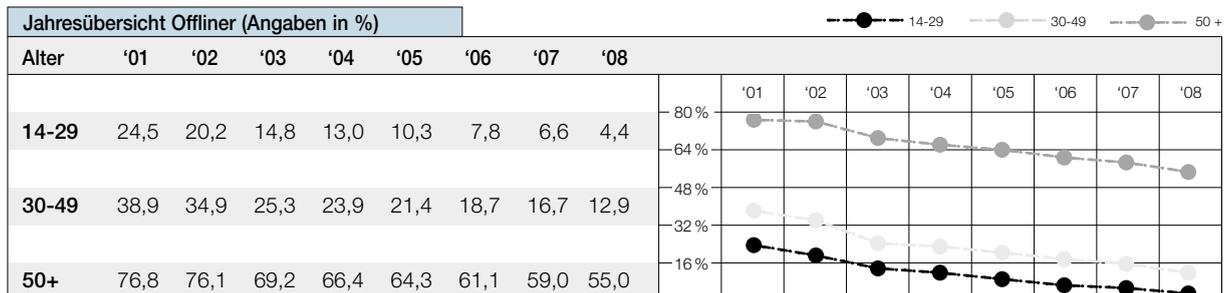
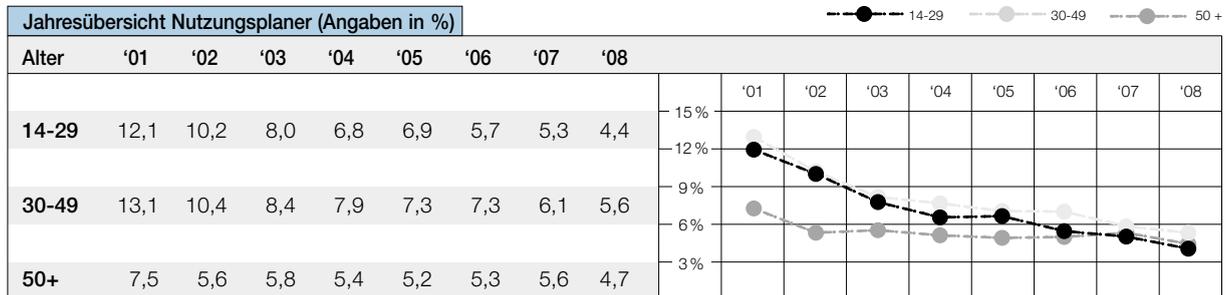
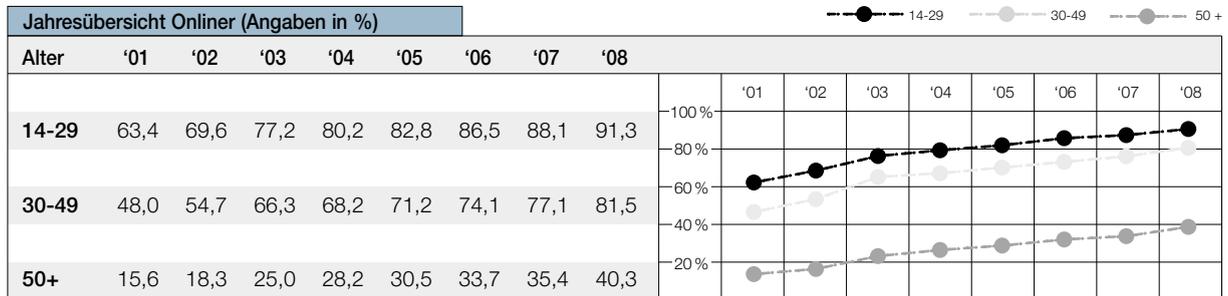
Internetnutzung nach Alter in den Jahren 2001 bis 2008



Wie in den Jahren zuvor besteht ein Zusammenhang zwischen der Onlinenutzung und dem Alter: Der Onliner-Anteil sinkt mit steigendem Alter. Insgesamt steigt aber der Anteil der Onliner erneut in allen Altersgruppen. Den größten Onliner-Zuwachs verzeichnen dabei die Befragten über 40 Jahre (40 - 49 um 5,6 Prozentpunkte, 50 - 59 um 5,2 Prozentpunkte und 60 - 69 um 6,1 Prozentpunkte). Damit wird die Gruppe der Onliner den Strukturen der Gesamtbevölkerung ähnlicher.

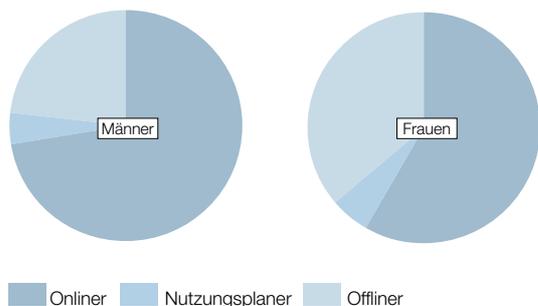
Während der Anstieg in den Altersgruppen 40 - 69 sehr erfreulich ist, bleibt die Gruppe der ab 70-Jährigen mit 3,1 Prozentpunkten auch in diesem Jahr hinter der durchschnittlichen Steigerung zurück. Es besteht weiterhin großer Bedarf, Anreize zur Internetnutzung im Alter zu schaffen.

Im Vergleich zum Vorjahr sind Onliner 2008 im Durchschnitt 40,1 Jahre (2007: 39,8 Jahre) alt, Nutzungsplaner 46,5 Jahre (2007: 46,8 Jahre) und Offliner 63,4 Jahre (2007: 61,9 Jahre). Damit steigt der Alterdurchschnitt der Onliner erneut leicht an. Dies veranschaulicht, wie sich die Internetnutzung langsam, aber kontinuierlich auch in den älteren Gruppen ausbreitet und sich die Onliner ebenso langsam, aber kontinuierlich den Strukturen der Gesamtbevölkerung angleichen.



Internetnutzung nach Geschlecht in den Jahren 2001 bis 2008

2008 (Angabe in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer: 25.428	72,4	4,4	23,2
Frauen: 27.075	58,3	5,5	36,2



Anders als die Jahre zuvor steigt 2008 der Onliner-Anteil der Männer stärker an als bei den Frauen: Mit einem Plus von 5,3 Prozentpunkten liegt der Onliner-Anteil der Männer aktuell bei 72,4 Prozent. Durch die diesjährige Steigerung um 4,5 Prozentpunkte bei den Frauen nutzen insgesamt 58,3 Prozent der weiblichen Befragten das Internet. Der stärkere Anstieg der männlichen Nutzer lässt sich insbesondere auf eine gesteigerte Nutzung von Breitbandtechnologien (vgl. S. 62) zurückführen.

Die Nutzungsplanung liegt jedoch auch in diesem Jahr bei den Frauen höher als bei den Männern. Daher besteht trotz des diesjährigen Ergebnisses Hoffnung auf eine sukzessive Annäherung von Frauen und Männern in den kommenden Jahren.

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	...

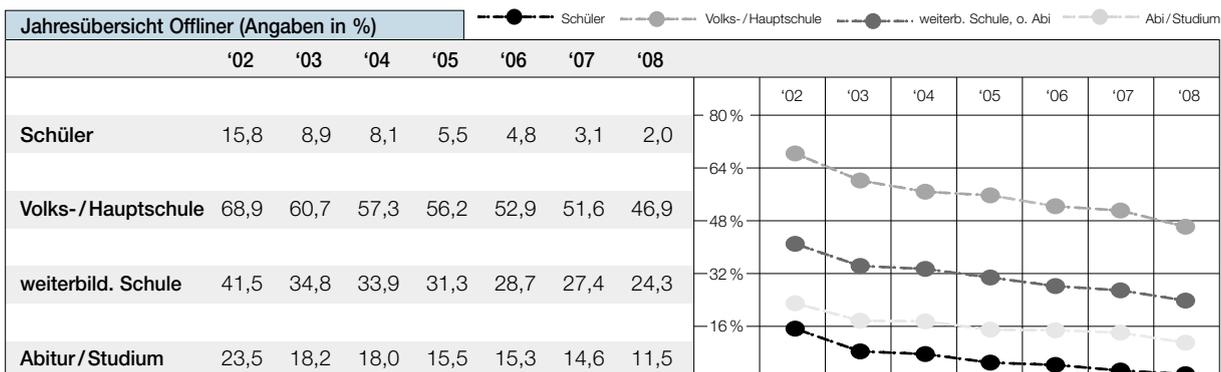
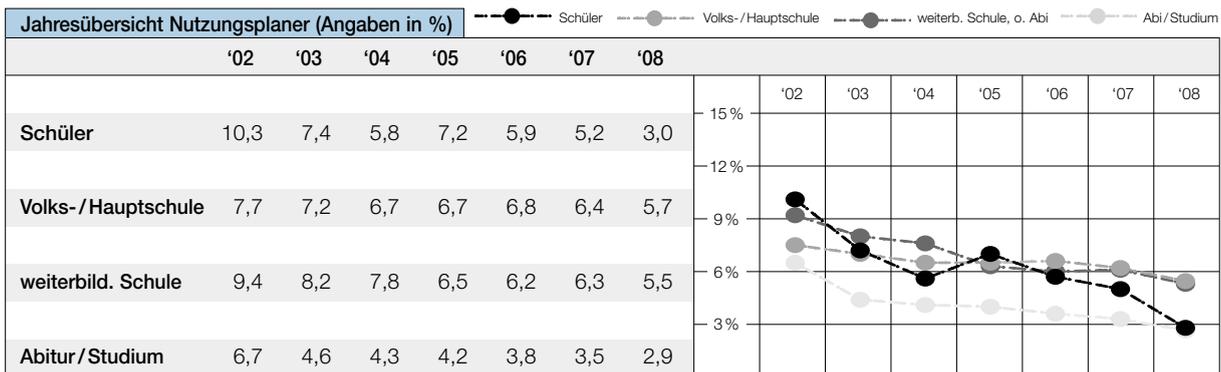
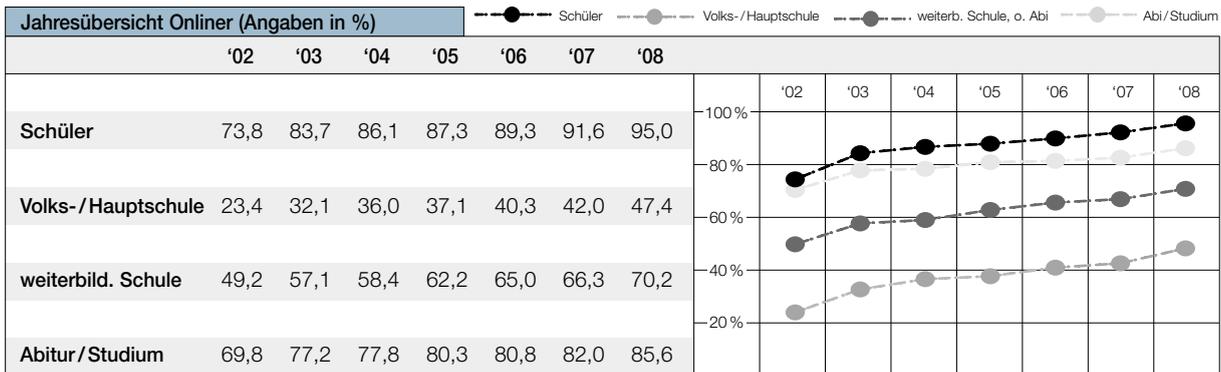
Jahresübersicht: Frauen (Angaben in %)

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	...

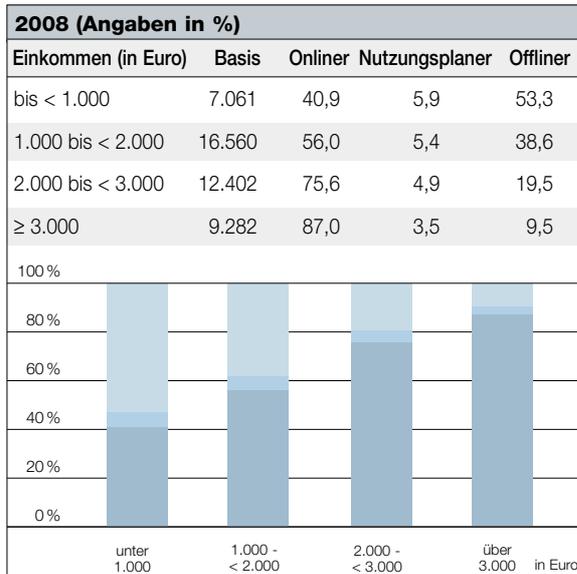
Internetnutzung nach Bildung in den Jahren 2002 bis 2008

2008 (Angaben in %)				
	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Schüler	3.082	95,0	3,0	2,0
Volksschule ohne Lehre	5.064	33,3	5,4	61,3
Volksschule mit Lehre	15.474	52,0	5,8	42,2
weiterbildende Schule, ohne Abitur	17.546	70,2	5,5	24,3
Abitur, Hochschulreife, Fachhochschule	4.460	86,8	2,9	10,3
abgeschlossenes Studium	5.405	84,6	2,8	12,5

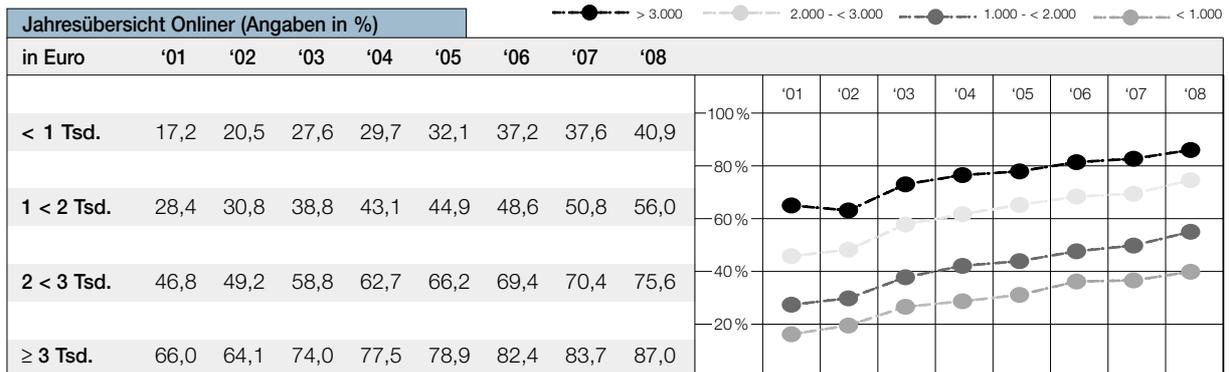
Die Schüler bleiben die Bevölkerungsgruppe mit dem höchsten Onliner-Anteil. Allerdings steigt anders als im Vorjahr der Anteil der Onliner bei den Volksschülern mit abgeschlossener Lehre am stärksten an. Die Bevölkerungsgruppe der Volks- und Hauptschüler liegt damit zwar noch immer deutlich hinter den anderen Gruppen, kann aber mit einem Zuwachs von 5,4 Prozentpunkten den größten Anstieg in der Internetnutzung verzeichnen. Dieser Anstieg wird von den Volksschülern mit abgeschlossener Lehre getrieben. Bei den Befragten ohne abgeschlossene Lehre stieg die Internetnutzung nur unterdurchschnittlich. Das große Wachstum der Befragten mit geringer formaler Bildung wird zudem eher von jüngeren Männern erwirkt.



Internetnutzung nach Haushaltsnettoeinkommen in den Jahren 2001 bis 2008

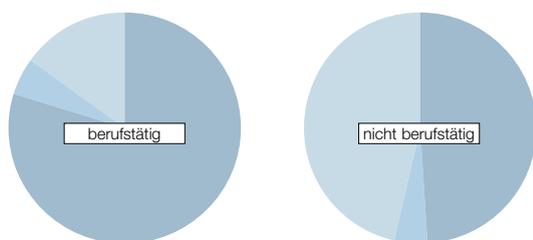


Sinkende Preise – besonders bei den DSL- und Kombi-Flatrates –, verbesserte Arbeitsmarktsituation und eine gute Konjunkturlage sind mögliche Erklärungsansätze für den starken Anstieg der Onliner in 2008. In allen Einkommensgruppen nahm der Onliner-Anteil deutlich zu. Die Internet-Nutzung ist jedoch nach wie vor eine Kostenfrage. Der Zusammenhang zwischen dem Haushaltsnettoeinkommen und der Internet-Nutzung bleibt bestehen. Wie in der Vergangenheit sind daher mit steigendem Nettoeinkommen auch höhere Onliner-Anteile verbunden. In Haushalten mit weniger als 1.000 Euro sind weiterhin deutlich weniger als die Hälfte der Personen online (40,9 Prozent). Der Zusammenhang spiegelt sich auch im Durchschnittseinkommen wider. Die Onliner verfügen durchschnittlich über 2.337 Euro pro Monat, während die Offliner ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen von 1.567 Euro erzielen.



Internetnutzung nach Beschäftigung in den Jahren 2001 bis 2008

2008 (Angaben in %)				
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
berufstätig: 27.585*	79,7	5,2	15,0	
nicht berufstätig: 24.918**	49,0	4,6	46,4	



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

* berufstätig einschließlich vorübergehend arbeitslos

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

Nahezu vier von fünf Berufstätigen (79,7 Prozent) nutzen 2008 das Internet. Im Gegensatz dazu liegt der Onliner-Anteil der Nicht-Berufstätigen noch immer etwas unter 50 Prozent. Die Unterschiede zwischen Berufstätigen und Nicht-Berufstätigen sind nach wie vor deutlich. Der Zuwachs ist jedoch 2008 bei den Nicht-Berufstätigen größer als bei den Berufstätigen. Folglich schließt sich die Schere langsam.

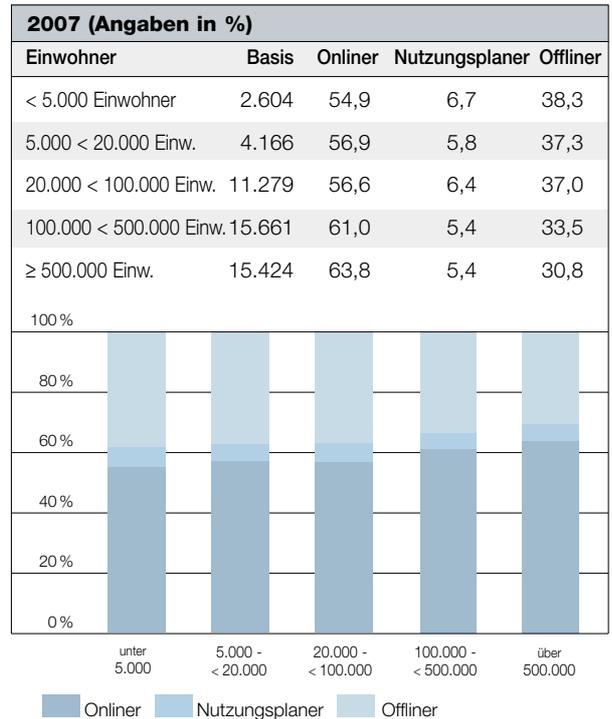
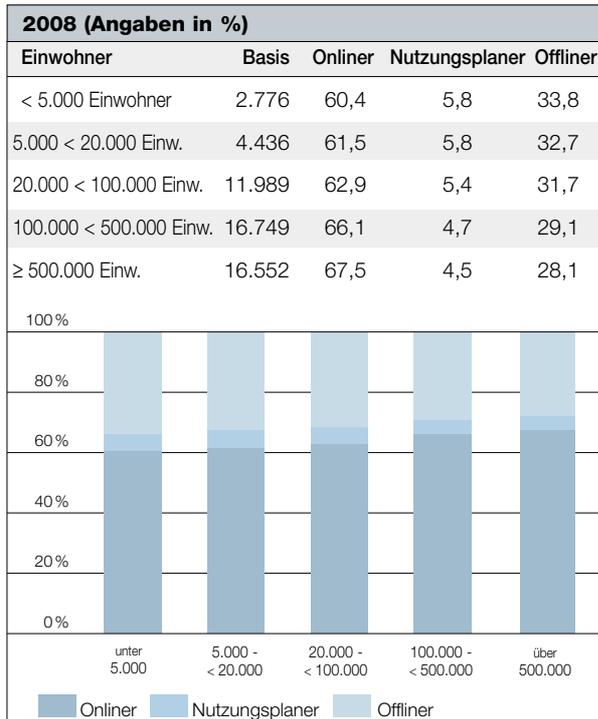
Ein Großteil der Nicht-Berufstätigen (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten etc.) sind Rentner.

Das Durchschnittsalter der Nicht-Berufstätigen liegt bei 53,6 Jahren. Ihr Haushaltsnettoeinkommen beträgt durchschnittlich 1.828 Euro.

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	...

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	...

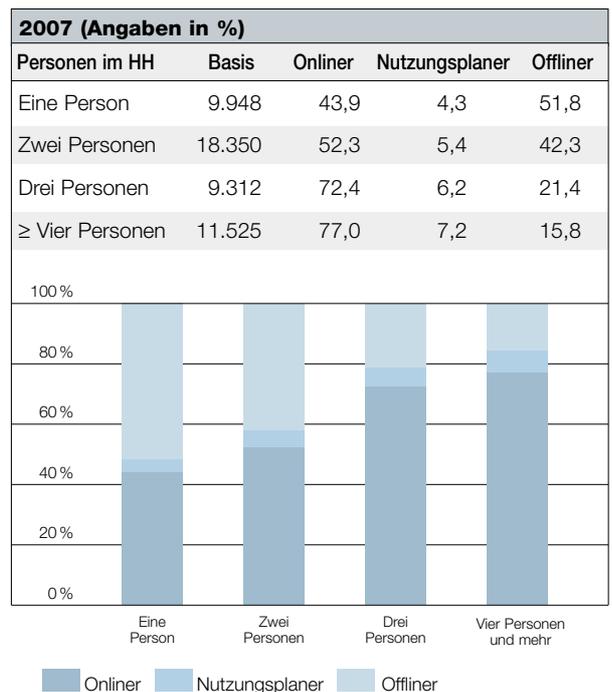
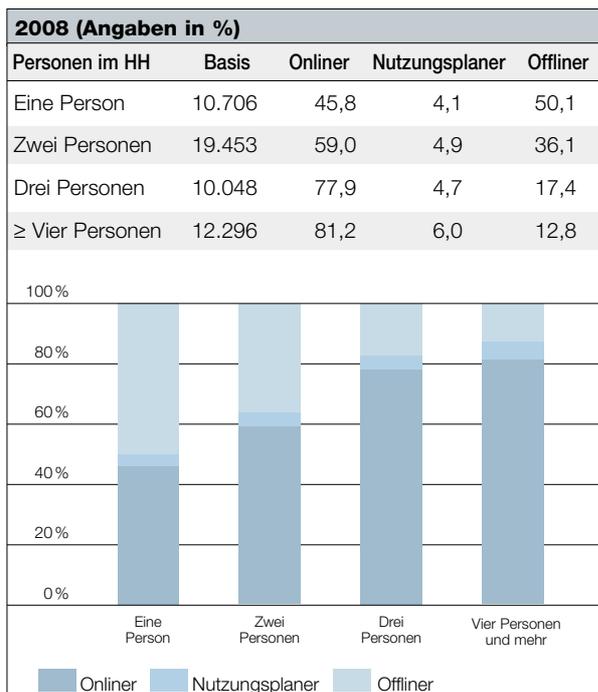
Internetnutzung nach Ortsgröße 2007 und 2008



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

Die Internetnutzung nimmt in allen Ortsgrößen zu. Die 60-Prozent-Onliner-Marke wird in allen Ortsgrößenklassen überschritten. Den größten Onliner-Anteil verzeichnen weiterhin die Großstädte. In den großen Städten fällt der Zuwachs etwas geringer aus als in den übrigen Ortsgrößen. Dadurch verringert sich das Stadt-Land-Gefälle erneut.

Internetnutzung nach Haushaltsgröße 2007 und 2008

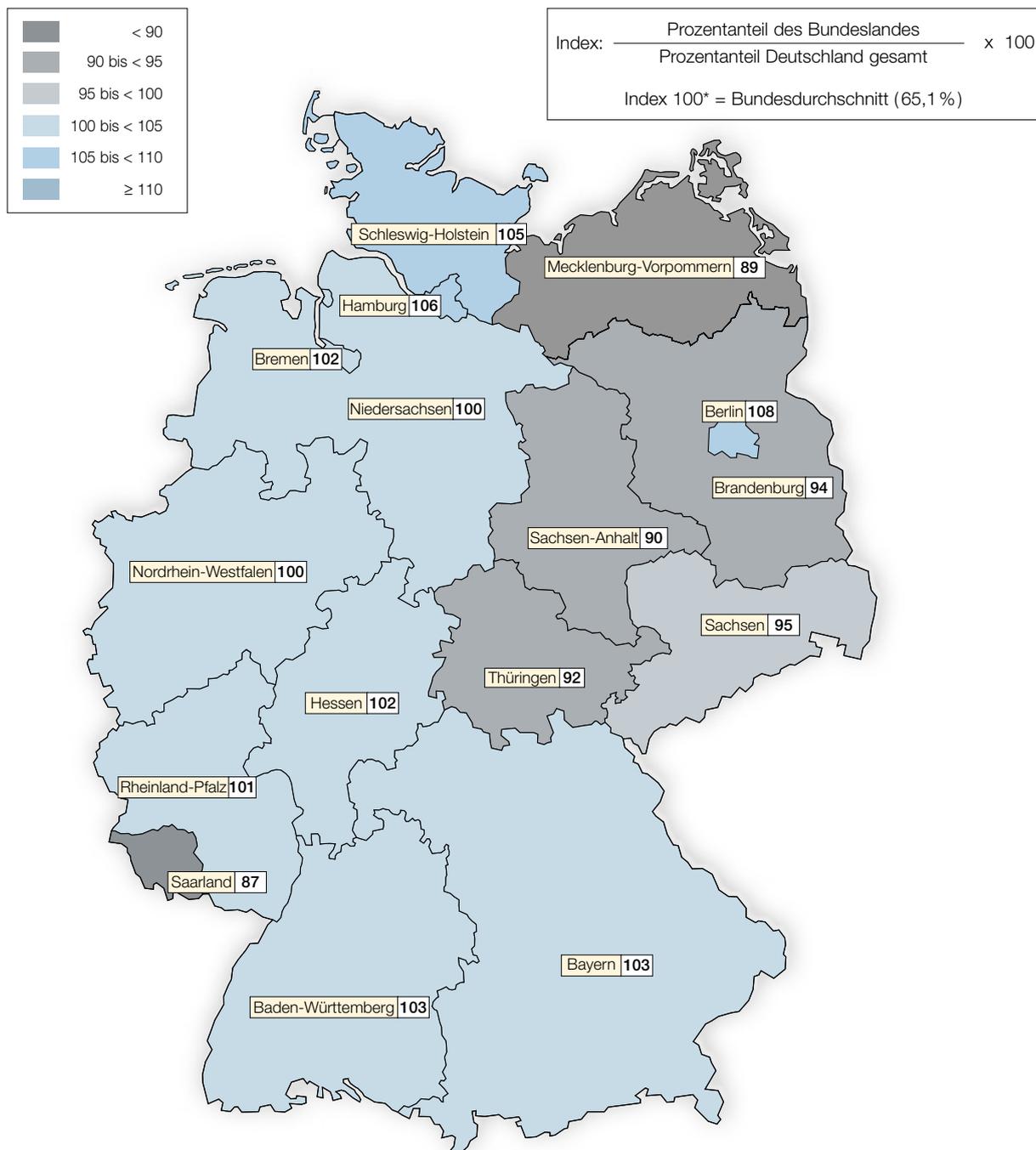


Je mehr Personen in einem Haushalt leben, desto größer ist die Verbreitung der Internetnutzung. Dieser Zusammenhang bleibt auch 2008 bestehen. Der Zuwachs in den Single-Haushalten fällt unterdurchschnittlich aus. Dies liegt auch daran, dass ältere Menschen häufig in Ein-Personen-Haushalten leben.

4. Die Internetnutzer (Onliner)

Onliner nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

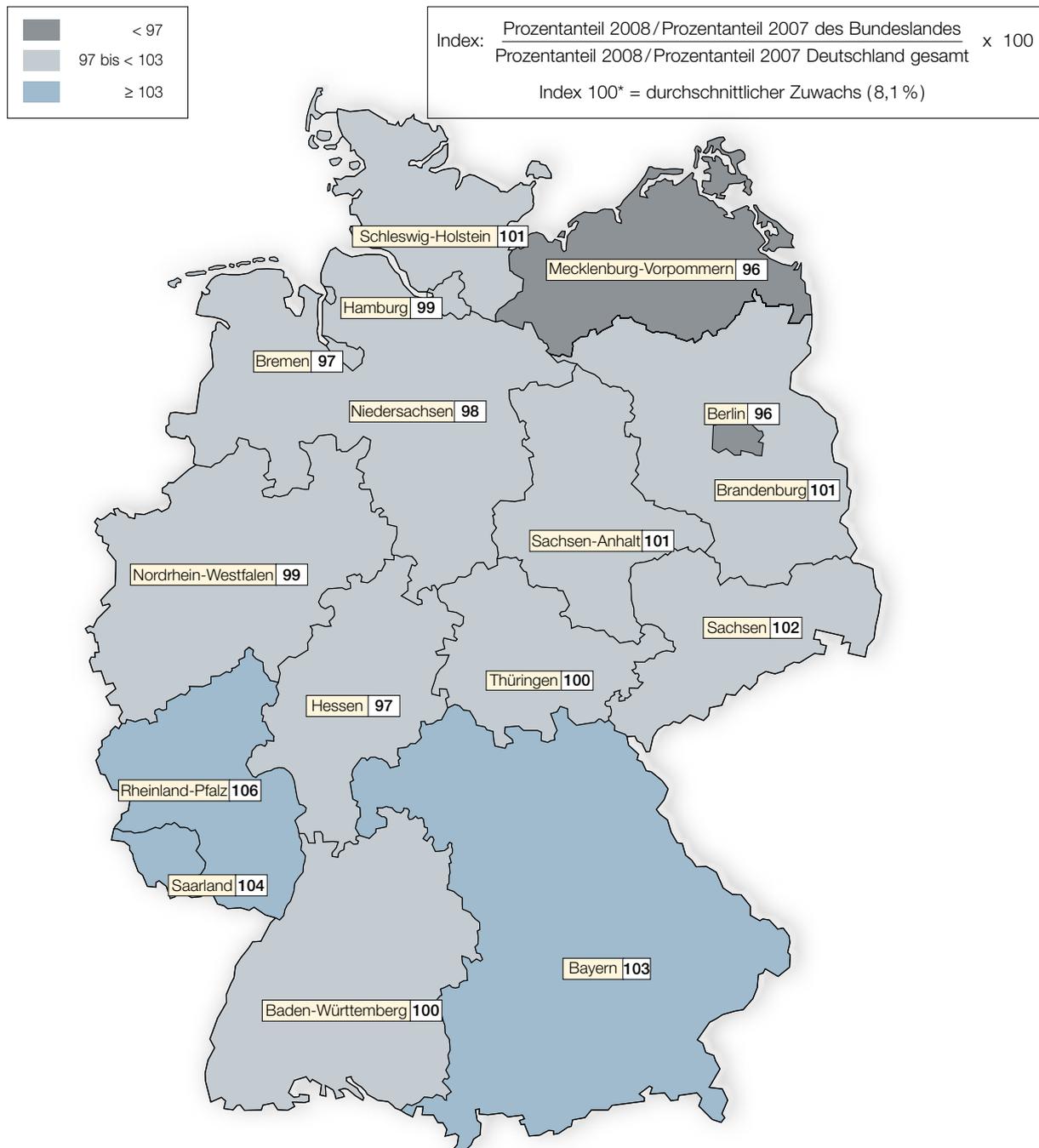


* Die in der oben stehenden Karte dargestellte Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 65,1 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Onliner-Anteil in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Die Stadtstaaten Berlin und Hamburg bleiben weiterhin die Spitzenreiter der Internetnutzung. Sie bilden 2008 zusammen mit Schleswig-Holstein, Baden-Württemberg und Bayern die Top-5 der Internetnutzung. Bremen, Hessen und Rheinland-Pfalz liegen ebenfalls über dem Bundesdurchschnitt von 65,1 Prozent. Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern und das Saarland bilden die Schlusslichter.

Onliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2007/2008)

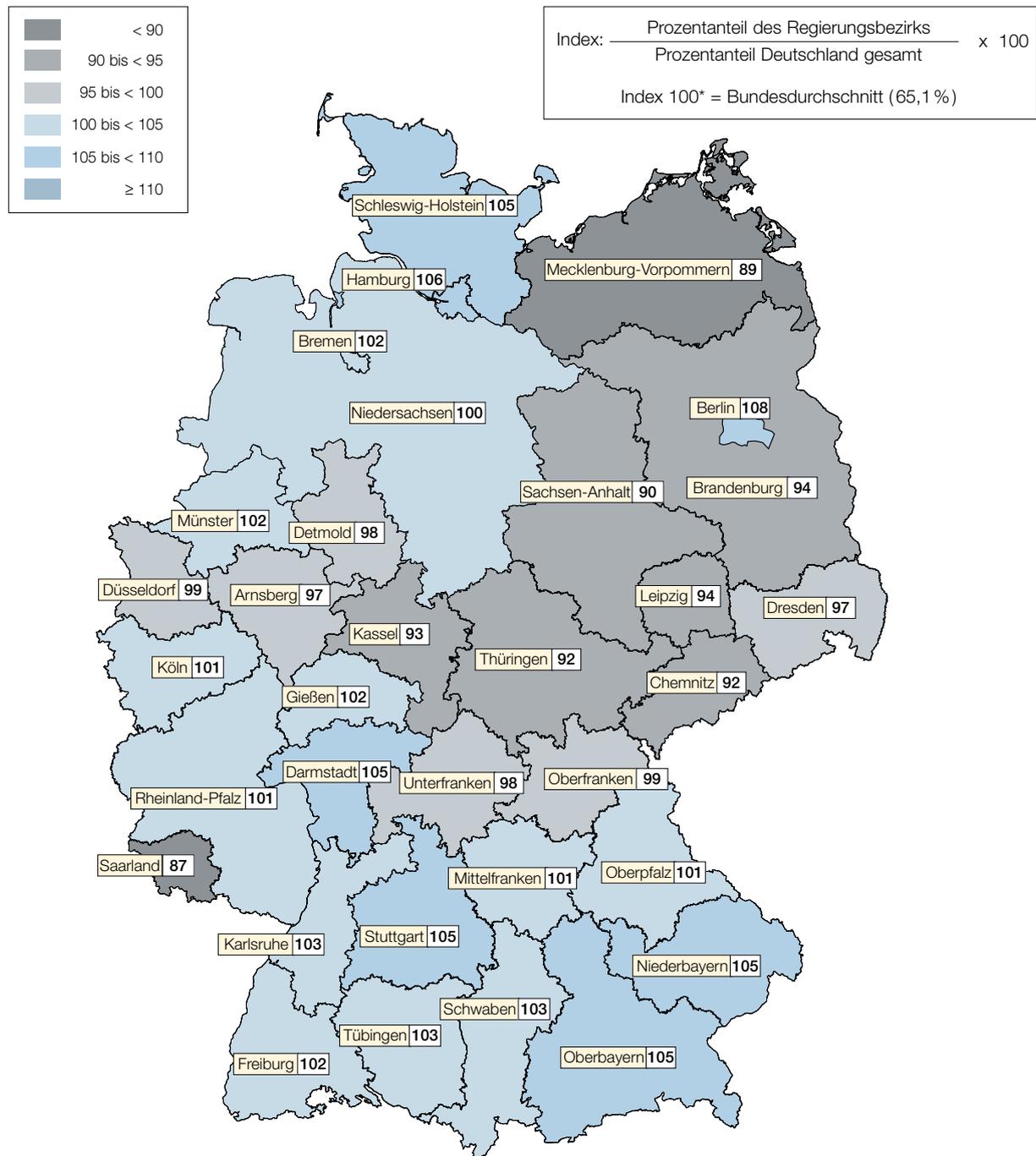


* Indexwerte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Der Anteil der Internetnutzer wächst auch 2008 relativ ausgeglichen in allen Bundesländern. Rheinland-Pfalz, das Saarland und Bayern erzielen deutlich überdurchschnittliche Zuwächse.

Onliner nach Regierungsbezirken 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

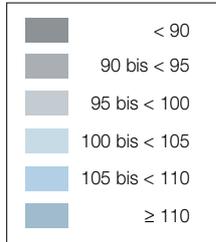


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 106 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 65,1 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Auf Regierungsbezirksebene ergibt sich kein klares Bild hinsichtlich der Internetnutzung. Es zeigen sich auch innerhalb der einzelnen Bundesländer regionale Unterschiede. Dabei ergeben sich im Süden und im Nordwesten eher überdurchschnittliche Indexwerte. Insgesamt betrachtet nehmen die Unterschiede zwischen den Regierungsbezirken im Vergleich zum Vorjahr erfreulicherweise ab.

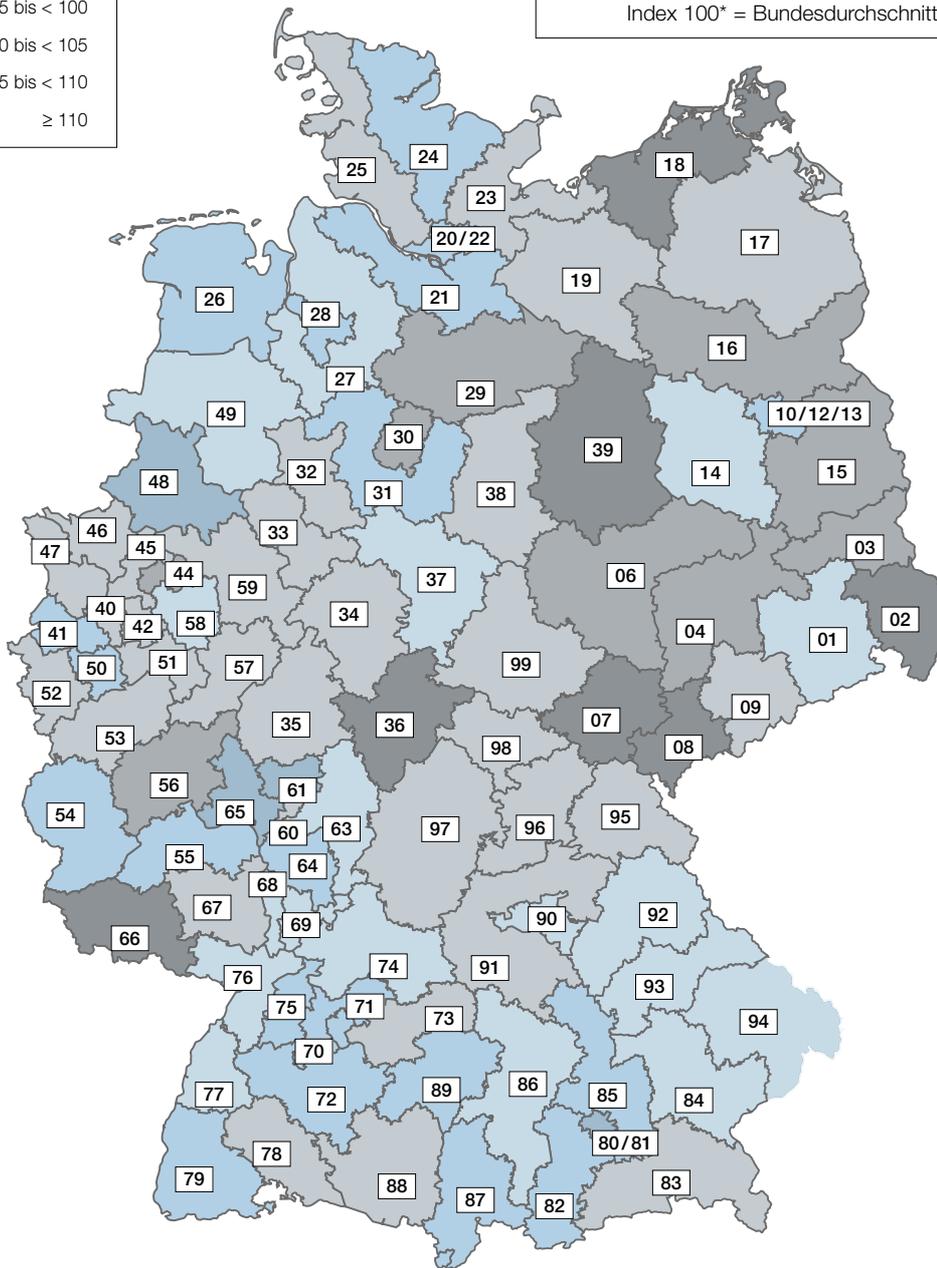
Onliner nach Postleitzahlengebieten 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



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

Index 100* = Bundesdurchschnitt (65,1%)



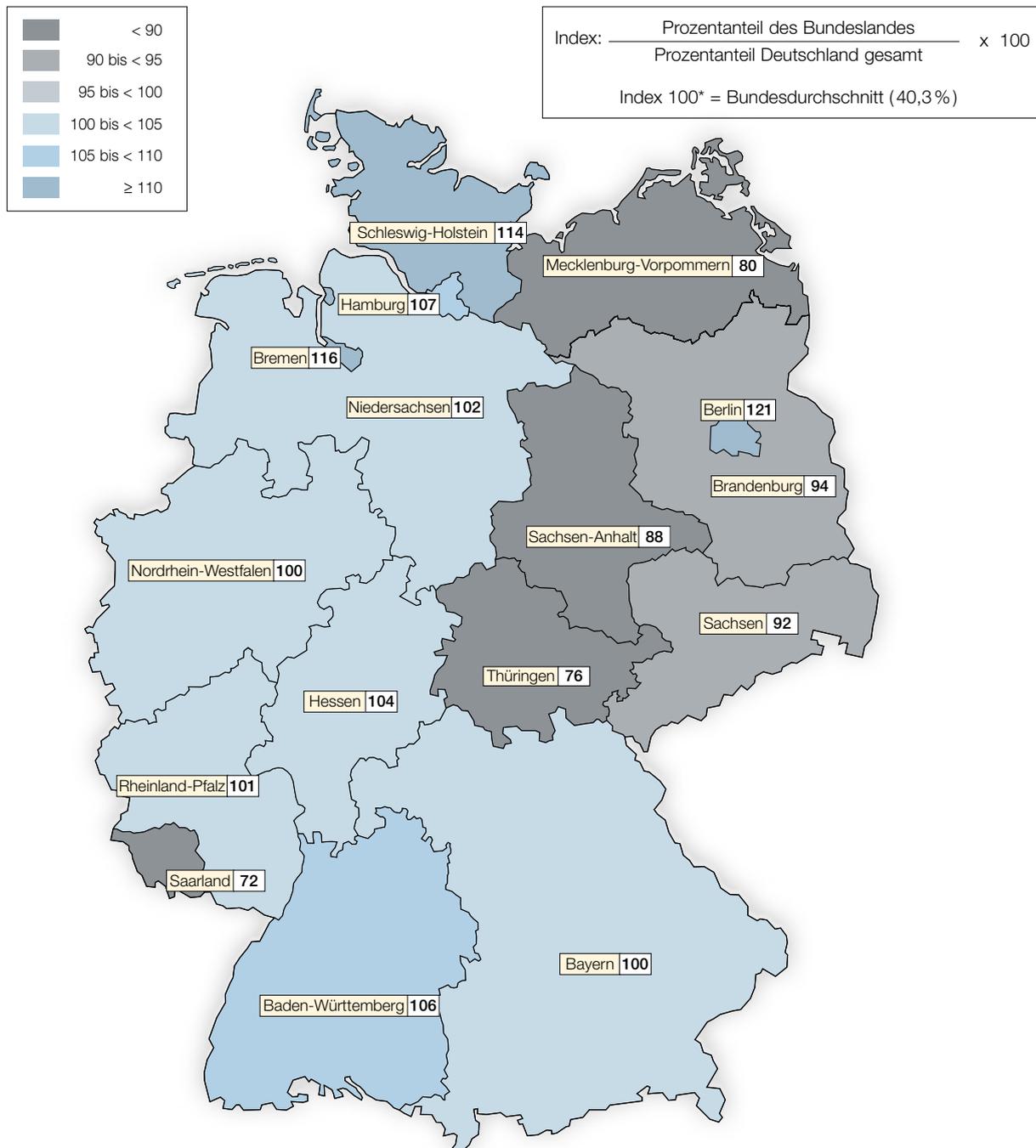
PLZ	Index
01	= 104
02	= 81
03	= 92
04	= 92
06	= 90
07	= 88
08	= 88
09	= 96
10/12/13	= 108
14	= 100
15	= 93
16	= 90
17	= 97
18	= 82
19	= 96
20/22	= 106
21	= 106
23	= 98
24	= 109
25	= 99
26	= 105
27	= 103
28	= 106
29	= 92
30	= 92
31	= 108
32	= 98
33	= 99
34	= 95
35	= 98
36	= 89
37	= 100
38	= 95
39	= 87
40	= 99
41	= 105
42	= 97
44	= 91
45	= 95
46	= 98
47	= 98
48	= 110
49	= 102
50	= 107
51	= 98
52	= 97
53	= 98
54	= 108
55	= 107
56	= 92
57	= 99
58	= 100
59	= 99
60	= 98
61	= 116
63	= 103
64	= 107
65	= 111
66	= 87
67	= 99
68	= 104
69	= 104
70	= 106
71	= 109
72	= 108
73	= 97
74	= 100
75	= 107
76	= 101
77	= 101
78	= 98
79	= 105
80/81	= 113
82	= 105
83	= 99
84	= 103
85	= 107
86	= 103
87	= 105
88	= 97
89	= 109
90	= 102
91	= 99
92	= 102
93	= 100
94	= 103
95	= 98
96	= 99
97	= 99
98	= 95
99	= 98

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

Basiskarte: www.kartenwelten.de; Zuordnung der Postleitzahlennummerierung siehe Anhang

Onliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

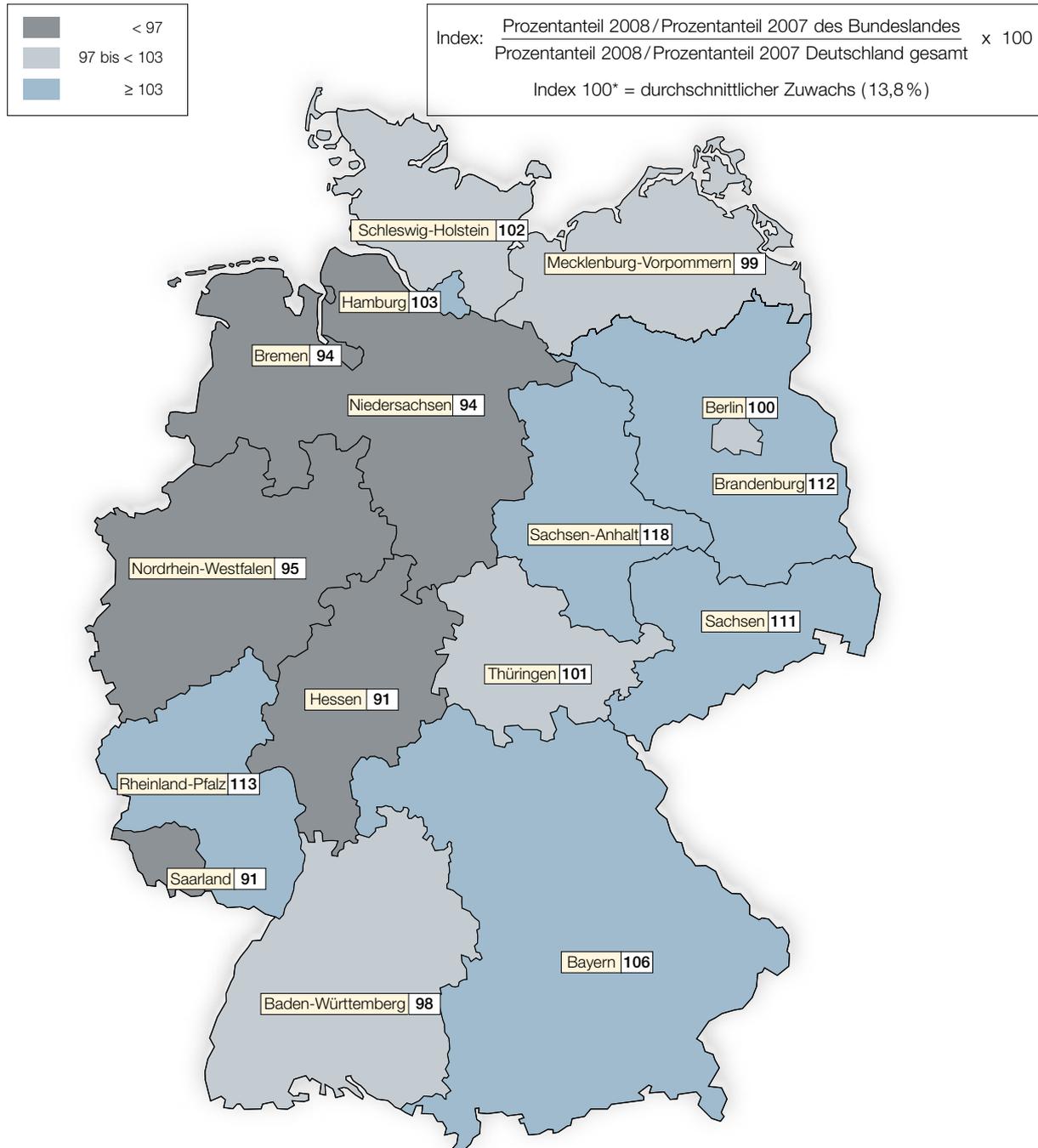


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Bei den ab 50-Jährigen bleibt die Ost-West-Teilung der Vorjahre bestehen. Schlusslichter bilden das Saarland, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern. 2008 überschreiten nahezu alle Bundesländer die 30-Prozent-Marke bei den Onlinern über fünfzig. Die Spitzenreiter Bremen, Berlin und Schleswig-Holstein erzielen sogar Onliner-Anteile über 45 Prozent bei den Befragten 50plus. Der Onliner-Anteil in den übrigen westdeutschen Bundesländern liegt zwischen 40,1 Prozent und 42,9 Prozent.

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

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2007/2008)

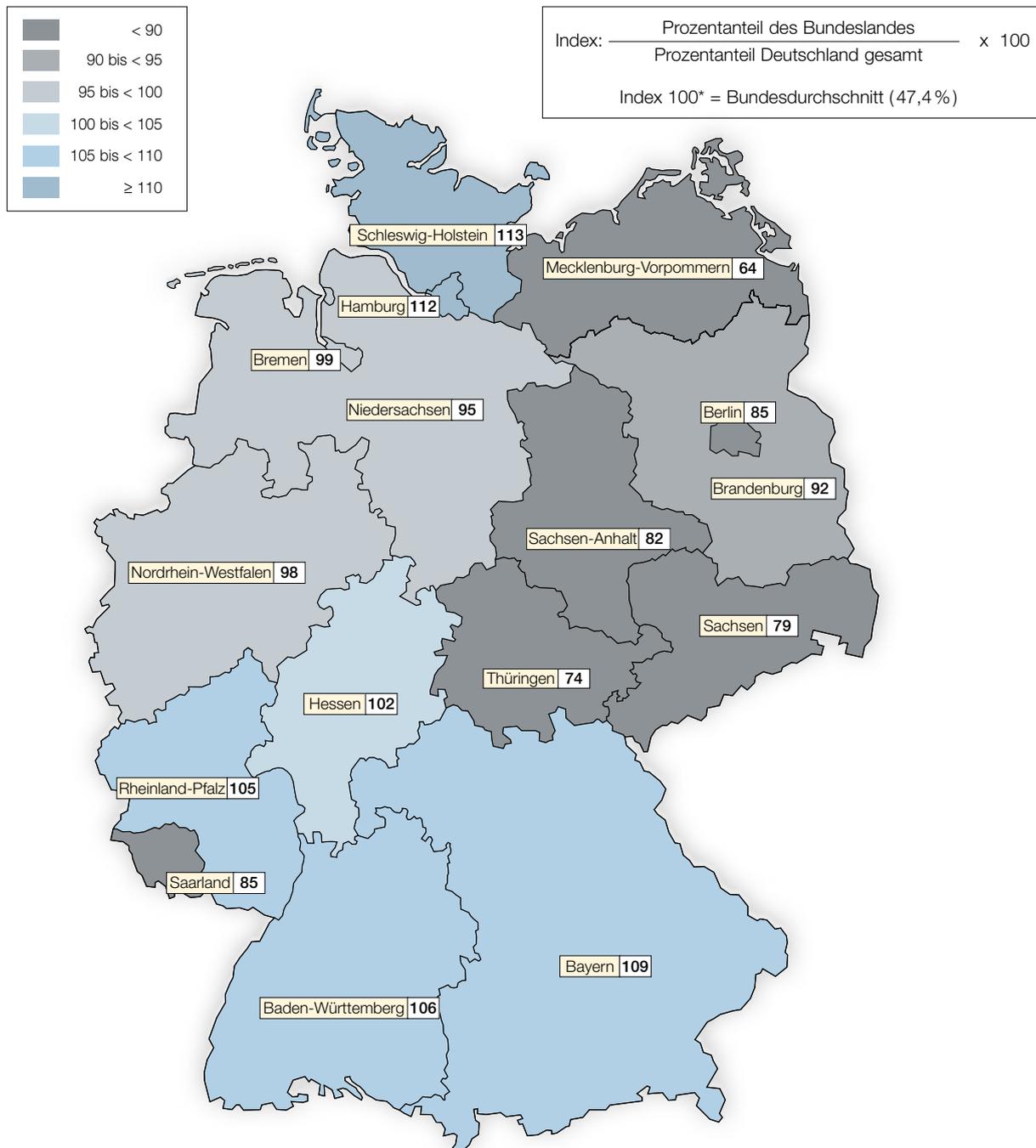


* Indexwerte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

In Relation zur bundesweiten durchschnittlichen Zuwachsrate von 13,8 Prozent bei über 50-jährigen Onlinern fällt die Bilanz für die neuen Bundesländer 2008 äußerst positiv aus. Bis auf Mecklenburg-Vorpommern liegen alle östlichen Länder über dem Bundesschnitt. Sachsen-Anhalt verzeichnet insgesamt die höchste Steigerungsrate bei den Befragten 50plus. Zudem verbuchen Rheinland-Pfalz, Brandenburg und Sachsen stark überdurchschnittliche Steigerungsraten.

Onliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

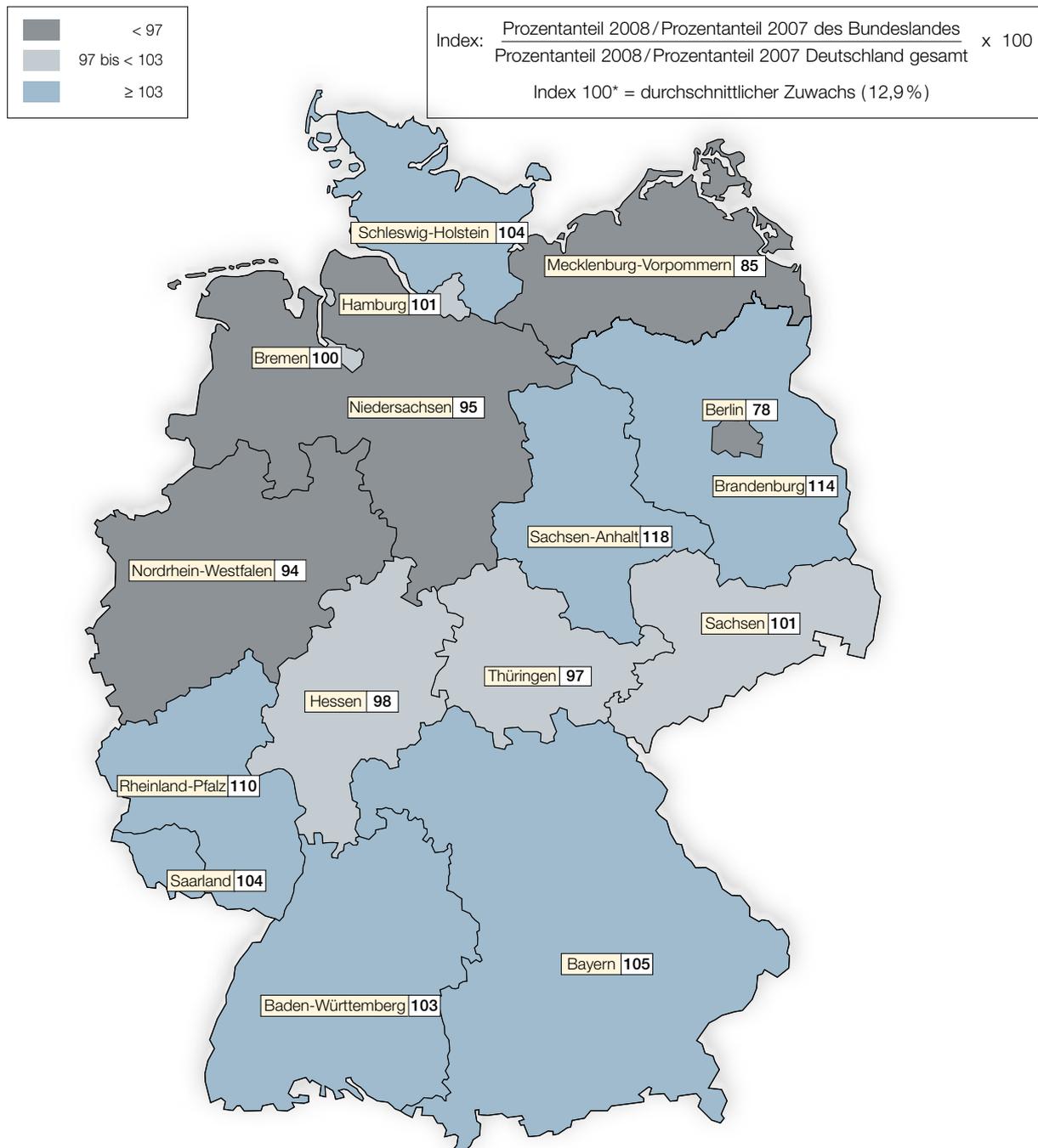


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Im Jahr 2008 sind 47,4 Prozent der Schulabgänger mit Volks- oder Hauptschulabschluss online. Die höchsten Onliner-Anteile in dieser Bevölkerungsgruppe verzeichnen die Bundesländer Schleswig-Holstein und Hamburg. Überdurchschnittliche Onliner-Anteile verbuchen zudem Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen. Die geringsten Anteile weisen Sachsen, Thüringen und Mecklenburg-Vorpommern auf.

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

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2007/2008)

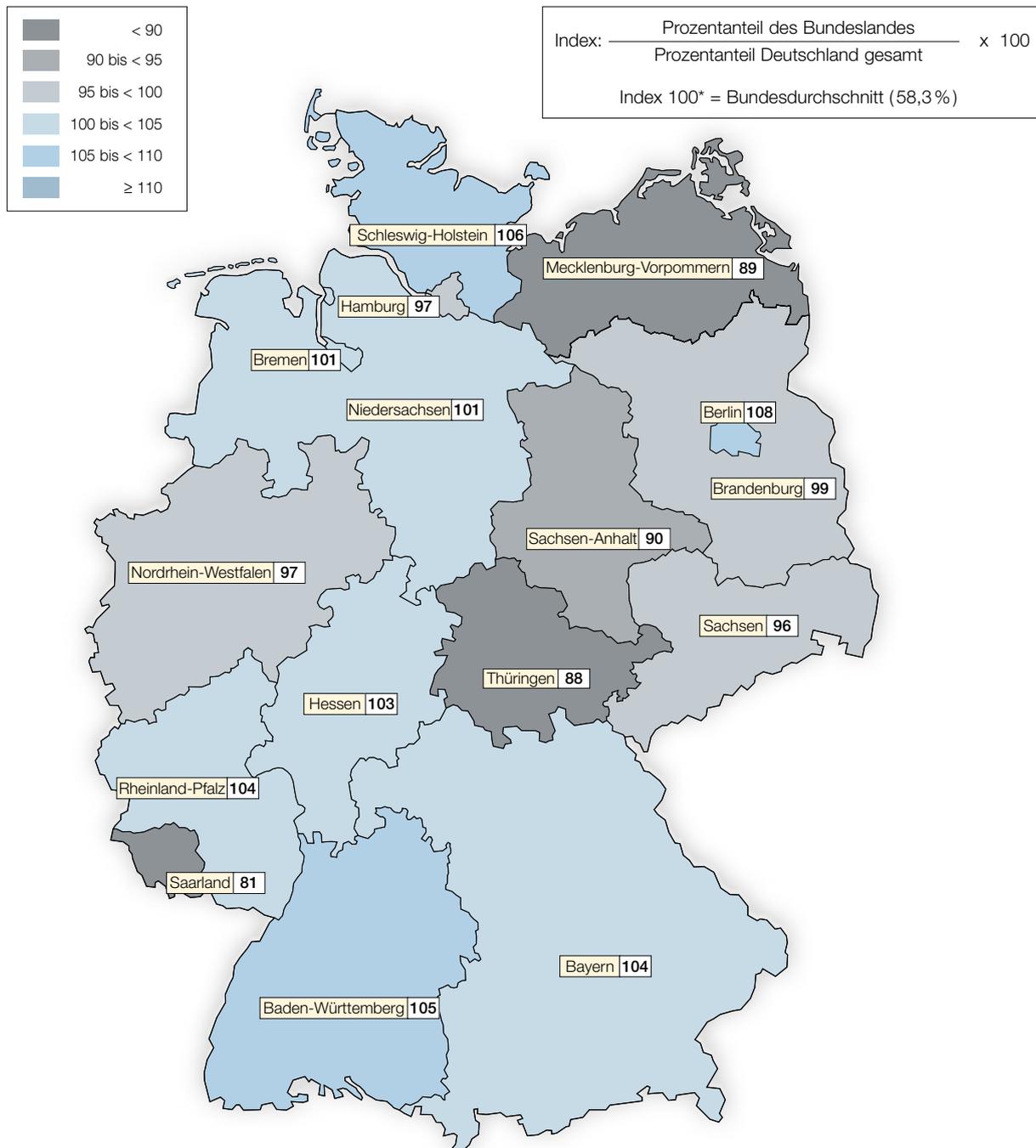


* Indexwerte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Die Wachstumsraten unter den Onlinern mit einfachem Bildungsabschluss sind verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von 12,9 Prozent in Sachsen-Anhalt, Brandenburg und Rheinland-Pfalz besonders überdurchschnittlich. Auch Bayern, das Saarland, Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg liegen über dem Bundesdurchschnitt.

Onliner: Frauen nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



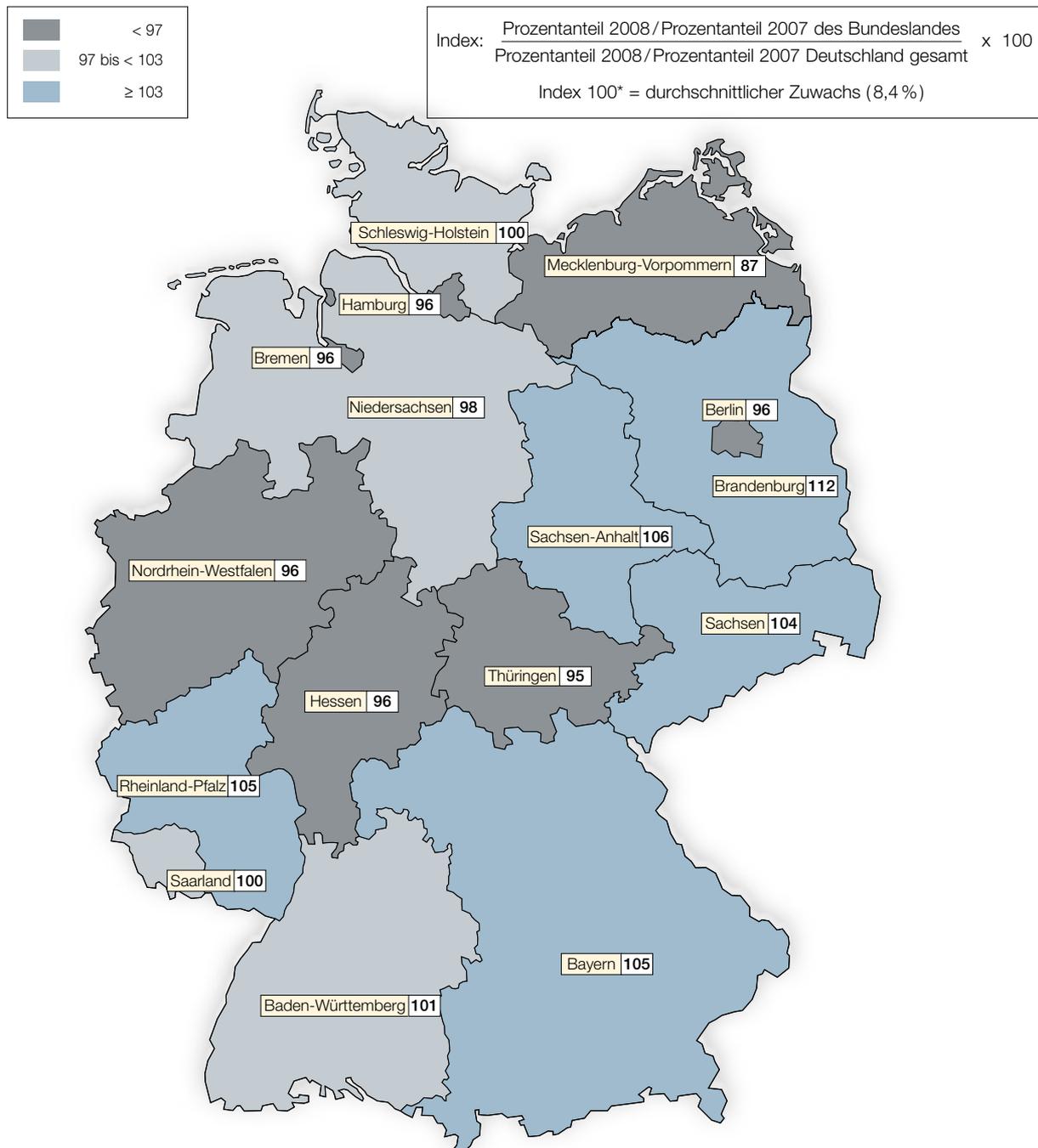
* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Der bundesdurchschnittliche Onliner-Anteil der Frauen liegt bei 58,3 Prozent. Abgesehen vom Saarland (47,3 Prozent) wird in allen Bundesländern die 50-Prozent-Marke bei den Frauen überschritten. Insgesamt nimmt die Variationsbreite des Onliner-Anteils über die einzelnen Bundesländer ab (Spannweite 2008: 27 Indexpunkte; Spannweite 2007: 32 Indexpunkte). In den Bundesländern Berlin, Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg liegt der Onliner-Anteil der Frauen am höchsten.

Onliner: Frauen

Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2007/2008)

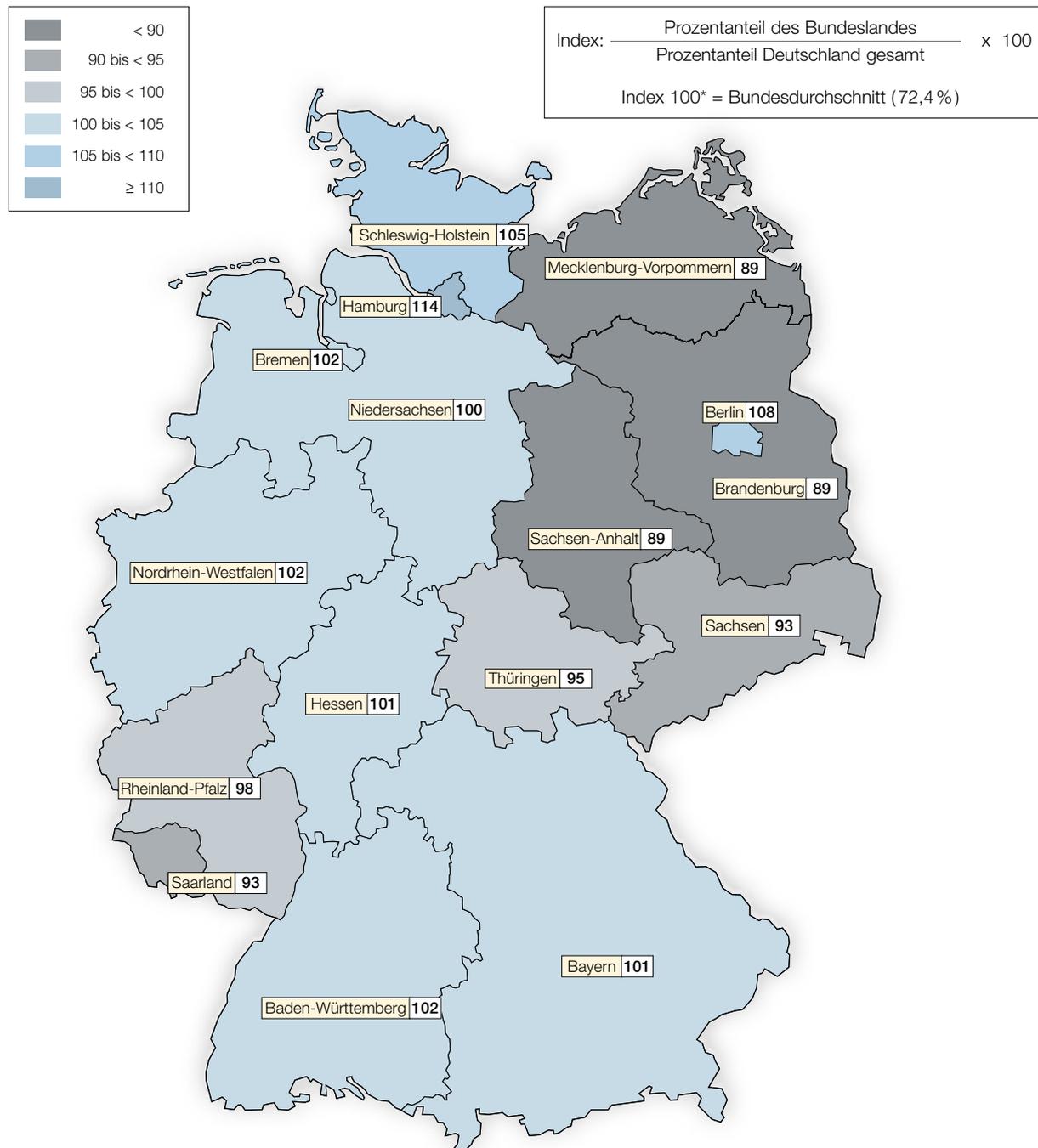


* Indexwerte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Erfreulich ist der überdurchschnittliche Onliner-Zuwachs der weiblichen Bevölkerung in Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Rheinland-Pfalz und Bayern. In Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen fand 2008 das geringste Wachstum bei den weiblichen Onlinern statt.

Onliner: Männer nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



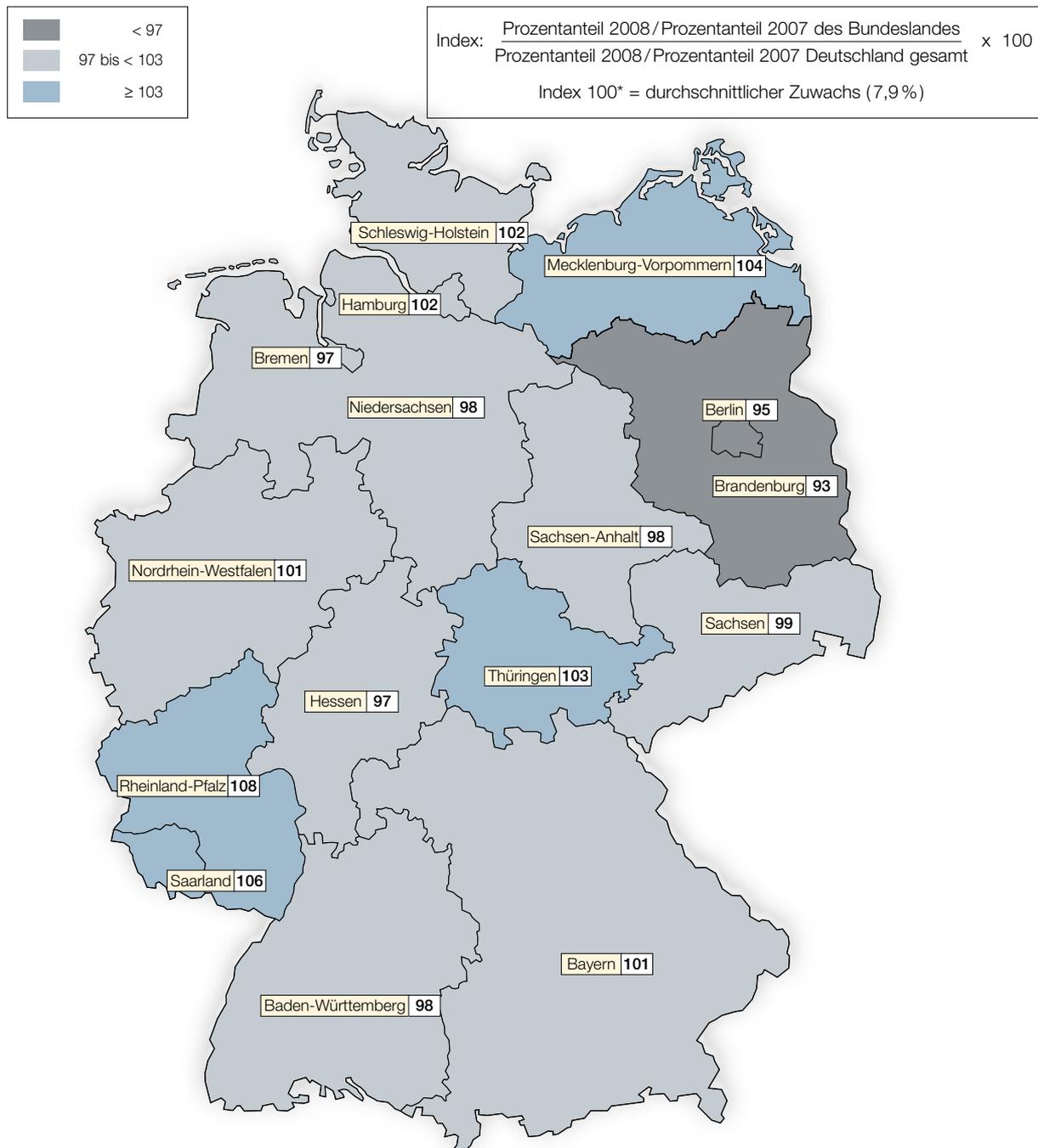
* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Im Bundesdurchschnitt sind 72,4 Prozent der Männer online. Dies entspricht einem Plus von 5,3 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Wie in den Jahren zuvor bilden Hamburg und Berlin die Spitze im Ländervergleich. Die ostdeutschen Bundesländer sowie Rheinland-Pfalz und das Saarland liegen mit ihren Onliner-Anteilen bei den Männern wie bereits im Vorjahr unter dem Bundesdurchschnitt.

Onliner: Männer

Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2007/2008)



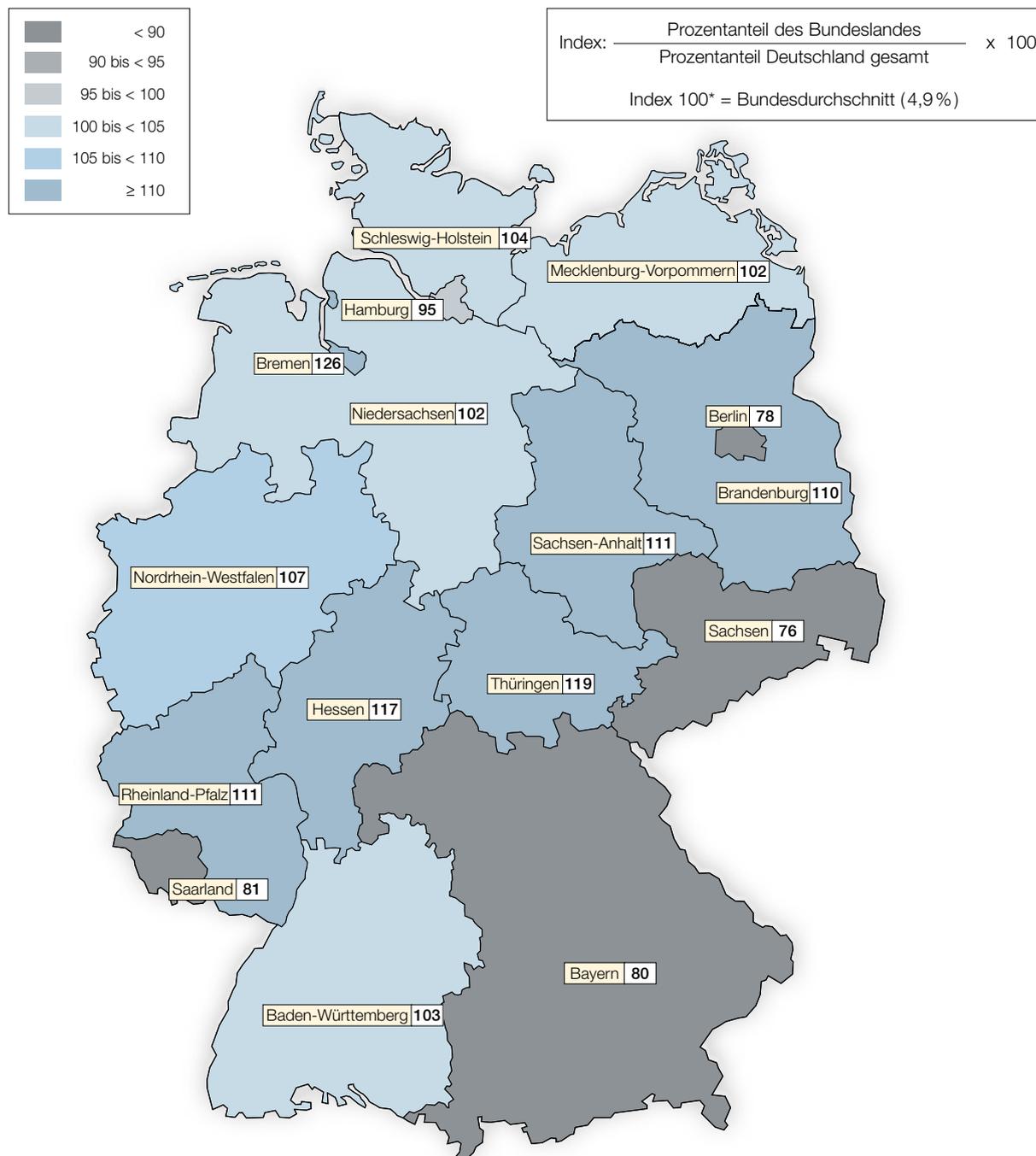
* Indexwerte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Beim Wachstum des Onliner-Anteils der Männer ist 2008 ein stark überdurchschnittlicher Anstieg in Rheinland-Pfalz, dem Saarland, Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen zu beobachten. Damit holen bei der männlichen Bevölkerung insbesondere Bundesländer mit geringem Onliner-Anteil auf.

5. Nichtnutzer mit Beschaffungsabsicht (Nutzungsplaner)

Nutzungsplaner nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

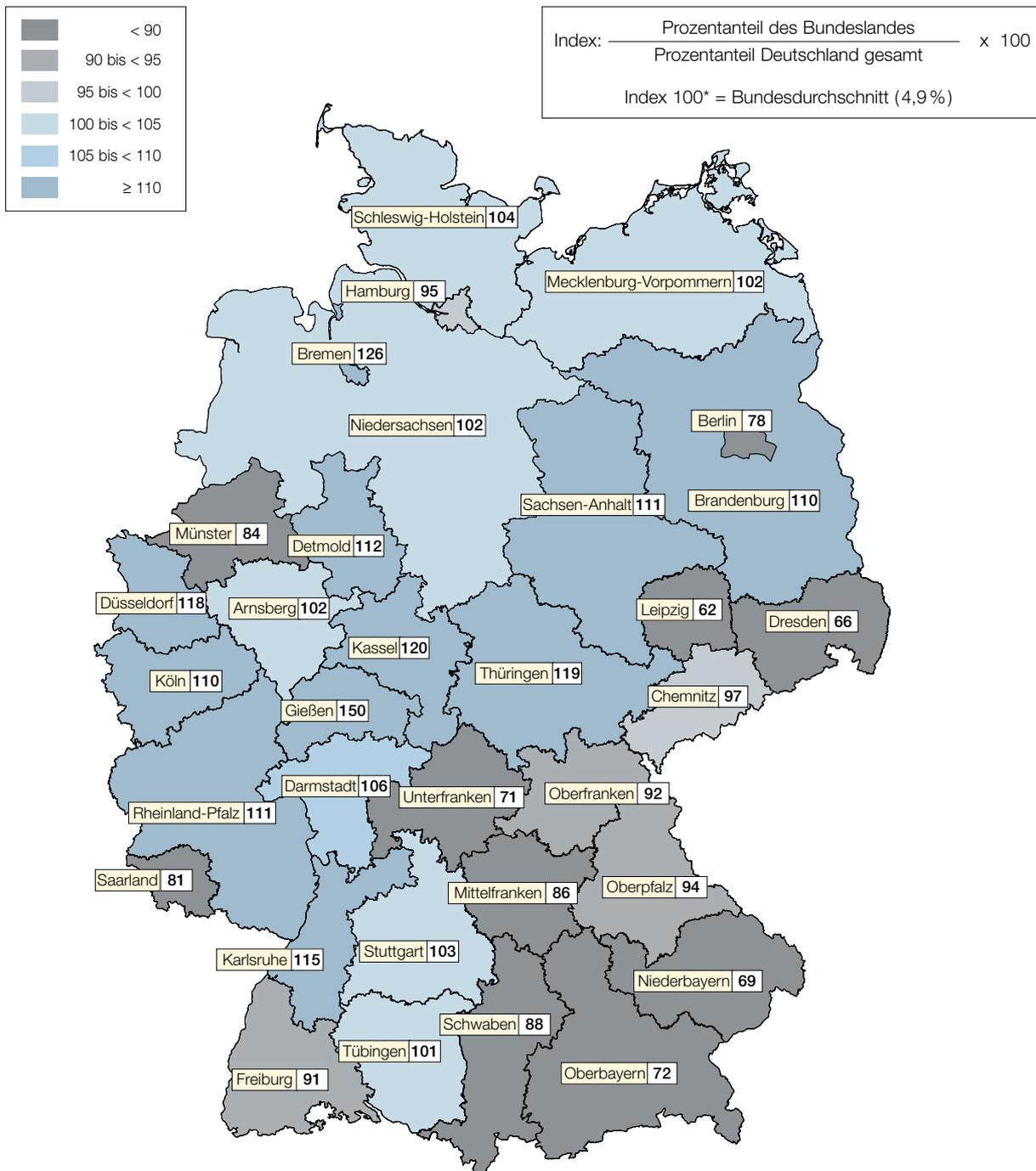


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzungsplanung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 4,9 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Anteil an Nutzungsplanern in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Der Trend der Nutzungsplanung geht auch 2008 wieder leicht zurück. Lediglich 4,9 Prozent – statt 5,7 Prozent im Vorjahr – der Bevölkerung über 14 Jahren plant, innerhalb der nächsten zwölf Monate das Internet zu nutzen. Bei dem insgesamt geringen Anteil der Nutzungsplaner von 4,9 Prozent erscheinen die regionalen Unterschiede größer, als sie tatsächlich sind: Ein Prozentpunkt über oder unter dem Durchschnittswert lässt den Index-Wert bereits um 20 Punkte nach unten oder oben abweichen. Erfreulich ist, dass die Mehrheit der östlichen Bundesländer den Gesamtdurchschnitt übersteigt.

Nutzungsplaner nach Regierungsbezirken 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



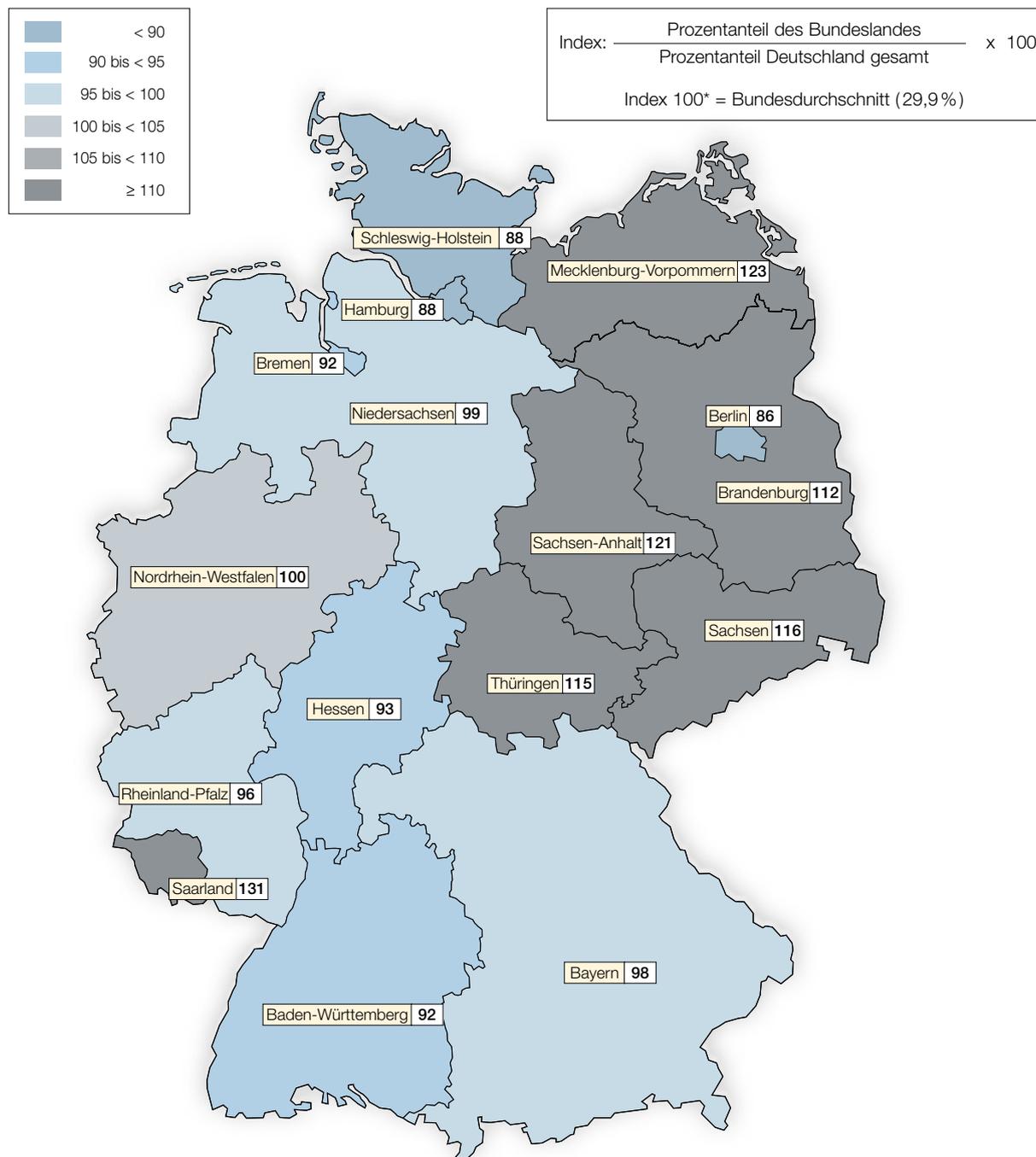
* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 32. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 95 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 4,9 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Auf der Regierungsbezirksebene ergibt sich ein heterogenes Bild hinsichtlich der Nutzungsplaner. Allerdings sollten die Unterschiede nicht überbewertet werden. Der scheinbar große Unterschied von 52 Indexpunkten zwischen Düsseldorf und Dresden steht für eine Differenz von lediglich 2,5 Prozentpunkten.

6. Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht (Offliner)

Offliner nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

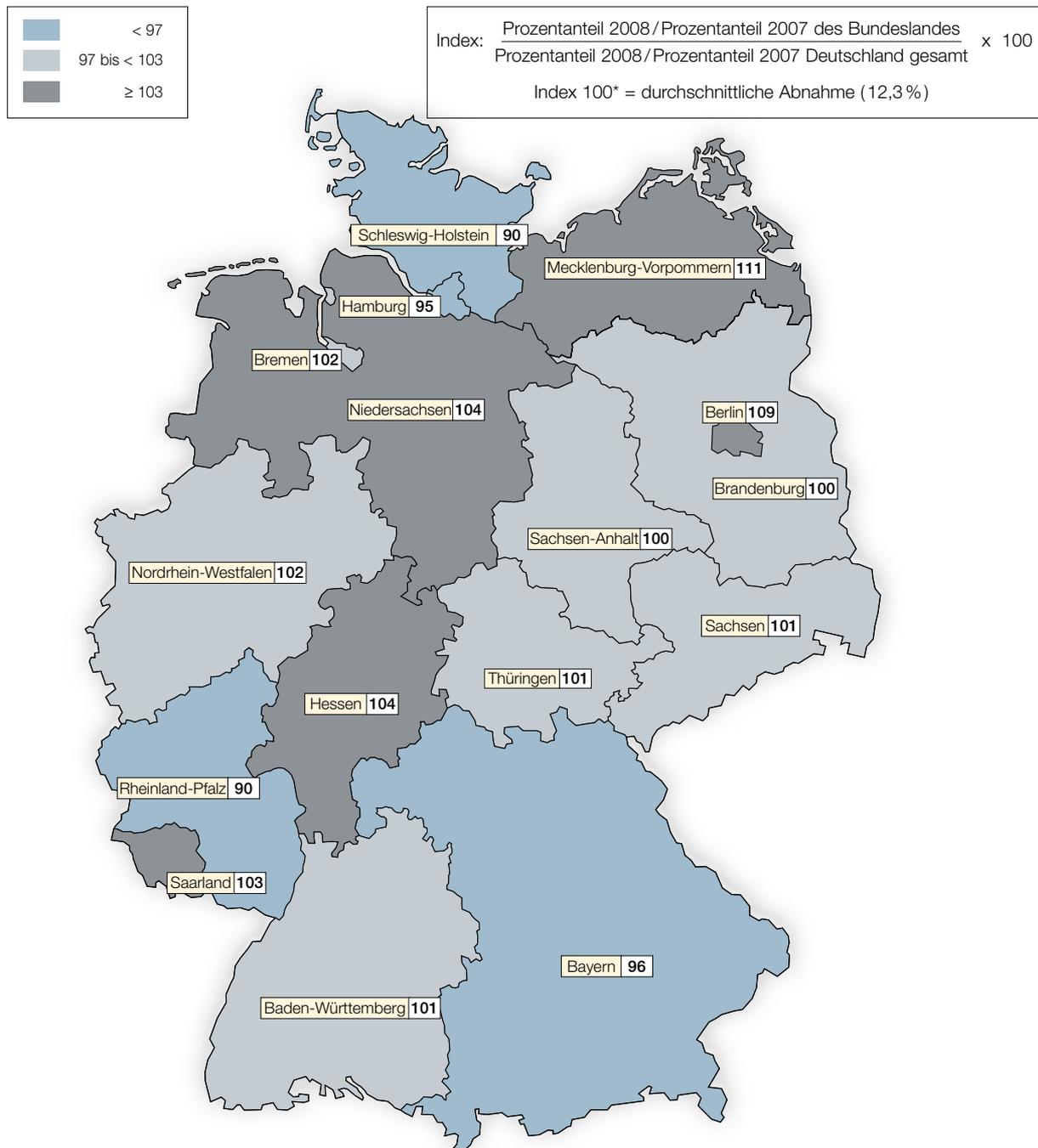


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnichtnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 29,9 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Offliner-Anteil in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Bei der Betrachtung der Offliner, also der Nichtnutzer, die es auch in den nächsten zwölf Monaten bleiben wollen, besteht nach wie vor eine klare Ost-West-Trennung. Positive Ausnahme im Osten ist Berlin mit dem bundesweit niedrigsten Offliner-Anteil. Im Westen fällt der hohe Offliner-Anteil im Saarland auf.

Offliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt 2007/2008)

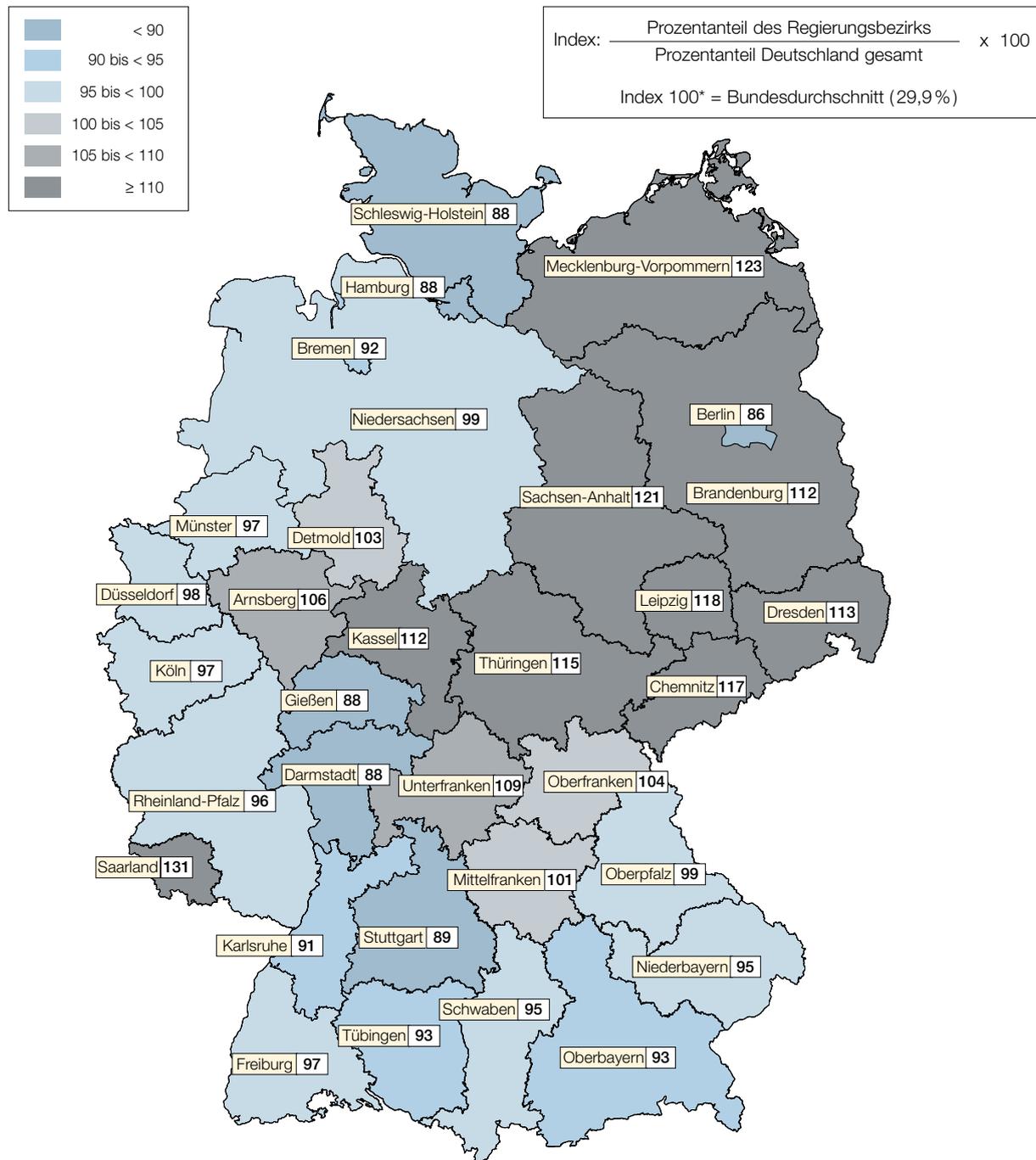


* Indexwerte unter 100 bedeuten eine stärkere Abnahme der Offliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte über 100 bedeuten eine geringere Abnahme.

Der Offliner-Anteil liegt 2008 erstmals unter 30 Prozent (Bundesdurchschnitt 29,9 Prozent). Im Vergleich zum Offliner-Anteil von 34,1 Prozent des letzten Jahres entspricht dies einem relativen Rückgang bzw. einer durchschnittlichen Abnahme von 12,3 Prozent. In den Bundesländern Schleswig-Holstein und Rheinland-Pfalz nahm die Zahl der Offliner 2008 am deutlichsten ab, während die Offliner in Berlin und Mecklenburg-Vorpommern nur in geringem Maße abnahmen.

Offliner nach Regierungsbezirken 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

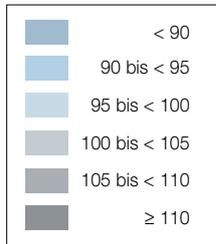


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 88 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 29,9 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Auch 2008 prägt beim Blick auf die Offliner in den einzelnen Regierungsbezirken die fortbestehende Ost-West-Teilung das Bild. Nach wie vor finden sich in den neuen Bundesländern und im Saarland die höchsten Index-Werte. Allerdings beginnt das Bild zu verschwimmen. Westliche Regierungsbezirke wie Unterfranken und Kassel verbuchen ebenfalls einen überdurchschnittlich großen Offliner-Anteil. Bezirke mit geringem Offliner-Anteil, wie z. B. Berlin, Gießen, Darmstadt und Hamburg, rangieren 2008 nur noch leicht über 25 Prozent.

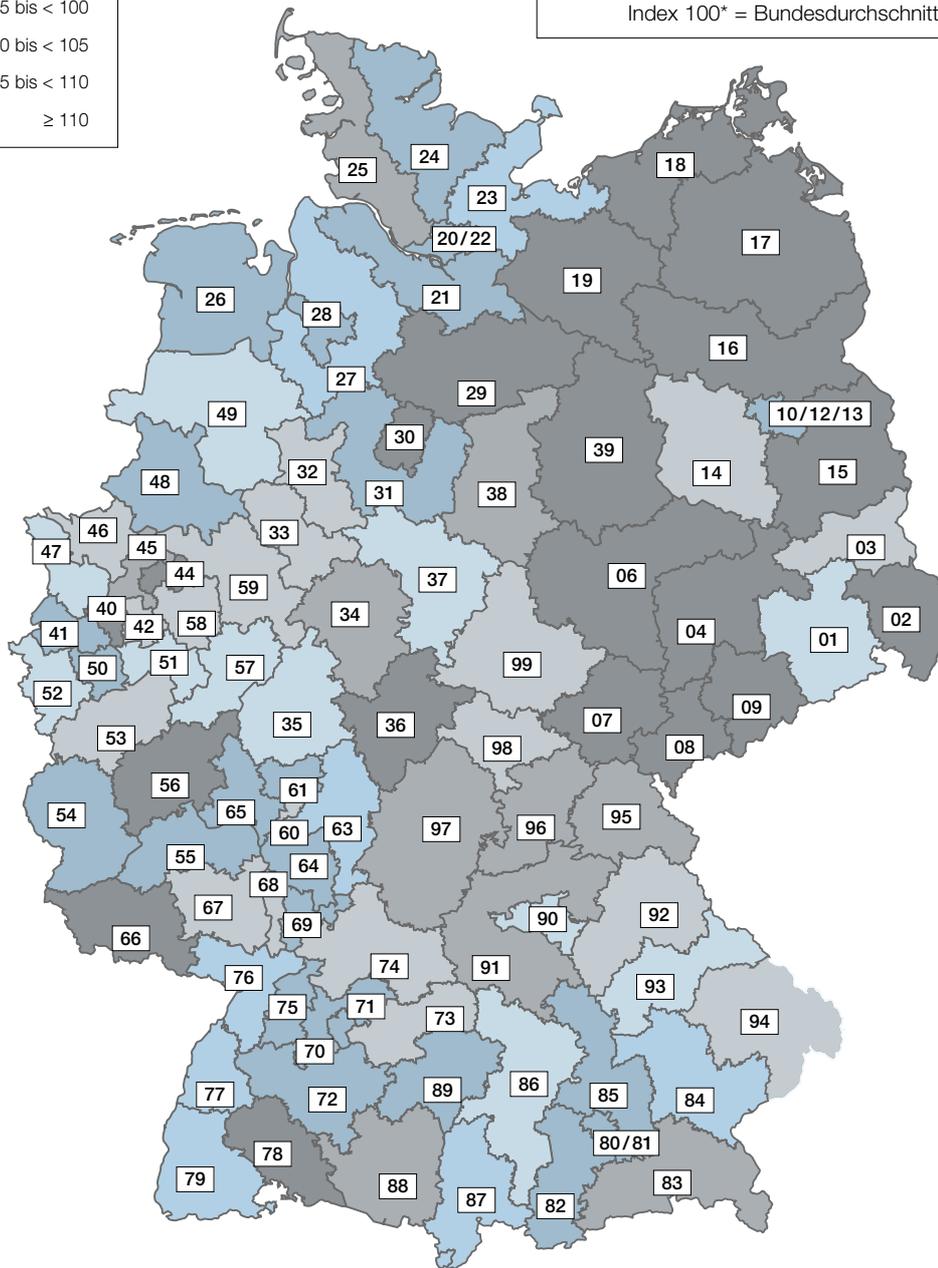
Offliner nach Postleitzahlengebieten 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



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

Index 100* = Bundesdurchschnitt (29,9%)



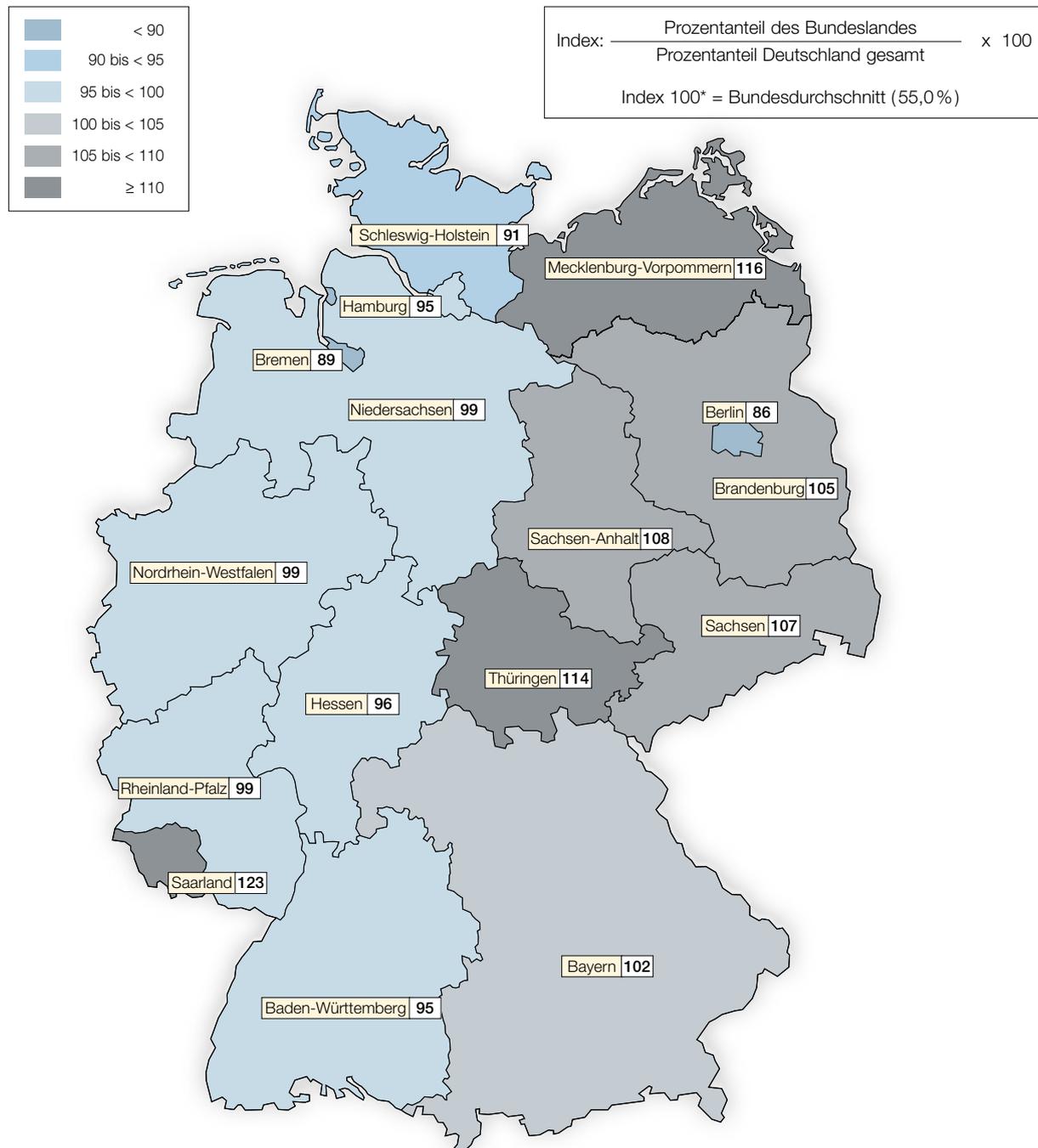
PLZ	Index
01	= 97
02	= 147
03	= 104
04	= 123
06	= 121
07	= 127
08	= 120
09	= 115
10/12/13	= 86
14	= 103
15	= 118
16	= 113
17	= 110
18	= 136
19	= 116
20/22	= 88
21	= 86
23	= 94
24	= 81
25	= 105
26	= 84
27	= 90
28	= 89
29	= 115
30	= 121
31	= 83
32	= 100
33	= 101
34	= 107
35	= 95
36	= 116
37	= 98
38	= 108
39	= 126
40	= 110
41	= 94
42	= 100
44	= 117
45	= 109
46	= 101
47	= 99
48	= 86
49	= 95
50	= 87
51	= 99
52	= 97
53	= 104
54	= 81
55	= 87
56	= 110
57	= 99
58	= 102
59	= 104
60	= 103
61	= 75
63	= 91
64	= 80
65	= 79
66	= 127
67	= 103
68	= 102
69	= 81
70	= 82
71	= 84
72	= 78
73	= 101
74	= 103
75	= 79
76	= 94
77	= 91
78	= 111
79	= 92
80/81	= 81
82	= 89
83	= 105
84	= 93
85	= 88
86	= 96
87	= 93
88	= 107
89	= 85
90	= 98
91	= 105
92	= 104
93	= 97
94	= 103
95	= 105
96	= 106
97	= 107
98	= 103
99	= 104

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

Basiskarte: www.kartenwelten.de; Zuordnung der Postleitzahlennummerierung siehe Anhang

Offliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

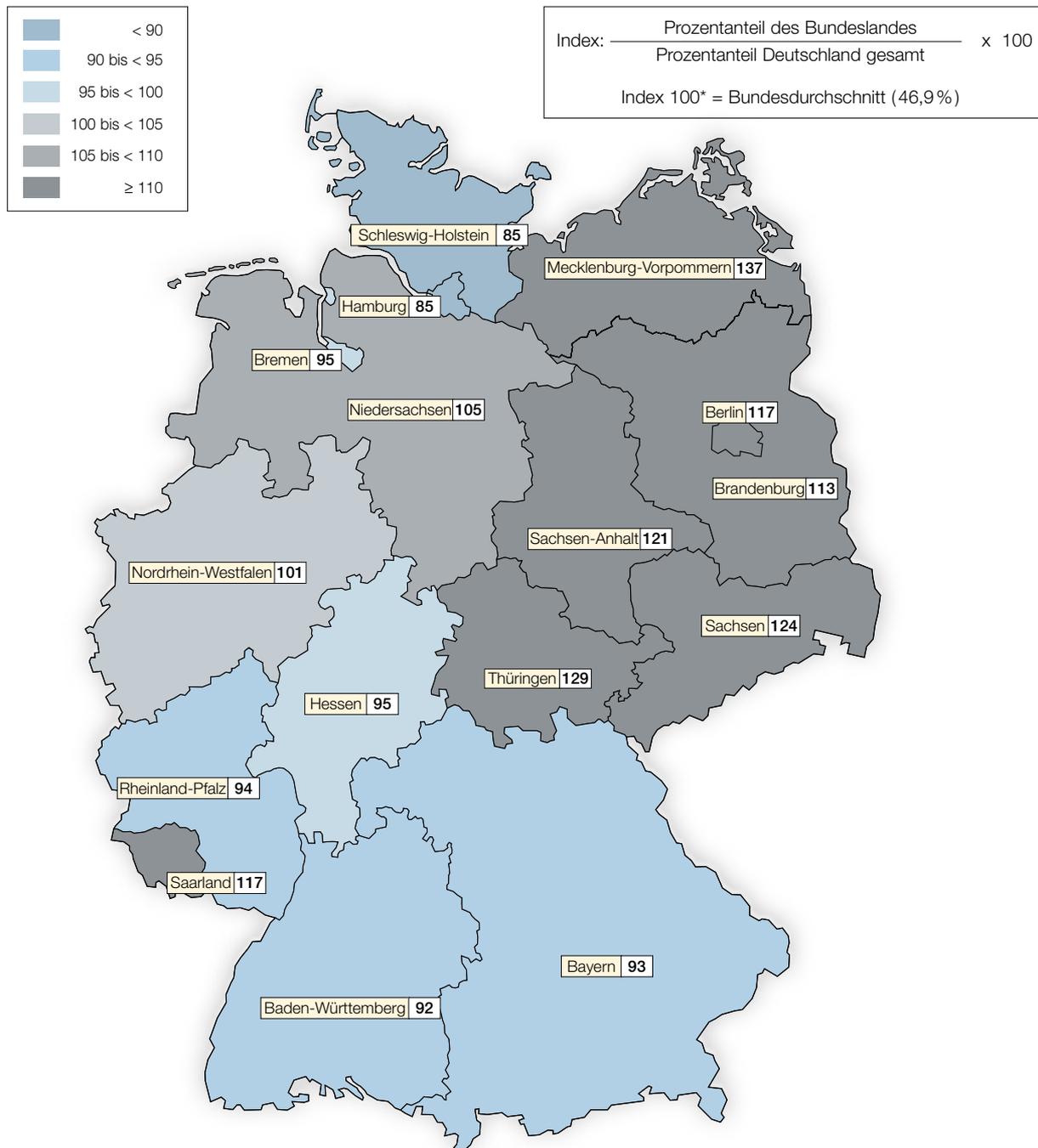


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Der Anteil der Offliner unter den „Best Ager“ (ab 50 Jahre) ist weiter gesunken und beträgt aktuell 55 Prozent. Dabei sind in den Stadtstaaten Berlin und Bremen am wenigsten „Best Ager“ offline. Überdurchschnittlich viele Offliner in dieser Altersgruppe haben neben den ostdeutschen Flächenländern das Saarland und tendenziell auch Bayern aufzuweisen.

Offliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

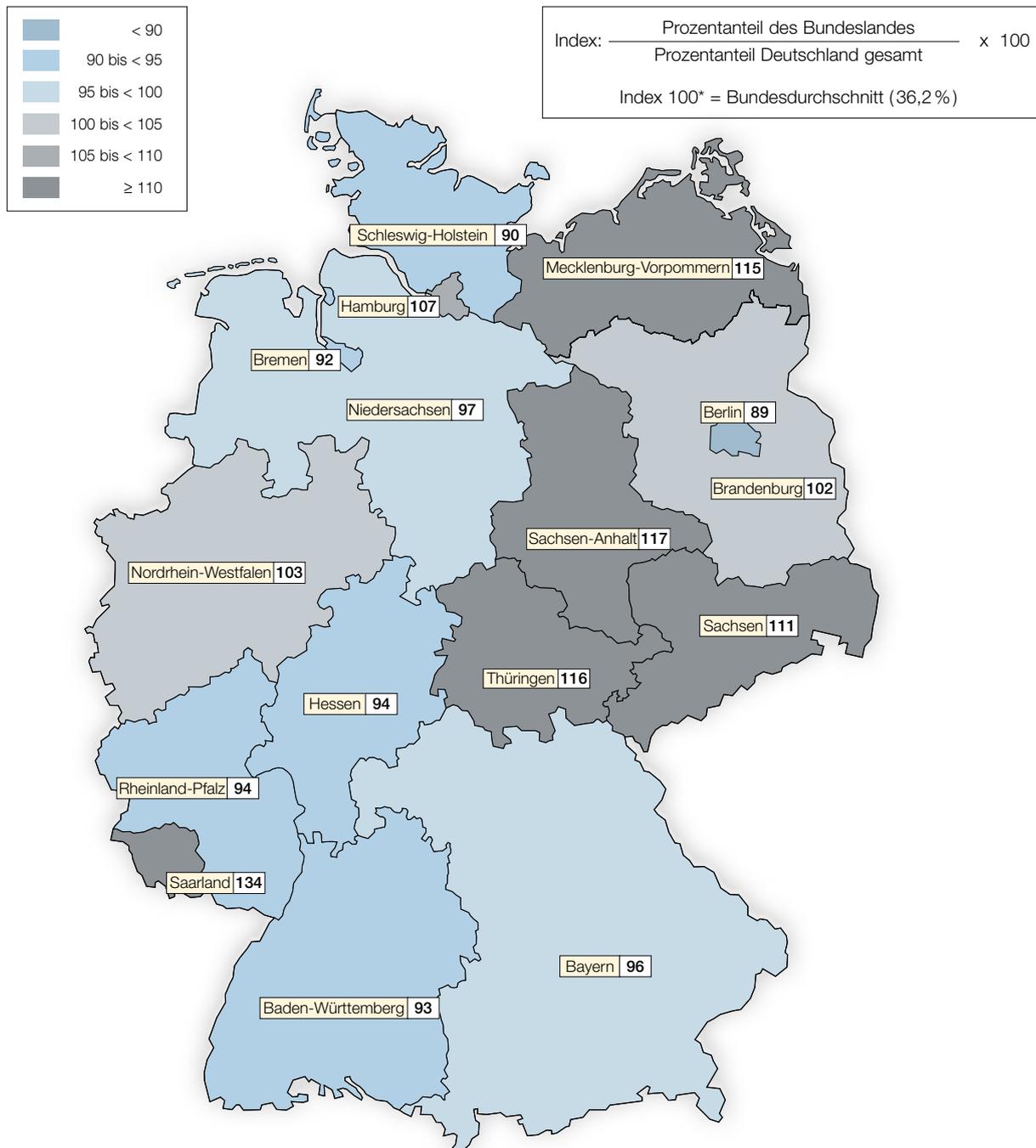


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Bei den Personen mit einfachem Bildungsabschluss ergibt sich 2008, wie in den Jahren zuvor, auch eine eindeutige Trennung zwischen West und Ost. Mit den Ausnahmen Schleswig-Holstein und den Stadtstaaten Hamburg/Bremen weisen aber auch alle Bundesländer im Norden der Bundesrepublik überdurchschnittlich hohe Werte bei den Offlinern mit einfachem Bildungsabschluss auf.

Offliner: Frauen nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

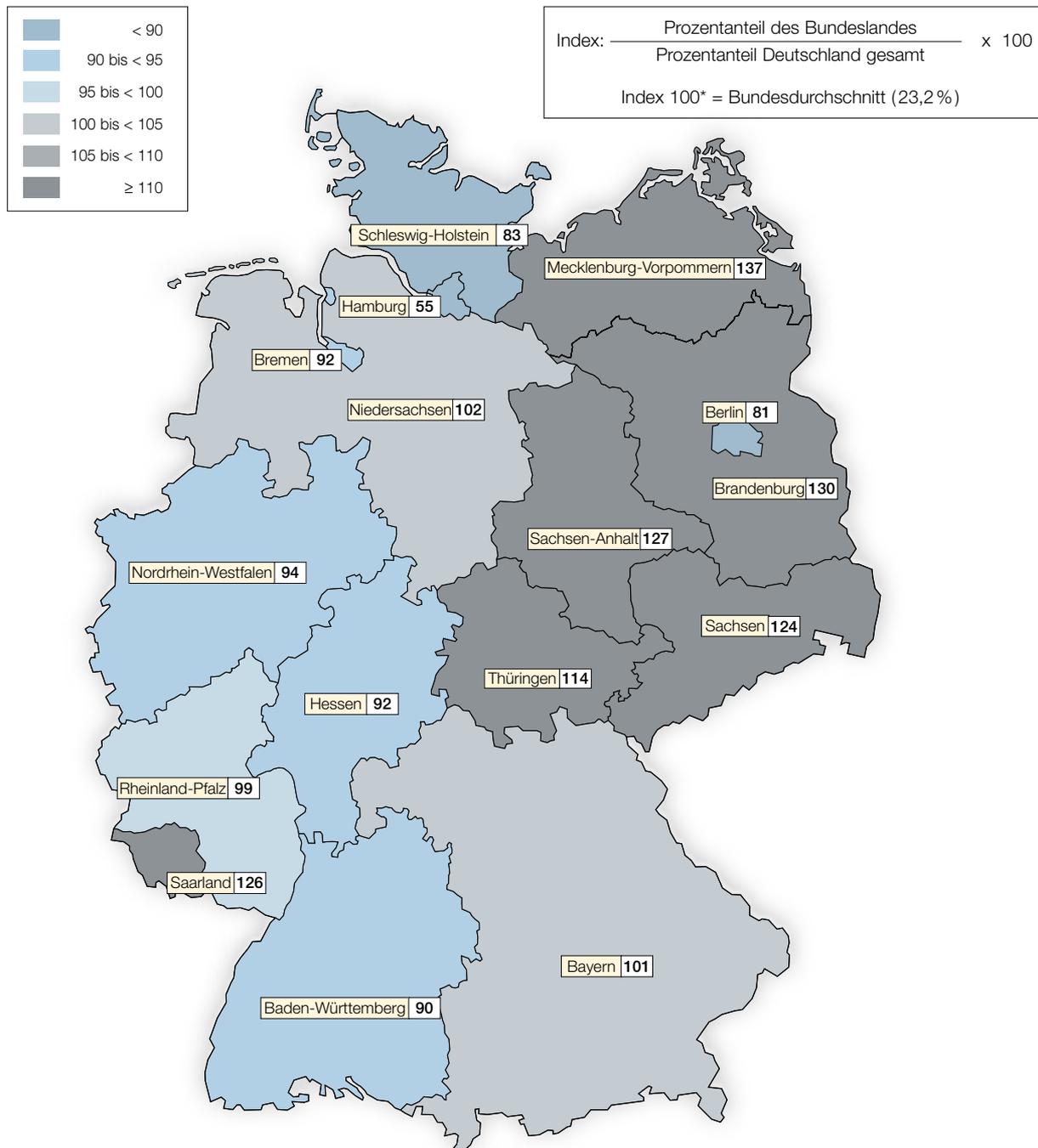


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Auch 2008 nimmt der durchschnittliche Offliner-Anteil der Frauen ab und beträgt nun 36,2 Prozent. Am geringsten ist der Offliner-Anteil der Frauen dabei in Berlin (32,4 Prozent), Schleswig-Holstein und Bremen; dicht gefolgt von Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz (34,2 Prozent). In all diesen Bundesländern sind nur noch etwa ein Drittel der Frauen nicht im Internet!

Offliner: Männer nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



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

Im Bundesdurchschnitt sind 23,2 Prozent der Männer Nichtnutzer ohne Nutzungsabsicht. Damit liegt der Offliner-Anteil der Männer erstmals unter einem Viertel. Die Bundesländer Hamburg, Berlin und Schleswig-Holstein liegen sogar unter der 20-Prozent-Marke. Auch in Baden-Württemberg, Hessen, Bremen und Nordrhein-Westfalen wird es aller Voraussicht nach nicht mehr lange dauern, bis die 20-Prozent-Marke fällt.

7. Internetnutzung nach Geschlecht

Internetnutzung nach Geschlecht und Bundesländern 2008

Frauen (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	3.326	61,2	5,0	33,8
Bayern	4.001	60,7	4,7	34,7
Berlin	1.092	63,2	4,4	32,4
Brandenburg	919	58,0	5,2	36,8
Bremen	215	59,0	7,5	33,5
Hamburg	549	56,5	4,8	38,7
Hessen	1.927	59,9	6,1	34,1
Mecklenburg-Vorpommern	617	51,9	6,5	41,6
Niedersachsen	2.643	59,1	5,9	35,0
Nordrhein-Westfalen	5.807	56,3	6,3	37,3
Rheinland-Pfalz	1.341	60,5	5,3	34,2
Saarland	352	47,3	4,3	48,3
Sachsen	1.575	56,1	3,9	40,0
Sachsen-Anhalt	914	52,6	5,1	42,2
Schleswig-Holstein	942	61,8	5,4	32,7
Thüringen	856	51,4	6,8	41,8
Gesamt	27.075	58,3	5,5	36,2

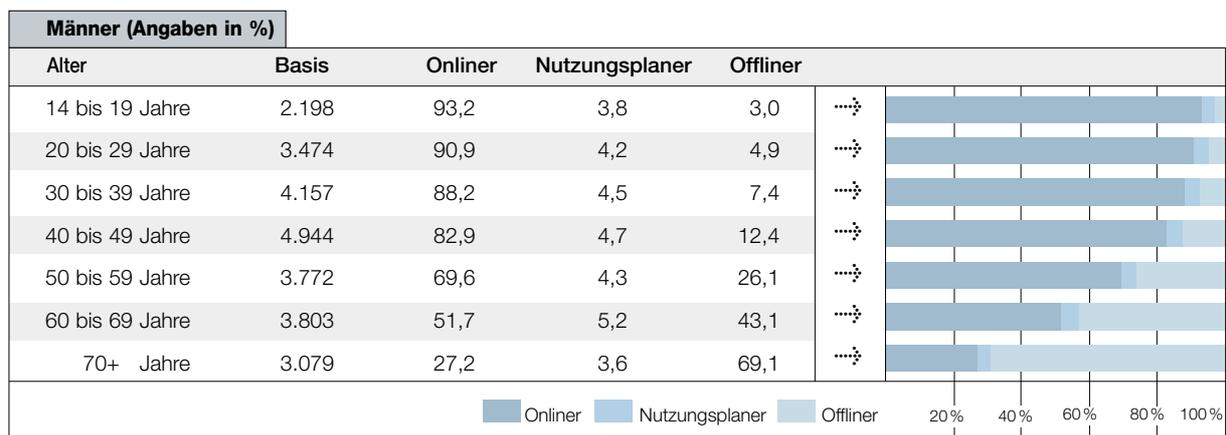
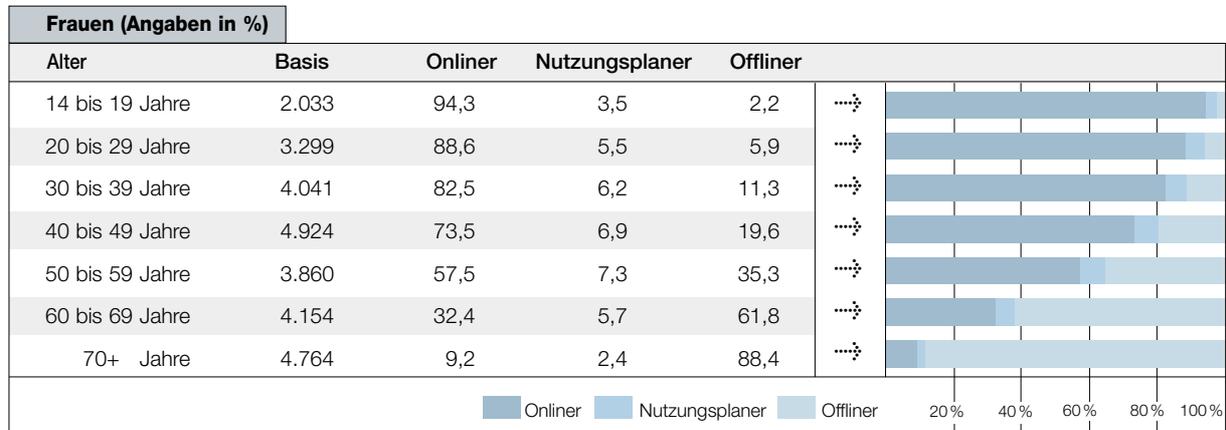
höchster Onliner-Anteil
 höchster Offliner-Anteil

Männer (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	3.147	73,9	5,3	20,8
Bayern	3.754	73,3	3,2	23,5
Berlin	1.013	77,8	3,3	18,9
Brandenburg	893	64,2	5,7	30,1
Bremen	200	73,8	4,9	21,3
Hamburg	502	82,7	4,6	12,7
Hessen	1.832	73,2	5,5	21,3
Mecklenburg-Vorpommern	601	64,6	3,5	31,8
Niedersachsen	2.502	72,1	4,2	23,7
Nordrhein-Westfalen	5.381	74,0	4,1	21,9
Rheinland-Pfalz	1.258	71,3	5,6	23,1
Saarland	326	67,1	3,6	29,3
Sachsen	1.465	67,5	3,6	28,8
Sachsen-Anhalt	851	64,5	5,9	29,6
Schleswig-Holstein	895	75,8	4,8	19,4
Thüringen	809	68,4	5,0	26,6
Gesamt	25.428	72,4	4,4	23,2

höchster Onliner-Anteil
 höchster Offliner-Anteil

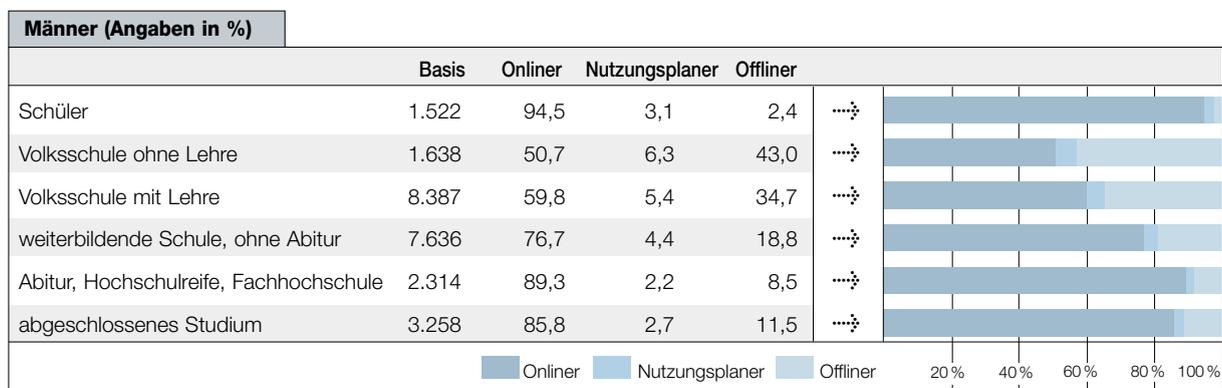
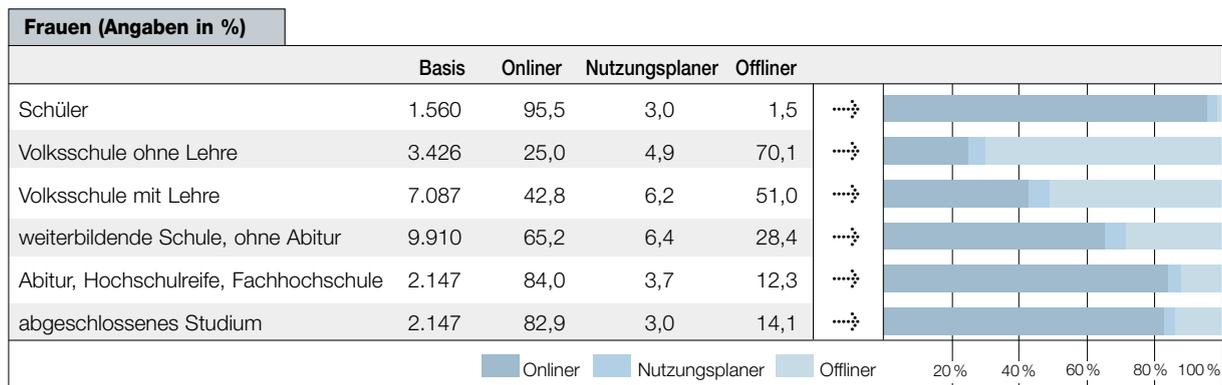
Berlin führt auch in diesem Jahr mit 63,2 Prozent das Bundesländer-Ranking der Frauen an. Bei den Männern erreicht Hamburg mit 82,7 Prozent den Spitzenplatz. Das Saarland besitzt bei den Frauen den höchsten Offliner-Anteil. Bei den Männern hat Mecklenburg-Vorpommern den größten Anteil von Nichtnutzern ohne Nutzungsabsicht.

Internetnutzung nach Geschlecht und Alter 2008



Ogleich 2008 der Onliner-Anteil der Männer 2008 stärker zunahm als der bei den Frauen, liegen die weiblichen Teenager in ihrer Internetnutzung wieder vor den männlichen Jugendlichen im selben Alter. In den Altersgruppen ab 20 Jahren gilt aber auch in 2008: Mit steigendem Alter nehmen die Unterschiede zwischen den Geschlechtern bei insgesamt sinkenden Onliner-Anteilen zu. Während sich für die Altersgruppe von 20-29 Jahren lediglich ein Unterschied von 2,3 Prozentpunkten zwischen den Geschlechtern ergibt (Männer: 90,9 Prozent; Frauen: 88,6 Prozent), beträgt die Abweichung in der Altersgruppe über 70 Jahre ganze 18 Prozentpunkte. Bei den Frauen ab 39 Jahren nimmt der Onliner-Anteil stark ab, bei den Männern sinkt der Anteil erst ab 49 Jahren deutlich. Auch in den folgenden Altersklassen scheinen vergleichbare Werte um nahezu zehn Jahre versetzt.

Internetnutzung nach Geschlecht und Bildung 2008



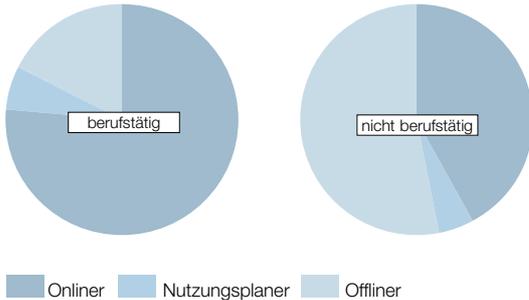
Bildung hat einen positiven Effekt auf die Internetnutzung beider Geschlechter. Während die Schülerinnen einen leicht größeren Onliner-Anteil aufweisen als die Schüler, liegen bei den Befragten mit abgeschlossenem Studium die Männer leicht vorne. Auch bei den Personen mit Abitur, Hochschulreife und Fachhochschule liegen Männer und Frauen zumindest noch in einer vergleichbaren Größenklasse.

In allen anderen Bildungsschichten zeigen sich jedoch große Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Am größten wird diese Kluft zwischen Internetnutzerinnen mit einfachem Bildungsabschluss ohne Lehre (25 Prozent Onliner-Anteil) und den Internetnutzern mit einfachem Bildungsabschluss ohne Lehre (50,7 Prozent Onliner-Anteil). Hier liegt der Anteil der Männer mehr als doppelt so hoch wie der bei den Frauen.

Internetnutzung nach Geschlecht und Berufstätigkeit 2008

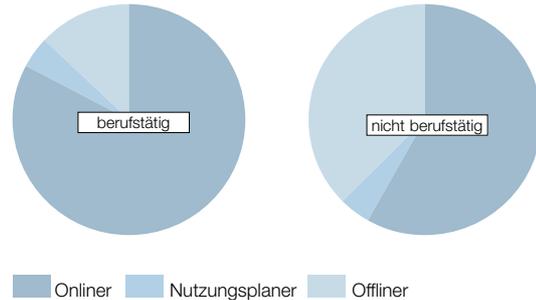
Frauen (Angaben in %)

	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	12.854	76,4	6,1	17,5
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	14.222	42,0	4,9	53,1



Männer (Angaben in %)

	Basis	Onliner	Nutzungspl.	Offliner
berufstätig, inkl. zzt. arbeitslos	14.731	82,7	4,4	12,9
nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)	10.696	58,2	4,4	37,5



Die Verbreitung der Internetnutzung ist bei nicht berufstätigen Frauen etwas langsamer angestiegen als bei nicht berufstätigen Männern. Demzufolge ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern mit 16,2 Prozentpunkten wieder etwas größer als 2007. In der Gruppe der Berufstätigen nimmt der Abstand jedoch von ca. zehn Prozentpunkten auf 6,3 Prozentpunkte ab.

8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen

Den Frauenanteil im Netz auf mindestens 50 Prozent steigern!



Mit diesem einfachen Ziel startete vor zehn Jahren die Aktion „Frauen ans Netz“ und entwickelte sich mit über 160.000 Teilnehmerinnen bis Ende 2005 zu Deutschlands erfolgreichster Internet-Initiative für Frauen: An 330 Orten wurden praxisorientierte Internet-Kurse von Frauen für Frauen bei lokalen Bildungseinrichtungen durchgeführt. Die Initiatorinnen waren zuversichtlich, den Frauenanteil von 29 Prozent erheblich steigern zu können. 2001 lag er dann schon bei 42 Prozent, 2005 bei 45 Prozent, 2008 bei 46,2 Prozent.

Mit der Betrachtung der damaligen Zahlen nach Alter, Einkommen, Bildungsabschluss und Ortsgröße zeigte sich jedoch, wie die unterschiedlichen Lebenssituationen von Frauen auf die Onlinenutzung wirken. Insbesondere ältere Frauen ab 50 Jahren profitierten von einem zweiten Angebot, das sich ab 2004 an die Generation 50plus richtete. Gefördert vom Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend bildete sich ein breites Aktionsbündnis, das mit einem generationen- und gendergerechten Curriculum mehr als 36.000 Seniorinnen und Senioren zwei Jahre lang bei den ersten Schritten ins Netz unterstützte. Das Aktionsbündnis setzte auch 2006 und 2007 seine Angebote fort.

Frau ist nicht gleich Frau

Dennoch bleibt das Fazit: 50 Prozent Frauenanteil im Netz sind bisher nicht erreicht. Grund genug, die Situation 2008 genauer in den Blick zu nehmen. Nur 42 Prozent der Internetneuzugänge von rund drei Millionen sind Frauen. Die jungen Frauen bis 19 Jahren haben mit gut 94 Prozent die Männer um gut einen Prozentpunkt überflügelt. Mit über sechs Prozentpunkten ist die Nutzung bei den 40- bis 69-jährigen Frauen gar am stärksten gestiegen. Unter zehn Prozent und mit der geringsten Zuwachsrate von drei Prozentpunkten sind die Frauen ab 70 Jahren fast abgehängt. Bei den Männern gibt es dagegen gerade in der bevölkerungsstarken

Altergruppe ab 60 Jahren die stärksten Zuwächse auf einem fast 20 Prozentpunkte höheren Niveau. Betrachten wir das Geschlechterverhältnis in den Altersgruppen bis 49 Jahren und ab 50 Jahren, so bestätigt sich der Eindruck: Der Unterschied zwischen Frauen und Männern bei den unter 50-Jährigen liegt bei gerade 5,3 Prozentpunkten, beide liegen über 80 Prozent. Der Unterschied in der Gruppe 50plus beträgt dagegen 19,7 Prozentpunkte, bei knapp einem Drittel Nutzung von Frauen. Beziehen wir die Berufstätigkeit mit ein, lassen sich in den beiden Altersgruppen die Rentner von den Auszubildenden, Schülern und Studenten trennen. Ob berufstätig oder nicht berufstätig, macht bei den bis 49-Jährigen kaum einen Unterschied: Die Nutzung liegt bei fast 85 bzw. 87 Prozent. Bei den über 50-Jährigen schrumpft der Onliner-Anteil um über die Hälfte von 66 auf knapp 29 Prozent bei Nicht-Berufstätigen.

Passgenaue Anreize für die Nutzung schaffen!

Seit mehreren Jahren zeichnet sich ab, dass wir eine Gruppe älterer Menschen mit hohem Frauenanteil bisher vom Nutzen des Internets für die Beschaffung von Informationen, die Bewältigung von Alltagsaufgaben und als Plattform für gesellschaftliche und politische Beteiligung nicht überzeugen konnten. Auch Web 2.0-Angebote erreichen diese bisher kaum.

Die ungleichmäßig verlaufende Entwicklung in die Informationsgesellschaft schafft eine Vielfalt an Herausforderungen, der nur mit einem Bündel von Maßnahmen angemessen begegnet werden kann. Mit fast 16 Millionen sind 55 Prozent der älteren Menschen derzeit offline. Ihnen fehlt es eher nicht an weiteren Informationen, sondern an konkreten Erfahrungsmöglichkeiten vergleichbar denjenigen, die Schüler, Studenten und Berufstätige in ihrem institutionellen und beruflichen Alltag haben. Darüber hinaus müssen zukünftig stärker informelle Vermittlungswege sowie persönliche Kontakte und Netzwerke zur Weitergabe von Erfahrungswissen von Onlinern an Offliner aktiviert werden. Auch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren vor Ort benötigen konkrete Unterstützung bei der täglichen Medienkompetenzentwicklung.

Birgit Kampmann

Geschäftsführerin

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

Internetnutzung nach Altersgruppen und Bundesländern 2008

14 bis 49 Jahre (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	3.665	86,3	5,2	8,5
Bayern	4.463	86,3	4,0	9,6
Berlin	1.192	86,8	3,8	9,4
Brandenburg	1.013	79,5	6,2	14,3
Bremen	215	84,1	7,8	8,0
Hamburg	599	88,7	4,7	6,5
Hessen	2.058	86,5	6,3	7,2
Mecklenburg-Vorpommern	693	77,7	6,0	16,4
Niedersachsen	2.809	85,9	5,6	8,6
Nordrhein-Westfalen	6.122	85,3	5,2	9,6
Rheinland-Pfalz	1.428	86,3	5,9	7,8
Saarland	352	82,6	4,6	12,8
Sachsen	1.596	83,8	3,7	12,5
Sachsen-Anhalt	940	78,6	5,8	15,6
Schleswig-Holstein	1.013	87,2	5,8	7,0
Thüringen	914	83,5	5,6	11,0
Gesamt	29.071	85,2	5,1	9,7

höchster Onliner-Anteil
 höchster Offliner-Anteil

50+ Jahre (Angaben in %)				
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Baden-Württemberg	2.809	42,7	5,0	52,3
Bayern	3.292	40,3	3,9	55,9
Berlin	914	48,7	3,9	47,4
Brandenburg	798	37,7	4,4	57,9
Bremen	200	46,7	4,5	48,7
Hamburg	452	42,9	4,6	52,5
Hessen	1.701	41,9	5,2	52,9
Mecklenburg-Vorpommern	525	32,4	3,9	63,7
Niedersachsen	2.336	40,9	4,4	54,7
Nordrhein-Westfalen	5.067	40,1	5,4	54,5
Rheinland-Pfalz	1.171	40,7	5,0	54,4
Saarland	326	29,0	3,3	67,7
Sachsen	1.444	37,0	3,9	59,1
Sachsen-Anhalt	824	35,4	5,1	59,6
Schleswig-Holstein	824	45,8	4,4	49,8
Thüringen	751	30,7	6,3	63,0
Gesamt	23.432	40,3	4,7	55,0

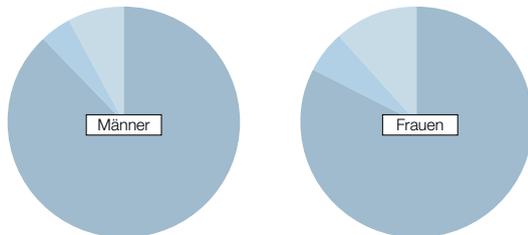
höchster Onliner-Anteil
 höchster Offliner-Anteil

Den höchsten Onliner-Anteil der 14- bis 49-Jährigen erreicht derzeit Hamburg: 88,7 Prozent sind in dieser Altersgruppe online. Beinahe marginal fällt im Gegensatz dazu der Offliner-Anteil von 6,5 Prozent aus. In der Gruppe der „Best Ager“ kann Berlin sich ganz vorne platzieren: 48,7 Prozent Onliner und ein Offliner-Anteil von unter 50 Prozent zeichnen das Land aus. Mecklenburg-Vorpommern weist die höchste Offliner-Rate für die 14- bis 49-Jährigen und das Saarland den höchsten Offliner-Anteil für die Gruppe 50plus auf. Die Spannweite der regionalen Unterschiede bei der Internetnutzung ist für die 14- bis 49-Jährigen rückläufig. Bei den Befragten über 50 hingegen vergrößern sich die regionalen Unterschiede (elf Prozentpunkte bei den 14- bis 49-Jährigen, beinahe 20 Prozentpunkte bei den ab 50-Jährigen). Bundesländer wie Brandenburg, Sachsen oder Rheinland-Pfalz verbessern sich bei den „Best Agern“ deutlich, während Bundesländer wie z. B. das Saarland oder Mecklenburg-Vorpommern sich nur gering steigern.

Internetnutzung nach Altersgruppen und Geschlecht 2008

14 bis 49 Jahre (Angaben in %)

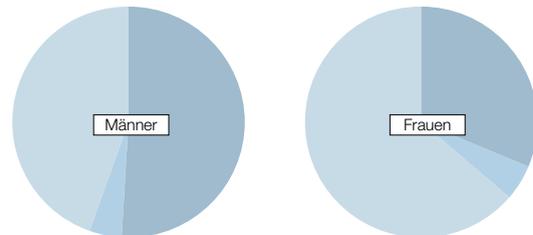
Basis (=100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer: 14.773	87,8	4,4	7,8
Frauen: 14.298	82,5	5,9	11,6



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

50+ Jahre (Angaben in %)

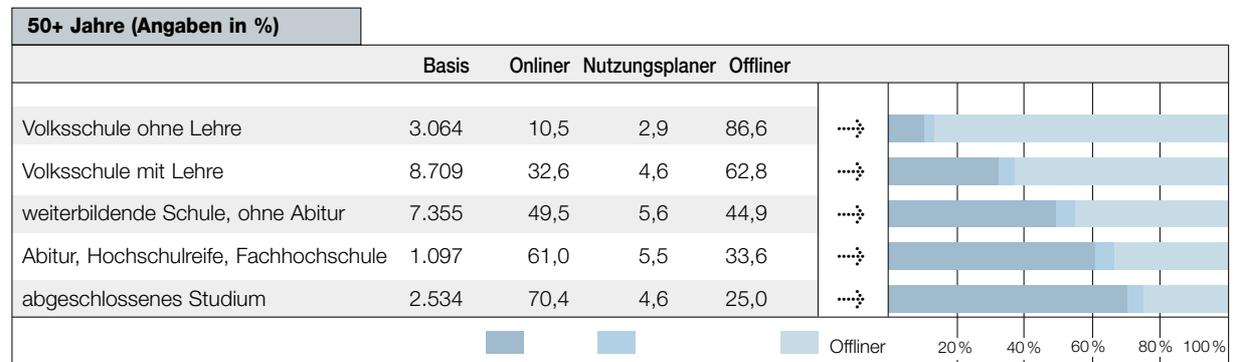
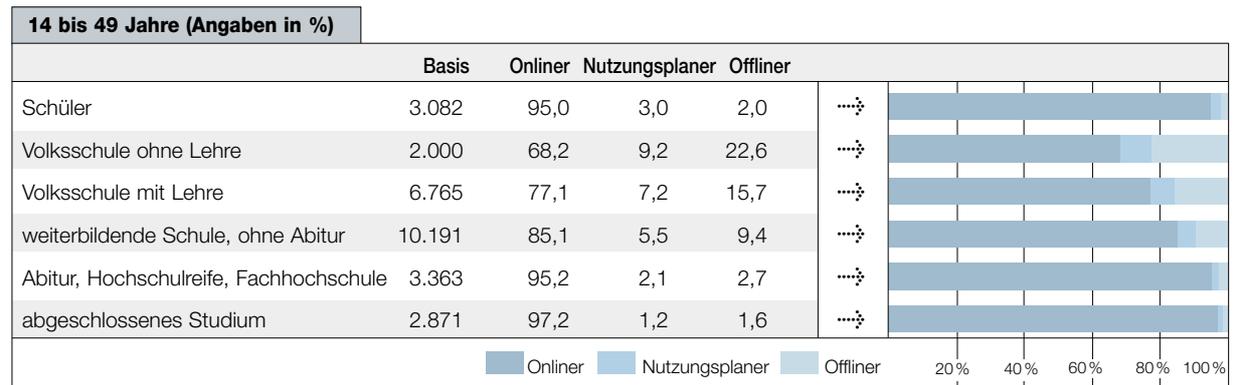
Basis (=100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer: 10.654	51,0	4,5	44,6
Frauen: 12.778	31,3	5,0	63,7



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

Sowohl bei den 14- bis 49-jährigen Frauen als auch bei den 14- bis 49-jährigen Männern ist 2008 ein Onliner-Anteil von über 80 Prozent zu beobachten. Die Männer liegen mit einer Rate von 87,8 Prozent jedoch nochmals um 5,3 Prozentpunkte über dem Anteil der Frauen (82,5 Prozent). Im Vergleich zu den Jahren davor verringert sich der Abstand erneut (10,0 Prozentpunkte in 2006 und 7,8 Prozentpunkte in 2007). Bei den ab 50-Jährigen hat sich der Geschlechterunterschied im Vergleich zum Vorjahr jedoch vergrößert: 31,3 Prozent der Frauen (2007: 27,8 Prozent) und 51,0 Prozent der Männer (2007: 44,3 Prozent) sind in dieser Altersgruppe online.

Internetnutzung nach Altersgruppen und Bildung 2008

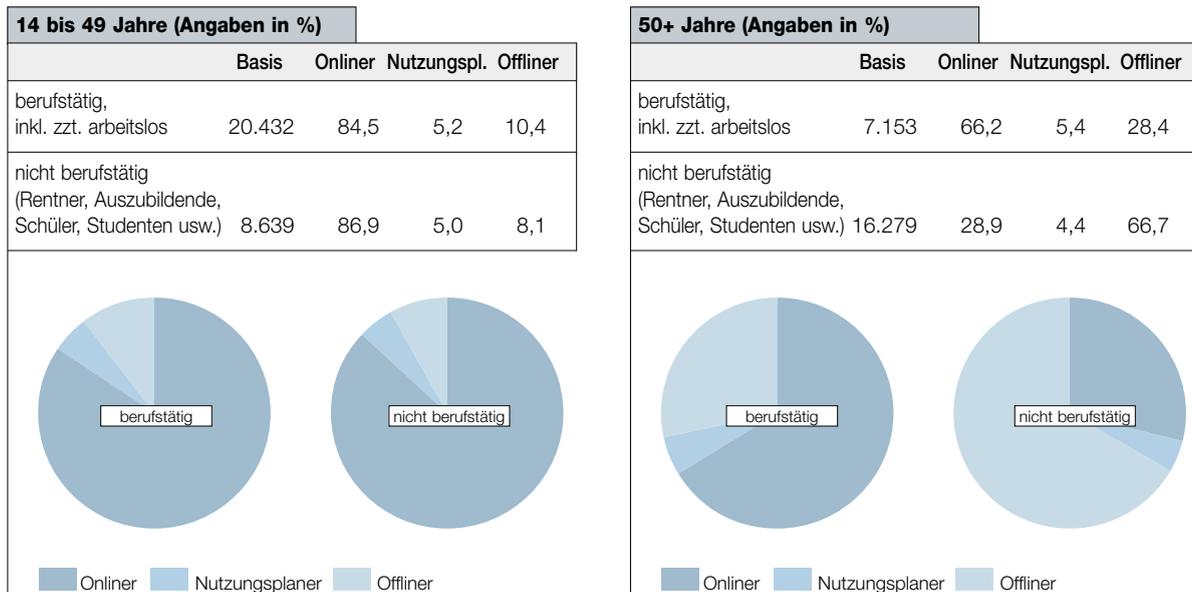


Bei den 14- bis 49-Jährigen mit einfachem Bildungsabschluss ist auch 2008 wieder ein erfreulicher Anstieg der Onliner zu erkennen: Der Zuwachs beträgt im Vergleich zum Vorjahr 6,7 Prozentpunkte bei den Befragten mit abgeschlossenem Lehre und 4,7 Prozentpunkte bei den Befragten ohne Lehre. Die unter 50-Jährigen mit mittlerer Bildung nutzen bereits zu über 85 Prozent das Internet. In den übrigen Bildungsgruppen liegt der Onliner-Anteil bei zukunftsweisenden 95 Prozent und darüber.

Die Analyse der „Best Ager“ in Kombination mit der Bildung zeigt hingegen noch immer sehr große Unterschiede. Während 70 Prozent der über 50-Jährigen mit abgeschlossenem Studium das Internet nutzen, sind lediglich 10,5 Prozent derselben Altersgruppe mit Volksschulabschluss ohne Lehre online.

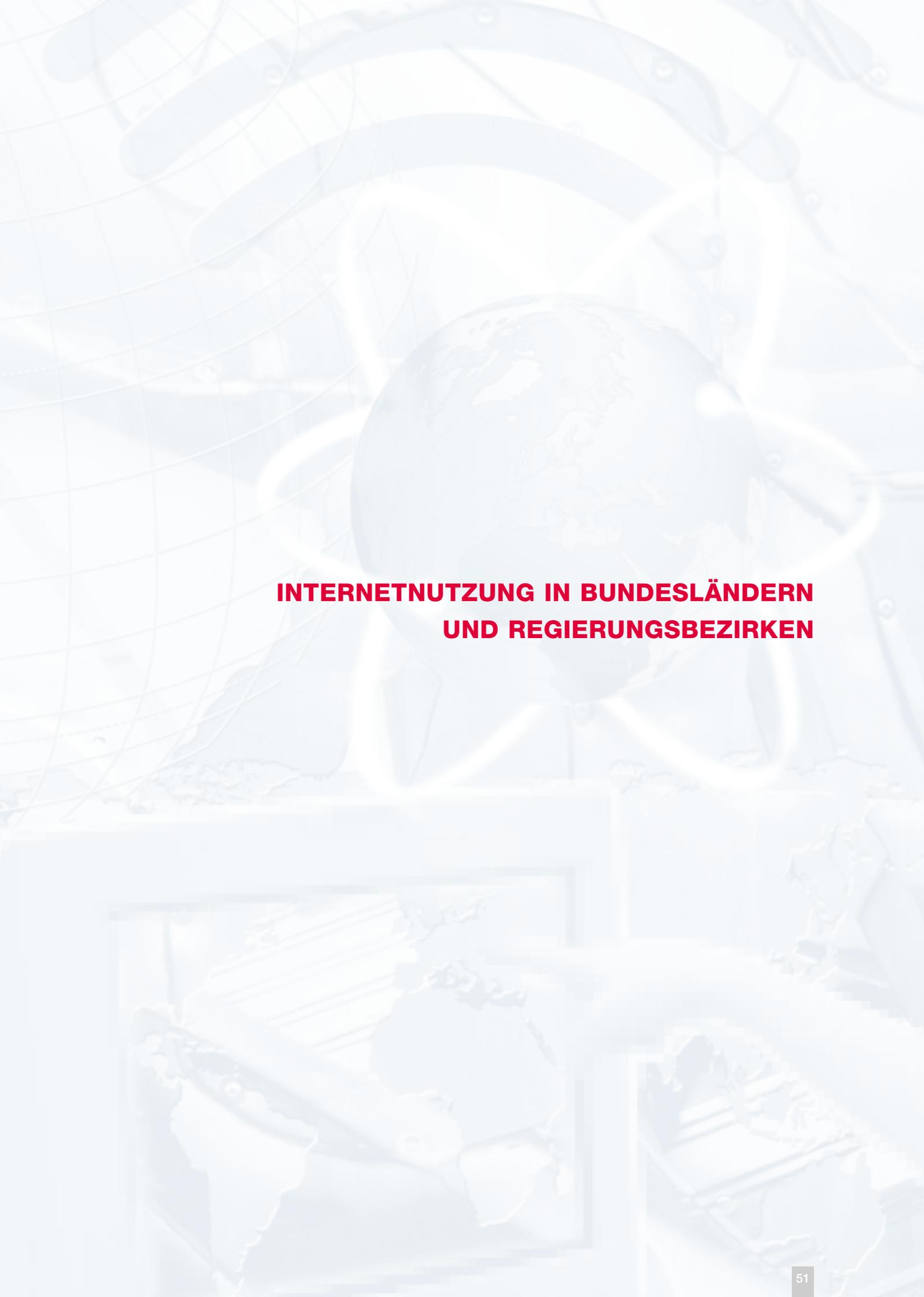
Der Innovationsprozess hat bei den 14- bis 49-Jährigen die Phase der „späten Mehrheit“ erreicht. Bei den „Best Ager“ befindet sich der Prozess noch im Stadium der „frühen Mehrheit“. Daher sind bei den höher Gebildeten unter 50 Jahren bereits Sättigungseffekte erkennbar, während bei den Bürgern mit einfachem Bildungsabschluss große Zuwachsraten bezüglich der Internetnutzung erzielt werden. Bei den „Best Ager“ hingegen ist eine stärkere Zunahme bei Personen mit mittlerer und höherer formaler Bildung ersichtlich.

Internetnutzung nach Altersgruppen und Berufstätigkeit 2008



Es zeigen sich deutlich die positiven Effekte von Ausbildung, Schule und Studium sowie der Berufstätigkeit auf die Internetnutzung. In der Altersgruppe von 14 bis 49 Jahren setzen sich die nicht Berufstätigen überwiegend aus Schülern, Studenten und Auszubildenden zusammen. Hier liegt der Onliner-Anteil mit 86,9 Prozent sogar leicht über dem der Berufstätigen.

Die Nicht-Berufstätigen ab 50 Jahren sind überwiegend Rentner und Hausfrauen. Mit 28,9 Prozent Internetnutzung liegt diese Gruppe weit unter dem Bundesdurchschnitt. Der Onliner-Anteil von 66,2 Prozent bei den berufstätigen „Best Ager“ zeigt den positiven Effekt der Berufstätigkeit auf die Internetnutzung.

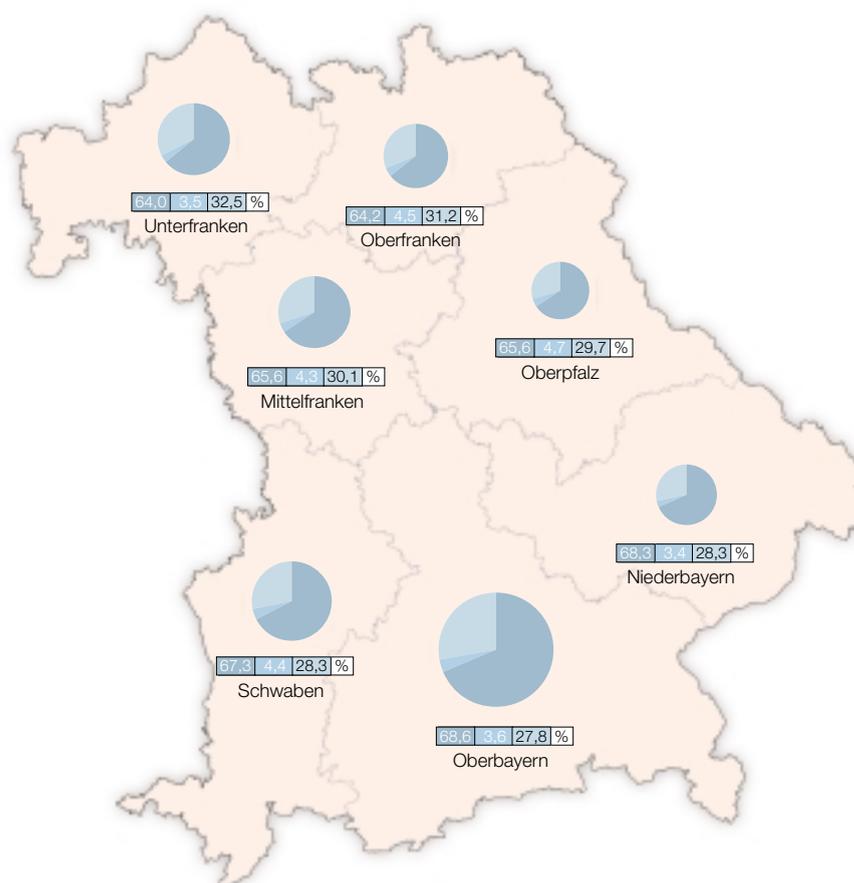
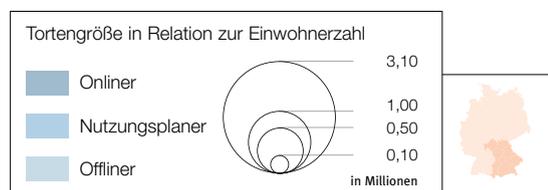


**INTERNETNUTZUNG IN BUNDESLÄNDERN
UND REGIERUNGSBEZIRKEN**

9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken

Bayern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

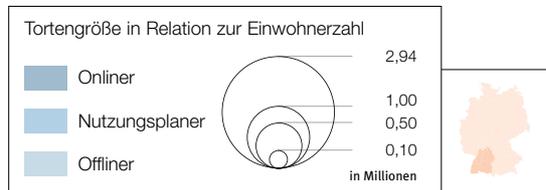
(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



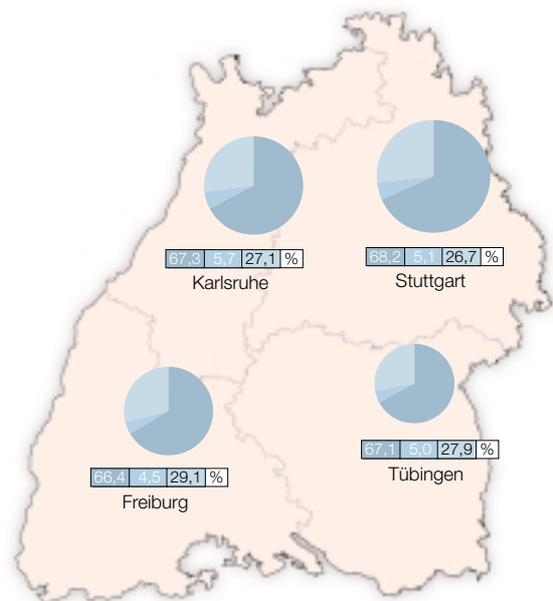
Im Jahr 2008 sind in Ober- und Niederbayern die meisten Bayern online. Insgesamt liegen alle Regionen bezüglich der Internetnutzung näher zusammen als im Vorjahr. Niederbayern und Oberfranken wachsen deutlich. Mit Ausnahme von Unterfranken und Oberfranken liegen alle Regierungsbezirke Bayerns aktuell über dem Bundesdurchschnitt. Aufgrund ähnlicher Anteile bei den Nutzungsplanern ist auch im kommenden Jahr bayernweit mit einem eher gleichmäßigen Wachstum zu rechnen.

Baden-Württemberg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

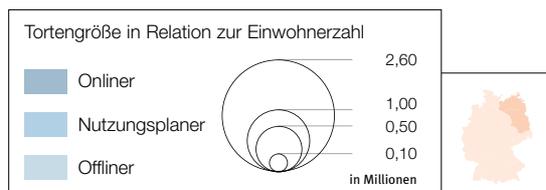


Die Onliner-Anteile der baden-württembergischen Regierungsbezirke liegen erneut alle über dem bundesdeutschen Niveau. Stuttgart erlangt seine Führungsrolle zurück: Mit 68,2 Prozent Onlinern ist Stuttgart jedoch dicht gefolgt von Karlsruhe und Tübingen. Aufgrund der Unterschiede bei der Nutzungsplanung kann davon ausgegangen werden, dass sich Karlsruhe auch im kommenden Jahr sehr gut entwickeln wird. Der Offliner-Anteil 2008 liegt in allen baden-württembergischen Regierungsbezirken unter der 30-Prozent-Marke.

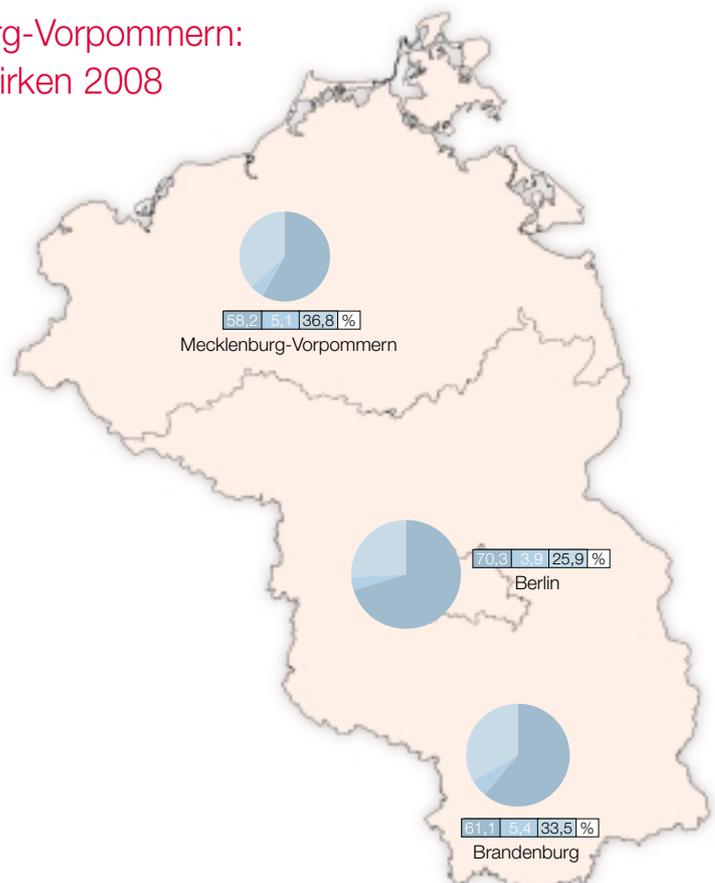


Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

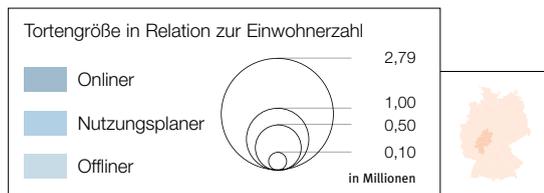


Die Internetnutzung in der Onliner-Hochburg Berlin steigt 2008 auf über 70 Prozent. Sie entwickelt sich jedoch im Vergleich mit Brandenburg geringer. Dies kann auch auf Bevölkerungsverschiebungen zwischen Berlin und Brandenburg zurückzuführen sein. Bei der Nutzungsplanung liegt Brandenburg mit 5,4 Prozent vorne, was eine positive Entwicklung im nächsten Jahr vermuten lässt. Mecklenburg-Vorpommern wächst in diesem Jahr ähnlich wie 2007 und fällt durch den starken Anstieg des Bundesdurchschnitts in 2008 ein Stück zurück.

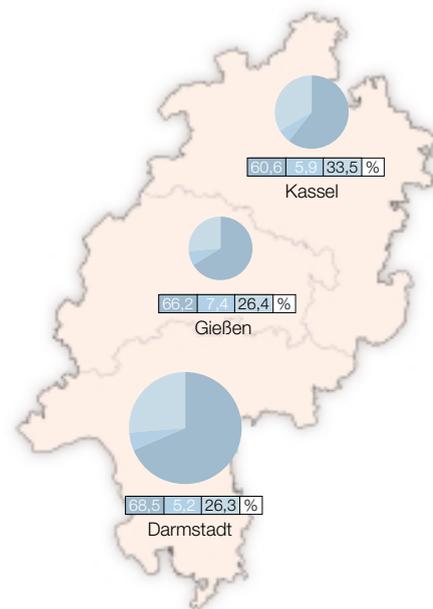


Hessen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

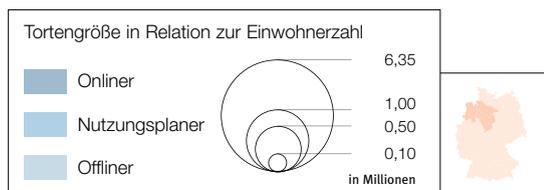


Der hessische Regierungsbezirk Darmstadt mit der Metropole Frankfurt liegt mit einem Onliner-Anteil von 68,5 Prozent 2008 über dem Bundesdurchschnitt. Gießen holt jedoch auf. Der Unterschied zwischen den beiden Bezirken beträgt noch 2,3 Prozentpunkte. In Kassel hingegen vergrößert sich der Onliner-Anteil 2008 nur geringfügig, wodurch der Unterschied zu den beiden übrigen hessischen Regierungsbezirken wächst. Aufgrund der Nutzungsplaner-Anteile sollte sich Gießen auch weiterhin positiv entwickeln.

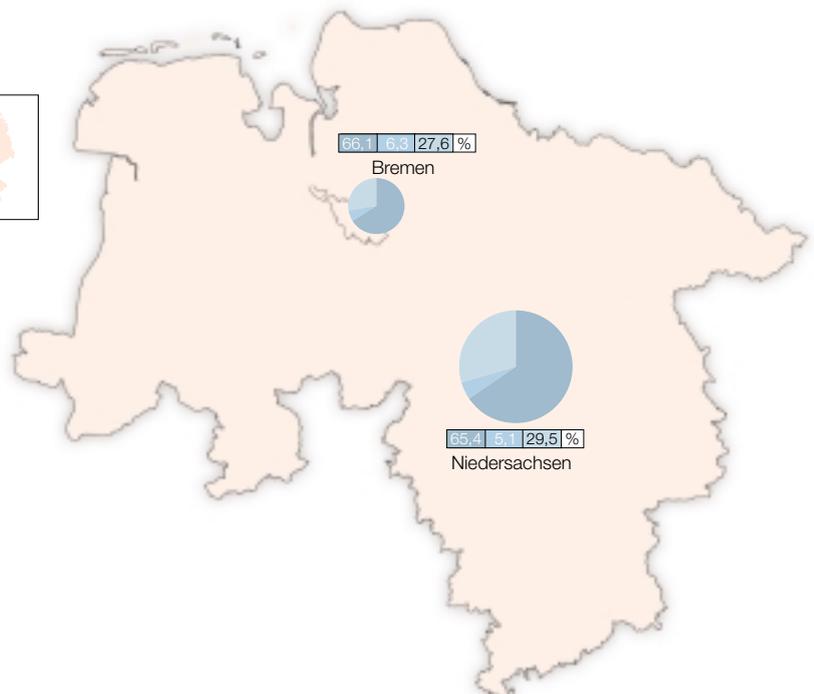


Niedersachsen und Bremen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

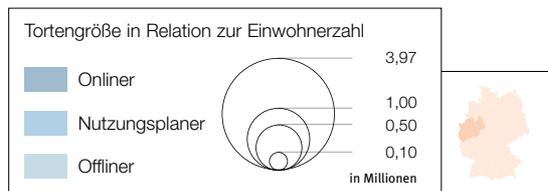


Bremen liegt noch immer knapp vor Niedersachsen. Der Unterschied zwischen den beiden Regierungsbezirken ist jedoch nur noch gering. Im Vergleich zum Vorjahr unterschreiten sowohl Bremen als auch Niedersachsen die 30-Prozent-Marke bei den Offlinern. Beide Bezirke schneiden bundesweit überdurchschnittlich gut in Bezug auf die Internetnutzung ab.

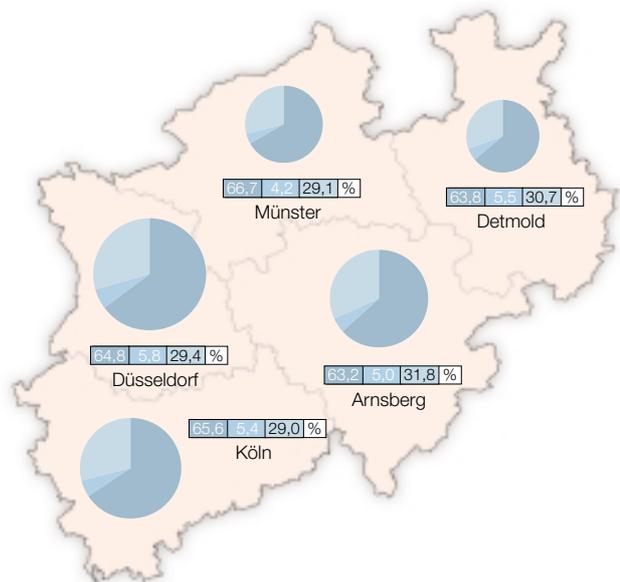


Nordrhein-Westfalen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

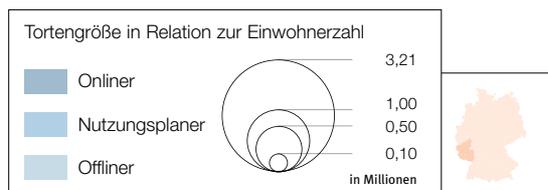


In Nordrhein-Westfalen ist eine deutliche Angleichung des Onliner-Anteils auf Basis der Regierungsbezirke zu erkennen. Im Vorjahr betrug der Abstand zwischen dem stärksten Bezirk Köln und dem schwächsten Bezirk Arnsberg noch 9,2 Prozentpunkte. Aktuell liegen lediglich 3,5 Prozentpunkte zwischen Münster und Arnsberg. Insgesamt liegt Nordrhein-Westfalen nahe am Bundesdurchschnitt. Die Bezirke Köln und Münster liegen darüber, die Bezirke Düsseldorf, Detmold und Arnsberg darunter.

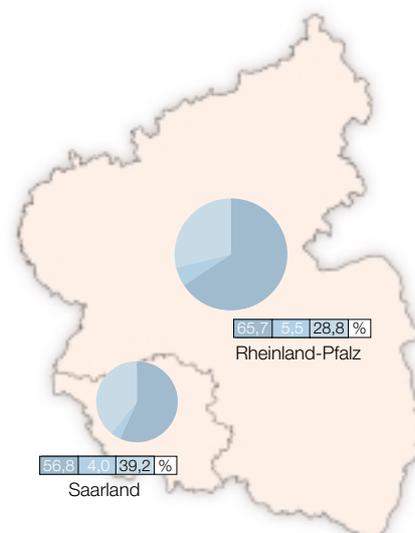


Rheinland-Pfalz und Saarland: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

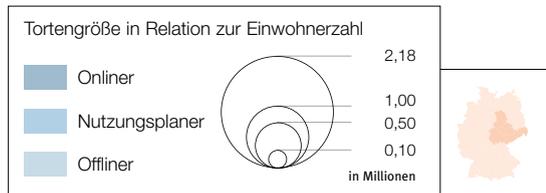


Das Saarland bleibt hinsichtlich der Internetnutzung das Schlusslicht im bundesweiten Vergleich, konnte aber mit einem Wachstum von 6,1 Prozentpunkten bei den Onlinern schneller wachsen als der Bundesdurchschnitt. Rheinland-Pfalz legt mit einem Onliner-Anteil von 65,7 Prozent deutlich zu und übersteigt 2008 sogar den Bundesdurchschnitt.

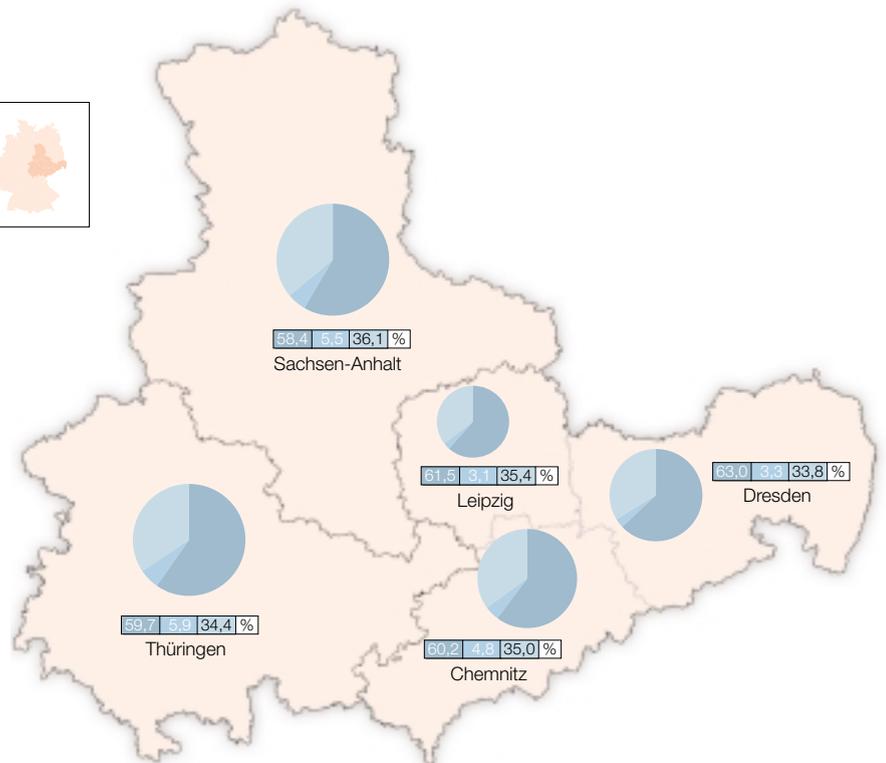


Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

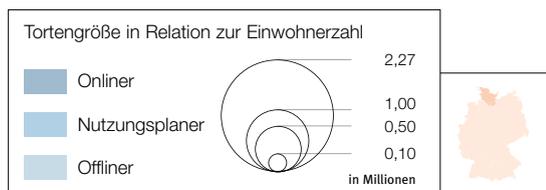


Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen liegen auch 2008 hinsichtlich ihrer Onliner-Anteile unter dem Bundesdurchschnitt. Von den sächsischen Regierungsbezirken kann Dresden jedoch mit einem überdurchschnittlichen Wachstum bis auf 2,1 Prozentpunkte an den Bundesdurchschnitt herankommen. Leipzig und Chemnitz liegen zumindest über der 60-Prozent-Marke. Thüringen und Sachsen-Anhalt bilden mit 59,7 Prozent und 58,4 Prozent die Schlusslichter. Hinsichtlich der Nutzungsplaner sind diese beiden jedoch führend.

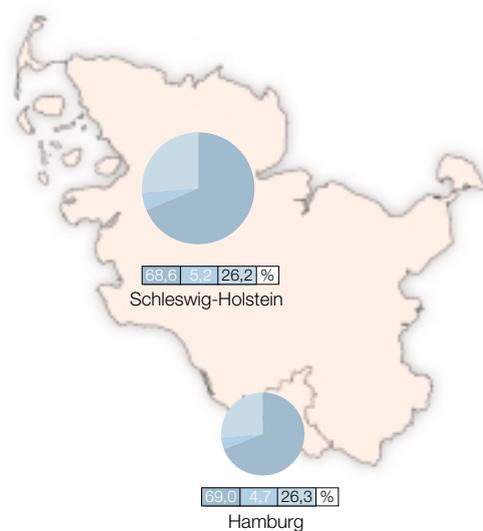


Schleswig-Holstein und Hamburg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2008

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



Hamburg und Schleswig-Holstein liegen auch in diesem Jahr über dem Bundesdurchschnitt von 65,1 Prozent Onlinern, wobei Schleswig-Holstein wiederholt den größeren Zuwachs (plus 5,7 Prozentpunkte) verbuchen kann als Hamburg (plus 4,7 Prozentpunkte). Beide Länder liegen bezüglich ihres Onliner-Anteils an der Spitze der Bundesrepublik.



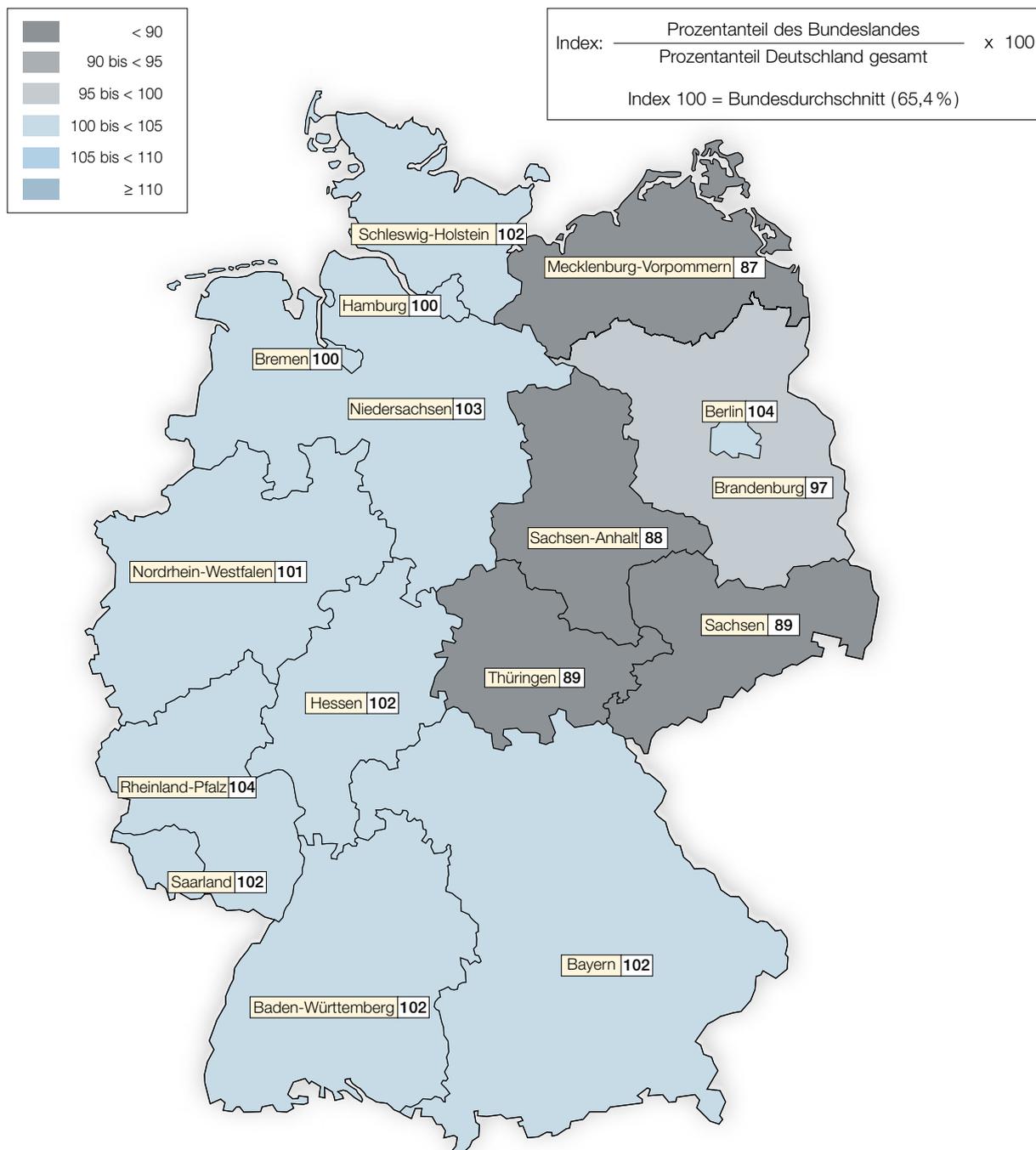


STADT – LAND – BREITBAND

10. Stadt – Land – Breitband

Breitbandnutzung nach Bundesländern 2008

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt der Breitbandnutzung unter den Onlinern; Basis n=34.197)

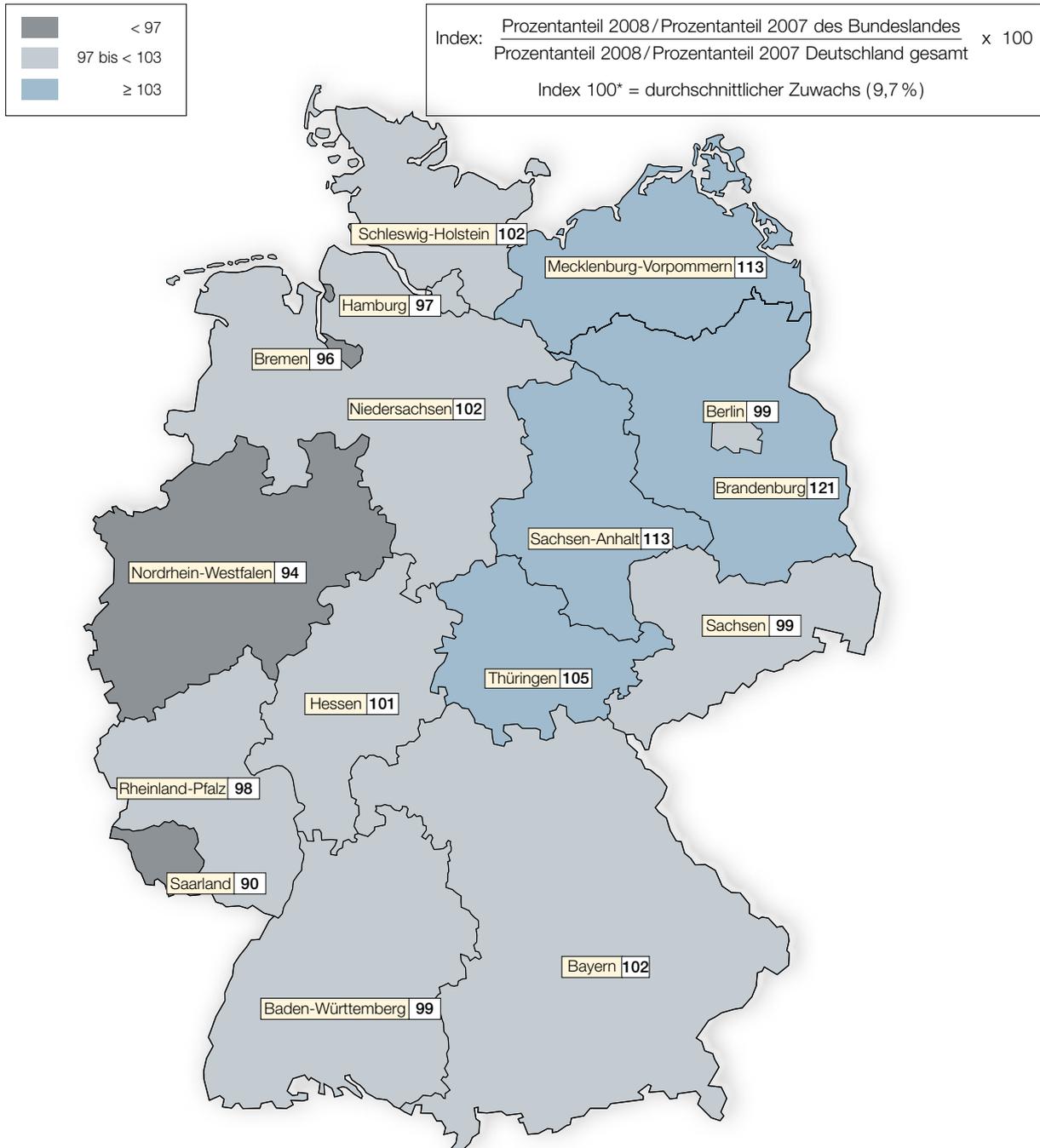


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Breitbandnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 65,4 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Breitbandnutzer-Anteil in der jeweiligen Region.

Insgesamt hat sich die Breitbandnutzung auch in diesem Jahr dynamisch entwickelt – knapp zwei Drittel der Onliner (genau 65,4 Prozent) surft inzwischen breitbandig, 2006 waren es noch weniger als die Hälfte, in 2007 lag der Anteil knapp unter 60 Prozent. Für die weitere Verschiebung in Richtung Breitband liefern der weiterhin lebhaft (Preis-)Wettbewerb und die intensive Vermarktung von Bündel- und Flatrate-Angeboten (z. B. Telefonie und Internet) Hinweise. Die regionalen Unterschiede in der Breitbandnutzung haben sich gegenüber 2007 deutlich verringert, dennoch liegen die östlichen Flächenländer weiter unter dem Bundesdurchschnitt. Spitzenreiter beim Breitbandanteil ist Berlin – sowohl bei der Betrachtung des Anteils unter den Onlinern (68,2 Prozent) als auch bezogen auf die (Gesamt-)Bevölkerung ab 14 Jahren (47,9 Prozent). Bundesweit beträgt der Anteil der „Breitbandsurfer“ 42,6 Prozent.

Breitbandnutzung: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2007/2008)

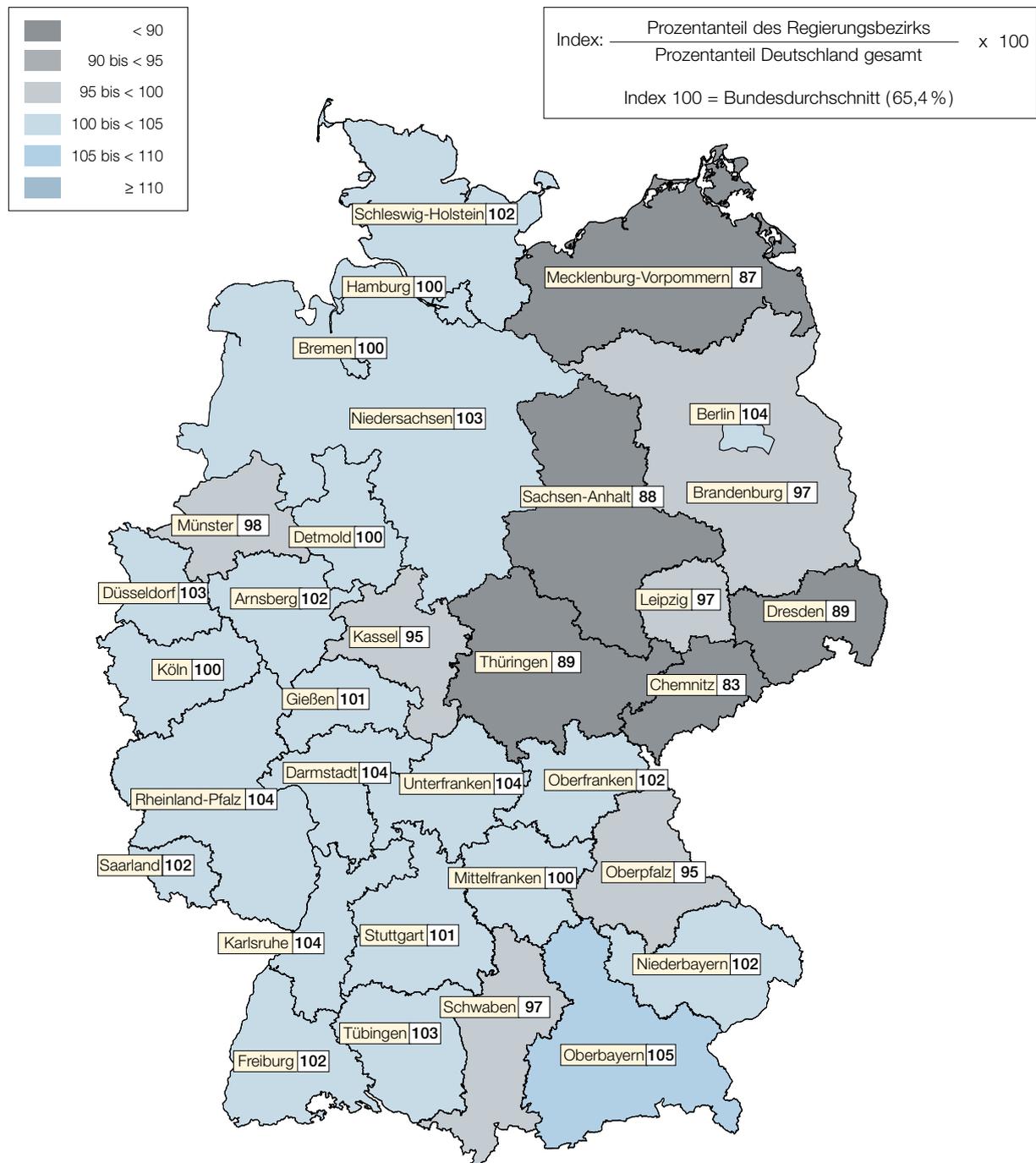


* Indexwerte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Breitbandnutzung in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Die größten Zuwächse bei der Breitbandnutzung weisen die östlichen Flächenländer (mit Ausnahme von Sachsen) auf. Die Breitbandlandschaft in Deutschland ist dadurch in diesem Jahr auf Länderebene deutlich homogener geworden: Von 2007 auf 2008 hat sich der Abstand der Bundesländer mit dem höchsten bzw. niedrigsten Breitbandnutzeranteil von 21,2 Prozentpunkten auf 11,3 Prozentpunkte deutlich verringert.

Breitbandnutzung nach Regierungsbezirken 2008

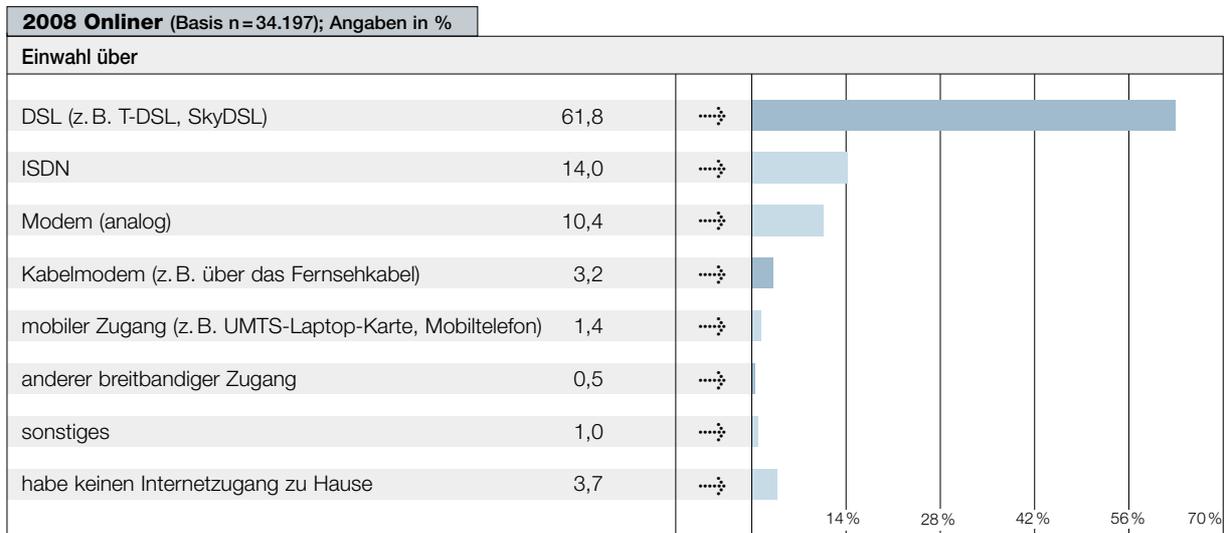
(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt der Breitbandnutzung unter den Onlinern; Basis n=34.197)



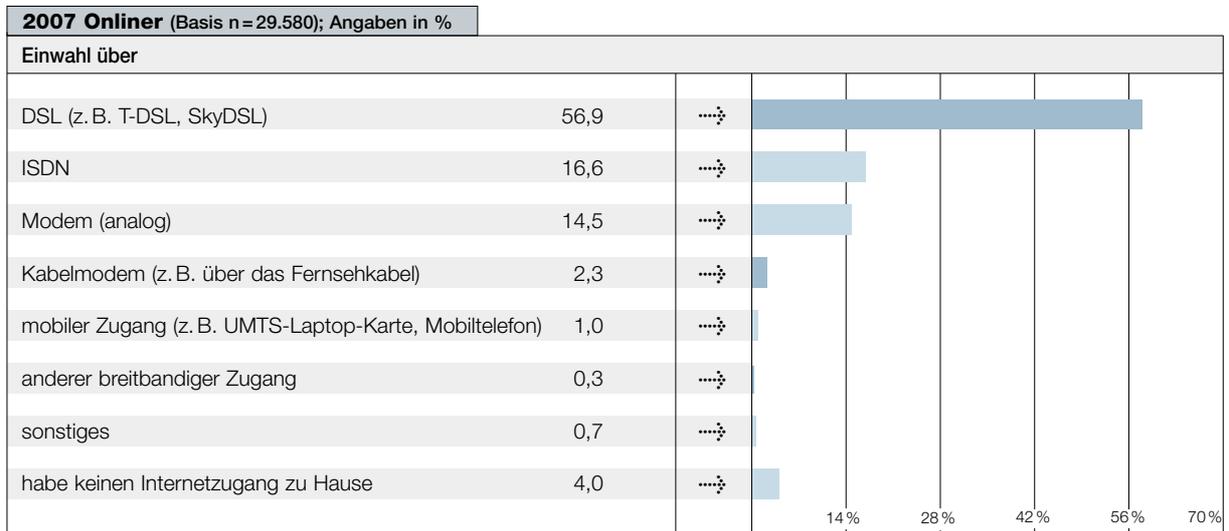
* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 58.

Die Breitbandnutzung auf Regierungsbezirksebene zeigt sich insgesamt „bunter“ als auf Länderebene, regionale Unterschiede treten stärker hervor. Besonders große Unterschiede sind in Sachsen zu beobachten – dort liegen zwischen Leipzig und Chemnitz 14 Indexpunkte. Mit dem Regierungsbezirk Leipzig und Brandenburg gibt es östliche Regionen, die in der Breitbandnutzung fast am Bundesdurchschnitt liegen. In den westlichen Regionen zeigen sich zwischen Oberbayern – mit dem Raum München – und der Oberpfalz einerseits sowie Kassel andererseits die größten Unterschiede mit zehn Indexpunkten. Insgesamt betrachtet nimmt die Spannweite auch bei dieser geographischen Betrachtung gegenüber dem Vorjahr ab.

Breitbandnutzung 2007 und 2008 (detaillierte Darstellung)

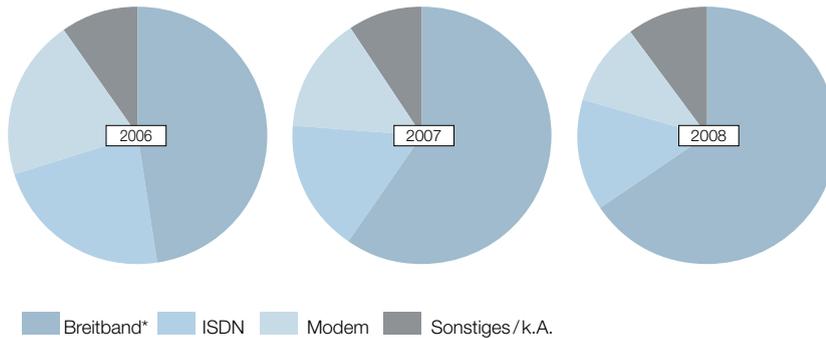


Der breitbandige Internetzugang in Privathaushalten erfolgt in Deutschland ganz überwiegend mittels DSL-Anschluss: Inzwischen nutzen 61,8 Prozent der Onliner diese Zugangsform. Dies entspricht einem Anteilswachstum von knapp fünf Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Der Zuwachs bei den Breitbandanschlüssen ist damit großteils auf DSL zurückzuführen. Wachstum lässt sich im Zuge der intensiveren Vermarktung seitens der Kabelnetzbetreiber jedoch auch bei der Zugangsform Kabelmodem feststellen – der Anteil steigt von 2,3 auf 3,2 Prozent. Der rein mobile Internetzugang wird zwar in messbarem Umfang genutzt (1,4 Prozent), spielt als Hauptanschlussart in privaten Haushalten aber nach wie vor keine wesentliche Rolle. ISDN und Analogmodem rangieren an den Positionen zwei und drei der Internetzugangsformen, ihr Nutzungsanteil geht jedoch auch in diesem Jahr weiter zurück.



Breitbandnutzung in den Jahren 2006 bis 2008

Online (Basis 2006: n=29.519/2007: n=29580/2008: n=34.197); Angaben in %				
	Breitband*	ISDN	Modem	Sonstiges
2006	47,6	22,5	20,2	9,7
2007	59,6	16,6	14,5	9,3
2008	65,4	14,0	10,4	10,1



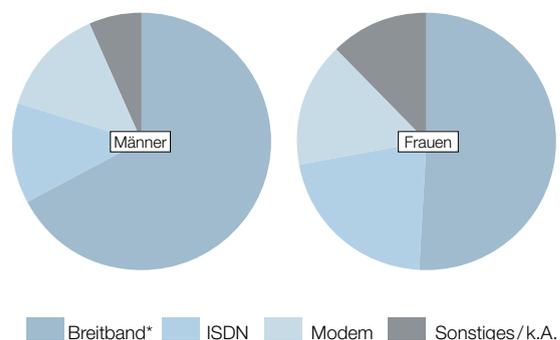
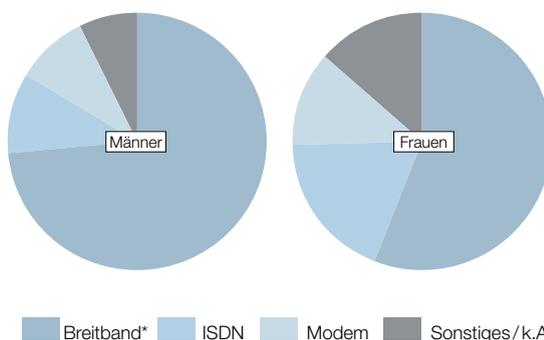
Die starken Zugewinne beim Breitbandanschluss in den vergangenen Jahren gehen naturgemäß mit entsprechenden Rückgängen bei den schmalbandigen Zugangsformen einher. Während allerdings im Jahresvergleich 2007/2006 Analogmodem und ISDN fast gleichermaßen betroffen waren (minus 5,7 bzw. minus 5,9 Prozentpunkte), verlor das Modem im vergangenen Jahr deutlicher an Boden als ISDN (minus 4,1 bzw. minus 2,6 Prozentpunkte) – Komfortvorteile bei ISDN wie der unmittelbare Verbindungsaufbau können hier Erklärungshinweise liefern.

*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Breitbandnutzung nach Geschlecht 2007 und 2008

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

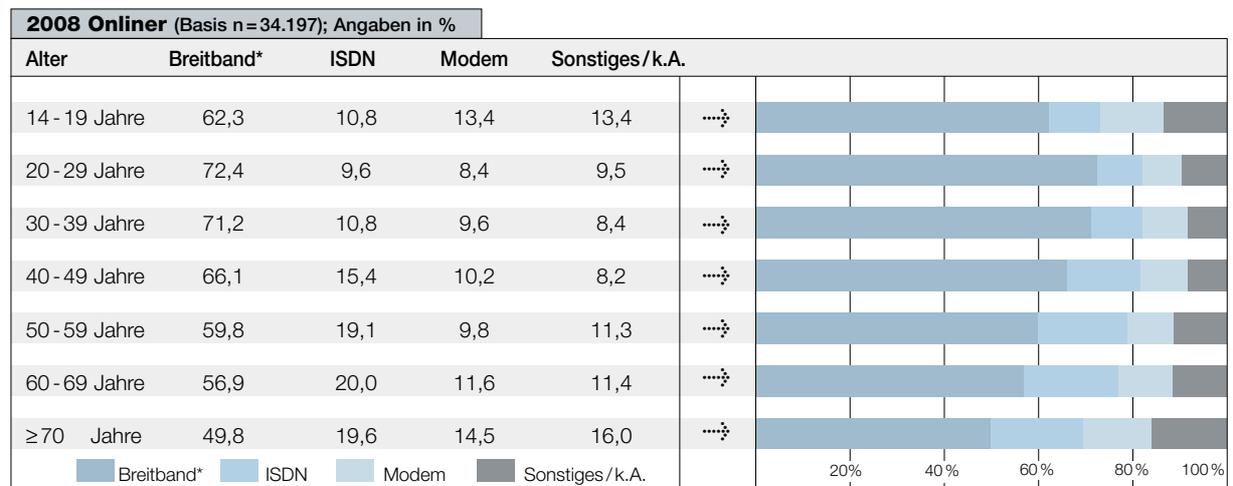
2007 Online (Basis n=29.580); Angaben in %				
	Breitband*	ISDN	Modem	Sonstiges
Männer:	67,2	12,6	13,6	6,6
Frauen:	50,9	21,2	15,6	12,3



Männer nutzen deutlich häufiger einen Breitbandanschluss als Frauen; der Unterschied wurde im vergangenen Jahr sogar noch etwas größer: Während die Breitbandnutzung bei den Männern um 6,4 Prozentpunkte anstieg, betrug das Anteilswachstum bei den Frauen nur 5,0 Prozentpunkte.

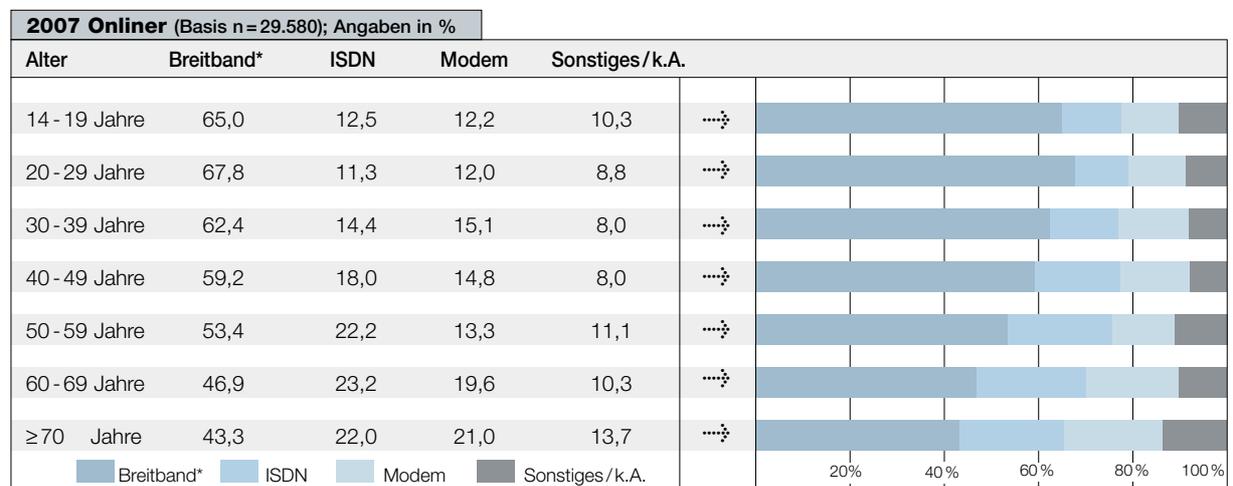
*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Breitbandnutzung nach Alter 2007 und 2008



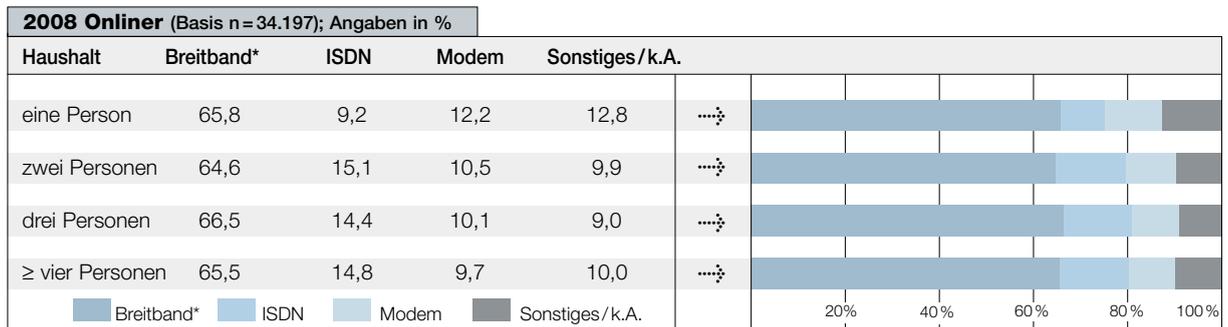
In den beiden Altersgruppen 20 bis 29 Jahre und 30 bis 39 Jahre ist der Anteil der Breitbandnutzer mit über 70 Prozent derzeit am höchsten. Mit zunehmendem Alter wird der Anteil der Breitbandnutzer dann wieder geringer, doch selbst bei den Onlinern in der Altersgruppe über 70 Jahre ist inzwischen etwa die Hälfte breitbandig angebunden. Damit gilt: In allen Altersgruppen ist Breitband die dominierende Zugangsart zum Internet.

*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang



*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

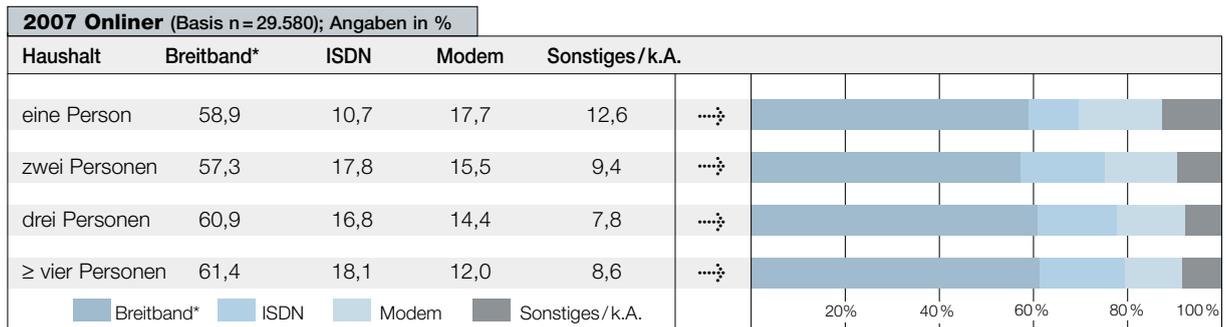
Breitbandnutzung nach Haushaltsgröße 2007 und 2008



Breitbandnutzung ist – im Gegensatz zur Internetnutzung (siehe dazu Seite 19) – inzwischen unabhängig von der Haushaltsgröße. Onliner in Single-Haushalten nutzen Breitband im gleichen Umfang wie Onliner in Mehrpersonenhaushalten. Das war nicht immer so: Noch 2006 bestand zwischen Single-Haushalten und Vier- und Mehrpersonenhaushalten ein Unterschied von sieben Prozentpunkten.

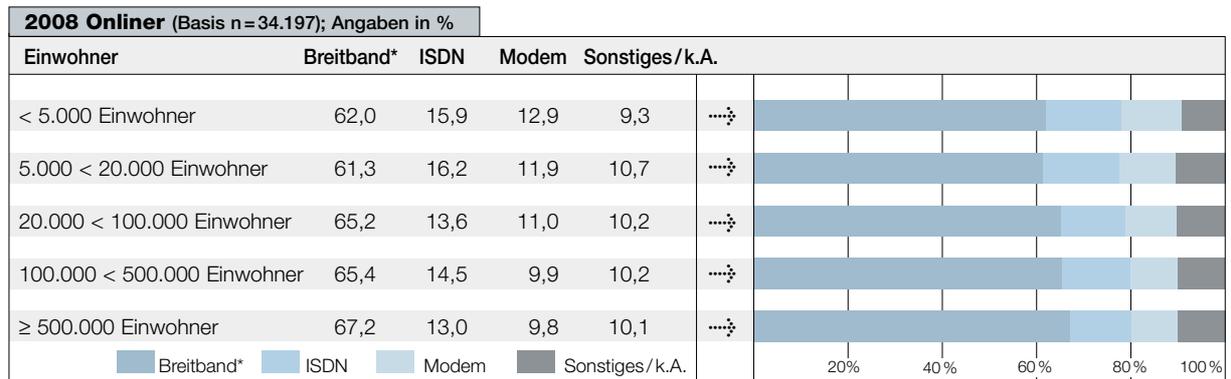
Im Schmalbandbereich besteht ein merklicher Unterschied in der Nutzung von ISDN zwischen Ein- und Mehrpersonenhaushalten – die Leistungsmerkmale des ISDN-Anschlusses sind offenbar eher für Mehrpersonenhaushalte attraktiv.

*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang



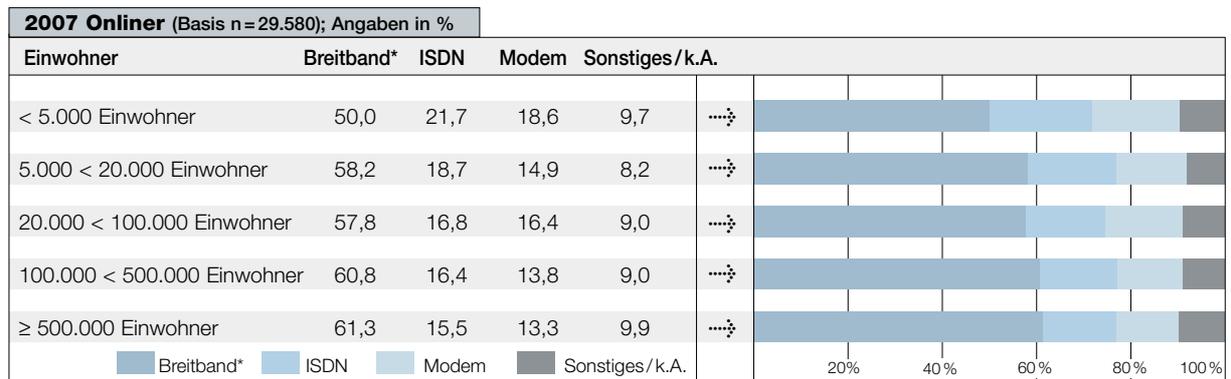
*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

Breitbandnutzung nach Ortsgröße 2007 und 2008



Bei der Betrachtung der Breitbandnutzung nach Ortsgrößenklasse zeigt sich eine erfreuliche Entwicklung: Der Unterschied zwischen den Metropolen, die mit 67,2 Prozent nach wie vor die höchste Breitbanddichte aufweisen, und der kleinsten Ortsgrößenklasse verringerte sich von 11,3 Prozentpunkten auf 5,2 Prozentpunkte. Selbst in der kleinsten Ortsgrößenklasse sind nun mehr als 60 Prozent der Onliner breitbandig im Netz. Dennoch ist dies eine Durchschnittsbetrachtung: Nach wie vor gibt es „weiße Flecken“ in der Breitbandabdeckung in Deutschland, zumindest was die klassischen kabelgebundenen Zugangsformen angeht.

*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang



*DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang

11. Mitten in Europa – Internetnutzung im europäischen Vergleich

Deutschland auf Platz 7 in der Europäischen Union



17,4 Prozent der Weltbevölkerung online

Die Zahl der Internetnutzer ist weltweit auf Wachstumskurs. 1,3 Milliarden Menschen waren 2007 im Internet unterwegs. 42 Prozent der Internetnutzer kommen dabei aus dem asiatisch-pazifischen Raum, rund

62 Prozent aus Europa und 16 Prozent aus Nordamerika.

Am Beispiel China kann man allerdings erkennen, dass hohe Nutzerzahlen nicht gleichbedeutend mit einer hohen Penetrationsrate sind. So leben in China zwar derzeit 177 Millionen Internetnutzer, auf die Bevölkerung hochgerechnet sind dies aber nur 13,4 Prozent der Chinesen.

Die Erfolgsgeschichte des Internets hat aber auch ihre Kehrseite. Denn vier Fünftel der Weltbevölkerung (82,6 Prozent) sind weiterhin infrastrukturell, technologisch oder sozial von den Fortschritten und Möglichkeiten, die das Internet bietet, abgeschnitten. Die Digitale Spaltung hat nach wie vor Bestand.

Deutschland – Auf Platz 7 in der Europäischen Union

Wie die Daten von Eurostat zeigen, sind im Durchschnitt schon weit über die Hälfte aller Europäerinnen und Europäer im Internet unterwegs. Innerhalb der 27 zur Europäischen Union gehörigen Länder wird bereits eine durchschnittliche Internet-Penetrationsrate von 57 Prozent (16 bis 74 Jahre) erreicht. 62 Prozent der Menschen im Wirtschaftsraum der EU15 nutzten das WWW im Jahr 2007. Hingegen sind in den USA 79 Prozent aller Bürger ab 18 Jahren online.

Deutschland positioniert sich nach den aktuellen Eurostatdaten mit einer Penetrationsrate von 72 Prozent weit über dem europäischen Durchschnitt und liegt damit an achter Stelle im erweiterten Wirtschaftsraum (unter Berücksichtigung von Norwegen) bzw. an siebter Stelle in der EU27.

Island und Skandinavien – Nach wie vor Vorreiter in der Internetnutzung

Seit Jahren sind die nordischen Länder führend in der Internetnutzung, so auch im Jahr 2007.

Besonders beachtenswert ist Island, denn das Land ist das erste in Europa, das die Penetrationsrate von 90 Prozent bei der Internetnutzung in der Bevölkerung erreicht hat und sich somit der Sättigungsgrenze nähert. In den nächsten Jahren kann erwartet werden, dass Schweden und die Niederlande ebenfalls die 90-Prozent-Hürde nehmen werden.

Frankreich – Aufsteiger des Jahres 2007

Der größte Aufsteiger in der Internet-Penetrationsrate der europäischen Länder war im Jahr 2007 Frankreich. Dort stieg die Nutzung des Internets in der Bevölkerung von 47 Prozent im Jahr 2006 auf 64 Prozent im Jahr 2007.

Viele osteuropäische Staaten weisen ebenfalls hohe Zuwächse auf, bleiben aber noch deutlich hinter dem Niveau der westeuropäischen Länder zurück. Litauen verbesserte sich im Vergleich zu 2006 um sieben Prozentpunkte auf 49 Prozent, die Slowakei von 50 auf 56 Prozent und die Tschechische Republik von 44 auf 49 Prozent.

Trends und Barrieren

Insgesamt rückt Europa in Sachen Internetnutzung zusammen. Die Unterschiede zwischen den führenden und den aufholenden Ländern nehmen weiter ab. Gleichwohl muss nach wie vor von einer noch auf Jahre anhaltenden Digitalen Spaltung innerhalb Europas gesprochen werden.

Die wichtigsten Barrieren der Internetnutzung sind nach wie vor hohe Preise, infrastrukturelle Zugangsbedingungen, unzureichende Medienkompetenz und fehlende Motivation bei Offlinern an einer Internetnutzung.

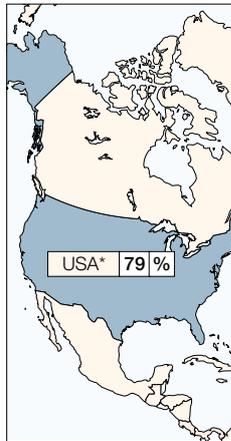
In den kommenden Jahren werden immer mehr ältere Menschen das Internet nutzen. Das Web 2.0 wird für eine weitere positive Entwicklung, insbesondere zunächst in der jüngeren Altersgruppe, sorgen.

Weitere Informationen sind dem Bericht „Monitoring Informations- und Kommunikationswirtschaft“, 11. Faktenbericht 2008, sowie dem „3. ePerformance Report 2008 – IKT-Standort Deutschland im europäischen Vergleich“ zu entnehmen. Dieser wurde von TNS Infratest Business Intelligence im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie erstellt und ist verfügbar unter: <http://www.tns-infratest.com/bmwi>.

Silja Maria Wiedeking

Consultant Business Intelligence
TNS Infratest Forschung GmbH

Internetnutzung: Deutschland im Vergleich: Europa und USA



* Quelle: Harris Interactive

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



Quelle: Eurostat, Statistik der Informationgesellschaft, Einzelpersonen - Gebrauch von Internet in Prozent, 2007

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

1	Island	90 %	15	Spanien	52 %
2	Norwegen	85 %		Ungarn	52 %
3	Niederlande	84 %	16	Tschechische Republik	49 %
4	Dänemark	81 %		Litauen	49 %
5	Schweden	80 %	17	Malta	45 %
6	Finnland	79 %	18	Polen	44 %
7	Luxemburg	78 %	19	Portugal	40 %
8	Deutschland	72 %	20	Italien	38 %
	Großbritannien	72 %		Zypern	38 %
9	Belgien	67 %	21	Griechenland	33 %
	Österreich	67 %	22	Bulgarien	31 %
10	Estland	64 %	23	Serbien	30 %
	Frankreich	64 %	24	Rumänien	24 %
11	Irland	57 %			
12	Slowakei	56 %		EU27	57 %
13	Lettland	55 %		EU25	59 %
14	Slowenien	53 %		EU15	62 %
				USA	79 %

Anhang

Räumliche Zuordnung der Postleitzahlengebiete

01	Dresden	52	Aachen
02	Bautzen	53	Bonn
03	Cottbus	54	Trier
04	Leipzig	55	Mainz
06	Halle (Saale)	56	Koblenz
07	Jena	57	Siegen
08	Zwickau	58	Hagen
09	Chemnitz	59	Hamm
10/12/13	Berlin	60	Frankfurt am Main
14	Potsdam	61	Bad Homburg v.d. Höhe
15	Frankfurt (Oder)	63	Offenbach am Main
16	Eberswalde	64	Darmstadt
17	Neubrandenburg	65	Wiesbaden
18	Rostock	66	Saarbrücken
19	Schwerin	67	Kaiserslautern
20/22	Hamburg	68	Mannheim
21	Lüneburg	69	Heidelberg
23	Lübeck	70	Stuttgart
24	Kiel	71	Ludwigsburg
25	Pinneberg	72	Reutlingen
26	Oldenburg	73	Schwäbisch Gmünd
27	Cuxhaven	74	Heilbronn
28	Bremen	75	Pforzheim
29	Celle	76	Karlsruhe
30	Hannover	77	Offenburg
31	Hildesheim	78	Konstanz
32	Detmold	79	Freiburg im Breisgau
33	Bielefeld	80/81	München
34	Kassel	82	Starnberg
35	Gießen	83	Rosenheim
36	Fulda	84	Landshut
37	Göttingen	85	Ingolstadt
38	Braunschweig	86	Augsburg
39	Magdeburg	87	Kempten (Allgäu)
40	Düsseldorf	88	Friedrichshafen
41	Mönchengladbach	89	Ulm
42	Wuppertal	90	Nürnberg
44	Dortmund	91	Erlangen
45	Essen	92	Amberg
46	Oberhausen	93	Regensburg
47	Duisburg	94	Passau
48	Münster	95	Bayreuth
49	Osnabrück	96	Bamberg
50	Köln	97	Würzburg
51	Leverkusen	98	Suhl
		99	Erfurt

Ansprechpartner:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Stefan Jaekel

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Initiative D21 e.V.
Telefon 030 / 526 87 22 55
stefan.jaekel@initiated21.de

Michael Knippelmeyer

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

Projektleitung und Redaktion:

Matthias Peterhans

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

Impressum:

Herausgeber:

Initiative D21 e.V.
www.initiated21.de

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

Mit freundlicher Unterstützung von:

Fujitsu Siemens Computers
www.fujitsu-siemens.de

Microsoft Deutschland GmbH
www.microsoft.de

FIDUCIA IT AG
www.fiducia.de

TNS Infratest GmbH
www.tns-infratest.com

Deutsche Telekom AG
www.deutsche-telekom.de

Wolters Kluwer Deutschland GmbH
www.wolterskluwer.de

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

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
www.bmwi.de

Postleitzahlenkarte gesponsert von:
Kober-Kümmerly + Frey Media AG



kartenwelten.de

Kober-Kümmerly+Frey

Gestaltung und Produktion:

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

Druck:

Königsdruck
www.koenigsdruck.de

mit freundlicher Unterstützung von

