

INITI@TIVE **D**²¹

Pressemappe

Pressekonferenz

(N)ONLINER Atlas 2009

**Dienstag, 30. Juni 2009
11.00 - 12.00 Uhr
Bundespressekonferenz, Berlin**

Sperrfrist: 30. Juni 2009, 12:00 Uhr

Pressekonferenz (N)ONLINER Atlas 2009

- 11.00 Uhr Begrüßung und Anmoderation
Daniel Ott
Pressesprecher Initiative D21
- 11.03 Uhr Die zentralen Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas 2009
Robert A. Wieland
Geschäftsführer TNS Infratest GmbH
- 11.11 Uhr Bewertung und Handlungsaufforderungen aus Sicht der Initiative D21
Hannes Schwaderer
Präsident Initiative D21
- 11.18 Uhr Deutlicher Anstieg der Internet- und Breitbandnutzung stärkt den Standort
Deutschland
Staatssekretär Dr. Bernd Pfaffenbach
Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- 11.25 Uhr Gender + Diversity
Birgit Kampmann
Geschäftsführerin Kompetenzzentrum Technik – Diversity –
Chancengleichheit e.V.
- 11.32 Uhr „Online-Banking – Mit Sicherheit!“
Ergebnisse der FIDUCIA-Sonderstudie
Simone Bayer
Leiterin Produktmanagement eBanking und Portale
- 11.40 Uhr Fragen der Journalisten
- 12.00 Uhr Ende der Pressekonferenz
(Zeit für individuelle Fragen der Journalisten sowie ggf. Interviews)

Link zum (N)ONLINER Atlas 2009

Der (N)ONLINER Atlas 2009 steht zum Download bereit unter:

<http://www.nonliner-atlas.de>

Hier finden Sie auch weitere Informationen und Grafiken.

Presseinformation

(N)ONLINER Atlas 2009: Internetnutzung entwickelt sich weiter dynamisch – fast 70 Prozent sind online

Onliner-Anteil wächst im Jahresvergleich um 4 Prozentpunkte / Stärkerer Zuwachs bei bislang unterrepräsentierten Gruppen / Mehr über 60-Jährige gehen online

Berlin, 30. Juni 2009 – Laut (N)ONLINER Atlas 2009 ist der Onliner-Anteil in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozentpunkte auf 69,1 Prozent deutlich gestiegen und weist damit die zweithöchste Steigerungsrate der letzten sechs Jahre auf. Gleichzeitig ist der Offliner-Anteil um 3,3 Prozentpunkte auf 26,6 Prozent gesunken. Mit 4,3 Prozent wollen 0,6 Prozent weniger Nutzungsplaner als im Vorjahr in den nächsten zwölf Monaten das Internet neu für sich entdecken.

Das sind zentrale Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas 2009, einer Studie der Initiative D21, die bereits zum neunten Mal von TNS Infratest durchgeführt wurde. Jedes Jahr werden in Deutschlands größter Studie zur Internetnutzung die Veränderungen in diesem Bereich detailliert beleuchtet. Mit über 30.000 Interviews dokumentiert der diesjährige (N)ONLINER Atlas Strukturen der Nutzung und Nichtnutzung nach Kriterien wie Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand oder Beschäftigung und veröffentlicht regionale Vergleiche nach Bundesländern, Regierungsbezirken und Ortsgrößenklassen.

"Ich begrüße die deutliche Steigerung der Internetnutzung. Internetkenntnisse sind wichtig für den Standort Deutschland und für die Menschen. Der kompetente Umgang mit dem Internet wird immer mehr zur Voraussetzung für Chancengleichheit im Beruf und im Leben. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie unternimmt daher einiges, um die Zahl der Onliner zu erhöhen. Dies betrifft den Ausbau der notwendigen Infrastruktur ebenso wie spezielle Fördermaßnahmen zur Verbesserung der Online-Nutzung. So haben wir kürzlich die Initiative "Internet erfahren" gestartet. Die Ergebnisse des diesjährigen (N)ONLINER Atlas bieten wichtige Hinweise darauf, in welchen Bereichen wir unsere Anstrengungen fortsetzen müssen", so Dr. Bernd Pfaffenbach, Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Internetnutzung in allen Bundesländern gestiegen – Bremen aktuell an der Spitze

Im Bundesländerranking haben die Stadtstaaten die Nase vorn und sind diesmal vollständig unter den TOP 5 vertreten. Mit 74,2 Prozent Internetnutzern liegt Bremen in diesem Jahr noch vor Berlin (73,3 Prozent) auf Platz eins und hat sich im Vergleich zum Vorjahr mit 8,1 Prozentpunkten am deutlichsten von allen Bundesländern gesteigert. Auf Platz drei liegt Baden-Württemberg mit 72,6 Prozent und der Stadtstaat Hamburg erreicht Platz vier mit 72,3 Prozent. Im Vorjahr noch letzter im Ranking, weist das Saarland mit 6,2 Prozentpunkten die zweithöchste Steigerung aller Bundesländer auf. Mit 63 Prozent Internetnutzern hat damit das Saarland in diesem Jahr Thüringen (62,6 Prozent), Mecklenburg-

Vorpommern (61,9 Prozent) und Sachsen-Anhalt (60,7 Prozent) knapp überholt. Im Unterschied zu den Ergebnissen der Vorjahre hat sich der Abstand des Onliner-Anteils zwischen dem ersten und dem letzten Bundesland im Ranking in diesem Jahr nicht weiter verringert. Auch ein Stadt-Land-Gefälle ist nach wie vor zu konstatieren: In Ballungsräumen mit 500.000 Einwohnern und mehr sind bereits 72,4 Prozent der Bevölkerung online, in Orten mit weniger als 5.000 Einwohnern sind es lediglich 63,9 Prozent.

Bevölkerungsgruppen mit Nachholbedarf mit überdurchschnittlichem Onliner-Wachstum

Die Zahlen der Onliner in den verschiedenen Altersgruppen zeigen – wie in den Vorjahren – auch 2009 einen allgemeinen Aufwärtstrend. Bei den unter 50-Jährigen liegt der Anteil der Internetnutzer inzwischen durchweg über 80 Prozent. Den größten Zuwachs kann in diesem Jahr die Gruppe der 60- bis 69-Jährigen verbuchen. Dort stieg der Anteil der Internetnutzer besonders kräftig um 6,9 Prozentpunkte von 41,6 auf 48,5 Prozent an. Die Generation 70plus wird jedoch nach wie vor nicht erreicht. Hier ist nicht einmal jeder Fünfte online – bei weiter nur geringem Wachstum.

Neben den „Best Agern“ gibt es weitere, im Internet bislang unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen wie Menschen mit formal einfachem Bildungshintergrund oder Personen in Haushalten mit geringem Einkommen. In beiden demographischen Gruppen wächst der Onliner-Anteil im Jahresvergleich erfreulicherweise überdurchschnittlich. So steigt der Onliner-Anteil von Personen in Haushalten mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1.000 EUR um 6,1 Prozentpunkte auf nunmehr 47 Prozent an, damit ist jedoch dort noch nicht einmal jeder Zweite online. Dagegen sind Personen in Haushalten mit Monatseinkommen von 3.000 EUR und mehr zu 89,4 Prozent Internetnutzer.

„Fast 70 Prozent der Menschen in Deutschland sind inzwischen online. Aber 21 Millionen sind es eben noch nicht. Wir müssen bei der digitalen Integration weiterhin am Ball bleiben und mit gezielten Aktivitäten die Offliner fördern. Mit Projekten wie "Online-Kompetenz für die Generation 50plus" hat die Initiative D21 bereits früh diese Herausforderung erkannt und aufgegriffen. Nur so können wir auch das Bewusstsein für die Vermittlung der digitalen Kompetenz wecken und Deutschland erfolgreich in die Zukunft führen“, fordert Hannes Schwaderer, Präsident der Initiative D21 und Geschäftsführer der Intel GmbH.

Breitbandnutzung – DSL dominiert, Kabel- und Mobilzugänge steigen

Der Zugang über DSL ist auch in diesem Jahr wieder der mit Abstand am meisten genutzte Weg ins Internet. Nach DSL mit einem Anteil von 61,5 Prozent, folgen mit großem Abstand ISDN mit 13,9 Prozent und Modem (analog) mit 9,6 Prozent. Die Zugangsart Kabel hat mit 4,7 Prozent ein deutliches Wachstum von 1,5 Prozentpunkten erlebt. Auch der mobile Internetzugang als Hauptzugangsart zu Hause ist, wenn auch nur leicht, in diesem Jahr von 1,4 Prozent auf 1,7 Prozent gestiegen. Insgesamt nutzen inzwischen 66,9 Prozent der Onliner einen breitbandigen Internetzugang. Der Breitbandanschluss ist der entscheidende Faktor für das absolute Wachstum bei der Internetnutzung, das zu 90 Prozent durch diesen getragen wird. Nur noch 2,2 Prozent (im Vorjahr 3,7 Prozent) der Onliner geben an, keinen Internetzugang zu Hause zu haben.

„Neben den DSL-Anbietern haben nun auch die Kabel- und Mobilfunkanbieter ihre Möglichkeiten in der Breitbandnutzung erkannt und die Angebote hierfür weiter ausgebaut. An den steigenden Zahlen lässt sich ablesen, dass dies gut von den Verbrauchern angenommen wird“, sagt Robert A. Wieland, Mitglied des Gesamtvorstandes der Initiative D21 und Geschäftsführer der TNS Infratest GmbH.

Den aktuellen (N)ONLINER Atlas sowie weitere Informationen finden Sie unter: www.nonliner-atlas.de

Methodensteckbrief (N)ONLINER Atlas 2 009: Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt; 67,026 Mio. Personen; Stichprobe: Repräsentativ mit 30.702 Interviews; Auswahl: Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersample; Erhebung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS-Omnibusse in der Zeit vom 9. Februar bis 13. Mai 2009; Definitionen: Onliner = Nutzer des Internets, unabhängig von Ort und Grund der Nutzung; Nutzungsplaner = Nichtnutzer mit der Absicht, innerhalb der nächsten 12 Monate das Internet zu nutzen; Offliner = Nichtnutzer ohne Nutzungsplanung

Hinweis an die Redaktion: Einzelseiten aus dem (N)ONLINER Atlas 2009 können unter Angabe der Seitenzahl an kontakt@nonliner-atlas.de im JPG-Format, 300dpi bestellt werden. Weitere Informationen und Rankings zu den deutschen Onlinern und zur Breitbandnutzung liegen auf www.nonliner-atlas.de zum Herunterladen bereit.

Projektleitung (N)ONLINER Atlas:

Matthias Peterhans
TNS Infratest
t +49 (0)89 56 00-1909
f +49 (0)89 56 00-1437

e matthias.peterhans@tns-infratest.com

Dr. Wolfgang Neubarth
TNS Infratest

t +49 (0)89 56 00-1658

f +49 (0)89 56 00-1437

e wolfgang.neubarth@tns-global.com

Pressekontakt:

Daniel Ott
Initiative D21 e.V.
t +49 (0)30 526 8722 55
f +49 (0)30 526 8722 60
e daniel.ott@initiatived21.de
www.nonliner-atlas.de

Michael Knippelmeyer
TNS Infratest
t +49 (0)521 9257 687
f +49 (0)521 9257 250
e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com
www.tns-infratest.com

(N)ONLINER Atlas 2009

Der „(N)ONLINER Atlas 2009“ ist eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Den diesjährigen Atlas haben die FIDUCIA IT AG, TNS Infratest GmbH, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland, Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ermöglicht. Im neunten Jahr seines Erscheinens beleuchtet der (N)ONLINER Atlas erneut die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner und verdeutlicht Unterschiede der Internetnutzung in Deutschland. Im Mittelpunkt der mit über 30.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internetnutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung.

Ein Exemplar der Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2009: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines mit 1,45 Euro frankierten und rückadressierten DIN A4 Umschlages an Kathleen Hiller, Stichwort (N)ONLINER Atlas, In den Wiesen 10, 29575 Altenmedingen kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen und kostenfreier PDF-Download des „(N)ONLINER Atlas 2009“ unter www.nonliner-atlas.de

Initiative D21

Die Initiative D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft. Sie umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ihr Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen, wegweisenden Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.. Weitere Informationen unter www.initiatived21.de

TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für seine Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Presseinformation

Bildung und Internetnutzung: Die Richtung stimmt

(N)ONLINER Atlas 2009 zeigt Annäherung der Onliner-Anteile aller Bildungsschichten / Digitaler Graben noch nicht überwunden

Berlin, 30. Juni 2009 – Der Abstand zwischen den Bildungsschichten bei der Internetnutzung hat sich auch in diesem Jahr verringert. Besonders erfreulich ist dabei das überdurchschnittliche Wachstum von 5,3 Prozent bei der Gruppe mit einfachem Bildungsabschluss (Volks-/Hauptschule). Damit ist zum ersten Mal überhaupt die Internetnutzung in allen Bildungsgruppen über die 50 Prozentmarke geklettert.

Die Zahlen des (N)ONLINER Atlas 2009 zeigen, dass insbesondere bei den Befragten zwischen 14 und 49 Jahren der Einfluss der Bildung auf die Internetnutzung weiter abnimmt. Die Erklärung dafür ist ebenso schlicht wie positiv: Die Gruppe derjenigen mit hoher formaler Bildung nutzt beinahe vollständig das Internet, Wachstum findet in anderen Gruppen statt. 97,6 Prozent der Hochschulabsolventen und 96,3 Prozent der Personen mit Abitur haben in dieser Altersgruppe bereits den Weg in die digitale Welt gefunden. Dementsprechend fallen auch die Steigerungen im Vergleich zum Vorjahr (Studium: 0,4 Prozentpunkte, Abitur: 1,1 Prozentpunkte) gering aus. Überdurchschnittliche Zuwachsraten verzeichnen bei den 14 bis 49 Jährigen die Befragten mit einfachem Bildungsabschluss. Nutzten bei Volksschülern ohne Lehre im letzten Jahr mit 68,2 Prozent noch zwei von drei Befragten das Internet, so sind es aktuell mit 75,7 Prozent immerhin schon drei Viertel, die zu den Onlinern zählen. Alle anderen Bildungsgruppen bis 49 Jahre nutzen zu über 80 Prozent das Internet. Die Gruppe der Schüler/innen hebt sich mit 97 Prozent besonders hervor. Sie sind Teil der ersten Generation, die ein Leben ohne das Internet kaum noch kennt.

Dr. Rainer Esser, Vizepräsident der Initiative D21 und Geschäftsführer des ZEIT Verlags, kommentiert die Entwicklung so: „Das Internet ist die Bibliothek, die ich mir bereits während meines Studiums gewünscht hätte: Unendlich groß und unschlagbar schnell in der Informationsbeschaffung. Ein fantastisches Bildungsinstrument, das von vielen aber erst noch als solches entdeckt und genutzt werden muss. Qualität im Netz muss gefördert werden, aber auch der Zugang dazu.“

Gerade die Analyse der Best Ager (über 50 Jahre) in Kombination mit dem Bildungsabschluss zeigt, dass die grundsätzlich positive Entwicklung bei der Internetnutzung noch nicht alle Menschen erreicht hat. Während der Einfluss in der Altersgruppe der 14 bis 49-Jährigen auf die Internetnutzung tendenziell sinkt, verbuchen die Best Ager mit hoher formaler Bildung immer noch hohe Zuwachsraten (4,2 Prozentpunkte). Von den über 50-Jährigen mit Hochschulabschluss sind 74,6 Prozent online, während bei befragten Personen mit Volksschulabschluss ohne Lehre trotz Zuwachs von 3,1 Prozentpunkten nur 13,6 Prozent das Internet nutzen. Die enorme Differenz von 61,0 Prozentpunkten

verdeutlicht, dass sich gerade bei der älteren Generation noch ein tiefer digitaler Graben entlang der Bildungsgrenze zieht.

Den aktuellen (N)ONLINER Atlas sowie weitere Informationen finden Sie unter: www.nonliner-atlas.de

Methodensteckbrief (N)ONLINER Atlas 2009: Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt; 67,026 Mio. Personen; Stichprobe: Repräsentativ mit 30.702 Interviews; Auswahl: Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersample; Erhebung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS-Omnibusse in der Zeit vom 9. Februar bis 13. Mai 2009; Definitionen: Onliner = Nutzer des Internets, unabhängig von Ort und Grund der Nutzung; Nutzungsplaner = Nichtnutzer mit der Absicht, innerhalb der nächsten 12 Monate das Internet zu nutzen; Offliner = Nichtnutzer ohne Nutzungsplanung

Hinweis an die Redaktion: Einzelseiten aus dem (N)ONLINER Atlas 2009 können unter Angabe der Seitenzahl an kontakt@nonliner-atlas.de im JPG-Format, 300dpi bestellt werden. Weitere Informationen und Rankings zu den deutschen Onlinern und zur Breitbandnutzung liegen auf www.nonliner-atlas.de zum Herunterladen bereit.

Projektleitung (N)ONLINER Atlas:

Matthias Peterhans TNS Infratest t +49 (0)89 56 00-1909 f +49 (0)89 56 00-1437 e matthias.peterhans@tns-infratest.com	Dr. Wolfgang Neubarth TNS Infratest t +49 (0)89 56 00-1658 f +49 (0)89 56 00-1437 e wolfgang.neubarth@tns-global.com
---	--

Pressekontakt:

Daniel Ott Initiative D21 e.V. t +49 (0)30 526 8722 55 f +49 (0)30 526 8722 60 e daniel.ott@initiatived21.de www.nonliner-atlas.de	Michael Knippelmeyer TNS Infratest t +49 (0)521 9257 687 f +49 (0)521 9257 250 e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com www.tns-infratest.com
---	---

(N)ONLINER Atlas 2009

Der „(N)ONLINER Atlas 2009“ ist eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Den diesjährigen Atlas haben die FIDUCIA IT AG, TNS Infratest GmbH, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland, Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ermöglicht. Im neunten Jahr seines Erscheinens beleuchtet der (N)ONLINER Atlas erneut die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner und verdeutlicht Unterschiede der Internetnutzung in Deutschland. Im Mittelpunkt der mit über 30.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internetnutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung.

Ein Exemplar der Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2009: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines mit 1,45 Euro frankierten und rückadressierten DIN A4 Umschlages an Kathleen Hiller, Stichwort (N)ONLINER Atlas, In den Wiesen 10, 29575 Altenmedingen kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen und kostenfreier PDF-Download des „(N)ONLINER Atlas 2009“ unter www.nonliner-atlas.de

Initiative D21

Die Initiative D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft. Sie umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ihr Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen, wegweisenden Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.. Weitere Informationen unter www.initiatived21.de

TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für seine Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Presseinformation

(N)ONLINER Atlas 2009: Breitband treibt Internetwachstum

Erstmals über zwei Drittel der Onliner breitbandig unterwegs / Kein Ost-West-Gefälle mehr bei Breitbandnutzung

Berlin, 30. Juni 2009 – Immer mehr Deutsche sind mit Highspeed im Internet unterwegs. Erstmals nutzen mehr als zwei Drittel (66,9 Prozent) aller Onliner in Deutschland zu Hause einen Breitbandzugang. Gemessen an der Gesamtbevölkerung sind dies 46,2 Prozent und somit 3,6 Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. Die Breitbandnutzung in Deutschland entwickelt sich damit weiterhin dynamisch und ist bei einer Steigerung des Onliner-Anteils um 4,0 Prozentpunkte der entscheidende Treiber des Internetwachstums in diesem Jahr. Das sind zentrale Ergebnisse zur Breitbanduntersuchung im (N)ONLINER Atlas 2009, einer Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest.

Robert A. Wieland, Mitglied des Gesamtvorstandes der Initiative D21 und Geschäftsführer der TNS Infratest GmbH, dazu: „Die positive Entwicklung bei der Breitbandnutzung wird sich zweifellos fortsetzen. Die Gewohnheiten der Onliner haben sich in den letzten Jahren ebenso rasant geändert wie die Angebotsstrukturen im Netz und verlangen nach immer mehr Geschwindigkeit. Dies erhöht die Nachfrage und steigert die Wettbewerbsintensität unter den Telekommunikationsanbietern und Kabelnetzbetreibern.“

DSL ist in Deutschland mit einem Anteil von 61,5 Prozent weiterhin die meistgenutzte Zugangsform beim Internetanschluss zu Hause. Erneut wächst der Anteil des Zugangskanals Breitbandkabel dynamisch. Mit einem Zuwachs von 1,5 Prozentpunkten hat sich der Zugang über das Kabelmodem inzwischen mit einem Anteil von 4,7 Prozent als feste Größe bei den Internetzugangsformen etabliert. Der mobile Internetzugang zu Hause legt ebenfalls zu, spielt aber mit 1,7 Prozent nach wie vor nur eine geringe Rolle als Hauptanschluss. Die schmalbandigen Zugangsformen ISDN und Analogmodem verlieren dagegen insgesamt weiter an Attraktivität und an Marktanteilen, liegen im Ranking aber mit 13,9 Prozent (ISDN) und 9,6 Prozent (Analogmodem) noch immer an den Positionen zwei und drei.

Breitbandnutzung aktuell in Thüringen am höchsten – Stadt-Land-Gefälle nimmt weiter ab

Im Bundesländerranking gab es innerhalb des letzten Jahres erhebliche Veränderungen bei der Breitbandnutzung. Lagen die Flächenländer in Ostdeutschland 2008 noch unter dem Bundesdurchschnitt, ergibt sich durch die unterschiedliche Dynamik ein heterogeneres Bild: Sowohl im Westen als auch im Osten gibt es 2009 Bundesländer, die über bzw. unter dem Durchschnitt von

66,9 Prozent liegen. Thüringen setzt sich dabei in diesem Jahr noch vor Berlin an die Spitze des Länderrankings.

Besonders erfreulich sind die Daten bei der Entwicklung des Stadt-Land-Gefälles: Der Abstand zwischen den Metropolen (500.000 Einwohner und mehr), die mit 67,7 Prozent nach wie vor die höchste Breitbanddichte aufweisen und der kleinsten Ortsgrößenklasse (weniger als 5.000 Einwohner) verringerte sich um 5,2 Prozentpunkte auf lediglich 1,6 Prozentpunkte. Damit ist trotz der noch vorhandenen „weißen Flecken“ summarisch betrachtet die Breitbandnutzung auf dem Land ähnlich weit verbreitet wie in der Stadt.

Über Stadt und Land hinweg bleibt aber der Unterschied zwischen den beiden Geschlechtern bei der Breitbandnutzung hoch: Männer nutzen mit 75,1 Prozent weitaus häufiger einen Breitbandanschluss als Frauen (57,4 Prozent). Mit jeweils einem Anteilszuwachs von 1,5 Prozentpunkten hat sich im Vergleich zum Vorjahr der Abstand nicht verringert.

Die Ergebnisse zeigen auch: Je älter der Internetnutzer, desto geringer die Breitbandnutzung. Dennoch gibt es hier positive Entwicklungen: Erstmals surfen über 50 Prozent in allen Altersgruppen breitbandig. Das größte Wachstum (5,2 Prozentpunkte) verzeichnet dabei die Generation „70plus“, bei der jetzt 55 Prozent breitbandig angebunden sind. „Diese Entwicklungen zeigen ganz deutlich, dass Onliner inzwischen grundsätzlich schnell im Netz unterwegs sein wollen. Damit sich dieser Trend fortsetzt, engagiert sich die Initiative D21 seit Jahren federführend in der Deutschen Breitbandinitiative und wird die Entwicklung damit weiter unterstützen“, so Robert A. Wieland weiter.

Den aktuellen (N)ONLINER Atlas sowie weitere Informationen finden Sie unter: www.nonliner-atlas.de

Methodensteckbrief (N)ONLINER Atlas 2009: Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt; 67,026 Mio. Personen; Stichprobe: Repräsentativ mit 30.702 Interviews; Auswahl: Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersample; Erhebung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS-Omnibusse in der Zeit vom 9. Februar bis 13. Mai 2009; Definitionen: Onliner = Nutzer des Internets, unabhängig von Ort und Grund der Nutzung; Nutzungsplaner = Nichtnutzer mit der Absicht, innerhalb der nächsten 12 Monate das Internet zu nutzen; Offliner = Nichtnutzer ohne Nutzungsplanung

Hinweis an die Redaktion: Einzelseiten aus dem (N)ONLINER Atlas 2009 können unter Angabe der Seitenzahl an kontakt@nonliner-atlas.de im JPG-Format, 300dpi bestellt werden. Weitere Informationen und Rankings zu den deutschen Onlinern und zur Breitbandnutzung liegen auf www.nonliner-atlas.de zum Herunterladen bereit.

Projektleitung (N)ONLINER Atlas:

Matthias Peterhans

TNS Infratest

t +49 (0)89 56 00-1909

f +49 (0)89 56 00-1437

e matthias.peterhans@tns-infratest.com

Dr. Wolfgang Neubarth

TNS Infratest

t +49 (0)89 56 00-1658

f +49 (0)89 56 00-1437

e wolfgang.neubarth@tns-global.com

Pressekontakt:

Daniel Ott

Initiative D21 e.V.

t +49 (0)30 526 8722 55

f +49 (0)30 526 8722 60

e daniel.ott@initiatived21.de

www.nonliner-atlas.de

Michael Knippelmeyer

TNS Infratest

t +49 (0)521 9257 687

f +49 (0)521 9257 250

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

(N)ONLINER Atlas 2009

Der „(N)ONLINER Atlas 2009“ ist eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Den diesjährigen Atlas haben die FIDUCIA IT AG, TNS Infratest GmbH, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland, Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ermöglicht. Im neunten Jahr seines Erscheinens beleuchtet der (N)ONLINER Atlas erneut die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner und verdeutlicht Unterschiede der Internetnutzung in Deutschland. Im Mittelpunkt der mit über 30.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internetnutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung.

Ein Exemplar der Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2009: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines mit 1,45 Euro frankierten und rückadressierten DIN A4 Umschlages an Kathleen Hiller, Stichwort (N)ONLINER Atlas, In den Wiesen 10, 29575 Altenmedingen kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen und kostenfreier PDF-Download des „(N)ONLINER Atlas 2009“ unter www.nonliner-atlas.de

Initiative D21

Die Initiative D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft. Sie umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ihr Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen, wegweisenden Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.. Weitere Informationen unter www.initiatived21.de

TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für seine Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Presseinformation

Internetnutzung: Alle Bundesländer überspringen 60 Prozent Marke

(N)ONLINER Atlas 2009: Bremen führt Länderranking aktuell an / Stadtstaaten liegen vorn / Saarland mit zweithöchster Zuwachsrate

Berlin, 30. Juni 2009 – Bremen setzt sich als Bundesland mit dem höchsten Onliner-Anteil von 74,2 Prozent in diesem Jahr knapp vor Berlin (73,3 Prozent) an den ersten Platz im Bundesländerranking. Mit einem Zuwachs von 8,1 Prozentpunkten hat sich Bremen am deutlichsten von allen Bundesländern gesteigert. Neben Berlin (Platz zwei) ist auch der dritte Stadtstaat Hamburg mit 72,3 Prozent (Platz vier) unter den Top 5 vertreten. An dritter Stelle liegt Baden-Württemberg (72,6 Prozent) und Hessen übernimmt Rang fünf (71,0 Prozent). Mit jeweils über 70 Prozent liegen die Top 5 deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 69,1 Prozent bei der Internetnutzung. Insgesamt hat sich in allen Bundesländern der Onliner-Anteil erhöht und kein Bundesland liegt mehr unter der 60 Prozent Marke. Das sind zentrale Ergebnisse der Internetnutzung nach Bundesländern im (N)ONLINER Atlas 2009, einer Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest.

Das Saarland ist auch in diesem Jahr erneut unter den Ländern mit den größten Zuwachsraten vertreten. Durch das zweithöchste Anteils-Wachstum unter allen Bundesländern (6,2 Prozentpunkte) steigen die Saarländer vom letzten Platz des Vorjahres auf Rang 13. Mit 63 Prozent saarländischen Internetnutzern hat es Thüringen (62,6 Prozent), Mecklenburg-Vorpommern (61,9 Prozent) und Sachsen-Anhalt (60,7 Prozent) überholt. Die geringste Zuwachsrate im Vergleich zum letzten Jahr weist Rheinland-Pfalz mit vergleichsweise geringen 0,8 Prozentpunkten auf. Danach folgen Schleswig-Holstein und Sachsen-Anhalt mit einer Steigerung um 2,3 Prozentpunkte. Ebenfalls weniger als 3 Prozentpunkte Zuwachs gibt es in den Bundesländern Bayern und Thüringen.

Im Unterschied zu den Vorjahren hat sich der Abstand des Onliner-Anteils zwischen dem ersten und dem letzten Bundesland im Ranking nicht weiter verringert – er verharrt bei 13,5 Prozentpunkten.

„Für Politik und Wirtschaft können die aktuellen Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas 2009 als wichtige Gestaltungsgrundlage dienen, mit dem Ziel, bislang wenig erschlossene Bevölkerungsschichten an das Internet heranzuführen. Denn unbestritten dürfte sein, dass das Internet DIE Basistechnologie einer modernen, zukunftsfähigen Gesellschaft ist und eine entsprechend hohe Aufmerksamkeit der Entscheidungsträger verdient“, sagt Robert A. Wieland, Mitglied des Gesamtvorstands der Initiative D21 und Geschäftsführer der TNS Infratest GmbH.

Auf Regierungsbezirksebene treten regionale Unterschiede und damit verbundene Strukturunterschiede noch deutlicher hervor. So liegt beispielsweise das Bundesland Bayern mit

einem Onliner-Anteil von 69,2 Prozent fast exakt im Bundesdurchschnitt. Die Analyse nach Regierungsbezirken zeigt jedoch, dass dieses Ergebnis ein Mix aus überdurchschnittlichen Onliner-Anteilen in Bezirken wie Oberbayern mit dem Ballungsraum München und unterdurchschnittlichen Onliner-Anteilen in strukturschwächeren Bezirken wie der Oberpfalz darstellt.

Auf diese geografisch-strukturellen Unterschiede deutet auch das nach wie vor festzustellende Stadt-Land-Gefälle hin: So sind in Ballungsräumen mit 500.000 Einwohnern und mehr bereits 72,4 Prozent der Bevölkerung Internetnutzer während in Orten mit weniger als 5.000 Einwohnern erst lediglich 63,9 Prozent online sind.

Kein Ost-West-Gefälle mehr bei Breitbandnutzung

Durch die weiterhin dynamische Entwicklung der Breitbandnutzung im Bundesländervergleich ist in diesem Jahr kein klares Ost-West-Gefälle mehr erkennbar. Die Ergebnisse zeigen vielmehr ein bunteres Bild. Einzelne Länder im Osten wie im Westen liegen sowohl über als auch unter dem Durchschnitt. In 2009 kann das Bundesland Thüringen den höchsten Breitband-Anteil in der gesamten Bundesrepublik verzeichnen. Im Gegensatz zur Spannweite des Onliner-Anteils insgesamt, nimmt der Abstand bei der Breitbandnutzung zwischen den Bundesländern weiter ab. Vor zwei Jahren lag dieser noch bei 21,2 Prozentpunkten und hat sich über 11,3 Prozentpunkte im Vorjahr auf aktuell 9,7 Prozentpunkte verringert.

Den aktuellen (N)ONLINER Atlas sowie weitere Informationen finden Sie unter: www.nonliner-atlas.de

Methodensteckbrief (N)ONLINER Atlas 2009: Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt; 67,026 Mio. Personen; Stichprobe: Repräsentativ mit 30.702 Interviews; Auswahl: Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersample; Erhebung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS-Omnibusse in der Zeit vom 9. Februar bis 13. Mai 2009; Definitionen: Onliner = Nutzer des Internets, unabhängig von Ort und Grund der Nutzung; Nutzungsplaner = Nichtnutzer mit der Absicht, innerhalb der nächsten 12 Monate das Internet zu nutzen; Offliner = Nichtnutzer ohne Nutzungsplanung

Hinweis an die Redaktion: Einzelseiten aus dem (N)ONLINER Atlas 2009 können unter Angabe der Seitenzahl an kontakt@initiatived21.de im JPG-Format, 300dpi bestellt werden. Weitere Informationen und Rankings zu den deutschen Onlinern und zur Breitbandnutzung liegen auf www.nonliner-atlas.de zum Herunterladen bereit.

Projektleitung (N)ONLINER Atlas:

Matthias Peterhans

TNS Infratest

t +49 (0)89 56 00-1909

f +49 (0)89 56 00-1437

e matthias.peterhans@tns-infratest.com

Dr. Wolfgang Neubarth

TNS Infratest

t +49 (0)89 56 00-1658

f +49 (0)89 56 00-1437

e wolfgang.neubarth@tns-global.com

Pressekontakt:

Daniel Ott

Initiative D21 e.V.

t +49 (0)30 526 8722 55

f +49 (0)30 526 8722 60

e daniel.ott@initiatived21.de

www.nonliner-atlas.de

Michael Knippelmeyer

TNS Infratest

t +49 (0)521 9257 687

f +49 (0)521 9257 250

e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

www.tns-infratest.com

(N)ONLINER Atlas 2009

Der „(N)ONLINER Atlas 2009“ ist eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Den diesjährigen Atlas haben die FIDUCIA IT AG, TNS Infratest GmbH, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland, Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ermöglicht. Im neunten Jahr seines Erscheinens beleuchtet der (N)ONLINER Atlas erneut die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner und verdeutlicht Unterschiede der Internetnutzung in Deutschland. Im Mittelpunkt der mit über 30.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internetnutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung.

Ein Exemplar der Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2009: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines mit 1,45 Euro frankierten und rückadressierten DIN A4 Umschlages an Kathleen Hiller, Stichwort (N)ONLINER Atlas, In den Wiesen 10, 29575 Altenmedingen kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen und kostenfreier PDF-Download des „(N)ONLINER Atlas 2009“ unter www.nonliner-atlas.de

Initiative D21

Die Initiative D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft. Sie umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ihr Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen, wegweisenden Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.. Weitere Informationen unter www.initiatived21.de

TNS Infratest

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für seine Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Presseinformation

Angst der Verbraucher vor Betrügern beim Online-Banking sinkt

Zuverlässige, einfache Sicherheitsverfahren und Aufklärung wichtig

Karlsruhe / Berlin / München, 30. Juni 2009 – Trotz Datenskandalen und Virenalarm fühlen sich Deutschlands Verbraucher bei ihren Online-Banking-Transaktionen deutlich sicherer als im Vorjahr. Zu diesem Ergebnis kommt die Sonderstudie der FIDUCIA IT AG „Online-Banking – Mit Sicherheit! Vertrauen und Sicherheitsbewusstsein bei Bankgeschäften im Internet“. Im Rahmen des (N)ONLINER Atlas 2009, einer Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest, wurden insgesamt 1.000 deutschsprachige Internetnutzer im Alter ab 18 Jahren online nach ihren Einstellungen zum Thema Sicherheit und Datenschutz beim Online-Banking befragt.

Online-Banking-Betrüger sind dreist, raffiniert und richten großen finanziellen Schaden an. Dagegen helfen stets auf dem neuesten Stand gehaltene Sicherheitsverfahren. Geht es um den Onlinezugang zu den Konten, sind Kunden von genossenschaftlichen Banken beispielsweise mit der mobileTAN-Technologie der FIDUCIA, die der TÜV Rheinland zertifiziert hat, auf der sicheren Seite. Hier erhält der Kunde vor der Autorisierung eine SMS auf sein Handy, in der Betrag, persönliche Daten sowie eine TAN stehen. Damit stellen die Banken im genossenschaftlichen FinanzVerbund ihren Kunden ein Verfahren zur Verfügung, das unabhängig vom eventuell mit Viren befallenen PC funktioniert. Die Sicherheitsverfahren zeigen inzwischen Wirkung – und die Verbraucher fühlen sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich besser vor Online-Kriminalität geschützt, wie die aktuelle Sonderstudie der FIDUCIA im Rahmen des (N)ONLINER Atlas 2009 zeigt: Während 2008 noch 16 Prozent der Befragten aus Angst vor Betrügern auf Online-Banking Transaktionen verzichteten, sank dieser Prozentsatz in 2009 auf vier Prozent. „Dennoch ist es enorm wichtig, dass die technischen Entwicklungen immer in Bewegung bleiben, denn die Angriffe werden professioneller und der Kunden-PC ist nach wie vor das schwächste Glied in der Sicherheitskette. Dabei ist es eine große Herausforderung, Systeme zu finden, die so einfach sind, dass sie vom Verbraucher akzeptiert und genutzt werden“, betont Michael Krings, Vorsitzender des Vorstands der FIDUCIA IT AG. Um den Banken eine Wahlmöglichkeit für die Ausstattung ihrer Kunden mit sicheren Verfahren zu bieten, hat die FIDUCIA neben mobileTAN das Verfahren Sm@rt-TAN plus entwickelt. Bei den aktuellen Markttests wird vor allem darauf geachtet, dass das Verfahren intuitiv vom Kunden bedienbar ist. Anschließend wird das neue Verfahren allen Banken und deren Kunden zur Verfügung gestellt.

Trotz sinkender Ängste vor Betrug stehen Sicherheit und Datenschutz im Bewusstsein der Verbraucher nach wie vor an erster Stelle. Auch das beweist die aktuelle Studie. So verwundert es nicht, dass die Bereitschaft, aktiv etwas für die Sicherheit zu tun, tendenziell zugenommen hat. 85

Prozent der Befragten akzeptieren Sicherheitsvorkehrungen wie Virenschutzprogramme und Anti-Spy-Ware. Diese Verfahren stehen damit an erster Stelle. 81 Prozent der Befragten kontrollieren regelmäßig die Umsätze ihrer Konten, und 75 Prozent rufen Online-Banking nur über die Startseite ihrer Bank auf. Danach folgt mit 67 Prozent als Sicherheitsmaßnahme die regelmäßige Installation von Updates für Betriebssystem und Virens Scanner. Hier besteht weiterhin Aufklärungsbedarf. Es erweist sich als unzureichend, Sicherheitshinweise auf die Online-Banking-Seite zu stellen. Gefragt sind Sicherheitsmechanismen, die auch dem durchschnittlichen Kunden ohne besondere Kenntnisse und Fähigkeiten wenige Möglichkeiten für falsches Verhalten lassen.

Die mobileTAN als zur Zeit sicherstes Verfahren beim Online-Banking konnte den Bekanntheitsgrad nochmals um sechs Prozent auf jetzt 58 Prozent steigern, und auch die Nutzung stieg von 24 auf 34 Prozent. Das iTAN Verfahren wird jedoch mit 39 Prozent immer noch am häufigsten eingesetzt. Auch hier sind weiterhin Aufklärungsarbeit und innovative Marketingideen gefragt. Dass gutes Marketing Früchte tragen kann, zeigen die Erfahrungen einiger von der FIDUCIA betreuten Banken. Sie haben es geschafft, bereits bis zu 70 Prozent ihrer Kunden auf das einfach zu bedienende mobileTAN-Verfahren umzustellen.

Die aktuelle Studie bekräftigt den Trend, dass Verbraucher trotz hohem Sicherheitsbewusstsein Sicherheit möglichst zum Nulltarif wünschen. Insbesondere vor dem Hintergrund wirtschaftlich schwierigerer Zeiten ist es verständlich, dass inzwischen 67 Prozent der Befragten nicht bereit sind, für die Sicherheit ihrer Online-Transaktionen etwas zu bezahlen (2008 lag die Zahl noch bei 61 Prozent). Auch die Zahl derer, die bereit sind, einmalig – beispielsweise in einen Kartenleser – zu investieren, sank von 15 auf 13 Prozent.

Bei der großen Zahl der sicherheitsbewussten, aber sehr preissensiblen Kunden können jene Banken punkten, die mit einem Sicherheitspaket wie VR-Banking Plus ihren Bankkunden nicht nur kostenlose Sicherheit für ihre Online-Transaktionen durch mobileTAN anbieten, sondern außerdem eine hervorragende Firewall- und Virenschutzsoftware, die das Surfen im Web generell sicherer macht.

Methodensteckbrief Sonderthema (N)ONLINER Atlas 2009 „Online-Banking – Mit Sicherheit! Vertrauen und Sicherheitsbewusstsein bei Bankgeschäften im Internet“ Grundgesamtheit: Deutschsprachige Online-Nutzer in Privathaushalten in Deutschland im Alter ab 18 Jahren, die das Internet privat nutzen; Auswahl: TNS Onlinepanel; gewichtet nach zentralen Merkmalen (Geschlecht, Alter und formaler Bildung); Stichprobe: 1.046 Interviews; Erhebung: Durchführung als Onlinebefragung (computergestütztes Webinterview CAWI), in KW 19 / 2009 und KW 20 /2009; Repräsentative Erhebung: Repräsentative Erhebung, Ergebnisse auf die Grundgesamtheit übertragbar

Hinweis an die Redaktion: Einzelseiten aus dem (N)ONLINER Atlas 2009 können unter Angabe der Seitenzahl an kontakt@nonliner-atlas.de im JPG-Format, 300dpi bestellt werden. Weitere Informationen und Rankings zu den deutschen Onlinern und zur Breitbandnutzung liegen auf www.nonliner-atlas.de zum Herunterladen bereit.

Projektleitung (N)ONLINER Atlas:

Matthias Peterhans
TNS Infratest
t +49 (0)89 56 00-1909
f +49 (0)89 56 00-1437

e matthias.peterhans@tns-infratest.com

Dr. Wolfgang Neubarth
TNS Infratest

t +49 (0)89 56 00-1658

f +49 (0)89 56 00-1437

e wolfgang.neubarth@tns-global.com

Pressekontakt:

Judith Probst
FIDUCIA IT AG
t +49 (0)721 40 04 – 43 21
f +49 (0)721 40 04 – 47 47
e presse@fiducia.de
www.fiducia.de

Daniel Ott
Initiative D21 e.V.
t +49 (0)30 526 8722 55
f +49 (0)30 526 8722 60
e daniel.ott@initiated21.de
www.initiated21.de

(N)ONLINER Atlas 2009

Der „(N)ONLINER Atlas 2009“ ist eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Den diesjährigen Atlas haben die FIDUCIA IT AG, TNS Infratest GmbH, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland, Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ermöglicht. Im neunten Jahr seines Erscheinens beleuchtet der (N)ONLINER Atlas erneut die Welt der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner und verdeutlicht Unterschiede der Internetnutzung in Deutschland. Im Mittelpunkt der mit über 30.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internetnutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung.

Die Print-Ausgabe der FIDUCIA-Sonderstudie „Online-Banking – Mit Sicherheit! Vertrauen und Sicherheitsbewusstsein bei Bankgeschäften im Internet“ im Rahmen des „(N)ONLINER Atlas 2009: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines mit 1,45 Euro frankierten und rückadressierten DIN A4 Umschlages an Judith Probst, Stichwort „(N)ONLINER Atlas – Sonderstudie Online-Banking“, Fiduciastr. 20, 76227 Karlsruhe kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen und kostenfreier PDF-Download der FIDUCIA- unter www.nonliner-atlas.de und www.fiducia.de

Initiative D21

Die Initiative D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft. Sie umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ihr Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen, wegweisenden Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen. Weitere Informationen unter www.initiated21.de

FIDUCIA Gruppe

Die FIDUCIA Gruppe mit Hauptsitz in Karlsruhe ist einer der führenden IT-Dienstleister in Deutschland sowie IT-Competence Center und größter IT-Dienstleister im genossenschaftlichen FinanzVerbund. Bestehend aus der FIDUCIA IT AG sowie deren Tochter- und Beteiligungsunternehmen bietet das Unternehmen ein umfassendes Dienstleistungsspektrum auf dem Gebiet der Informationstechnologie an. Das Kerngeschäft der FIDUCIA Gruppe ist die Erbringung von IT-Leistungen für rund 750 Genossenschaftsbanken, für die Zentralinstitute und Unternehmen im genossenschaftlichen FinanzVerbund sowie für Privatbanken. Auch Öffentliche Verwaltungen und Industrieunternehmen zählen zu den Kunden der FIDUCIA Gruppe. Die Kernkompetenzen der FIDUCIA liegen im Rechenzentrumsbetrieb auf höchstem Sicherheitsniveau unter Einsatz moderner Großrechner-Technologie, Open-System- und Unix-Technologie sowie in der Entwicklung und Implementierung integrierter IT-Lösungen. Mit dem Banksystem agree bietet die FIDUCIA ein hochmodernes, integriertes Kernbanksystem, das von rund 800 Banken eingesetzt wird. Im Geschäftsjahr 2008 erwirtschaftete die FIDUCIA Gruppe mit knapp 2.800 Mitarbeitern einen Umsatz von 682 Millionen Euro. Weitere Informationen unter: www.fiducia.de

(N)ONLINER Atlas 2009

SPONSOREN, PARTNER UND IDEELLE TRÄGER IN ALPHABETISCHER REIHENFOLGE



Aufgabe des Ministeriums ist die Gestaltung einer modernen Wirtschafts- und Technologiepolitik. Diese verbindet das Konzept der sozialen Marktwirtschaft mit dem Konzept der Nachhaltigkeit. Insbesondere die Förderung von neuen Technologien ist ein Schwerpunkt der Arbeit des BMWi; Globalisierung, Europa-, Außenwirtschafts-, Energie-, Industrie-, Wettbewerbs- und Mittelstandspolitik sind weitere zentrale Themen in der Tätigkeit des Hauses. Alle Maßnahmen zielen dabei auf ein dauerhaftes Wirtschaftswachstum und die Teilhabe aller Bürgerinnen und Bürger am wirtschaftlichen Wohlstand.

Kontakt: Pressereferat, Tel.: 030 - 2014 -6121 oder -6131, buero-p2@bmwi.bund.de



Die Deutsche Telekom AG ist Europas größtes Telekommunikationsunternehmen und setzt als eines der weltweit führenden Dienstleistungs-Unternehmen der Branche international Maßstäbe. Der Konzern bietet seinen Kunden die gesamte Palette der Telekommunikations- und IT-Branche aus einer Hand – egal ob Festnetztelefonie, Breitbandinternet, Mobilfunk oder komplexe ITK-Lösungen für Geschäftskunden.

Als international ausgerichteter Konzern beschäftigt die Deutsche Telekom AG weltweit 250 000 Mitarbeiter in rund 50 Ländern. Der Konzern bekennt sich zum Leitbild der Nachhaltigkeit und legt seinem geschäftlichen Handeln sowohl wirtschaftliche als auch soziale und ökologische Kriterien zugrunde.

Kontaktperson: Dr. Wolfgang Kubink, Tel.: 0228-18199 120, wolfgang.kubink@telekom.de



Die Initiative D21 ist Deutschlands größte Partnerschaft von Politik und Wirtschaft für die Informationsgesellschaft. Sie umfasst ein parteien- und branchenübergreifendes Netzwerk von 200 Mitgliedsunternehmen und -institutionen sowie politischen Partnern aus Bund, Ländern und Kommunen. Ihr Ziel ist es, die Digitale Gesellschaft mit gemeinnützigen, wegweisenden Projekten zu gestalten und Deutschland in der digitalen Welt des 21. Jahrhunderts gesellschaftlich und wirtschaftlich erfolgreich zu machen.

Kontaktperson: Daniel Ott, Tel.: 030 - 526 87 22 55, daniel.ott@initiated21.de

(N)ONLINER Atlas 2009



Die FIDUCIA Gruppe mit Hauptsitz in Karlsruhe ist einer der führenden IT-Dienstleister in Deutschland sowie IT-Competence Center und größter IT-Dienstleister im genossenschaftlichen FinanzVerbund. Bestehend aus der FIDUCIA IT AG sowie deren Tochter- und Beteiligungsunternehmen bietet das Unternehmen ein umfassendes Dienstleistungsspektrum auf dem Gebiet der Informationstechnologie an. Das Kerngeschäft der FIDUCIA Gruppe ist die Erbringung von IT-Leistungen für rund 750 Genossenschaftsbanken, für die Zentralinstitute und Unternehmen im genossenschaftlichen FinanzVerbund sowie für Privatbanken. Auch Öffentliche Verwaltungen und Industrieunternehmen zählen zu den Kunden der FIDUCIA Gruppe. Die Kernkompetenzen der FIDUCIA liegen im Rechenzentrumsbetrieb auf höchstem Sicherheitsniveau unter Einsatz moderner Großrechner-Technologie, Open-System- und Unix-Technologie sowie in der Entwicklung und Implementierung integrierter IT-Lösungen. Mit dem Banksystem agree bietet die FIDUCIA ein hochmodernes, integriertes Kernbanksystem, das von rund 800 Banken eingesetzt wird. Im Geschäftsjahr 2008 erwirtschaftete die FIDUCIA Gruppe mit knapp 2.800 Mitarbeitern einen Umsatz von 682 Millionen Euro. Weitere Informationen unter: www.fiducia.de

Kontaktperson: Judith Probst, Tel.: 0721 - 40 04 2523, judith.probst@fiducia.de



Vorrangiges Ziel des gemeinnützigen Vereins Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit ist es, den Weg Deutschlands in die Informations- und Wissensgesellschaft aktiv mitzugestalten. Dazu werden vielfältige Initiativen und Projekte entwickelt und durchgeführt, die die Potenziale von Frauen und Männern nutzen, um Chancengleichheit in allen gesellschaftlichen und beruflichen Bereichen zu verwirklichen. Die Strategie der Chancengleichheit setzt die Anerkennung der Verschiedenheit von Menschen, ihrer vielfältigen Biografien, Lebensweisen und Befähigungen voraus und fördert die Entfaltung der daraus erwachsenen Potenziale und Perspektiven. Sie nutzt diese Vielfalt als Erfolgsfaktor für die gender- und generationengerechte Entwicklung der Gesellschaft.

Kontaktperson: Birgit Kampmann, Tel.: 0521-106 7300, kampmann@kompetenzz.de



TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für seine Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com

Kontaktperson: Michael Knippelmeyer, Tel.: 0521 - 9257 687, michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

(N)ONLINER Atlas 2009



Wolters Kluwer Deutschland ist ein Wissens- und Informationsdienstleister mit den Kernkompetenzen Recht, Wirtschaft und Steuern.

Wolters Kluwer Deutschland ist Teil des international tätigen Konzerns Wolters Kluwer n.v. mit Sitz in Amsterdam. **Wolters Kluwer n.v.** ist ein führendes internationales Verlagsunternehmen und Informationsdienstleister. Die Kernmärkte des Unternehmens sind das Gesundheitswesen, Unternehmensdienstleistungen, Finanzdienstleistungen, Steuern, Rechnungswesen, Recht und das Erziehungswesen. Wolters Kluwer beschäftigt weltweit ca. 18 900 Mitarbeiter und ist in Europa, Nordamerika und im Raum Asia/Pacific vertreten.

Kontaktperson: Dr. Ulrich Hermann, Tel.: 0221 - 94373 7070, uhermann@wolterskluwer.de