

Presseinformation

Internetnutzung: 60- bis 69-Jährige Spitzenreiter bei den Zuwachsraten aller Altersgruppen

(N)ONLINER Atlas 2008 stellt weiter steigende Internetnutzung in der Altersgruppe 50plus fest / Geschlechterunterschied hat sich vergrößert

Berlin, 24. Juni 2008 – Der Onliner-Anteil in der Generation 50plus steigerten sich binnen Jahresfrist erneut deutlich. Der (N)ONLINER Atlas 2008 belegt: Der Anteil der Internetnutzer sinkt zwar immer noch mit steigendem Alter, doch auch in den älteren Gruppen breitet sich das Internet nach anfänglichen Startschwierigkeiten mittlerweile immer rascher aus. Dadurch gleicht sich die Internetgemeinde allmählich den Strukturen der Gesamtbevölkerung an. Die Gruppe der 60- bis 69-Jährigen konnte ihren Anteil an der Internetnutzung um stattliche sechs Prozentpunkte steigern und ist somit Spitzenreiter bei den Zuwachsraten aller Altersgruppen. Der Onliner-Anteil in der Generation 50plus bleibt jedoch trotz starker Zuwächse mit 40 Prozent weiter unterdurchschnittlich. Mit einem Zuwachs von drei Prozentpunkten bleibt die Gruppe der ab 70-Jährigen auch in diesem Jahr hinter der durchschnittlichen Steigerung zurück. Das sind die zentralen Ergebnisse der Internetnutzung nach Altersgruppen im (N)ONLINER Atlas 2008, einer Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest.

Berlin ist in der Altersgruppe der Best Ager mit 49 Prozent Onlinern und einem Offliner-Anteil von unter 50 Prozent klarer Vorreiter im Bundesländer-Vergleich. An zweiter und dritter Stelle folgen Bremen (47 Prozent Onliner) und Schleswig-Holstein (46 Prozent Onliner). Die höchsten Offliner-Anteile in der Generation 50plus verzeichnet das Saarland mit 68 Prozent. Auch Mecklenburg-Vorpommern mit 64 Prozent und Thüringen mit 63 Prozent Nichtnutzer-Anteil zeigen sich recht internetscheu.

Internetnutzung Männer-Frauen: Differenz vergrößert sich

Der Geschlechterunterschied hat sich bei den über 50-Jährigen im Vergleich zum Vorjahr vergrößert: Konnten die Frauen 2007 einen sehr viel höheren Zuwachs verzeichnen, werden sie in diesem Jahr (3,5 Prozentpunkte) von den Männern mit sieben Prozentpunkten Zuwachs eindeutig überholt. Das heißt im Ergebnis: 2008 nutzen 51 Prozent der Männer und 31 Prozent der Frauen über 50 Jahre das Internet. 2007 war der Männer-Frauen-Unterschied mit 16,5 Prozentpunkten so gering wie nie, 2008 dagegen ist er mit 20 Prozentpunkten deutlich markanter geworden. Das prozentuale Verhältnis von männlichen zu weiblichen Onlinern über 50 Jahre liegt 2008 bei 57,6 zu 42,4 Prozent.

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 Fachhochschulabschluss 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 weiblichen Onlinern mit einfachem Bildungsabschluss ohne Lehre (25,0 Prozent Onliner-Anteil) und den männlichen Onlinern mit einfachem Bildungsabschluss ohne Lehre (50,7 Prozent Onliner-Anteil).

Entgegen dem Ergebnis des Vorjahres ist die Verbreitung der Internetnutzung bei nicht berufstätigen Frauen etwas langsamer angestiegen als bei den nicht berufstätigen Männern. Folglich ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern mit 16 Prozentpunkten wieder etwas größer. In der Gruppe der Berufstätigen nimmt der Abstand jedoch von ca. zehn Prozentpunkten auf ca. sechs Prozentpunkte ab.

Medienkompetenz für die Generation 50plus

„55 Prozent der älteren Menschen sind derzeit offline. Das sind 16 Millionen Menschen, denen es meist nicht an weiteren Informationen fehlt, sondern an konkreten Erfahrungsmöglichkeiten, die Schüler, Studenten und Berufstätige in ihrem institutionellen und beruflichen Alltag haben“, sagt Birgit Kampmann, Geschäftsführerin des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. „Darüber hinaus müssen zukünftig stärker informelle Vermittlungswege sowie persönliche Kontakte und Netzwerke zur Weitergabe von Erfahrungswissen von Onliner und Offliner aktiviert werden. Auch Multiplikatorinnen und Multiplikatoren vor Ort benötigen konkrete Unterstützung bei der täglichen Medienkompetenzentwicklung.“

Highspeed Surfen setzt sich auch bei den über 70-Jährigen durch

Zwar belegt der (N)ONLINER Atlas 2008 erneut, dass die Onliner in der Altersgruppe 50plus noch unter dem Durchschnitt einer mit 65 Prozent allgemein hohen Breitbandnutzung liegt, dennoch sind im Vergleich zum Vorjahr zweistellige Zuwächse bei den Highspeed-Anschlüssen festzustellen. In der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen stieg die Breitbandnutzung um 6,4 Prozentpunkte auf 60 Prozent an, bei den 60- bis 69-Jährigen sind es sogar zehn Prozentpunkte Zuwachs und somit heute 57 Prozent Breitbandnutzer. Die ab 70-Jährigen weisen den niedrigsten Anteil der Breitbandnutzung auf und reichen mit einem Zuwachs von 6,5 Prozentpunkten auf 49,8 Prozent knapp an die 50-Prozent-Marke heran. Der Breitbandanschluss ist damit heute in allen Altersgruppen die dominierende Zugangsart zum Internet, schmalbandige Zugangsformen verlieren auch bei den Best Agern weiter an Boden.

Mittels ISDN-Anschluss wählen sich in der Altersgruppe der Best Ager noch 19 Prozent der 50- bis 59-Jährigen, 20 Prozent der 60- bis 69-Jährigen und 20 Prozent der ab 70-Jährigen in das Internet ein. Insgesamt sinkt der ISDN-Anteil in allen Altersgruppen innerhalb der Best Ager um drei Prozentpunkte. Das analoge Modem verzeichnet noch größere Rückgänge, insbesondere bei der Generation 60plus. Bei den 60- bis 69-Jährigen verliert das Modem von 2007 auf 2008 acht Prozentpunkte und macht heute einen Anteil von zwölf Prozent der Onliner aus. Die Entwicklung bei den ab 70-Jährigen verläuft ähnlich: Nutzten 2007 noch 21 Prozent ein analoges Modem zur Einwahl ins Internet, so sind es in diesem Jahr mit 15 Prozent deutlich weniger.

Methodensteckbrief (N)ONLINER Atlas 2008: Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt; 64,82 Mio. Personen; Stichprobe: Repräsentativ mit 52.503 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 22. Februar bis 14. Mai 2008; 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 2008 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

Pressekontakt:

Stefan Jaekel
Initiative D21 e.V.
t +49 (0)30 526 8722 55
f +49 (0)30 526 8722 60
e stefan.jaekel@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 2008

Der „(N)ONLINER Atlas 2008“ ist eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Den diesjährigen Atlas haben Fujitsu Siemens Computers, Microsoft Deutschland GmbH, 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 achten 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 50.000 Interviews deutschlandweit größten Studie stehen die Zahlen der Internetnutzung nach Bundesland, Regierungsbezirk, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand und Beschäftigung. Die Internetnutzung wird auch in diesem Jahr nach Postleitzahlgebieten ausgewiesen.

Ein Exemplar der Print-Ausgabe des „(N)ONLINER Atlas 2008: 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 2008“ unter www.nonliner-atlas.de

Initiative D21

Die Initiative D21 ist Europas 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 Informationsgesellschaft in Deutschland des 21. Jahrhunderts zu stärken. Mit ihren gemeinnützigen Projekten setzt sich die Initiative D21 dabei insbesondere für mehr "Digitale Integration", "Digitale Kompetenz" und "Digitale Exzellenz" ein. 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