

Presseinformation

Internetnutzung: Große Unterschiede in der Generation 50plus

(N)ONLINER Atlas 2009: 60- bis 69-Jährige haben höchste Zuwachsraten bei der Internetnutzung / Nur 19 Prozent der über 70-Jährigen sind online

Berlin, 30. Juni 2009 – Der Abstand zwischen den über 50-Jährigen und den jüngeren Internetnutzern ist auch 2009 leicht zurückgegangen. Mit einem Onliner-Anteil von 44,9 Prozent erreicht die Generation 50plus jedoch nicht annähernd den bundesweiten Durchschnitt von 69,1 Prozent. Genauer aufgeschlüsselt zeigt sich ein differenziertes Bild: Liegt die Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen mit 67,1 Prozent nur knapp unter dem Durchschnitt, haben die 60- bis 69-Jährigen mit 6,9 Prozentpunkten zwar den stärksten Zuwachs, erreichen selbst damit aber noch nicht die 50-Prozent Marke (48,5 Prozent). Dramatisch sieht es bei den über 70-Jährigen aus: Bei vergleichsweise geringer Steigerung um 2,7 Prozentpunkte sind in dieser Altersgruppe erst 19 Prozent, also nicht einmal jeder Fünfte, online.

Während bei allen Altersgruppen bis 49 Jahren die Internetnutzung inzwischen über 80 Prozent liegt, muss die Mehrheit der Bürger über 60 Jahre noch gezielt angesprochen und gefördert werden, damit auch sie die Möglichkeiten und den Nutzen des Internets für sich entdecken. Das sind zentrale Erkenntnisse aus der Analyse der Internetnutzung nach Altersgruppen aus dem (N)ONLINER Atlas 2009, einer Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest.

Männer-Frauen über 50 Jahren im Internet: Abstand vergrößert sich erneut

Die Differenz zwischen den Geschlechtern bei der Internetnutzung über 50 Jahren ist 2009 um 1,4 Prozent auf inzwischen 21,1 Prozentpunkte gestiegen. Damit sind 56,3 Prozent der Männer, aber nur 35,2 Prozent der Frauen der Altersgruppe 50plus online.

Birgit Kampmann, Geschäftsführerin des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit, dazu: „Gerade ältere Frauen profitieren momentan noch zu wenig von dem positiven Trend bei der Internetnutzung. Es müssen für sie neue Ansätze gefunden werden, um ihnen den kompetenten Umgang mit dem Internet nahe zu bringen und den persönlichen Nutzen zu vermitteln. Dafür suchen wir Internet-Patinnen und -Paten, die ihr Wissen gerne teilen und sich engagieren wollen.“

Bildung und Beruf haben großen Einfluss auf Internetnutzung

Die Analyse der Best Ager (über 50 Jahre) in Kombination mit ihrer Bildung zeigt große Unterschiede zu den Befragten zwischen 14 und 49 Jahren. Während bei den Jüngeren der Einfluss der Bildung 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 Studium sind 74,6 Prozent Onliner, während unter den Best Agern mit Volksschulabschluss ohne Lehre nur 13,6 Onliner sind

(Zuwachs 3,1 Prozentpunkte). Daraus ergibt sich eine Differenz der Onliner von 61,0 Prozentpunkten zwischen Best Agern mit hohen und einfachen formalen Bildungsabschlüssen.

Die Untersuchung der Berufstätigkeit der Onliner lässt auch in diesem Jahr wieder einen positiven Zusammenhang erkennen. Unter den berufstätigen Best Agern sind 70,4 Prozent Onliner, was einer Steigerung von 4,2 Prozentpunkten entspricht. Bei den nicht berufstätigen Best Agern, ist hingegen nur knapp jeder Dritte online (32,8 Prozent), was einer Steigerung im Jahresvergleich von 3,9 Prozent entspricht.

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.initiated21.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