

Presseinformation

(N)ONLINER Atlas 2011: Erstmals nutzen drei Viertel der Deutschen das Internet

- Steigerung von 2,7 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr
- Bremen trotz Stagnation weiterhin an der Spitze, Thüringen mit größtem Wachstum
- Bildungsgruppen nähern sich an – Generation 70plus wird abgehängt

Berlin, 7. Juli 2011 – Durch ein erneut deutliches Wachstum von 2,7 Prozentpunkten nutzen inzwischen 74,7 Prozent der deutschen Bevölkerung das Internet. Damit sind erstmals knapp drei Viertel der Deutschen online. Der aktuelle (N)ONLINER Atlas der Initiative D21 zeigt damit allerdings gleichzeitig auch, dass die digitale Partizipation der gesamten Bevölkerung noch lange nicht abgeschlossen ist. Denn noch immer ist das Internet für knapp 18 Millionen Menschen über 14 Jahren kein selbstverständliches Medium. Diese Nichtnutzung manifestiert sich entlang bestimmter soziodemografischer Faktoren und es ist absehbar, dass ohne gezielte Förderung der Offliner die Zuwachsraten in den nächsten Jahren weiter abnehmen. Seit Beginn der Messungen sinkt zudem kontinuierlich auch die Zahl derer, die in den kommenden zwölf Monaten erstmals das Internet nutzen wollen (Nutzungsplaner 2011: 3,3 Prozent, 2010: 3,8 Prozent).

Für die elfte Ausgabe des (N)ONLINER Atlas führte TNS Infratest im Auftrag der Initiative D21 über 30.000 Interviews durch. Gefragt wurde nach Kriterien wie Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildungsstand oder Beschäftigung, die detaillierte Rückschlüsse auf die Internetnutzung in den einzelnen Bundesländern, Regierungsbezirken und Ortsgrößenklassen zulassen. Damit bietet die Studie einen ausführlichen Blick auf die momentanen Rahmenbedingungen für die digitale Gesellschaft in Deutschland.

Durchschnitt zeigt demografische Grenze der Internetnutzung

Entlang welcher demografischen Grenzen die Internetnutzung verläuft, lässt sich gut anhand des durchschnittlichen Onliners bzw. Offliners darstellen. Der typische Onliner ist im Durchschnitt eher männlich, 41,5 Jahre alt, ist berufstätig, lebt in einem Haushalt mit 2-3 Personen und hat ein Haushaltsnettoeinkommen von etwa 2.380 Euro. Der typische Offliner ist dagegen eher weiblich, 66,8 Jahre alt, ist nicht (mehr) berufstätig, lebt in einem Haushalt mit 1-2 Personen und hat ein Haushaltsnettoeinkommen von ca. 1.560 Euro.

„Das Internet wird für immer mehr Bürgerinnen und Bürger zu einer Selbstverständlichkeit. Die Abstände bei der Internetnutzung zwischen den untersuchten Bevölkerungsgruppen verringern sich weiter. Doch wir erkennen anhand des (N)ONLINER Atlas auch, dass sich trotz dieser allgemein positiven Entwicklung noch ein deutlicher digitaler Graben entlang von

Alter, Einkommen und Geschlecht zieht. Wer den gleichberechtigten Zugang für die gesamte Gesellschaft möchte, muss diese Lücken schließen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie engagiert sich daher seit Jahren in zahlreichen Projekten, mit denen nicht nur mehr Menschen ins Netz gebracht werden sollen, sondern der kompetente Umgang mit dem Medium im Mittelpunkt der Förderung steht“, betonte der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Hans-Joachim Otto.

Bremen stagniert, bleibt aber Spitzenreiter

Auch wenn in Bremen aktuell kein Zuwachs bei der Internetnutzung gemessen werden konnte, ist die Hansestadt mit 80,2 Prozent Onliner-Anteil das dritte Jahr in Folge die Nummer eins im Bundesländervergleich. Es folgt Berlin (79,3 Prozent), das mit einer überdurchschnittlichen Zuwachsrate von 4,1 Prozentpunkten Baden-Württemberg (78,0 Prozent) auf Platz drei verweisen konnte. Die TOP 5 werden von Hessen (77,1 Prozent) sowie Niedersachsen und Hamburg (beide 76,5 Prozent) komplettiert, womit auch in diesem Jahr alle Stadtstaaten bei der Internetnutzung zur Spitzengruppe zählen. Bis Platz acht (Rheinland-Pfalz) liegt die Internetnutzung über oder gleich mit dem Bundesdurchschnitt von 74,7 Prozent, danach beginnt die Gruppe der Bundesländer, die noch deutlichen Nachholbedarf bei der Partizipation am Internet haben.

Nach wie vor zählen dazu auch alle ostdeutschen Flächenländer. Doch gibt es hier positive Signale, dass sich dies in den kommenden Jahren ändern könnte. Denn die drei Bundesländer mit dem größten Wachstum sind Thüringen (5,6 Prozentpunkte Zuwachs), Mecklenburg-Vorpommern (5,2 Prozentpunkte Zuwachs) und Sachsen (4,7 Prozentpunkte Zuwachs). Nur das neue Schlusslicht Sachsen-Anhalt und auch Brandenburg konnten es mit Wachstumsraten von 1,3 bzw. 0,6 Prozentpunkten ihren ostdeutschen Nachbarn nicht gleichtun.

Das Saarland ist weiter im Ranking gefallen. Inzwischen liegt es aufgrund einer unterdurchschnittlichen Wachstumsrate von 1,5 Prozentpunkten nur noch auf Platz 15. Mit einer Internetnutzung von lediglich 66,9 Prozent ist es das einzige westdeutsche Bundesland, das die 70-Prozent-Marke noch nicht erreicht hat. Insgesamt sind die Bundesländer näher zusammengerückt und der Abstand zwischen dem Spitzenreiter und dem Schlusslicht beträgt in diesem Jahr 16,0 Prozentpunkte (2010: 17,5 Prozentpunkte).

Schere zwischen den Bildungsgruppen schließt sich weiter

Auch 2011 kann die Bevölkerungsgruppe mit formal einfacher Bildung den höchsten Zuwachs bei der Internetnutzung vorweisen. Erstmals liegt so durch ein Wachstum von 4,9 Prozentpunkten der Online-Anteil bei den Befragten mit Volksschulabschluss ohne Lehre über der 50-Prozent-Marke (51,4 Prozent). Mit 4,4 Prozent ist auch die Zahl der Nutzungsplaner größer als in allen anderen Bildungsgruppen, was darauf schließen lässt, dass auch im kommenden Jahr in dieser Gruppe ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnet werden kann. Diese positive Entwicklung soll aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Abstand zu den weiteren Gruppen noch immer sehr deutlich ist.

So ist die Gruppe mit einem weiterbildenden Schulabschluss zu 78,8 Prozent online und die Gruppen mit Abitur oder Studium sind schon über bzw. an der 90-Prozent-Marke angelangt. Die Gruppe der Schüler ist noch immer deutlicher Spitzenreiter (97,7 Prozent Onliner-Anteil), doch ist an der geringen Wachstumsrate von 0,2 Prozentpunkten bereits ein Sättigungsgrad erkennbar.

Prof. Barbara Schwarze, Präsidiumsmitglied der Initiative D21, sieht dies mit einem lachenden und einem weinenden Auge: „Der Einfluss der digitalen Medien auf die ökonomische Entwicklung ist inzwischen so groß, dass es heute kaum noch einen Beruf gibt, der ohne fundierte Medienkompetenz auskommt. Es ist erfreulich, dass gerade die heutige Schülergeneration beinahe vollständig das Internet nutzt. Doch schaffen wir es in Deutschland bisher nicht, in den Schulen eine digitale Kompetenz zu vermitteln, die für junge Menschen unabhängig von der sozialen Herkunft gleiche Chancen schafft. Gleichzeitig müssen wir uns vor dem Hintergrund des demografischen Wandels auch darüber Gedanken machen, wie wir diejenigen an den aktuellen Arbeitsmarkt heranführen, die bisher mit Computer oder Internet kaum Erfahrungen gemacht haben.“

Frauen holen auf. Altersgruppe 70plus wird bei Internetnutzung abgehängt. Geringes Einkommen bedeutet geringe Internetnutzung

Mit 11,8 Prozentpunkten war der Abstand bei der Internetnutzung zwischen den Geschlechtern noch nie so gering wie in diesem Jahr. Im Vergleich zum Vorjahr gehen 4,1 Prozentpunkte mehr Frauen online und liegen jetzt bei einer Nutzungsquote von 68,9 Prozent. Männer nutzen zu 80,7 Prozent das Internet. Das sind lediglich 1,2 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Auch bei der Generation 50plus gibt es Erfreuliches zu berichten: Mit einem Wachstum von 2,9 Prozentpunkten überschreitet sie erstmals deutlich die 50-Prozent-Marke und liegt jetzt bei einem Online-Anteil von 52,5 Prozent. Diese Steigerung ist hauptsächlich auf die Altersgruppe der 50- bis 69-Jährigen zurückzuführen. Die Gruppe ab 70 Jahren ist mit deutlichem Abstand am wenigsten internetaffin. Das unterdurchschnittliche Wachstum von 1,3 Prozentpunkten führt dazu, dass noch immer nicht einmal ein Viertel (24,6 Prozent) dieser Altersgruppe das Internet nutzt. In der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen gibt es den „Offliner“ kaum noch, da hier inzwischen 97,3 Prozent online sind. Ähnlich sieht es bei den 30- bis 49-Jährigen aus, die in diesem Jahr nur noch knapp unter der 90-Prozent-Marke (genau 89,7 Prozent) liegen.

Internetnutzung ist auch immer eine Kostenfrage und es gilt daher seit Jahren die Regel: je höher das Nettohaushaltseinkommen, desto höher auch die Internetnutzung. Die Diskrepanz ist noch immer gravierend. Aktuell nutzen nur 53,0 Prozent der Haushalte mit einem Nettoeinkommen von unter 1.000 Euro das Internet. Im Vergleich dazu ist die Einkommensschicht zwischen 2.000 und 3.000 Euro zu 83,1 Prozent online und der Teil der Bevölkerung mit über 3.000 Euro Einkommen sogar zu 92,3 Prozent.

Kabelzugänge mit größtem Wachstum – DSL bleibt Hauptzugangsart

Auch wenn der Kabelzugang mit 1,4 Prozentpunkten in diesem Jahr das größte Wachstum aller Zugangsarten aufweisen kann und jetzt bei einem Anteil von 5,9 Prozent liegt, bleibt DSL mit großem Abstand die meistgenutzte Internetzugangsart (43,2 Prozent). Im Vergleich zu den Vorjahren fällt das Wachstum von DSL allerdings mit 0,4 Prozentpunkten sehr verhalten aus. Antreiber im Breitbandbereich ist neben dem Kabel der Mobilfunkzugang: 2,9 Prozent der Bevölkerung nutzen inzwischen diesen Kanal als Hauptzugangsart. Nach wie vor erfreut sich allerdings auch Schmalband einer großen Beliebtheit: 15,9 Prozent der Bevölkerung gehen weiterhin mit Analogmodem oder ISDN-Anschluss ins Internet. Seit 2009 ist dieser Anteil nur geringfügig zurückgegangen.

Weitere Zahlen und detailliertes Kartenmaterial finden Sie in der aktuellen Ausgabe des (N)ONLINER Atlas unter: www.nonliner-atlas.de

Methodensteckbrief (N)ONLINER Atlas 2011: Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren mit Festnetzanschluss im Haushalt; 70,5 Mio. Personen; Stichprobe: Repräsentativ mit 30.719 Interviews; Auswahl: Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersamples; Erhebung: Computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS-Omnibusse in der Zeit vom 2. März bis 12. Mai 2011; 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 2011 können unter Angabe der Seitenzahl an kontakt@initiated21.de im JPG-Format, 300dpi bestellt werden. Weitere Informationen, Rankings und Charts zu den deutschen Onlinern und zur Breitbandnutzung liegen auf www.nonliner-atlas.de zum Herunterladen bereit.

Projektleitung (N)ONLINER Atlas:

Matthias Peterhans	Stefanie Sagl
TNS Infratest GmbH	TNS Infratest GmbH
t +49 (0)89 56 00-1909	t +49 (0)89 56 00-1498
f +49 (0)89 13 06-7640	f +49 (0)89 13 06-7640
e matthias.peterhans@tns-infratest.com	e stefanie.sagl@tns-infratest.com

Pressekontakt:

Daniel Ott	Michael Knippelmeyer
Initiative D21 e.V.	TNS Infratest
t +49 (0)30 526 8722 55	t +49 (0)521 9257 687
f +49 (0)30 526 8722 60	f +49 (0)521 9257 250
e daniel.ott@initiated21.de	e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com
www.nonliner-atlas.de	www.tns-infratest.com

(N)ONLINER Atlas 2011

Der „(N)ONLINER Atlas 2011“ ist eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Den diesjährigen Atlas haben die Fiducia IT AG, IDG Business Media GmbH, TNS Infratest GmbH, Deutsche Telekom AG, Wolters Kluwer Deutschland GmbH, Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V., iCharts Inc. und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie ermöglicht. Im elften 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 2011: Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland“ kann gegen Zusendung eines mit 1,45 Euro frankierten und rückadressierten DIN A4 Umschlages an Initiative D21 e.V., Stichwort (N)ONLINER Atlas, Reinhardtstr. 38, 10117 Berlin kostenlos bestellt werden. Weitere Informationen und kostenfreier PDF-Download des „(N)ONLINER Atlas 2011“ 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.initiaved21.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