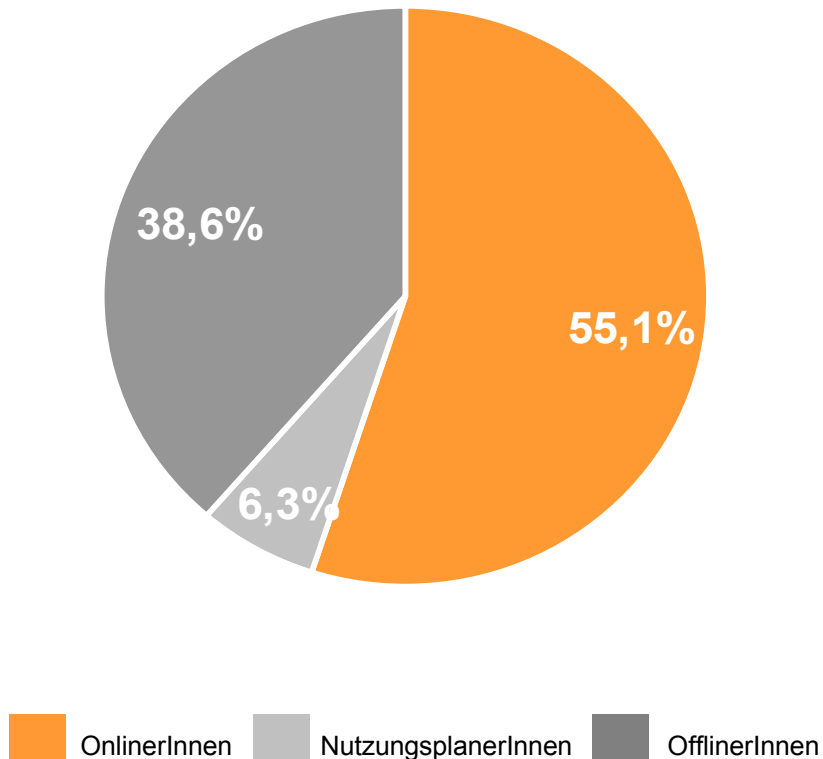


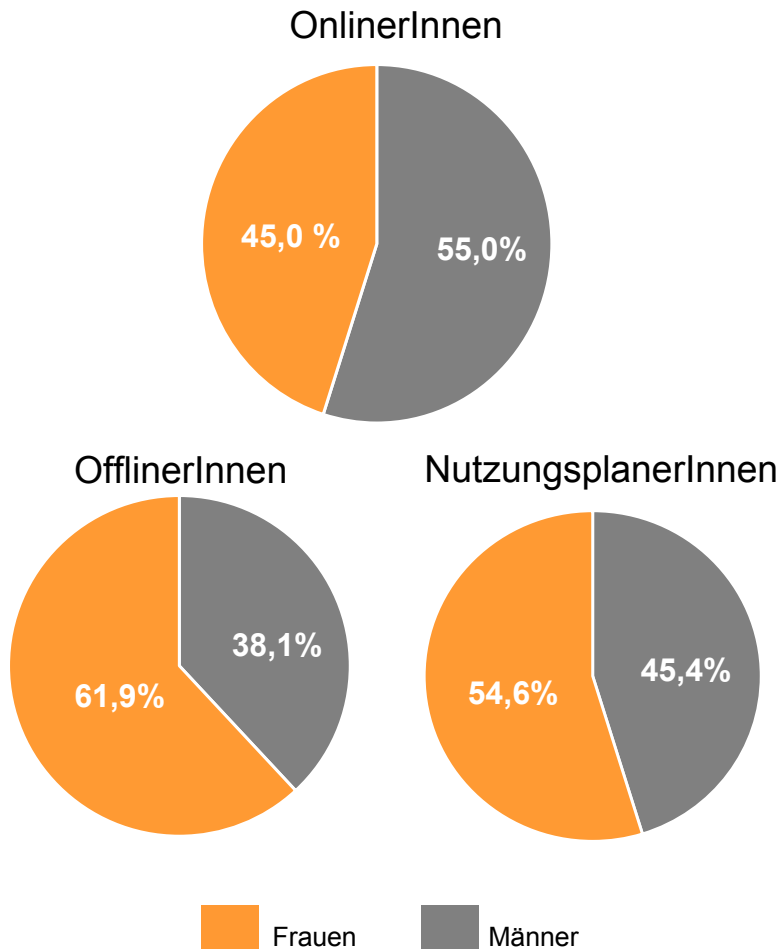
Sonderauswertung des  
*(N)ONLINER Atlas 2005*

**Internetnutzung  
von Frauen und Männern  
ab 50 Jahren  
in Deutschland 2005**

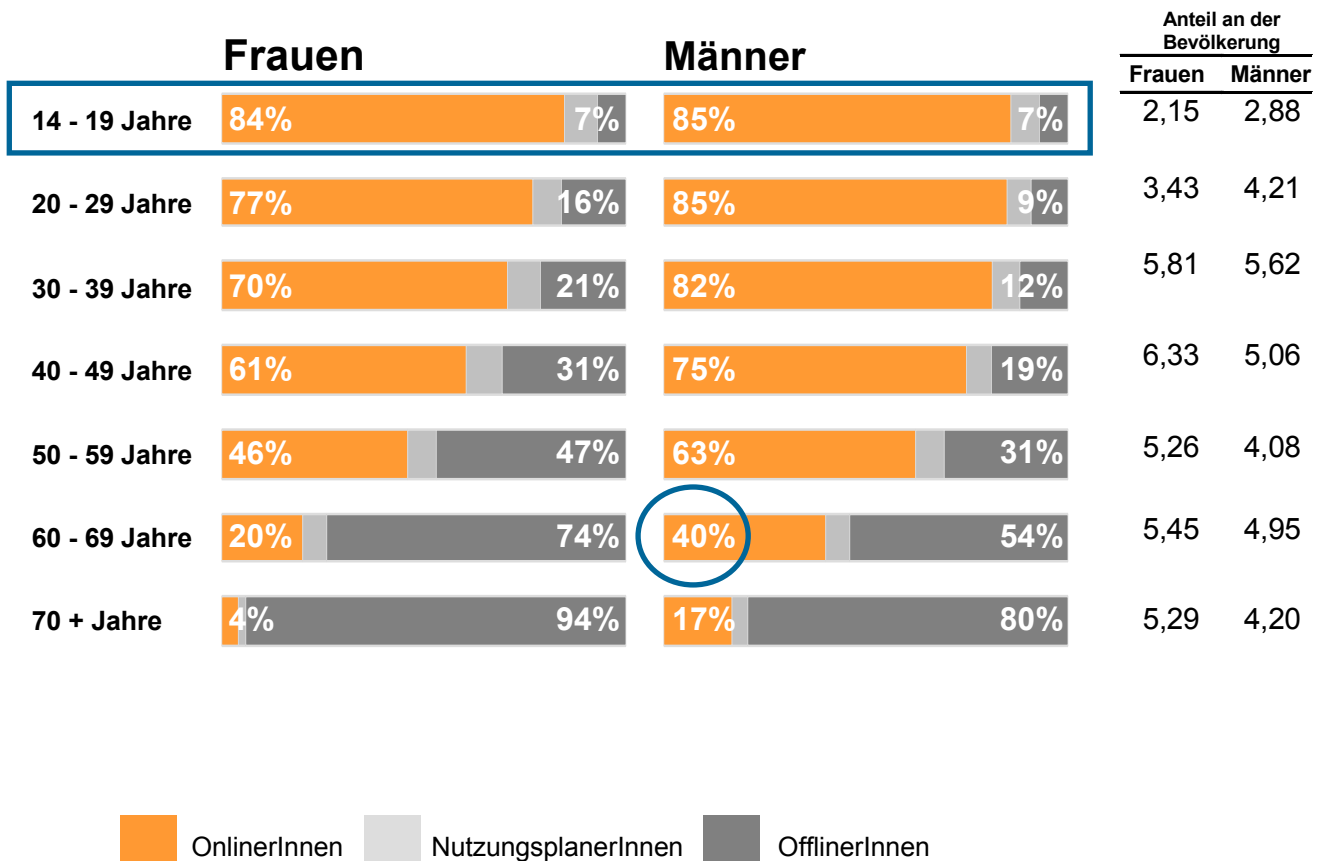
Internetnutzung im Überblick	3
Internetnutzung nach Altersgruppen	5
Alter und Schulbildung	6
Internetnutzung nach beruflichem Status	7
Alter und Arbeitslosigkeit	8
Haushaltseinkommen	9
Haushaltseinkommen und Alter: 50 bis 59 Jahre	10
Haushaltseinkommen und Alter: 60 Jahre und älter	11
<b>Internetnutzung 50plus:</b>	
Internetnutzung ab 50 Jahren	12
Bundesländer 2003 bis 2005	13
<b>Online-Anteile 50plus im Ländervergleich</b>	
Plätze 1 bis 8	14
Plätze 9 bis 16	15
Vergleich mit Altersgruppe bis 50 Jahren	16
Männer, Frauen, Altersgruppe bis 50 Jahren	17
Methodenbeschreibung der Befragung	18
Kontakt	19



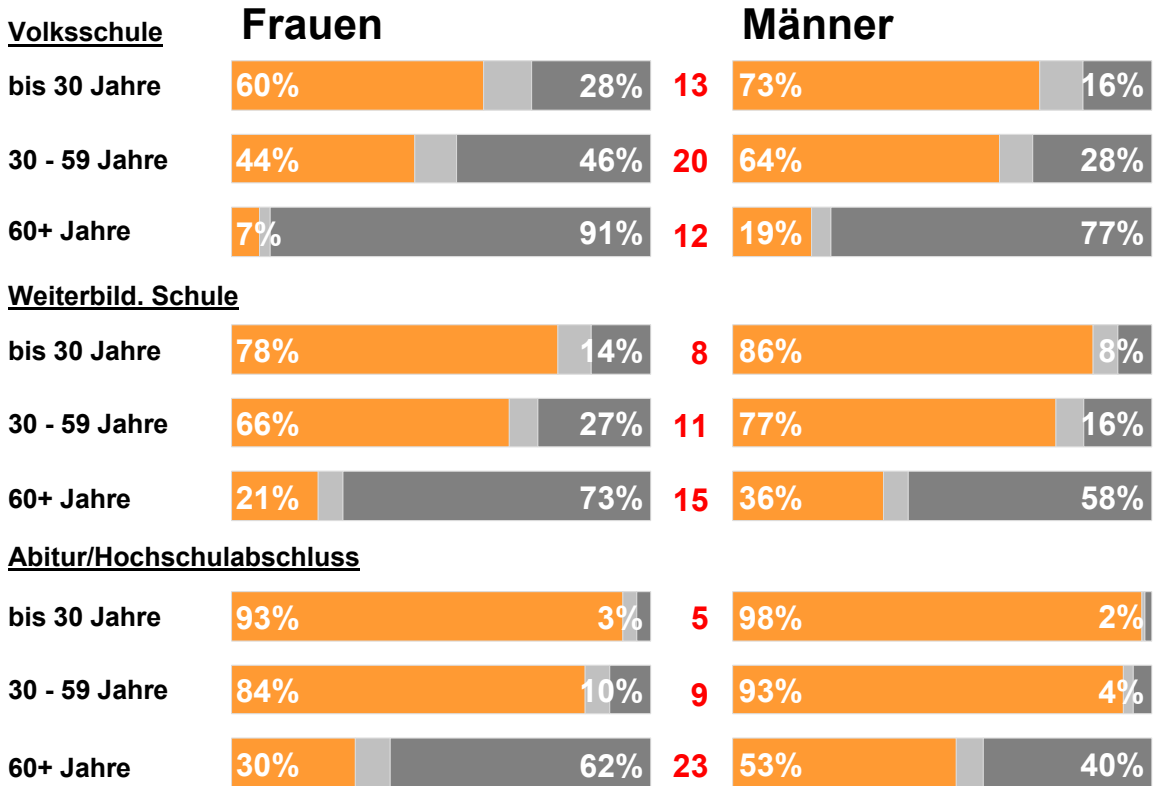
- Es geht weiter aufwärts, wenn auch verlangsamt: Im Vergleich zum Vorjahr 2004 ist bei den OnlinerInnen ein Zuwachs von 2,4 Prozentpunkten zu verzeichnen (2004: 52,7% OnlinerInnen).
- Mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung über 14 Jahre ist im Jahr 2005 online.



- Die Mehrheit der OnlinerInnen ist männlich: 55,0% und damit im Vergleich zum Vorjahr fast unverändert (2004: 54,9%).
- Die Mehrheit der OfflinerInnen und NutzungsplanerInnen ist weiblich: 61,9% und 54,6%.
- Bundesweit sind durchschnittlich 47,6% der Frauen und 63,2% der Männer online.



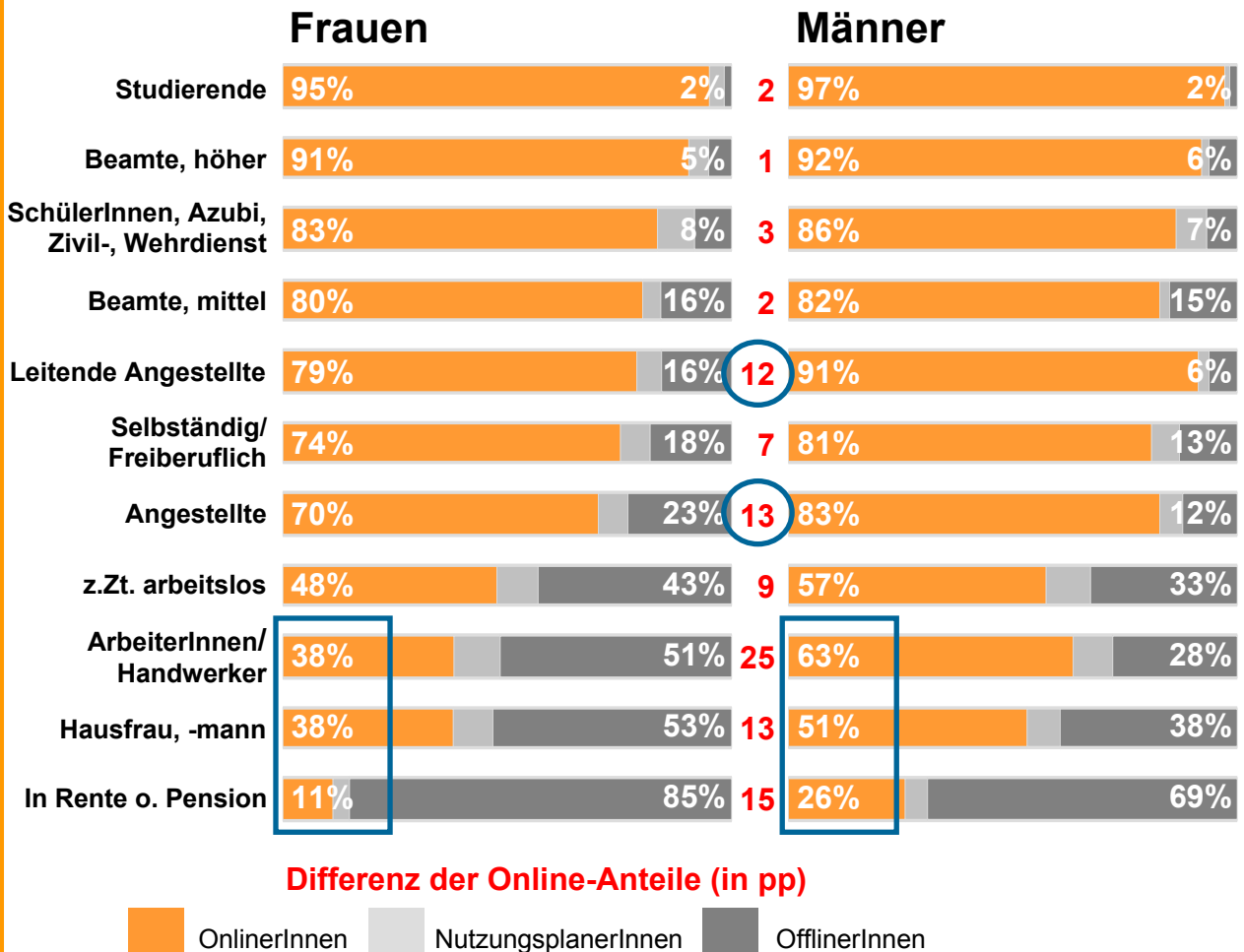
- Die jungen Zielgruppen sind längst online. Geschlechterunterschiede gibt es in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen kaum noch.
- Die Älteren sind weiter auf dem Vormarsch: Die Gruppe der 60- bis 69-jährigen Männer hat im Vergleich zum Vorjahr den stärksten Zuwachs zu verzeichnen (2004: 33% Onliner).



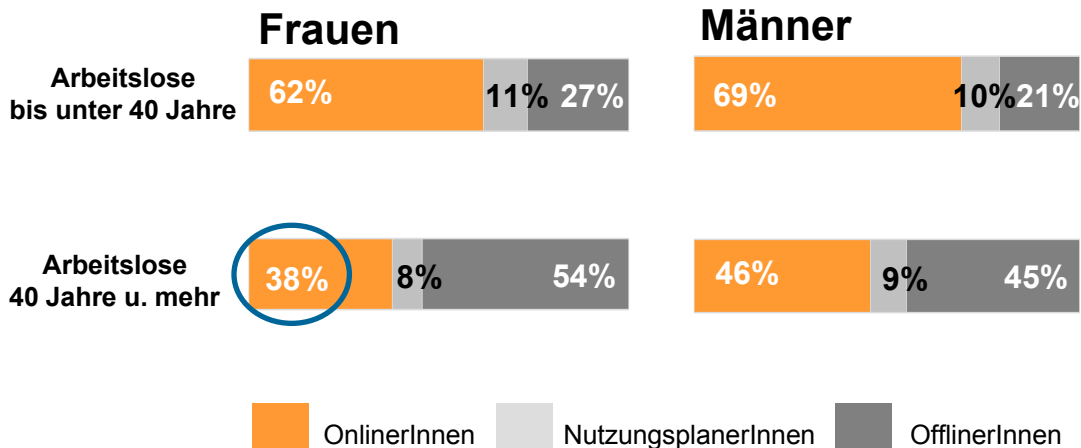
**Differenz der Online-Anteile (in pp)**



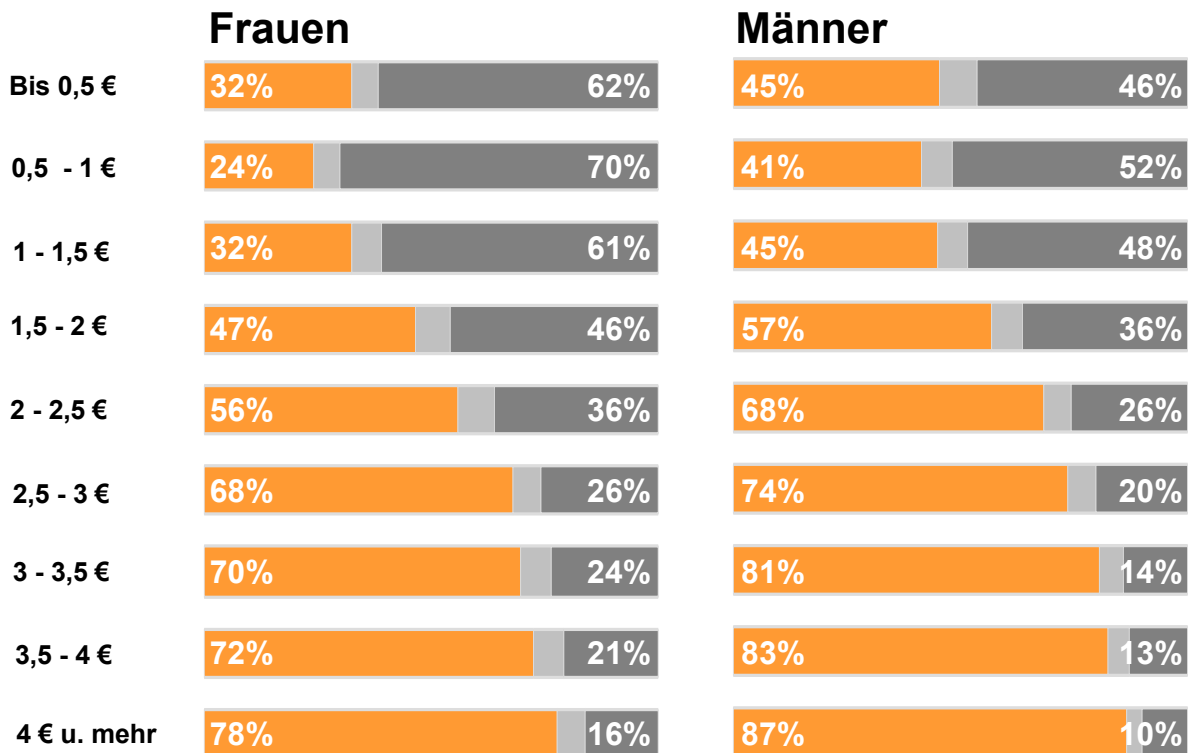
- Aufgrund des OnlinerInnen-Rückgangs der Frauen mit Volksschulabschluss ist die Differenz der Geschlechter in dieser Gruppe 2005 größer geworden.
- Auf dem höheren Bildungsniveau sind bei beiden Geschlechtern Zuwächse zu verzeichnen, auch wenn der Abstand zwischen Männern und Frauen hier eher größer wird; nur die 30-59-jährigen Frauen in der Gruppe „weiterbildende Schule“ können den Abstand verringern.



- Die größten Differenzen der OnlinerInnen-Anteile sind im Handwerk auszumachen, gefolgt von den Rentnerinnen und Rentner und den Hausfrauen/ -männern.
- Auffällig ist aber auch die große Differenz zwischen Männern und Frauen bei den Angestellten und den leitenden Angestellten.



- Keine Arbeit – wenig Geld – kein Internet? Die Wirtschaftslage scheint bei den Arbeitslosen die Konsequenz zu haben, ihren Internetzugang zu kündigen.
- Der Anteil der arbeitslosen männlichen Internetnutzer unter 40 ist im Vergleich zum Vorjahr um 12 Prozentpunkte zurückgegangen. Bei den Frauen ist ein Rückgang von 10 Prozentpunkten festzustellen.
- Lediglich die arbeitslosen Frauen über 40 Jahre verzeichnen Zuwächse (2004: 32 % Onlinerinnen).

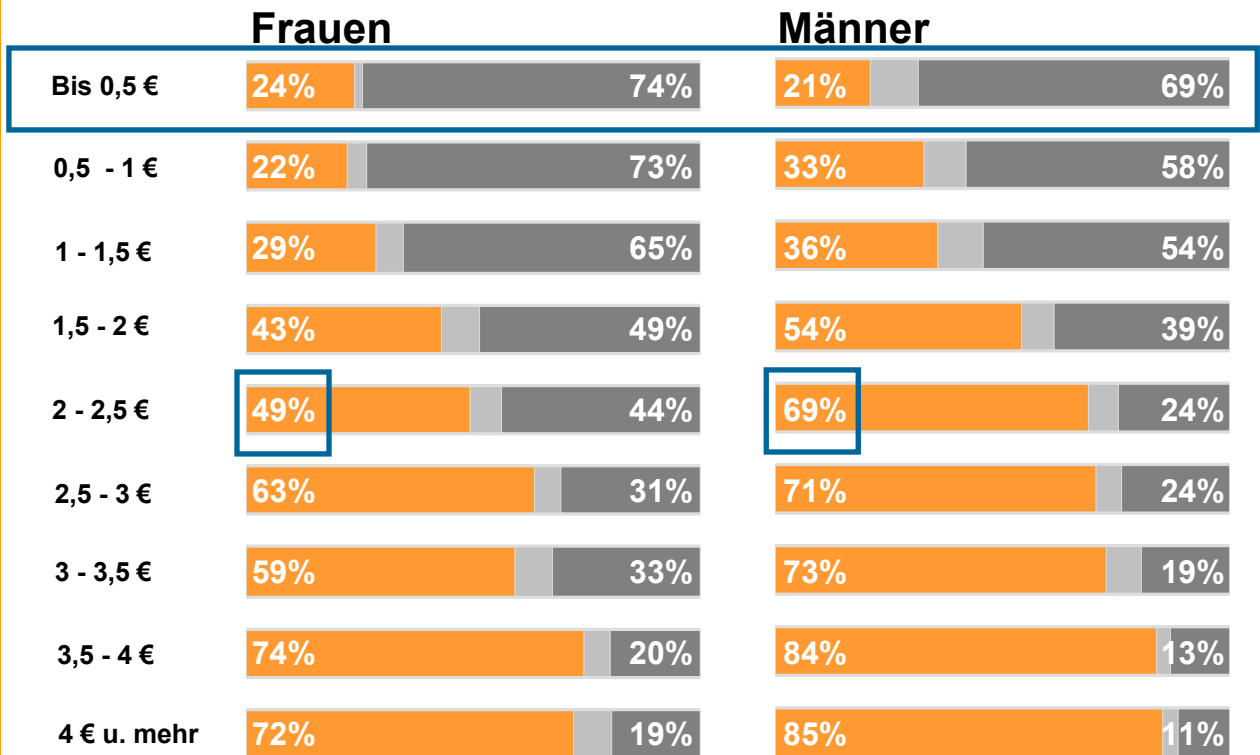


(in Tausend)



- ➔ In den besser verdienenden Haushalten finden sich mehr weibliche und männliche OnlinerInnen als in Haushalten mit geringerem Einkommen.
- ➔ Je höher das Einkommen, desto mehr Frauen und Männer sind online, doch die Geschlechterunterschiede bleiben.

# Haushaltseinkommen und Alter: 50 bis 59 Jahre

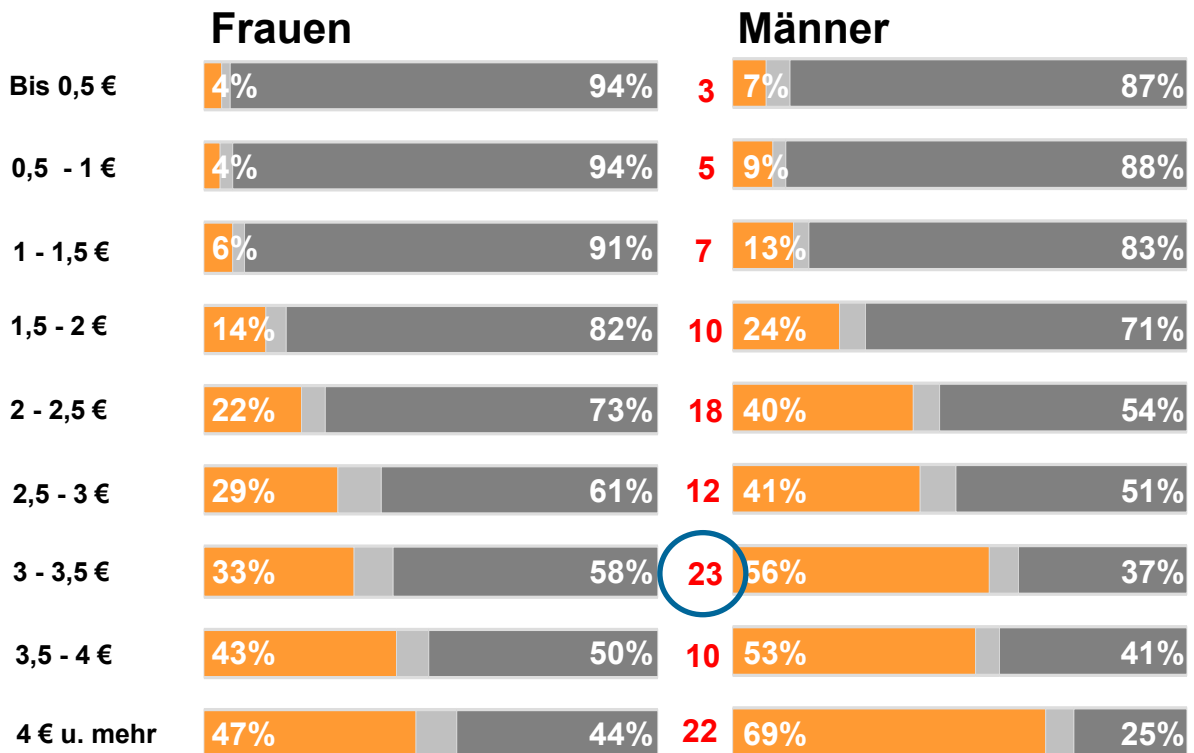


(in Tausend)



- ➔ Mit steigendem Einkommen nimmt auch in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen die Internet-Affinität zu.
- ➔ Interessanterweise sind in der Einkommensgruppe unter 500 Euro mehr Frauen online als Männer.
- ➔ Die größte Differenz zwischen Männern und Frauen liegt in dieser Altersgruppe in der Einkommensklasse von 2.000 bis 2.500 Euro.

# Haushaltseinkommen und Alter: 60 Jahre und älter



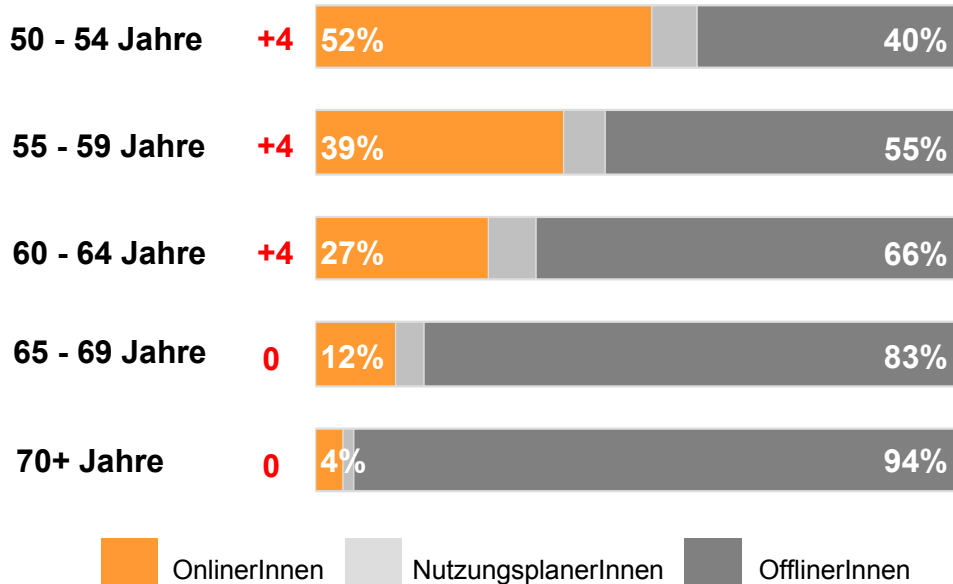
(in Tausend)

Differenz der Online-Anteile (in pp)

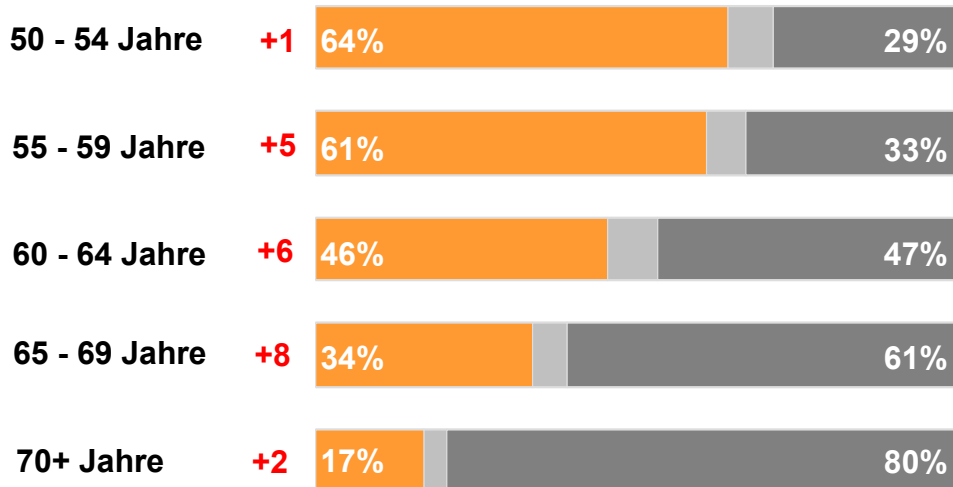


- Sowohl bei den Frauen, als auch bei den Männern über 60 nimmt mit steigendem Einkommen der Anteil der OnlinerInnen zu.
- In dieser Altersgruppe ist bei einem Einkommen zwischen 3.000 und 3.500 Euro die größte Differenz zwischen weiblichen und männlichen OnlinerInnen festzustellen.

## Frauen 50plus



## Männer 50plus



Differenz der Online-Anteile (in pp) im Vergleich zum Vorjahr

→ In (fast) allen Altersgruppen ab 50 Jahren und bei Frauen und Männern ist die Internetnutzung gegenüber dem Vorjahr gestiegen!





# Internetnutzung 50plus: Bundesländer 2003 bis 2005

## OnlinerInnen-Anteile der Altersgruppe 50plus in Prozent, Platzierung in den Jahren 2003, 2004 und 2005 und Platz-Differenz im Vergleich zum Vorjahr




Bundesland	2005			2004			2003	
	Platz	%	Diff.	Platz	%	Diff.	Platz	%
Berlin	1	40,0	+3	4	32,1	-3	1	29,5
Schleswig-Holstein	2	37,0	-1	1	34,9	+1	2	28,8
Hamburg	3	36,5	+0	3	32,1	+1	4	26,9
<b>Bremen</b>	<b>4</b>	<b>34,4</b>	<b>+3</b>	<b>7</b>	<b>29,6</b>	<b>+3</b>	<b>10</b>	<b>23,5</b>
Baden-Württemberg	5	33,5	+0	5	30,1	+1	6	26,5
Hessen	6	32,7	-4	2	32,5	+1	3	28,2
Nordrhein-Westfalen	7	32,4	-1	6	30,0	+3	9	24,8
Niedersachsen	8	32,0	+1	9	27,6	-4	5	26,8
Bayern	9	30,8	-1	8	29,4	-1	7	26,3
Rheinland-Pfalz	10	28,7	+0	10	26,4	-2	8	25,0
Brandenburg	11	25,4	+4	15	19,6	-4	11	22,0
Saarland	12	23,7	+1	13	20,1	+0	13	18,9
Thüringen	13	23,1	-2	11	24,5	+5	16	18,5
Sachsen-Anhalt	14	22,6	+2	16	19,1	-2	14	18,9
Sachsen	15	22,4	-3	12	21,5	+0	12	20,3
Mecklenburg-Vorpommern	16	18,9	-2	14	20,1	+1	15	18,6

→ Bremen ist der Aufsteiger im Ranking der Altersgruppe 50plus: Seit 2003 hat sich das Bundesland um 6 Plätze verbessern können und ist mit 10,9 Prozentpunkten auch bei den Zuwächsen Spitzenreiter.

# Online-Anteile 50plus im Ländervergleich: Plätze 1 bis 8

2005	Bundesland	Beschreibung	Veränderung	
			2005 zu 2004	2005 zu 2003
1	Berlin	Berlin ist auch in der Altersgruppe 50plus Spitzenreiter. Gegenüber dem Vorjahr konnte sich der Stadtstaat um 3 Plätze verbessern. Mit 40 Prozent Online-Anteil und einer Steigerung um 7,9 Prozentpunkte durchaus verdient.	+ 3	0
2	Schleswig-Holstein	Zwar verliert Schleswig-Holstein im Vergleich zum Vorjahr einen Platz und damit die Spitzenposition, bestätigt aber das hohe Online-Niveau der Vorjahre: Seit 2003 hat sich der Online-Anteil um 8,2 Prozentpunkte erhöht. Auch schon 2003 platzierte sich das Bundesland auf Position 2.	- 1	0
3	Hamburg	Hamburg verteidigt seinen dritten Platz in der Altersgruppe 50plus, konnte sich im Vergleich zu 2003 um einen Platz verbessern und hat prozentual bei den OnlinerInnen in der Altersgruppe 50plus mehr als ein Drittel zugelegt.	0	+ 1
4	Bremen 	Wie auch schon im Jahr 2004 gewinnt Bremen 3 Plätze hinzu und verbessert sich damit im Vergleich zu 2003 um insgesamt 6 Plätze. Damit ist Bremen der Aufsteiger im Ranking der Alterklasse 50plus. Auch bei den Zuwachsraten ist Bremen Spitzenreiter: von 2003 auf 2005 stieg der Anteil der OnlinerInnen um 10,9 Prozentpunkte.	+ 3	<b>+ 6</b>
5	Baden-Württemberg	Mit einem Zuwachs von 3,4 Prozentpunkten bestätigt Baden-Württemberg den Vorjahresplatz und verbessert sich im Vergleich zu 2003 um eine Position. War 2003 nur etwa jede vierte Person in der Altersgruppe 50plus online, so ist es 2005 schon jede dritte.	0	+ 1
6	Hessen 	2005 ist bei den über 50-jährigen OnlinerInnen in Hessen gegenüber dem Vorjahr nur ein minimaler Zuwachs von 0,2 Prozentpunkten festzustellen. Damit büßt das Land im Ranking 4 Plätze ein.	<b>- 4</b>	- 3
7	Nordrhein-Westfalen 	In Nordrhein-Westfalen ist ein Zuwachs von 2,4 Prozentpunkten zu verzeichnen. Im Vergleich zum Vorjahr büßt das Bundesland zwar einen Platz ein, kann sich aber gegenüber 2003 um 2 Plätze verbessern.	- 1	<b>+ 2</b>
8	Niedersachsen 	Die Niedersachsen legen zu – plus 4,3 Prozentpunkte und damit nach dem Platzverlust in 2003 wieder mit positiver Tendenz. Aber aufgrund der Größe und der Infrastruktur ist auch in den kommenden Jahren nur das Mittelfeld drin.	+ 1	<b>- 3</b>

# Online-Anteile 50plus im Ländervergleich: Plätze 9 bis 16

2005	Bundesland	Beschreibung	Veränderung	
			2005 zu 2004	2005 zu 2003
9	Bayern 	Bayern verliert kontinuierlich: Zwar liegt es mit 30,8 Prozent OnlinerInnen in der Altersgruppe 50plus leicht über dem Bundesdurchschnitt, kann aber im Vergleich zu 2004 nur 1,4 Prozentpunkte hinzugewinnen.	- 1	- 2
10	Rheinland - Pfalz	Rheinland-Pfalz ist trotz eines Zuwachses von 2,3 Prozentpunkten gleich bleibend in der Platzierung und kann den Platzverlust aus 2003 nicht ausgleichen. Mit 28,7 Prozent OnlinerInnen liegt das Bundesland unter dem Bundesdurchschnitt.	0	- 2
11	Brandenburg 	Brandenburg legt auch bei der Generation 50plus zu: Ein Gewinn von 4 Plätzen im Vergleich zum Vorjahr und wiederholt mit einer Steigerung von 5,8 Prozentpunkten die Platzierung aus 2003.	+ 4	0
12	Saarland	Das Saarland kann sich bei der Generation 50plus besser behaupten: Platz 12 mit einem Platzgewinn und einem Zuwachs von 3,6 Prozentpunkten auf 23,7 Prozent OnlinerInnen in dieser Altersgruppe.	+ 1	+ 1
13	Thüringen	Thüringen verzeichnet 2005 bei den über 50-jährigen OnlinerInnen einen Rückgang um 1,4 Prozentpunkte. Damit verliert Thüringen zwar im Vorjahresvergleich 2 Plätze, kann sich aber gegenüber 2003 um 3 Plätze steigern.	- 2	+ 3
14	Sachsen-Anhalt	Mit einem Gewinn von 2 Plätzen gegenüber dem Vorjahr landet Sachsen-Anhalt auf dem Rankingplatz des Jahres 2003. Durch einen Zugewinn von 3,5 Prozentpunkten sind 2005 mehr als ein Fünftel (22,6 Prozent) der über 50-Jährigen online.	+ 2	0
15	Sachsen 	Im Vorjahresvergleich verliert Sachsen trotz eines leichten Zuwachses von 0,9 Prozentpunkten 3 Rankingplätze.	- 3	- 3
16	Mecklenburg-Vorpommern	Auch Mecklenburg-Vorpommern muss aufgrund eines Rückganges des OnlinerInnen-Anteils um 1,2 Prozentpunkte wie schon im Vorjahr leichte Platzverluste hinnehmen und bildet damit das Schlusslicht in dieser Altersgruppe: mit 18,9 Prozent sind weniger als ein Fünftel der über 50-Jährigen online.	- 2	- 1

# Online-Anteile 50plus im Ländervergleich: Vergleich mit Altersgruppe bis 50 Jahren

Bundesland	50+		50-		Gesamt	
	Platz	%	Platz	%	Platz	%
Berlin	1	40,0	1	82,5	1	63,5
Schleswig-Holstein	2	37,0	8	74,7	4	56,9
Hamburg	3	36,5	2	81,9	2	60,8
Bremen	4	34,4	12	72,3	9	54,2
Baden-Württemberg	5	33,5	4	76,7	3	57,2
Hessen	6	32,7	3	78,1	6	57,3
Nordrhein-Westfalen	7	32,4	6	75,9	8	55,6
Niedersachsen	8	32,0	5	76,6	7	55,9
Bayern	9	30,8	7	75,8	5	56,2
Rheinland-Pfalz	10	28,7	9	74,2	10	53,1
Brandenburg	11	25,4	13	71,7	11	51,8
Saarland	12	23,7	14	71,5	16	48,4
Thüringen	13	23,1	11	72,3	12	50,0
Sachsen-Anhalt	14	22,6	16	70,5	15	48,4
Sachsen	15	22,4	10	73,7	13	49,7
Mecklenburg-Vorpommern	16	18,9	15	70,7	14	48,7

- In allen Bundesländern sind mehr als 70% **der unter 50-Jährigen** online.
- Der bundesweite Durchschnitt der **OnlinerInnen in der Altersgruppe 50plus** liegt bei 30,5% - im Vergleich zum Vorjahr ein Zuwachs von 2,3 Prozentpunkten.
- Nur in Mecklenburg, Sachsen-Anhalt, Sachsen und im Saarland sind **insgesamt** weniger als die Hälfte der Bevölkerung online. Alle anderen Bundesländer haben insgesamt einen OnlinerInnen-Anteil von über 50%.

# Online-Anteile 50plus im Ländervergleich: Männer, Frauen, Altersgruppe bis 50

## Online-Anteile: Frauen und Männer bis 50 Jahre/ über 50 Jahre nach Bundesländern

Bundesland	Frauen<50		Männer<50		Frauen>50		Männer>50	
	Platz	%	Platz	%	Platz	%	Platz	%
Berlin	1	79,5	1	85,4	2	28,1	2	51,6
Hamburg	2	77,4	2	84,5	3	24,6	3	49,4
Baden-Württemberg	3	71,7	7	81,3	4	24,5	6	40,9
Hessen	4	71,4	4	82,9	6	22,6	8	38,0
Niedersachsen	5	70,2	5	82,5	8	21,8	7	40,2
Nordrhein-Westfalen	6	70,2	8	81,1	5	22,6	5	41,3
Schleswig-Holstein	7	67,9	10	79,9	1	29,3	4	43,7
Thüringen	8	67,8	14	75,3	13	15,9	14	28,0
Bayern	9	67,7	3	83,3	7	22,3	9	38,0
Sachsen	10	67,5	11	78,3	14	15,7	13	28,2
Rheinland-Pfalz	11	67,0	9	80,9	9	20,2	10	34,8
Bremen	12	66,3	12	77,3	10	19,0	1	52,2
Sachsen-Anhalt	13	65,8	16	72,8	12	15,9	15	27,8
Mecklenburg-Vor.	14	64,8	13	75,9	16	13,1	16	20,5
Brandenburg	15	64,2	15	75,0	11	18,3	11	32,8
Saarland	16	61,3	6	81,8	15	13,1	12	32,6

- Bei den **unter 50-Jährigen** belegen die Stadtstaaten Berlin und Hamburg sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern die ersten beiden Plätze.
- Schleswig-Holstein belegt wie im Vorjahr bei den Frauen **über 50 Jahren** die Spitzenposition. Auf Platz 1 der Männer liegt mit einem OnlinerInnen-Anteil von über 50% Bremen.

## Grundgesamtheit und Stichprobe

- Deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland – Stichprobe: 48.500 Interviews
- Deutschsprachige Bevölkerung über 50 Jahren in Privathaushalten in Deutschland – Stichprobe: 21.907 Interviews

## Erhebungsmethode

CATI = (Computer Assisted Telephone Interviewing)

## Erhebungszeitraum

26. Januar 2005 bis 21. Mai 2005

**Der (N)ONLINER Atlas 2005 ist eine gemeinsame Untersuchung von Initiative D21 und TNS Infratest mit freundlicher Unterstützung von Siemens, Fujitsu Siemens Computers, des Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit (TeDiC) e.V. und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit.**

**[Download der Sonderauswertung:  
www.50plus-ans-netz.de/nonliner](http://www.50plus-ans-netz.de/nonliner)**

Diese Sonderauswertung ist einschließlich ihrer Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Vereins Frauen geben Technik neue Impulse e.V. unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 2005 Kompetenzzentrum Technik - Diversity - Chancengleichheit (TeDiC) e.V.



**- Barbara Schwarze –  
Bearbeitung: Manja Nimke**

**Wilhelm-Bertelsmann-Straße 10  
33602 Bielefeld  
fon: +49. 521.106-73 22  
fax: +49. 521.106-71 71  
mail: [schwarze@kompetenzz.de](mailto:schwarze@kompetenzz.de)  
[www.kompetenzz.de](http://www.kompetenzz.de)**