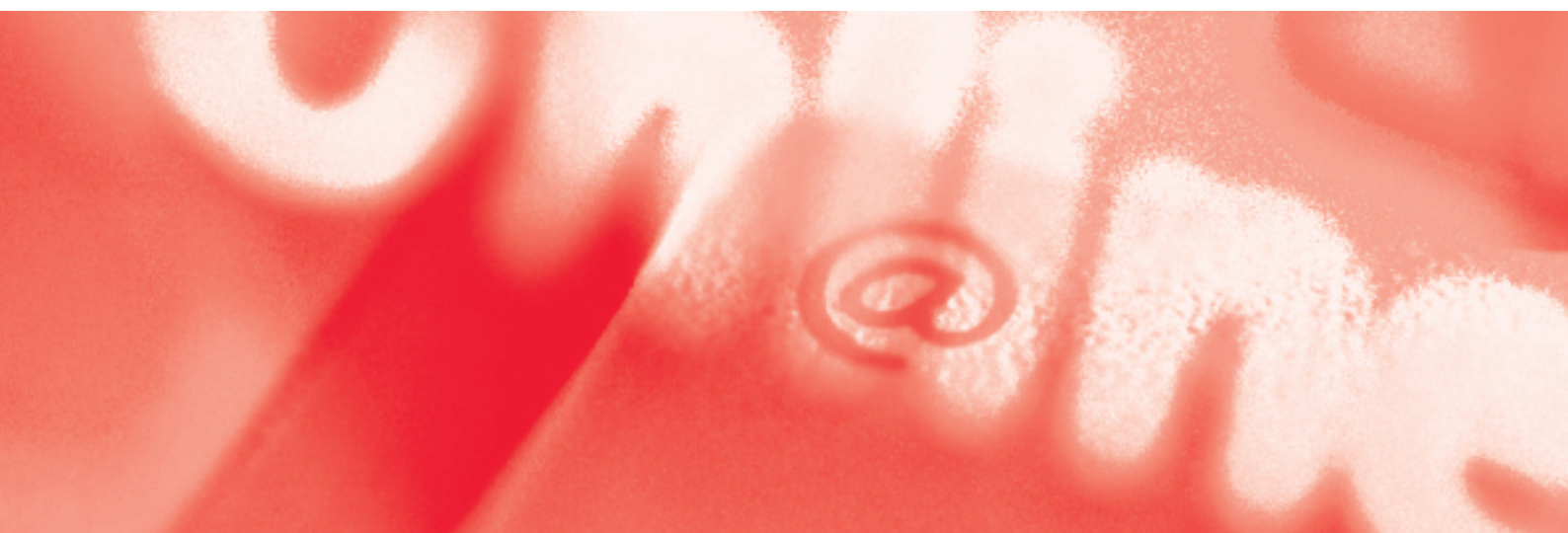


INITI@TIVE D²¹

Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest
und unterstützt von zahlreichen Sponsoren

(N)ONLINER Atlas 2010

Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland



Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung

mit freundlicher Unterstützung von



Inhalt

Vorworte

1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief	8
2. Zentrale Ergebnisse des <i>(N)ONLINER Atlas 2010</i>	10
3. Die Deutschen und das Internet: Nutzer, Nutzungsplaner und Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht	12
4. Die Internetnutzer (Onliner)	20
5. Nichtnutzer mit Beschaffungsabsicht (Nutzungsplaner)	32
6. Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht (Offliner)	34
7. Internetnutzung nach Geschlecht	42
8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen	47
9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken	52
10. Stadt – Land – Breitband	58
11. Internetnutzung im europäischen und weltweiten Vergleich	66

Zehn Jahre (N)ONLINER Atlas



Digitale Gesellschaft, Web 2.0, Social Networks – es ist nur eine kleine Auswahl an Begriffen aus der digitalen Welt, die in den letzten Jahren mit einer enormen Geschwindigkeit Einfluss auf unsere private und berufliche Sphäre ausgeübt hat. Informations- und Kommunikationstechnologien sind Teil des Zeitgeistes; sowohl des vergangenen Jahrzehnts als auch jeglicher zukünftigen Entwicklung.

Die damit einhergehenden Veränderungen begleitet die Initiative D21 bereits seit ihrer Gründung 1999. Seit nunmehr zehn Jahren untersucht sie dabei mit dem (N)ONLINER Atlas im Detail die Rahmenbedingungen für die digitale Gesellschaft in Deutschland.

Jedes Jahr wird mit Spannung die aktuelle Ausgabe der deutschlandweit größten Studie zur Internetnutzung und Nichtnutzung erwartet. Besonders Politik und Wirtschaft studieren sehr aufmerksam, wo, wie und bei wem in Deutschland das Internet bereits zu Hause ist und wo die digitale Welt noch keinen Einzug gefunden hat. Denn nur mit diesen Informationen lässt sich erkennen, mit welchen gezielten Maßnahmen sich die Entwicklung der digitalen Gesellschaft in Deutschland positiv beeinflussen lässt.

Mit jeder Ausgabe des (N)ONLINER Atlas hat die Zahl der Onliner weiter zugenommen. Dieser positive Trend setzt sich fort: Erstmals sind 72 Prozent der Deutschen online. D. h. zwei Millionen Menschen haben im Zeitraum von einem Jahr das Internet neu für sich entdeckt und damit zumindest die Voraussetzung geschaffen, die Möglichkeiten des Internets für sich nutzen zu können.

Besonders erfreulich ist dabei der große Zuwachs bei den über 60-Jährigen. Viele Mitglieder dieser Altersgruppe lernen noch beruflich das Internet kennen, andere entdecken immer häufiger den persönlichen Nutzen für sich und machen sich so die digitale Welt zu Eigen. Ein deutlicher Bruch ist erst bei den über 70-Jährigen zu erkennen. Auch wenn hier das größte Wachstum zu verzeichnen ist, ist noch nicht einmal jeder Vierte dieser Altersgruppe online. Gerade vor dem Hintergrund, dass viele Dienstleistungen und Produkte nur noch online erhältlich sind, müssen wir uns ganz besonders dafür einsetzen, dass jedem Mitglied unserer

Gesellschaft, ob jung oder alt, die gleichen Möglichkeiten offen stehen.

Neben der soziodemographischen Analyse ist eine weitere Stärke des (N)ONLINER Atlas sein regionaler Charakter, der auch in diesem Jahr wieder die deutlichen Unterschiede bei der Internetnutzung innerhalb des föderalistischen Deutschlands aufzeigt. So hat Bremen seinen Vorsprung aus dem Vorjahr massiv ausgebaut und steht damit weiterhin bundesweit an der Spitze. Dagegen öffnet sich die Schere zwischen Ost und West bei der Internetnutzung noch weiter. So sind es z.B. inzwischen 17,5 Prozentpunkte Unterschied zwischen dem Spitzenreiter Bremen (80,2 Prozent) und dem Schlusslicht Mecklenburg-Vorpommern (62,7 Prozent). Da Internetzugang und -nutzung inzwischen wichtige Infrastrukturfaktoren sind, muss die Politik gemeinsam mit der Wirtschaft hier gegensteuern, damit nicht ganze Landstriche weiterhin in ihrer Entwicklung benachteiligt werden.

Doch selbst wenn wir in den nächsten Jahren tatsächlich eine nahezu vollständige Versorgung erreichen würden, sind wir noch lange nicht so weit, von einer digitalen Gesellschaft sprechen zu können. Denn ergänzend zum (N)ONLINER Atlas hat die Initiative D21 mit ihrer Studie zur digitalen Gesellschaft erstmals aufgezeigt, dass tatsächlich nur ein kleiner Teil der Bevölkerung täglich und souverän mit den Informations- und Kommunikationstechnologien umgeht. Wir stehen folglich vor zwei gravierenden Herausforderungen: Erstens, wie führen wir diejenigen an das Internet heran, die bisher aus den unterschiedlichsten Gründen es nicht nutzen wollen oder können, und zweitens, wie vermitteln wir die nötige Kompetenz, um sich verantwortlich und selbstbestimmt in dieser digitalen Welt bewegen zu können?

Als neutrale Plattform bietet die Initiative D21 Politik, Wirtschaft und Wissenschaft eine ideale Grundlage, um sich diesen Herausforderungen zu stellen.

Ich möchte Ihnen nun viel Spaß bei der Lektüre des (N)ONLINER Atlas 2010 wünschen und den zahlreichen Partnern und Sponsoren danken, ohne die dieser nicht zustande gekommen wäre.

Hannes Schwaderer
Präsident der Initiative D21
Geschäftsführer Intel GmbH

Digitale Kompetenz erhöhen



Der kompetente Umgang mit dem Internet ist heute eine Schlüsselqualifikation, die das Leben des Einzelnen erleichtert und bereichert. Mindestens ebenso wichtig ist: Eine wissensbasierte Volkswirtschaft wie die deutsche kann nur mit Internet-kundigen Arbeitnehmern und Verbrauchern im internationalen Wettbewerb bestehen. Den „Onliner“-Anteil in der Bevölkerung zu erhöhen bedeutet daher auch, den Wirtschaftsstandort Deutschland zu stärken. Für die Bundesregierung ist deshalb die „Digitale Integration“ weiterhin ein wichtiges Ziel.

Im *(N)ONLINER Atlas* können wir alljährlich nachlesen, wie schnell wir vorankommen beim Erreichen dieses Zieles. Das zentrale Ergebnis des neuen *(N)ONLINER Atlas* zeigt, dass wir wieder einen wichtigen Schritt nach vorn getan haben: Seit dem Vorjahr ist die Internetnutzung um fast drei Prozentpunkte gestiegen, der „Onliner“-Anteil beträgt inzwischen 72 Prozent. Trotz dieser insgesamt erfreulichen Entwicklung haben wir allen

Grund, unsere Anstrengungen zur „Digitalen Integration“ noch einmal zu verstärken. So hat sich die Schere zwischen Ost- und Westdeutschland weiter geöffnet, ebenso die Männer-Frauen-Schere; nach wie vor sind Menschen mit geringem Einkommen im Netz unterrepräsentiert. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat deshalb die Mittel für seine Initiative „Internet erfahren“ in diesem Jahr aufgestockt. Mit der Initiative „Internet erfahren“ – www.internet-erfahren.de – wollen wir nicht nur den „Onliner“-Anteil ausbauen, wir wollen auch die Internet-Kompetenz der Menschen erhöhen, die schon die ersten Schritte im Netz gemacht haben. Viele Internetnutzer beschränken sich auf nur einige wenige Anwendungen. Sie wissen nicht, wie sie von der Angebotsvielfalt im Internet privat und beruflich profitieren können. Die Sonderstudie „Digitale Gesellschaft“ der Initiative D21 hat dies kürzlich eindrucksvoll belegt. „Digitale Integration“ wird deshalb künftig immer mehr bedeuten, die digitale Kompetenz der Bürgerinnen und Bürger zu erweitern.

Hans-Joachim Otto

Parlamentarischer Staatssekretär beim
Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

Breitband weiter auf dem Vormarsch



Die Zahlen des *(N)ONLINER Atlas* sind im Jahr 2010 abermals eindrucksvoll. Sie belegen, dass sich die positive Entwicklung der vergangenen Jahre trotz vielfach erwarteter Sättigungstendenzen ungebrochen fortsetzt. So ist die Zahl der Internetnutzer weiter deutlich – auf 72 Prozent aller Deutschen – angestiegen. Knapp 70 Prozent der User gehen mit einem schnellen breitbandigen Anschluss ins Netz. Dies ist nicht zuletzt ein Beleg für die erfolgreichen Bemühungen von Wirtschaft und Politik, den Breitbandausbau in Deutschland entschlossen voranzutreiben. Durch die Versteigerung der Frequenzen der sogenannten „Digitalen Dividende“ wurde die Voraussetzung geschaffen, um gerade in den ländlichen Regionen die Breitbandversorgung zu verbessern.

Jenseits dieser sehr guten Bilanz zeigt der *(N)ONLINER Atlas 2010* aber auch weiterhin die Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen. So ist die Schere zwischen den Bundesländern, die in der Breitbandnutzung

an der Spitze liegen, und denen, die sich am Ende der Skala wiederfinden, mit fast 18 Prozent Abstand deutlich größer geworden. Das Gefälle zwischen vor allem ländlich geprägten Räumen und den Metropolen konnte nicht begradigt werden. Außerdem ist sowohl bei der allgemeinen Internetnutzung als auch bei der Breitbandnutzung ein deutlich unterschiedliches Verhalten von Männern und Frauen erkennbar. So nutzen 61,6 Prozent der Männer das schnelle Internet, während es bei den Frauen rund 23 Prozentpunkte weniger sind. Es besteht daher Handlungsbedarf in doppelter Hinsicht: einerseits durch Aufklärung und Information, wie sie durch die Deutsche Breitbandinitiative geschieht, andererseits durch die weitere Verbesserung der Rahmenbedingungen. Vor allem müssen jetzt bei der anstehenden Novelle des Telekommunikationsgesetzes die im neuen europäischen Rechtsrahmen vorgesehenen investitionsfreundlichen Rahmenbedingungen auch so schnell wie möglich in Deutschland umgesetzt werden. Dann besteht Hoffnung, dass der nächste *(N)ONLINER Atlas* dies auch widerspiegelt.

Wolfgang Kopf LL.M.

Leiter Politik und Regulierung
Deutsche Telekom AG

Keine digitale Gesellschaft ohne Vertrauen



Das Internet weckt auch weiterhin die Neugier derjenigen, die es bisher noch nicht für sich entdeckt haben. 2,9 Prozent der Bevölkerung haben im vergangenen Jahr erstmals den Weg ins Netz gefunden. Und der positive Trend geht weiter: Bereits jetzt planen 3,8 Prozent der Offliner, in den nächsten zwölf Monaten ebenfalls online zu gehen. Gerade bei der jungen Generation, den unter 20-Jährigen, ist ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellbar. 97 Prozent dieser Altersklasse sind online. Selbstverständlich und spielerisch nutzen sie die Möglichkeiten der digitalen Welt für ihre Kommunikation, zur Information und natürlich zur Freizeitgestaltung. Alles sieht danach aus, als ob die oft zitierte digitale Gesellschaft tatsächlich Wirklichkeit in Deutschland werden würde. Doch von dem vollen Potenzial der neuen Medien profitiert momentan faktisch nur eine Minderheit, etwa nur ein Viertel der Bevölkerung. Das liegt vor allem daran, dass selbst ein Großteil der Onliner nur zögerlich die ganze Bandbreite der Dienste und Produkte des digitalen Wirtschaftskreislaufs nutzt. Zu viele Schreckgespenster

sorgen für ein geringes Vertrauen gegenüber dem digitalen Raum – sei es die Furcht vor dem Datendiebstahl oder die Unsicherheit vor einer virtuellen Transaktion, die so schwer fassbar ist. Politische Diskussionen um Stopp-Schilder wie zögerliche Initiativen im Bereich des E-Government sind wenig hilfreich. Gerade Initiativen wie der digitale Ausweis oder die vollständige Erledigung von Online-Behördengängen helfen, das Internet als selbstverständliche Technologie in unserer Gesellschaft zu etablieren. Eine solche digitale Gesellschaft entscheidet über die Produktivitätssteigerungen in allen Lebensbereichen und damit über die Wettbewerbsfähigkeit und letztendlich Wohlstand unserer Nation in der Zukunft.

Wolters Kluwer unterstützt die Initiative D21 dabei, Deutschland erfolgreich in das digitale Zeitalter zu führen. Unsere größte Aufgabe ist es dabei, einen vertrauensvollen und sicheren digitalen Raum zu schaffen. Dafür setzen wir uns auch weiterhin mit unseren Partnern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft ein.

Dr. Ulrich Hermann

Geschäftsführer

Wolters Kluwer Deutschland GmbH

Information erleben



Früher scherzte man, dass immer genau so viel in der Welt passierte, dass die 15 Minuten der Tagesschau gefüllt wurden. Heute, wo laut *(N)ONLINER Atlas* 72 Prozent der Menschen in Deutschland online sind, leben wir in einer Zeit des Informationsüberflusses. Die mediale Verbreitung von Informationen ist heute nicht mehr nur nach den sozialwissenschaftlichen Modellen der siebziger Jahre zu erklären, in denen man sauber zwischen Sender und Empfänger trennen konnte. Dank des Internets kann heute jeder ein Sender sein. Ob nun das Einkommen der Topmodels oder die Säuglingssterblichkeit im südlichen Afrika, wenn die Aufbereitung der Information seine Form gefunden hat, sind der Verbreitung im Netz durch unendlich viele Sender keine Grenzen gesetzt.

In unserer Welt des Überflusses an Content, in der es allein 14 Millionen Webseiten mit der Endung .de gibt,

gewinnt derjenige den Wettkampf, gehört und gesehen zu werden, dem es gelingt, seine Inhalte anschaulich sowie schnell und leicht verständlich aufzubereiten. Denn obwohl der Großteil der Internetnutzer nicht selbst originären Content generiert, kann und will er doch durch das Weiterempfehlen von Links oder das Einbetten von Videoclips und Grafiken in soziale Netzwerke, Blogs und Homepages seine Rolle im Netz neu definieren. Dabei sind auch Interaktivität und ein spielerischer Umgang mit dem Medium Internet gefragt, denn die Nutzer möchten selbst entscheiden, welche Inhalte sie konsumieren und weiterverbreiten. Der klassischen Medienrezeption wie dem bloßen berieseln lassen auf dem Fernsehsessel steht eine neue Interaktion gegenüber, durch die Informationen erlebbar gemacht werden. So werden wir alle zu Informationsagenten, Netzwerkern und (Weiter-) Sendern, die im Kern eine grunddemokratische Aufgabe erfüllen: die freie und universelle Versorgung mit Wissen.

Yorck-N. von Obernitz

VP Sales Europe

iCharts, Inc.

1. Einführung in die Untersuchung und Methodensteckbrief



Die Dokumentation des Zustandes der Internetnutzung in Deutschland, die Sie gerade in Papierform in Händen halten, als ePaper online oder als Datei im PDF-Format auf Ihrem PC oder iPad lesen, feiert ihr Zehnjähriges: Seit 2001 liefert der *(N)ONLINER Atlas* der Initiative D21 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest und unterstützt von namhaften Sponsoren jährlich auf der Basis großer Fallzahlen belastbare, empirische Informationen zu Onlinern, Offlinern und Nutzungsplanern in Deutschland, ihren jeweiligen demographischen Strukturen und regionalen Verteilungen, kurz: eine wichtige Grundlage für Entscheidungen in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft.

Wo stehen wir im Jahr 2010? Erneut hat sich die Zahl der Internetnutzer in Deutschland spürbar vergrößert – binnen eines Jahres um zwei Millionen auf 48,3 Millionen Menschen oder 72 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren. Zu Beginn unserer Messungen im Jahr 2001 waren es erst 37 Prozent, nur gut jeder dritte Deutsche nutzte damals das Internet. Nicht ganz zu Unrecht trug die Erstausgabe des Atlas denn auch den Titel „Verweigereratlas“.

Das Internet ist ein Massenmedium geworden, keine Frage. Ist der digitale Graben also schon zugeschüttet, die digitale Kluft geschlossen? Und haben dann Untersuchungen wie der *(N)ONLINER Atlas* ihre Aufgabe bereits erfüllt? Aus unserer Sicht ist die Antwort jeweils ein klares „Nein“. Die Welt, in der wir leben, ist längst eine digitalisierte geworden. Die Nicht-Nutzung des Internets, dem Basismedium dieser digitalisierten Welt, bedeutet eine Nicht-Teilhabe an Informations-, Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten sowie eine Einschränkung des individuell zur Verfügung stehenden Produkt- und Dienstleistungsangebotes. Schon diese Form der digitalen Spaltung ist in Deutschland also längst nicht überwunden: Gut jeder vierte Deutsche ist auch 2010 eben noch nicht online. Diese digitale Kluft wird sich nicht – in jedem Fall nicht kurzfristig – von selbst schließen. Das zeigen auch einige Beispiele aus dem vorliegenden *(N)ONLINER Atlas*.

→ Erst etwa jeder zweite Deutsche ab 50 Jahren ist online. Erfreulich zu beobachten ist, dass in dieser Altersgruppe der Onliner-Anteil aber überdurchschnittlich wächst. Um dieses Wachstum weiter zu unterstützen oder gar zu beschleunigen, sind Maßnahmen erforderlich, die den individuellen Nutzen des Netzes verdeutlichen wie beispielsweise die Initiative „Internet erfahren“ des BMWi.

→ Der Abstand zwischen den Geschlechtern in Sachen Internetnutzung wächst. Während inzwischen knapp

80 Prozent der Männer online sind, nutzen erst 65 Prozent der Frauen das Internet. Und: Mit zunehmendem Alter wächst der Abstand zwischen den Geschlechtern. Wie kann hier also aktiv gegengesteuert werden?

→ Das Wachstum der Internetnutzung ist regional nicht gleich verteilt. Der Abstand zwischen alten und neuen Bundesländern wächst auch 2010. Während der Onliner-Anteil in Mecklenburg-Vorpommern bei 62,7 Prozent liegt, nutzen 76,0 Prozent der Menschen in Baden-Württemberg das Netz; in Bremen sogar 80,2 Prozent. Auch hier sind die Entscheidungsträger in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gefordert.

→ Echte Teilhabe am Internet setzt eine breitbandige Internetnutzung voraus. Erfreulich ist, dass die Breitbandnutzung in Deutschland weiter zunimmt, nicht zuletzt aufgrund der gestiegenen Bedeutung der Zugänge über das (Fernseh-)Breitbandkabel und Mobilfunk (UMTS/HSPDA). 49,6 Prozent der Bevölkerung in Deutschland sind inzwischen breitbandig im Netz unterwegs. Dennoch bleibt ein „Sockel“ an Schmalbandnutzung (Modem/ISDN), der ein erstaunliches Beharrungsvermögen besitzt – seit 2008 beläuft sich dieser „Sockel“ auf etwa 16 Prozent der Bevölkerung.

Diese Beispiele machen deutlich, dass es selbst auf der Ebene des Internetzugangs noch eine ganze Reihe von Aufgaben gibt, die noch gelöst werden müssen, bevor der digitale Graben als überwunden gelten kann. Untersuchungen wie der *(N)ONLINER Atlas* tragen dazu bei, den Fortschritt, den wir in Deutschland dabei machen, zu dokumentieren.

Ergänzt werden müssen diese um Untersuchungen zur inhaltlichen Beantwortung der Frage: Wie angekommen sind wir wirklich derzeit in einer digitalen Gesellschaft in Deutschland? Wie souverän bewegen wir uns in der digitalen Welt und welche Einstellungen haben wir zu ihr? Auf diese Fragen gibt die Studie „Digitale Gesellschaft – sechs Nutzertypen im Vergleich“ der Initiative D21 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest erste Antworten: So sind es derzeit erst 26 Prozent der Bevölkerung, die wir als digital Souveräne bezeichnen können. Auch hier gilt es, die Entwicklungen kontinuierlich zu analysieren – und wenn nötig, Handlungsbedarf aufzuzeigen.

Wir bedanken uns sehr herzlich bei allen Sponsoren des *(N)ONLINER Atlas* 2010, die dieses Projekt im Jubiläumsjahr ermöglicht haben: Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, FIDUCIA IT AG, Deutsche Telekom AG, IDG Business Media GmbH, Wolters Kluwer Deutschland GmbH, das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. und iCharts, Inc.

Robert A. Wieland
Geschäftsführer
TNS Infratest GmbH

Zur Studie: Methodensteckbrief

- 30.705 Interviews
(je rund 50.000 in 2008, 2007, 2006 und 2005, je rund 30.000 in den Jahren 2009 und 2002 bis 2004, 20.000 in 2001)
- Grundgesamtheit: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt
- Auswahl der Befragungsteilnehmer anhand eines standardisierten Zufallsverfahrens nach Branchenstandard (random last two digits)
- Repräsentative Erhebung, Ergebnisse auf die Grundgesamtheit hochrechenbar (Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung 67,0 Millionen Personen)
- Durchführung als computergestützte Telefoninterviews (CATI) im Rahmen der TNS Omnibusse zwischen dem 26. Februar und dem 29. Mai 2010
- Fragen nach der Nutzung des Internets einschließlich E-Mail, einer möglichen Beschaffungsabsicht in einem Zeitraum von 12 Monaten ab Zeitpunkt der Befragung sowie Abfrage der Einwahlgeschwindigkeit
- umfangreiche soziodemographische Daten
- 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

2. Zentrale Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas 2010

Internetnutzung in Deutschland:

- 72 Prozent der Deutschen sind online.
- Mit knapp drei Prozentpunkten Wachstum steigt der Onliner-Anteil erneut deutlich.
- Inzwischen sind 48,3 Millionen Personen über 14 Jahren online.

Jahr	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
2009	69,1 %	4,3 %	26,6 %
2010	72,0 %	3,8 %	24,2 %

Internetnutzung nach Geschlecht:

- Männer mit stärkerem Wachstum des Onliner-Anteils.
- Weiterhin deutliche Unterschiede bei der Internetnutzung nach Geschlecht.

Jahr	Männer	Frauen	Differenz
2009	76,1 %	62,4 %	13,7 %-Punkte
2010	79,5 %	64,8 %	14,7 %-Punkte

Internetnutzung nach Altersgruppen:

- Der Onliner-Anteil nimmt in allen Altersgruppen zu.
- Größter Zuwachs bei 50plus, insbesondere bei den 60- bis 69-Jährigen.

Jahr	14 - 29 Jahre	30 - 49 Jahre	50+ Jahre
2009	94,5 %	85,0 %	44,9 %
2010	95,8 %	87,1 %	49,6 %

Internetnutzung nach Bildung:

- Zum dritten Mal in Folge überdurchschnittlicher Zuwachs in der Gruppe mit formal einfacher Bildung.
- Bevölkerungsgruppe mit formal mittlerer Bildung erstmals mit über 75 Prozent Onlinern.

Jahr	Schüler	Volks-/Hauptschule	weiterbild. Schule	Abitur / Studium
2009	97,0 %	52,7 %	73,3 %	87,5 %
2010	97,5 %	56,6 %	76,2 %	88,8 %

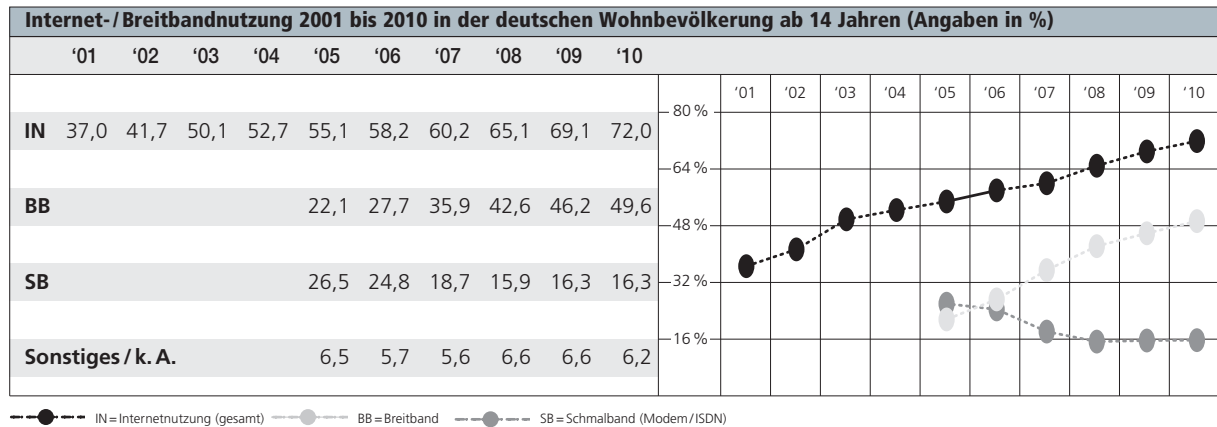
Internetzugang in Deutschland:

- Der Anteil an Breitbandnutzern nimmt weiterhin deutlich zu.
- Schmalbandnutzung verharrt auf unverändertem Niveau.

Jahr	Breitband	Schmalband	Sonstiges/k.A.	keine Onliner
2009	46,2 %	16,3 %	6,6 %	30,9 %
2010	49,6 %	16,3 %	6,2 %	28,0 %

Internetnutzung im Zeitverlauf:

- Seit Beginn der Messung 2005 ist Breitband der entscheidende Faktor für das Wachstum der Internetnutzung.
- Wachstum im Breitbandbereich bei Kabelmodem und mobilem Zugang.



Online-Anteil nach Bundesländern:

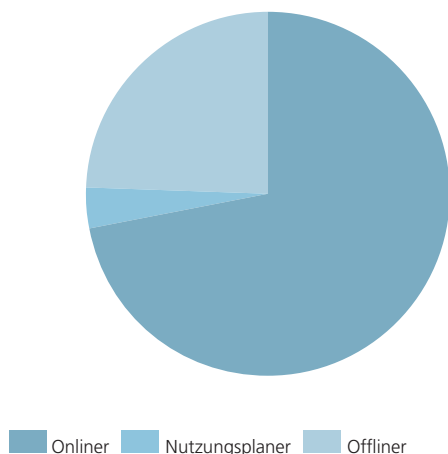
- Schere zwischen West und Ost öffnet sich auch 2010 weiter.
- Bremen verbleibt auf dem ersten Platz.
- Besonders hohe Zuwächse in Bremen und in Rheinland-Pfalz.

Platzierung Bundesland	Online-Anteil (Vorjahr)	Zuwachs	Platzierung 2009
1. Bremen	80,2 % (74,2 %)	6,0 %-Punkte	1.
2. Baden-Württemberg	76,0 % (72,6 %)	3,4 %-Punkte	3.
3. Berlin	75,2 % (73,3 %)	1,9 %-Punkte	2.
4. Hamburg	75,0 % (72,3 %)	2,7 %-Punkte	4.
5. Hessen	74,2 % (71,0 %)	3,2 %-Punkte	5.
6. Niedersachsen	73,9 % (70,6 %)	3,3 %-Punkte	7.
7. Rheinland-Pfalz	72,9 % (66,5 %)	6,4 %-Punkte	10.
8. Nordrhein-Westfalen	72,4 % (69,3 %)	3,1 %-Punkte	8.
9. Schleswig-Holstein	72,2 % (70,9 %)	1,3 %-Punkte	6.
10. Bayern	72,0 % (69,2 %)	2,8 %-Punkte	9.
11. Brandenburg	67,8 % (66,5 %)	1,3 %-Punkte	11.
12. Sachsen	65,8 % (65,1 %)	0,7 %-Punkte	12.
13. Saarland	65,4 % (63,0 %)	2,4 %-Punkte	13.
13. Thüringen	65,4 % (62,6 %)	2,8 %-Punkte	14.
15. Sachsen-Anhalt	62,9 % (60,7 %)	2,2 %-Punkte	16.
16. Mecklenburg-Vorpommern	62,7 % (61,9 %)	0,8 %-Punkte	15.

3. Die Deutschen und das Internet: Nutzer, Nutzungsplaner und Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht

Internetnutzung in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2010

2010 (Angaben in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
30.705	72,0	3,8	24,2



Der (N)ONLINER Atlas dokumentiert die Internetnutzung in Deutschland nun bereits im zehnten Jahr. An diesem „runden“ Geburtstag überspringt der Anteil der Internetnutzer in der Bevölkerung erstmals die 70-Prozent-Hürde. Mit genau 72 Prozent sind damit insgesamt 48,3 Millionen Menschen ab 14 Jahren in Deutschland online. Verglichen mit dem Jahr 2001 hat sich die Zahl der Onliner in den letzten zehn Jahren folglich nahezu verdoppelt – (2001: 37 Prozent Onliner).

Das Onlinewachstum fällt in diesem Jahr geringer aus als in den Vorjahren. Die Steigerung um 2,9 Prozentpunkte liegt im Zehnjahresvergleich im unteren Mittelfeld und fällt auch im Vergleich zu den Jahren 2008 und 2009 weniger dynamisch aus. Zudem zeigt der sinkende Anteil von Nutzungsplanern an, dass auch im nächsten Jahr eher nicht mit einem deutlichen Anstieg zu rechnen ist. Dies vor dem Hintergrund, dass der Anteil der Deutschen, die das Internet aktuell nicht nutzen – also Offliner und Nutzungsplaner zusammen – noch immer über 25 Prozent beträgt. Gut jeder vierte Deutsche ab 14 Jahren und damit etwa 18,7 Millionen Menschen in Deutschland leben derzeit ohne Internetanbindung.

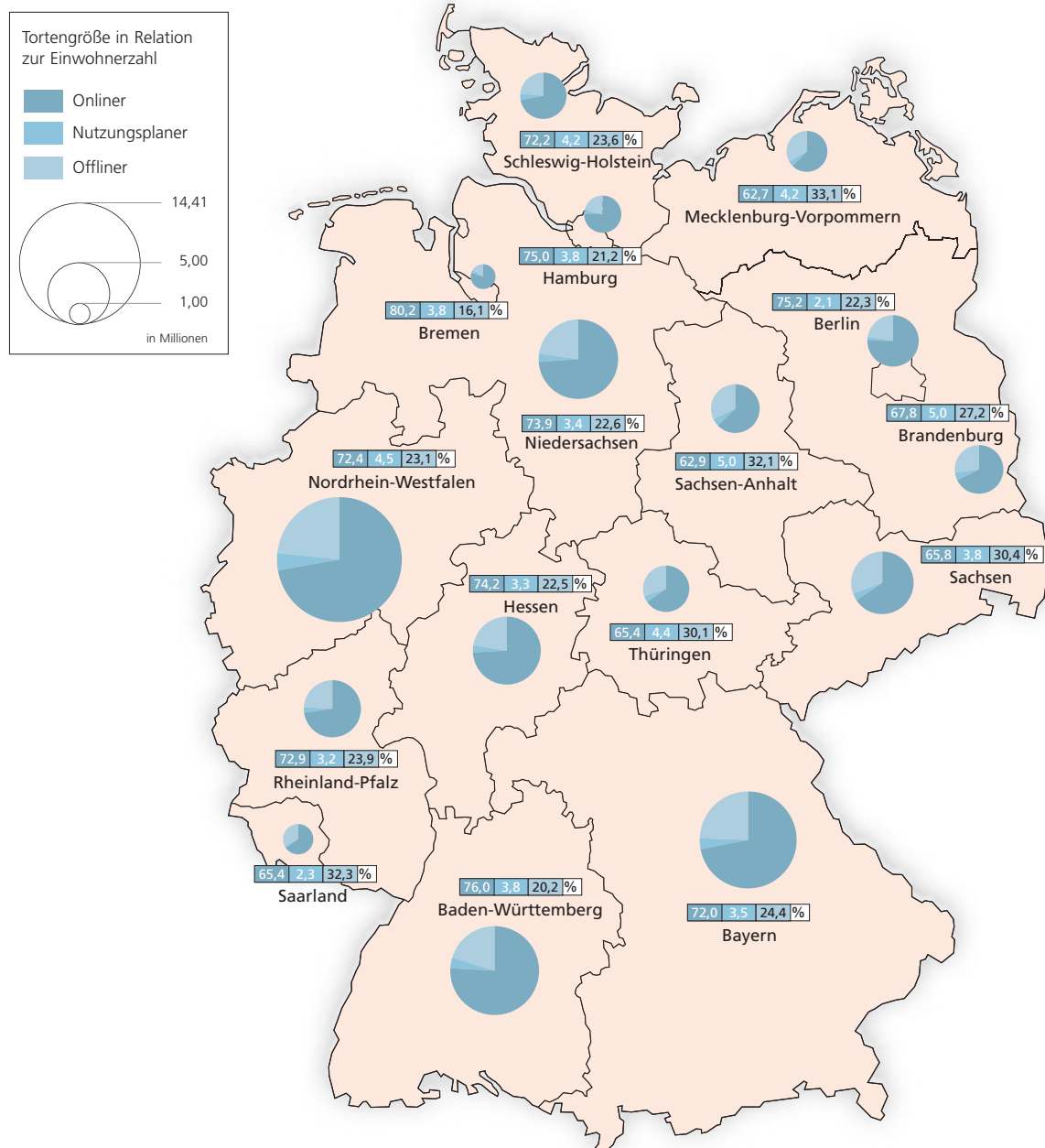
Jahresübersicht 2001 bis 2010 (Angaben in %)					
Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
2001	19.690	37,0	10,4	52,5	→
2002	30.318	41,7	8,2	50,1	→
2003	30.116	50,1	7,2	42,7	→
2004	30.096	52,7	6,6	40,8	→
2005	48.107	55,1	6,3	38,6	→
2006	50.718	58,2	6,1	35,7	→
2007	49.135	60,2	5,7	34,1	→
2008	52.503	65,1	4,9	29,9	→
2009	30.702	69,1	4,3	26,6	→
2010	30.705	72,0	3,8	24,2	→

Legend: Onliner (dark blue), Nutzungsplaner (medium blue), Offliner (light blue)

Percentage scale: 20 %, 40 %, 60 %, 80 %, 100 %

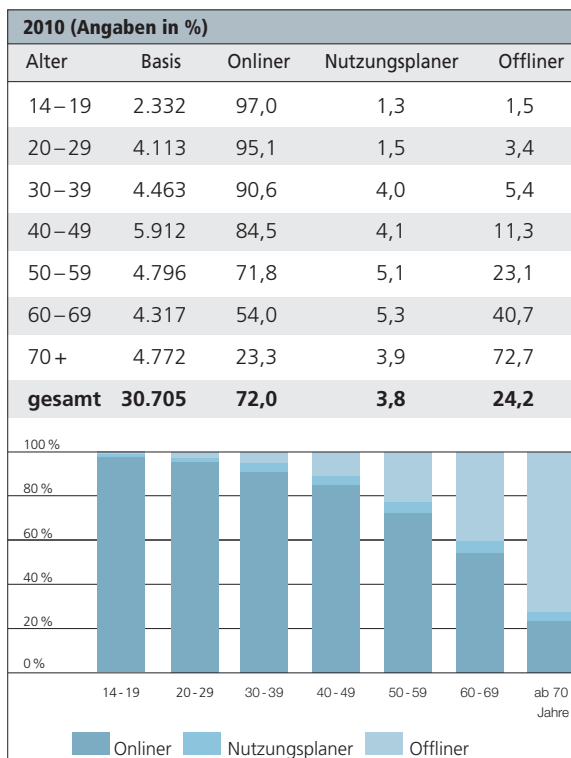
Internetnutzung nach Bundesländern 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

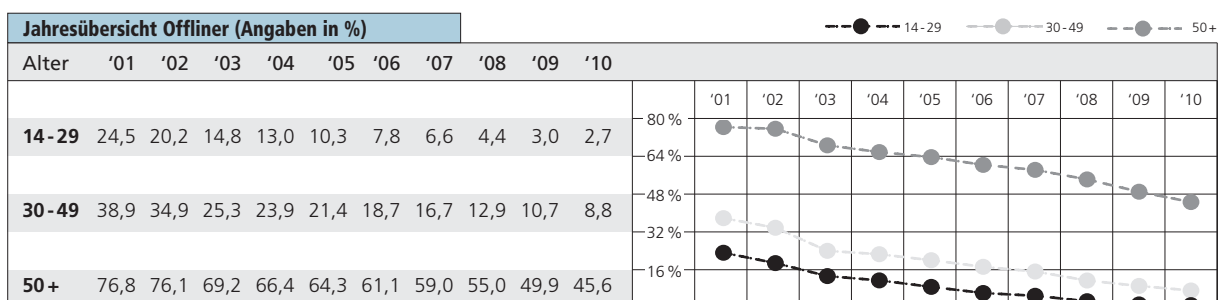
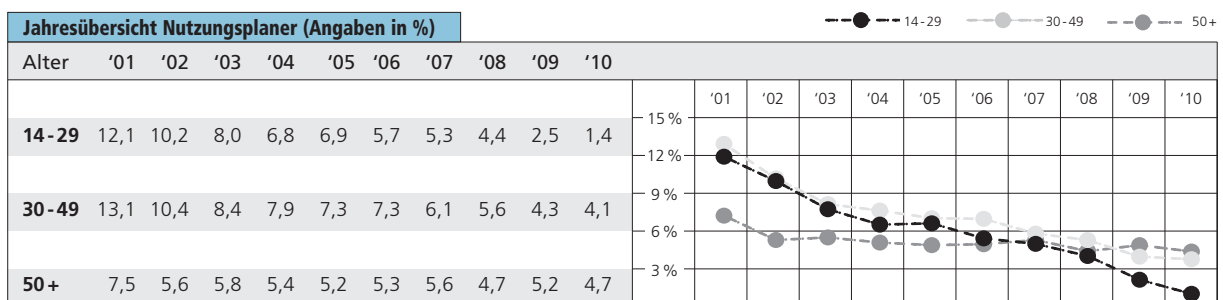
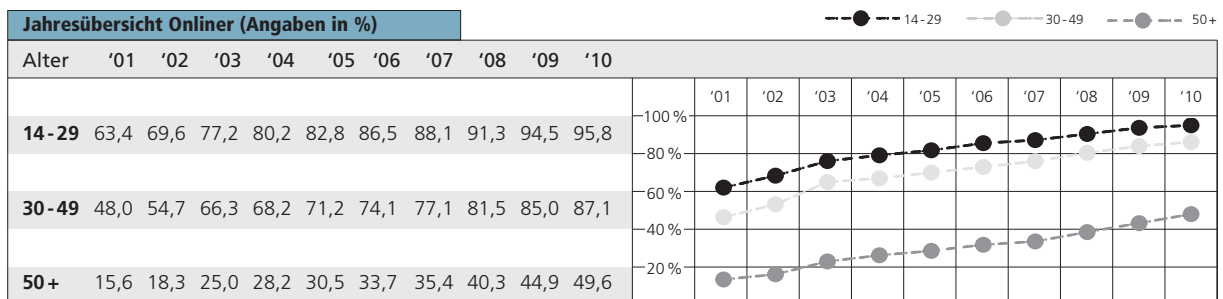


Bremen kann seinen im letzten Jahr errungenen Spitzenplatz im Bundesländerranking der Internetnutzung dank einem erneut hohen Zuwachs erfolgreich behaupten. Mit 80,2 Prozent Internetnutzern liegt der Stadtstaat mehr als vier Prozentpunkte vor Baden-Württemberg, das sich mit 76,0 Prozent Onlinern vom dritten auf den zweiten Platz im Ranking der Bundesländer schiebt. Auf den Plätzen drei und vier folgen Berlin und Hamburg, die als Stadtstaaten traditionell einen hohen Onliner-Anteil aufweisen. Hessen belegt – wie schon im vergangenen Jahr – den fünften Platz. „Aufsteiger“ des Jahres 2010 ist mit einer Zuwachsrate von 6,4 Prozentpunkten das Bundesland Rheinland-Pfalz, das vom zehnten auf den siebten Platz klettert. Unverändert bilden die neuen Bundesländer zusammen mit dem Saarland das Schlussdrittel. Diese Länder weisen unterdurchschnittliche Zuwachsraten auf, so dass auch die Schere zwischen den neuen und den alten Bundesländern erneut weiter auseinander geht. Der Abstand zwischen dem Flächenland mit dem höchsten Onliner-Anteil Baden-Württemberg und Mecklenburg-Vorpommern liegt bei 13,3 Prozentpunkten.

Internetnutzung nach Alter in den Jahren 2001 bis 2010

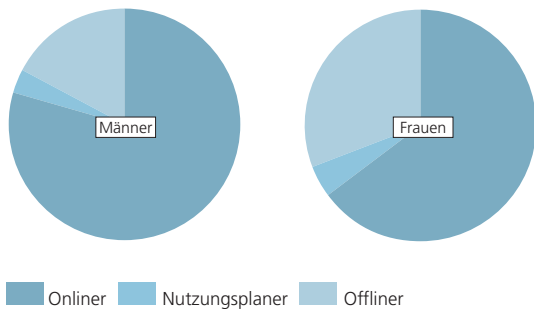


Noch immer gilt: Mit steigendem Alter nimmt die Internetnutzung ab. Für die Befragten zwischen 14 und 49 Jahren ist Internetnutzung nahezu eine Selbstverständlichkeit. Der Onliner-Anteil variiert hier zwischen 97,0 Prozent und 84,5 Prozent – bei den unter 40-Jährigen bewegt sich der Nutzeranteil sogar immer über 90 Prozent. Auch bei den 50- bis 59-Jährigen liegt der Onliner-Anteil noch bei 71,8 Prozent – also im Gesamtdurchschnitt der Bevölkerung. In der Gruppe der 60- bis 69-Jährigen ist ein geringerer Anteil bereits online – dennoch ist inzwischen mehr als jeder Zweite dieser Gruppe ein Onliner. Der ganz große Bruch findet in der Altersgruppe 70plus statt: Drei Viertel dieser Altersgruppe nutzt das Internet derzeit nicht. Der Onliner-Anteil liegt lediglich bei 23,3 Prozent. Zwar steigt das Wachstum des Onliner-Anteils mit 4,3 Prozentpunkten gegenüber 2009 über den Gesamtdurchschnitt, der größte Zuwachs findet jedoch wie schon 2009 bei den 60- bis 69-Jährigen statt (5,5 Prozentpunkte), gefolgt von den 50- bis 59-Jährigen (4,7 Prozentpunkte). Das Durchschnittsalter der Offliner liegt in diesem Jahr bei 65,2 Jahren (2009: 64,3 Jahre) und damit nach wie vor sehr deutlich über dem Gesamtdurchschnittsalter der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (47,6 Jahre). 41,4 Jahre alt ist 2010 der durchschnittliche Onliner und liegt damit vergleichsweise nahe am Gesamtdurchschnitt.



Internetnutzung nach Geschlecht in den Jahren 2001 bis 2010

2010 (Angaben in %)			
Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner
Männer: 14.950	79,5	3,2	17,2
Frauen: 15.755	64,8	4,4	30,7



Von der Entwicklung der Internetnutzung mit Bezug auf das Geschlecht gibt es 2010 wenig Erfreuliches zu berichten. Nicht nur, dass die Männer mit einem Onliner-Anteil von 79,5 Prozent weiter deutlich über dem Anteil der Frauen (64,8 Prozent) liegen, in diesem Jahr ist auch das Anteilswachstum bei den Frauen mit 2,4 Prozentpunkten geringer als bei den Männern (3,4 Prozentpunkte). Die Schere zwischen den Geschlechtern öffnet sich folglich wieder und ist damit inzwischen sogar noch größer als zu Beginn der Messungen des (N)ONLINER Atlas vor zehn Jahren. So betrug der Abstand zwischen den Geschlechtern bei der Internetnutzung im Jahr 2001 13,7 Prozentpunkte, im Jahr 2010 liegt dieser Abstand bei 14,7 Prozentpunkten.

Eine detaillierte Analyse der Internetnutzung nach Geschlecht vermitteln die Sonderanalysen auf den Seiten 43 ff.

Jahresübersicht: Männer (Angaben in %)

Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
2001	9.400	44,2	10,9	44,9	→
2002	14.478	48,8	7,9	43,3	→
2003	14.396	58,8	6,8	34,4	→
2004	14.406	60,4	5,9	33,7	→
2005	23.043	63,2	6,0	30,8	→
2006	24.380	65,4	5,4	29,2	→
2007	23.575	67,1	5,2	27,7	→
2008	25.428	72,4	4,4	23,2	→
2009	14.943	76,1	3,9	20,0	→
2010	14.950	79,5	3,2	17,2	→

Legend: Onliner (dark blue), Nutzungsplaner (medium blue), Offliner (light blue)

20 % 40 % 60 % 80 % 100 %

Jahresübersicht: Frauen (Angaben in %)

Jahr	Basis (= 100 %)	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
2001	10.290	30,5	10,0	59,5	→
2002	15.839	35,2	8,5	56,3	→
2003	15.724	42,1	7,5	50,4	→
2004	15.690	45,6	7,2	47,2	→
2005	25.064	47,6	6,6	45,8	→
2006	26.338	51,5	6,6	41,8	→
2007	25.560	53,8	6,2	39,9	→
2008	27.075	58,3	5,5	36,2	→
2009	15.759	62,4	4,8	32,9	→
2010	15.755	64,8	4,4	30,7	→

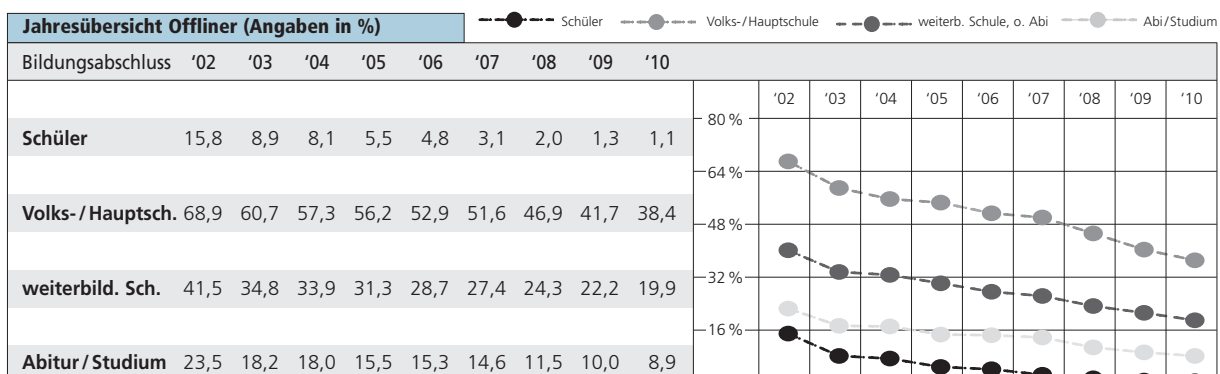
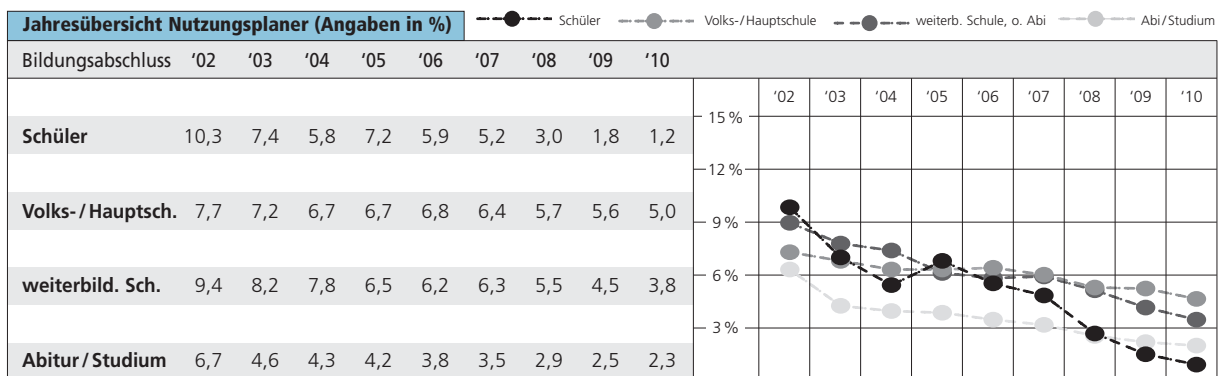
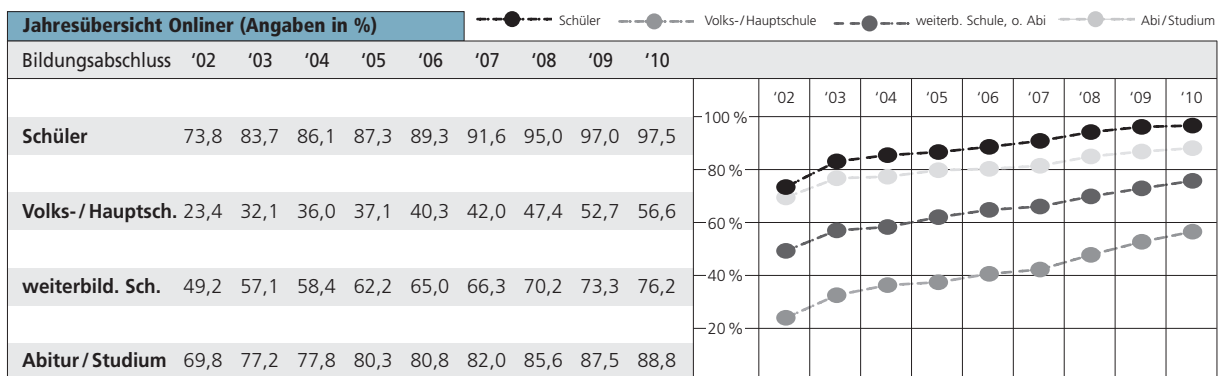
Legend: Onliner (dark blue), Nutzungsplaner (medium blue), Offliner (light blue)

20 % 40 % 60 % 80 % 100 %

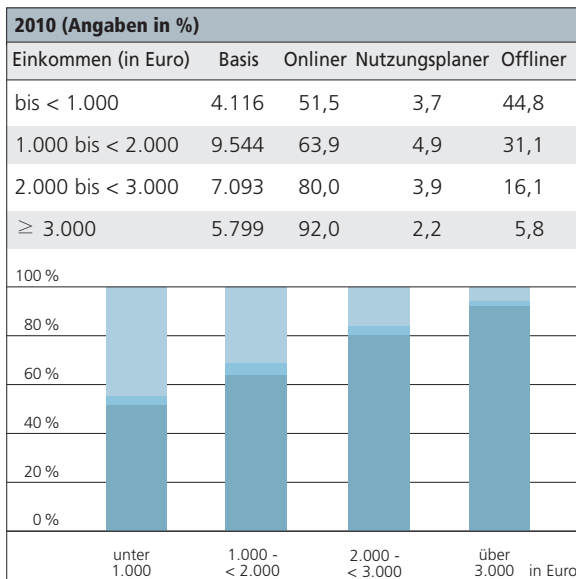
Internetnutzung nach Bildung in den Jahren 2002 bis 2010

2010 (Angaben in %)					
	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
Schüler	1.551	97,5	1,2	1,1	→
Volksschule ohne Lehre	3.390	46,5	5,0	48,3	→
Volksschule mit Lehre	9.088	60,3	4,9	34,7	→
weiterbildende Schule, ohne Abitur	8.662	76,2	3,8	19,9	→
Abitur, Hochschulreife, Fachhochschule	3.494	89,2	2,4	8,3	→
abgeschlossenes Studium	3.764	88,5	2,1	9,4	→
Onliner Nutzungsplaner Offliner					20 % 40 % 60 % 80 % 100 %

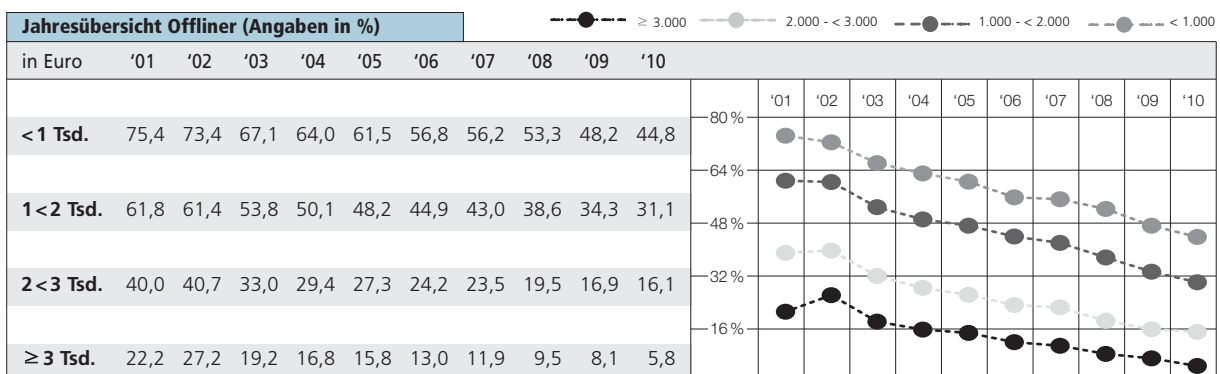
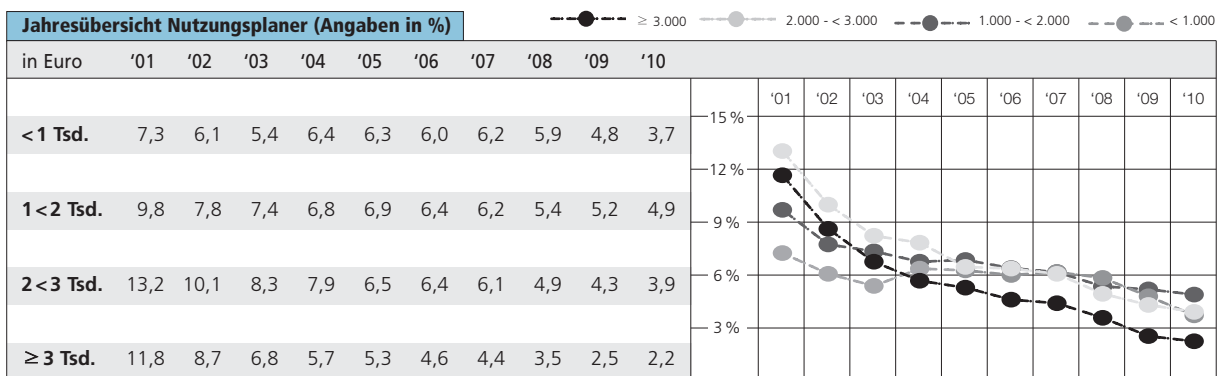
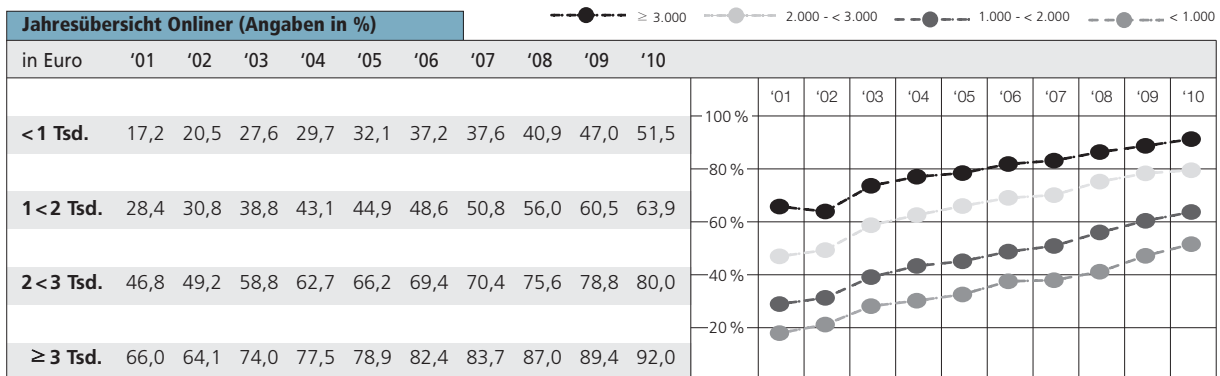
Zum dritten Mal in Folge verzeichnet die Bevölkerungsgruppe mit formal einfacher Bildung den höchsten Zuwachs bei der Internetnutzung. So stieg der Onliner-Anteil bei den Befragten mit Volksschulabschluss ohne abgeschlossene Lehre von 39,0 auf 46,5 Prozent und verzeichnet damit ein Wachstum von 7,5 Prozentpunkten. Verglichen mit den Ergebnissen des ersten (N)ONLINER Atlas sind diese Werte heute erfreulicher. Damals nutzten lediglich 15,2 Prozent der Volksschulabgänger ohne abgeschlossene Lehre das Internet. Trotzdem gilt, dass in dieser Bevölkerungsgruppe erst knapp jeder Zweite zu den Onlinern zählt. Das Nutzungspotenzial ist daher weiterhin in der Gruppe der formal einfach Gebildeten am größten.



Internetnutzung nach Haushaltsnettoeinkommen in den Jahren 2001 bis 2010

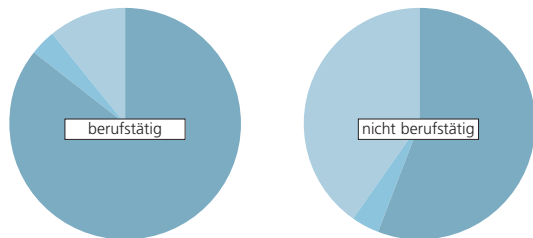


Nach wie vor besteht ein sichtbarer Zusammenhang zwischen der Internetnutzung und dem Einkommen. Insgesamt 92 Prozent der Deutschen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro sind Online. Auch in der Einkommensschicht zwischen 2.000 und 3.000 Euro nutzen noch 80 Prozent der Befragten das Internet. Erfreulich ist, dass in der Gruppe mit weniger als 1.000 Euro in diesem Jahr erstmals die 50-Prozent-Hürde überschritten wird. Zudem ist positiv zu bewerten, dass in den Gruppen mit geringerem Einkommen der Online-Anteil überdurchschnittlich steigt. Trotz dieser Entwicklungen bleibt die Kluft zwischen den einkommensschwächsten Haushalten und den finanziell besser gestellten Gruppen sehr hoch – erst jeder zweite Deutsche ist hier online. Auch ein Vergleich der Durchschnittseinkommen zeigt weiterhin klare Unterschiede zwischen Onlinern und Offlinern auf. Während die Onlineer über ein durchschnittliches Einkommen von 2.320 Euro pro Monat verfügen, liegt es bei den Offlinern bei 1.535 Euro.



Internetnutzung nach Beschäftigung in den Jahren 2001 bis 2010

2010 (Angaben in %)				
Basis (= 100 %)	Online	Nutzungsplaner	Offline	
berufstätig*	16.590	85,8	3,6	10,7
nicht berufstätig**	14.115	55,8	4,1	40,0



■ Online ■ Nutzungsplaner ■ Offline

* berufstätig einschließlich vorübergehend arbeitslos

** nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.)

Der Zusammenhang zwischen der Berufstätigkeit und Internetnutzung ist ungebrochen. Etwa 86 Prozent der Berufstätigen sind Online, demgegenüber sind es nur 56 Prozent der Nicht-Berufstätigen. Erst im vergangenen Jahr ist in letztgenannter Gruppe die 50-Prozent-Hürde übersprungen worden. Die Entwicklung in beiden Gruppen ist von 2009 auf 2010 gleichmäßig verlaufen: Der Onlineanteil wuchs etwa in Höhe des Gesamtdurchschnitts, also um knapp drei Prozentpunkte, so dass der (erhebliche) Abstand gleich bleibt und auch 2010 bei 30 Prozentpunkten liegt. Die Mehrheit der Nicht-Berufstätigen sind Rentner, das Durchschnittsalter der Gruppe liegt bei 54 Jahren, das Haushaltsnettoeinkommen bei 1.843 Euro. Die Ergebnisse unterstreichen daher die berichteten Zusammenhänge der Online-Eigenschaft mit der Betrachtung nach Alter (siehe Seite 14) wie auch nach Einkommen (siehe Seite 17).

Jahresübersicht: berufstätig einschließlich vorübergehend arbeitslos (Angaben in %)					
Jahr	Basis (= 100 %)	Online	Nutzungsplaner	Offline	
2001	10.269	48,2	12,0	39,8	→
2002	15.705	54,5	9,7	35,7	→
2003	15.534	65,0	8,2	26,8	→
2004	15.553	67,5	7,3	25,2	→
2005	24.868	70,8	6,8	22,5	→
2006	26.231	73,7	6,5	19,8	→
2007	25.348	75,7	5,9	18,4	→
2008	27.585	79,7	5,2	15,0	→
2009	16.524	83,0	4,4	12,6	→
2010	16.590	85,8	3,6	10,7	→

■ Online ■ Nutzungsplaner ■ Offline

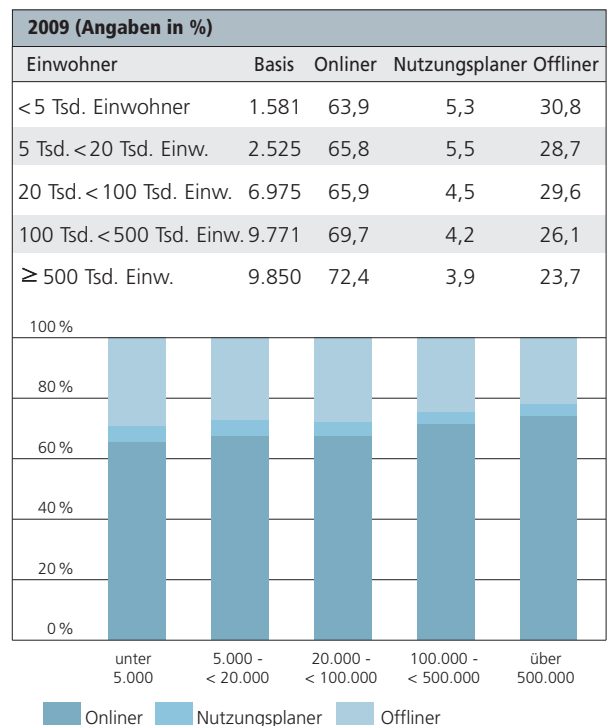
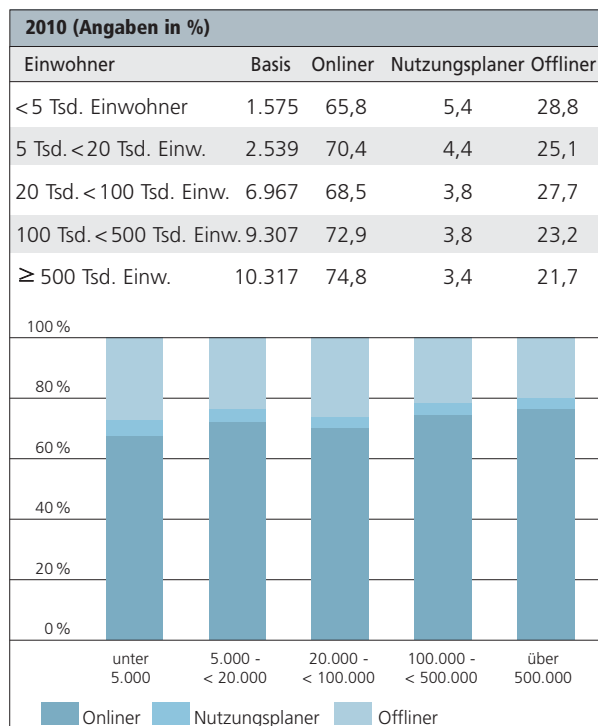
20 % 40 % 60 % 80 % 100 %

Jahresübersicht: nicht berufstätig (Rentner, Auszubildende, Schüler, Studenten usw.) (Angaben in %)					
Jahr	Basis (= 100 %)	Online	Nutzungsplaner	Offline	
2001	9.422	24,9	8,7	66,4	→
2002	14.613	27,9	6,6	65,5	→
2003	14.582	34,2	6,0	59,8	→
2004	14.543	36,8	5,8	57,4	→
2005	23.232	38,3	5,7	55,9	→
2006	24.487	41,6	5,6	52,8	→
2007	23.786	43,7	5,6	50,7	→
2008	24.918	49,0	4,6	46,4	→
2009	14.178	52,9	4,3	42,8	→
2010	14.115	55,8	4,1	40,0	→

■ Online ■ Nutzungsplaner ■ Offline

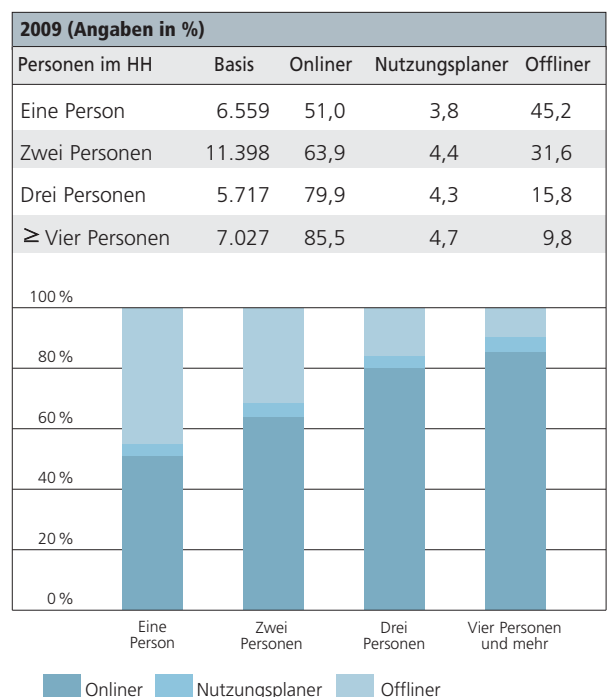
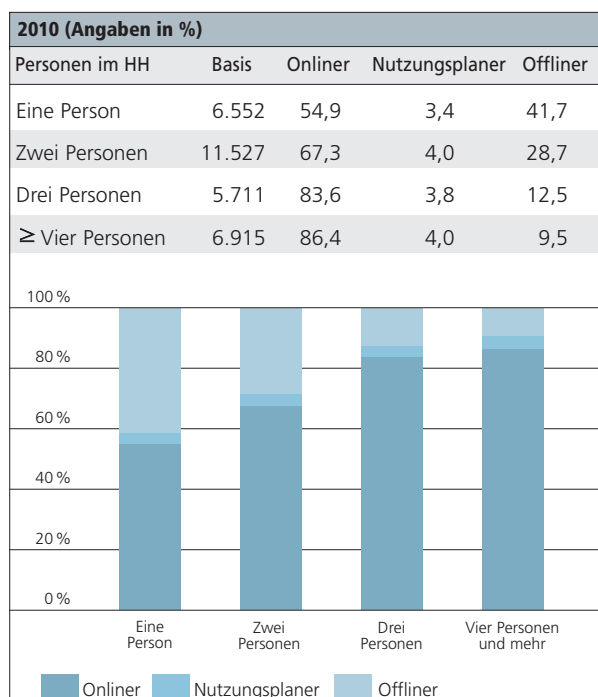
20 % 40 % 60 % 80 % 100 %

Internetnutzung nach Ortsgröße 2009 und 2010



Das über Jahre beobachtete Stadt-Land-Gefälle bei der Internetnutzung bleibt grundsätzlich bestehen. Zwischen der größten und der kleinsten Ortsgrößeklasse beträgt der Abstand neun Prozentpunkte und liegt damit leicht über dem des Vorjahres. Das kräftigste Wachstum verzeichnet die Ortsgrößeklasse 5 Tsd. bis 20 Tsd. Einwohner mit annähernd fünf Prozentpunkten – hier dürften Verbesserungen bei den Zugangsmöglichkeiten der entscheidende Treiber sein. Die kleinste Ortsgrößeklasse wird jedoch hiervon nicht ausreichend erreicht: Dort findet mit 1,9 Prozentpunkten das geringste Wachstum statt.

Internetnutzung nach Haushaltsgröße 2009 und 2010

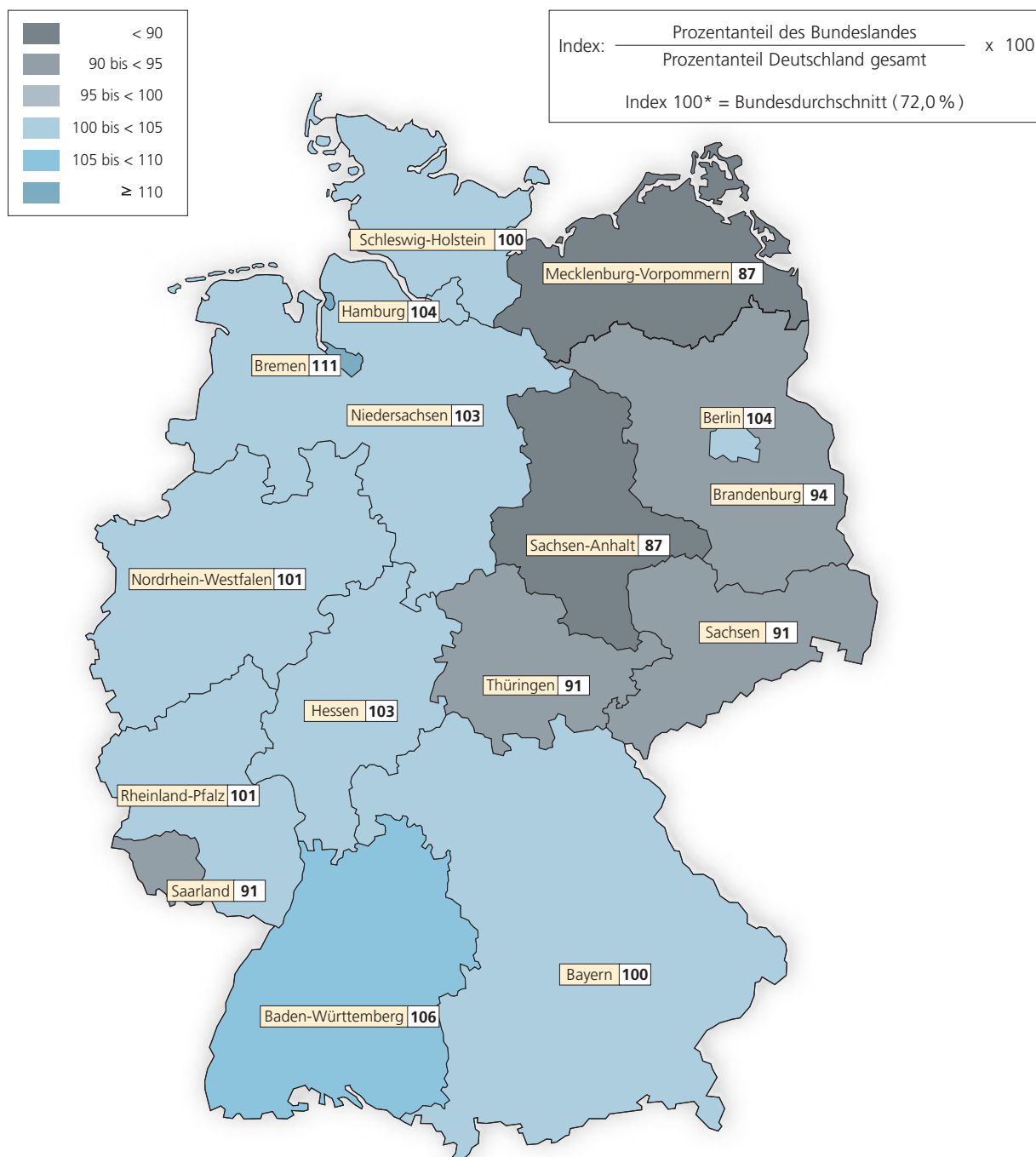


Der seit Jahren beobachtete stabile Zusammenhang zwischen Haushaltsgröße und Internetnutzung bleibt auch 2010 bestehen. Der Onliner-Anteil unter Personen, die in großen Haushalten leben, wächst in diesem Jahr nur unterdurchschnittlich – dort ist allerdings bereits eine Durchdringung von über 86 Prozent erreicht. Das größte Wachstumspotenzial liegt bei den Single-Haushalten – dort ist das Wachstum mit 3,9 Prozentpunkten auch am deutlichsten.

4. Die Internetnutzer (Onliner)

Onliner nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

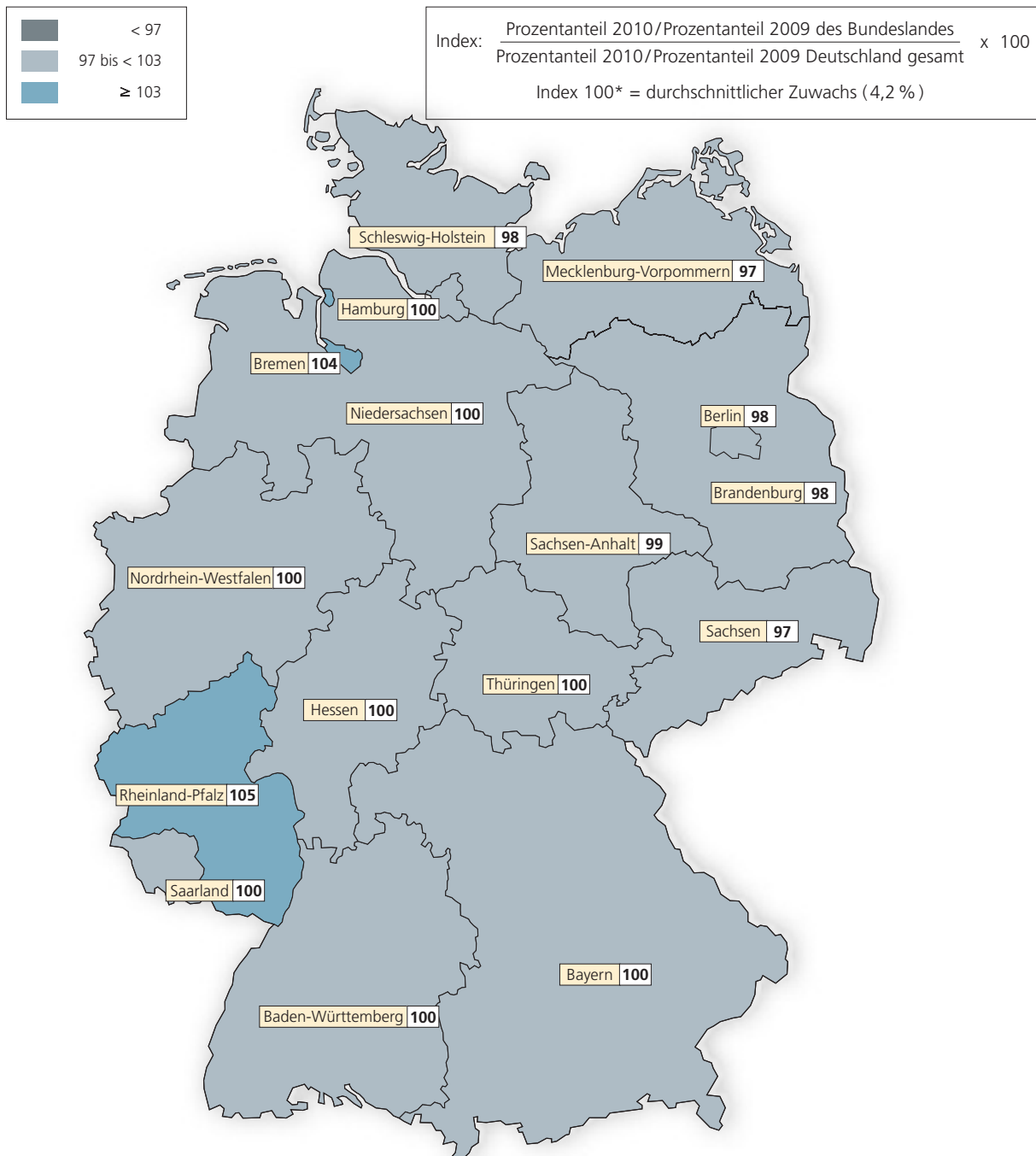


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 72,0 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Onliner-Anteil in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Wie schon im vergangenen Jahr liegt Bremen im Vergleich der Bundesländer beim Onliner-Anteil an der Spitze, gefolgt vom Flächenland Baden-Württemberg und den beiden Stadtstaaten Berlin und Hamburg. Die indexierte, farbliche Kartendarstellung zeigt anschaulich die Abweichungen vom Bundesdurchschnitt: Während von den alten Bundesländern nach wie vor lediglich das Saarland deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegt, befinden sich die neuen (Flächen-)Länder ausnahmslos darunter. Diese Schere hat sich in den letzten Jahren stets leicht geöffnet, von 2009 auf 2010 allerdings verstärkt – von 5,6 Prozentpunkten in 2009 auf nunmehr 7,4 Prozentpunkte.

Onliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2009/2010)

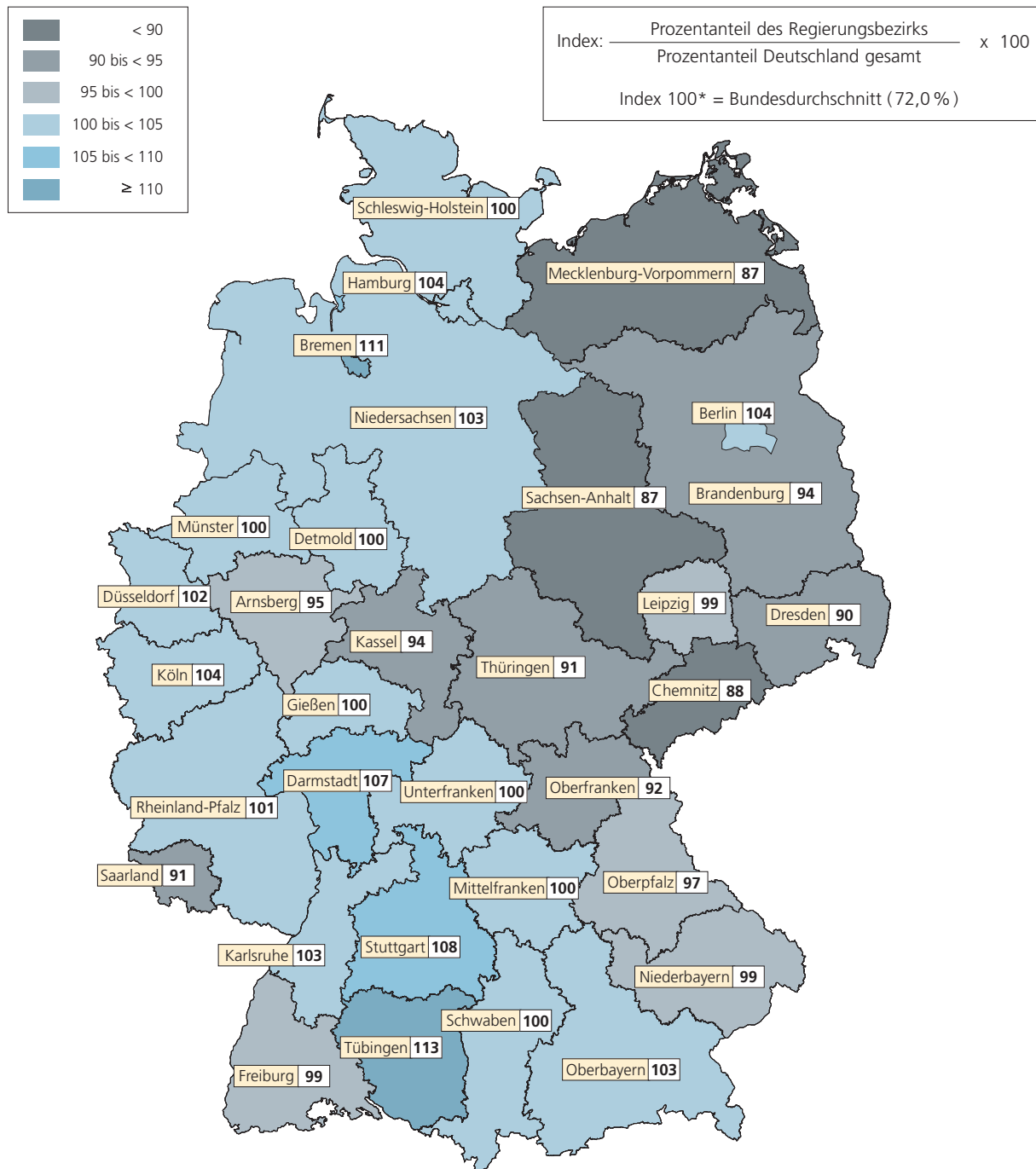


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Ein abermals kräftiges Wachstum seines Onliner-Anteils sichert Bremen erneut den Spitzenplatz im Länderranking, das größte Wachstum liegt jedoch in diesem Jahr beim Bundesland Rheinland-Pfalz. Die ansonsten gleichmäßig eingefärbte Karte zeigt, dass das Wachstum des Onliner-Anteils in den übrigen Bundesländern relativ nahe am Bundesdurchschnitt liegt. Die neuen Bundesländer weisen allerdings – mit Ausnahme Thüringens – Indexwerte unter 100 auf, wachsen also leicht unterdurchschnittlich, was zur sich weiter öffnenden Schere beim Vergleich des Onliner-Anteils der alten und neuen Bundesländer führt.

Onliner nach Regierungsbezirken 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

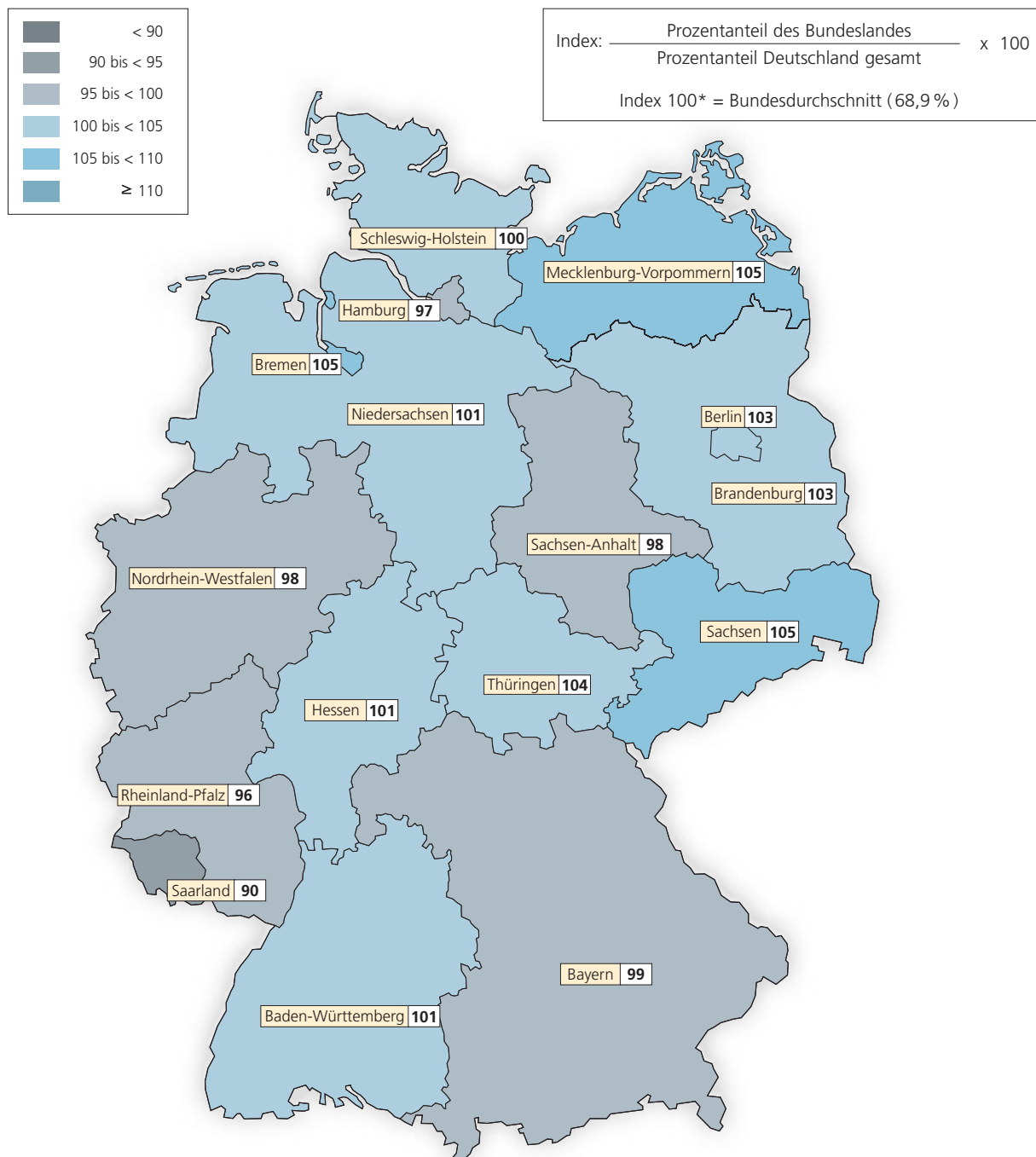


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 104 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 72,0 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Auf Regierungsbezirksebene zeigen sich die regionalen Unterschiede innerhalb der einzelnen Bundesländer. Regelmäßig erzielen Bezirke, in denen großstädtische Ballungsräume zu finden sind, höhere Indexwerte, also überdurchschnittliche Onliner-Anteile. Als Beispiele seien hier die Regierungsbezirke Darmstadt (mit Frankfurt/Main), Stuttgart, Köln oder Oberbayern (mit dem Ballungsraum München) genannt. Demgegenüber stehen strukturschwächere Bezirke mit tendenziell unterdurchschnittlichen Werten. Entsprechende Bezirke sind auch in den alten Bundesländern zu finden. In den neuen Bundesländern erreicht mit Ausnahme des Ballungsraumes Berlin allerdings kein Bezirk den Bundesdurchschnitt.

Breitbandnutzung der Onliner nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt der Breitbandnutzung unter den Onlinern; Basis n=22.104)

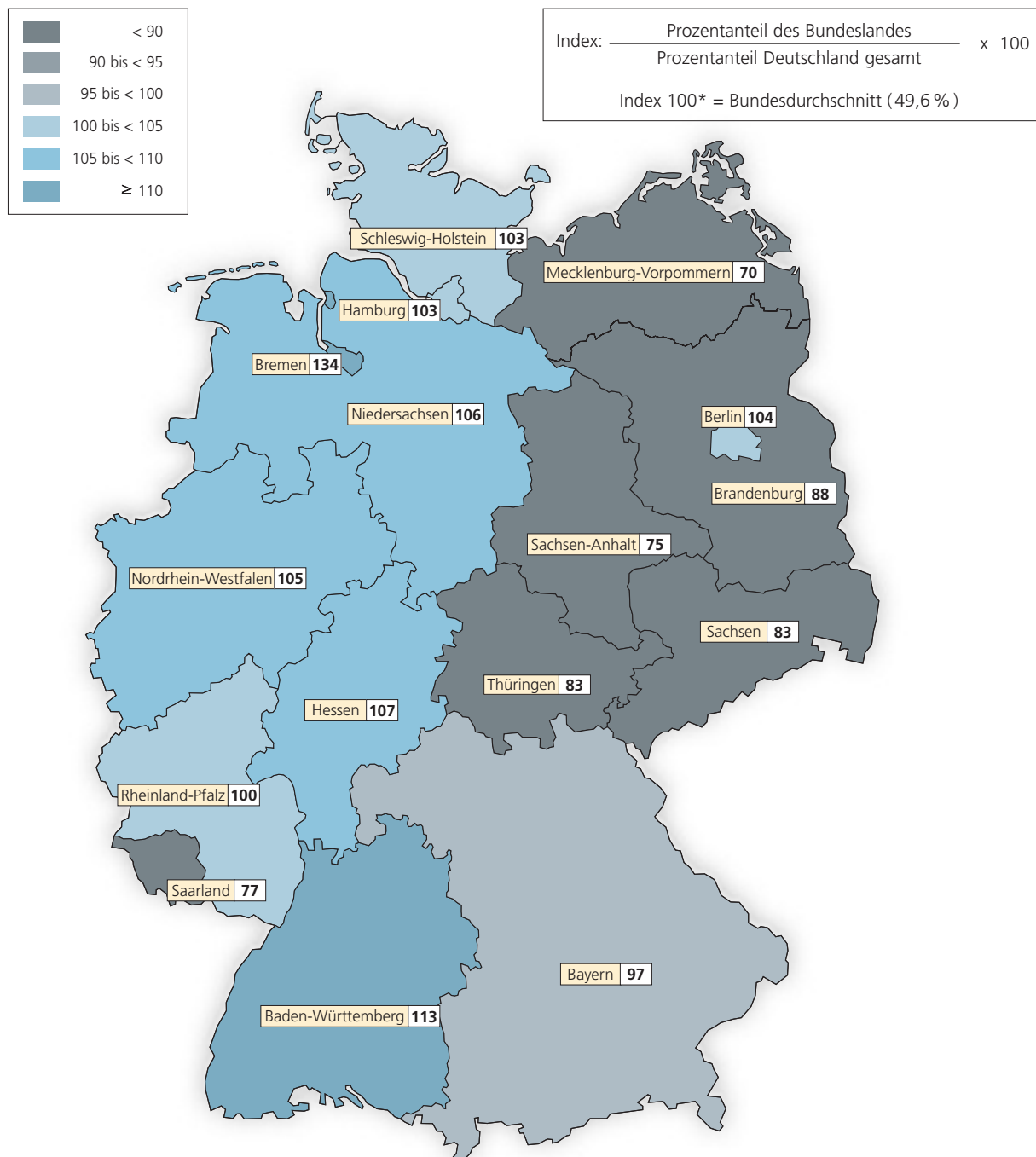


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Bei insgesamt gestiegenem Onliner-Anteil an der Gesamtbevölkerung nimmt Breitband als Hauptzugangsort unter den Onlinern weiter zu. Inzwischen sind im Bundesdurchschnitt 68,9 Prozent der Onliner von zu Hause aus breitbandig im Netz unterwegs. Abweichungen von diesem Bundesdurchschnitt auf Länderebene zeigt die Kartendarstellung: Dabei liegen die neuen Bundesländer mit Ausnahme von Sachsen-Anhalt über dem Bundesdurchschnitt, die meisten alten Bundesländer weisen einen Breitbandnutzungsanteil unter den Onlinern auf, der nahe am Durchschnittswert liegt. Im Saarland ist in diesem Jahr die größte Abweichung nach unten zu beobachten, der Anteil der Schmalbandnutzer an den Onlinern ist somit am höchsten.

Onliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

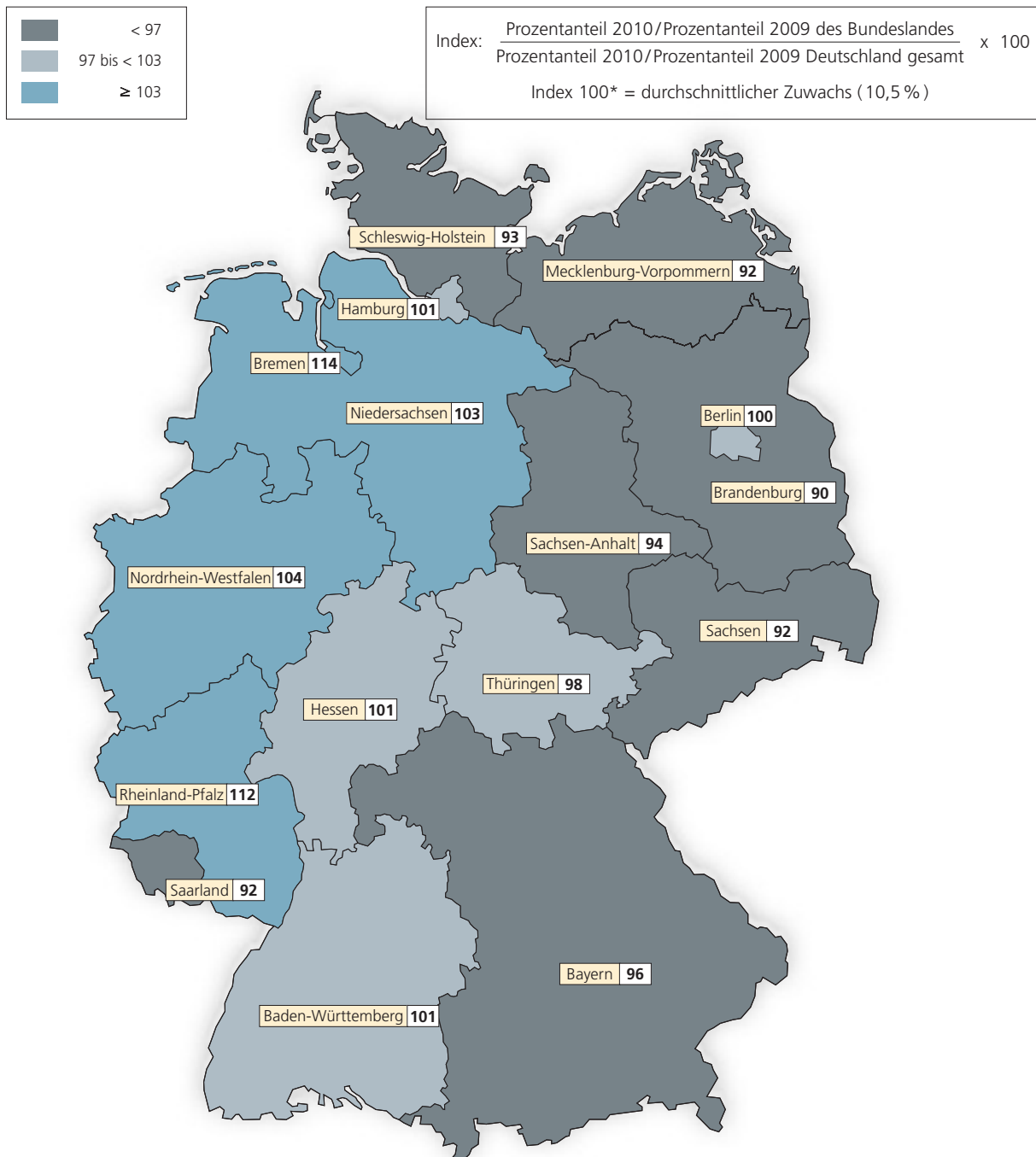


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Im Bundesdurchschnitt ist inzwischen fast jeder zweite Deutsche in der Altersgruppe 50plus online. Gegenüber dem vergangenen Jahr bedeutet dies ein deutliches Wachstum von knapp fünf Prozentpunkten. Die Kartendarstellung zeigt allerdings deutliche Unterschiede zwischen den Bundesländern im Onliner-Anteil dieser Altersgruppe auf. Neben dem Saarland weisen die neuen Bundesländer die niedrigsten Index-Werte, d. h. die geringste Onliner-Dichte, unter den Personen ab 50 Jahren auf. In Verbindung mit den unterdurchschnittlichen Wachstumsraten (siehe Seite 25) verfestigt sich diese Situation zusehends. Am deutlichsten über dem Bundesdurchschnitt liegt der Stadtstaat Bremen, gefolgt vom Flächenland Baden-Württemberg.

Onliner: Personen ab 50 Jahre Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2009/2010)

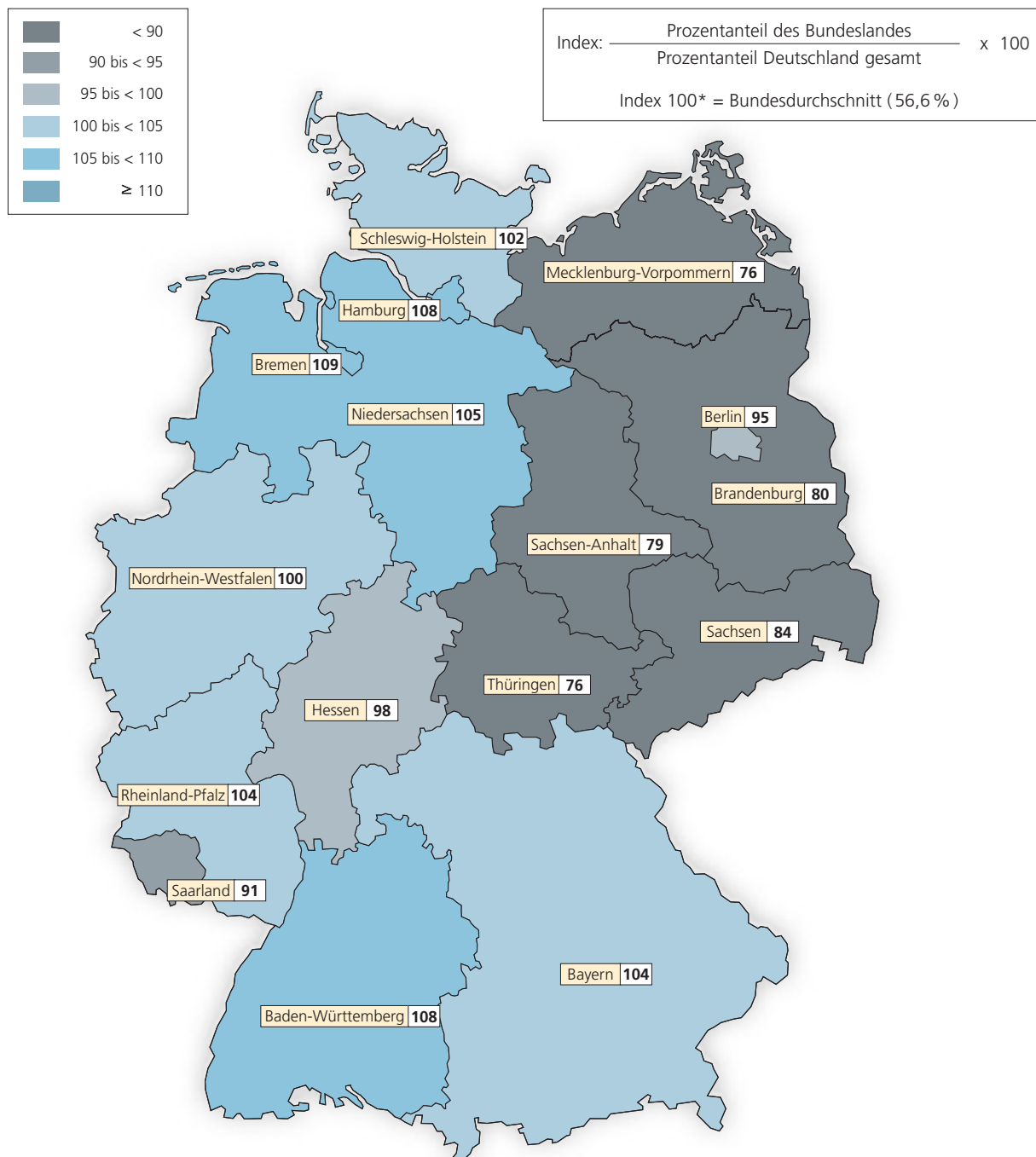


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Aufgrund des noch deutlich unterdurchschnittlichen Onliner-Anteils in der Altersgruppe 50plus ist hier das Wachstumspotenzial besonders hoch. Erfreulicherweise wächst der Onliner-Anteil tatsächlich auch überdurchschnittlich in dieser Altersgruppe – allerdings regional nicht gleich verteilt, wie die obige Kartendarstellung deutlich macht. So weisen die neuen Länder nicht nur beim Onliner-Anteil bei den ab 50-Jährigen unterdurchschnittliche Werte auf (siehe Seite 24), sondern auch beim Wachstum. In den alten Bundesländern bleiben in diesem Jahr das Saarland, Schleswig-Holstein und auch Bayern hinter dem durchschnittlichen Wachstum zurück. Rheinland-Pfalz und Bremen können hingegen besonders stark zulegen.

Onliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

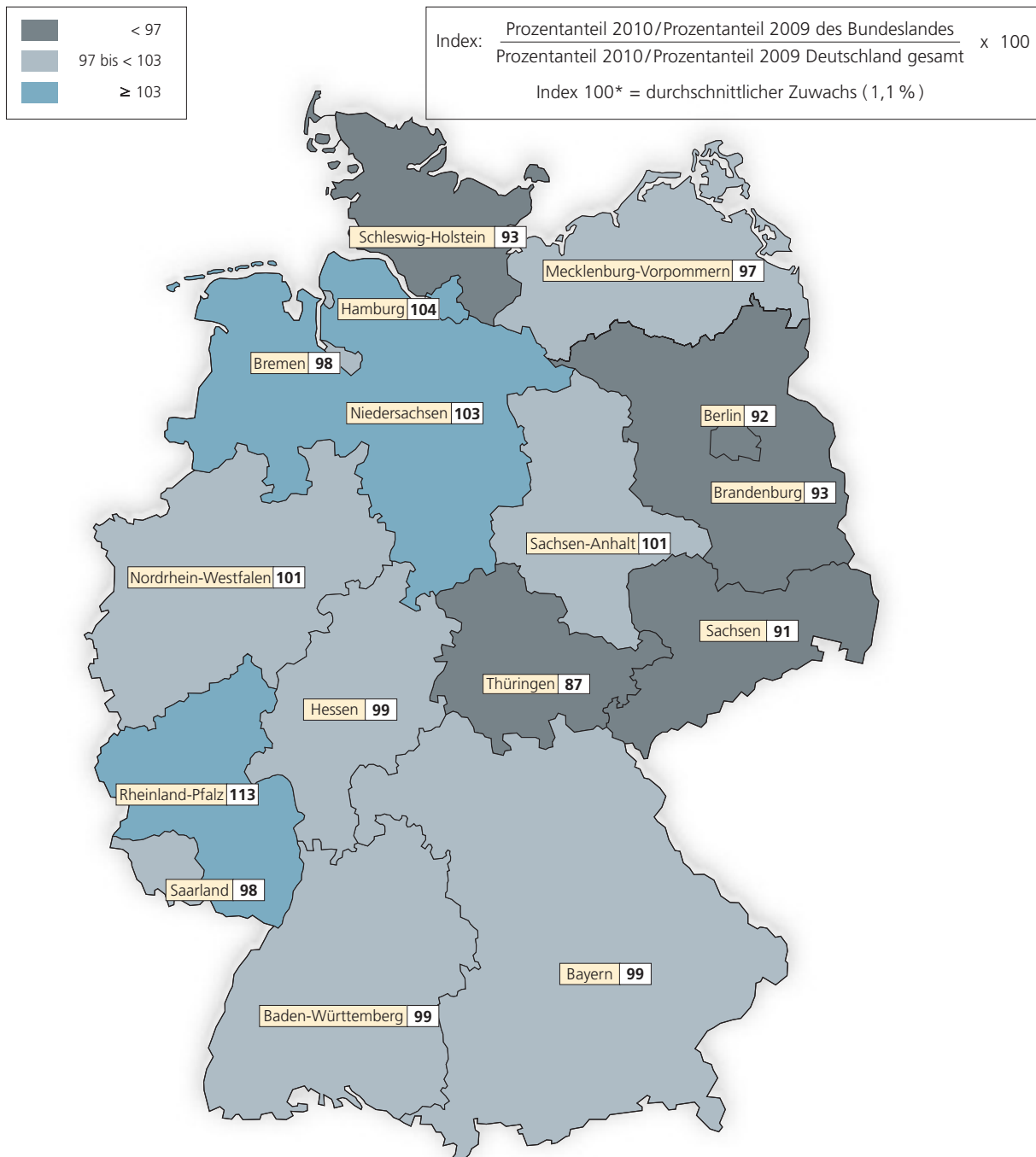


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Im vergangenen Jahr übersprang der Onliner-Anteil unter den Personen mit einfachem Bildungsabschluss bei überdurchschnittlichem Wachstum erstmalig die 50-Prozent-Marke. Mit einer Anteilssteigerung von knapp vier Prozentpunkten wächst diese Bevölkerungsgruppe auch 2010 überdurchschnittlich. Die niedrigsten Indexwerte weisen die neuen Bundesländer auf und zeigen so besonders deutlichen Nachholbedarf. Während der Ballungsraum Berlin in diesem Jahr unter dem Bundesdurchschnitt liegt, bilden die Stadtstaaten Bremen und Hamburg zusammen mit dem Flächenland Baden-Württemberg die Spitzengruppe beim Onliner-Anteil von Personen mit formal einfacher Bildung.

Onliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2009/2010)

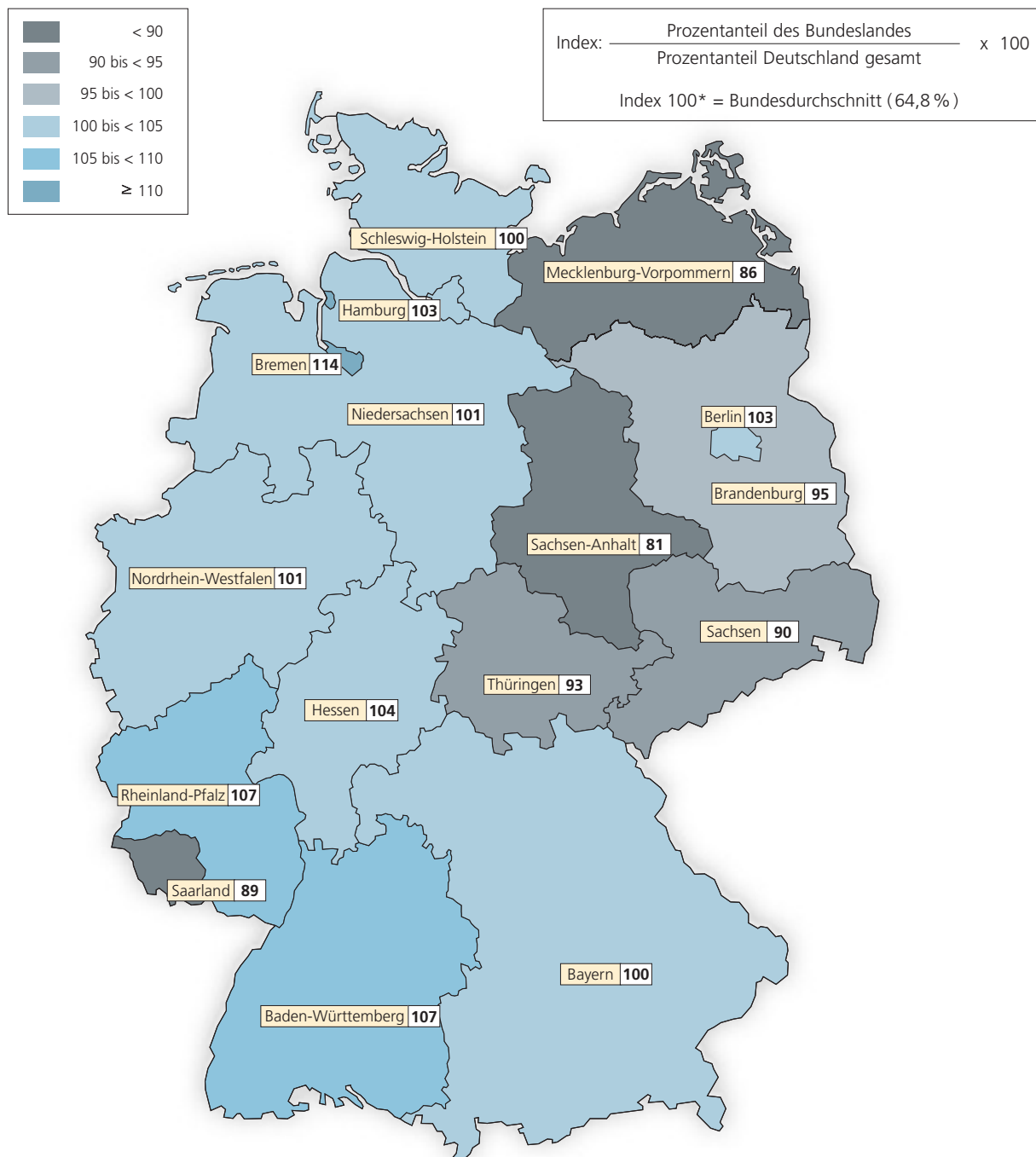


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Vom insgesamt überdurchschnittlichen Wachstum des Onliner-Anteils in der Gruppe der Bundesbürger mit einfachem Bildungsabschluss profitieren die einzelnen Bundesländer nicht gleichmäßig. Die Indexdarstellung zeigt, dass die meisten alten Bundesländer recht nahe am Bundesdurchschnitt liegen. Schleswig-Holstein fällt mit einer deutlich unterdurchschnittlichen Entwicklung auf. Andererseits ist Rheinland-Pfalz Wachstumsprimus im Ländervergleich in dieser Bevölkerungsgruppe. Unter den neuen Bundesländern liegen Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern nahe am durchschnittlichen Wachstum im Bund, die anderen Länder weichen in ihrem Wachstum deutlich nach unten ab.

Onliner: Frauen nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

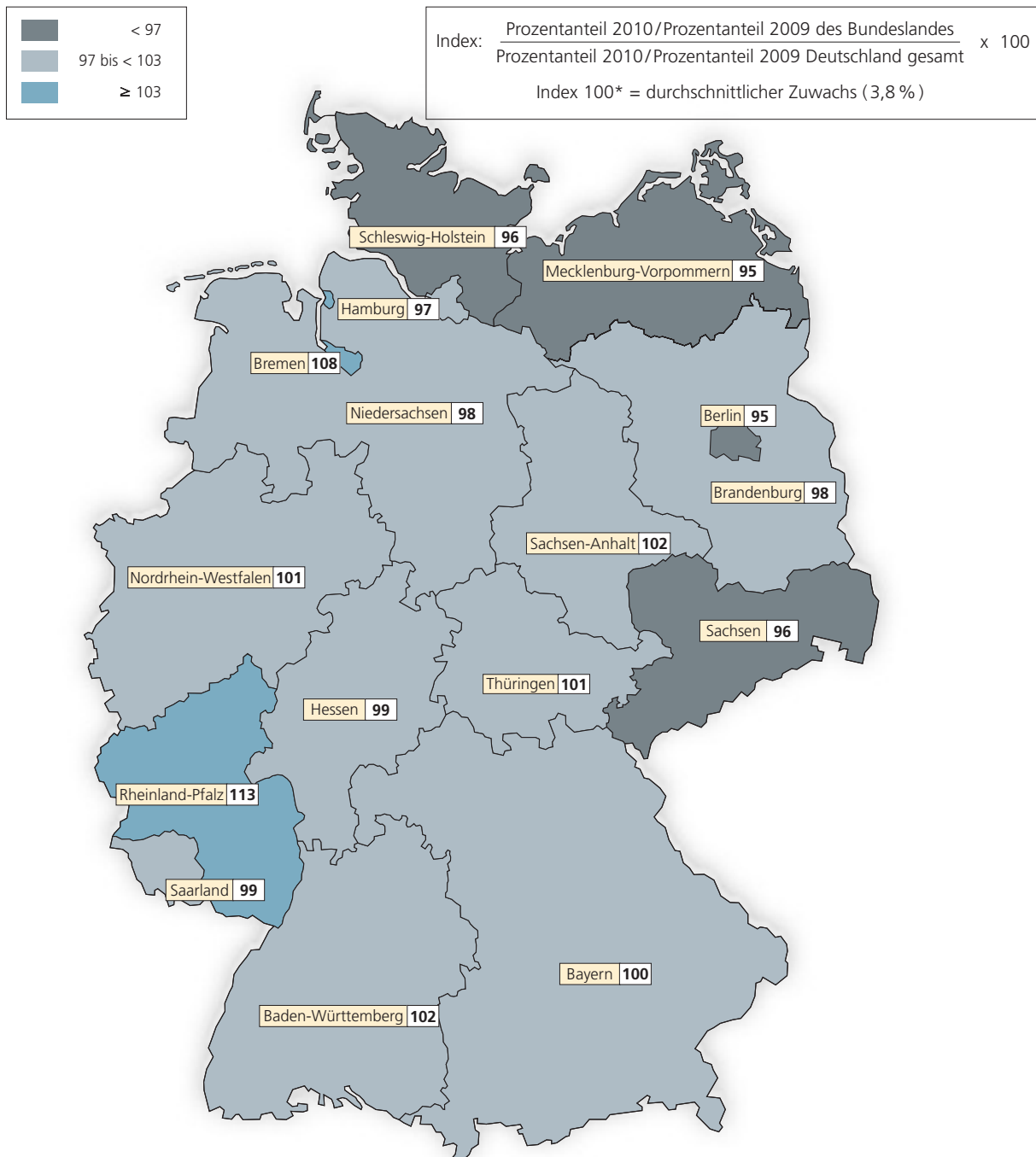


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Während im vergangenen Jahr Berlin noch das Bundesland mit dem höchsten Onliner-Anteil unter den Frauen war, liegt hier aktuell Bremen vorn – wie auch in der Gesamtbetrachtung. Die beiden übrigen Stadtstaaten Hamburg und Berlin stehen nun nicht mehr so deutlich hervor, vielmehr fallen Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz besonders positiv bei der Betrachtung des Onliner-Anteils der Frauen auf. Das Schlusslicht im Ländervergleich bildet hier – wie schon im vergangenen Jahr – Sachsen-Anhalt, gefolgt von Mecklenburg-Vorpommern und dem Saarland.

Onliner: Frauen Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2009/2010)

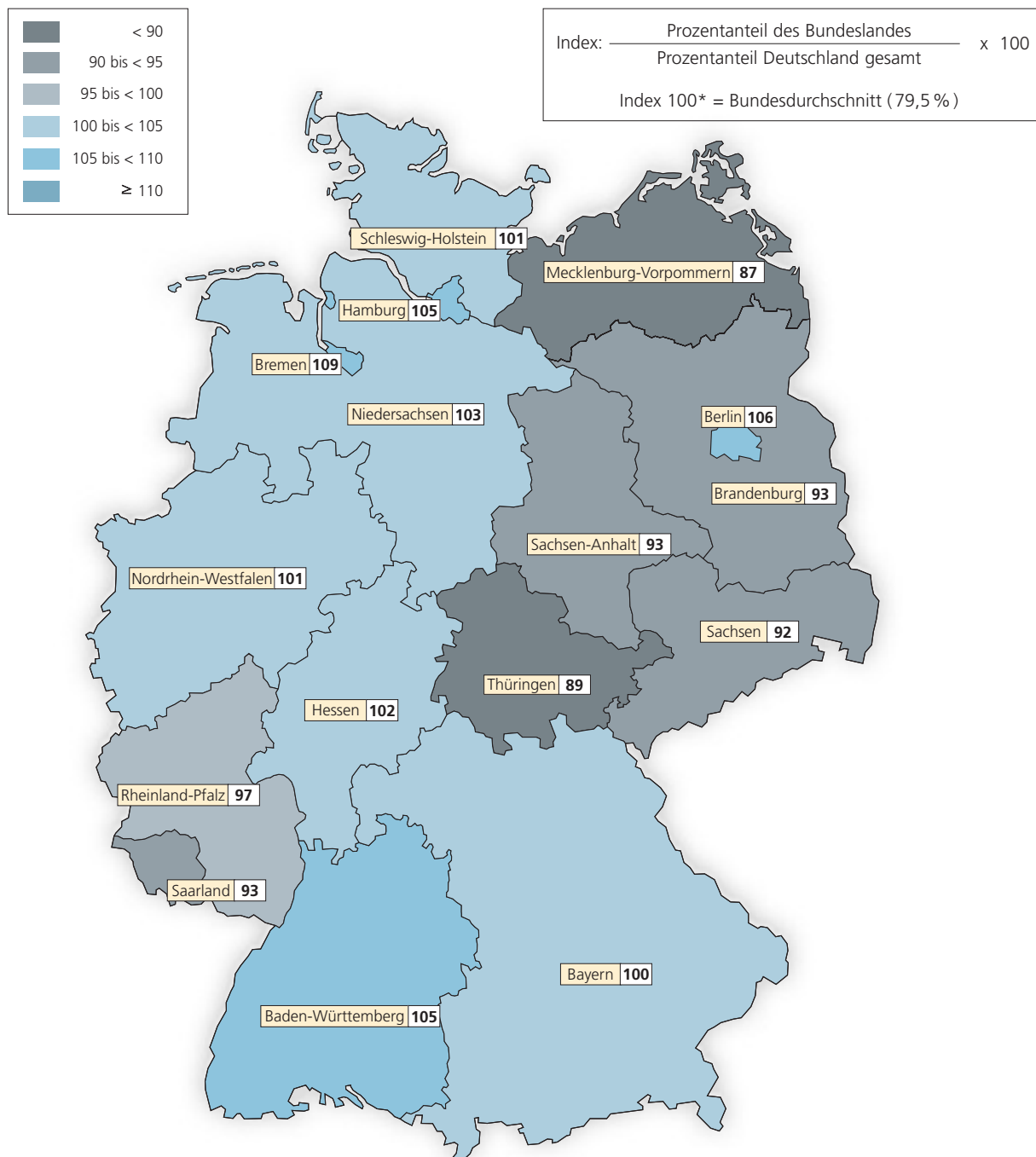


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Zwar nimmt Sachsen-Anhalt bei der Betrachtung des Onliner-Anteils der Frauen noch den letzten Platz ein – das Wachstum liegt in diesem Jahr erfreulicherweise aber leicht über dem Bundesdurchschnitt. Stark überdurchschnittlich von 2009 auf 2010 gewachsen ist der Onliner-Anteil der Frauen in Bremen und insbesondere in Rheinland-Pfalz – nach dem unterdurchschnittlichen Wachstum von Rheinland-Pfalz im vergangenen Jahr ein besonders positives Ergebnis. Die Mehrheit der Länder entwickelt sich in etwa mit dem durchschnittlichen Wachstum im Bund. Vier Länder liegen mit Indexwerten von 95 und 96 etwas deutlicher unter diesem Durchschnittswert: Berlin, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen und Schleswig-Holstein.

Onliner: Männer nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

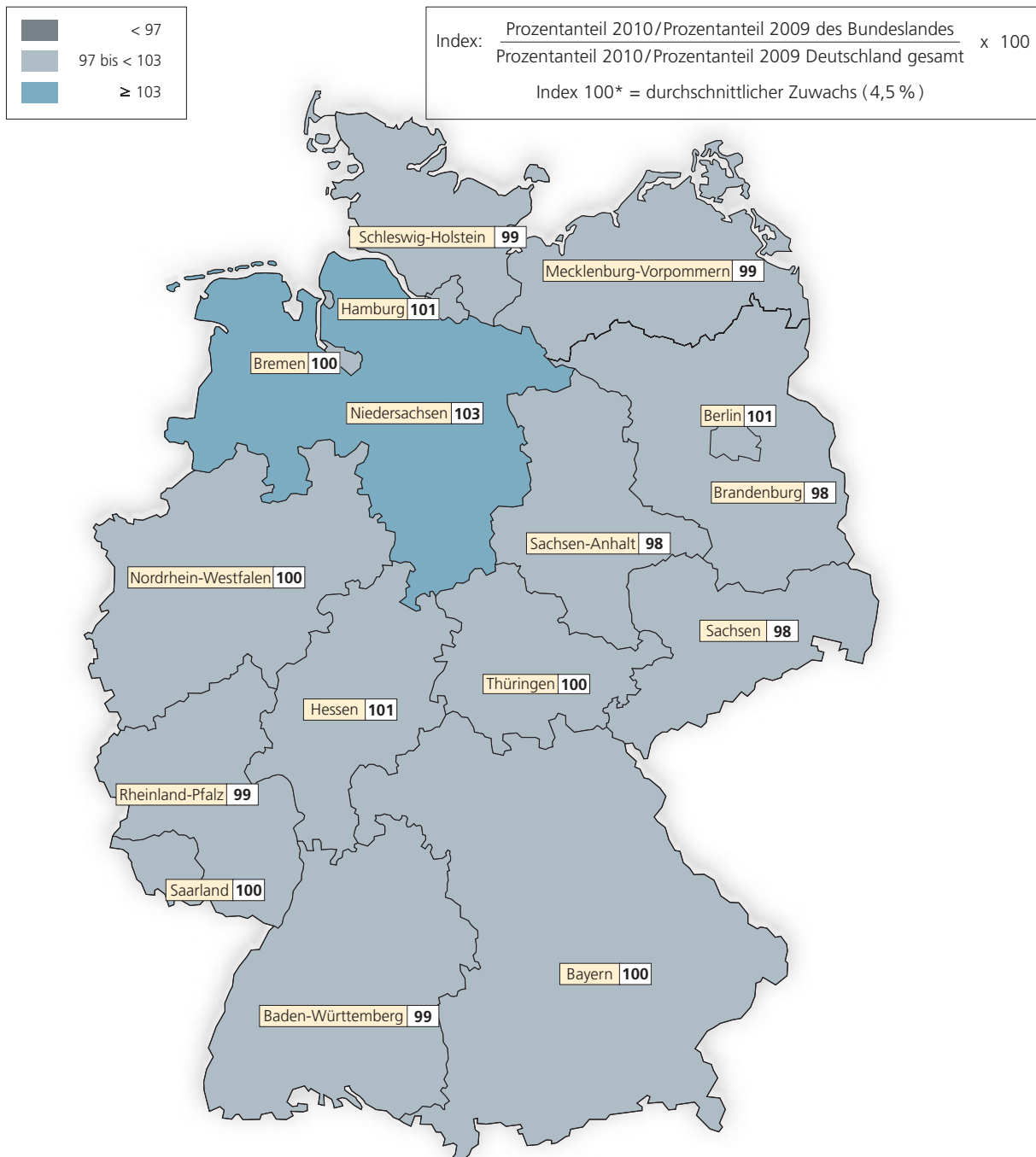


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 20 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 22.

Knapp vier von fünf Männern in Deutschland sind 2010 online. Mit einem überdurchschnittlichen Wachstum hat sich die Internetnutzungsschere zu den Frauen weiter geöffnet. Im Ländervergleich hat Bremen unter den Männern – wie auch in der Gesamtbetrachtung des Onliner-Anteils – die Nase vorn; die Spitzengruppe komplettieren Berlin, Hamburg und Baden-Württemberg. Wie schon im vergangenen Jahr ist die Spannweite der Indexwerte auf Bundeslandebene bei den Männern (22 Indexpunkte) kleiner als bei den Frauen (33 Indexpunkte), die Unterschiede der Onliner-Anteile in den Ländern also etwas geringer. Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen und Sachsen sind derzeit die Bundesländer mit den geringsten Onliner-Anteilen unter den Männern.

Onliner: Männer Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2009/2010)



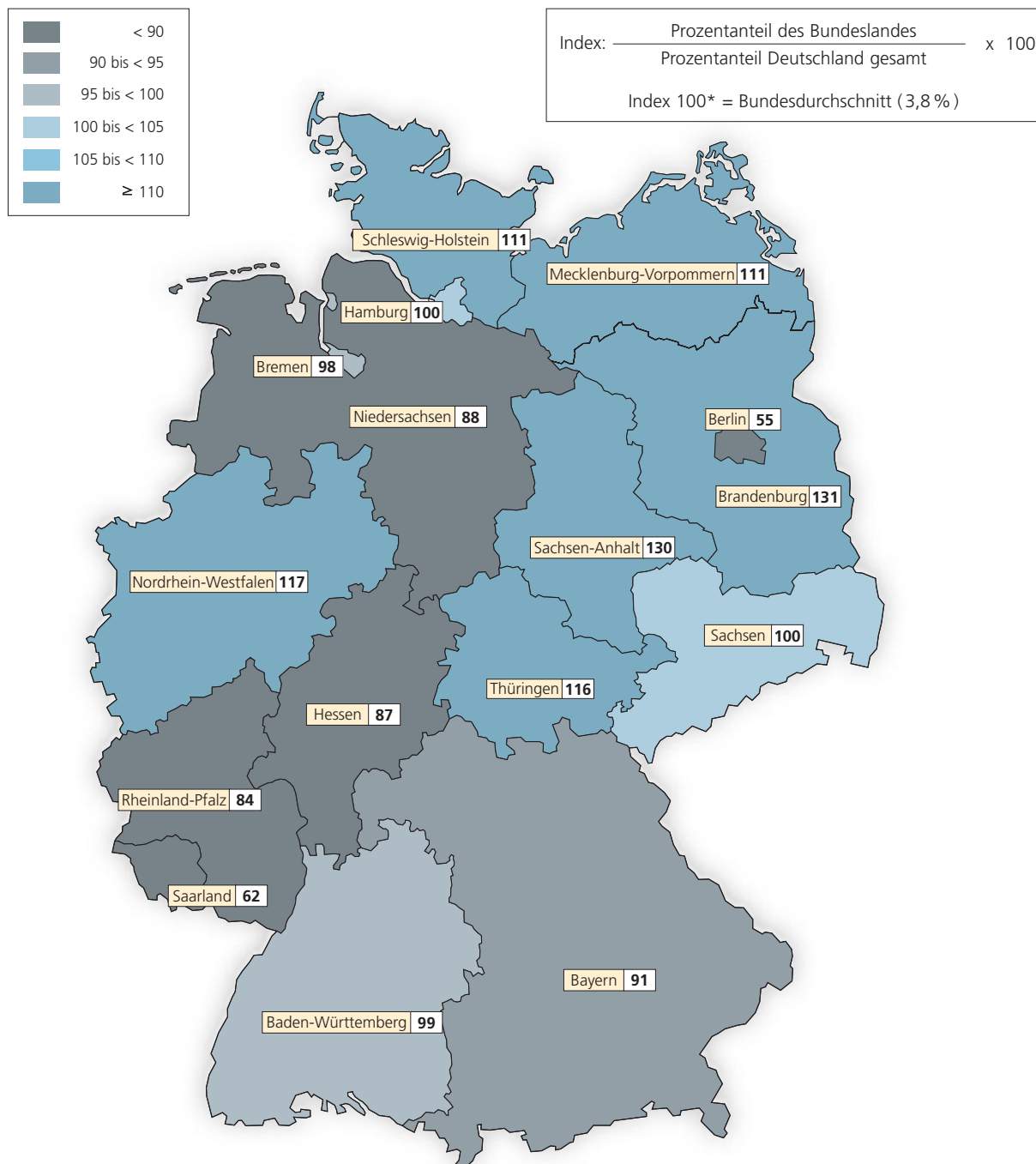
* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Onliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

Die Entwicklung des Onliner-Anteils unter den Männern von 2009 auf 2010 verlief im Ländervergleich sehr ausgeglichen. Die obige Karte zeigt, dass lediglich Niedersachsen ein überdurchschnittliches Wachstum aufweisen kann. Die auf Seite 30 dargestellten Länderunterschiede sind daher auch weitgehend unverändert gegenüber 2009 geblieben.

5. Nichtnutzer mit Beschaffungsabsicht (Nutzungsplaner)

Nutzungsplaner nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

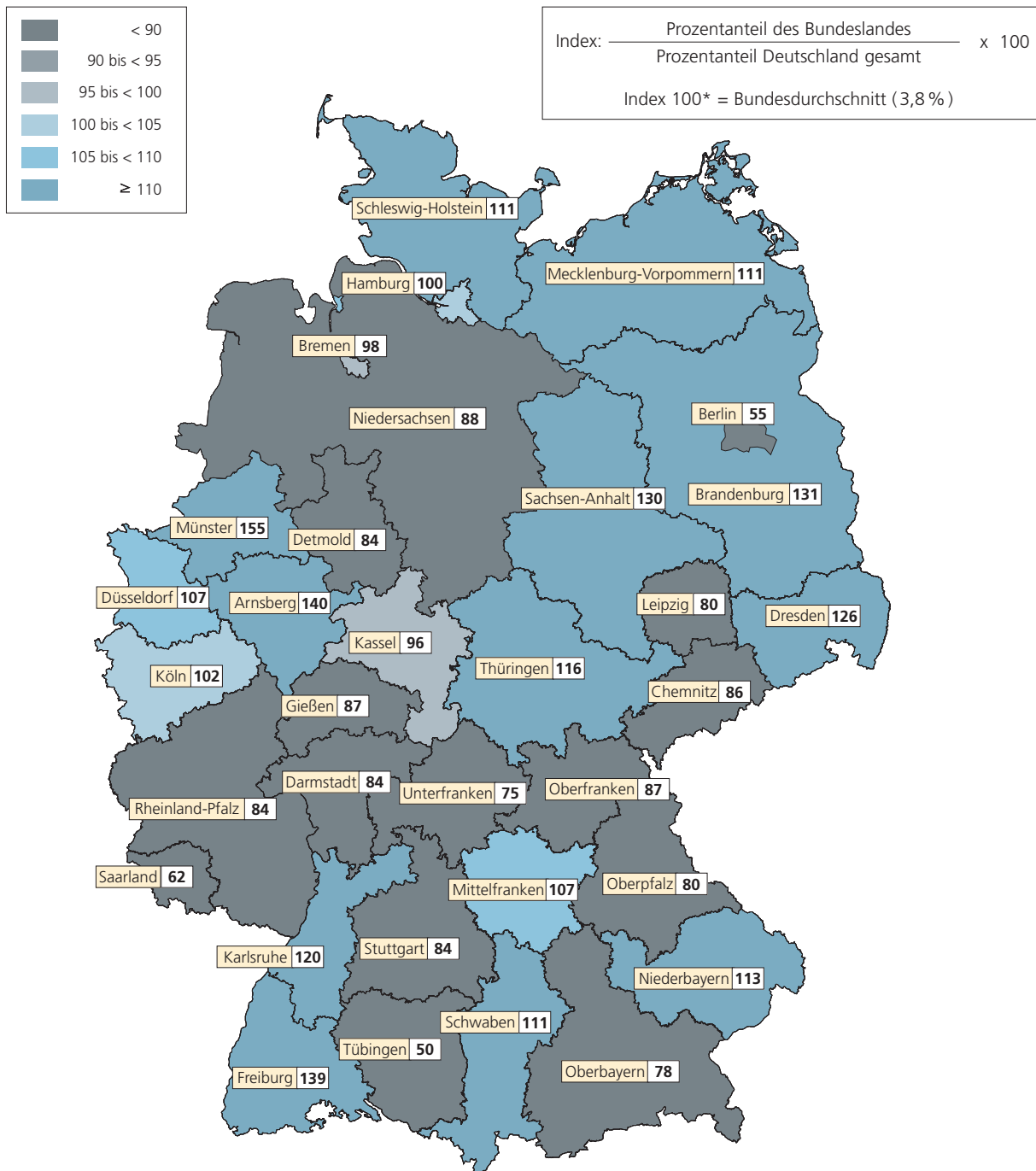


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnutzungsplanung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 3,8 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Anteil an Nutzungsplanern in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Lediglich 3,8 Prozent der Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren planen, das Internet erstmalig innerhalb der nächsten zwölf Monate zu nutzen. Während es 2007 noch 5,7 Prozent Nutzungsplaner waren, sank dieser Wert konstant auf den aktuellen Wert, der gleichzeitig das Allzeittief in der zehnjährigen Historie des (N)ONLINER Atlas ist. Die höchsten Index-Werte bei der Nutzungsplanung erzielen Brandenburg und Sachsen-Anhalt. Insgesamt liegen die neuen Bundesländer mindestens im Bundesdurchschnitt – lediglich Berlin fällt hier mit einem Index von nur 55 aus dem Rahmen. Allerdings erscheinen die regionalen Unterschiede hier vor dem Hintergrund des geringen Anteils der Nutzungsplaner höher, als sie sind: Bereits ein Prozentpunkt über oder unter dem Durchschnittswert von 3,8 Prozent lässt den Indexwert bereits um 26 Indexpunkte nach oben oder unten abweichen.

Nutzungsplaner nach Regierungsbezirken 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



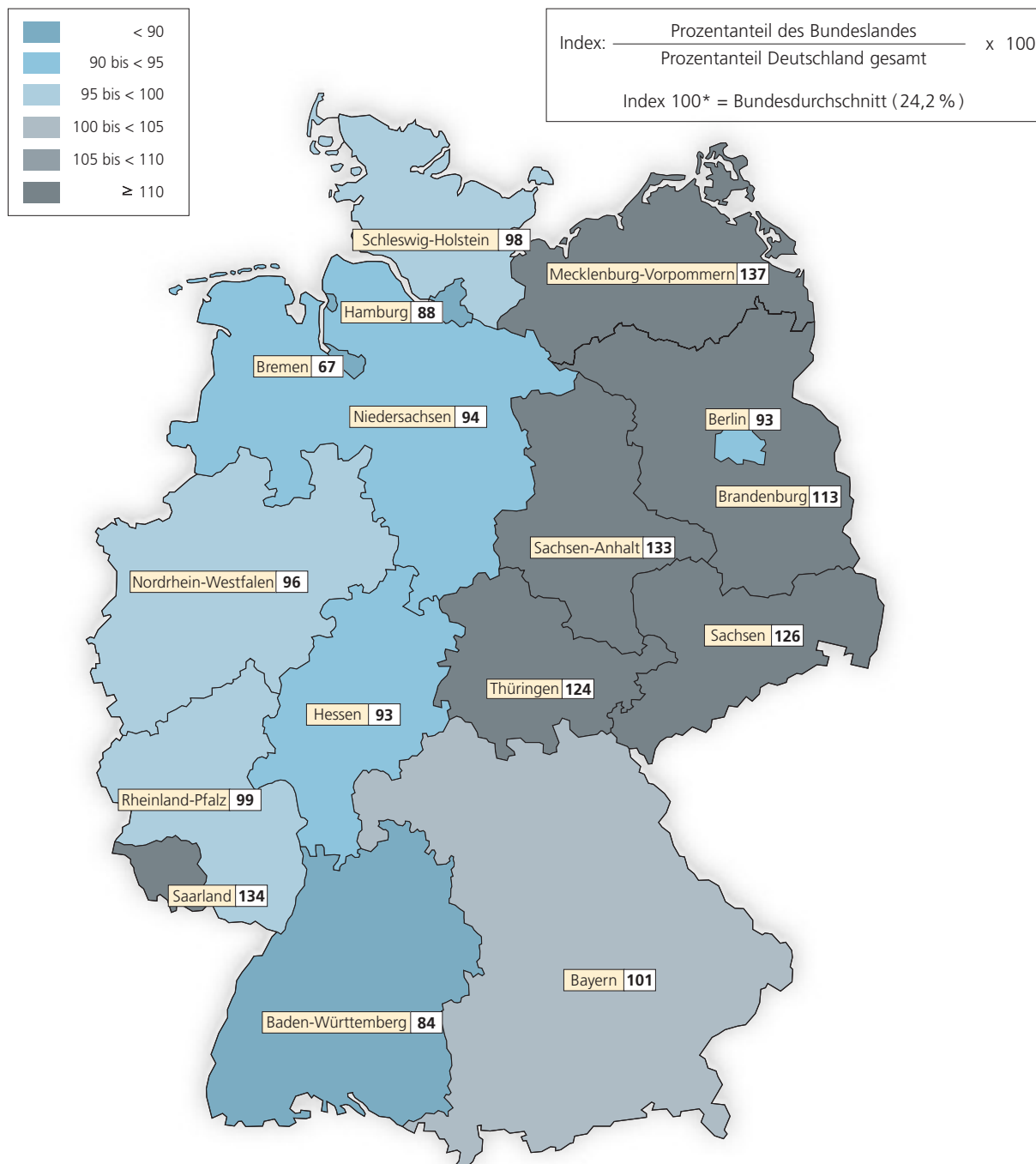
* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 32. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 100 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 3,8 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Auf der Regierungsbezirksebene zeigt sich ein recht heterogenes Bild der Nutzungsplaner. Der höchste Anteil wird dabei im Bezirk Münster mit einem Index von 155 erreicht, der niedrigste Anteil mit einem Indexwert von 50 im Bezirk Tübingen. Auch hier sollten die Unterschiede nicht überbewertet werden. Dieser Abstand von 105 zwischen größtem und kleinstem Indexwert steht für eine Differenz von nur vier Prozentpunkten.

6. Nichtnutzer ohne Beschaffungsabsicht (Offliner)

Offliner nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

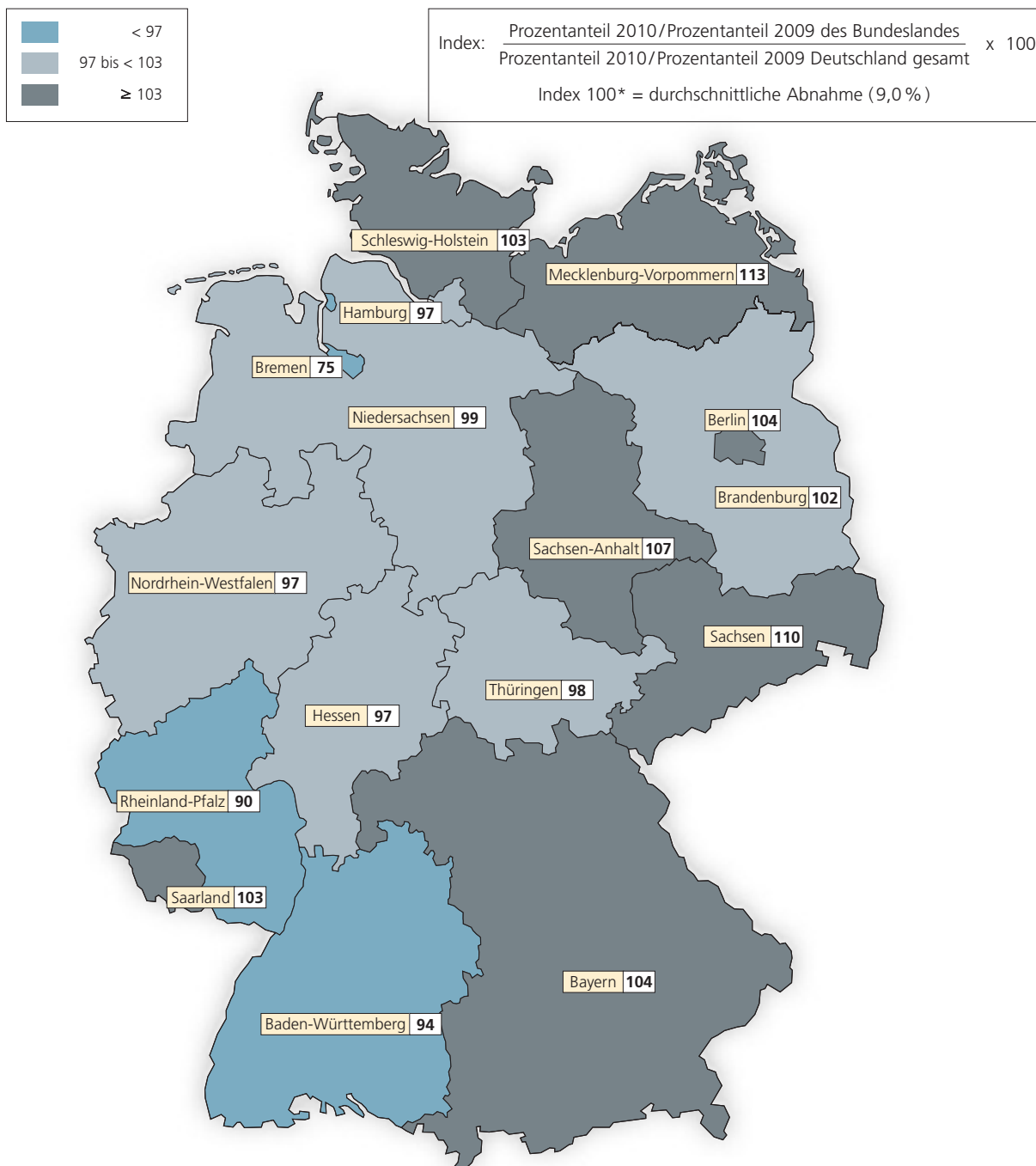


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Internetnichtnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 24,2 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Offliner-Anteil in der jeweiligen Region. Über die oben dargestellte Formel wird der Index-Wert berechnet (zudem finden Sie die entsprechenden Prozentangaben auf Seite 13).

Erfreulich ist, dass der Anteil der Offliner, also der Nichtnutzer, die es auch in den kommenden zwölf Monaten bleiben wollen, in 2010 weiter sinkt. Erstmals unterschreitet dieser Anteil im Bundesdurchschnitt die 25-Prozent-Marke, so dass nun noch knapp jeder Vierte in Deutschland ein Offliner ist. Die alten Bundesländer stellen sowohl das Bundesland mit dem geringsten Offliner-Anteil, nämlich Bremen, als auch das Bundesland mit dem zweithöchsten Offliner-Anteil – das Saarland. Die Einfärbung der obigen Kartendarstellung zeigt aber auch die nach wie vor bestehende Ost-West-Trennung in Bezug auf die Internet(nicht)nutzung. Lediglich der Ballungsraum Berlin hat einen unterdurchschnittlichen Offliner-Anteil, alle anderen neuen Länder weisen überdurchschnittliche Offliner-Anteile auf.

Offliner: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2009/2010)

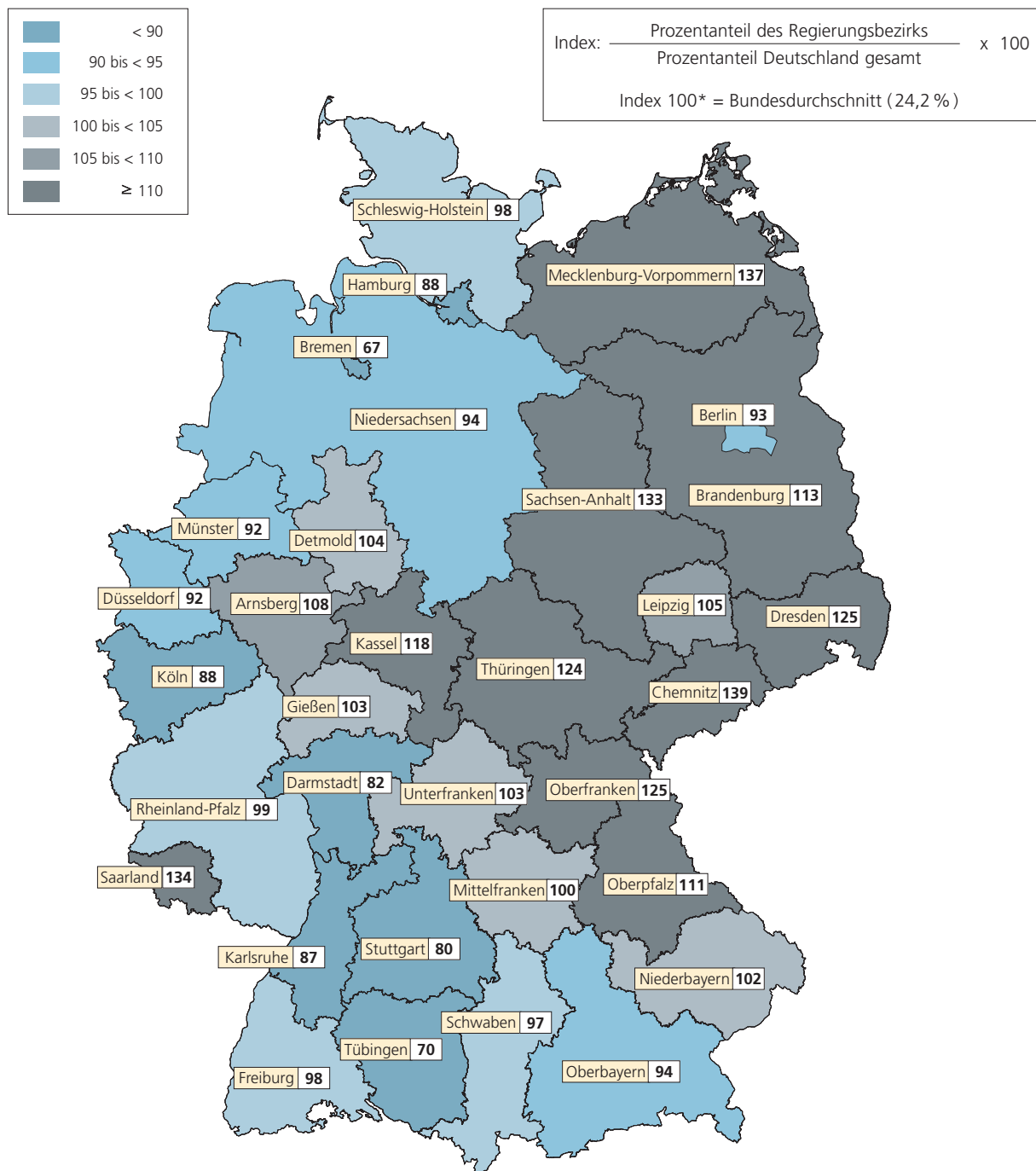


* Index-Werte unter 100 bedeuten eine stärkere Abnahme der Offliner in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte über 100 bedeuten eine geringere Abnahme.

Die Darstellung der Veränderungen des Offliner-Anteils auf Länderebene zeigt, dass der Nichtnutzer-Anteil in Bremen besonders stark zurückgegangen ist, sich aber auch in den Flächenländern Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg überdurchschnittlich positiv entwickelt hat. Mit Ausnahme von Thüringen geht der Offliner-Anteil in den neuen Ländern langsamer zurück als im Bundesdurchschnitt.

Offliner nach Regierungsbezirken 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

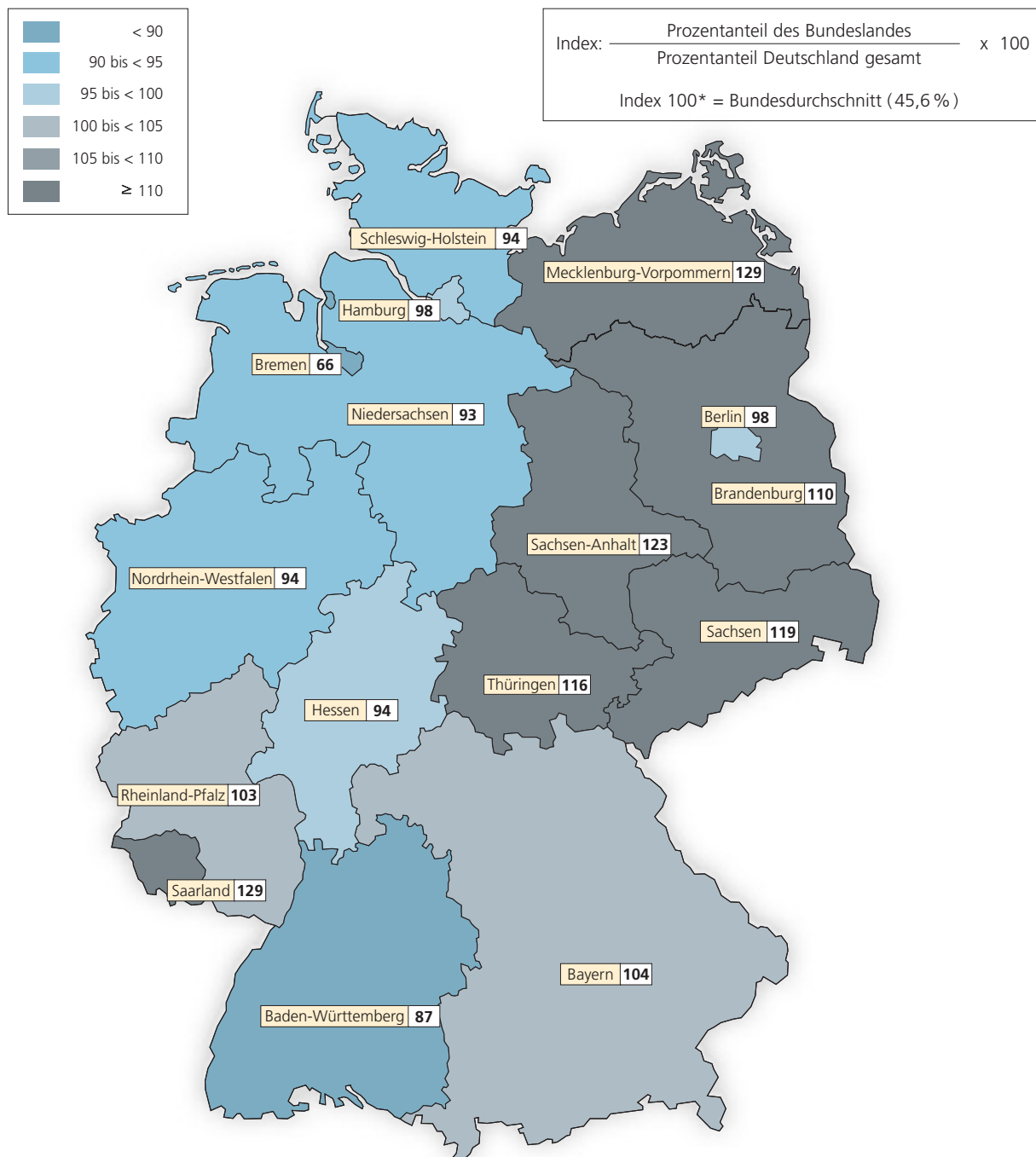


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34. Sollten Sie die oben angegebenen Index-Werte in Prozent-Werte zurückrechnen wollen, gehen Sie wie folgt vor: Beispiel Hamburg: Der Hamburger Index-Wert 88 wird multipliziert mit dem Bundesdurchschnitt 24,2 Prozent und dann durch 100 geteilt. Rundungsabweichungen sind nicht auszuschließen.

Ein wenig bunter wird die Betrachtung des Offliner-Anteils auf Regierungsbezirksebene. Das Aufbrechen der Ländergrenzen zeigt noch einmal deutlichere Unterschiede – auch in den alten Bundesländern. So treten beispielsweise in Hessen merkliche Abweichungen im Offliner-Anteil zwischen den Regierungsbezirken Darmstadt und Kassel hervor. In Bayern gibt es größere Unterschiede zwischen Oberbayern, der Oberpfalz und Oberfranken, die für Bayern insgesamt einen Offliner-Anteil in etwa im Bundesdurchschnitt ergeben. Bremen und Tübingen sind die Bezirke mit den geringsten Offliner-Anteilen in Deutschland, hier sind nur noch 16,1 bzw. 17,0 Prozent Offliner.

Offliner: Personen ab 50 Jahre nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

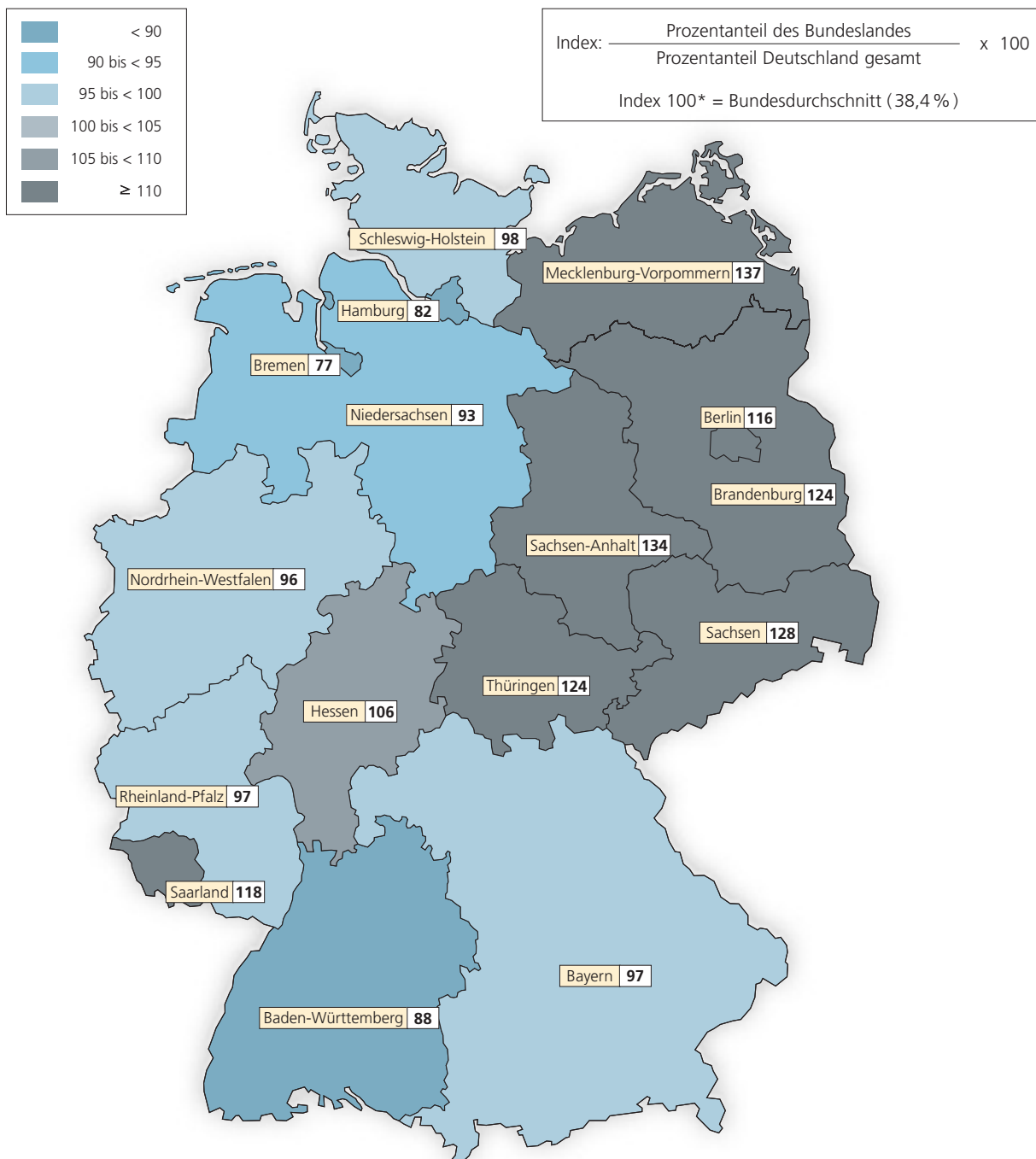


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Unter den Personen ab 50 Jahren ist der Anteil der Offliner in Deutschland um 4,3 Prozentpunkte und damit klar überdurchschnittlich zurückgegangen – ein erfreuliches Ergebnis. Dennoch beträgt der Offliner-Anteil in dieser Gruppe 45,6 Prozent. Noch immer ist also annähernd jeder Zweite in dieser Altersgruppe nicht im Netz und hat dies auch nicht vor. Die wenigsten Offliner unter den „Best Agern“ sind derzeit in Bremen zu finden, aber auch das Flächenland Baden-Württemberg zeichnet sich durch einen vergleichsweise geringen Offliner-Anteil in der Altersgruppe 50plus aus. Seine Position in dieser Hinsicht hat auch Rheinland-Pfalz verbessert, während die Entwicklung in Bayern im Jahresvergleich ungünstiger verlaufen ist. Nach wie vor weisen das Saarland und die ostdeutschen Flächenländern einen überdurchschnittlich hohen Offliner-Anteil unter den Personen ab 50 Jahren auf.

Offliner: Personen mit einfachem Bildungsabschluss nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

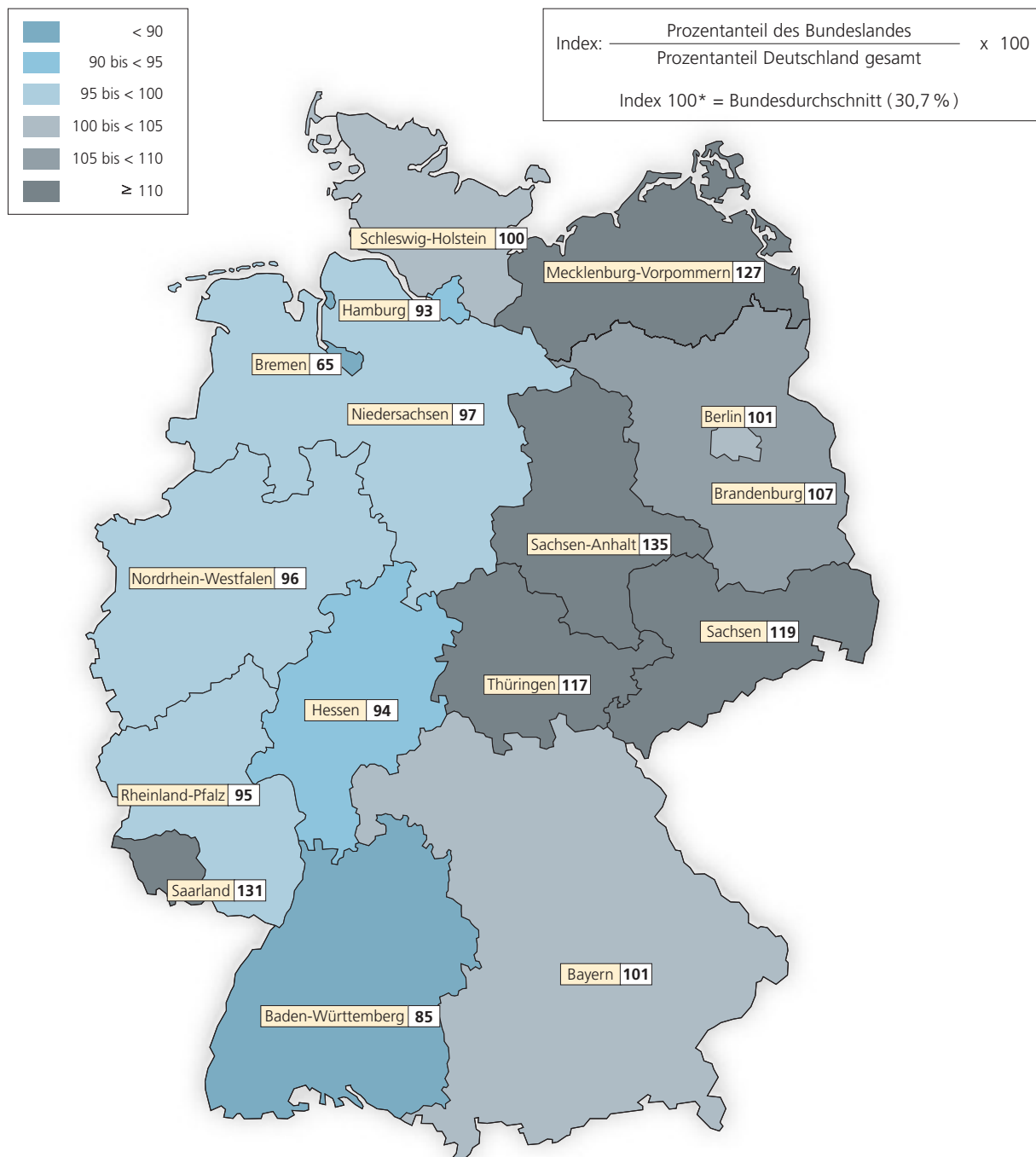


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Eine Betrachtung der Personen mit einfachem formalen Bildungshintergrund zeigt durchgängig überdurchschnittlich hohe Offliner-Anteile in den neuen Bundesländern. Die Indexwerte in obiger Kartendarstellung liegen ausnahmslos (einschließlich Berlin) über 110, ein Wert der in den alten Bundesländern lediglich vom Saarland übertroffen wird. Der Offliner-Anteil in dieser Bevölkerungsgruppe ging in Rheinland-Pfalz besonders deutlich zurück. Die Länder mit den geringsten Offliner-Anteilen bei Personen mit einfacher formaler Bildung sind jedoch die Stadtstaaten Bremen und Hamburg sowie das Flächenland Baden-Württemberg.

Offliner: Frauen nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

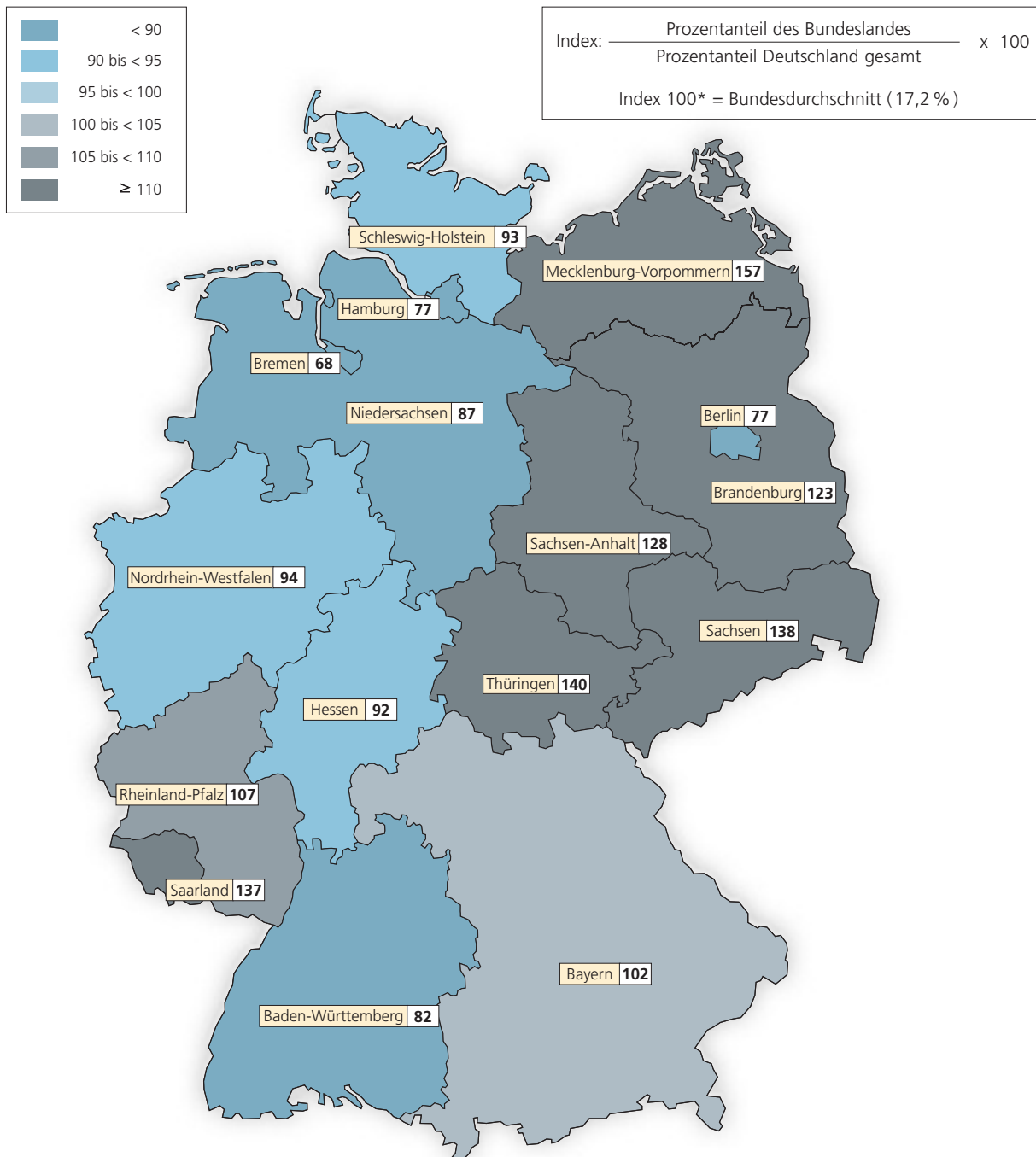


* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Der Offliner-Anteil bei den Frauen ist von 32,9 Prozent in 2009 auf aktuell 30,7 Prozent gesunken – und damit weniger stark als bei den Männern. Bremen und Baden-Württemberg sind die Länder mit dem geringsten Offliner-Anteil der Frauen, gefolgt vom Stadtstaat Hamburg. Besonders erfreulich verlief auch die Entwicklung in Rheinland-Pfalz, wo im letzten Jahr noch ein überdurchschnittlich hoher Offliner-Anteil unter den Frauen zu verzeichnen war. Sachsen-Anhalt und das Saarland sind – wie schon im vergangenen Jahr – die Bundesländer mit den höchsten Offliner-Anteilen bei den Frauen.

Offliner: Männer nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 34 sowie ein Rechenbeispiel auf Seite 36.

Bei den Männern in Deutschland ist der Offliner-Anteil auf 17,2 Prozent gefallen. Nur weniger als jeder fünfte Mann in Deutschland nutzt das Internet nicht und plant auch nicht, es in den nächsten 12 Monaten zu nutzen. Die geringsten Offliner-Anteile weisen die drei Stadtstaaten auf, angeführt von Bremen. Im Unterschied zu den Frauen schafft es Berlin bei den Männern in das Spitzentrio im Bundesländervergleich. Baden-Württemberg folgt als erstes Flächenland gleich im Anschluss. Hingegen sind im Saarland sowie in den östlichen Flächenländern die Offliner-Anteile der Männer am höchsten.

The background of the page is a light blue gradient. It features a central globe showing the continents of Europe and Africa. Overlaid on the globe are several white, glowing orbital paths that resemble the Bohr model of an atom. In the background, there is a faint grid pattern and a stylized circuit board or network diagram with various nodes and connecting lines.

INTERNETNUTZUNG NACH GESCHLECHT

7. Internetnutzung nach Geschlecht

Kein Anschluss: Ältere Frauen bleiben größte Gruppe ohne Internetnutzung



Die Internetnutzung in Deutschland steigt weiter: 48,3 Millionen Menschen sind 2010 online, das sind 72 Prozent der Bevölkerung über 14 Jahre. Der Onliner-Anteil verteilt sich aber nicht gleichmäßig auf alle Bevölkerungsgruppen: So sind 79,5 Prozent der Männer gegenüber 64,8 Prozent der Frauen online. Die Differenz zwischen den Geschlechtern ist gegenüber 2009 sogar gestiegen: So trennen sie 14,7 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahreswert von 13,7 Prozentpunkten in der Internetnutzung. Nur in der Gruppe der Schülerinnen und Schüler liegen die Frauen vorn: Hier nutzen 98,2 Prozent das Internet gegenüber 96,7 Prozent Nutzungsrate bei den männlichen Schülern.

In den unterschiedlichen Altersgruppen zeigt sich: Bei den Menschen über 50 Jahren ist die Internetnutzung in höherem Maße gestiegen als in den jüngeren Altersgruppen: 4,7 Prozentpunkte Steigerung bei den Älteren gegenüber 1,8 Prozentpunkten bei den 14- bis 49-Jährigen. Das macht deutlich, dass der Nachholbedarf bei den Älteren insgesamt größer ist. Bei den älteren Frauen aber zeigt sich, dass ihre Zunahme bei der Internetnutzung gegenüber dem Vorjahreswert mit 3,9 Prozentpunkten unter derjenigen der Männer von 5,7 Prozentpunkten liegt.

Die Schere bei der Internetnutzung zwischen den Geschlechtern ist umso größer, je älter die Befragten sind. Liegt der Abstand bei den jungen Frauen und Männern in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen bei unter einem Prozentpunkt, so ist er in der Altersgruppe der über 60-Jährigen am größten: Hier beträgt der Abstand zwischen den Geschlechtern 22,7 Prozentpunkte.

Große Zuwächse bei der Internetnutzung lassen sich in den Gruppen mit formal niedriger Bildung feststellen, am stärksten in der Gruppe mit Volksschulabschluss ohne Lehre um 7,5 Prozentpunkte gegenüber dem

Vorjahr. Allerdings wächst der Onliner-Anteil der Männer auch in dieser Gruppe gegenüber den Frauen deutlich stärker: Er ist um 10,0 Prozentpunkte bei den Männern gegenüber 6,5 Prozentpunkten bei den Frauen gestiegen. Der Unterschied zwischen den Geschlechtern ist in dieser Gruppe mit 32,0 Prozentpunkten mit Abstand am größten: Hier nutzen 68,1 Prozent der Männer das Internet gegenüber nur 36,1 Prozent der Frauen. Bei den über 50-Jährigen beider Geschlechter in dieser Gruppe beträgt der Onliner-Anteil nur 21,4 Prozent.

Der Anstieg der Internetnutzung ist bei den nicht-berufstätigen Menschen höher als bei den Berufstätigen, aber auch hier zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen den Geschlechtern: Während der Onliner-Anteil zwischen den berufstätigen Männern und Frauen nur um 7,1 Prozentpunkte differiert, liegt er bei den nicht-berufstätigen Onlinern hingegen bei 17,7 Prozentpunkte.

Der positive Trend, dass die Zuwächse in den Bevölkerungsgruppen mit seit langem geringer Online-Beteiligung (wie Ältere, Nicht-Berufstätige, Menschen mit geringem Haushaltseinkommen und formal niedrigerer Bildung) am größten sind, hält auch in diesem Jahr an. Aber in allen Gruppen geht die Verbesserung auf einen Anstieg bei den Männern zurück. Offenbar ist es bisher nicht gelungen, älteren Frauen den persönlichen Mehrwert der Internetnutzung zu vermitteln.

Mit der Initiative „Internet erfahren – gemeinsam durchs Netz“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie werden ganz neue und innovative Ansätze entwickelt und erprobt, um insbesondere im persönlichen und privaten Umfeld Menschen an die Internetnutzung heranzuführen. Ausgangspunkte der drei Programme „Erlebnis Internet“, „Internet-Patinnen und Paten“ und „Inklusive Internet“ sind die Interessen und Bedürfnisse der Frauen und Männer, die bisher das Internet nicht nutzen. Dabei wird ihnen von vertrauten Personen ein individueller Weg ins und im Netz aufgezeigt.

Birgit Kampmann

Geschäftsführerin, Leiterin Kompetenzfeld „Digitale Integration“
Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

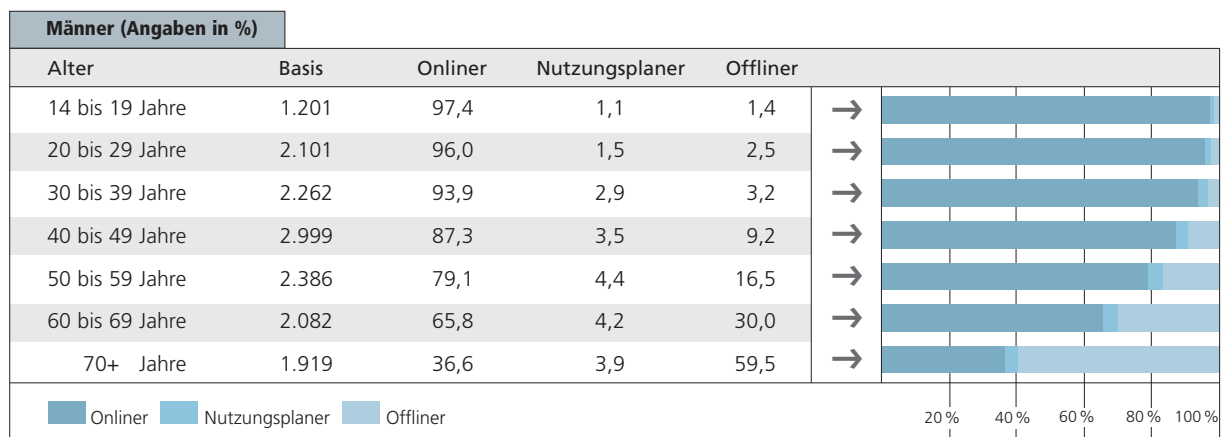
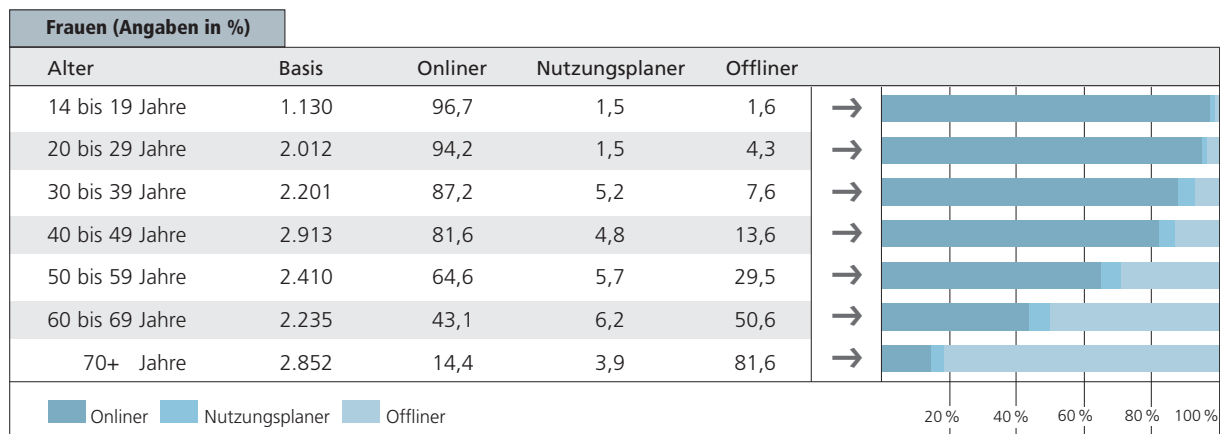
Internetnutzung nach Geschlecht und Bundesländern 2010

Frauen (Angaben in %)					
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
Baden-Württemberg	1.980	69,1	4,7	26,1	höchster Onliner-Anteil höchster Offliner-Anteil
Bayern	2.364	64,7	4,1	31,0	
Berlin	642	66,6	2,1	31,0	
Brandenburg	516	61,4	5,6	33,0	
Bremen	126	74,2	5,9	19,9	
Hamburg	332	67,0	4,4	28,6	
Hessen	1.139	67,4	3,8	28,8	
Mecklenburg-Vorpommern	344	56,0	4,9	39,0	
Niedersachsen	1.523	65,8	4,1	29,8	
Nordrhein-Westfalen	3.408	65,2	5,2	29,6	
Rheinland-Pfalz	777	69,1	1,9	29,1	
Saarland	206	57,8	1,9	40,3	
Sachsen	878	58,7	4,8	36,5	
Sachsen-Anhalt	504	52,5	6,0	41,5	
Schleswig-Holstein	543	64,6	4,6	30,8	
Thüringen	473	60,1	3,9	35,8	
Gesamt	15.755	64,8	4,4	30,7	

Männer (Angaben in %)					
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
Baden-Württemberg	1.895	83,2	2,8	14,1	höchster Onliner-Anteil höchster Offliner-Anteil
Bayern	2.238	79,8	2,7	17,5	
Berlin	605	84,3	2,1	13,2	
Brandenburg	500	74,3	4,4	21,3	
Bremen	114	86,9	1,3	11,8	
Hamburg	313	83,5	3,2	13,4	
Hessen	1.090	81,3	2,9	15,9	
Mecklenburg-Vorpommern	338	69,5	3,5	27,0	
Niedersachsen	1.465	82,3	2,6	15,1	
Nordrhein-Westfalen	3.190	80,1	3,7	16,2	
Rheinland-Pfalz	743	77,0	4,6	18,4	
Saarland	190	73,6	2,8	23,6	
Sachsen	820	73,4	2,8	23,8	
Sachsen-Anhalt	473	73,9	3,8	22,1	
Schleswig-Holstein	522	80,1	3,9	16,0	
Thüringen	454	70,9	5,0	24,1	
Gesamt	14.950	79,5	3,2	17,2	

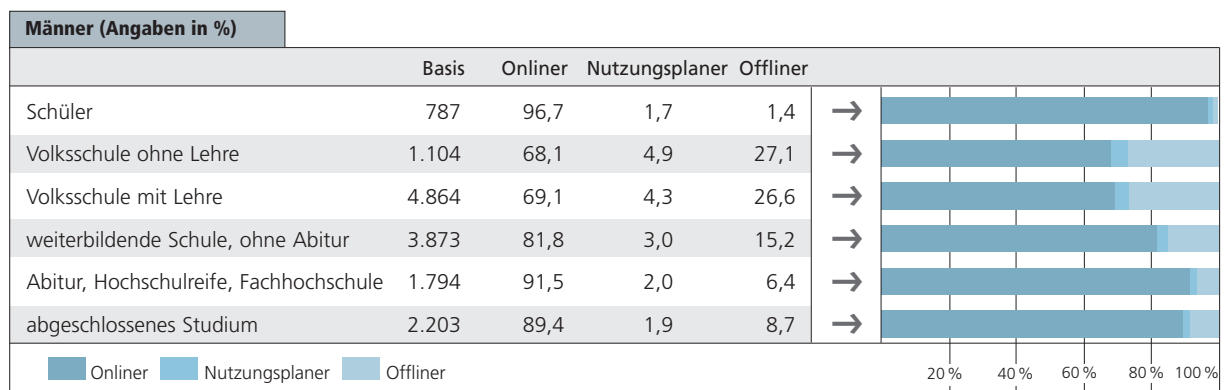
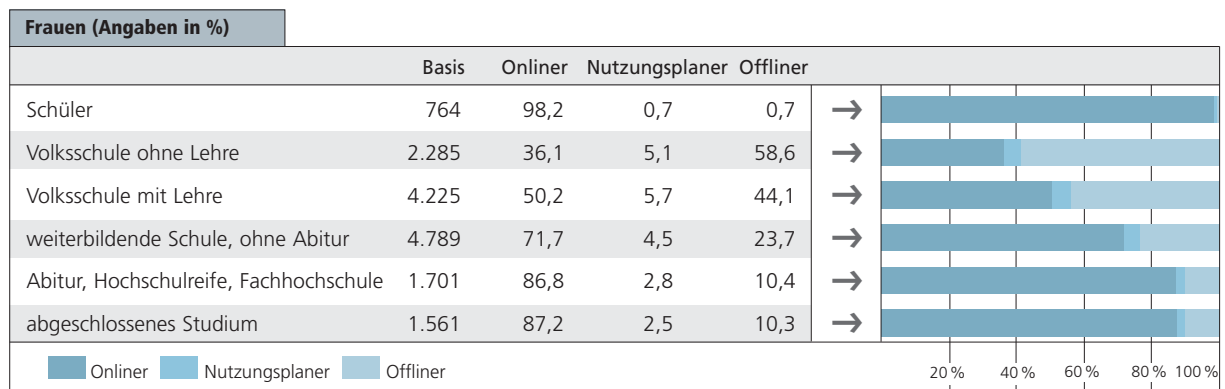
Bereits 2009 setzte sich Bremen im Ländervergleich der Onliner-Anteile bei den Männern an die Spitze. In diesem Jahr liegt Bremen nun auch bei den Frauen vorn. Im Bundesland mit den höchsten Onliner-Anteilen liegt der Abstand zwischen den Geschlechtern bei 12,7 Prozentpunkten, im Bundesdurchschnitt bei 14,7 Prozent und damit einen Prozentpunkt höher als noch 2009. Wie schon 2009 gibt es die meisten Offlinerinnen in Sachsen-Anhalt. Bei den Männern ist wiederum Mecklenburg-Vorpommern das Bundesland mit dem höchsten Offliner-Anteil. Die Offliner-Anteile in diesen Ländern bewegen sich mit 27,0 Prozent bei den Männern und 41,5 Prozent bei den Frauen allerdings auf deutlich unterschiedlichem Niveau.

Internetnutzung nach Geschlecht und Alter 2010



Erstmalig liegen in diesem Jahr in allen Altersklassen die Onliner-Anteile der Männer höher als die der Frauen. Bis 2009 hatten die 14- bis 19-jährigen Frauen hier jeweils leicht höhere Nutzerquoten aufzuweisen. Allerdings ist der Unterschied bei den unter 30-Jährigen mit jeweils weniger als zwei Prozentpunkten nur marginal. In den beiden folgenden Altersdekaden, also bei Personen zwischen 30 und 49 Jahren, beträgt der Abstand jeweils um die sechs Prozentpunkte. Bei den 50- bis 59-Jährigen bricht die Internetnutzung der Frauen bereits deutlich ein: Während hier noch knapp 80 Prozent der Männer Onliner sind, sind es bei den Frauen schon weniger als zwei Drittel, der Abstand zwischen den Geschlechtern wächst auf knapp 15 Prozent an. Die größten Nutzungsunterschiede gibt es in den Altersgruppen 60 bis 69 Jahre und 70plus. Hier betragen die Abstände zwischen den Geschlechtern gar 22,7 bzw. 22,2 Prozentpunkte. Während bei den 70-Jährigen und Älteren noch etwa jeder dritte Mann online ist, nutzt nur jede siebte Frau der gleichen Altersgruppe das Internet.

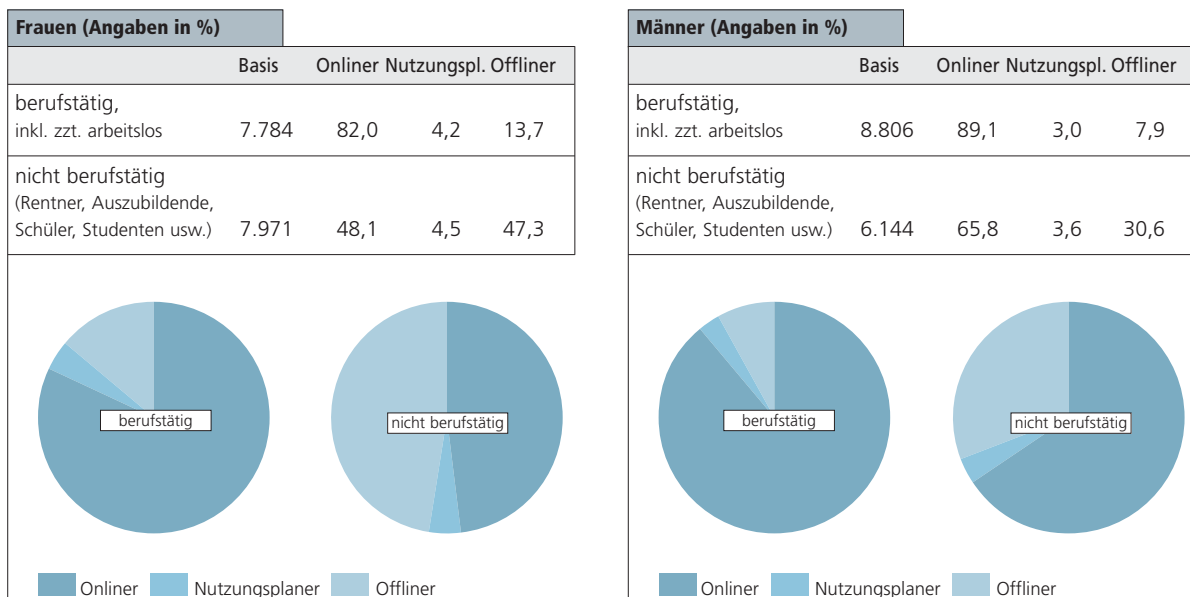
Internetnutzung nach Geschlecht und Bildung 2010



Zwischen formaler Bildung und der Internetnutzung besteht ein unverändert starker Zusammenhang. Die heutigen Schüler bilden dabei die Gruppe mit dem höchsten Onliner-Anteil und sind nahezu vollständig im Netz (das Thema Nutzungskompetenz ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung – siehe dazu die Sonderstudie „Digitale Gesellschaft“ im Rahmen des *(N)ONLINER Atlas*), gefolgt von der Gruppe mit abgeschlossenem Studium. Während die Schülerinnen dabei 1,5 Prozentpunkte vor den Schülern liegen, haben bei den Akademikern die Männer wieder einen leicht höheren Onliner-Anteil.

Ab einem mittleren Bildungsabschluss werden die Abstände zwischen Männern und Frauen zweistellig: Während Männer mit mittlerem Abschluss noch zu 81,8 Prozent das Netz nutzen, liegen die Frauen in dieser Gruppe mit 71,7 Prozent im Gesamtdurchschnitt. In den Gruppen mit einfachem Bildungsabschluss hat sich der Abstand bei der Netznutzung zwischen den Geschlechtern gegenüber 2009 noch vergrößert: Während das Wachstum des Onliner-Anteils der Männer in 2010 durch die Gruppe Volksschüler getrieben wird, entwickelt sich dieser Anteil bei den Frauen weniger dynamisch. Damit liegt der Abstand beim Onliner-Anteil in der Gruppe der Volksschüler mit Lehre bei etwa 20 Prozentpunkten (69,1 Prozent der Männer online gegenüber 50,2 Prozent der Frauen), in der Gruppe der Volksschüler ohne Lehre beträgt der Abstand sogar über 30 Prozentpunkte (68,1 Prozent der Männer online gegenüber 36,1 Prozent der Frauen).

Internetnutzung nach Geschlecht und Berufstätigkeit 2010



In der Gruppe der Berufstätigen liegt der Onliner-Anteil deutlich höher als in der Gruppe der Nicht-Berufstätigen. Gleichzeitig ist der Unterschied zwischen berufstätigen Männern und Frauen weniger stark ausgeprägt als bei den Nicht-Berufstätigen. In vielen Berufen sind Computer und Internet fester Bestandteil der täglichen Arbeit, so dass die überdurchschnittlichen Onliner-Anteile hier nicht verwundern. Während 82,0 Prozent der berufstätigen Frauen online sind, weisen die berufstätigen Männer einen Nutzeranteil von 89,1 Prozent auf, der Abstand zwischen den Geschlechtern beträgt somit etwa sieben Prozentpunkte.

Deutlich unterschiedlich sind die Verhältnisse jedoch bei den Nicht-Berufstätigen: Während hier noch etwa zwei Drittel der Männer im Internet sind, ist lediglich knapp die Hälfte der Frauen online. Der Abstand beträgt stattliche 17,7 Prozentpunkte. Dadurch, dass der Onliner-Anteil in der Gruppe der nicht-berufstätigen Männer gegenüber 2009 auch überdurchschnittlich gewachsen ist, hat sich dieser Abstand 2010 gegenüber dem Vorjahr sogar noch vergrößert.

UNTER 50 – ÜBER 50:
INTERNETNUTZUNG NACH ALTERSGRUPPEN

8. Unter 50 – über 50: Internetnutzung nach Altersgruppen

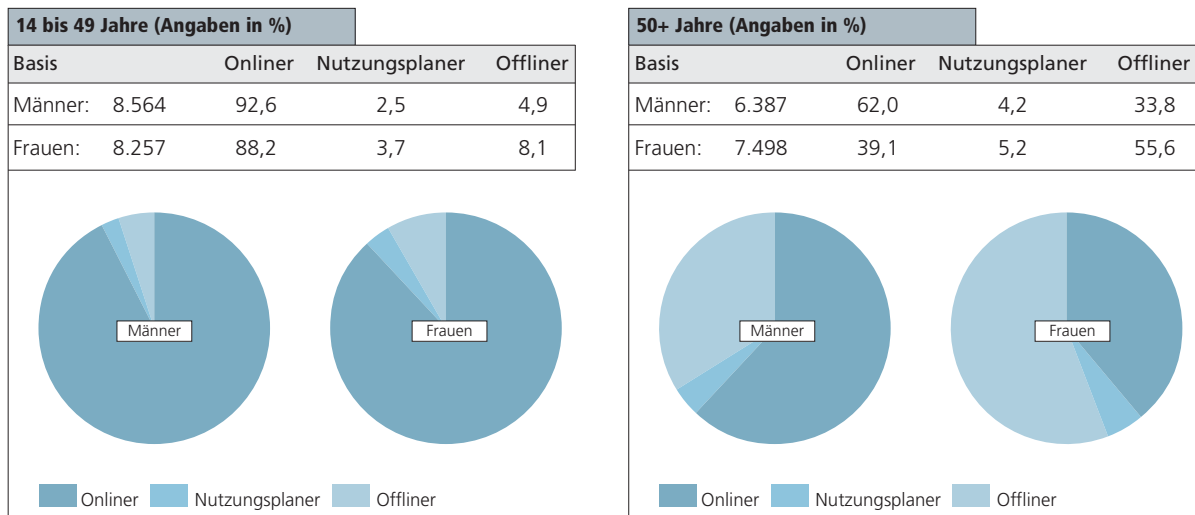
Internetnutzung nach Altersgruppen und Bundesländern 2010

14 bis 49 Jahre (Angaben in %)					höchster Onliner-Anteil höchster Offliner-Anteil
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
Baden-Württemberg	2.186	91,4	3,4	5,2	
Bayern	2.601	90,5	2,7	6,8	
Berlin	709	93,1	0,9	5,4	
Brandenburg	547	88,5	4,1	7,4	
Bremen	129	92,1	3,9	4,0	
Hamburg	375	92,4	3,4	4,3	
Hessen	1.213	91,8	3,0	5,2	
Mecklenburg-Vorpommern	368	86,6	2,1	11,3	
Niedersachsen	1.637	91,3	2,5	6,1	
Nordrhein-Westfalen	3.586	89,6	4,0	6,5	
Rheinland-Pfalz	829	92,6	2,7	4,8	
Saarland	209	89,9	1,5	8,6	
Sachsen	866	89,6	3,0	7,3	
Sachsen-Anhalt	504	87,2	3,2	9,6	
Schleswig-Holstein	577	90,0	2,6	7,4	
Thüringen	485	87,6	2,9	9,5	
Gesamt	16.820	90,4	3,1	6,4	

50+ Jahre (Angaben in %)					höchster Onliner-Anteil höchster Offliner-Anteil
Bundesland	Basis	Onliner	Nutzungsplaner	Offliner	
Baden-Württemberg	1.689	56,0	4,3	39,6	
Bayern	2.002	48,1	4,4	47,4	
Berlin	537	51,6	3,7	44,8	
Brandenburg	470	43,7	6,0	50,2	
Bremen	111	66,3	3,5	30,2	
Hamburg	270	50,9	4,4	44,7	
Hessen	1.016	53,2	3,8	43,1	
Mecklenburg-Vorpommern	313	34,6	6,7	58,7	
Niedersachsen	1.351	52,7	4,4	42,6	
Nordrhein-Westfalen	3.012	52,0	5,0	43,0	
Rheinland-Pfalz	691	49,4	3,8	46,8	
Saarland	187	38,1	3,3	58,6	
Sachsen	832	41,0	4,6	54,3	
Sachsen-Anhalt	473	37,0	6,8	56,1	
Schleswig-Holstein	488	51,1	6,2	42,7	
Thüringen	442	41,1	6,1	52,7	
Gesamt	13.885	49,6	4,7	45,6	

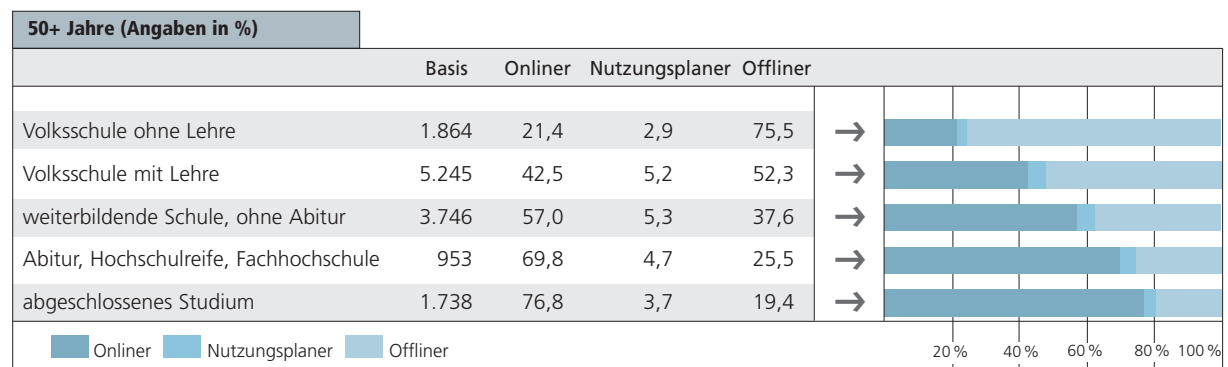
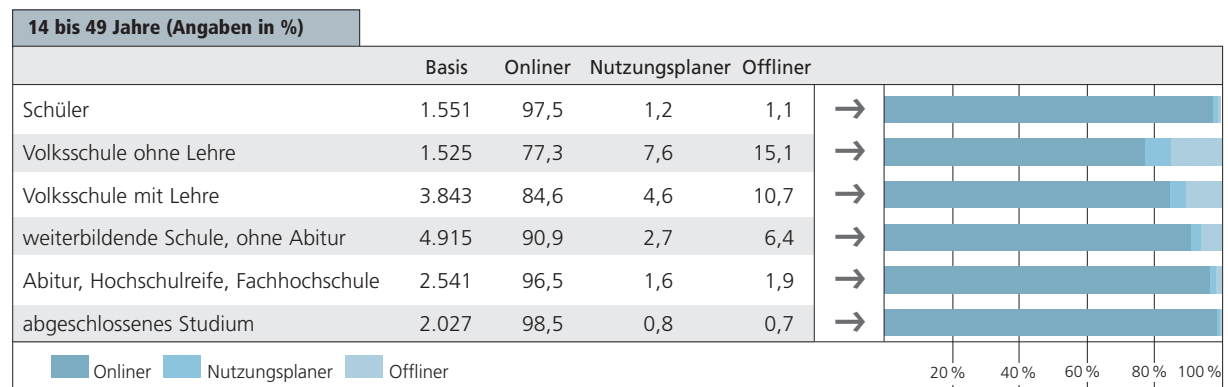
In der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen kann Berlin seinen ersten Platz im Onliner-Länderranking behaupten. Mit aktuell 6,5 Prozentpunkten sind die Unterschiede zwischen den Bundesländern weiter deutlich geschrumpft (2009 noch 9,7 Prozentpunkte). Mecklenburg-Vorpommern hat dabei den höchsten Offliner-Anteil mit 11,3 Prozent der unter 50-Jährigen. Deutliche Unterschiede gibt es in der Altersgruppe 50plus, also dort, wo der „Nachholbedarf“ unverändert am größten ist. Mehr und mehr hängt die Position eines Bundeslandes von der Position ab, die in dieser Altersgruppe erzielt wird. Mit deutlichem Abstand liegt hier – wie schon 2009 – mit 66,3 Prozent Bremen vorn. Während im Bundesland mit dem geringsten Onliner-Anteil nur gut ein Drittel das Internet nutzt. Die Spannweite liegt damit bei enormen 31,7 Prozentpunkten. Den höchsten Offliner-Anteil in der Altersgruppe 50plus hat Mecklenburg-Vorpommern mit 58,7 Prozent. In allen östlichen Flächenländern sowie im Saarland ist noch mehr als jeder Zweite ab 50 Jahren kein Internetnutzer und plant dies auch nicht zu werden.

Internetnutzung nach Altersgruppen und Geschlecht 2010



Der Onliner-Anteil der 14- bis 49-Jährigen liegt insgesamt bei etwa 90 Prozent der Bevölkerung, dabei sind die Männer dieser Altersgruppe bereits über die 90-Prozent-Marke geklettert, die Frauen liegen noch leicht darunter. Der Abstand zwischen Männern und Frauen beträgt hier 4,4 Prozent und hat sich aufgrund annähernd gleichen Anteilswachstums bei beiden Geschlechtern nur marginal gegenüber dem Vorjahr verändert. Merkllich größer werden die Unterschiede allerdings in der Altersgruppe 50plus. Schon seit Jahren öffnet sich hier die Schere zwischen den Geschlechtern immer weiter, da der Onliner-Anteil der Männer dieser Altersgruppe stärker wächst als der der Frauen. So beträgt das Anteilswachstum in 2010 im Vergleich zu 2009 bei den Männern 5,7 Prozentpunkte, bei den Frauen nur 3,9 Prozentpunkte. Inzwischen sind über 60 Prozent der Männer dieser Altersgruppe Internetnutzer, während nur knapp 40 Prozent der Frauen ab 50 Jahren online sind. Die Differenz liegt damit in 2010 nun schon bei 22,9 Prozentpunkten gegenüber 21,1 Prozentpunkten im Vorjahr (2008: 19,7 Prozentpunkte; 2007: 16,5 Prozentpunkte).

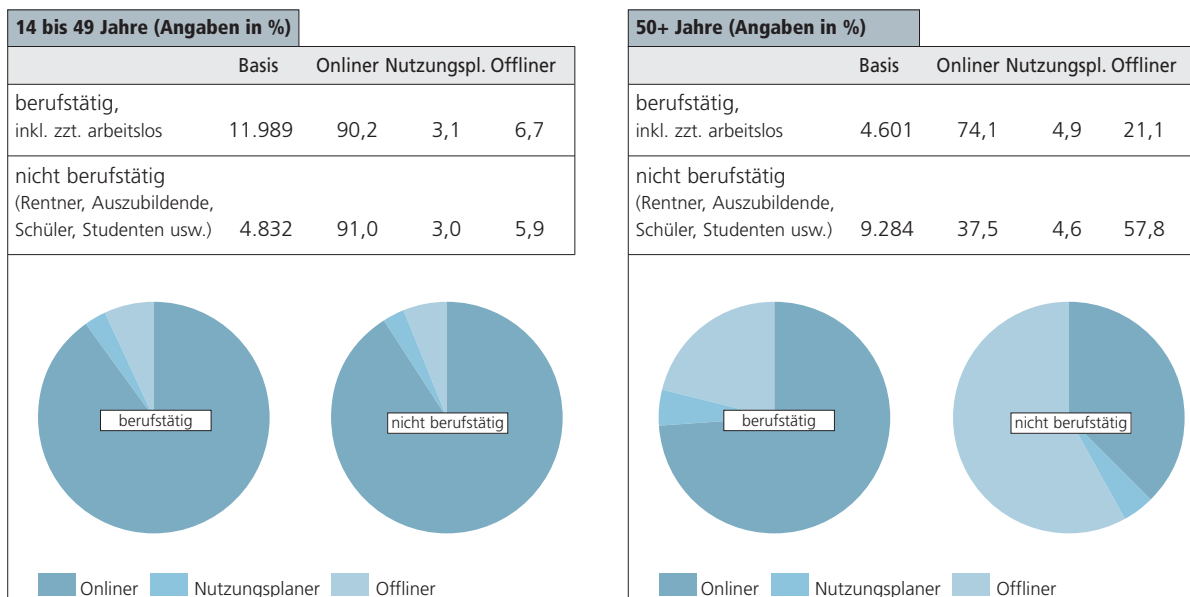
Internetnutzung nach Altersgruppen und Bildung 2010



In der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen nehmen die Unterschiede in den Onliner-Anteilen bei der Betrachtung nach formaler Bildung weiter leicht ab. Die Spannweite sinkt von 21,9 auf 21,2 Prozentpunkte. Während Schüler, Abiturienten und Akademiker inzwischen nahezu vollständig zu den Onlinern zählen und das Anteilswachstum unter einem Prozent liegt, findet ein Wachstum stärker in den Bevölkerungsgruppen mit einfacher und mittlerer formaler Bildung statt. Das höchste Anteilswachstum verzeichnen die Volksschüler mit Lehre mit 3,9 Prozentpunkten. Der kleinste Onliner-Anteil liegt 2010 bei 77,3 Prozent in der Gruppe der Volksschüler ohne Lehre. Zwar betrug das Anteilswachstum hier lediglich 1,6 Prozentpunkte, der hohe Anteil der Nutzungsplaner von 7,6 Prozent lässt aber hoffen, dass es bald gelingt, den Offliner-Anteil auch bei den unter 50-Jährigen mit einfacher Bildung in den einstelligen Prozentbereich zu bringen.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppen formaler Bildung bei den „Best Agern“ sind noch immer enorm groß, wenngleich die Differenz der Onliner-Anteile zwischen den Gruppen mit hoher und einfacher formaler Bildung von 61,0 Prozentpunkten in 2009 auf 55,4 Prozentpunkte sinkt. So ist erst jeder fünfte Bundesbürger mit einem Volksschulabschluss ohne Lehre im Alter 50plus online, während es bei Personen mit abgeschlossenem Studium in dieser Altersgruppe bereits drei Viertel sind. Erfreulicherweise ist aber das Wachstum des Onliner-Anteils gerade in der Gruppe der Volksschüler ohne Lehre mit 7,8 Prozentpunkten am größten. Unter den Akademikern dieser Altersgruppe wächst der Onliner-Anteil mit 2,2 Prozentpunkten in diesem Jahr am geringsten.

Internetnutzung nach Altersgruppen und Berufstätigkeit 2010



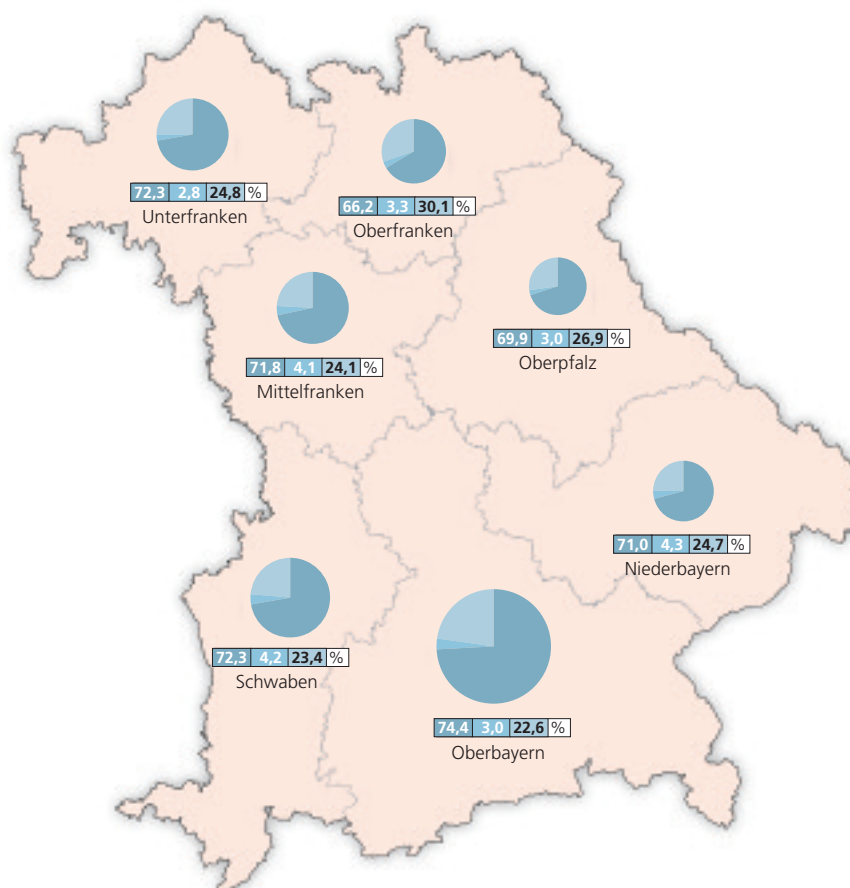
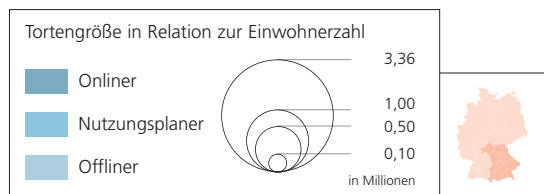
Die Darstellung der Internetnutzung nach Altersgruppen und Berufstätigkeit zeigt auch 2010 die positiven Effekte von Berufstätigkeit, Ausbildung, Schule und Studium. In der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegt der Onliner-Anteil sowohl der Berufstätigen als auch der Nicht-Berufstätigen inzwischen bei über 90 Prozent. Der Unterschied zwischen beiden Gruppen liegt nunmehr bei weniger als einem Prozentpunkt. Zu diesem Ergebnis trägt wesentlich bei, dass die Nicht-Berufstätigen in dieser Altersgruppe auch die internetaffinen Gruppen der Schüler, Studenten und Auszubildenden umfassen.

In der Altersgruppe 50plus differenziert das Merkmal Berufstätigkeit hinsichtlich der Internetnutzung jedoch nach wie vor sehr deutlich: Während nahezu drei Viertel der Berufstätigen dieser Altersgruppe online sind, halbiert sich dieser Anteil bei den Nicht-Berufstätigen und beträgt hier erst 37,5 Prozent. Die Spannweite zwischen beiden Gruppen ändert sich gegenüber 2009 nur leicht, sie sinkt von 37,6 Prozentpunkten um einen Prozentpunkt auf 36,6 Prozentpunkte.

9. Internetnutzung in Bundesländern und Regierungsbezirken

Bayern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

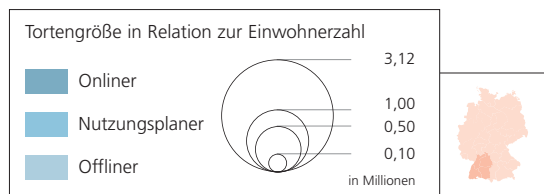
(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



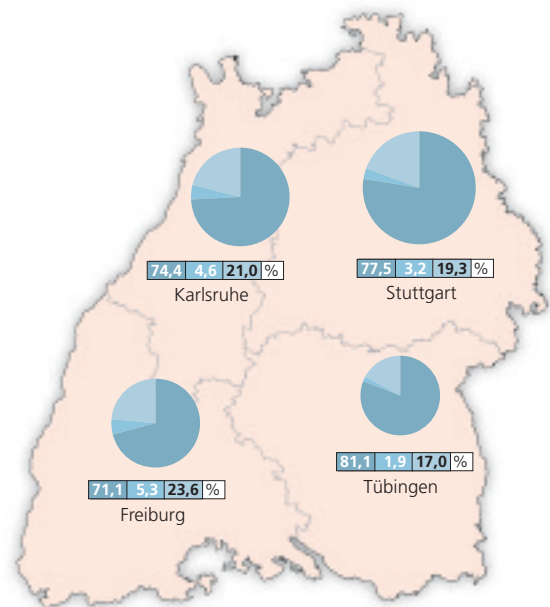
Der Regierungsbezirk Oberbayern mit dem Ballungsraum München ist im Vergleich der Regierungsbezirke hinsichtlich des Onliner-Anteils in der Bevölkerung wie bereits im vergangenen Jahr führend. Mit 74,4 Prozent Internetnutzern liegt dieser Regierungsbezirk deutlich über dem Bundesdurchschnitt, leicht darüber liegen auch Schwaben und Unterfranken. Diese beiden Bezirke überflügeln in diesem Jahr Mittelfranken, das mit einem Onliner-Anteil von 71,8 Prozent fast am Bundesdurchschnitt liegt. Die „rote Laterne“ im Freistaat trägt in diesem Jahr Oberfranken. Aber auch die Oberpfalz bleibt unter der 70-Prozent-Marke beim Onliner-Anteil.

Baden-Württemberg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

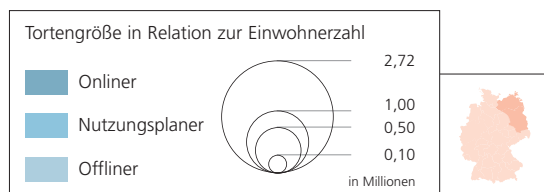


Das kräftigste Onliner-Wachstum kann in diesem Jahr der Regierungsbezirk Tübingen verzeichnen, der in 2009 auch den höchsten Anteil an Nutzungsplanern in Baden-Württemberg aufwies. 81,1 Prozent der Bevölkerung sind hier inzwischen im Netz, nur 17,0 sind Nichtnutzer ohne Nutzungsabsicht, was nach Bremen den geringsten Offliner-Anteil unter den Regierungsbezirken in Deutschland darstellt. Damit schiebt sich Tübingen im Vergleich der Regierungsbezirke in Baden-Württemberg von Platz 3 im Vorjahr auf Platz 1. In Stuttgart wächst der Onliner-Anteil ebenfalls deutlich auf nunmehr 77,5 Prozent. Eine Wachstumspause legen in diesem Jahr die Bezirke Karlsruhe und insbesondere Freiburg ein. Freiburg bleibt so mit 71,1 Prozent Onlinern unter dem Bundesdurchschnitt von 72,0 Prozent.

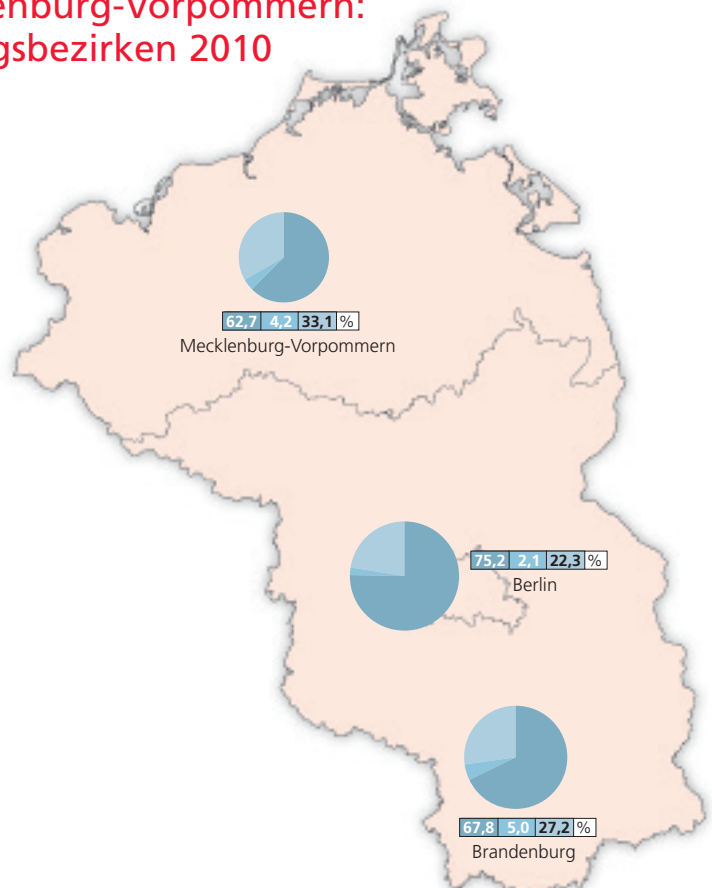


Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

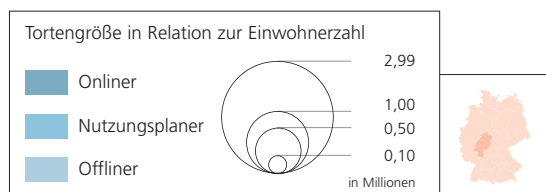


Über drei Viertel der Bevölkerung ab 14 Jahren der Metropole Berlin sind online. Nach wie vor liegt Berlin damit deutlich über dem durchschnittlichen Onliner-Anteil in Deutschland. Das Wachstum fällt in 2010 allerdings geringer aus als im Bundesdurchschnitt. Während das umliegende Brandenburg in den vergangenen Jahren schnellere Onliner-Zuwachsraten verzeichnen konnte als die Bundeshauptstadt, liegt das Wachstum in diesem Jahr niedriger und mit 1,3 Prozentpunkten auch deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt im Bund. Mecklenburg-Vorpommern weist sogar unter einen Prozentpunkt Wachstum des Onliner-Anteils auf und liegt mit 62,7 Prozent Onlinern in diesem Jahr an letzter Stelle im Ländervergleich. Sowohl in Brandenburg als auch in Mecklenburg-Vorpommern hat die Mehrheit der Nutzungsplaner des letzten Jahres ihrer Absicht keine Taten folgen lassen.

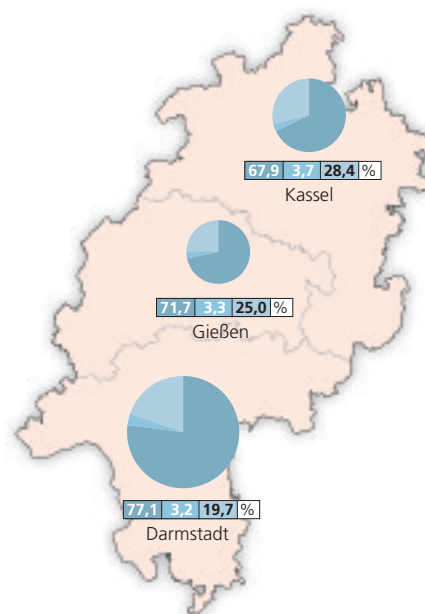


Hessen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

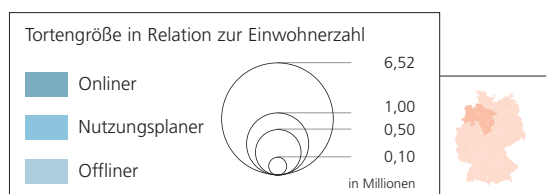


Konnte im letzten Jahr der Regierungsbezirk Gießen noch mit dem Bezirk Darmstadt gleichziehen, so setzt sich der Regierungsbezirk Darmstadt, der auch die Metropole Frankfurt umfasst, in diesem Jahr wieder deutlich ab und wächst mit 5,4 Prozentpunkten auch im Bundesvergleich überdurchschnittlich. Sowohl Gießen als auch der Bezirk Kassel stagnieren hingegen und liegen mit 71,7 Prozent bzw. 67,9 Prozent Onliner-Anteil auf Vorjahresniveau. Während sich dieses Ergebnis für Gießen aufgrund des geringen Nutzungsplaneranteils 2009 nicht ganz unerwartet einstellt, hat der vergleichsweise hohe Planeranteil im Bezirk Kassel im Vorjahr seine Pläne offenbar nicht umgesetzt. Während der Onliner-Anteil im Bezirk Gießen 2010 in etwa dem Bundesdurchschnitt entspricht, liegt der Bezirk Kassel nun etwa vier Prozentpunkte darunter.

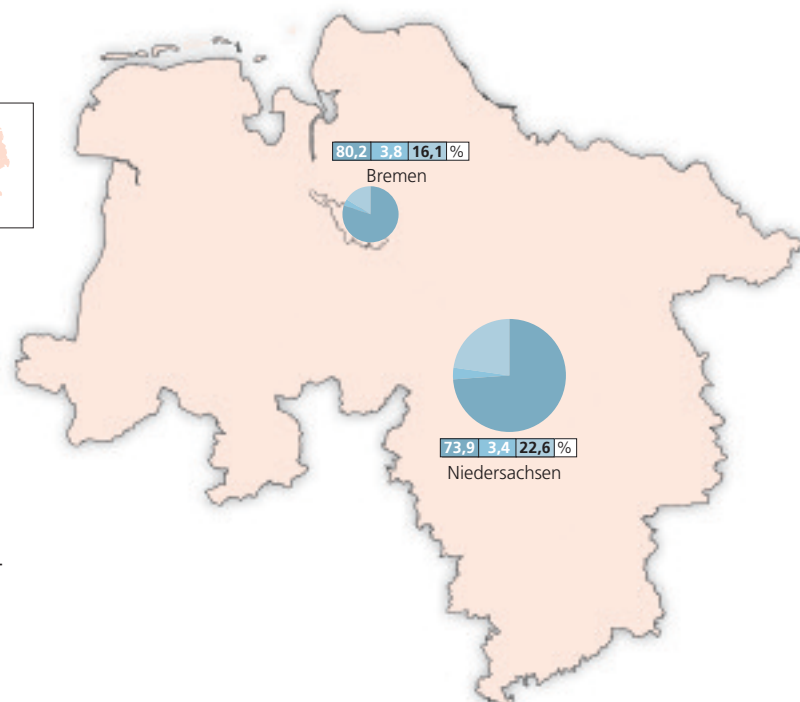


Niedersachsen und Bremen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

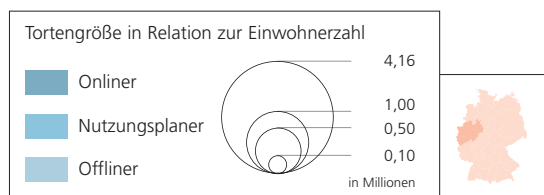


Erneut verzeichnet Bremen in diesem Jahr ein kräftiges Wachstum seines Onliner-Anteils und verteidigt so erfolgreich die Spitzenposition im Bundesländervergleich. Erstmals übertrifft der Nutzeranteil in einem Bundesland knapp die 80-Prozent-Marke. Gleichzeitig weist Bremen mit lediglich 16,1 Prozent den niedrigsten Anteil an Offlinern, also Nichtnutzern ohne Nutzungsabsicht, auf. Auch in Niedersachsen wächst die Internetnutzung überdurchschnittlich mit 3,3 Prozentpunkten; eine Entwicklung, die aufgrund der Nutzungsplaneranteile des vergangenen Jahres eher zu erwarten war als in Bremen. Mit einem Onliner-Anteil von nunmehr 73,9 Prozent rückt Niedersachsen im Bundesländervergleich um einen Platz nach vorne auf Rang 6.

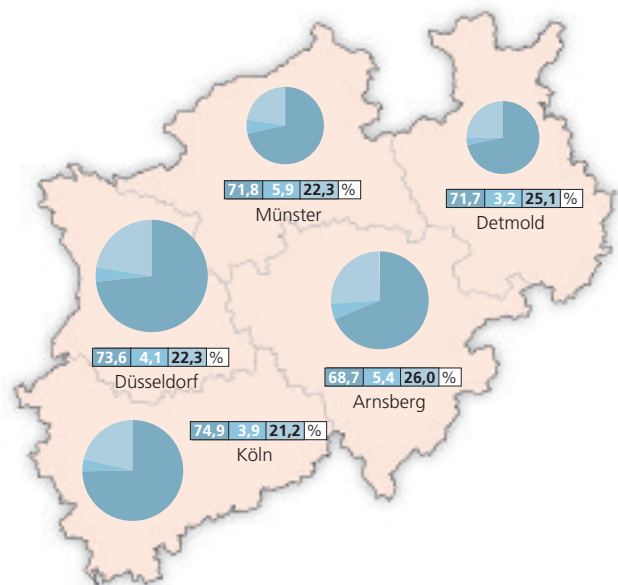


Nordrhein-Westfalen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

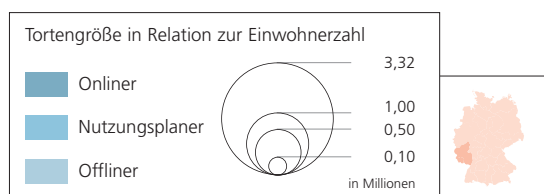


Köln kann im Vergleich der Regierungsbezirke in Nordrhein-Westfalen seine Spitzenposition behaupten. Noch kräftiger als Köln wächst Düsseldorf und positioniert sich deutlich vor Münster nun an Position 2. Sowohl Köln als auch Düsseldorf weisen mit 74,9 Prozent bzw. 73,6 Prozent deutlich überdurchschnittliche Nutzer-Anteile auf. Auch der Bezirk Detmold verzeichnet ein hohes Wachstum seines Onliner-Anteils und schließt mit nun 71,7 Prozent zu Münster (71,8 Prozent) auf. Der Nutzeranteil im Bezirk Arnsberg hingegen wächst lediglich unterdurchschnittlich um etwa einen Prozentpunkt. Mit knapp 69 Prozent Onlinern liegt Arnsberg aktuell etwa drei Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

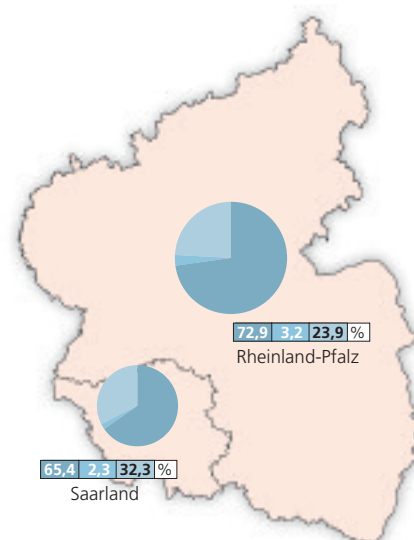


Rheinland-Pfalz und Saarland: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

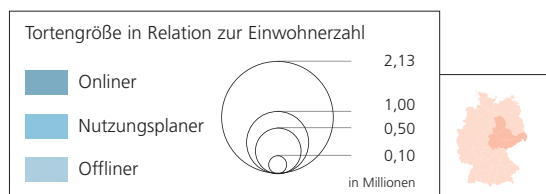


Während das Saarland in den vergangenen Jahren beim Onliner-Anteil jeweils überdurchschnittlich zulegen konnte und sich so vom letzten Platz im Bundesländervergleich auf Rang 13 schieben konnte, liegt das Wachstum in diesem Jahr bei nur 2,4 Prozentpunkten und damit einen halben Prozentpunkt unter dem Bundesdurchschnitt. Das reicht jedoch aus, um die Platzierung im Länderranking zu halten. Rheinland-Pfalz ist der Shooting-Star unter den Bundesländern in 2010. Um stolze 6,4 Prozentpunkte wächst der Onliner-Anteil auf nunmehr 72,9 Prozent – das bedeutet Platz 7 im Ländervergleich nach Platz 10 im Vorjahr. Die Analysen zeigen, dass das Onliner-Wachstum in Rheinland-Pfalz gerade in Bevölkerungsgruppen stattfindet, in denen der Nachholbedarf in Sachen Internetnutzung besonders hoch ist.

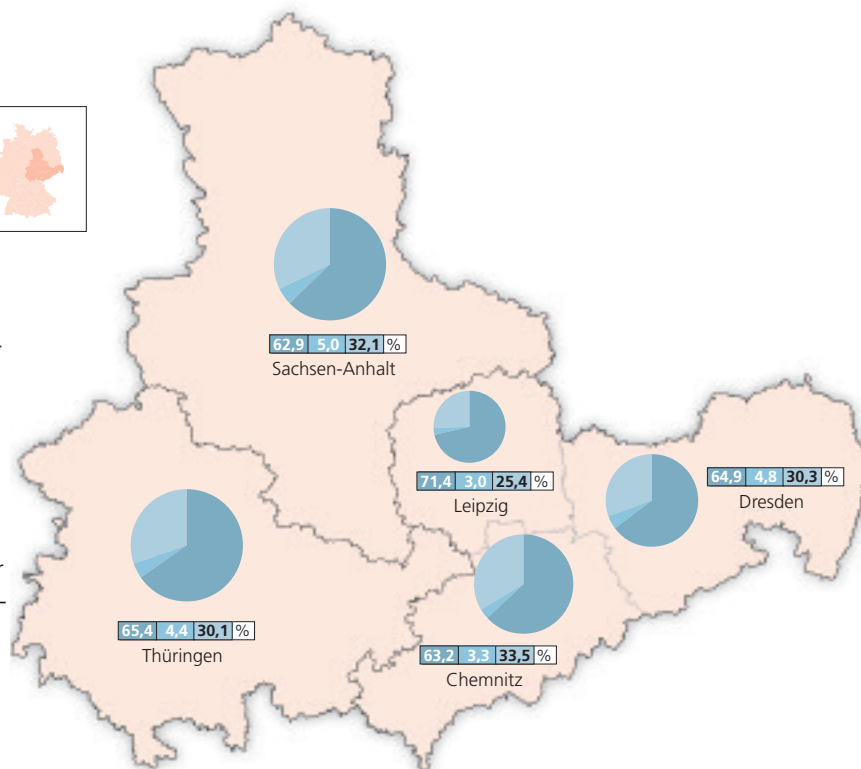


Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)

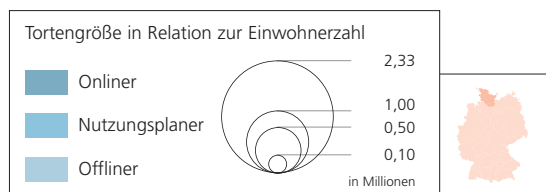


Sachsen-Anhalt kann zwar trotz des leicht unterdurchschnittlichen Wachstums von 2,2 Prozentpunkten den letzten Platz im Ländervergleich an Mecklenburg-Vorpommern abgeben, der Abstand zum Bundesdurchschnitt beträgt jedoch fast zehn Prozentpunkte. In Thüringen entspricht das Wachstum des Onliner-Anteils fast dem Bundesdurchschnitt, während sich die Situation in Sachsen in den drei Regierungsbezirken sehr unterschiedlich darstellt. So kommt die Internetnutzung im Bezirk Dresden nicht voran, im Bezirk Chemnitz wächst der Onliner-Anteil hingegen überdurchschnittlich – wenn auch auf niedrigem Niveau. Der Bezirk Leipzig schließlich liegt mit einem Anteil von 71,4 Prozent nahe am Bundesdurchschnitt.

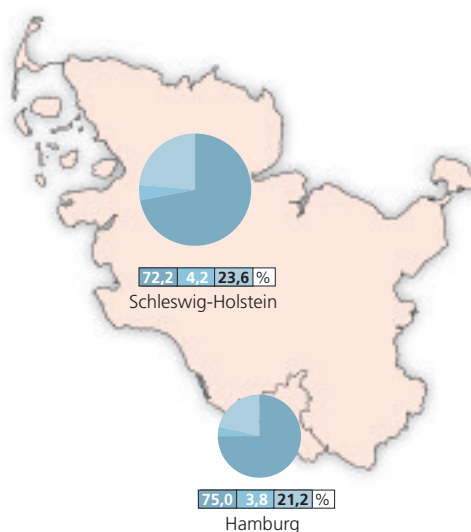


Schleswig-Holstein und Hamburg: Internetnutzung nach Regierungsbezirken 2010

(Anteile an der Bevölkerung ab 14 Jahren)



Hamburg erreicht in diesem Jahr einen Onliner-Anteil von exakt 75 Prozent – genau drei Viertel der Einwohner der Hansestadt ab 14 Jahren zählen damit zu den Internetnutzern. Mit einem Onliner-Wachstum von 2,7 Prozentpunkten liegt Hamburg in etwa im Bundesdurchschnitt und behält so den vierten Rang im Bundesländervergleich. In Schleswig-Holstein ist jedoch ein deutlich unterdurchschnittliches Onliner-Wachstum von lediglich 1,3 Prozentpunkten zu beobachten. Das führt dazu, dass Schleswig-Holstein erneut drei Plätze im Bundesländer-ranking verliert (von Rang 6 auf Rang 9), mit 72,2 Prozent Onlinern in der Bevölkerung aber immer noch im Bundesdurchschnitt liegt.

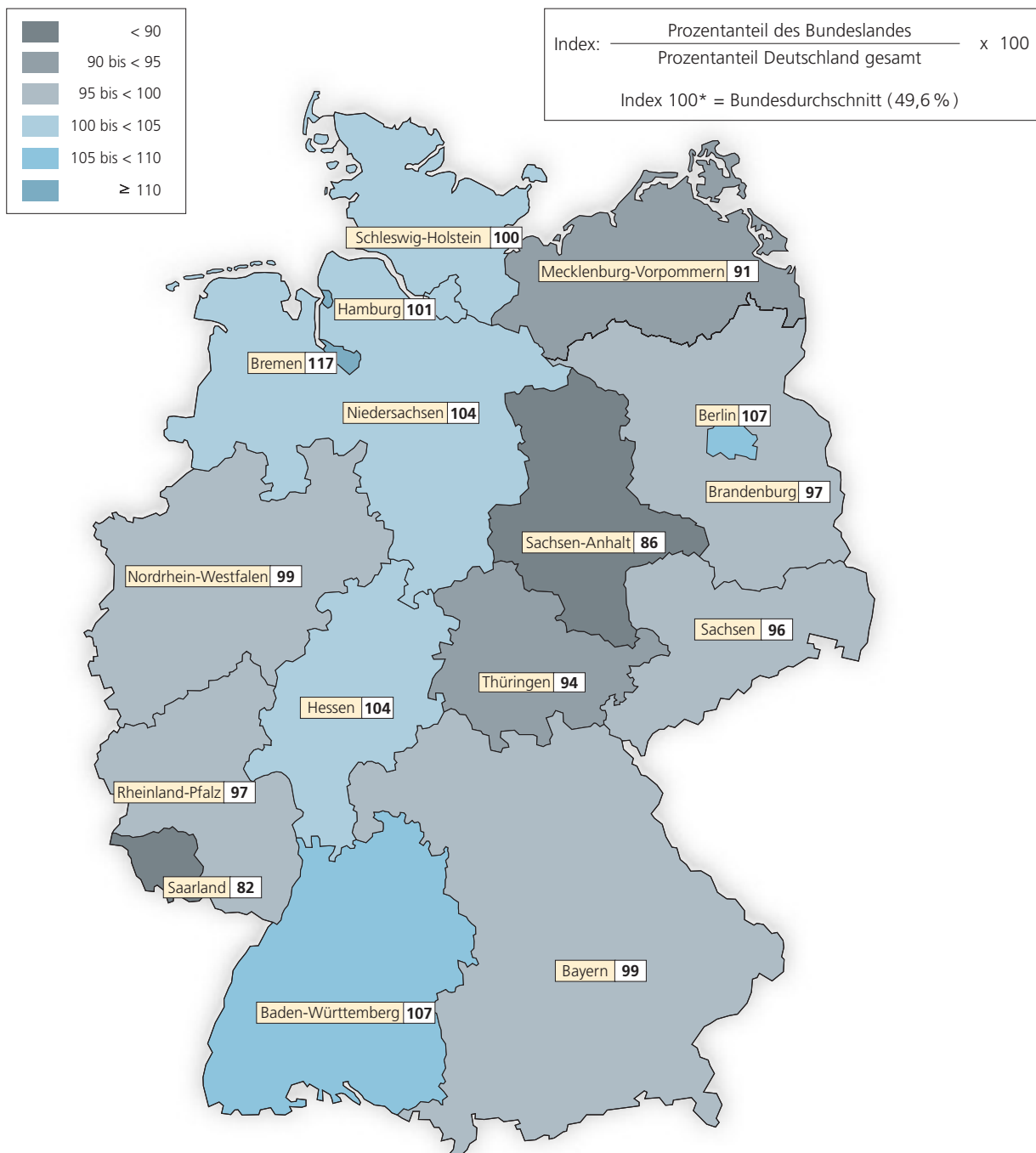


STADT – LAND – BREITBAND

10. Stadt – Land – Breitband

Breitbandnutzung nach Bundesländern 2010

(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)

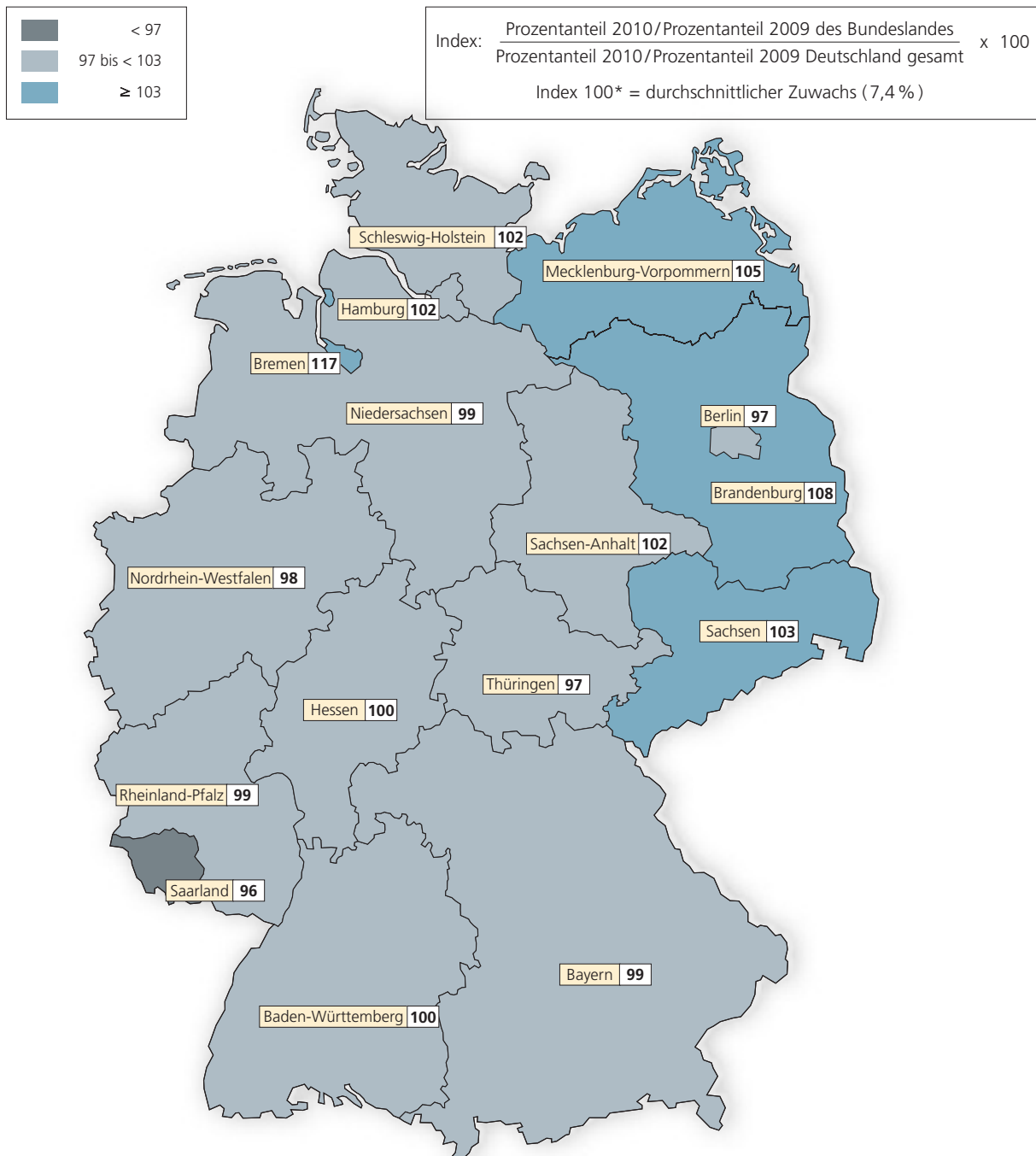


* Die in der oben stehenden Karte dargestellten Index-Werte zeigen das Verhältnis der Breitbandnutzung in der jeweiligen Region zum Bundesdurchschnitt. Der Bundesdurchschnitt von 49,6 Prozent hat dabei den Index-Wert 100. Index-Werte über 100 bedeuten: höherer Breitbandnutzer-Anteil in der jeweiligen Region.

Knapp jeder zweite Deutsche ist inzwischen Breitband-Internetnutzer: Der Breitbandnutzer-Anteil an der Bevölkerung ab 14 Jahren liegt im Bundesdurchschnitt bei 49,6 Prozent (zur Betrachtung der Breitbandnutzung unter den Onlinern siehe S. 23). Damit steigt der Breitbandnutzer-Anteil gegenüber 2009 um 3,4 Prozentpunkte an, liegt aber immer noch mehr als 20 Prozentpunkte vom Onliner-Anteil (72,0 Prozent) entfernt. Da ohne breitbandigen Zugang das Internet heutiger Prägung nur eingeschränkt genutzt werden kann, kommt dem Breitbandnutzer-Anteil immer größere Bedeutung zu. Wie schon beim Onliner-Anteil liegt hier in 2010 ebenfalls Bremen im Ländervergleich an der Spitze, gefolgt von Berlin und dem Flächenland Baden-Württemberg. Besonders weit unterhalb des Bundesdurchschnittes liegen Sachsen-Anhalt und das Saarland, in dem lediglich 40,7 Prozent der Bevölkerung Breitbandnutzer sind.

Breitbandnutzung: Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr nach Bundesländern

(Abweichungen vom durchschnittlichen Zuwachs 2009/2010)

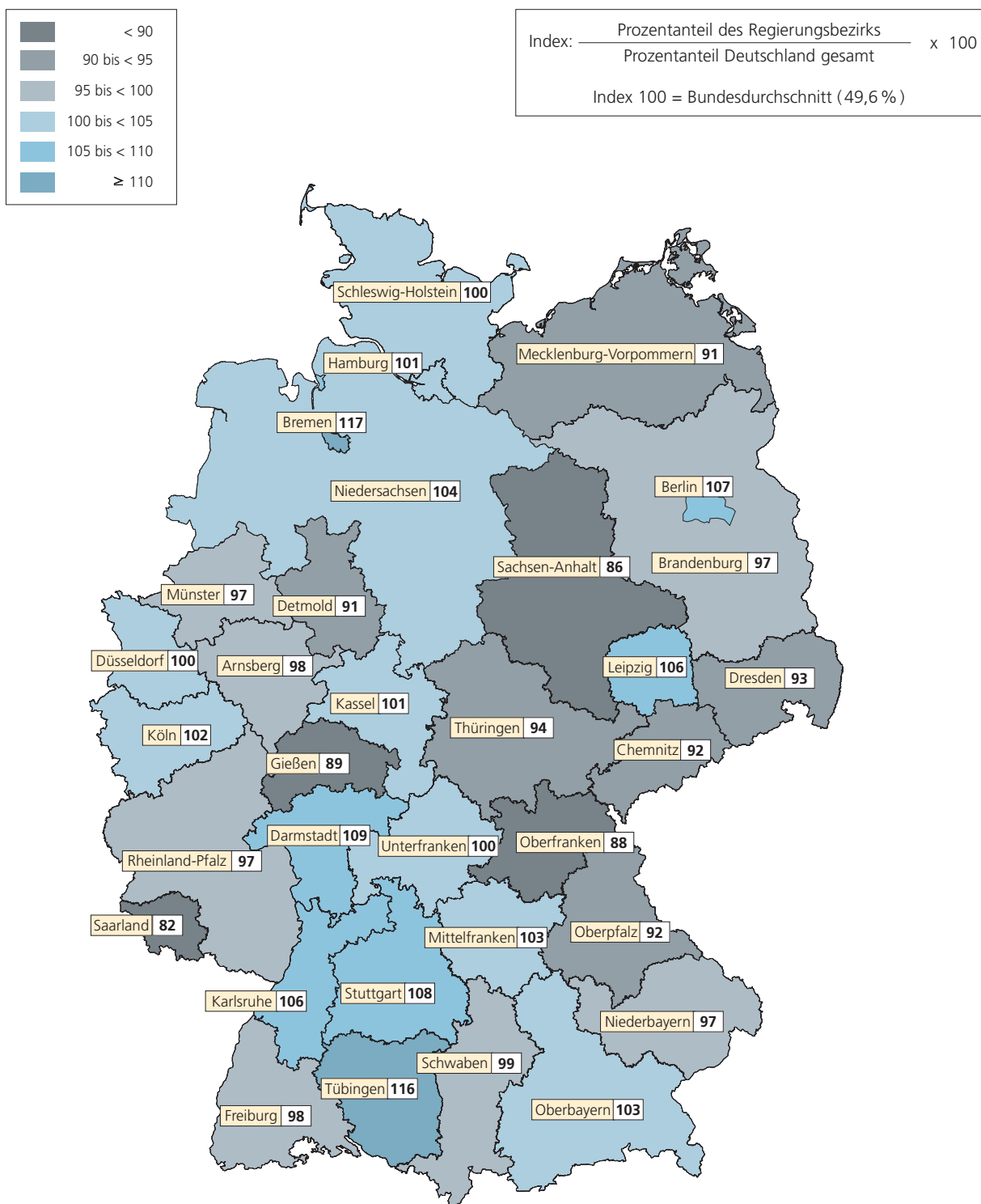


* Index-Werte über 100 bedeuten eine stärkere Zunahme der Breitbandnutzung in der entsprechenden Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Werte unter 100 bedeuten eine geringere Zunahme.

In den meisten Bundesländern liegt die Entwicklung des Breitbandnutzer-Anteils an der Bevölkerung nahe am durchschnittlichen Zuwachs. Neben Bremen fallen insbesondere die östlichen Flächenländer mit – teilweise deutlich – überdurchschnittlichem Wachstum des Breitbandnutzer-Anteils auf. Den geringsten Zuwachs beim Breitbandnutzer-Anteil weist das Saarland auf.

Breitbandnutzung nach Regierungsbezirken 2010

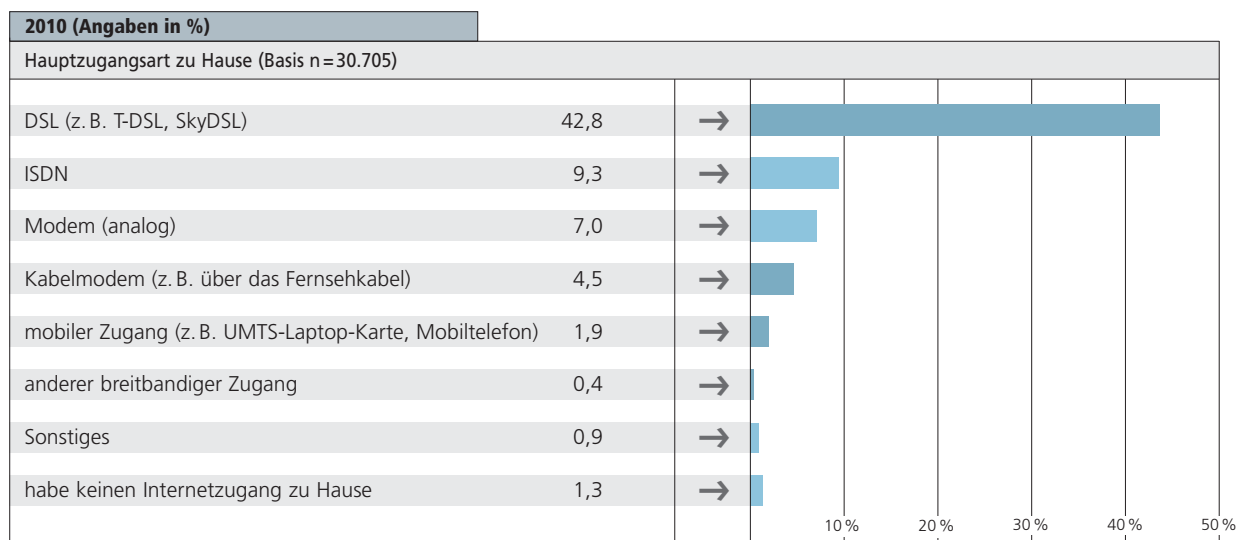
(Abweichungen vom Bundesdurchschnitt)



* Eine nähere Erläuterung zum Index-Wert finden Sie auf Seite 58.

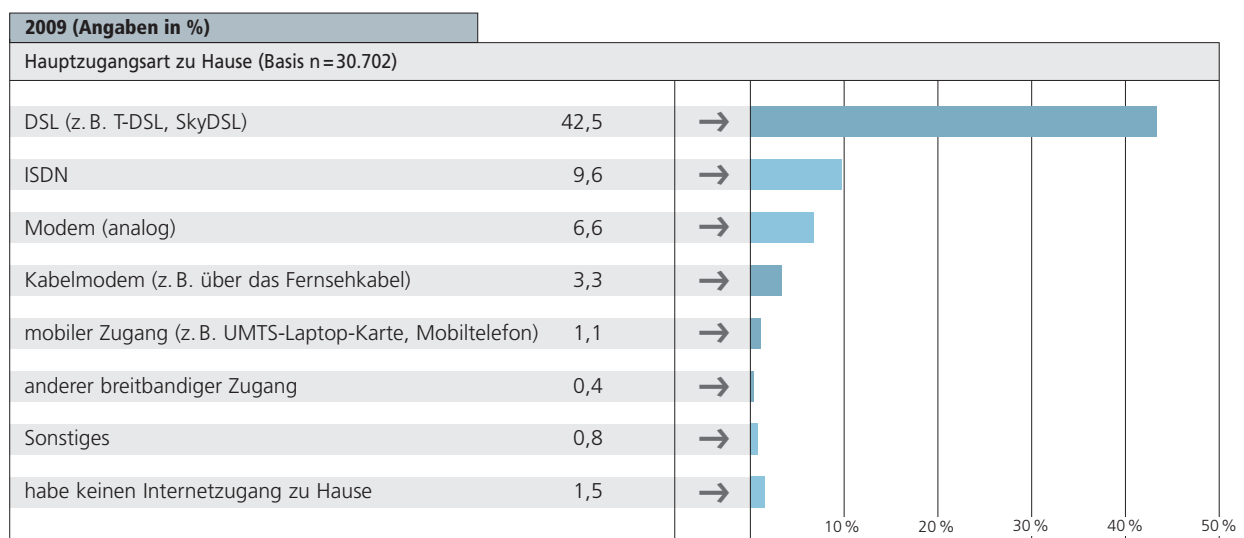
Die Aufschlüsselung des Breitbandnutzer-Anteils auf Regierungsbezirksebene ermöglicht noch einen detaillierteren Blick auf regionale Abweichungen bei dieser wichtigen Kenngröße und zeigt so auch Heterogenitäten innerhalb eines Bundeslandes auf. So wird beispielsweise ersichtlich, dass der Bezirk Leipzig beim Breitbandnutzer-Anteil deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt. Die größte Spannweite ist in Hessen zu beobachten: Zwischen dem Bezirk Gießen und dem Bezirk Darmstadt liegen 20 Indexpunkte. Auch die Bezirke Freiburg und Tübingen in Baden-Württemberg unterscheiden sich beim Breitbandnutzer-Anteil sehr – allerdings liegt Freiburg trotzdem nahe am Bundesdurchschnitt und Tübingen liegt mit 116 Indexpunkten fast gleichauf mit dem Breitbandnutzer-Anteil in Bremen.

Breitbandnutzung 2009 und 2010 (detaillierte Darstellung)



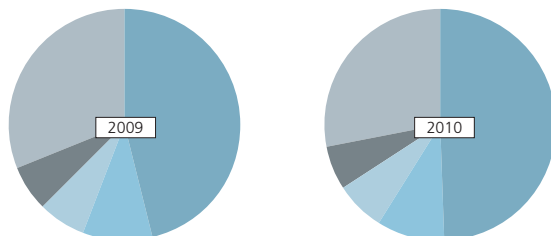
Die meistgenutzte Internetzugangsart in Deutschland ist unverändert und mit weitem Abstand vor jeder anderen Zugangstechnik der DSL-Anschluss. 42,8 Prozent der Bevölkerung gehen über ihn breitbandig ins Netz. Dieser Anteil liegt damit nur ganz leicht über dem Wert von 2009 (42,5 Prozent). Das höchste Wachstum im Breitbandbereich kommt aus der Zugangsform des (Fernseh-)Kabelanschlusses. Nach 3,3 Prozent im Vorjahr ist dies in 2010 für 4,5 Prozent der Bevölkerung der Weg ins Internet. Der zweitgrößte Wachstumstreiber ist die Mobilfunknutzung von zu Hause aus: Mit 1,9 Prozent der Bevölkerung verdoppelt sich nahezu der Bevölkerungsanteil, der diesen Kanal als Hauptzugangsart für die Internetnutzung zu Hause angibt – zu denken ist hier insbesondere an UMTS-Karten bzw. UMTS-Sticks in Laptops/Note- und Netbooks als auch an UMTS-Router.

Noch immer gehen etwa 16 Prozent der Bevölkerung schmalbandig (also über Analogmodem oder einen ISDN-Anschluss) ins Netz. Bemerkenswert erscheint, dass sich dieser Anteilswert seit 2008 nicht weiter verringert hat.



Breitbandnutzung 2009 und 2010

2010 (Angaben in %)						
	Basis	BB*	ISDN	Modem	Sonstiges	keine Onliner
2009	30.702	46,2	9,6	6,6	6,6	30,9
2010	30.705	49,6	9,3	7,0	6,2	28,0



■ Breitband* ■ ISDN ■ Modem ■ Sonstiges/k.A. ■ keine Onliner

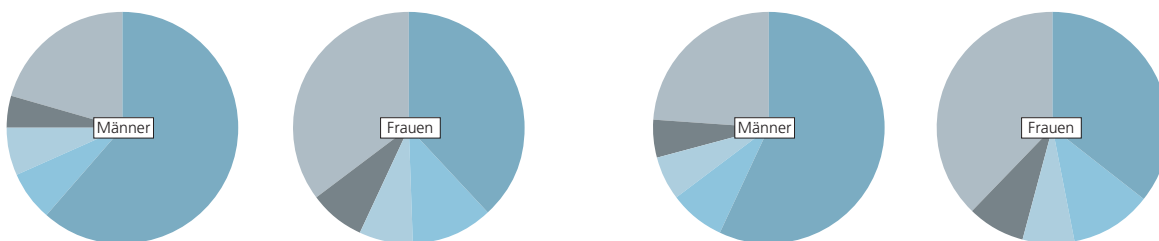
*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang: 2010 inklusive mobiler Zugang

Erfreulich zu beobachten ist, dass das Wachstum des Onliner-Anteils in Deutschland durch die Zunahme des Breitbandnutzer-Anteils getrieben wird, der nunmehr annähernd 50 Prozent der Bevölkerung ausmacht. Andererseits verharrt der Anteil der Schmalbandnutzer (ISDN/Analogmodem) bei etwa 16 Prozent der Bevölkerung, die durch diese Art der Anbindung nur bedingt die vielfältigen, inzwischen oft datenintensiven Ressourcen des Internets nutzen können.

Breitbandnutzung nach Geschlecht 2009 und 2010

2010 (Basis n = 30.705; Angaben in %)					
	BB*	ISDN	Modem	Sonst.	keine Onliner
Männer:	61,6	7,0	6,6	4,3	20,5
Frauen:	38,2	11,5	7,3	7,9	35,1

2009 (Basis n = 30.702; Angaben in %)					
	BB*	ISDN	Modem	Sonst.	keine Onliner
Männer:	57,2	7,7	6,2	5,1	23,8
Frauen:	35,8	11,4	7,1	8,0	37,7

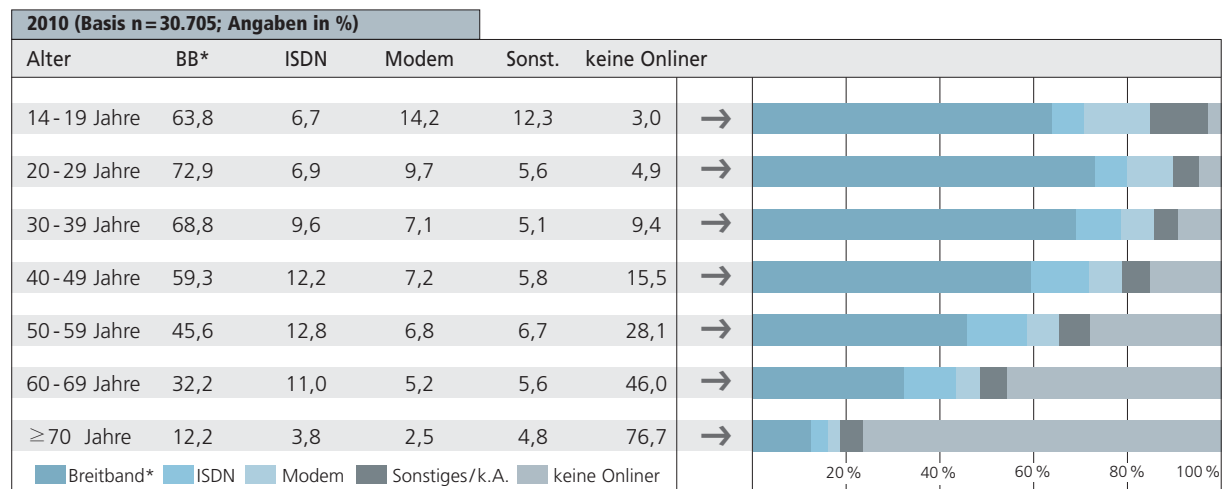


■ Breitband* ■ ISDN ■ Modem ■ Sonstiges/k.A. ■ keine Onliner

*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang: 2010 inklusive mobiler Zugang

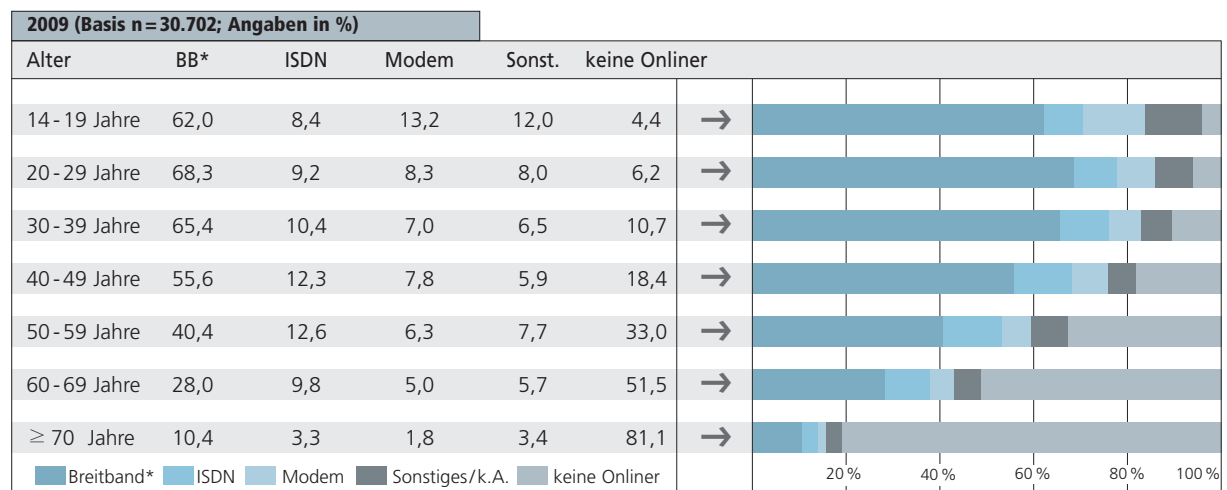
Während 61,6 Prozent der Männer in Deutschland Breitbandnutzer sind, liegt der Breitbandonliner-Anteil bei den Frauen lediglich bei 38,2 Prozent. Der Abstand zwischen Männern und Frauen ist mit 23,4 Prozentpunkten bei Betrachtung des Breitbandnutzer-Anteils nochmals höher als bei Betrachtung des Onliner-Anteils insgesamt (siehe Seite 15). Überdies wächst der Breitbandnutzer-Anteil bei den Männern stärker (plus 4,4 Prozentpunkte) als bei den Frauen (plus 2,4 Prozentpunkte), der Abstand hat sich also gegenüber 2009 weiter vergrößert.

Breitbandnutzung nach Alter 2009 und 2010



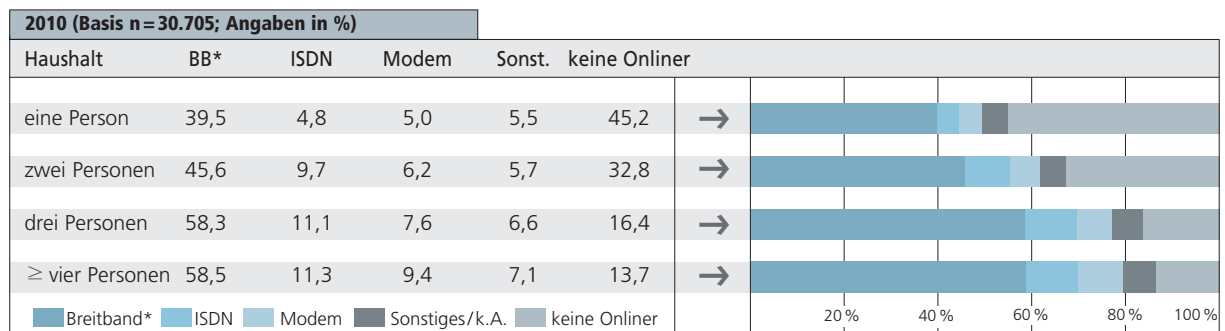
*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang; 2010 inklusive mobiler Zugang

49,6 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland sind Breitbandonliner. Die obige Darstellung zeigt, dass der Breitbandnutzer-Anteil in allen Altersgruppen bis 49 Jahre überdurchschnittlich ist. Der höchste Anteil ist bei den 20- bis 29-Jährigen zu finden – in dieser Altersgruppe sind fast 73 Prozent Breitbandonliner. Überraschend ist der vergleichsweise hohe Anteil der Schmalbandnutzer gerade in der jüngsten Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen. In dieser Altersgruppe wächst ebenso wie in der Altersgruppe 70plus der Breitbandnutzer-Anteil mit 1,8 Prozentpunkten nur unterdurchschnittlich. Der Breitbandnutzer-Anteil in der Gesamtbevölkerung wächst um 3,3 Prozentpunkte. Am stärksten nimmt der Breitbandnutzer-Anteil in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen zu (plus 4,6 Prozentpunkte), gefolgt von den 50- bis 59-Jährigen und 60- bis 69-Jährigen (5,2 bzw. 4,2 Prozentpunkte).



*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang; 2009 exklusive mobiler Zugang

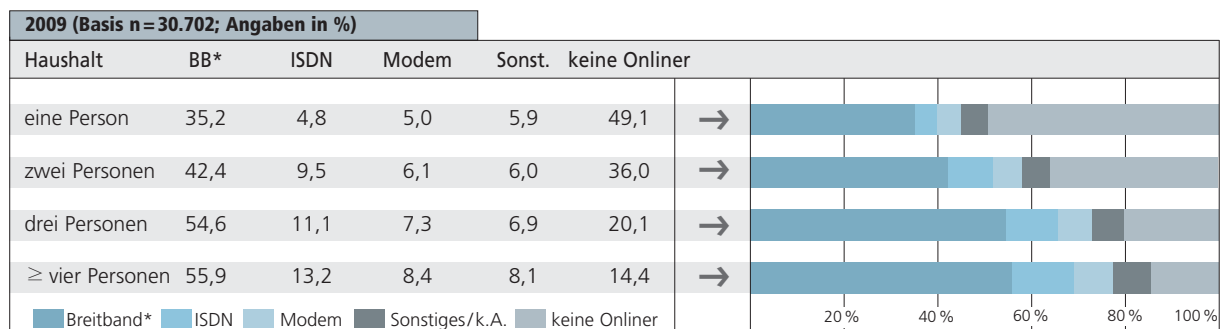
Breitbandnutzung nach Haushaltsgröße 2009 und 2010



*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang; 2010 inklusive mobiler Zugang

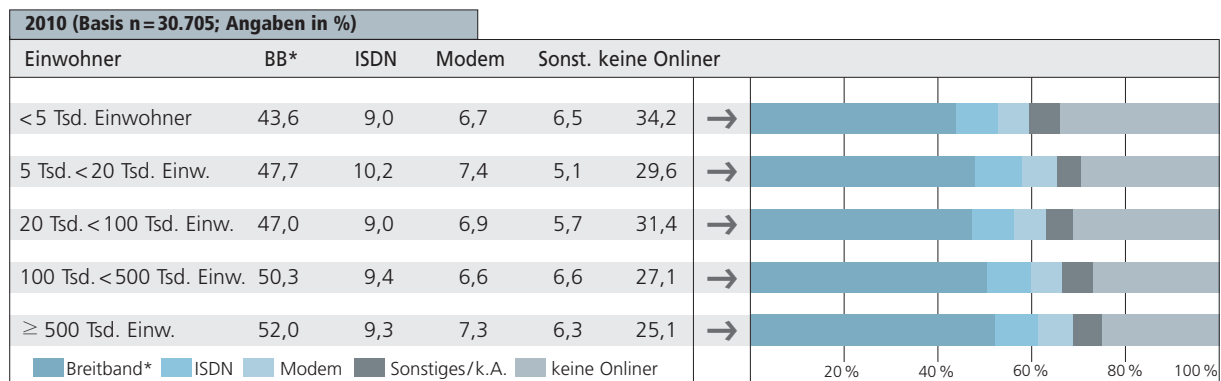
Bei Betrachtung des Breitbandonliner-Anteils nach Haushaltsgröße zeigt sich eine deutlich geringere Spannweite (19,0 Prozentpunkte) als bei Betrachtung der Onliner insgesamt (31,5 Prozentpunkte, siehe Seite 19). Die Breitbandnutzung wirkt sich hier also moderierend aus. Am stärksten wächst der Breitbandnutzer-Anteil mit 4,3 Prozentpunkten in den Single-Haushalten.

Auffällig ist nach wie vor die vergleichsweise hohe Nutzung von ISDN in Mehrpersonenhaushalten. Etwa zehn Prozent der Bevölkerung, die in Mehrpersonenhaushalten lebt, nutzt diese Zugangstechnik. Die Leistungsmerkmale des ISDN-Anschlusses, wie z. B. mehrere Rufnummern und die Möglichkeit auf mehreren Leitungen gleichzeitig zu telefonieren, bleiben für Mehrpersonenhaushalte offenbar weiter attraktiv.



*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang; 2009 exklusive mobiler Zugang

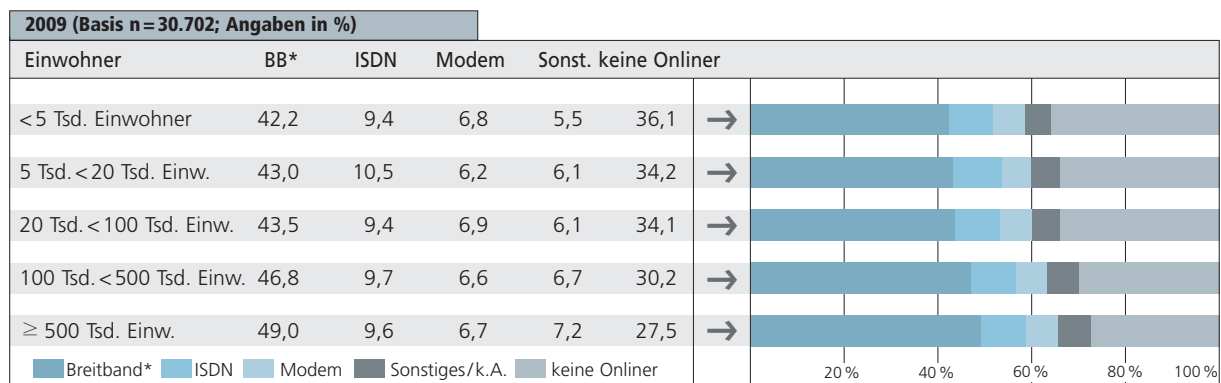
Breitbandnutzung nach Ortsgröße 2009 und 2010



*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang: 2010 inklusive mobiler Zugang

Der Breitbandonliner-Anteil in der Bevölkerung nach Ortsgrößenklassen weist eine Spannweite von unter zehn Prozentpunkten auf und unterscheidet sich somit nur unwesentlich von der Spannweite bei der Betrachtung der Onliner insgesamt (siehe Seite 19).

Mit 4,7 Prozentpunkten wächst der Breitbandnutzer-Anteil in diesem Jahr in der Ortsgrößenklasse mit 5.000 bis 20.000 Einwohnern am stärksten – analog zum Onliner-Anteil. Das geringste Wachstum findet – ebenfalls analog zum Onliner-Anteil insgesamt – in der kleinsten Ortsgrößenklasse (unter 5.000 Einwohner) statt.



*Breitband: DSL, Kabelmodem oder anderer breitbandiger Zugang: 2009 exklusive mobiler Zugang

11. Internetnutzung im europäischen und weltweiten Vergleich

Deutschland unverändert auf Platz sieben in der Europäischen Union



Informations- und Netzgesellschaft

Auf dem Wege zur weltweit vernetzten Wissensgesellschaft ist eine Einebnung der „Digitalen Spaltung“ nach Ländern bislang nicht zu erkennen.

Das gilt nach den Zahlen der International Telecommunication Union (ITU) sowohl weltweit als auch innerhalb Europas. An der Spitze der EU15-Länder befindet sich Schweden mit einer Internetnutzung von 90 Prozent. Am unteren Ende der Skala innerhalb der EU15-Länder findet sich Griechenland, wo die Internetnutzung mit 42 Prozent innerhalb der Bevölkerung nicht einmal halb so hoch wie die Schwedens, der Niederlande, Dänemarks oder Luxemburgs ist.

Noch drei Viertel der Weltbevölkerung sind Offliner

2009 ist die Zahl der Onliner nach Angaben der International Data Corporation (IDC) um 30 Prozent auf über 1,6 Milliarden gestiegen. Damit nutzten mehr als 24 Prozent der Weltbevölkerung das Internet. Gut drei Viertel aller Menschen sind folglich Offliner. Den „Internet World Stats“ zufolge liegt die Anzahl der Internetnutzer Anfang 2010 bei über 1,8 Milliarden. Das entspricht einer aktuellen Nutzungsrate von fast 27 Prozent der Weltbevölkerung. Marktbeobachter und Analysten hatten diesen Entwicklungsstand erst für 2012 erwartet.

Nach den jetzigen Schätzungen soll es 2013 bereits 2,2 Milliarden Onliner geben. Während im Mittleren Osten und in Afrika von August 2008 bis August 2009 eine Wachstumsrate von 80 Prozent und in Lateinamerika von knapp 30 Prozent erzielt wurde, wuchs die Zahl der Internetnutzer auf dem heterogenen europäischen Markt um 20 Prozent und in den USA lediglich um vier Prozent. 2013 werden fast 48 Prozent aller Onliner in der Region Asien/Pazifik, 22 Prozent in Europa, 15 Prozent in Nordamerika und elf Prozent in Lateinamerika leben.

Deutschland auf Platz sieben in der Europäischen Union

Angesichts der niedrigen Nutzerdichte in einigen südosteuropäischen Staaten erreichte die Internet-Penetrationsrate in den EU27-Ländern 2009 65 Prozent. Das sind drei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. In Japan betrug die Nutzerdichte 73 Prozent, in den USA 80 Prozent. Unverändert sind die skandinavischen und nordwestlichen Länder Europas führend in der Internetnutzung: Island erreicht 93 Prozent Internetpenetration im Jahr 2009, gefolgt von Norwegen mit 91 Prozent und Schweden mit 90 Prozent. Es folgen die Niederlande mit 89 Prozent, Dänemark und Luxemburg mit jeweils 86 Prozent sowie Finnland und Großbritannien mit jeweils 82 Prozent. Am unteren Ende der Skala kommen Zypern auf 39 Prozent, Serbien auf 38 Prozent und Rumänien auf 33 Prozent Internetnutzung in der Bevölkerung. Deutschland liegt im Ranking der EU27-Länder unverändert auf dem siebten Platz: 77 Prozent der 16- bis 74-Jährigen sind Eurostat zufolge hierzulande online. Das sind zwei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Die Bundesrepublik dürfte ihren Platz nicht zuletzt wegen der „Breitbandstrategie der Bundesregierung“ verteidigt haben.

Trends und Entwicklungen

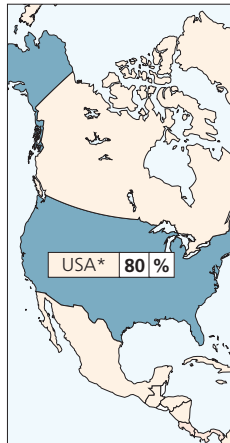
Weitere Wachstumsschübe für die Internetnutzung sind in Deutschland von der Nutzung neuer Funkfrequenzen für das mobile Internet („Digitale Dividende“) und von neuen Anwendungen zu erwarten. Dies gilt auch für entsprechende Angebote aus dem öffentlichen Bereich („E-Government“). Aufgrund seiner hohen Bevölkerungsdichte ist für Deutschland jedoch zu erwarten, dass die Sättigungsgrenze für Internetnutzung mittelfristig weiterhin bei unter 90 Prozent liegen wird.

Weitere Informationen dazu enthält der „Monitoring-Report Deutschland Digital – Der IKT-Standort im internationalen Vergleich 2009“. Die Berichte des „Monitoring Deutschland Digital“ werden von TNS Infratest Business Intelligence im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie erstellt und stehen kostenfrei zum Download unter www.tns-infratest.com/monitoring-deutschland-digital bereit.

Anselm Speich

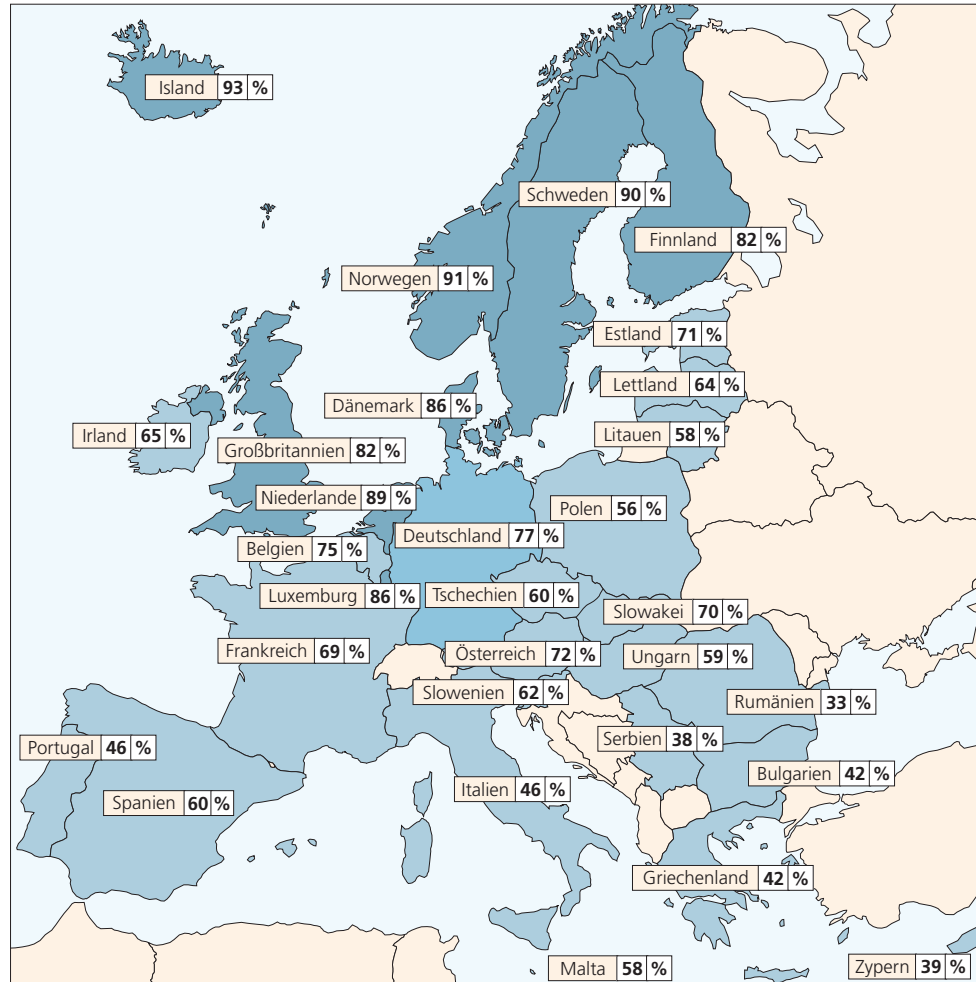
Projektleiter Monitoring Deutschland Digital
TNS Infratest Forschung GmbH

Internetnutzung: Deutschland im Vergleich: Europa und USA



* Quelle: Harris Interactive

Die Grundgesamtheit in den USA deckt abweichend von der EU27 die Bevölkerungsgruppe 18+ Jahre ab.



Quelle: Eurostat, Statistik der Informationsgesellschaft, Einzelpersonen – Nutzung des Internets in Prozent, 2009

Hinweis: Grundgesamtheit hier abweichend vom (N)ONLINER Atlas (16 bis 74 Jahre, Nutzung in den letzten drei Monaten), dadurch höhere Penetrationswerte.

1	Island	93 %	16	Spanien	60 %
2	Norwegen	91 %	17	Tschechische Republik	60 %
3	Schweden	90 %	18	Ungarn	59 %
4	Niederlande	89 %	19	Litauen	58 %
5	Dänemark	86 %	20	Malta	58 %
	Luxemburg	86 %	21	Polen	56 %
6	Finnland	82 %	22	Italien	46 %
	Großbritannien	82 %	23	Portugal	46 %
7	Deutschland	77 %	24	Bulgarien	42 %
8	Belgien	75 %		Griechenland	42 %
9	Österreich	72 %		Zypern	39 %
10	Estland	71 %		Serbien	38 %
11	Slowakei	70 %		Rumänien	33 %
12	Frankreich	69 %			
13	Irland	65 %		EU 27	65 %
14	Lettland	64 %		EU 25	67 %
15	Slowenien	62 %		EU 15	69 %
				USA*	80 %

Ansprechpartner:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Daniel Ott

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Initiative D21 e. V.
Telefon 030 / 526 87 22 55
daniel.ott@initiated21.de

Michael Knippelmeyer

Director Public Relations
TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG
Telefon 0521 / 92 57 687
michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

Projektleitung und Redaktion:

Matthias Peterhans

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00 1909
matthias.peterhans@tns-infratest.com

Dr. Wolfgang Neubarth

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00 1658
wolfgang.neubarth@tns-infratest.com

Impressum:

Herausgeber:

Initiative D21 e. V.
www.initiated21.de

TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG
www.tns-infratest.com

Mit freundlicher Unterstützung von:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
www.bmwi.de

FIDUCIA IT AG
www.fiducia.de

IDG Business Media GmbH
www.idg.de

TNS Infratest GmbH
www.tns-infratest.com

Wolters Kluwer Deutschland GmbH
www.wolterskluwer.de

Deutsche Telekom AG
www.deutsche-telekom.de

iCharts Inc.
www.ichartsbusiness.com

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e. V.
www.kompetenzz.de

Gestaltung und Produktion:

Kathleen Susan Hiller
viaduct b.
www.viaduct-b.de

Druck:

Königsdruck
www.koenigsdruck.de

mit freundlicher Unterstützung von

