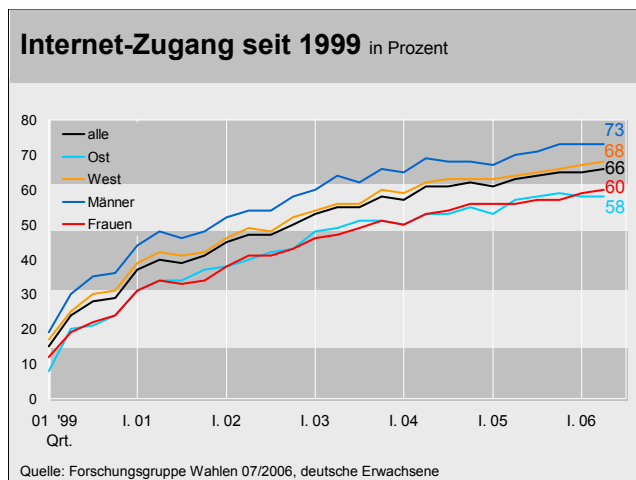


Aktuelle Internet-Ergebnisse

(Mannheim, 03.07.2006) Die Forschungsgruppe Wahlen erhebt regelmäßig Strukturdaten zur Internet-Nutzung. Für das II. Quartal 2006 wurden 3.568 Personen zwischen dem 25.04. und 15.06.2006 befragt. Die Ergebnisse der drei kumulierten telefonischen Umfragen sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Ein Teil der Daten ist im Folgenden dokumentiert.

Anteil der Internet-Anschlüsse

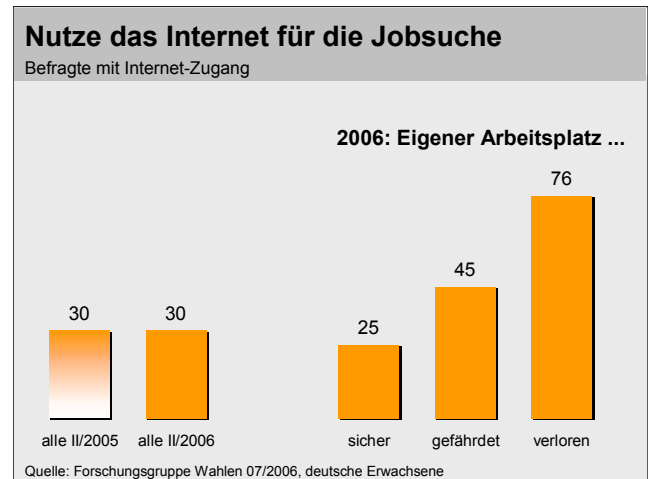
Zwei Drittel aller Deutschen (66 Prozent) ab 18 Jahren hatten im II. Quartal 2006 einen Zugang zum Internet. Dies sind geringfügig mehr als im I. Quartal 2006 (plus ein Prozentpunkt) und drei Prozentpunkte mehr als im Vorjahresvergleich. Unverändert zum letzten Quartal liegt der Anteil der Männer mit Internet-Zugang bei 73 Prozent. Deutlich niedriger ist er bei Frauen (60 Prozent, plus eins). Nach wie vor sind im Osten der Republik (58 Prozent) vergleichsweise weniger Menschen online als im Westen (68 Prozent).



Jobsuche im Internet

Im II. Quartal 2006 nutzten 30 Prozent aller Befragten mit Internet-Zugang das Internet zur Jobsuche. Dies sind ebenso viele wie im Vergleichszeitraum vor einem Jahr. Damit ist die Bedeutung der Stellensuche im Internet unverändert geblieben. Je nach beruflicher Situation wird die Möglichkeit der Online-Recherche unterschiedlich genutzt: So informiert sich lediglich jeder Vierte, der seinen Arbeitsplatz als sicher bezeichnet, online über freie Stellen. Hingegen nutzen 45 Prozent jener, die ihren Arbeitsplatz als unsicher einstufen, das Internet zur Recherche auf

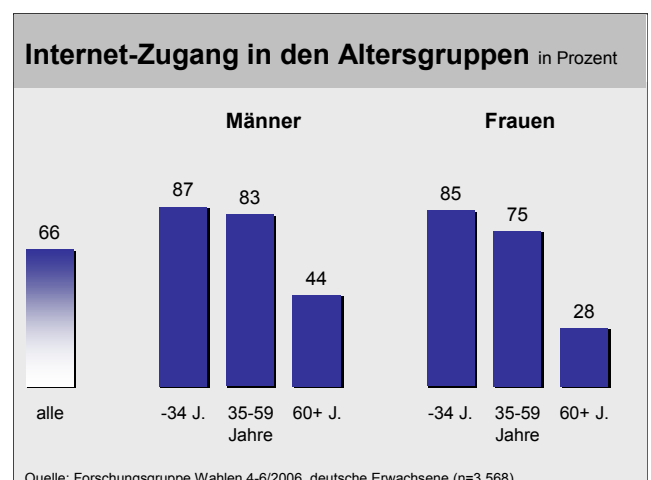
dem Stellenmarkt, und unter Arbeitslosen suchen 76 Prozent online nach einem neuen Job.



Für jene, die sich in Ausbildung befinden, ist das Internet eine attraktive Plattform rund um den Job, denn über die Hälfte (52 Prozent) nutzt das Medium zur Stellensuche. Der Anteil der Frauen (31 Prozent), die sich im Internet über Jobs informieren, liegt etwas höher als jener der Männer (28 Prozent). Außerdem wird das Medium hierfür im Osten stärker als im Westen genutzt, was auch im Zusammenhang mit der dortigen schlechteren Arbeitsmarktsituation zu sehen ist: 37 Prozent der Befragten in den ostdeutschen Bundesländern ziehen das Internet zur Jobsuche heran.

Altersstruktur

Mittlerweile gilt das Internet nicht mehr nur als Medium junger Menschen, vielmehr hat es über Altersgrenzen hinweg Verbreitung gefunden. In den Altersgruppen bis 49 Jahren nutzen mehr als 80 Prozent

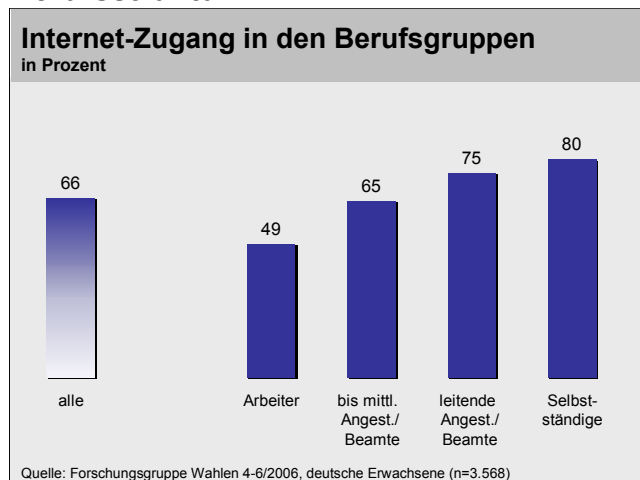


der Deutschen das Internet, bei den 50- bis 59-Jährigen sind es 69 Prozent. In der zahlenmäßig großen Gruppe der über 60-Jährigen hat sich der Anteil der Onliner in den letzten vier Jahren mehr als verdoppelt (35 Prozent). Die Kombination von Alter und Geschlecht zeigt in allen Altersgruppen einen höheren Anteil an Internet-Nutzern unter männlichen Bundesbürgern als unter weiblichen: Bei den unter 35-Jährigen sind die Unterschiede minimal (Männer: 87 Prozent, Frauen: 85 Prozent), bei den unter 60-Jährigen fällt die Differenz schon höher aus (83 Prozent gegenüber 75 Prozent) und bei den über 60-Jährigen haben 44 Prozent der Männer, aber nur 28 Prozent der Frauen Zugang zum Internet.

Internet und formale Bildung

Ausgesprochen starke Unterschiede in der Internet-Nutzung bestehen nach wie vor in Hinblick auf die formale Bildung. Während weit überdurchschnittliche 85 Prozent der Deutschen mit Hochschulreife über einen Internet-Zugang verfügen, sind es bei Befragten mit Mittlerer Reife 69 Prozent, bei jenen mit Hauptschule plus Lehre 43 Prozent und unter denen mit Hauptschule ohne Lehre lediglich 27 Prozent.

Berufsstruktur



Auch die berufliche Qualifikation ist ein Indikator für die Internet-Affinität der Deutschen. So ist der Anteil jener, die Zugang zum Internet haben, mit steigender beruflicher Qualifikation höher. Knapp die Hälfte der Arbeiter (49 Prozent) verfügt über einen Zugang. Bei einfachen und mittleren Angestellten und Beamten sind es 65 Prozent. Demgegenüber überrepräsentiert sind leitende Angestellte und höhere Beamte (75 Prozent) sowie Selbstständige (80 Prozent).

Nutzungsverhalten

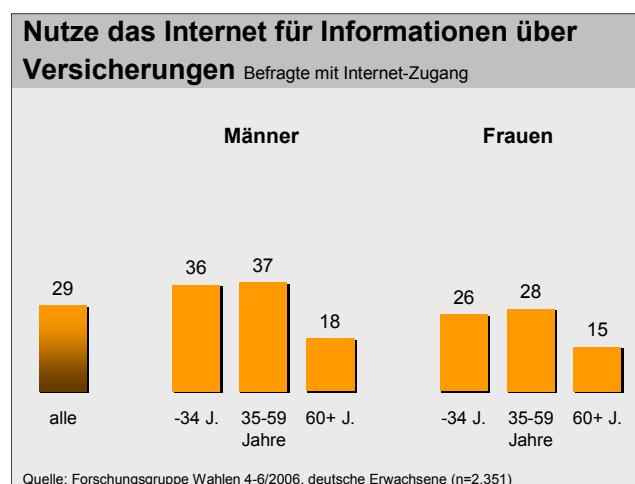
Praktisch keine Veränderungen im Nutzungsverhalten gab es im II. Quartal 2006: 70 Prozent der Inter-

net-Nutzer stellten online Preisvergleiche an, 59 Prozent kauften Produkte und Dienstleistungen über das Internet und 51 Prozent nutzten das Online-Banking. Rund ein Drittel rief Politiknachrichten (35 Prozent) oder Wirtschafts-/Börsennachrichten (33 Prozent) online ab und 29 Prozent informierten sich im Internet über Versicherungen. Online-Brokerage stagnierte bei 11 Prozent.



Informationen über Versicherungen

Fast jeder dritte Internet-Nutzer informiert sich online über Versicherungen. Hier sind Männer aktiver als Frauen, überdies nutzt die Gruppe der 35- bis 59-Jährigen diese Informationsquelle am intensivsten: 37 Prozent der Männer und 28 Prozent der Frauen recherchieren online. Nur geringfügig niedriger ist der Anteil bei den unter 35-Jährigen. Bei den über 60-Jährigen informieren sich lediglich 18 Prozent der Männer bzw. 15 Prozent der Frauen online über Versicherungen.



Die komplette Studie ist zum Preis von 40 EUR erhältlich unter Angabe einer Rechnungs- und E-Mail-Adresse bei: bestellung@forschungsgruppe.de.