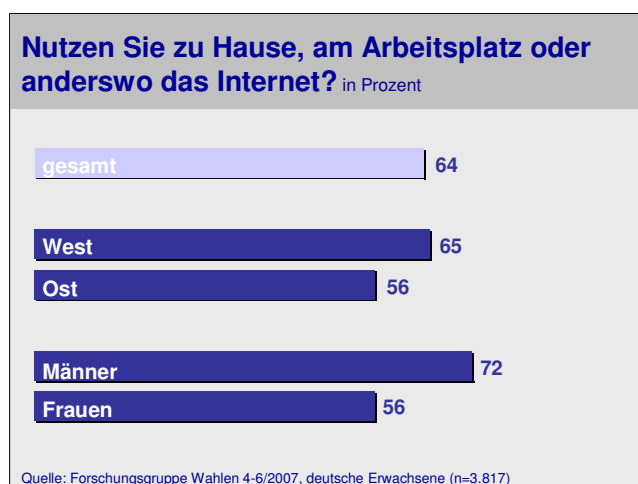




Aktuelle Ergebnisse

(Mannheim, 16.07.2007) Die Forschungsgruppe Wahlen erhebt regelmäßig Strukturdaten zur Internet-Nutzung. Für das II. Quartal 2007 wurden 3.817 Personen zwischen dem 17.04. und 21.06.2007 telefonisch befragt. Die Ergebnisse der drei kumulierten Umfragen sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Ein Teil der Daten ist im Folgenden dokumentiert.

Anteil der Internet-Nutzer

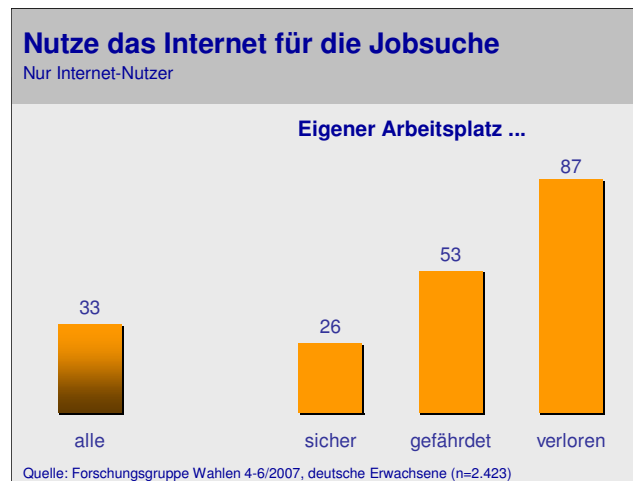


64 Prozent der deutschen Erwachsenen nutzten im II. Quartal 2007 das Internet zu Hause, am Arbeitsplatz oder anderswo. Im Vergleich zum I. Quartal 2007 ist dies ein Plus von drei Prozentpunkten. Unter Männern lag der Anteil jener, die das Internet nutzen, bei überdurchschnittlichen 72 Prozent, unter Frauen bei 56 Prozent. Im Westen der Republik waren es 65 Prozent, im Osten 56 Prozent. Außerdem sagten 70 Prozent, ihr Haushalt verfüge über einen Internet-Anschluss, unabhängig davon, ob sie ihn nutzen oder nicht.

Jobsuche über das Internet

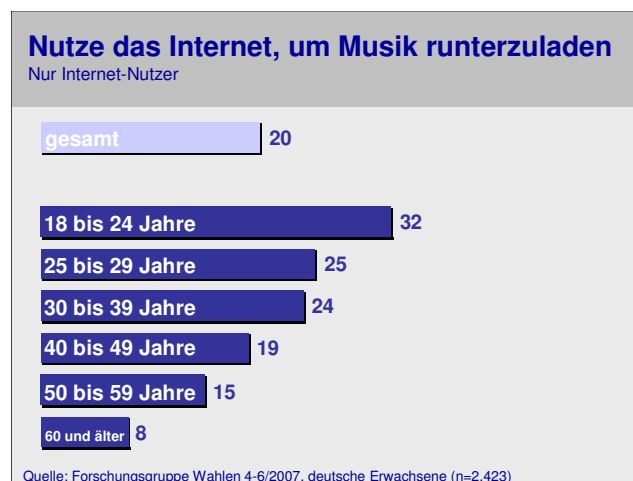
Bereits jeder dritte Internet-Nutzer ab 18 Jahren (33 Prozent) hat das Internet für die Jobsuche genutzt. Dies entspricht einem Plus von drei Prozentpunkten zum Vergleichszeitraum im Vorjahr. Interessant erweist sich das Internet insbesondere für jene, die keine Arbeit haben oder ihren Arbeitsplatz als unsicher erachten: 87 Prozent der Arbeitslosen nutzten das Internet für die Jobsuche und auch 53 Prozent derer, die ihren Arbeitsplatz als unsicher bezeichnen, informierten sich online über den Stellenmarkt. Bei jenen, die ihren Arbeitsplatz als sicher einstufen,

nutzte lediglich jeder Vierte (26 Prozent) das Internet zur Jobsuche.



Download von Musik

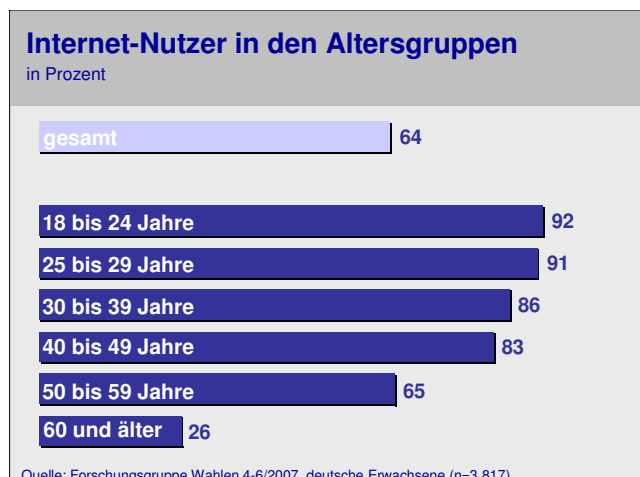
13 Prozent der Bundesbürger – dies entspricht 20 Prozent der Internet-Nutzer – luden im II. Quartal 2007 Musik aus dem Internet herunter. Besonders aktiv waren hier die männlichen Internet-Nutzer unter 35 Jahren: 33 Prozent luden Musik aus dem Internet gegenüber 20 Prozent der weiblichen Nutzer derselben Altersgruppe. Wie im Internet generell, nahmen mehr jüngere als ältere Menschen das Downloaden von Musik wahr.



Altersstruktur

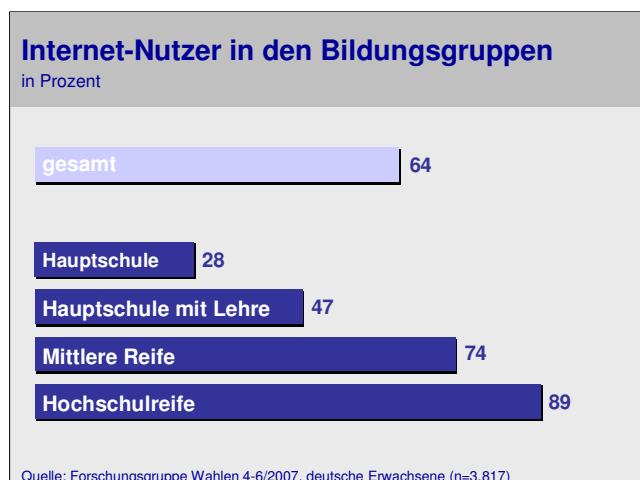
Nahezu alle unter 30-Jährigen nutzten im II. Quartal das Internet: 92 Prozent der 18- bis 24-Jährigen und 91 Prozent der 25- bis 29-Jährigen. Und auch bei den 30- bis 39-Jährigen sowie den 40- bis 49-Jährigen waren es mit 86 bzw. 83 Prozent noch die überwältigende Mehrheit. Erst bei den 50- bis 59-Jährigen sank der Anteil deutlich (65 Prozent), bei den Befrag-

ten ab 60 Jahren hingegen drastisch (26 Prozent). Hier gaben jedoch 38 Prozent an, in ihrem Haushalt existiere zumindest ein Internet-Zugang.

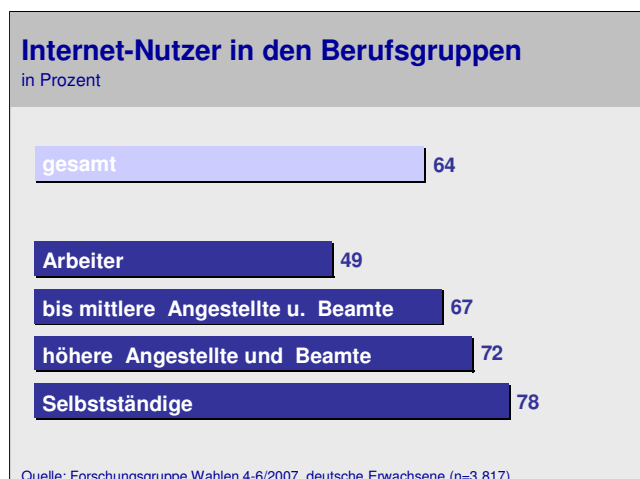


Internet und formale Bildung

Nach wie vor ist die formale Bildung ein aussagekräftiges Merkmal für die Internet-Nutzung: Am geringsten war im II. Quartal 2007 die Quote bei den Hauptschulabsolventen ohne Lehre (28 Prozent), etwas höher bei den Hauptschulabsolventen mit Lehre (47 Prozent). Überdurchschnittliche 74 Prozent waren es bei jenen mit Mittlerer Reife und weit überdurchschnittliche 89 Prozent bei jenen mit Hochschulreife.

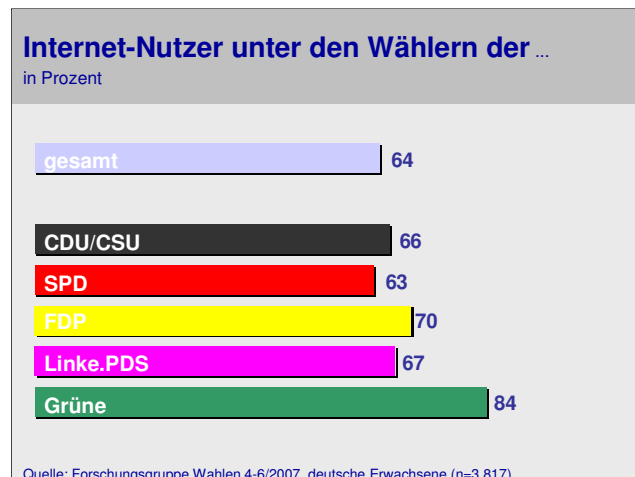


Berufsstruktur



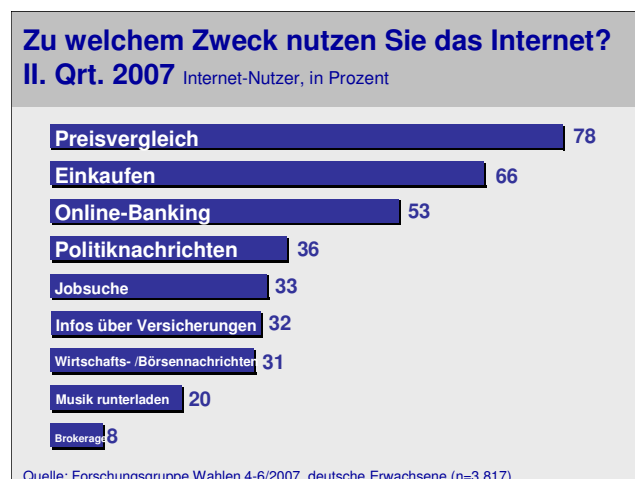
Große Unterschiede in der Internet-Nutzung in Bezug auf die verschiedenen Berufsgruppen gibt es einzig bei den Arbeitern, von denen nur 49 Prozent das Internet nutzen, in allen anderen Gruppen lag der Anteil deutlich höher: bei mittleren Angestellten und Beamten bei 67 Prozent, bei höheren Angestellten und Beamten bei 72 Prozent und bei Selbstständigen bei 78 Prozent.

Parteipräferenz



Nutzungsverhalten

Kaum Änderungen im Nutzungsverhalten gab es im II. Quartal 2007: 78 Prozent der Internet-Nutzer stellten online Preisvergleiche an, 66 Prozent kauften Produkte und Dienstleistungen im Internet und 53 Prozent wickelten ihre Bankgeschäfte online ab. 36 Prozent riefen Politiknachrichten und 31 Prozent Wirtschafts-/Börsennachrichten online ab. 32 Prozent informierten sich online über Versicherungen, Online-Brokerage betrieben 8 Prozent.



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