



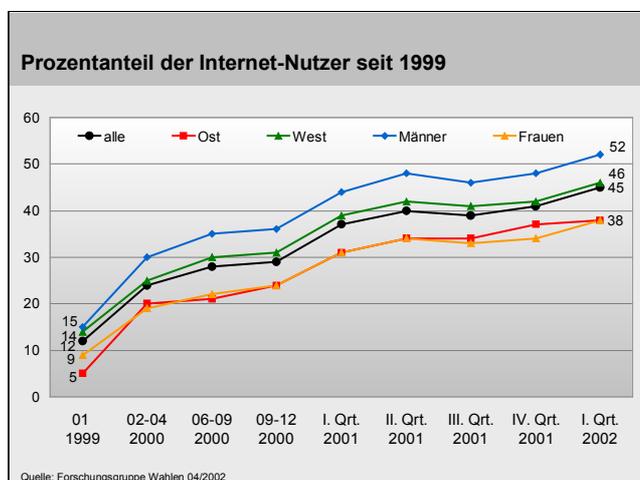
Internet-Strukturdaten I. Qrt. 2002

Aktuelle Internet-Ergebnisse

(Mannheim, 02.05.2002) Die Forschungsgruppe Wahlen erhebt regelmäßig Strukturdaten zur Internet-Nutzung. Diese telefonischen Umfragen sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Ein Teil der Daten des I. Quartals 2002 ist im Folgenden dokumentiert.

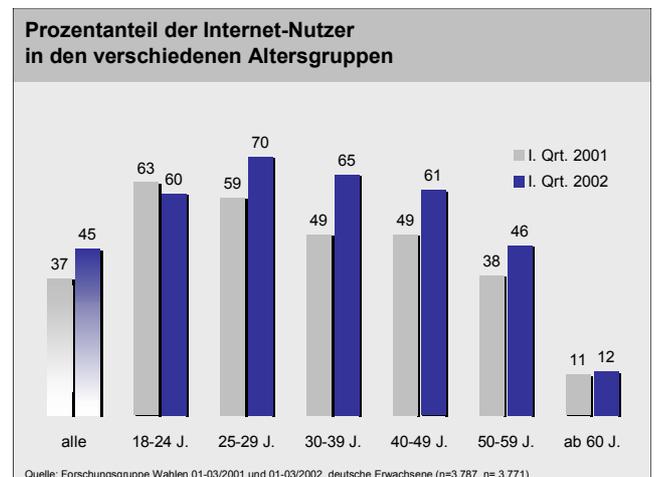
Veränderungen im Laufe der Zeit

Seit Anfang 1999 hat der Anteil der deutschen Erwachsenen, die das Internet nutzen, deutlich zugenommen: von zwölf Prozent Anfang 1999, über 24 Prozent Anfang 2000 und 37 Prozent im I. Quartal 2001 auf nunmehr 45 Prozent im I. Quartal 2002. Der Internet-Boom des Jahres 2000 verlangsamte sich damit im Jahr 2001 leicht und erst mit Beginn des neuen Jahres steigen die Zahlen wieder merklich an. Der Aufholprozess in Ostdeutschland fiel im Jahr 1999 besonders nachhaltig aus, im Jahr 2000 nahm der Ost-West-Unterschied wieder etwas zu und verringert sich 2001 wiederum. Auch im I. Quartal 2002 sind mit 38 Prozent der Ostdeutschen merklich weniger Menschen online als im Westen der Republik (46 Prozent). In geschlechtsspezifischer Hinsicht gilt auch weiterhin, dass deutlich mehr Männer das Internet nutzen als Frauen (52 Prozent gegenüber 38 Prozent).



Altersstruktur

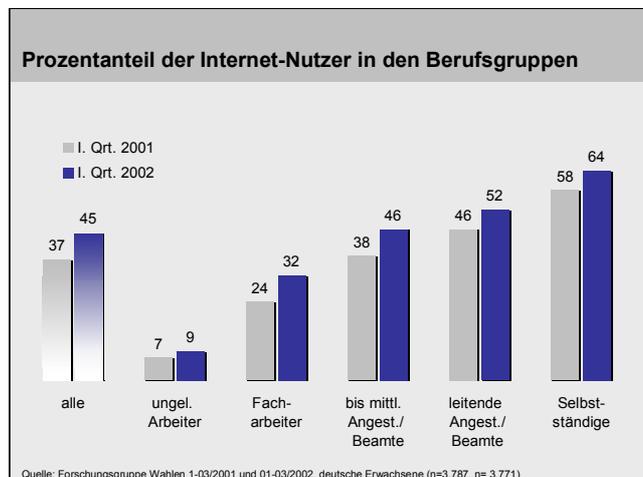
Unverändert ist das Internet – hier gemessen an denjenigen, die über einen Internet-Zugang verfügen – ein junges Medium. Während bei den über 60-Jährigen im I. Quartal nur zwölf Prozent im Internet erreichbar sind, sind es bei den 18- bis 24-Jährigen 60 Prozent und bei den 25- bis 29-Jährigen inzwischen 70 Prozent. Im Vergleich zum I. Quartal 2001 ist in allen Altersgruppen ein deutlicher Anstieg der Internet-Nutzer festzustellen mit Ausnahme der 18- bis 24-Jährigen, deren Anteil leicht gesunken ist, sowie bei den über 60-Jährigen, deren Anteil nur geringfügig gestiegen ist. Den höchsten Sprung machten die 30- bis 39-Jährigen. Heute verfügen 65 Prozent dieser Altersgruppe über einen Internet-Zugang im Vergleich zu 49 Prozent im I. Quartal 2001.



Berufsstruktur

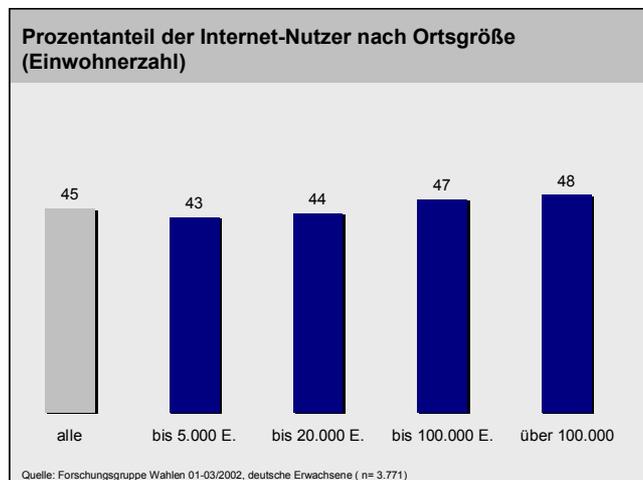
Das Internet ist nicht nur ein junges Medium, es ist auch ein Medium der Angestellten und Selbstständigen, die es nicht nur beruflich, sondern auch privat wesentlich häufiger nutzen als die Arbeiterschaft. Naturgemäß sind die Selbstständigen aufgrund ihrer beruflichen Nutzung am häufigsten online erreichbar (64 Prozent). Besonders auffällig ist, dass der Anteil der ungelerten Arbeiter, die über einen Internet-Zugang verfügen, nur zögerlich zunimmt und im I. Quartal 2002 bei neun Prozent liegt. Die Facharbeiter sowie die einfachen und mittleren Angestellten und Beamten konnten im

Laufe des letzten Jahres die höchsten Zuwächse verbuchen.



Ortsgröße

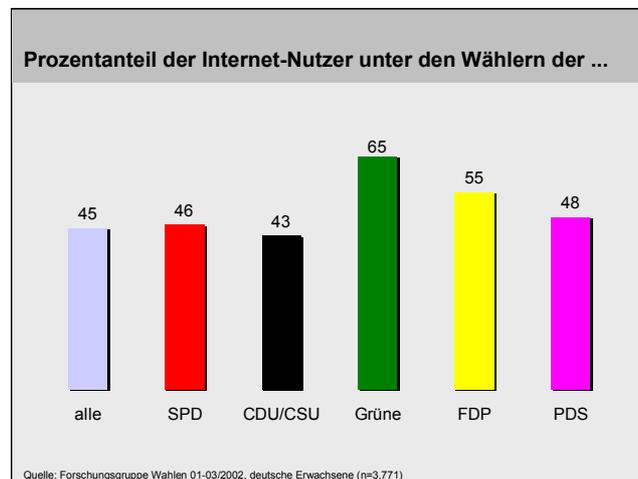
Ob jemand auf dem Land oder in der Großstadt lebt, macht hingegen einen weniger großen Unterschied. Lediglich in den größeren Städten bis bzw. über 100.000 Einwohnern nutzen mit 47 bzw. 48 Prozent etwas mehr Personen das Internet als dies in den kleineren Gemeinden der Fall ist.



Parteipräferenz

Während die Anhänger der beiden großen Parteien in der Internet-Nutzung nicht wesentlich vom Gesamtdurchschnitt abweichen (SPD: 46 Prozent, CDU/CSU: 43 Prozent), sind insbesondere die Anhänger der Grünen (65 Prozent) aber auch die der FDP (55 Prozent) besonders häufig im Internet vertreten. Kräftig aufgeholt haben die Anhänger

der CDU/CSU im letzten Quartal: Verfügten Ende 2001 erst 37 Prozent der Unionsanhänger über einen Internet-Zugang, so sind es im I. Quartal 2002 nun 43 Prozent.



Online-Shopping

Bereits 60 Prozent der Internet-Nutzer vergleichen online Preise und 42 Prozent tätigen auch Einkäufe im Internet. Die 25- bis 29-Jährigen sind die Vorreiter im Online-Shopping. In dieser Altersgruppe nutzen bereits 60 Prozent die Möglichkeit, über das Internet einzukaufen, bei den 30- bis 39-Jährigen Internet-Nutzern sind dies noch 50 Prozent. Bei den 60-Jährigen und Älteren nutzt hingegen nur knapp ein Viertel das Internet zum Einkufen.

