

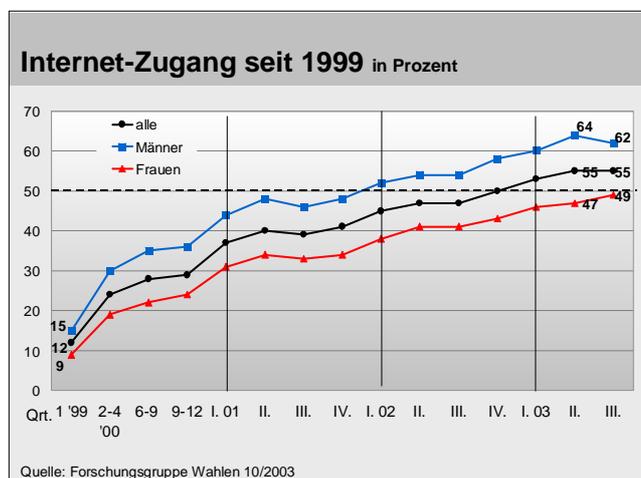


Aktuelle Internet-Ergebnisse

(Mannheim, 20.10.2003) Die Forschungsgruppe Wahlen erhebt regelmäßig Strukturdaten zur Internet-Nutzung. Für das III. Quartal 2003 wurden insgesamt 3.713 Personen zwischen dem 14.07. und 11.09.03 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.

Veränderungen im Laufe der Zeit

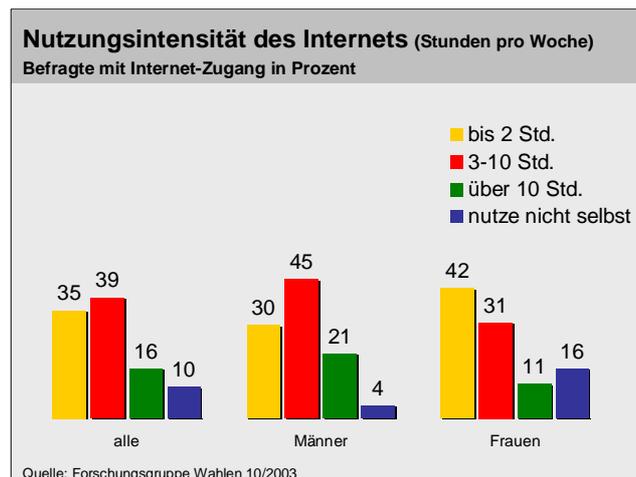
Wie bereits im II. Quartal 2003 verfügten auch im III. Quartal 55 Prozent aller deutschen Erwachsenen über einen Zugang zum Internet. Erstmals haben mehr als die Hälfte aller Ostdeutschen (51 Prozent) einen Internet-Zugang, während dies im Westen der Republik 56 Prozent sind. Auch weiterhin zeigen sich große geschlechtsspezifische Unterschiede: 62 Prozent der Männer verfügen über einen Internet-Zugang, bei Frauen liegt der Anteil erst bei 49 Prozent. Insgesamt stagnierte damit wie auch in den Jahren zuvor die Zuwachsrate vom II. zum III. Quartal – im Jahr 2001 war sie sogar rückläufig.



Nutzungsintensität

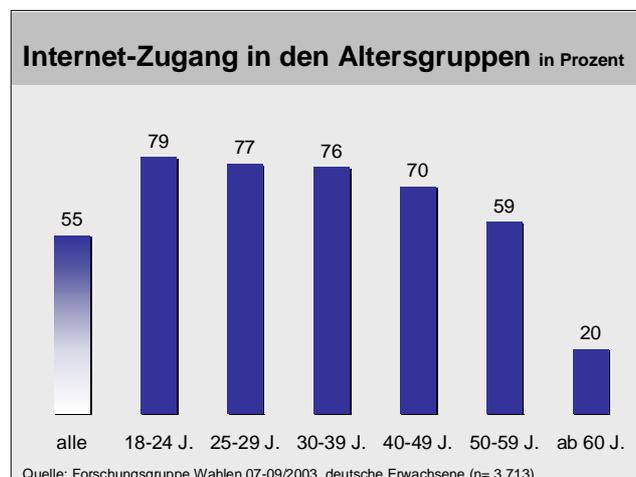
35 Prozent der Deutschen mit Internet-Zugang verbringen in der Woche bis zu zwei Stunden im Internet, weitere 39 Prozent zwischen drei und zehn Stunden und 16 Prozent verweilen mehr als 10 Stunden im Web. Jeder Zehnte gibt jedoch an, den Internet-Anschluss nicht selbst zu nutzen. In Bezug auf die Nutzungsdauer zeigen sich sowohl alters- als auch geschlechtsspezifische Unterschiede. Für Männer ist das Internet eine zeitintensivere Beschäftigung

als für Frauen: 21 Prozent der männlichen, aber lediglich elf Prozent der weiblichen Nutzer verbringen über zehn Stunden in der Woche im Internet. Außerdem nutzen 16 Prozent der Frauen den vorhandenen Internet-Anschluss gar nicht selbst gegenüber nur vier Prozent bei den Männern.



Altersstruktur

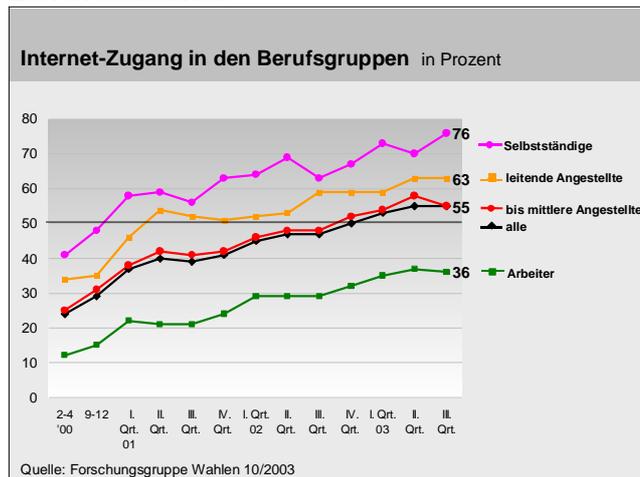
Innerhalb der Altersgruppen hat sich ebenfalls im Vergleich zum vorangegangenen Quartal wenig geändert. Noch immer liegt der Anteil der Onliner bei allen Altersgruppen bis 49 Jahren bei 70 Prozent und mehr, die 50- bis 59-Jährigen sind mit 59 Prozent leicht überdurchschnittlich häufig vertreten und die über 59-Jährigen mit 20 Prozent weiterhin stark unterrepräsentiert.



Ebenfalls große Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Menschen ergeben sich hinsichtlich der Nutzungsintensität. Während in der Gesamtheit all jener mit Internet-Zugang 16 Prozent mehr als zehn Stunden

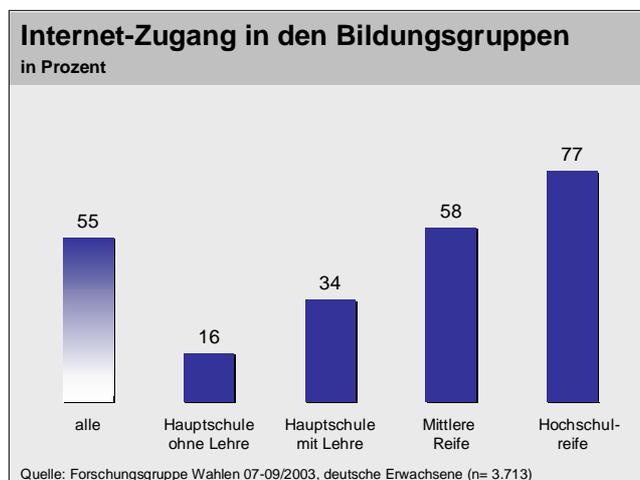
den in der Woche das Internet nutzen, sind dies unter den 18- bis 24-Jährigen und den 25- bis 29-Jährigen jeweils mehr als ein Viertel (26 Prozent bzw. 25 Prozent) und in den mittleren Altersgruppen noch 16 bzw. 17 Prozent. Unter den 50- bis 59-Jährigen sinkt der Anteil auf zehn Prozent und unter den über 59-Jährigen sind dies nur sieben Prozent. Aber 22 Prozent der über 59-Jährigen, die angeben über einen Internet-Zugang zu verfügen, nutzen diesen nicht selbst.

Berufsstruktur



Innerhalb der verschiedenen Berufsgruppen sind es die einfachen und mittleren Angestellten und Beamten, die über Jahre hinweg einen ähnlich hohen Anteil an Nutzern aufwiesen wie in der Gesamtheit. Die Selbstständigen und mittleren bis höheren Angestellten sowie Beamten nutzten das Internet stets überdurchschnittlich häufig, wohingegen Arbeiter immer unterdurchschnittlich vertreten waren.

Internet und formale Bildung

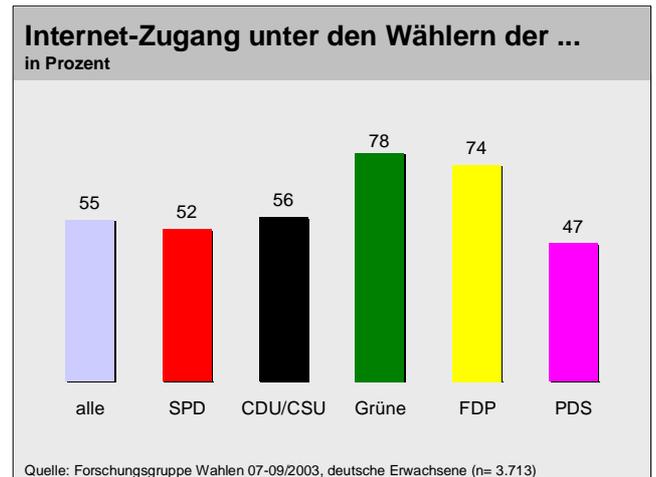


Besonders auffällig sind weiterhin die großen Unterschiede in der Zugangshäufigkeit im Zusammenhang mit der formalen Bildung: Während über zwei Drittel

(77 Prozent) der Deutschen mit Hochschulreife einen Internet-Zugang besitzen, sind dies unter jenen mit Mittlerer Reife 58 Prozent und unter jenen mit Hauptschulabschluss mit Lehre nur 34 Prozent (ohne Lehre: 16 Prozent).

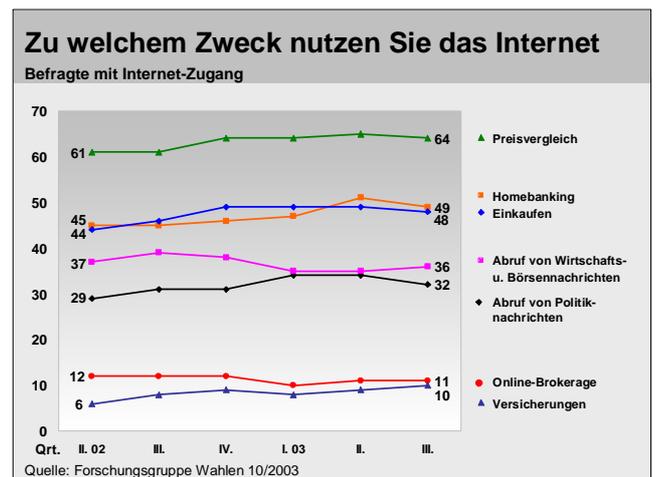
Parteipräferenz

Überdurchschnittlich häufig sind die Anhänger der Grünen (78 Prozent) und der FDP (74 Prozent) im Internet vertreten, die Anhänger der SPD (52 Prozent) und der CDU/CSU (56 Prozent) weichen nur wenig vom Gesamtdurchschnitt ab.



Nutzungsverhalten

Kaum Änderungen zeigen sich auch im Nutzungsverhalten in Bezug auf den Abruf von Wirtschafts- und Politiknachrichten, Online-Brokerage, Online-Versicherungen, Online-Shopping und das Vergleichen von Preisen.



Die komplette Studie ist zum Preis von EUR 40,00 erhältlich unter Angabe einer Rechnungs- und E-Mail-Adresse bei: Bestellung@forschungsgruppe.de