

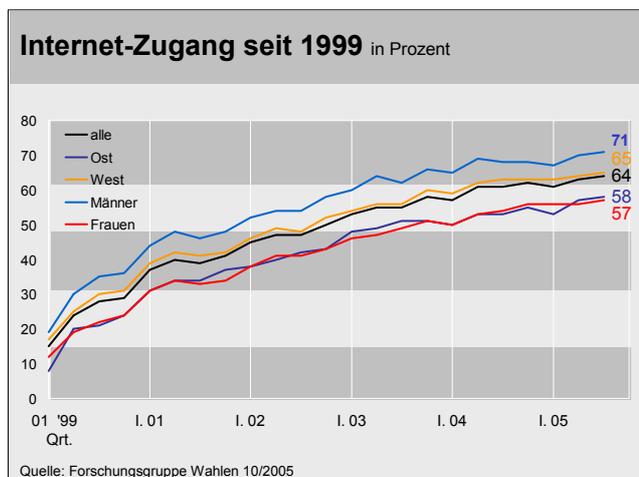


Aktuelle Internet-Ergebnisse

(Mannheim, 13.10.2005) Die Forschungsgruppe Wahlen erhebt regelmäßig Strukturdaten zur Internet-Nutzung. Für das III. Quartal 2005 wurden 3.826 Personen zwischen dem 19.07. und 8.9.2005 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

Im dritten Quartal 2005 hatten 64 Prozent aller deutschen Erwachsenen einen Zugang zum Internet. Dies ist ein Plus von 3 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Der prozentuale Anteil der Männer, die online sind, ist nach wie vor deutlich höher (71 Prozent) als jener der Frauen (57 Prozent). Außerdem verfügen mehr Befragte im Westen (65 Prozent) als im Osten (58 Prozent) über einen Internet-Zugang.

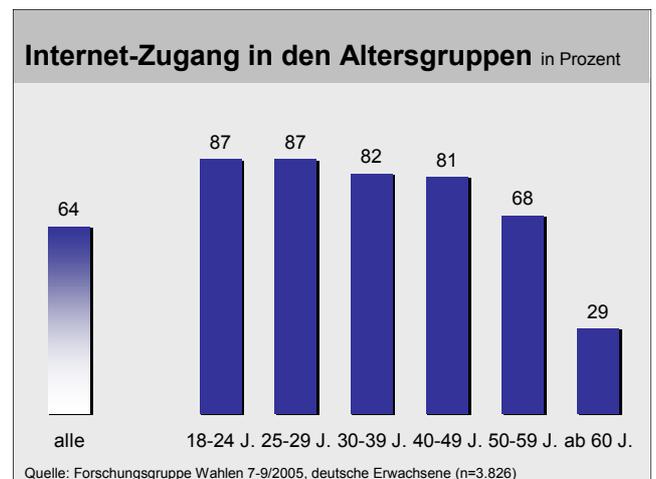


Nutzungsintensität

Knapp ein Drittel (32 Prozent) der Nutzer ist bis zu zwei Stunden in der Woche im Internet unterwegs, 39 Prozent sind bis zu zehn Stunden online und 20 Prozent verweilen mehr als zehn Stunden im Internet; weitere neun Prozent nutzen ihren Anschluss nicht selbst. Mit steigendem Alter der Internet-Nutzer sinkt die Nutzungsintensität: So ist mit 34 Prozent etwas mehr als ein Drittel der 18- bis 24-Jährigen über zehn Stunden pro Woche online, bei den 30- bis 39-Jährigen sind dies noch 19 Prozent und bei den über 60-Jährigen 8 Prozent.

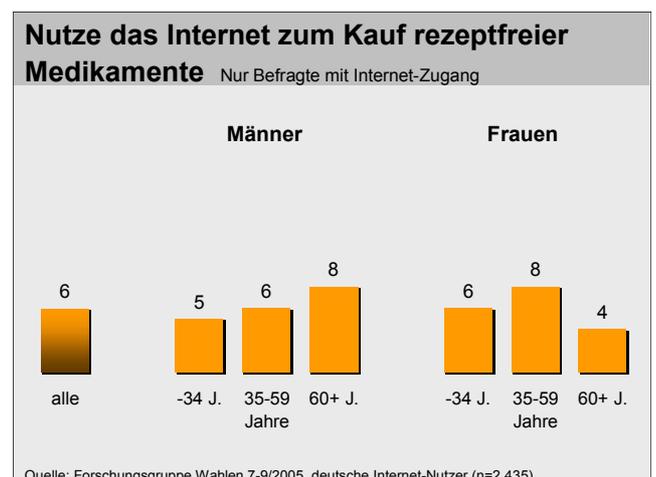
Altersstruktur

Weit überproportional hohe Zugangsraten finden sich innerhalb aller Altersgruppen bis 50 Jahren: Hier sind jeweils mehr als vier von fünf Befragten mit einem Internet-Zugang ausgestattet. Etwas über dem Durchschnitt liegen die 50- bis 59-Jährigen mit 68 Prozent. In der besonders großen Altersgruppe der über 60-Jährigen verfügen jedoch lediglich 29 Prozent über einen Internet-Anschluss.



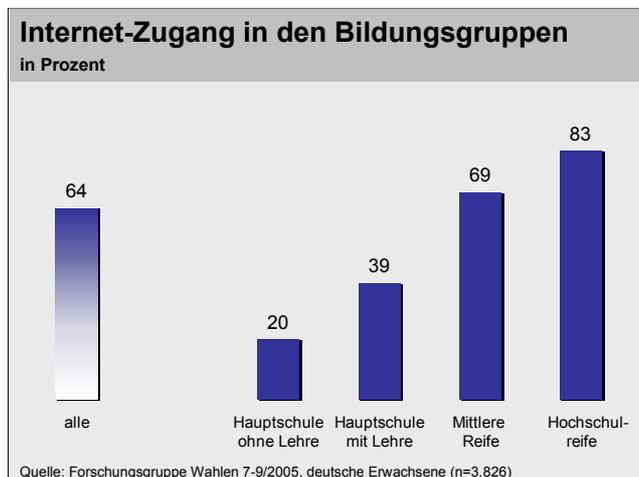
Online-Kauf rezeptfreier Medikamente

Der Kauf rezeptfreier Medikamente im Internet ist bislang nicht weit verbreitet: 4 Prozent aller deutschen Erwachsenen und 6 Prozent unter den Internet-Nutzern haben das Internet bereits zum Kauf rezeptfreier Medikamente genutzt. Dabei fallen kaum Unterschiede in den verschiedenen sozialen Gruppen auf. Naturgemäß ist der Anteil derjenigen, die Medikamente im Internet bestellen, unter den über 60-jährigen männlichen Internetusern, aber auch bei den 35- bis 59-jährigen weiblichen Usern mit jeweils 8 Prozent am höchsten.



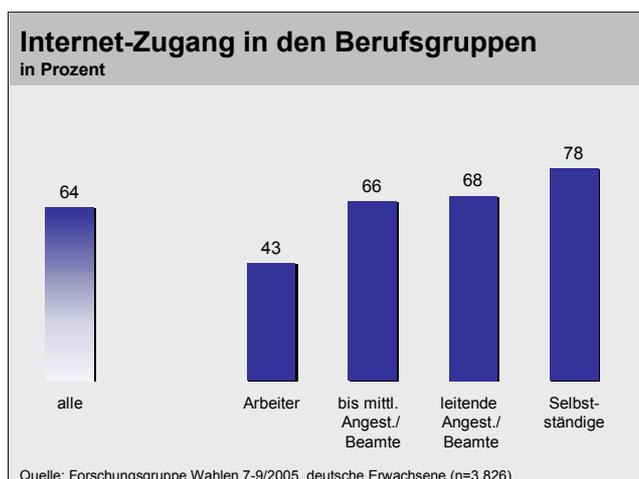
Internet und formale Bildung

Nach wie vor ist das Internet ein Medium der formal höher Gebildeten. Während unter Hauptschulabsolventen ohne Lehre nur jeder fünfte einen Internet-Zugang hat, sind dies vier von fünf Deutschen mit Hochschulreife. Befragte mit Mittlerer Reife sind leicht überdurchschnittlich oft im Internet vertreten (69 Prozent).



Berufsstruktur

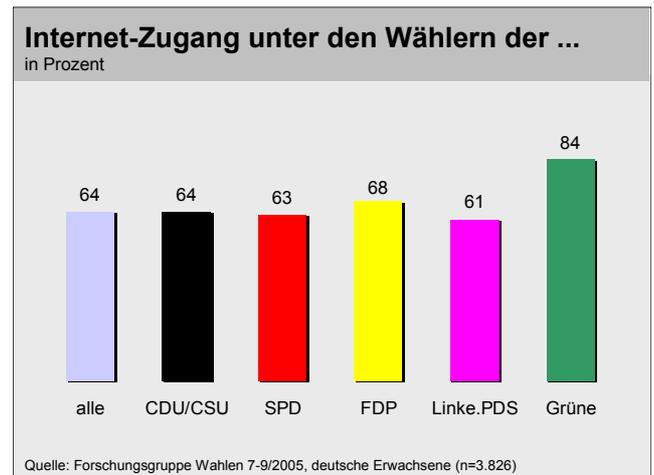
Auch die berufliche Qualifikation entscheidet darüber, ob jemand über einen Zugang zum Internet verfügt oder nicht. Während Angestellte und Beamte etwas häufiger als der Durchschnitt im Web unterwegs sind, sind Arbeiter deutlich seltener (43 Prozent) und Selbstständige (78 Prozent) häufiger im Netz anzutreffen.



Parteipräferenz

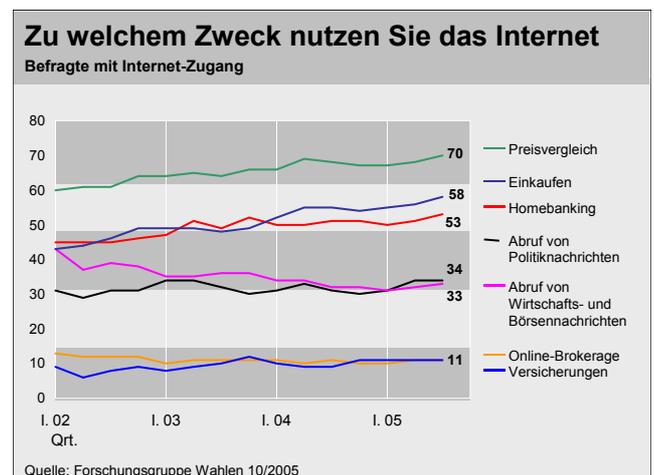
Die Partei-Anhänger von CDU/CSU (64 Prozent) und SPD (63 Prozent) spiegeln in ihrer Häufigkeit eines Internet-Anschlusses den Gesamtdurchschnitt sehr gut wider. Anhänger der FDP und insbesondere der

Grünen sind überdurchschnittlich häufig und Anhänger von Linke.PDS leicht unterdurchschnittlich vertreten.



Nutzungsverhalten

70 Prozent der Internet-Nutzer stellen online Preisvergleiche an. 58 Prozent kaufen Produkte und Dienstleistungen im Internet und 53 Prozent wickeln ihre Bankgeschäfte online ab. Diese drei Aktivitäten verbuchen im Zeitverlauf kontinuierlich leichte Zuwächse. Hingegen variiert der Anteil jener, die im Internet Politiknachrichten (34 Prozent) und Wirtschafts-/Börsennachrichten (33 Prozent) abrufen, eher in Abhängigkeit von tagesaktuellen Geschehnissen. Online-Brokerage und der Abschluss von Versicherungen im Internet stagniert seit langem auf niedrigem Niveau (III. Quartal 2005: jeweils 11 Prozent).



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