

Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2003

Gender-Mainstreaming-Sonderauswertung
des (N)ONLINER Atlas 2003

INITI@TIVE **D**²¹



Methodenbeschreibung der Befragung

Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland

Stichprobe

30.116 Interviews

Erhebungsmethode

CATI = (Computer Assisted Telephone Interviewing)

Erhebungszeitraum

18. März bis 24. Mai 2003

Der (N)Onliner-Atlas 2003 wurde unterstützt von der Dresdner Bank, der Deutschen Telekom, Lycos, IBM und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit.

Download der Sonderauswertung: www.frauen-technik-impulse.de/n-onliner

Copyright

Diese Sonderauswertung ist einschließlich ihrer Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Vereins Frauen geben Technik neue Impulse e.V. unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 2004 | Frauen geben Technik neue Impulse e.V.

Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2003

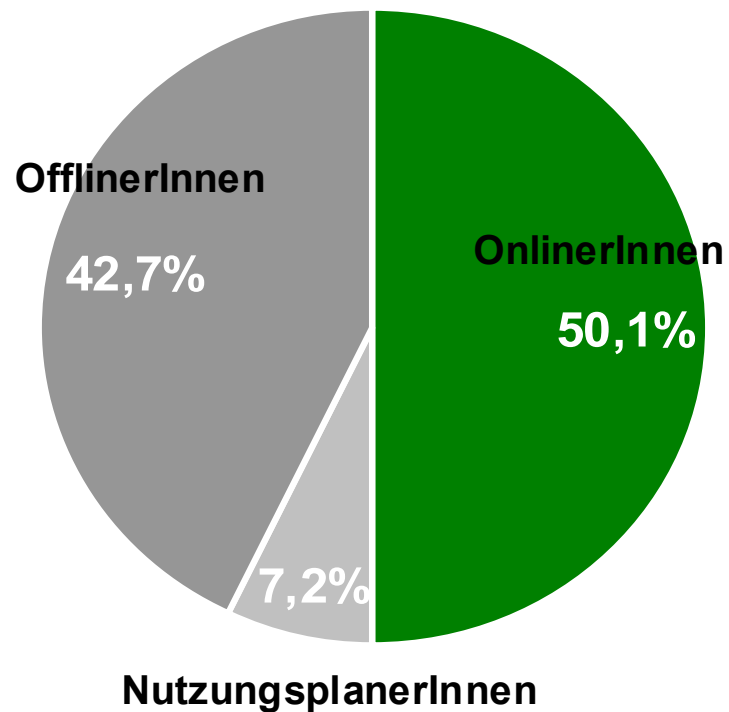
Themenübersicht

- Onlinenutzung von Männern und Frauen – die Kluft wächst
- Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer
- Bildung fördert Onlinenutzung
- Beschäftigung ist kein Garant für Onlinenutzung
- Arbeitslosigkeit und Onlinenutzung – Skepsis bleibt
- Geringes Einkommen – geringere Onlinenutzung
- „Internet für Alle“ ist kein „Internet für Alte“
- Niemanden auf dem Weg ins Netz zurücklassen
- Kontakt

Onlinenutzung von Frauen und Männern - die Kluft wächst

Onlinenutzung von Frauen und Männern – die Kluft wächst

Onlinenutzung im Aufwind

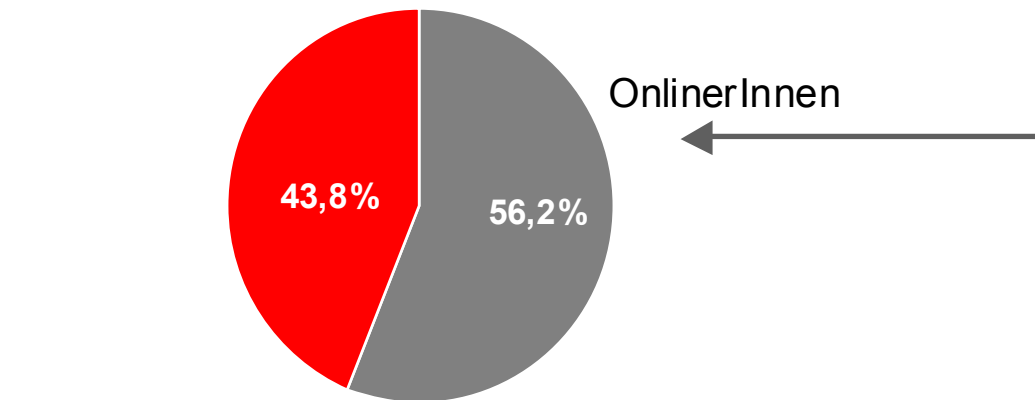


Es geht grundsätzlich aufwärts: Im Jahr 2003 ist die **Hälfte** der deutschen Bevölkerung über 14 Jahre **online**.

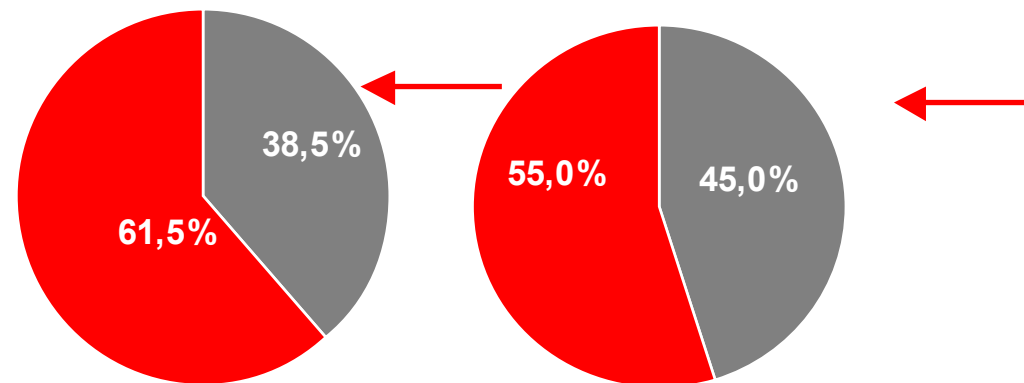
Die hohen Zuwachsraten bei männlichen Online-nutzern sind verantwortlich für diese positiven Gesamtzahlen.

Onlinenutzung von Frauen und Männern – die Kluft wächst

OnlinerInnen – NutzungsplanerInnen - OfflinerInnen



Die Mehrheit der OnlinerInnen sind Männer: **56,2 Prozent**



Die Mehrheit der OfflinerInnen und auch der NutzungsplanerInnen sind Frauen: **61,5** und **55 Prozent**.

In der Gesamtbevölkerung haben Frauen einen Anteil von gut **52 Prozent**.

OfflinerInnen

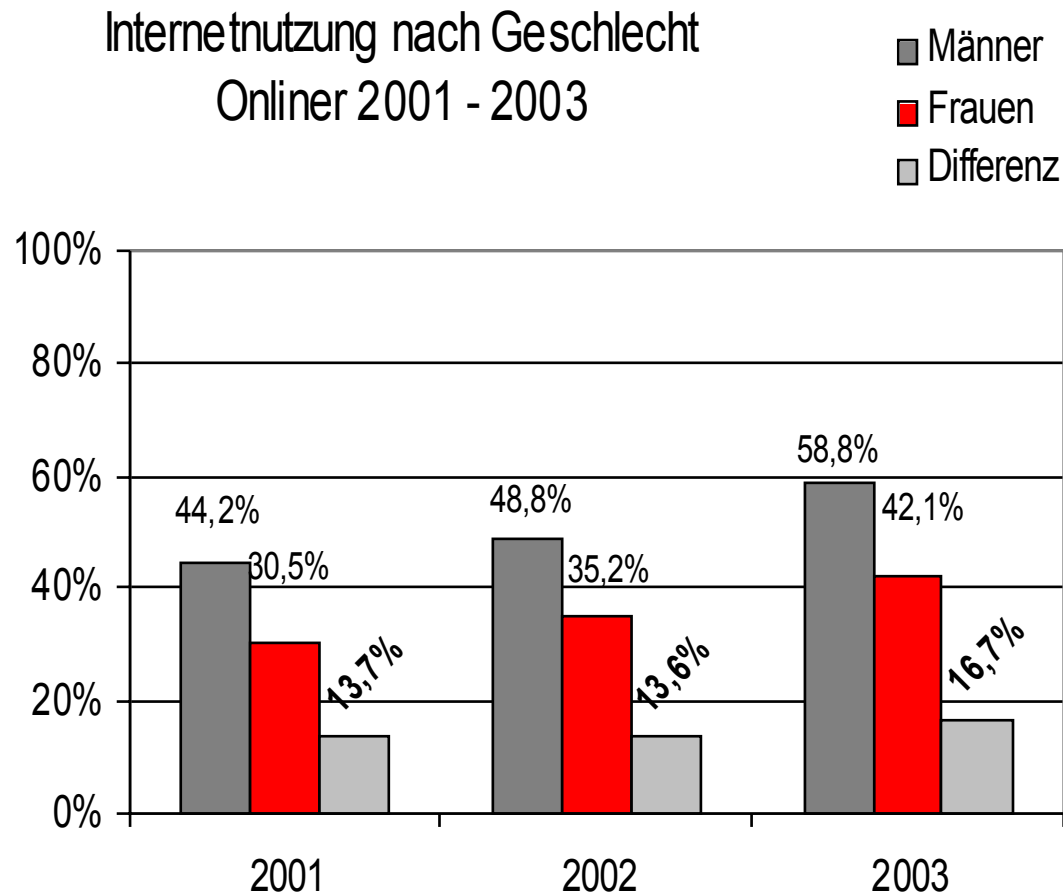
NutzungsplanerInnen

 Frauen

 Männer

Onlinenutzung von Frauen und Männern – die Kluft wächst

Die Kluft wächst wieder



Die Schere bei der Onlinenutzung von Frauen und Männern ging im Vergleich zu den Vorjahren weiter auseinander:

2003: **16,7%** ↑
 2002: 13,6%
 2001: 13,7%

Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer

Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer Frauen und Männer im Vergleich

Frauen und Männer online nach Bundesländern						
Bundesland	Frauen		Männer		Gesamt	
	Platz	Prozent	Platz	Prozent	Platz	Prozent
Hessen	1	47,5	3	60,9	3	53,9
Schleswig-Holstein	2	47,2	10	56,7	4	51,7
Berlin	3	45,4	1	69,2	1	56,6
Baden-Württemberg	4	44	5	60,1	5	51,7
Bayern	5	41,8	4	60,6	6	50,9
Niedersachsen	6	41,8	6	59,5	7	50,3
Hamburg	7	41,4	2	68,6	2	54
Nordrhein-Westfalen	8	41,3	7	58,2	8	49,4
Thüringen	9	41,2	12	55	10	47,9
Rheinland-Pfalz	10	40,1	9	57,1	9	48,3
Saarland	11	40	14	54	14	46,6
Sachsen	12	40	13	54,9	12	47,1
Brandenburg	13	39,6	11	56,6	11	47,9
Sachsen-Anhalt	14	38,4	15	53,2	15	45,5
Bremen	15	36,4	8	58,3	13	46,7
Mecklenb. - Vorpom.	16	36,4	16	49,9	16	42,9

Frauen auf dem Land

Platz 1: Hessen

Platz 2: Schleswig-Holstein

Männer in der Stadt

Platz 1: Berlin

Platz 2: Hamburg

Gesamt

Platz 1: Berlin

Platz 2: Hamburg

Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer Platz 1 bis 8 bei den Frauen 2002 und 2003 (nach Internetnutzung)

Platzierung 2003		Vergleich 2002	
1	Hessen	Bei den Flächenländern hat Hessen den höchsten Onliner-Anteil insgesamt. Bei den Frauen ist das Bundesland der Spitzenreiter. 47 Prozent der Frauen nutzen dort das Internet.	+4
2	Schleswig-Holstein	Mit einem sehr hohen Anteil an Onlinerinnen – dem zweithöchsten bundesweit – rückt Schleswig-Holstein auf Platz 4 im Gesamt-Bundesländer-Ranking.	-1
3	Berlin	Im Bundesländervergleich steht Berlin mit 45 Prozent Onlinenutzung der Frauen auf Rang 3 – das entspricht dem durchschnittlichen Anteil der weibl. Internetnutzung in Großstädten mit über 500.000 EinwohnerInnen.	+4
4	Baden-Württemberg	Mit 44 Prozent Onlinerinnen ein weiteres überdurchschnittliches Flächenland.	-2
5	Bayern	Die bayrischen Frauen repräsentieren online, offline und bei der Nutzungsplanung den weiblichen Durchschnitt.	-1
6	Niedersachsen	Niedersachsen hat im Vergleich zu Bayern einen niedrigeren Anteil weiblicher Onliner, durch eine höhere Nutzungsplanung jedoch auch einen niedrigeren Anteil weiblicher Offliner.	-3
7	Hamburg	Für eine Großstadt fällt der Anteil von 41 Prozent Onlinerinnen sehr spärlich aus. In keinem anderen Bundesland ist der Abstand bzgl. der Internetnutzung zwischen Männern und Frauen so groß (28 Prozentpunkte Differenz).	+1
8	Nordrhein-Westfalen	Hier liegen fast alle Werte im Bereich des Bundesdurchschnitts: Die Onliner-Anteile leicht darunter, die Anteile der Offlinerinnen leicht darüber.	+1

Hessen hat Schleswig-Holstein von der Spitze verdrängt.

Niedersachsen verschlechtert sich um 3 Plätze.

Aufsteiger des Jahres

Hessen: + 4

Berlin: + 4

Saarland: + 5

Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer Platz 9 bis 16 bei den Frauen 2002 und 2003 (nach Internetnutzung)

Platzierung 2003		Vergleich 2002	
9	Thüringen	Thüringen führt bei den neuen Bundesländern: Es liegt mit 41 Prozent Internetnutzerinnen vor Rheinland-Pfalz und nur knapp hinter Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Hamburg und Bayern.	+2
10	Rheinland-Pfalz	Rheinland-Pfalz ist ein weiteres Bundesland, das bei den Frauen nahe an der „goldenen Mitte“ liegt und sich von anderen Bundesländern nur durch einen höheren Anteil an Nutzungsplanerinnen hervorhebt.	0
11	Saarland	Im letzten Jahr aufgeholt: Trotz niedrigem Onliner-Anteil bei den Frauen unterdurchschnittlich viele Frauen offline: Das Land mit dem höchsten Anteil an Nutzungsplanerinnen.	+5
12	Sachsen	Sachsen unterscheidet sich von den Frauen vom Saarland und Rheinland-Pfalz durch eine niedrigere Nutzungsplanung und entsprechend höherem Anteil an Frauen, die offline sind.	0
13	Brandenburg	Brandenburg ist neben Mecklenburg-Vorpommern das einzige Bundesland, in dem weniger als die Hälfte der berufstätigen Frauen das Internet nutzen.	+1
14	Sachsen-Anhalt	Nur 22 Prozent der nicht berufstätigen Frauen nutzen das Internet – so wenige wie in keinem anderen Bundesland. Diese Tatsache senkt den Anteil der weiblichen Onliner in Sachsen-Anhalt drastisch.	-1
15	Bremen	Zweitniedrigster Onliner-Anteil bei den Frauen – der Anteil von 12 Prozent Nutzungsplanerinnen lässt jedoch für die Zukunft hoffen.	-9
16	Mecklenburg-Vorpommern	In allen drei Gruppen eine extreme Ausprägung: die niedrigsten Anteile bei den Frauen online und den Nutzungsplanerinnen, den höchsten Anteil an Frauen offline bundesweit.	-1

Auch Thüringen und Brandenburg konnten sich verbessern.

Absteiger des Jahres

Bremen: - 9

Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer Platz 1 bis 8 bei den Männern 2002 und 2003 (nach Internetnutzung)

Platzierung 2003		Vergleich 2002	
1	Berlin	Berlin lebt von den Männern – das gilt zumindest für die Internetnutzung. Ohne den hohen Anteil männlicher Onliner wäre Berlin nicht die Nummer 1 der Bundesländer.	0
2	Hamburg	Mit Hamburg rückt ein weiterer Stadtstaat durch den weit überdurchschnittlichen Onliner-Anteil der Männer an die Spitze der Bundesländer-Rangfolge – direkt hinter Berlin.	+1
3	Hessen	Das Flächenland mit dem höchsten Onliner-Anteil, sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen.	-1
4	Bayern	In den südlichen Bundesländern ist der Onliner-Anteil bei den Männern deutlich höher als bei den Frauen. In Bayern nutzen 61 Prozent der Männer das Internet.	+2
5	Baden-Württemberg	Der Onliner-Anteil bei Männern liegt in Baden-Württemberg nur leicht unter dem von Hessen und Bayern.	0
6	Niedersachsen	Der Onliner-Anteil in Niedersachsen entspricht bei den Männern genau dem Durchschnittswert von 59 Prozent. Das sind bereits 10 Prozentpunkte weniger als in Berlin.	+1
7	Nordrhein-Westfalen	Trotz der großen Städte und Ballungsräume liegt der Onliner-Anteil in NRW auch bei den Männern unter dem Durchschnitt.	+1
8	Bremen	Obschon Bremen im Bundesländerranking insgesamt weit hinten liegt, gibt es in der Hansestadt relativ viele männliche Onliner.	+2

Berlin behauptet den ersten Platz.

Hessen und Hamburg haben die Plätze getauscht.

Bayern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Bremen konnten sich verbessern.

Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer Platz 9 bis 16 bei den Männern 2002 und 2003 (nach Internetnutzung)

Platzierung 2003		Vergleich 2002	
9	Rheinland-Pfalz	Entgegen der generellen Tendenz nutzen in Rheinland-Pfalz verhältnismäßig wenige Männer in den größeren Städten das Internet.	0
10	Schleswig-Holstein	Im Gegensatz zu den Frauen ist der Anteil der männlichen Onliner im äußersten Norden mit 57 Prozent sehr niedrig für ein westliches Bundesland.	-6
11	Brandenburg	Bei den Männern zeigt Brandenburg ein sehr ausgeprägtes Stadt-Land-Gefälle der Internetnutzung	+3
12	Thüringen	Obwohl der Onliner-Anteil der Männer deutlich vom Bundesdurchschnitt abweicht, liegt der Anteil der männlichen Offliner auf dem Niveau von Rheinland-Pfalz und Brandenburg: Zweithöchste Nutzungsplanung bei den Männern.	+3
13	Sachsen	Durch den zweitniedrigsten Anteil an männlichen Nutzungsplanern bundesweit ist der männliche Offliner-Anteil in Sachsen fast so hoch wie in Mecklenburg-Vorpommern.	-1
14	Saarland	Im Gegensatz zu den Frauen können die Männer im Saarland nicht mit einem hohen Nutzungsplaner-Anteil aufwarten. Hier findet sich der höchste Offliner-Anteil in den alten Bundesländern.	-3
15	Sachsen-Anhalt	Sachsen-Anhalt liegt in der männlichen Onlinenutzung knapp hinter dem Saarland, hat aber mehr Nutzungsplaner. Trotz Zuwächsen bleibt das Bundesland im Vergleich zum Vorjahr weiterhin am hinteren Feld der Rangfolge.	-2
16	Mecklenburg-Vorpommern	In Mecklenburg-Vorpommern sind „nur“ 50 Prozent der Männer online – ein Anteil der immer noch deutlich über den Spitzenwert der Frauen liegt. Das Bundesland mit dem höchsten Anteil männlicher Nutzungsplaner.	0

Absteiger des Jahres:

Schleswig-Holstein: - 6
Saarland: - 3

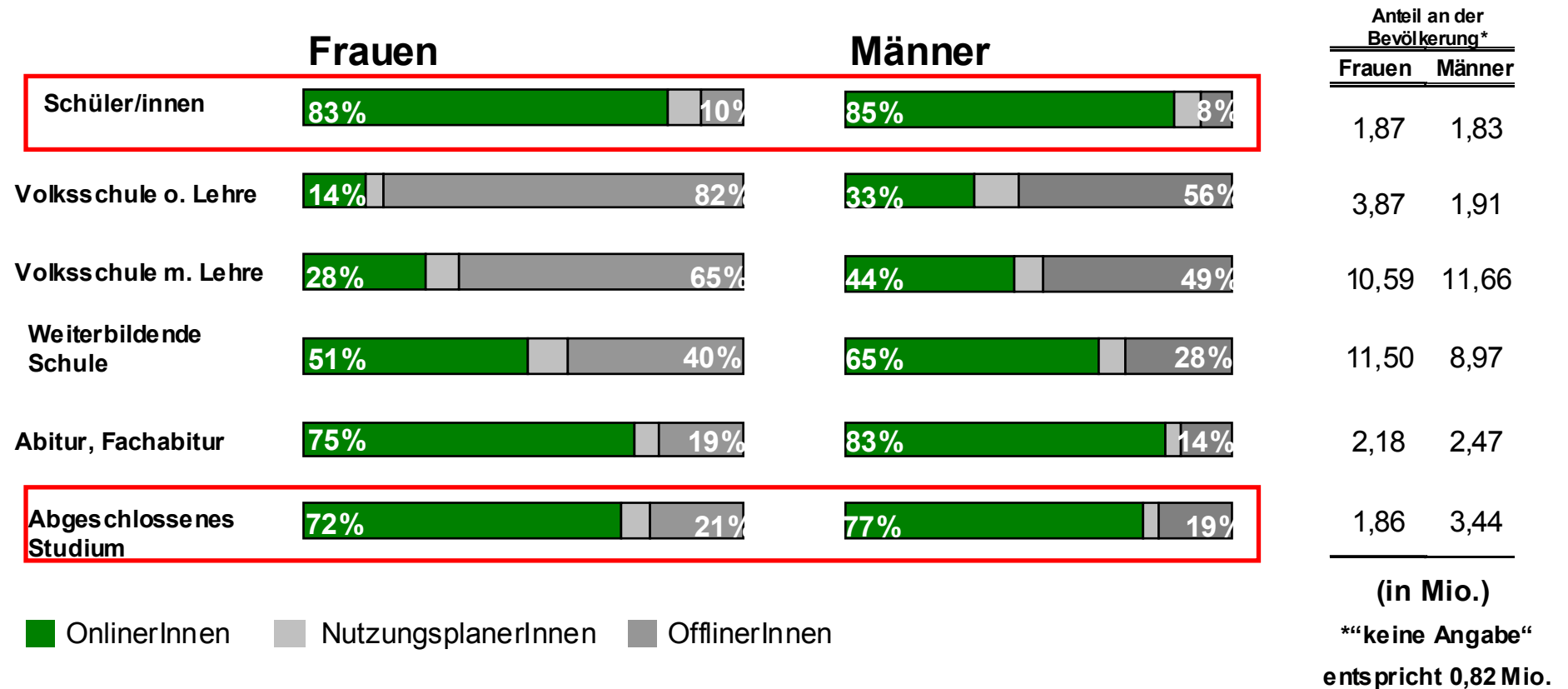
Thüringen und Brandenburg haben sich verbessert, Sachsen-Anhalt fiel weiter zurück.

Schlusslicht wie bei den Frauen:
Mecklenburg-Vorpommern

Bildung fördert Onlinenutzung

Bildung fördert Onlinenutzung

Internetnutzung nach Schulbildung (1)

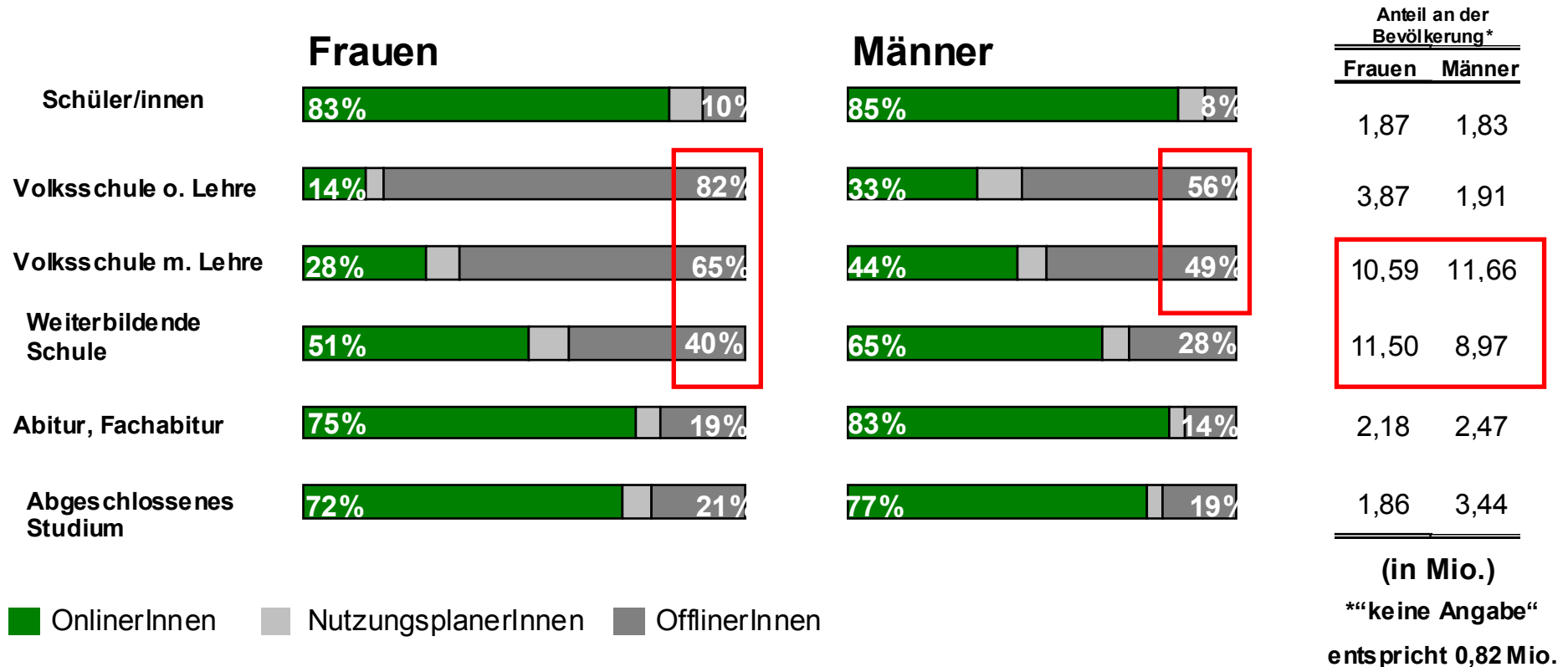


Schülerinnen kennen und nutzen das Internet fast im gleichen Umfang wie Ihre männlichen Mitschüler.

Frauen und Männer mit **abgeschlossenem Studium** liegen ebenfalls fast gleichauf.

Bildung fördert Onlinenutzung

Internetnutzung nach Schulbildung (2)

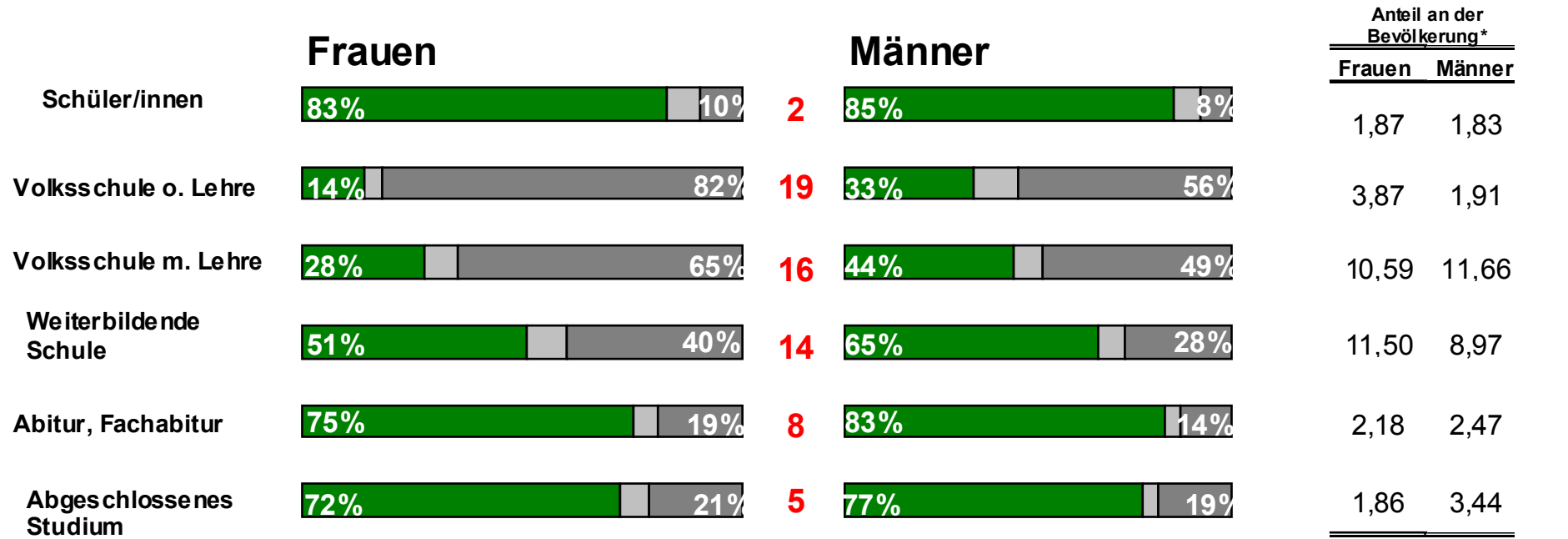


Frauen und Männer mit Volksschulabschluss (mit und ohne Lehre) haben die höchsten Anteile an OfflinerInnen: das entspricht 10 Millionen Frauen und „nur“ 6,8 Millionen Männern.

Auch unter den 11,5 Millionen Frauen, die eine weiterbildende Schule besucht haben, ist der Offlineranteil mit 40 Prozent noch recht hoch.

Bildung fördert Onlinenutzung

Internetnutzung nach Schulbildung (3)



Differenz der Online-Anteile (in %)

■ OnlinerInnen ■ NutzungsplanerInnen ■ OfflinerInnen

(in Mio.)

***keine Angabe**

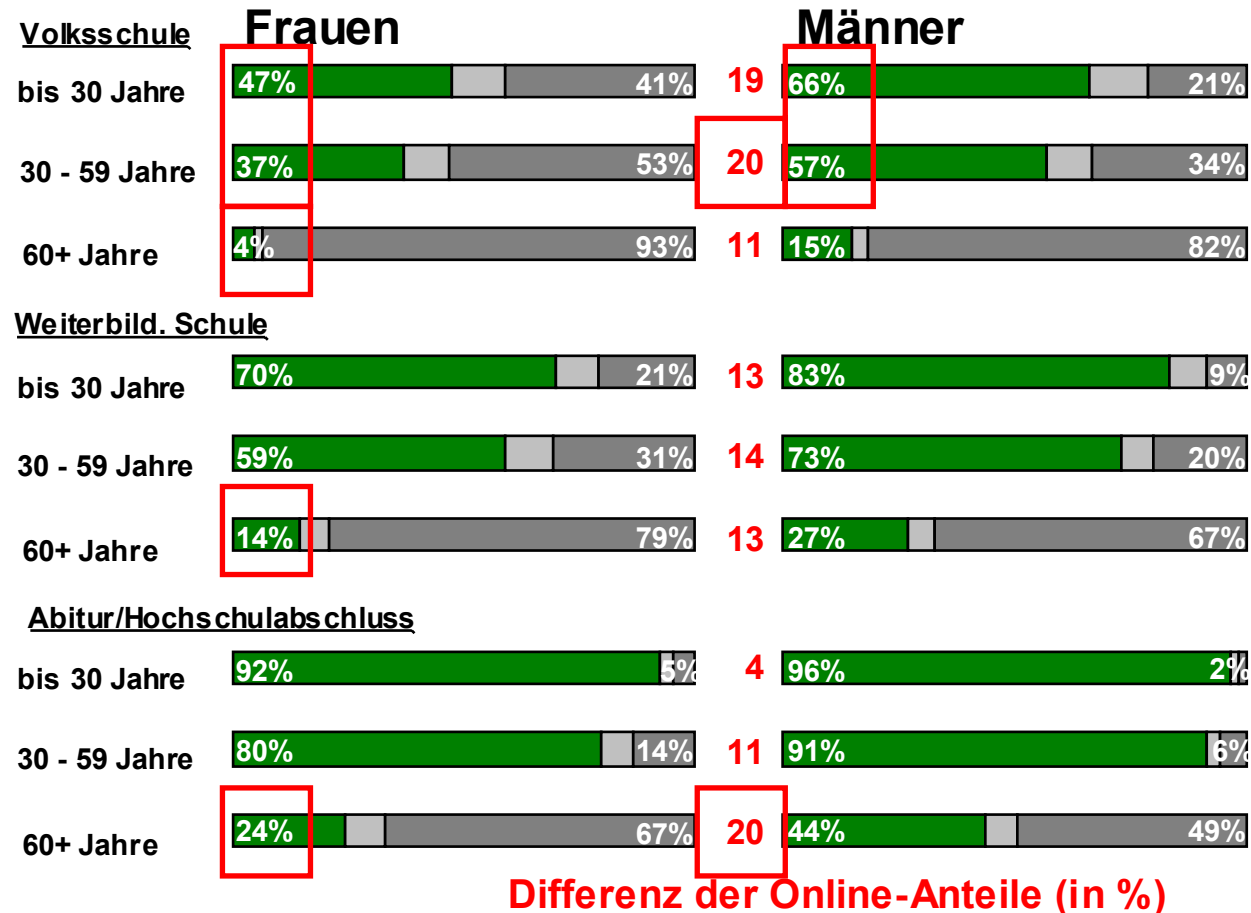
entspricht 0,82 Mio.

Die größte Differenz - **19 Prozentpunkte** - und die geringsten Nutzungsraten finden sich in der Gruppe *Volksschule ohne Lehre*.

Mit dem Bildungsniveau steigt die Internetnutzung und die Differenz zwischen Frauen und Männer nimmt ab: **16 - 14 - 8 - 5 Prozentpunkte**.

Bildung fördert Onlinenutzung

Internetnutzung nach Schulbildung und Alter



Auch bei **jüngeren Frauen** mit geringem Bildungsabschluss ist die Internetnutzung unterdurchschnittlich. Hier zeigen sich auch **gravierende Unterschiede** zu den Männern derselben Altersgruppen.

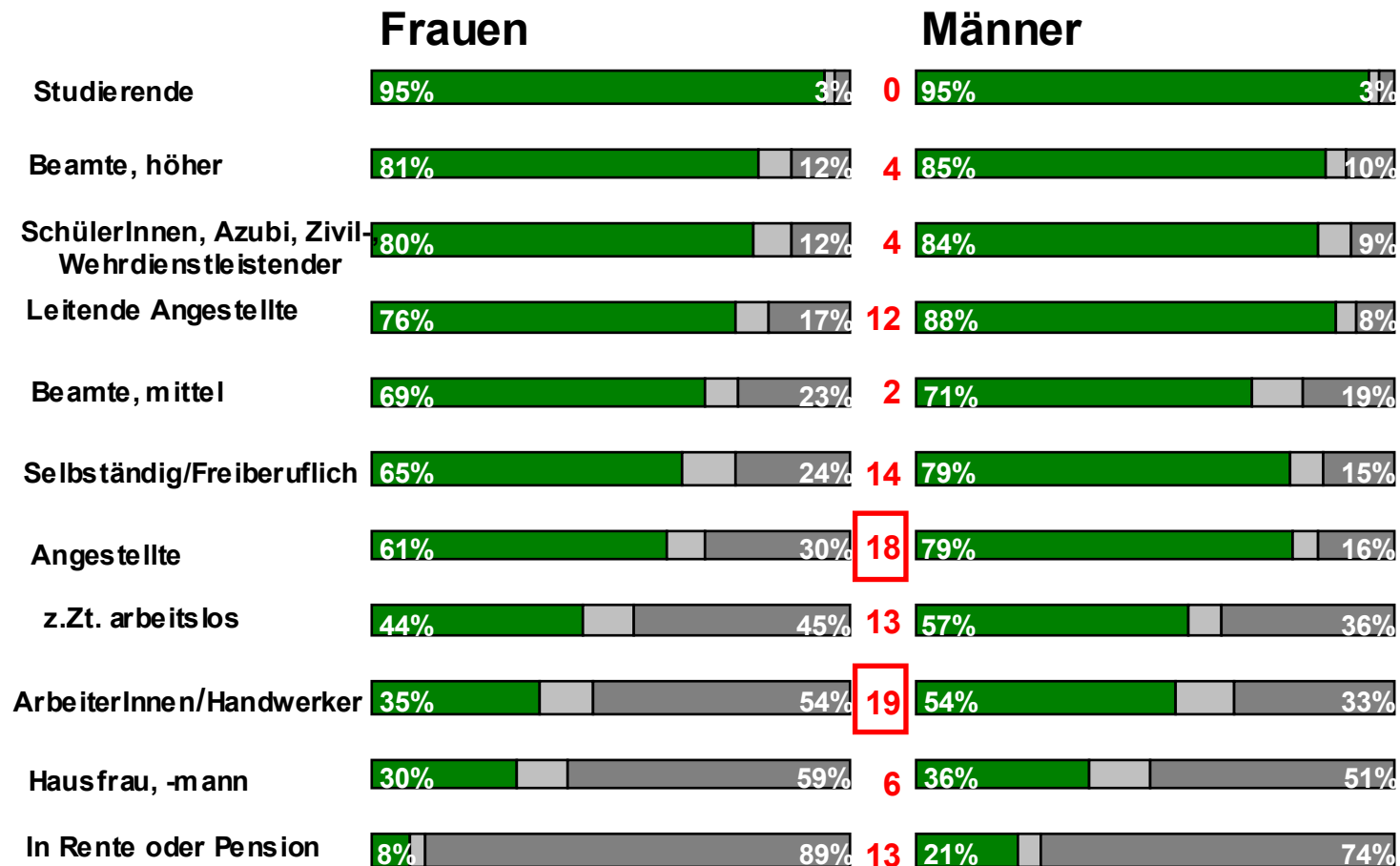
Bei Frauen über 60 Jahren sind in allen Bildungsschichten die Nutzungsraten sehr gering. Die Differenz zu den Männern ist in den Gruppen **Abitur/Hochschulabschluss** mit **20 Prozentpunkten** genauso hoch wie bei **Volksschule: 30-59 Jahre!**

■ OnlinerInnen ■ NutzungsplanerInnen ■ OfflinerInnen

Beschäftigung ist kein Garant für Onlinenutzung

Beschäftigung kein Garant für Onlinenutzung

Internetnutzung nach beruflichem Status



Differenz der Online-Anteile (in %)

■ OnlinerInnen ■ NutzungsplanerInnen ■ OfflinerInnen

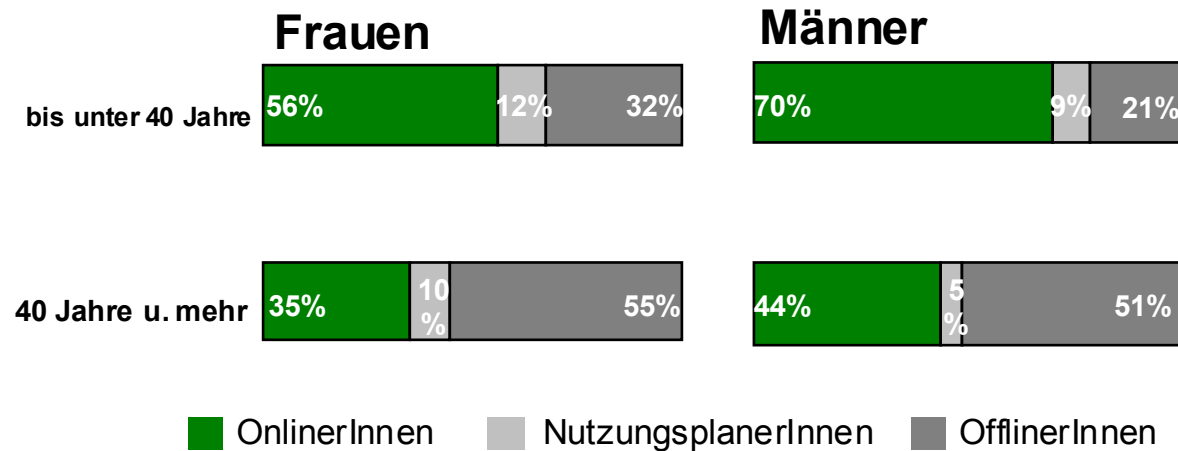
Beschäftigte in **einfachen Positionen** haben seltener beruflich Zugang zum Internet.
Frauen sind eher in niedrigen Positionen beschäftigt.

Die **Unterschiede** zwischen Frauen und Männern sind bei Angestellten und bei ArbeiterInnen/HandwerkerInnen besonders hoch!

Arbeitslosigkeit und Onlinenutzung: Skepsis bleibt

Arbeitslosigkeit und Onlinenutzung – Skepsis bleibt

Arbeitslose: Internetnutzung nach Alter



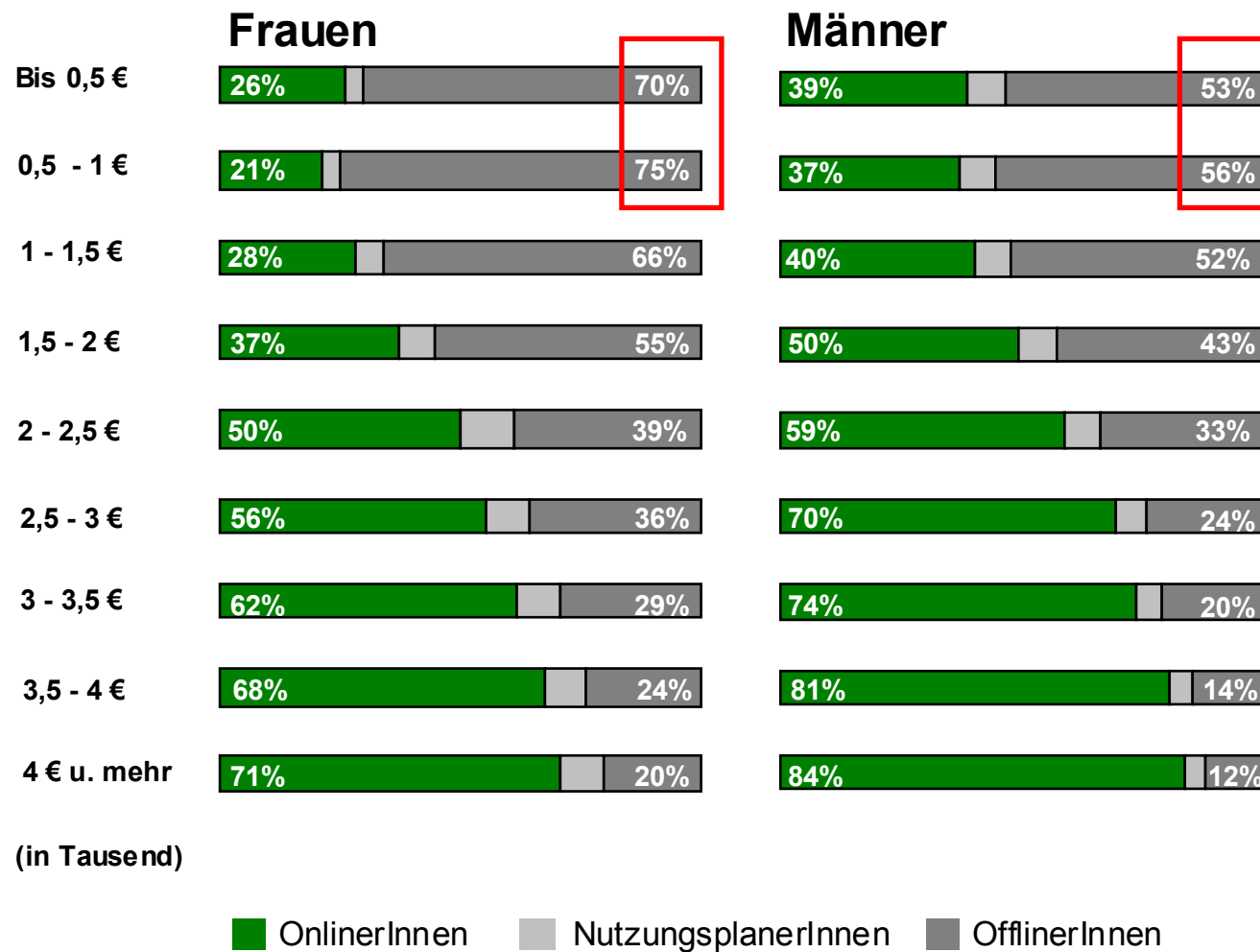
Frauen und Männer bis 40 Jahren ohne Beschäftigung tendieren stärker ins Netz als die älteren Erwerbslosen.

Im Vergleich zum Vorjahr nutzen 2003 mehr arbeitslose Frauen und Männer das Internet: Der wahrscheinliche Grund: mehr Personen mit beruflicher Interneterfahrung wurden arbeitslos.

Dennoch: 45 Prozent der arbeitslosen Frauen und 36 Prozent der arbeitslosen Männer aller Altersstufen (s. Folie 20) wollen auch in Zukunft das Internet nicht nutzen!.

Geringes Einkommen- geringere Onlinenutzung

Geringes Einkommen – geringere Onlinenutzung Haushaltseinkommen



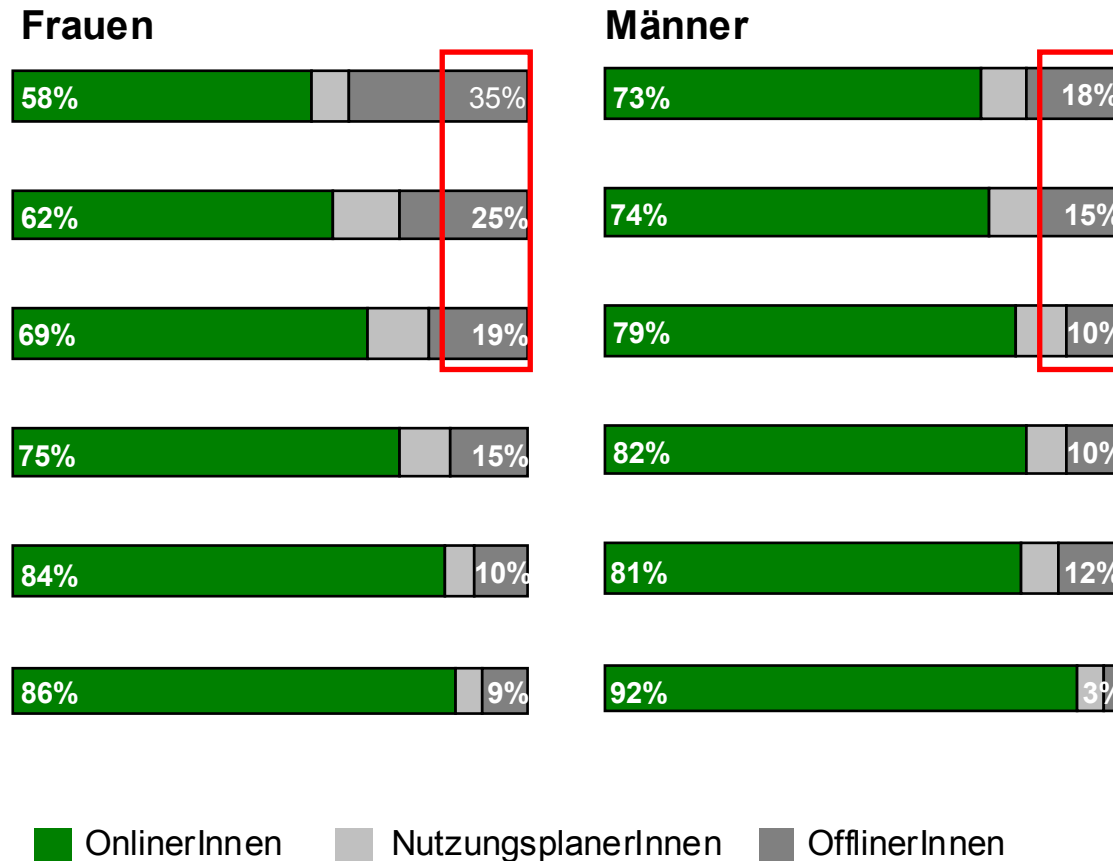
Mit steigendem Haushaltsnetto-Einkommen steigt die Internetnutzung – bei Frauen und Männern.

In den Einkommensklassen bis 1.000 € sind fast zwei **Drittel der Frauen**, aber nur gut die **Hälfte der Männer** offline.

Weibliche OfflinerInnen verfügen im Durchschnitt über 500 € weniger Haushaltseinkommen.

Geringes Einkommen – geringere Onlinenutzung

Haushaltseinkommen: Personen unter 30 Jahren

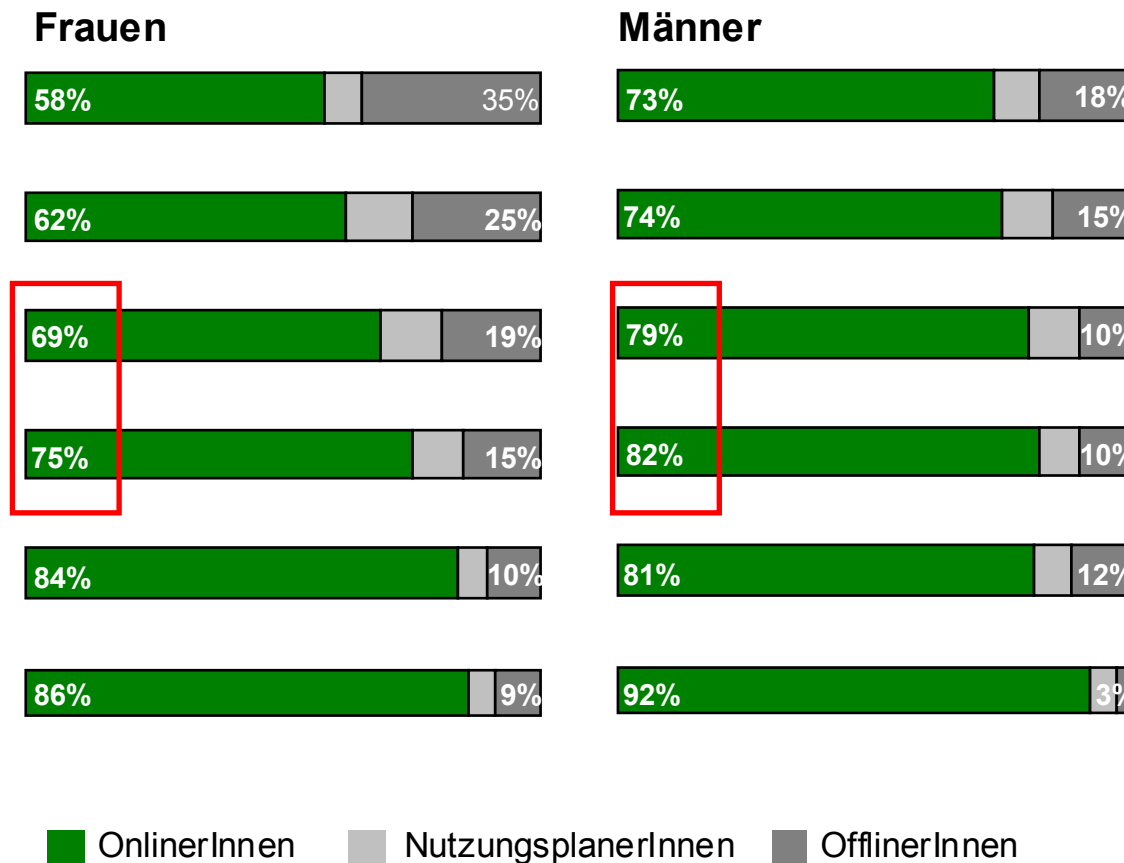


Bei geringem Einkommen ist auch bei den Jüngeren der Offline-Anteil am höchsten: der Unterschied zwischen Frauen und Männern verringert sich mit steigendem Einkommen.

Ein Einkommen bis 1000 € wirkt bei den jungen Frauen als Nutzungshemmnis!

Geringes Einkommen – geringere Onlinenutzung

Haushaltseinkommen: Personen von 30 – 49 Jahren



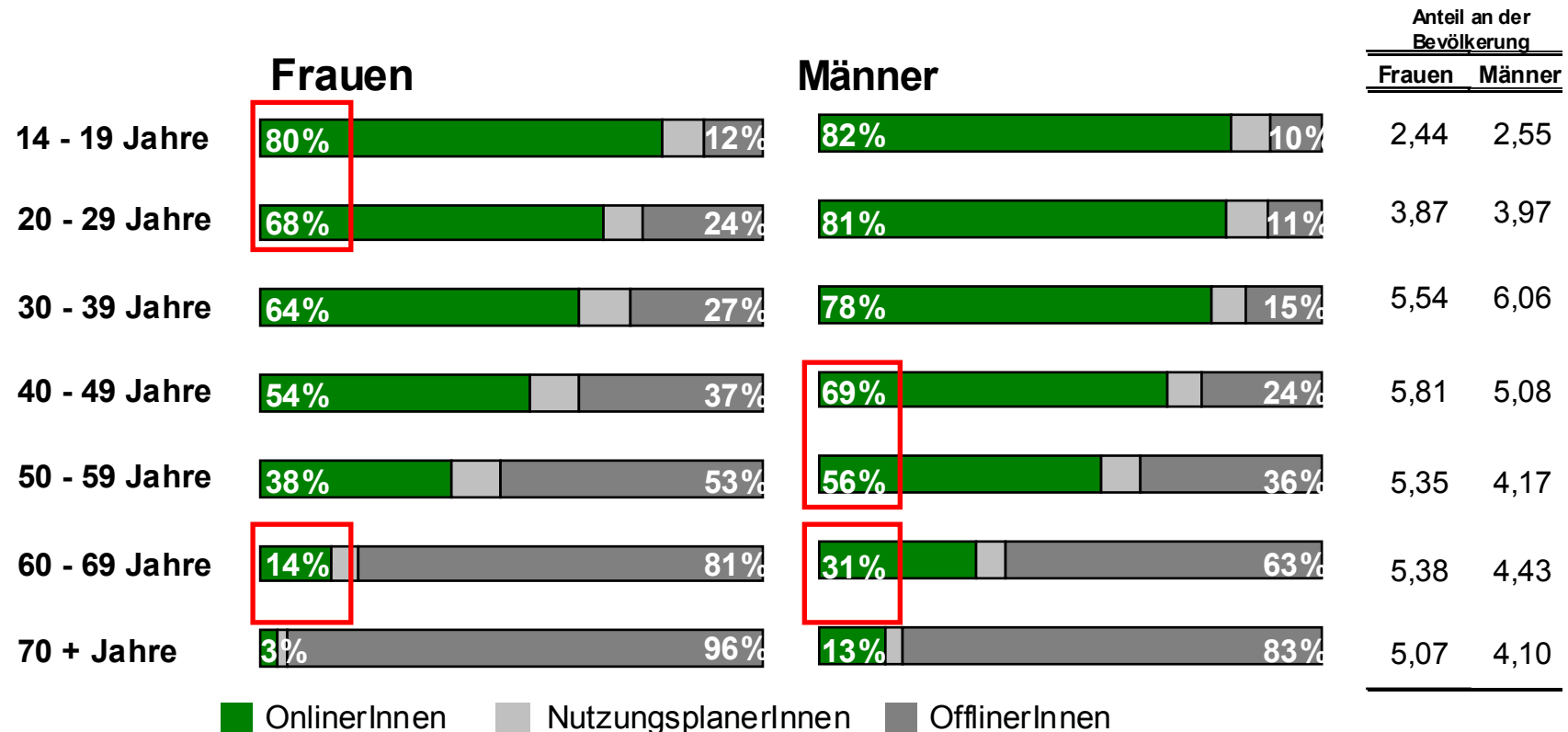
Frauen zwischen 30 und 49 Jahren nutzen auch bei höherem Einkommen seltener das Internet als gleichaltrige Männer.

90 Prozent der Männer sind vollzeit berufstätig, Fehlende Berufstätigkeit wirkt sich in dieser Altersgruppe besonders bei Frauen negativ auf die Internetnutzung aus.

„Internet für Alle“ ist kein
„Internet für Alte“

„Internet für Alle“ ist kein „Internet für Alte“

Internetnutzung nach Alter

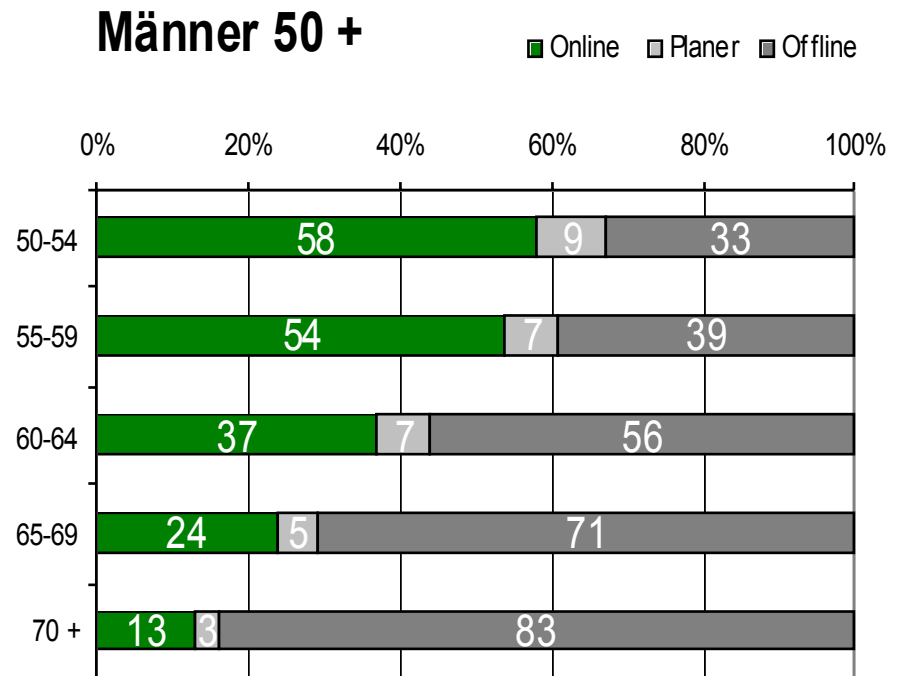
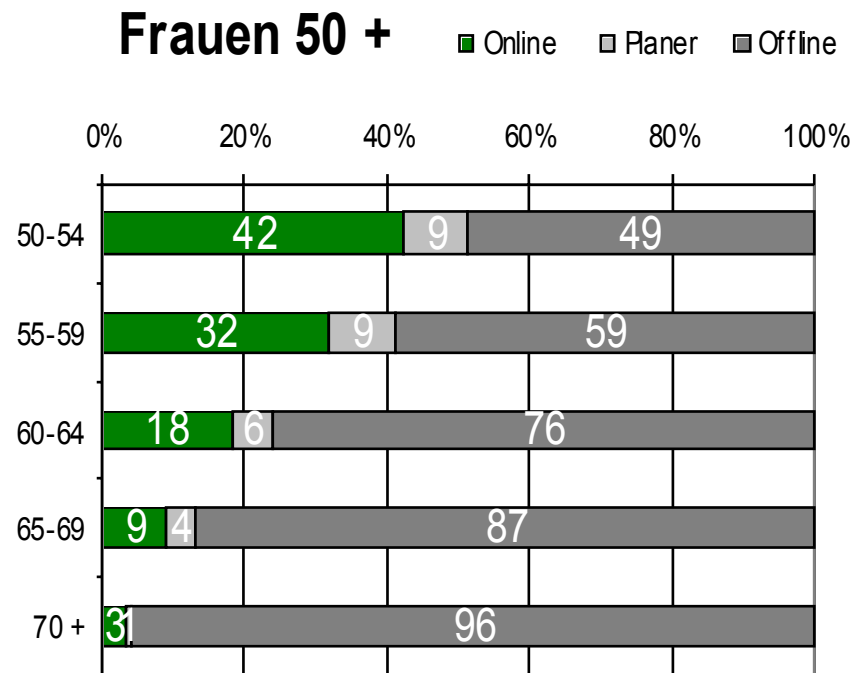


Je älter, desto geringer ist die Internetnutzung – bei Frauen wie bei Männern

Die Online-Anteil fällt bei den Frauen bis 29 Jahren schon um 12 Prozentpunkte, bei den Männern ist ein ähnlicher Rückgang erst in der Altersgruppe ab 49 Jahren zu finden. Schließlich sind bei den über 60-Jährigen nur noch halb so viele Frauen wie Männer online.

„Internet für Alle“ ist kein „Internet für Alte“

Internetnutzung ab 50 Jahren



Die Differenzierung in 5-Jahres-Schritten zeigt eindrucksvoll den raschen Rückgang bei den Frauen, insbesondere ab 60 Jahren: diese zahlenmäßig starke Gruppe nutzt ihre digitalen Chancen bisher nicht.

Aber auch immer mehr Frauen über 50 wollen das Internet **nicht** nutzen: 2002 waren es 67 Prozent, 2003 sind es schon 71 Prozent.

„Internet für Alle“ ist kein „Internet für Alte“

Internetnutzung ab 50 Jahren nach Bundesländern

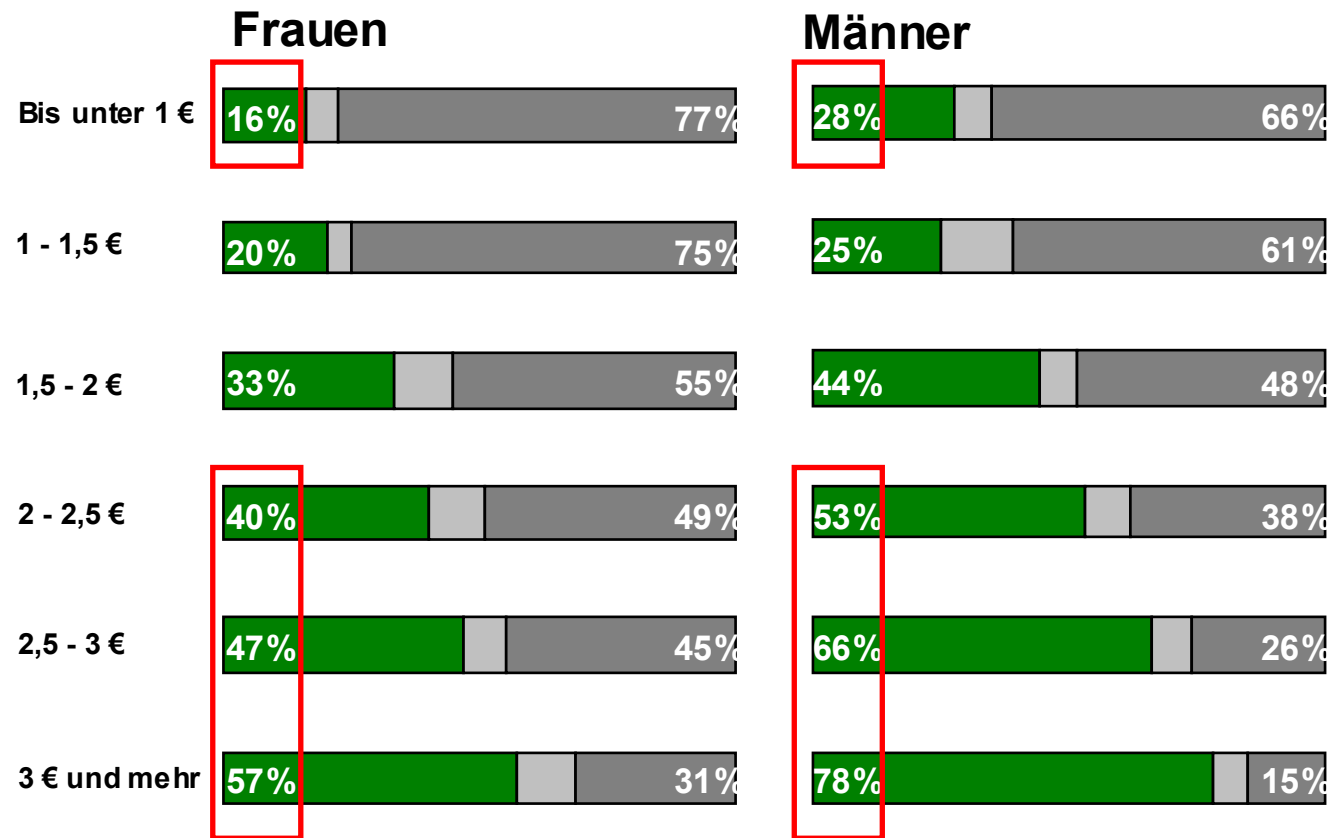
Frauen und Männer bis 50 Jahre/ über 50 Jahre online nach Bundesländern								
Bundesland	Frauen <50		Männer <50		Frauen >50		Männer >50	
	Platz	Prozent	Platz	Prozent	Platz	Prozent	Platz	Prozent
Hessen	1	71	4	80	2	22	6	35
Berlin	2	70	2	84	3	21	1	43
Saarland	3	67	10	77	16	12	12	27
Schleswig-Holstein	4	67	7	77	1	23	5	35
Thüringen	5	66	11	75	15	13	14	26
Baden Württemberg	5	66	7	77	5	19	4	36
Hamburg	7	66	1	86	6	18	2	40
Niedersachsen	8	65	14	74	8	17	3	39
Sachsen	9	64	12	75	11	15	13	27
Nordrhein-Westfalen	10	62	5	78	7	18	9	33
Sachsen-Anhalt	11	62	13	74	11	15	15	24
Bayern	12	60	6	78	4	20	7	34
Rheinland-Pfalz	13	59	9	77	10	16	8	34
Brandenburg	14	58	15	72	14	14	11	31
Mecklenb.-Vorpom.	15	56	16	63	9	17	16	21
Bremen	16	54	3	84	11	15	10	32

Hessen und Schleswig-Holstein sind die Spitzenländer bei den Frauen, Hamburg und Berlin bei den Männern.

Bremen und das Saarland landen bei den Frauen, Mecklenburg-Vorpommern in beiden Altersgruppen der Männer auf dem letzten Platz.

„Internet für Alle“ ist kein „Internet für Alte“

Haushaltseinkommen und Alter: 50 bis 59 Jahre



(in Tausend)

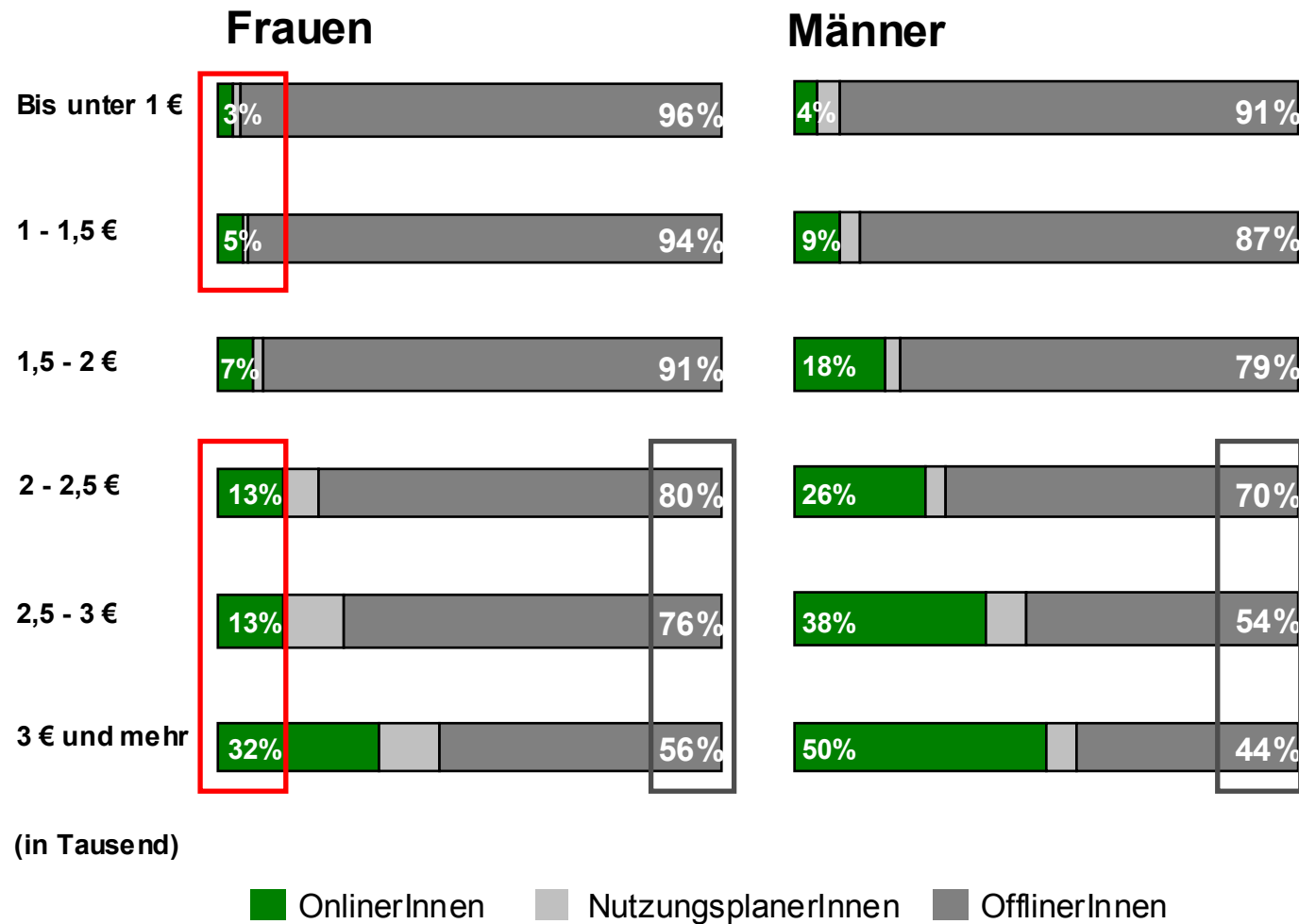
■ OnlinerInnen ■ NutzungsplanerInnen ■ OfflinerInnen

Frauen mit einem Einkommen bis 1000€ nutzen wesentlich seltener das Internet als Männer dieser Einkommensgruppe.

In der Altersgruppe 50 bis 59 Jahre steigt die Onlinenutzung mit dem Haushaltseinkommen - bei den Männern wesentlich stärker als bei den Frauen.

„Internet für Alle“ ist kein „Internet für Alte“

Haushaltseinkommen und Alter: 60 Jahre und älter



Frauen dieser Altersgruppe mit höheren Einkommen sind zwar insgesamt eher online als Frauen mit niedrigeren Einkommen. Im Vergleich zu den gleichaltrigen Männern ist der Offline-Anteil jedoch überproportional hoch.

Die Tendenz ist jedoch positiv: Viele planen zukünftig online zu gehen.

Niemanden auf dem Weg ins Netz zurücklassen

Niemanden auf dem Weg ins Netz zurücklassen

Online-Nutzen für „Hausgebrauch“ nicht sichtbar

- ▶▶ Nicht-Berufstätige bilden das Gros der Offliner
- ▶▶ 70 Prozent der weiblichen Offliner sind nicht berufstätig: Davon
 - 46 Prozent Rentnerinnen: 42 Prozent in 2002
 - 23 Prozent Hausfrauen: 18 Prozent in 2002
- ▶▶ Die niedrigsten Onliner-Quoten finden sich bei:
 - Frauen und Männern in Rente,
 - Hausfrauen und -männern und
 - Arbeitslosen.

Fazit: Der **Nutzen des Internet für die persönliche Lebensgestaltung** ist diesen Gruppen nach wie vor nicht deutlich!

Niemanden auf dem Weg ins Netz zurücklassen

Genau hinschauen – dann handeln

- Aktuelle Situation:
 - Zuwachsraten in allen „internetfernen“ Zielgruppen
 - Aber: **Abstände zu nutzungsstarken Zielgruppen bleiben erhalten oder haben sich vergrößert**
- Detailanalyse schafft Ansatzpunkte:
 - OfflinerInnen in detaillierte **Zielgruppen aufteilen!** Also nicht: „die Frauen“ sind offline, sondern „Seniorinnen“, „Frauen in der Familienphase“, „Frauen mit geringer Bildung und geringem Einkommen“, „Frauen im Handwerk“. Aber auch „Männer in ländlichen Regionen“ etc.
- Möglichst viele Maßnahmen zur Onlineförderung in den Bundesländern erhöhen nicht zwangsläufig den Anteil der Onliner. Maßnahmen müssen der Struktur der Bevölkerung des Bundeslandes angepasst werden → Einkommen, Alter, Stadt/Land etc.

Kontakt:

Frauen geben Technik neue Impulse e.V.

- Barbara Schwarze -

Wilhelm-Bertelsmann-Straße 10

33602 Bielefeld

fon: +49. 521.106-73 22

fax: +49. 521.106-71 71

eMail: schwarze@frauen-technik-impulse.de

www.frauen-technik-impulse.d

**FRAUEN
GEBEN TECHNIK
NEUE IMPULSE
e.V.**

