

Andrea Koenen, Bertram Konert

Jung, gebildet und wohlhabend? Wie entwickelt sich das soziodemographische Profil von Internetnutzern und Nichtnutzern im internationalen Vergleich?

Eine zunehmende Ausweitung der Internetnutzung verändert nicht automatisch das Problem einer digitalen Teilung innerhalb der verschiedenen Bevölkerungsgruppen. Internetnutzer und Planer sind auch im internationalen Vergleich eher jünger, haben einen höheren Bildungsabschluss und leben in Haushalten mit höherem Einkommen. Bleiben soziodemographische Faktoren weiterhin zentrale Determinanten bei der Frage nach Nutzung und Nichtnutzung des Internet? Im folgenden Abschnitt werden hierzu einige Antworten diskutiert.

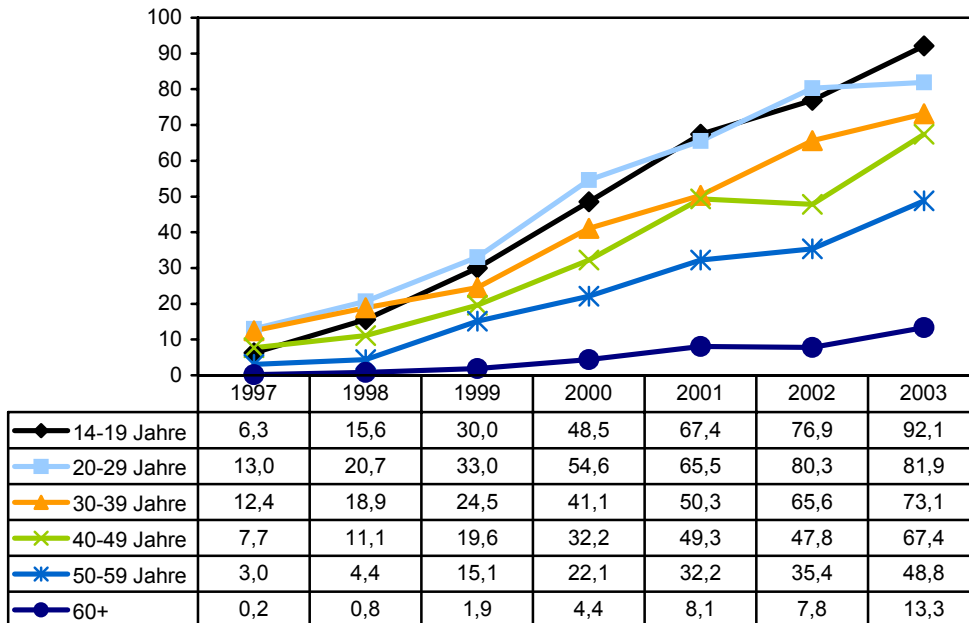
Die Altersbarriere 60+

Im Bericht „Internet 2002“ wurde für Deutschland festgestellt, dass das Internet nicht allein ein Medium der ganz jungen Zielgruppe ist, sondern die mittleren Altersgruppen stark aufgeholt haben. Eine besonders geringe Internetnutzung wurde insbesondere bei der Gruppe der über 60-Jährigen konstatiert.¹

Als Langzeitstudie lässt die „ARD/ZDF-Online-Studie“ deutlich erkennen, wie sich seit 1997 die digitale Kluft bezüglich der Altersstruktur entwickelt hat. Die auf diesen Ergebnissen beruhende nachfolgende Abbildung 1-3 unterstreicht nicht nur die These, dass die Jüngeren wahrscheinlicher das Internet nutzen als die Älteren, sondern belegt auch, dass die mittleren Altersgruppen bei der Internetnutzung in den letzten Jahren zugelegt haben.

¹ Vgl. Groebel, Jo; Gernot Gehrke (Hrsg.): Internet 2002. Deutschland und die digitale Welt. Internetnutzung und Medieneinschätzung in Deutschland und Nordrhein-Westfalen im internationalen Vergleich. Opladen 2003, S. 35. Künftig zitiert: Internet 2002.

Abbildung 1: Entwicklung der Alterskluft im Zeitverlauf in Deutschland



Quelle: ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 340. Eigene Darstellung.

Aus der hier dargestellten Aufteilung der Altersgruppen ist ersichtlich, dass es insbesondere die über 60-Jährigen sind, die das Internet nur zu einem sehr geringen Prozentsatz (gelegentlich) nutzen. Allerdings wird sichtbar, dass sich – wenn auch von einer niedrigeren Ausgangsbasis aus – der Anteil der Internetnutzer bei den über 60-Jährigen seit dem Jahr 2000 von 4,4 Prozent auf 13,3 Prozent verdreifacht hat. Trotz dieser relativ hohen Wachstumsrate bleibt die derzeitige Kluft zu den anderen Altersgruppen weiterhin gravierend. Fraglich ist, ob bei den über 60-Jährigen weitere Steigerungsraten bei der Internetnutzung erfolgen werden, oder ob diese Altersgruppe insgesamt eher dem Internet fern bleiben wird. Entscheidend wird hierfür sein, ob diese Altersgruppe zukünftig für sich einen tatsächlichen Mehrwert in der Nutzung des Internet sieht.

„Nur wenn diese Altersgruppen auch künftig einen speziellen Mehrwert des Internet für sich entdecken, der zudem mit klarem Alltagsbezug versehen ist, können vorhandene Potentiale noch weiter ausgeschöpft werden.“
**Christoph Gscheidle, BR Intendanz
 Medienforschung, Deutschland**

Eine genauere Betrachtung verschiedener Altersgruppen im internationalen WIP Datenabgleich für das Jahr 2002 zeigt in Tabelle 1-2 ein detaillierteres Bild.

Tabelle 1: Altersgruppen und Internetnutzung 2002 im internationalen Vergleich

	Deutschland	Italien	Japan	Schweden	Singapur*	USA
16-24	59,6 %	66,4 %	80,6 %	83,3 %	80,5 %	90,8 %
25-34	60,0 %	56,3 %	72,9 %	87,5 %	52,3 %	81,7 %
35-44	55,6 %	37,4 %	63,0 %	83,7 %	29,5 %	74,5 %
45-54	52,4 %	23,1 %	41,7 %	80,3 %	11,8 %	71,8 %
55-64	31,6 %	9,0 %	22,2 %	65,6 %	6,3 %	67,3 %
>64	11,2 %	3,0 %	9,9 %	21,9 %	3,8 %	35,4 %

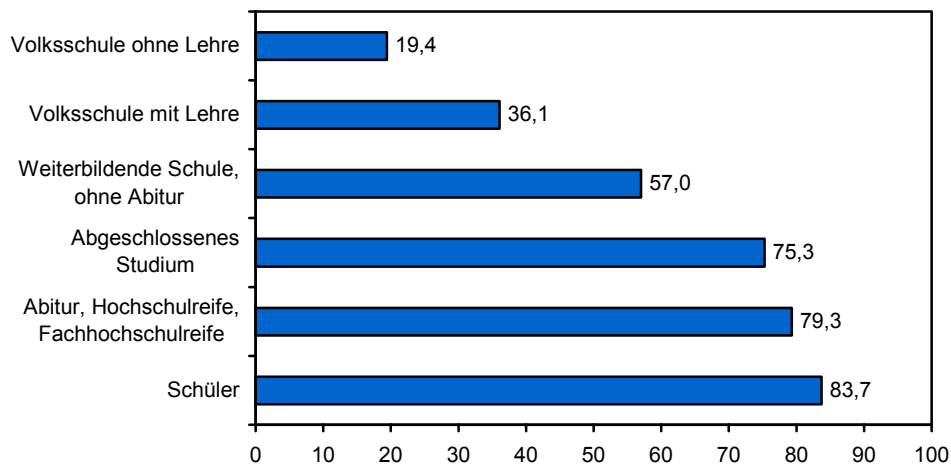
* Erhebung 2001; Quelle: WIP Internationaler Datenabgleich

In Deutschland ist die Gruppe der 25- bis 34-Jährigen diejenige mit der höchsten Internetnutzung. Dies gilt auch für Schweden. In den anderen Ländern sind es vor allem die 16- bis 24-Jährigen, die im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen eher das Internet nutzen. Bis auf Singapur zeigt sich jedoch auch, dass die mittleren Altersgruppen bis 44 Jahre überproportional zum jeweiligen Landesdurchschnitt online sind. Im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt sind es nach dieser Altersgruppeneinteilung insbesondere die Altersgruppen ab 55 Jahre, die nur unterdurchschnittlich das Internet nutzen. Besonders gravierend wird die Kluft gegenüber dem Bevölkerungsdurchschnitt in allen Ländern in der Altersgruppe der über 64-Jährigen. Dies gilt auch für Länder wie Schweden und die USA, obwohl sie zu den Ländern mit der höchsten Internetdurchdringung zählen. Grundsätzlich unterstreichen die nationalen und internationalen Erhebungen, dass vor allem die über 60-Jährigen zu denjenigen zählen, die nur schwer Anschluss an die Internetnutzung finden.

Bildungskluft als Determinante der Internetnutzung

Die Studie "Internet 2002" hat gezeigt, dass Menschen mit höherem formalem Bildungsabschluss wahrscheinlicher online sind als Personen mit formal niedrigerem Bildungsgrad. Laut (N)Onliner Atlas gilt das auch für das Jahr 2003: Je höher der formale Bildungsabschluss, desto eher nutzt die betreffende Person das Internet. So nutzen 79,3 Prozent der Personen mit einem Abitur, der Hoch-, oder Fachhochschulreife als Schulabschluss das Internet, während von denjenigen, die Volksschule ohne Lehre (19,4%) bzw. Volksschule mit Lehre (36,1%) als Schulausbildung angaben, zu einem weitaus geringeren Teil das Internet nutzt.

Abbildung 2: Internetnutzung nach Bildungsstand



Quelle: (N)Onliner Atlas 2003, S. 12. Eigene Darstellung.

Im Rahmen der Studie „@facts“ wird der Faktor Bildung in drei Kategorien unterteilt: Hauptschule, mittlere Reife, Abitur/ Studium. Auf Basis der Ergebnisse der zweiten Quartalerhebung im Jahr 2003 zeigt sich wie in den anderen Studien eine direkte Abhängigkeit zum Bildungsfaktor: Je höher der Bildungsabschluss, desto wahrscheinlicher die Internetnutzung.² Dieser Zusammenhang gilt, wie der Datenabgleich in Tabelle 1-3 verdeutlicht, auch im internationalen Vergleich der WIP Untersuchung.

Tabelle 2: Schulbildungsniveaus und Internetnutzung im internationalen Vergleich 2002

	Deutschland	Italien	Japan	Schweden	Singapur*	USA
Haupt-/Realschule („middle school“)	38,6 %	28,2 %	25,1 %	61,3 %	30,0 %	57,9 %
FH/Hochschulreife („high school, graduate/vocational school“)	66,0 %	53,5 %	45,7 %	76,4 %	66,3 %	61,0 %
Akademiker („college/university degree“)	62,6 %	77,3 %	70,1 %	83,8 %	92,2 %	87,1 %

* Erhebung 2001; Quelle: WIP Internationaler Datenabgleich

In allen Ländern ist eine Kluft in der Internetnutzung zwischen den befragten Personen mit Haupt- oder Realschulabschluss und denjenigen mit einem Abschluss zur Hochschulreife bzw. einem akademischen Abschluss zu beobachten. In Italien, Japan und Singapur ist diese Kluft besonders tiefgreifend. Lediglich in Schweden und Deutschland liegt die Differenz zwischen den Internetnutzern mit Haupt-/Realschulabschluss und denjenigen mit Universitätsabschluss bei etwas über 20 Prozent. Auch wenn in den USA zu erkennen ist, dass die Menschen mit mittlerem Bildungsabschluss mit rund 58 Prozent weitaus häufiger als in den anderen Ländern das Internet nutzen (bis auf Schweden), liegt die Differenz zu den Akademikern (87,1 Prozent) mit rund 30 Prozent Unterschied über Schweden und Deutschland. Trotz dieser sichtbaren Kluft ist in den USA und in Schweden der Prozentsatz der

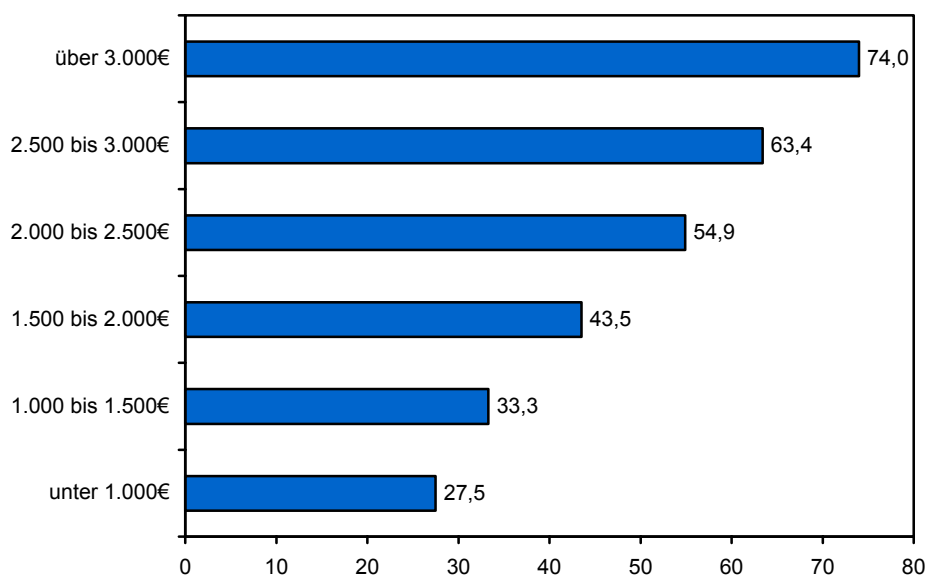
² Vgl. @facts, 2. Quartal 2003, S. 6

Menschen, die mit einem formal niedrigerem Bildungsabschluss das Internet nutzen, bedeutend höher als in den anderen Ländern. Der Faktor Bildung erweist sich national und international als deutliche Determinante für die Wahrscheinlichkeit der Nutzung bzw. Nichtnutzung des Internet. Der formale Bildungshintergrund steht darüber hinaus jedoch auch in einem engen Zusammenhang zur Einkommensstruktur.

Die Wohlhabenden sind „drin“

Neben dem Bildungsstand ist auch das Einkommen ein zentraler Faktor dafür, ob jemand eher das Internet nutzt oder nicht nutzt. Internetnutzer sind eher in Haushalten mit einem höheren Einkommen zu finden, die Offliner in Haushalten mit niedrigerem Einkommen. Nach neueren Erhebungen des „(N)Onliner Atlas 2003“ geben 74 Prozent der Befragten in Deutschland mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 € und mehr an, sie würden das Internet nutzen, wohingegen lediglich 27,5 Prozent der Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.000 € sagten, sie wären online.³

Abbildung 3: Internetnutzung nach HH-EK, Angaben in Prozent⁴



Quelle: (N)Onliner Atlas 2003, S. 14. Eigene Darstellung.

Auch die Studie „@facts“ gelangt zu diesem Ergebnis: Je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto wahrscheinlicher die Internetnutzung.⁵ Grundsätzlich zeigen die aktuellen Untersuchungen in Deutschland, dass sich zur Studie „Internet 2002“ bezüglich der Beziehung zwischen Einkommen und Internetnutzung keine gravierenden Veränderungen ergeben haben.

³ Vgl. (N)Onliner Atlas 2003, S. 14.

⁴ 47,1 Prozent machten diesbezüglich keine Angaben (vgl. (N)Onliner Atlas 2003, 14).

⁵ Vgl. @facts, 2.Quartal 2003, S. 6.

Ein international vergleichender Blick auf das Verhältnis von Einkommen und Internetnutzung in Tabelle 1-4 zeigt bei einer Aufteilung in vier Einkommensgruppen (Quartiles) gleichfalls, dass diejenigen, die zur Gruppe mit dem geringsten Einkommen gehören, eher offline sind, als diejenigen in den höheren Einkommenskategorien.

Tabelle 3: Einkommensgruppen und Internetnutzung 2002 im internationalen Vergleich

	Deutsch-land	Italien	Japan	Schweden	Singapur*	USA
1. Quartile (lowest)	27,8 %	10,6 %	32,6 %	49,1 %	21,6 %	43,1 %
2. Quartile	37,7 %	22,6 %	54,2 %	65,2 %	43,1 %	63,6 %
3. Quartile	51,1 %	41,3 %	57,9 %	79,9 %	46,6 %	78,1 %
4. Quartile (highest)	62,9 %	60,0 %	66,4 %	93,4 %	54,9 %	89,8 %

* Erhebung 2001; Quelle: WIP Internationaler Datenabgleich

Auffällig an den hier präsentierten Zahlen ist insbesondere die große Kluft zwischen den Einkommensgruppen auch in Schweden und den USA. Sind in beiden Ländern rd. 90 Prozent derjenigen online, die zur höchsten Einkommensgruppe zählen, so sinkt der Prozentsatz im niedrigsten Einkommens-Quartil in diesen Ländern auf rd. 50 bzw. 40 Prozent. Noch gravierender ist die Differenz in Italien, wo nur 10,6 Prozent der niedrigsten Einkommensgruppe online ist. Trotz gravierender Unterschiede zwischen den niedrigen und hohen Einkommensgruppen stehen Deutschland, Japan und Singapur mit rd. 30-35 Prozent Differenz noch vergleichsweise besser dar.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die finanzielle Situation der Haushalte immer noch eine wesentliche Determinante für die digitale Teilung darstellt. Hierbei stellt sich allerdings die Frage, ob es wirklich die Kosten für Anschaffung und Nutzung des Internet sind, die in Haushalten mit niedrigem Einkommen dazu führen, dass das Internet nur unterproportional genutzt wird. Die Ergebnisse der in diesem Jahr von ARD und ZDF durchgeführten Offline-Studie zeigt, dass der Nichterwerb eines Computers bzw. eines Internetzuganges nur bei der Hälfte der Befragten auf zu hohe Anschaffungskosten zurückzuführen ist.⁶ Deutlich höheren Zuspruch findet mit 84 % der Befragten die Begründung, dass das Geld eher für andere Anschaffungen ausgegeben wird. In diesem Zusammenhang ist zu vermuten, dass bei den Haushalten mit niedrigerem Einkommen die Prioritäten des Ausgabe- und Konsumverhaltens nicht zuletzt aufgrund spezifischer sozialer und persönlicher Rahmenbedingungen anders gewichtet werden und kein den Kosten entsprechender Nutzen gesehen wird (vgl. Abschnitt 3.3).

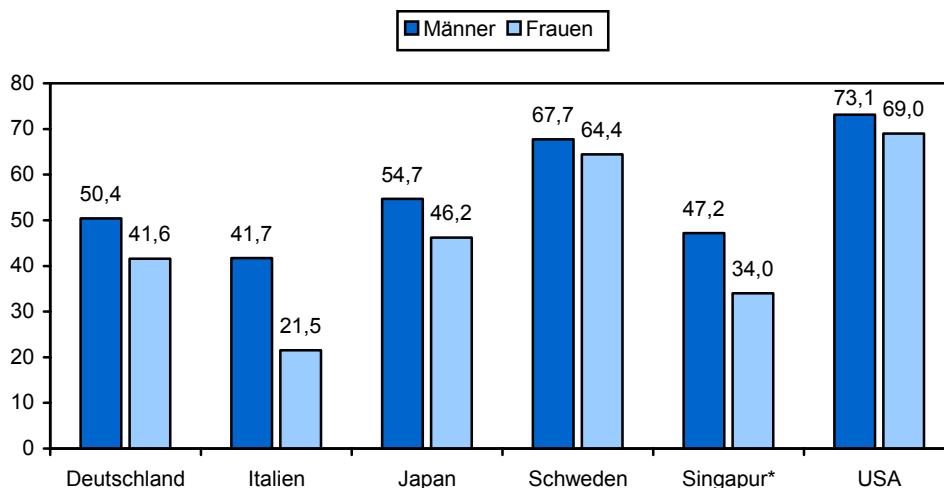
⁶ Vgl. Gerhards, Maria; Mende, Annette: ARD/ZDF-Offline-Studie 2003. Offliner 2003: Stabile Vorbehalte gegenüber dem Internet. In: Media Perspektiven 8/2003, S. 359-373, hier Abb. 2, S. 362 und Abb. 4, S. 364. Künftig zitiert: ARD/ZDF-Offline-Studie 2003.

Frauen holen auf

Männer zählen nach wie vor eher zu den Internetnutzern als Frauen. Die ARD/ZDF-Online-Studie ermittelte, dass im Jahr 2003 62,6 Prozent der Männer und 45,2 Prozent der Frauen das Internet gelegentlich nutzen.⁷ Ähnliche Zahlen finden sich in der Studie „@facts“: 60,6 Prozent der Männer und 44,1 Prozent der Frauen nutzen das Internet.⁸ Gegenüber früheren Jahren lässt sich hinsichtlich der Differenzen zwischen Männern und Frauen bei der Onlinenutzung für Deutschland eine leicht positive Entwicklung erkennen. Im Zeitraum von 2002 auf 2003 haben die Männer um 1,3 Prozent bei der Internetnutzung zugelegt, die Frauen aber um 3,3 Prozent.

Abbildung 1-6 zeigt, dass sowohl in Schweden als auch in den USA bereits die geschlechterspezifischen Unterschiede nicht mehr so entscheidend dafür sind, ob jemand online oder offline ist. Frauen und Männer haben hier nahezu gleichgezogen. Im Jahr 2000 waren in den USA noch 7,6 Prozent mehr Männer als Frauen online, im Jahr 2002 nur noch 4,1 Prozent. In Schweden lag die Differenz im Jahr 2002 lediglich bei 3,3 Prozentpunkten.

Abbildung 4: Internetnutzung bei Männern und Frauen 2002 in Prozent



* Erhebung 2001; Quelle: WIP Internationaler Datenabgleich

Besonders ausgeprägt sind die geschlechterspezifischen Unterschiede jedoch in Italien und Singapur, aber auch in Deutschland und Japan ist die Differenz noch deutlich sichtbar. Grundsätzlich ist allerdings zu erkennen, dass bei einer hohen Internetdurchdringung die Kluft der Internetnutzung zwischen Männern und Frauen zunehmend abgebaut wird. Hierzu ist im Bericht "Internet 2002" bereits darauf hingewiesen worden, dass vor allem bei den jüngeren Internetnutzern ein fast ausgeglichenes Geschlechterverhältnis besteht.⁹

⁷ Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 340.

⁸ Vgl. @facts, 2. Quartal 2003, S. 6.

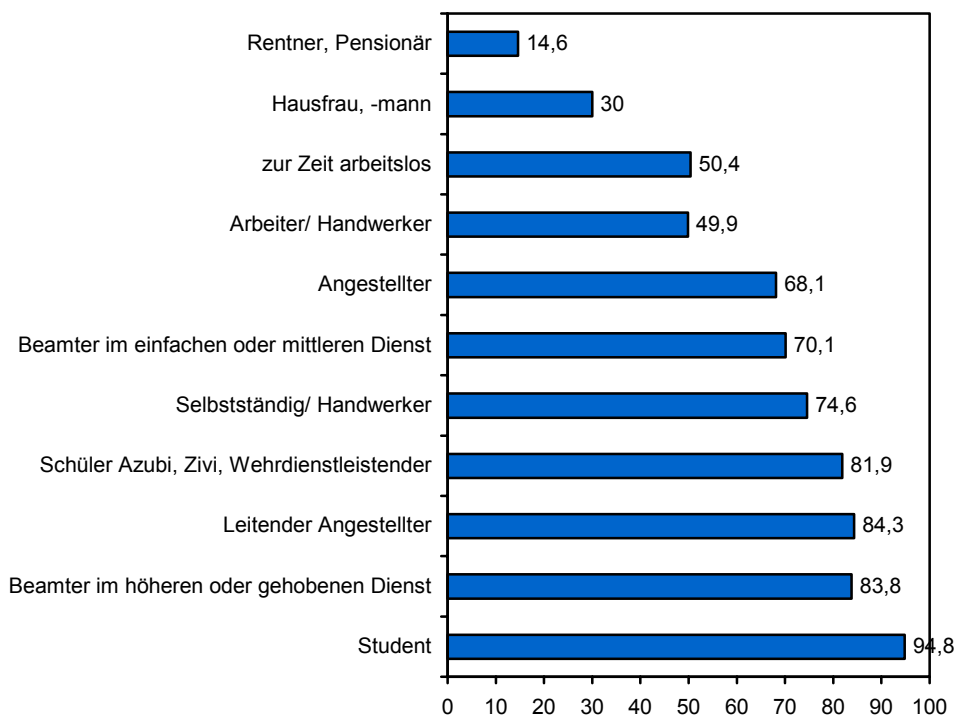
⁹ Vgl. Internet 2002, S. 155.

Bildung, Einkommen und Beschäftigungsstand als zentraler sozio-ökonomischer Hintergrund für die digitale Teilung

Im Bericht „Internet 2002“ wurde für Deutschland festgestellt, dass neben einer formal höheren Bildung und einem hohen Haushaltsnettoeinkommen auch die Berufstätigkeit ein zentraler und begünstigender Faktor für die Nutzung des Internet ist.¹⁰ Die im Rahmen dieser Sekundäranalyse zur Verfügung stehenden Daten bestätigen diesen Befund.

Der „(N)Onliner Atlas 2003“ kommt zu dem Ergebnis, dass die Studenten mit 94,8 Prozent sowie die Berufsgruppe der leitenden Angestellten mit 84,3 Prozent den höchsten Onliner-Anteil verbuchen können. Auch die Berufsgruppe der Arbeiter und Handwerker, also die Gruppe, die beruflich nicht zwangsläufig mit dem Internet in Berührung kommt, nähert sich mit einem Onliner-Anteil von 49,9 Prozent der 50-Prozent-Hürde. Deutlich schwächer vertreten sind die Gruppen der Hausfrauen/ -männer mit 30 Prozent sowie Rentner und Pensionäre mit 14,6 Prozent.¹¹

Abbildung 5: Internetnutzung nach Beschäftigung, Angaben in Prozent



Quelle: (N)Onliner Atlas 2003, S. 16. Eigene Darstellung.

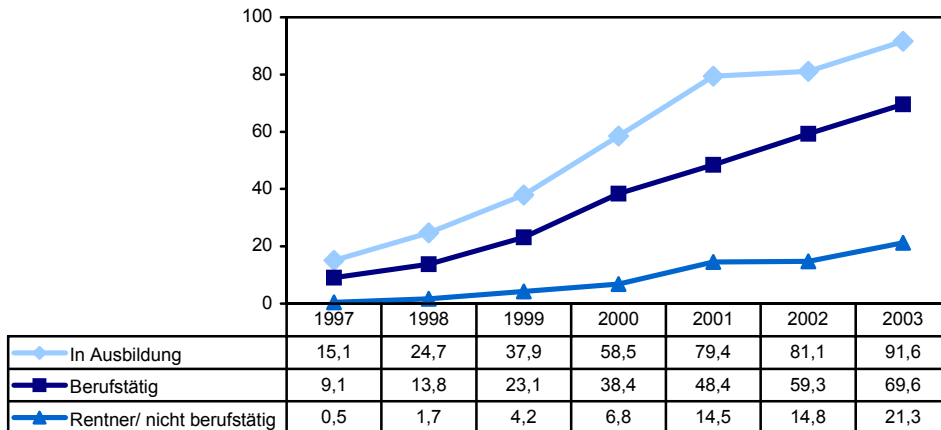
Die „ARD/ZDF-Online-Studie“ unterteilt das Beschäftigungsverhältnis der Befragten in die Kategorien: „in Ausbildung“, „berufstätig“ und „Rentner/nicht berufstätig“. Der Anteil an Internetnutzern, die das Internet gelegentlich nutzen und sich in einer Ausbildung befinden beträgt 91,6 Prozent.

¹⁰ Vgl. Internet 2002, S. 44.

¹¹ Vgl. (N)Onliner Atlas 2003, S. 16.

Der Anteil an Internetnutzern in der Gruppe der Berufstätigen beträgt 69,6 Prozent. Die Gruppe der Rentner und nicht Berufstätigen ist deutlich unterrepräsentiert und wird mit 21,3 Prozent beziffert.¹²

Abbildung 6: Art der Beschäftigung



Quelle: ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 340. Eigene Darstellung.

Die Ergebnisse der „ARD/ZDF-Online-Studie“ illustrieren den herausragenden Stellenwert, den das Internet im Laufe der vergangenen Jahre für das Berufs- und Ausbildungsleben eingenommen hat. Insbesondere bei den Personen, die sich in Ausbildung befanden, stieg allein von 1999 bis zum Jahr 2001 der Anteil der Internetnutzer über 40 Prozentpunkte. Auch das Wachstum der Internetnutzung bei den Beschäftigten ist seit 1998 im Jahresdurchschnitt kontinuierlich um rd. 10 Prozentpunkte gestiegen. Die Gruppe der Rentner und Nicht-Berufstätigen verzeichnen ein nur geringes Wachstum und sind als Internetnutzer stark unterrepräsentiert.

Die drei Faktoren Bildung, Haushaltsnettoeinkommen und Berufstätigkeit stehen in einer engen Wechselbeziehung und bilden daher zusammen den zentralen sozio-ökonomischen Hintergrund dafür, ob jemand (unter statistischen Gesichtspunkten) derzeit eher online oder offline ist. Grundsätzlich gilt somit immer noch die These, dass sich die analoge, gesellschaftliche Kluft auch in der digitalen Teilung widerspiegelt. Diese Ergebnisse verweisen beispielsweise auf den großen Bedarf, Nicht-Berufstätigen Internet-spezifische Fördermaßnahmen anzubieten. Insbesondere für Arbeitssuchende sind umfassende Unterstützungen zur Internetnutzung – nicht zuletzt vor dem Hintergrund der zunehmenden Stellenausschreibungen im Internet – dringend erforderlich.

¹² Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 340.