

03

## **Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2006**

Gender-Sonderauswertung  
des (N)ONLINER Atlas 2006

Dezember 2006

[www.kompetenzz.de](http://www.kompetenzz.de)

Schriftenreihe  
**03**

# Inhalt

<b>Impressum</b>	<b>3</b>
<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>Methodensteckbrief</b>	<b>5</b>
<b>Management Summary</b>	<b>6</b>
<b>Internetnutzung gesamt</b>	<b>8</b>
<b>Internetnutzung 2001 - 2006</b>	<b>9</b>
<b>Frauen und Männer 2006</b>	<b>10</b>
<b>Frauen 2005 - 2006</b>	<b>11</b>
<b>Bildung</b>	<b>12</b>
<b>Beruf</b>	<b>14</b>
<b>Einkommen</b>	<b>16</b>
<b>Alter</b>	<b>18</b>
<b>Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer</b>	<b>28</b>
<b>Ländervergleich: Frauen und Männer 2006</b>	<b>29</b>
<b>Ländervergleich: Bis 50 Jahre / Ab 50 Jahre</b>	<b>34</b>
<b>Ländervergleich: Frauen und Männer 2006 Bis 50 Jahre / Ab 50 Jahre</b>	<b>39</b>
<b>Rückblick: Onlinerinnen und Onliner 2002 - 2006</b>	<b>40</b>
<b>Rückblick: Bildung 2002 - 2006</b>	<b>41</b>
<b>Rückblick: Beruflicher Status 2002 - 2006</b>	<b>44</b>
<b>Rückblick: Einkommen 2002 - 2006</b>	<b>47</b>
<b>Rückblick: Alter 2002 - 2006</b>	<b>50</b>
<b>Rückblick: Alter und Bildung 2003 - 2006</b>	<b>53</b>
<b>Schriftenreihe</b>	<b>56</b>
<b>Profil</b>	<b>57</b>
<b>Leistungen</b>	<b>58</b>

# Impressum

## Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2006

### Gender-Sonderauswertung des (N)ONLINER Atlas 2006

Eine Auswertung des Kompetenzzentrums Technik – Diversity –  
Chancengleichheit e.V. mit Unterstützung der Initiative D21 und TNS  
Infratest.

Herausgeber:

Kompetenzzentrum Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V.

Redaktion:

Birgit Kampmann, Ute Kempf, Manja Nimke

Bielefeld, Dezember 2006

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim  
Herausgeber.

Nachdruck und Vervielfältigung nur mit Genehmigung des  
Kompetenzzentrums Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V.

© 2006 | **Kompetenzzentrum Technik – Diversity –  
Chancengleichheit e.V.**

Weitere Informationen über Projekte, Aktivitäten und Publikationen des  
Kompetenzzentrums Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V. unter:

**[www.kompetenzz.de](http://www.kompetenzz.de)**



## Einleitung

Mit der Gender-Sonderauswertung „Internetnutzung von Frauen und Männern 2006“ des aktuellen (N)ONLINER Atlas, einer von TNS Infratest und Initiative D21 jährlich herausgegebenen Studie zur Internetnutzung in Deutschland, werden die Geschlechterunterschiede bei der Internetnutzung bereits zum fünften Mal einer genaueren Analyse unterzogen.

Wie wirkt es sich auf die Internetnutzung aus Frau oder Mann, jünger oder älter zu sein? Welche weiteren demografischen Faktoren beeinflussen den OnlinerInnen-Anteil darüber hinaus?

Als „OnlinerInnen“ werden Frauen und Männer bezeichnet, die im Befragungszeitraum das Internet genutzt haben. Dabei spielt es keine Rolle, ob sie es einmalig oder mehrmals, im beruflichen oder privaten Bereich, in den eigenen vier Wänden oder im öffentlichen Internet-Café nutzten.

Diejenigen Befragten, die angaben, das Internet in den kommenden zwölf Monaten nutzen zu wollen, werden als „NutzungsplanerInnen“ bezeichnet. Auch ist nicht entscheidend, ob sie einen privaten Internetzugang anschaffen wollen, oder ob sie planen einen Einstiegskurs zu besuchen. „OfflinerInnen“ sind die Frauen und Männer, die im Befragungszeitraum zu keiner Gelegenheit online waren.

# Methodensteckbrief

## Grundgesamtheit

Deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland

## Stichprobe

50.718 Interviews im Rahmen des (N)ONLINER Atlas 2006

## Erhebungsmethode

CATI = (Computer Assisted Telephone Interviewing)

## Erhebungszeitraum

12. Januar 2006 bis 21. April 2006

## **Download der Sonderauswertung:**

[www.kompetenzz.de/nonliner](http://www.kompetenzz.de/nonliner)

## Management Summary

Die fünfte Gender-Sonderauswertung des (N)ONLINER Atlas zeigt: Die Internetnutzung ist seit 2002 kontinuierlich gestiegen, die klassischen Merkmale der digitalen Spaltung haben aber weiterhin Bestand.

Frauen holen auf: Erstmals sind über 50 Prozent von ihnen online und die Differenz zu den Männern ist gesunken. Der positive Trend setzt sich auch bei den Älteren fort: die 50 bis 59-jährigen Frauen erreichen ebenfalls 50 Prozent Onlinerinnen.

Der Bildungsgrad beeinflusst den OnlinerInnen-Anteil: Frauen und Männer mit abgeschlossenem Studium sind mit 80 Prozent Onlinenutzung gleichauf – demgegenüber ist die Schere zwischen Frauen und Männern größer und nimmt tendenziell zu, je geringer der Bildungsgrad ist. Volksschülerinnen ohne Lehre sind zu 17 Prozent online und liegen damit 23 Prozentpunkte unter dem Nutzungsgrad der Männer.

Einen ähnlichen Einfluss hat der berufliche Status: Die Differenz zwischen Frauen und Männern aus der Gruppe der ArbeiterInnen/HandwerkerInnen ist von 13 Prozentpunkten 2002 auf 29 Prozentpunkte 2006 gestiegen. Tendenziell nivellieren sich die Unterschiede zwischen den Geschlechtern je höher der berufliche Status ist.

Bei den Frauen ist die Internetnutzung in fast allen Einkommensgruppen gestiegen und am stärksten im mittleren Bereich. Bei den Männern dagegen ist der Onliner-Anteil im Einkommensbereich 500 bis 1.000 Euro um 10 Prozentpunkte gestiegen, bei den Frauen mit geringem Einkommen hat es einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr gegeben. Auch hier sind die Abstände zwischen Frauen und Männern umso größer, je niedriger das monatliche Haushaltseinkommen ist.

## Management Summary

Das Länder-Ranking zeigt: Die niedrigsten Raten der Internetnutzung der Frauen finden sich in den neuen Bundesländern und im Saarland.

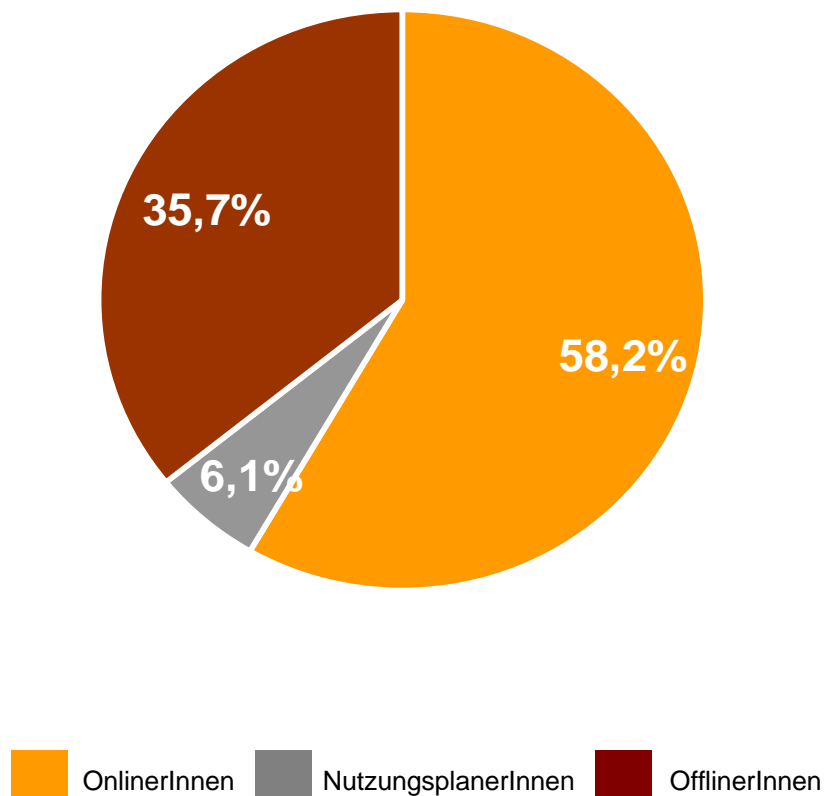
Die Internetnutzung der Männer hat in Mecklenburg-Vorpommern einen großen Sprung nach vorn gemacht, konnte die Frauen aber nicht mitziehen. Bei den Frauen über 50 Jahren ist die Lage nicht so eindeutig: hier sind die letzten Plätze auf neue und alte Bundesländer gleichmäßig verteilt.

Das Alter bleibt ein wesentlich mitbestimmender Faktor bei der Internetnutzung: Wird das Alter mitbetrachtet ergibt sich im Bildungsbereich ein anderes Bild: Zwar haben auch die über 60-Jährigen mit Abitur bzw. Hochschulabschluss den höchsten Online-Anteil, der Abstand zwischen Frauen und Männern ist in diesem Bildungssegment allerdings mit 20 Prozentpunkten am größten.

Die jüngeren Frauen bis 30 Jahre mit niedrigerem Einkommen haben bei der Internetnutzung zugelegt, dagegen hat es bei den 50 bis 59-jährigen Frauen im unteren Einkommenssegment einen deutlichen Rückgang bei der Internetnutzung um 11 Prozentpunkte gegeben. Bei den älteren Männern ab 60 Jahren hat die Internetnutzung in mittleren Einkommensbereichen abgenommen, bei den Frauen zeigt sich eine gegenteilige Entwicklung.

Im Rückblick wird deutlich: Erst in der Kombination mit weiteren demografischen Faktoren werden Entwicklungen sichtbar und lassen sich Handlungsansätze für die Zukunft erkennen. Mit kostenlosen, öffentlichen Lernorten für Einkommensschwache, gezielten Angeboten für Ältere, spezieller Förderung der Bildungsfernen kann der Zugang zur IuK-Technologie und die Teilhabe an der Informationsgesellschaft weiter erhöht werden.

## Internetnutzung gesamt

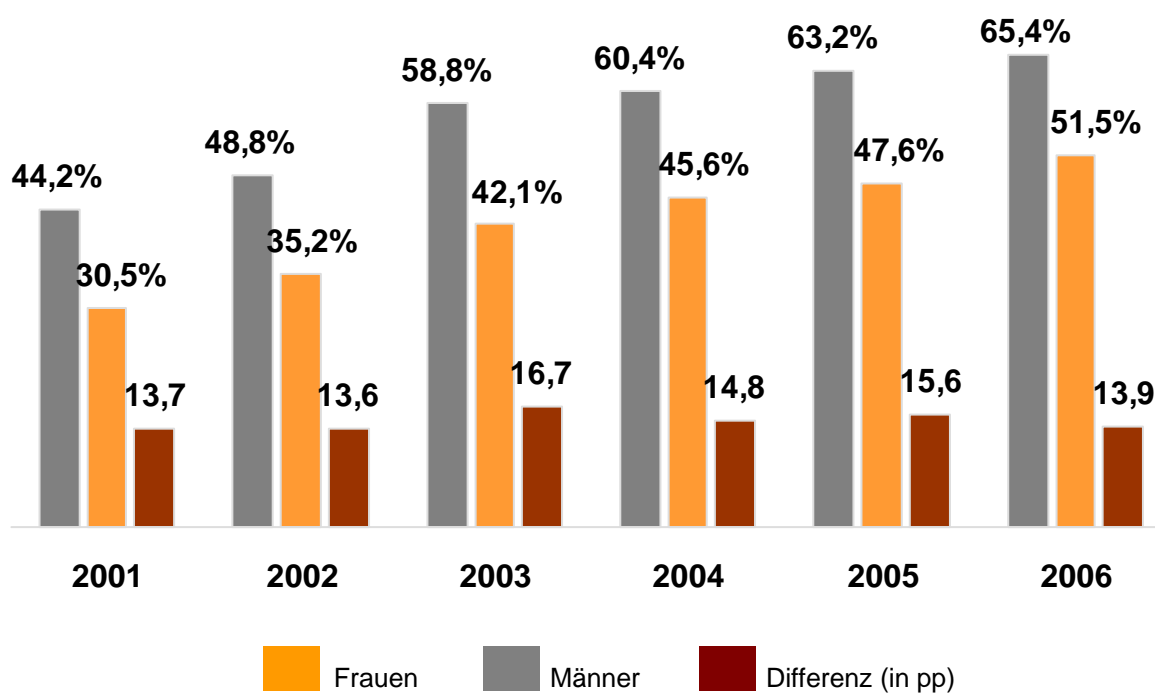


- 58,2 Prozent der Deutschen ab 14 Jahre nutzen 2006 das Internet.
- Das Internet in den nächsten zwölf Monaten zu nutzen, planen 6,1 Prozent.
- 35,7 Prozent sind offline.



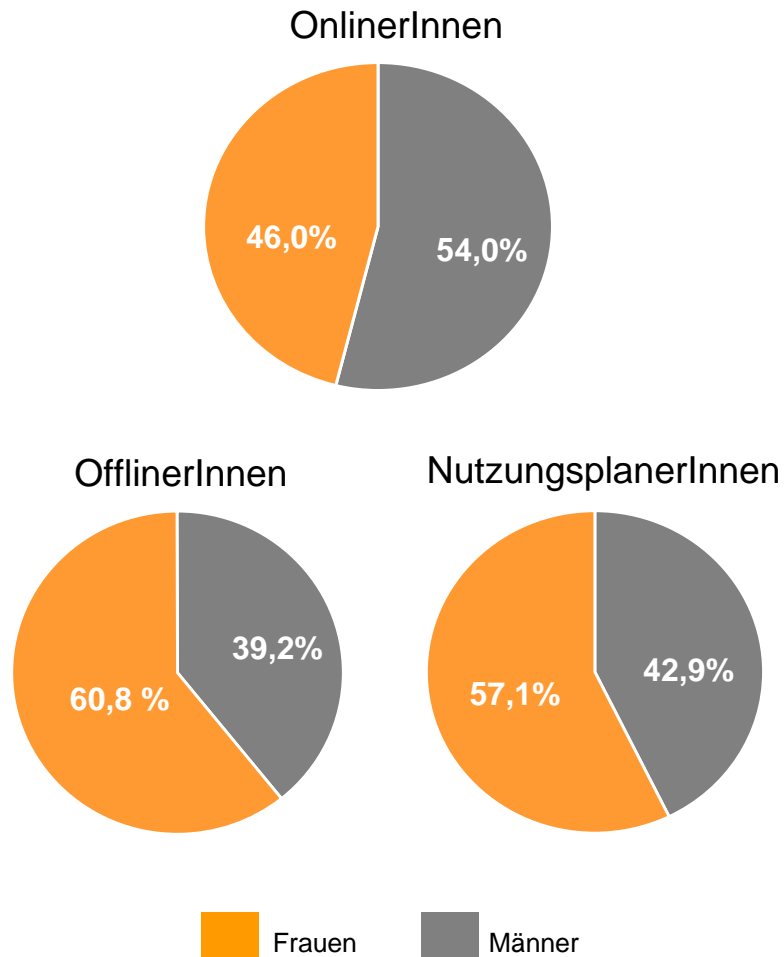
# Internetnutzung 2001 - 2006

## Onlinerinnen und Onliner



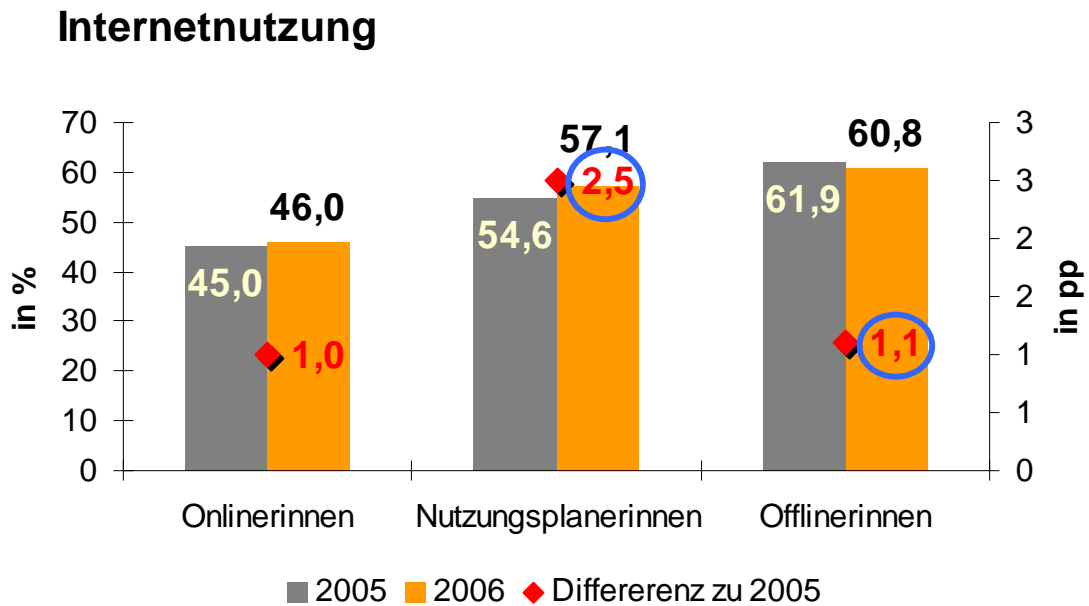
- Die Zahl der OnlinerInnen ist seit 2001 kontinuierlich gestiegen: 2006 ist mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung über 14 Jahre online.
- Im Vergleich zum Vorjahr ist die Differenz zwischen den Onlinerinnen und Onlinern deutlich kleiner geworden.
- Erstmals sind mehr als die Hälfte der Frauen online. Ihr Onliner-Anteil wuchs um 3,9 Prozentpunkte.

## Frauen und Männer 2006



- Die Mehrheit der OnlinerInnen ist nach wie vor männlich: Von allen InternetnutzerInnen sind 54 Prozent Männer und 46 Prozent Frauen.
- Die Mehrheit der OfflinerInnen und NutzungsplanerInnen ist weiblich: 60,8 Prozent und 57,1 Prozent.

## Frauen 2005 - 2006

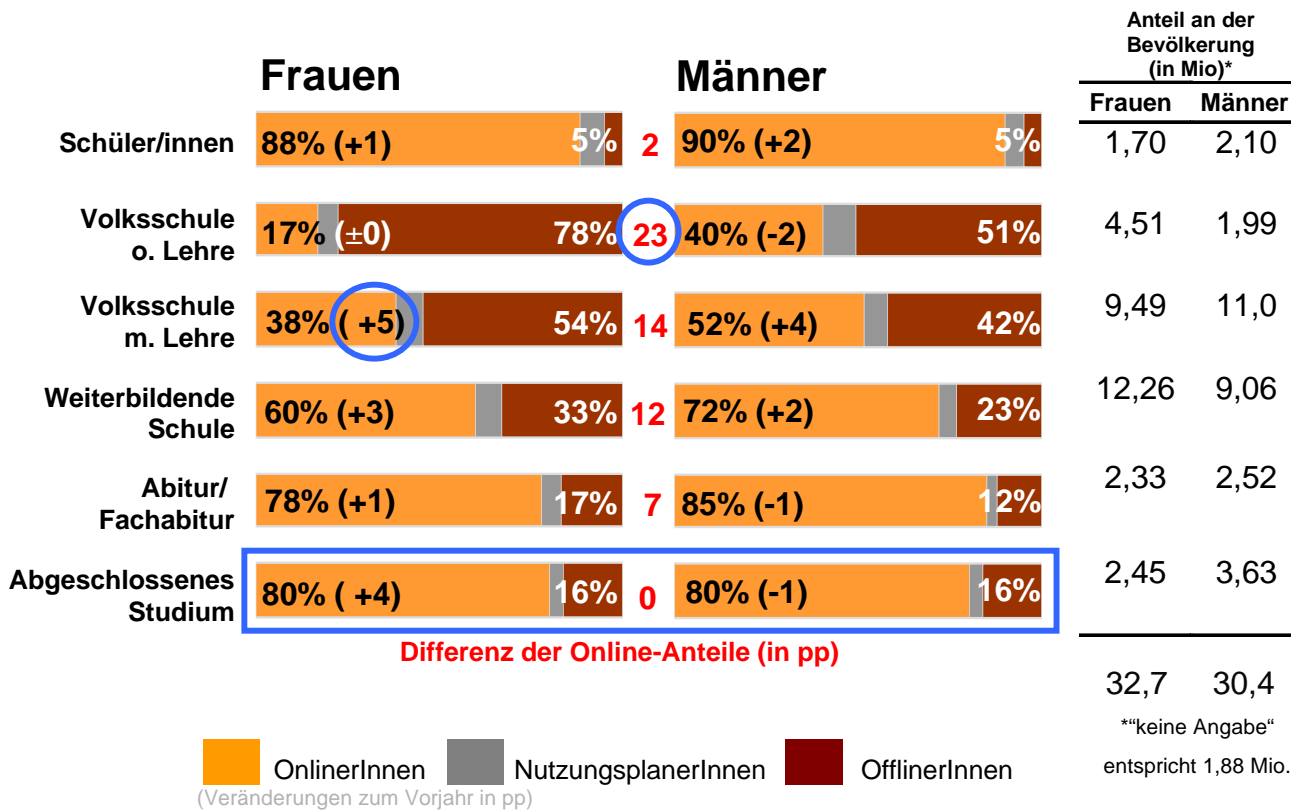


- Im Vergleich zu 2005 ist bei den Onlinerinnen ein leichter Zuwachs festzustellen.
- Der Anteil der Nutzungsplanerinnen wuchs um 2,5 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Bei den Offlinerinnen ist ein Rückgang um 1,1 Prozentpunkt festzustellen.

# Bildung

Der Bildungsgrad beeinflusst den OnlinerInnen-Anteil:  
Frauen und Männer mit abgeschlossenem Studium sind mit 80 Prozent Onlinenutzung gleichauf – demgegenüber ist die Schere zwischen Frauen und Männern größer und nimmt tendenziell zu, je geringer der Bildungsgrad ist.  
Volksschülerinnen ohne Lehre sind zu 17 Prozent online und liegen damit 23 Prozentpunkte unter dem Nutzungsgrad der Männer.

# Bildung 2006

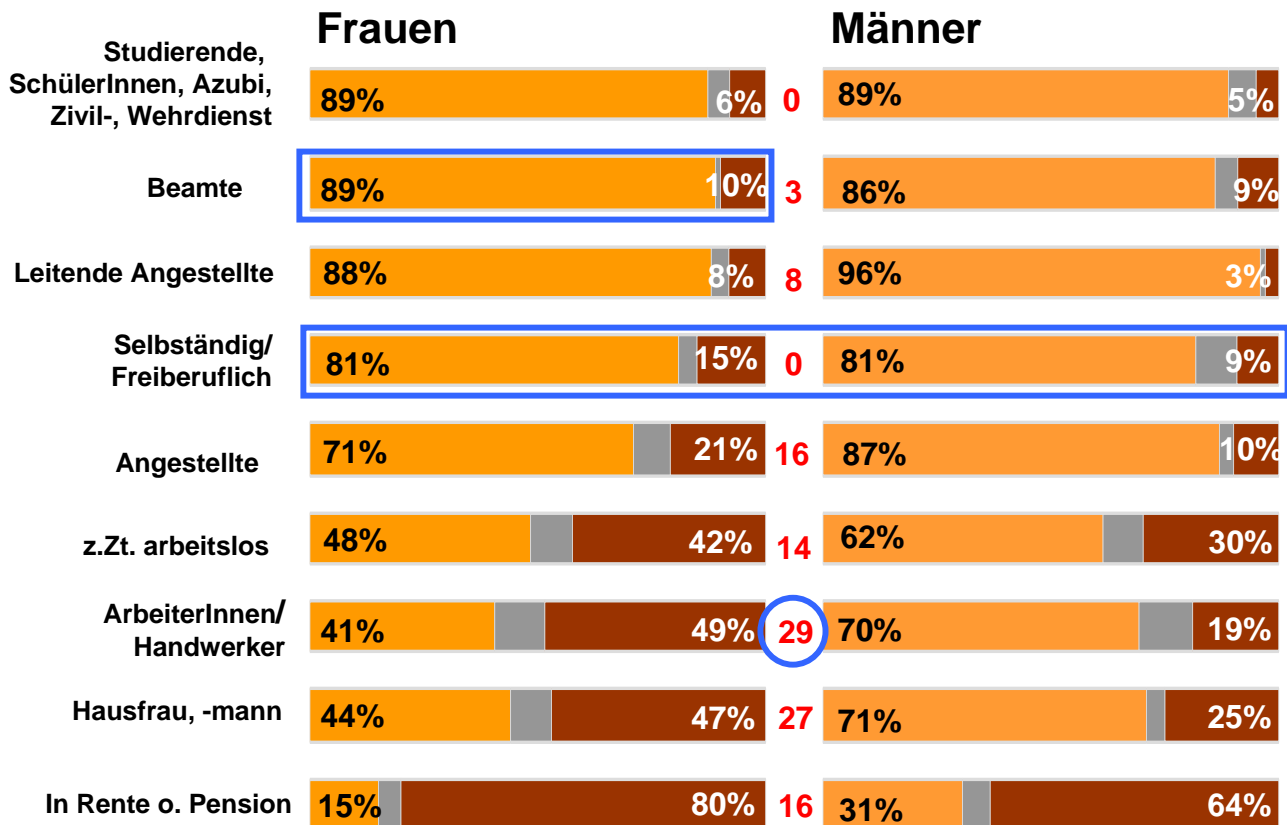


- Bei den Frauen ist in der Gruppe Volksschule mit Lehre der größte Zuwachs zu verzeichnen: plus 5 Prozentpunkte im Vergleich zu 2005.
- Frauen und Männer mit abgeschlossenem Studium sind erstmals zu gleichen Anteilen online. Während bei den Männern ein leichter Rückgang festzustellen ist, stieg der Anteil der Frauen in dieser Gruppe um 4 Prozentpunkte.
- Nach wie vor zeigt sich die größte Differenz der Onliner-Anteile bei Frauen und Männern mit 23 Prozentpunkten in der Gruppe Volksschule ohne Lehre.

# Beruf

Der berufliche Status hat ähnliche Auswirkungen auf die Internetnutzung wie die Bildung: Die Differenz zwischen Frauen und Männern aus der Gruppe der ArbeiterInnen/HandwerkerInnen ist von 13 Prozentpunkten 2002 auf 29 Prozentpunkte 2006 gestiegen. Tendenziell nivellieren sich die Unterschiede zwischen den Geschlechtern je höher der berufliche Status ist.

## Beruflicher Status 2006



Differenz der Online-Anteile (in pp)



(Veränderte Kategorien, deshalb z.T. keine Vergleichbarkeit zum Vorjahr.)

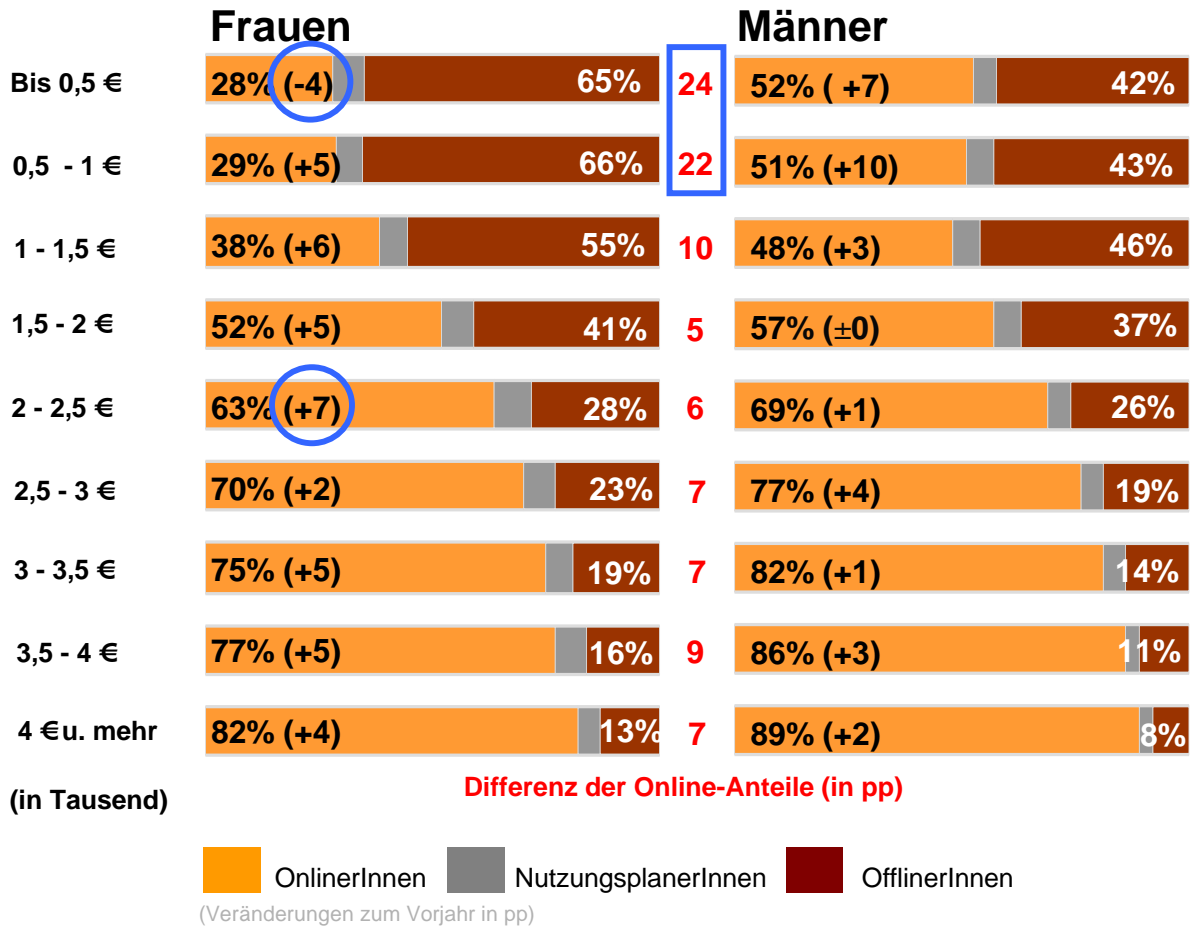
- Bei den Studierenden und Selbständigen / freiberuflich Tätigen sind Frauen und Männer zu gleich hohem Anteil online.
- Die größte Differenz mit einem Unterschied von 29 Prozentpunkten besteht in der Gruppe der ArbeiterInnen / HandwerkerInnen.
- In der Gruppe der BeamtInnen ist der Onliner-Anteil der Frauen größer als der der Männer.

# Einkommen

Bei den Frauen ist die Internetnutzung in fast allen Einkommensgruppen gestiegen und am stärksten im mittleren Bereich. Bei den Männern dagegen ist der Online-Anteil im Einkommensbereich 500 bis 1.000 Euro um 10 Prozentpunkte gestiegen, bei den Frauen mit geringem Einkommen hat es einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr gegeben. Auch hier sind die Abstände zwischen Frauen und Männern umso größer, je niedriger das monatliche Haushaltseinkommen ist.



# Einkommen 2006

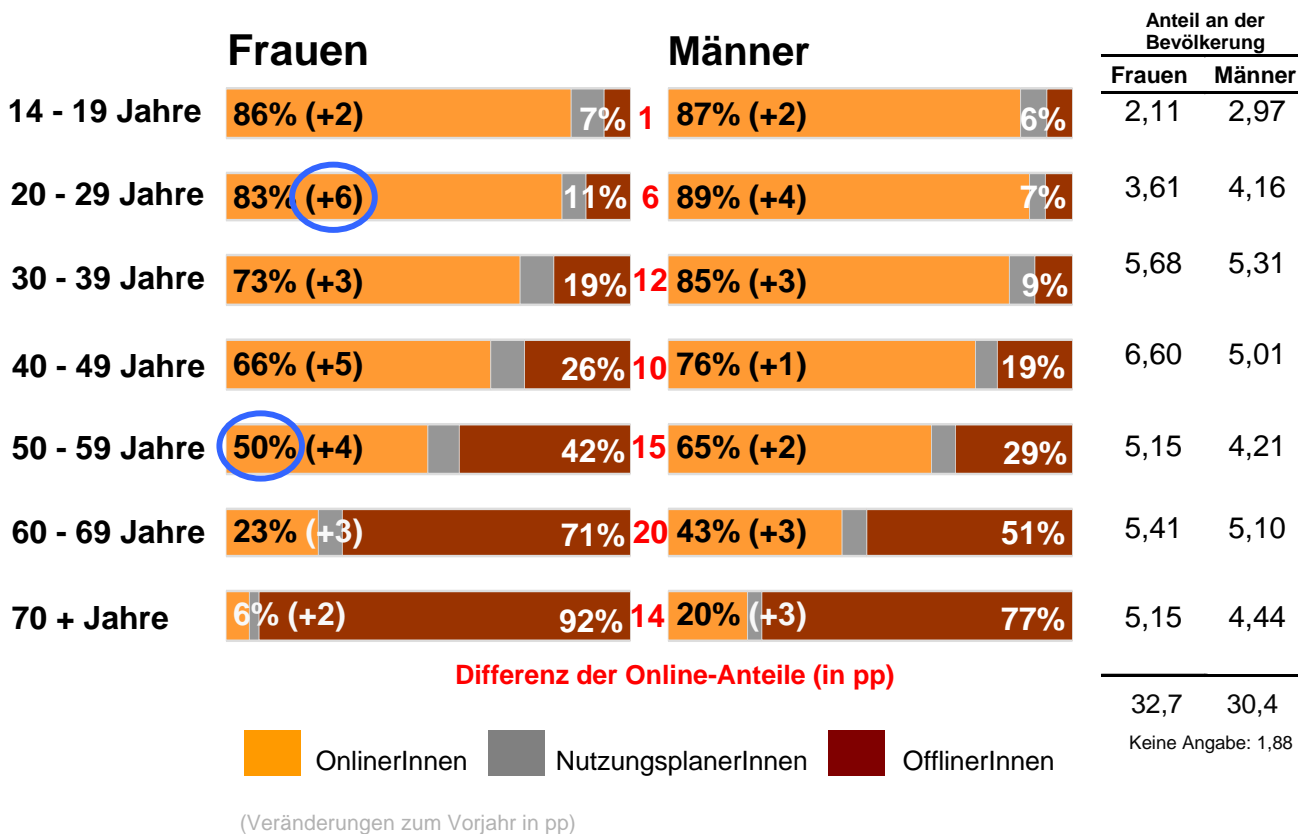


- Bei den Frauen sind in allen Einkommensgruppen Zuwächse festzustellen. Lediglich in der Einkommensgruppe bis 500 Euro gibt es einen Rückgang um 4 Prozentpunkte.
- Die deutlichste Steigerung gegenüber 2005 ist mit 7 Prozentpunkten bei den Frauen mit einem Einkommen zwischen 2.000 und 2.500 Euro festzustellen.
- Die größten Differenzen zwischen Männern und Frauen finden sich in den unteren Einkommensgruppen mit 24 und 22 Prozentpunkten.

# Alter

Das Alter bleibt ein wesentlich mitbestimmender Faktor bei der Internetnutzung: Wird das Alter mitbetrachtet ergibt sich im Bildungsbereich ein anderes Bild gegenüber anderen Altersgruppen: Zwar haben auch die über 60-Jährigen mit Abitur bzw. Hochschulabschluss den höchsten Online-Anteil, der Abstand zwischen Frauen und Männern ist in diesem Bildungssegment allerdings mit 20 Prozentpunkten am größten.

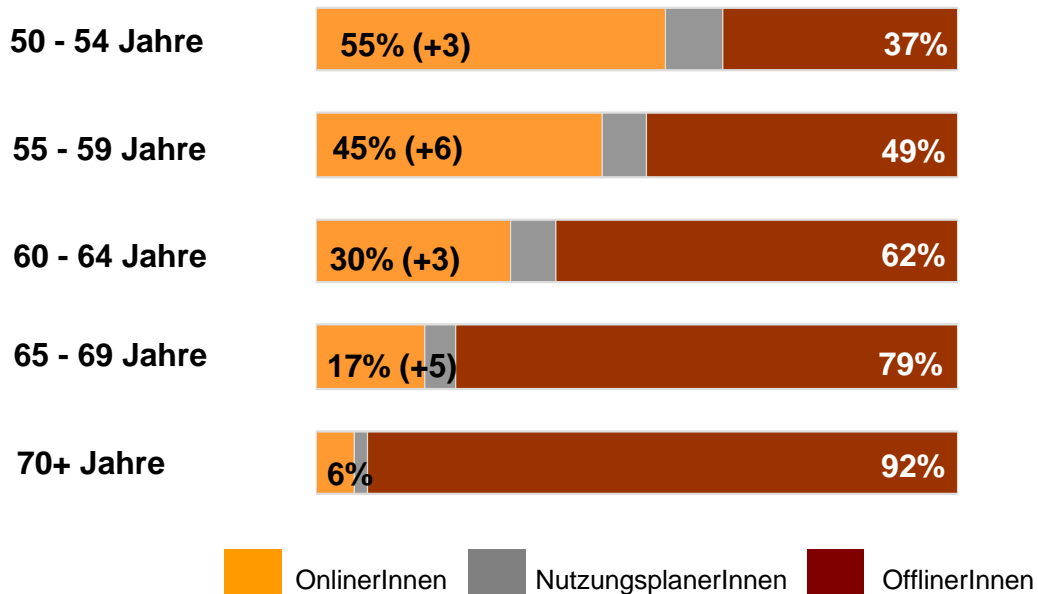
# Alter 2006



- Sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern sind in allen Altersgruppen Zuwächse zu verzeichnen. Am stärksten ist die Internetnutzung in der Gruppe der 20 bis 29-jährigen Frauen gewachsen.
- Auch bei den Älteren setzt sich die positive Entwicklung der letzten Jahre fort. Mittlerweile ist die Hälfte der 50 bis 59-jährigen Frauen online.

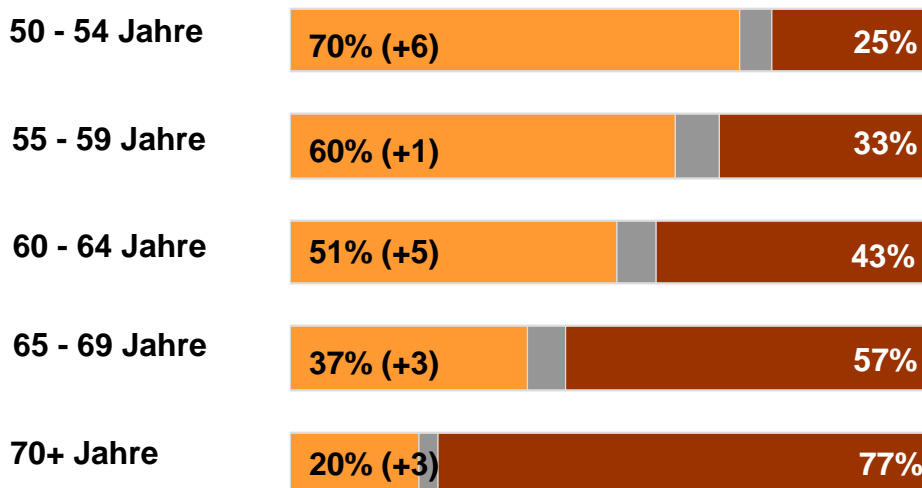
## Alter: Ab 50 Jahren

### Frauen



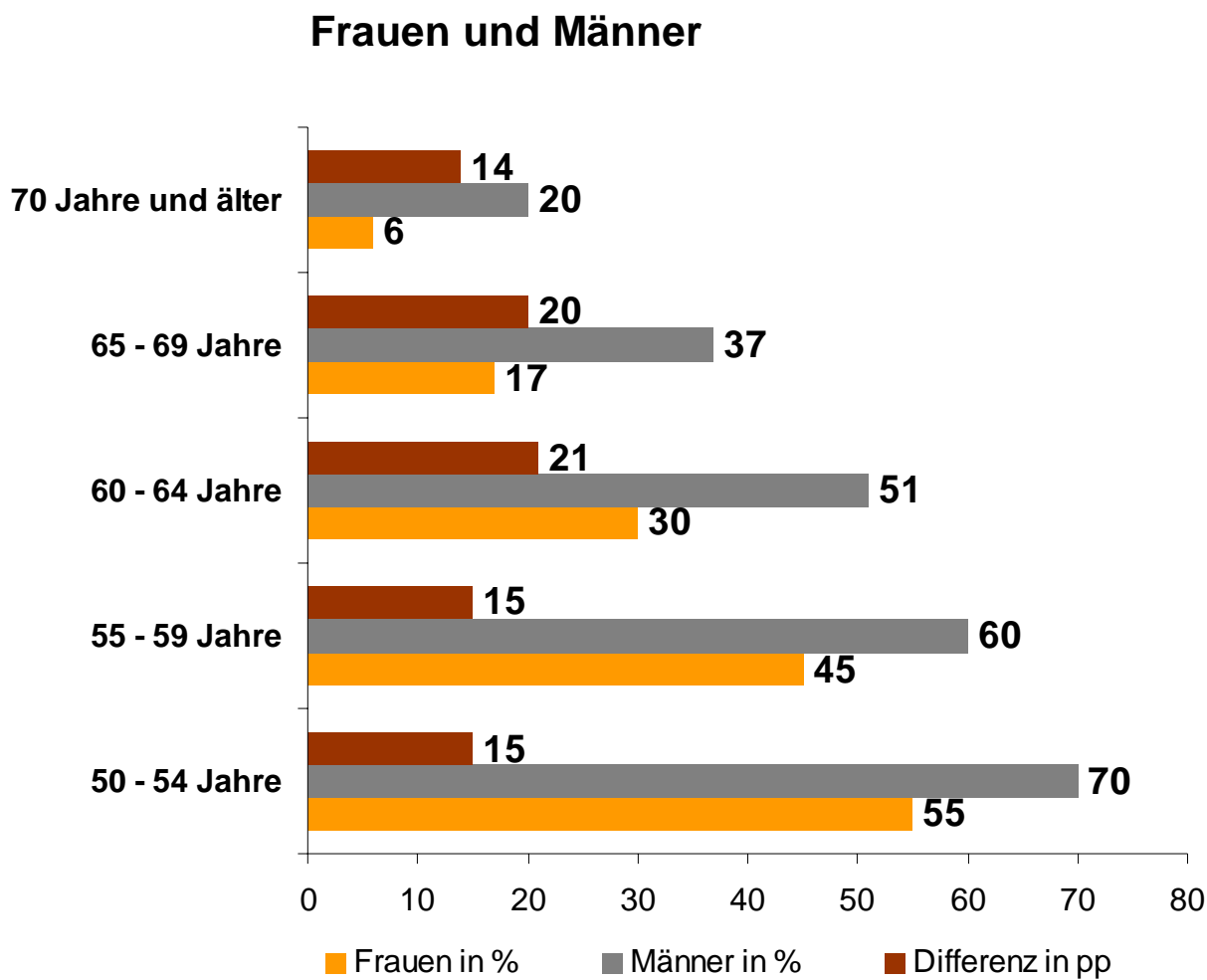
(Veränderungen zum Vorjahr in pp)

### Männer



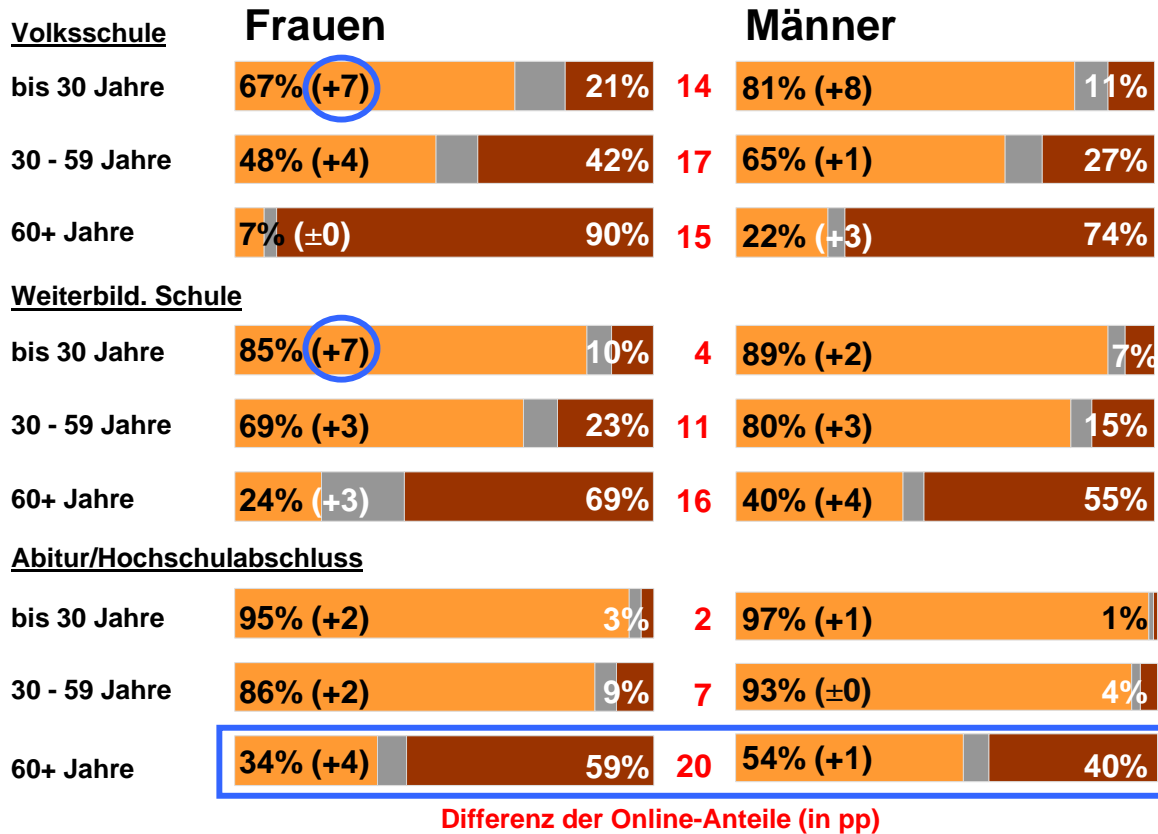
- In allen Altersgruppen ab 50 Jahren sind geschlechterunabhängig Zuwächse zu verzeichnen.

## Alter: Ab 50 Jahren 2005 - 2006



- Die Differenz zwischen Frauen und Männern ist in der Altersgruppe 60 bis 69 Jahre am größten.

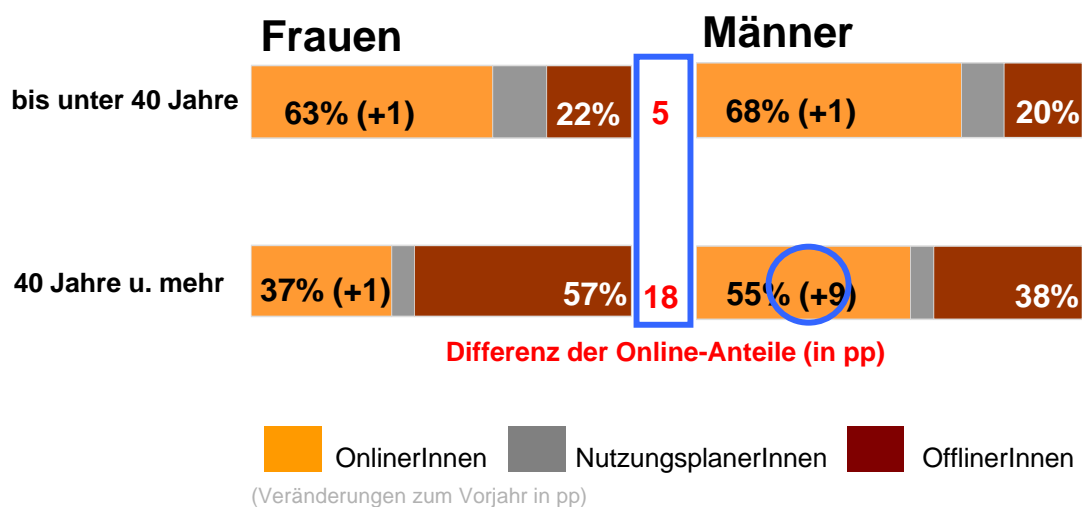
## Alter und Bildung 2006



(Veränderungen zum Vorjahr in pp)

- Bei den jungen Frauen sind in den Gruppen Volkshochschule und weiterbildende Schule mit einem Plus von 7 Prozentpunkten die stärksten Zuwächse gegenüber 2005 festzustellen.
- In der Gruppe der über 60-Jährigen mit Abitur ist die Differenz mit 20 Prozentpunkten zwischen Frauen und Männern am deutlichsten.

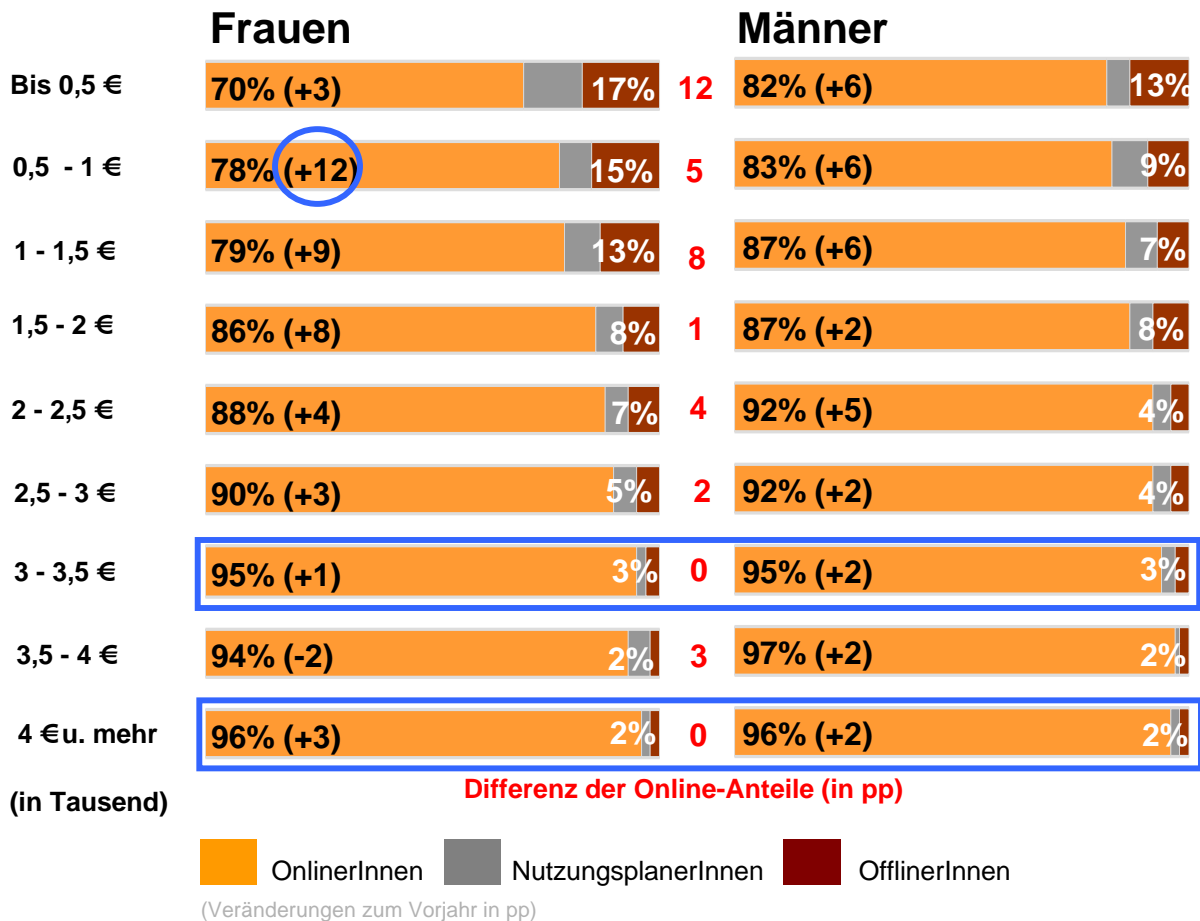
## Alter und Erwerbslosigkeit 2006



- Die erwerbslosen Männer über 40 Jahre verzeichnen mit 9 Prozentpunkten Steigerung gegenüber dem Vorjahr den deutlichsten Zuwachs.
- Hier ist der Abstand zwischen Frauen und Männern bei den Älteren deutlich größer als in der Gruppe der bis 40-Jährigen.

Hinweis: kleine Datenbasis mit geringen Fallzahlen

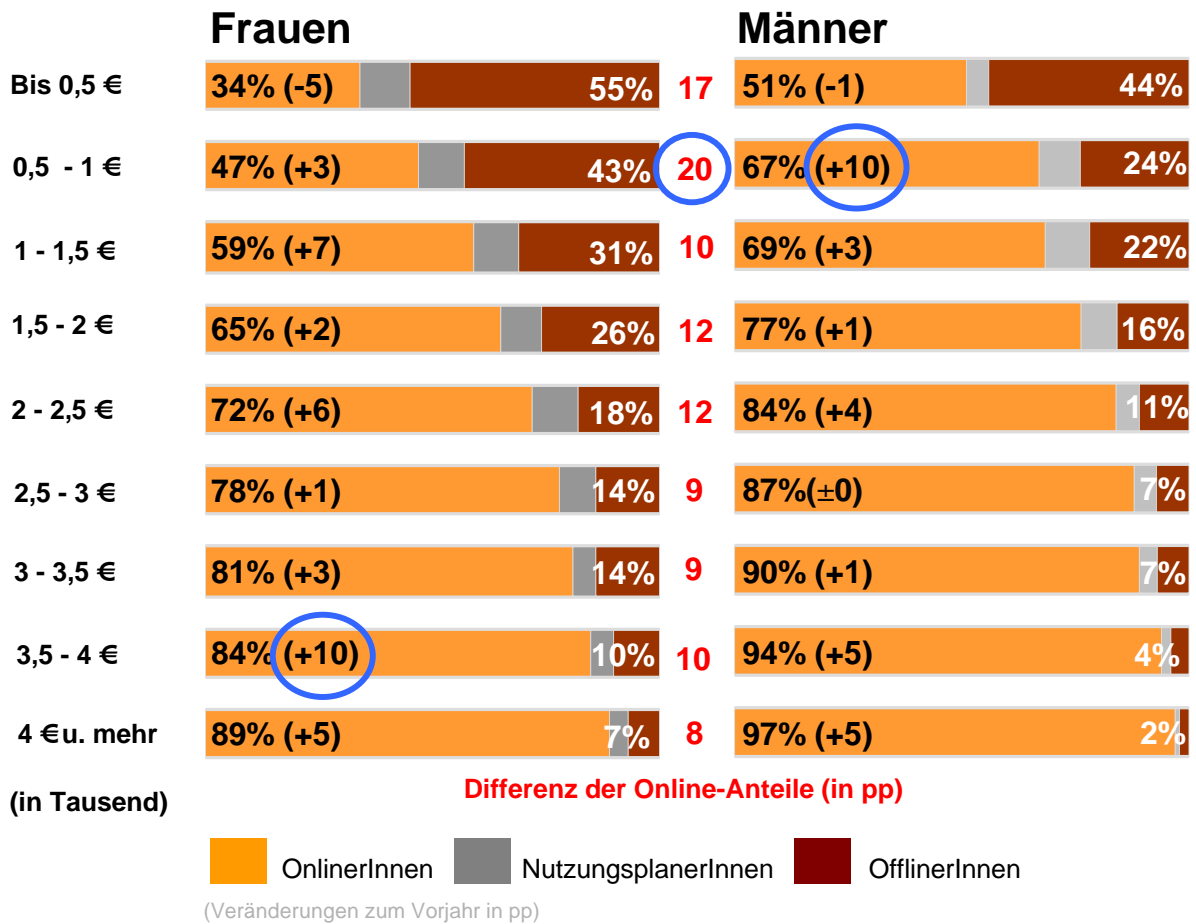
## Alter und Einkommen: bis 30 Jahre



- Am stärksten wächst die in dieser Altersklasse die Gruppe der Frauen mit einem Einkommen von 500 bis 1.000 Euro: 12 Prozentpunkte mehr Onlinerinnen als im Vorjahr.
- In den Einkommensgruppen 3.000 bis 3.500 Euro und mehr als 4.000 Euro ist der OnlinerInnen-Anteil bei Frauen und Männern gleich.
- Für diese Altersklasse ist die Internetnutzung beinahe selbstverständlich, so dass die Unterschiede zwischen Frauen und Männern allgemein nicht so stark ins Gewicht fallen.

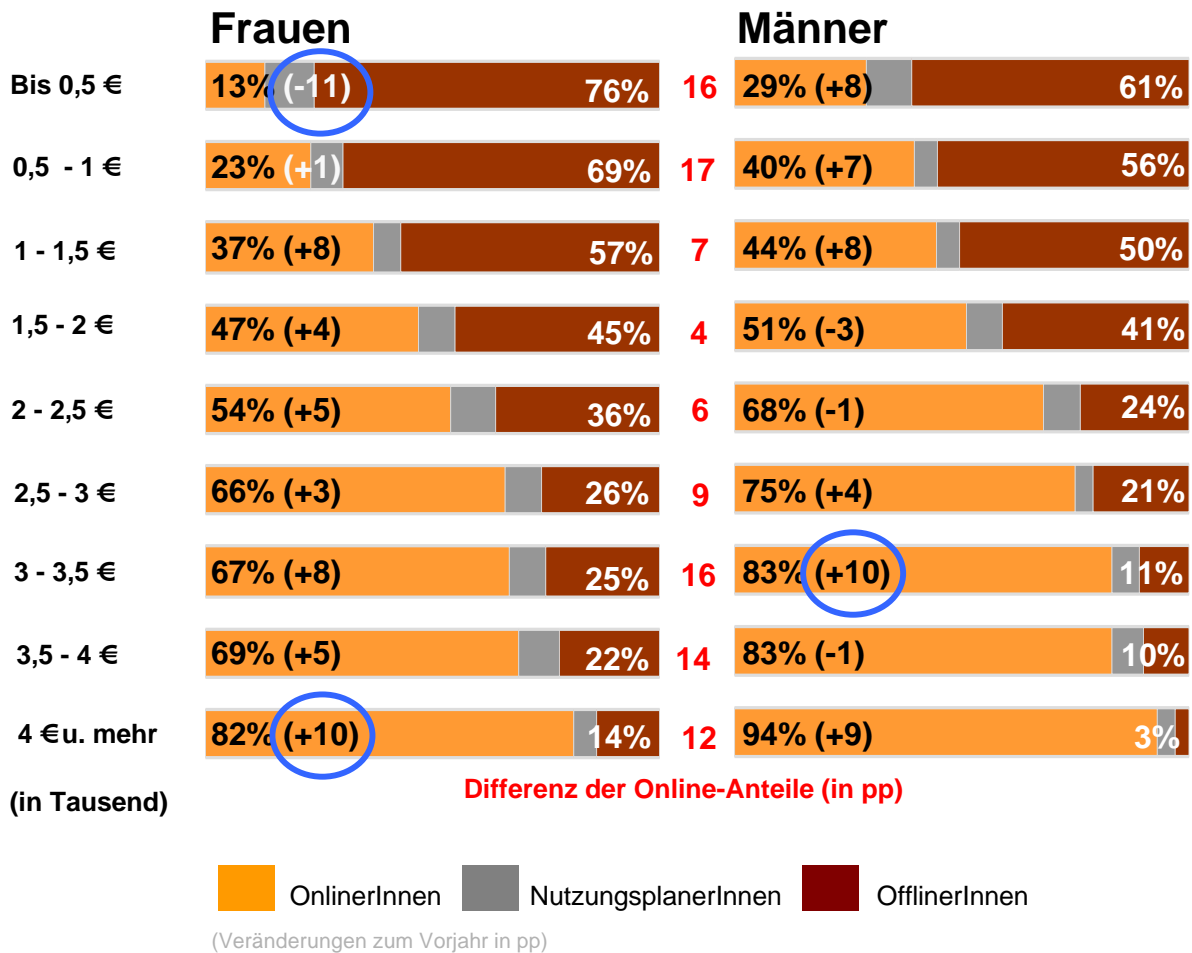


## Alter und Einkommen: von 30 bis 49 Jahren



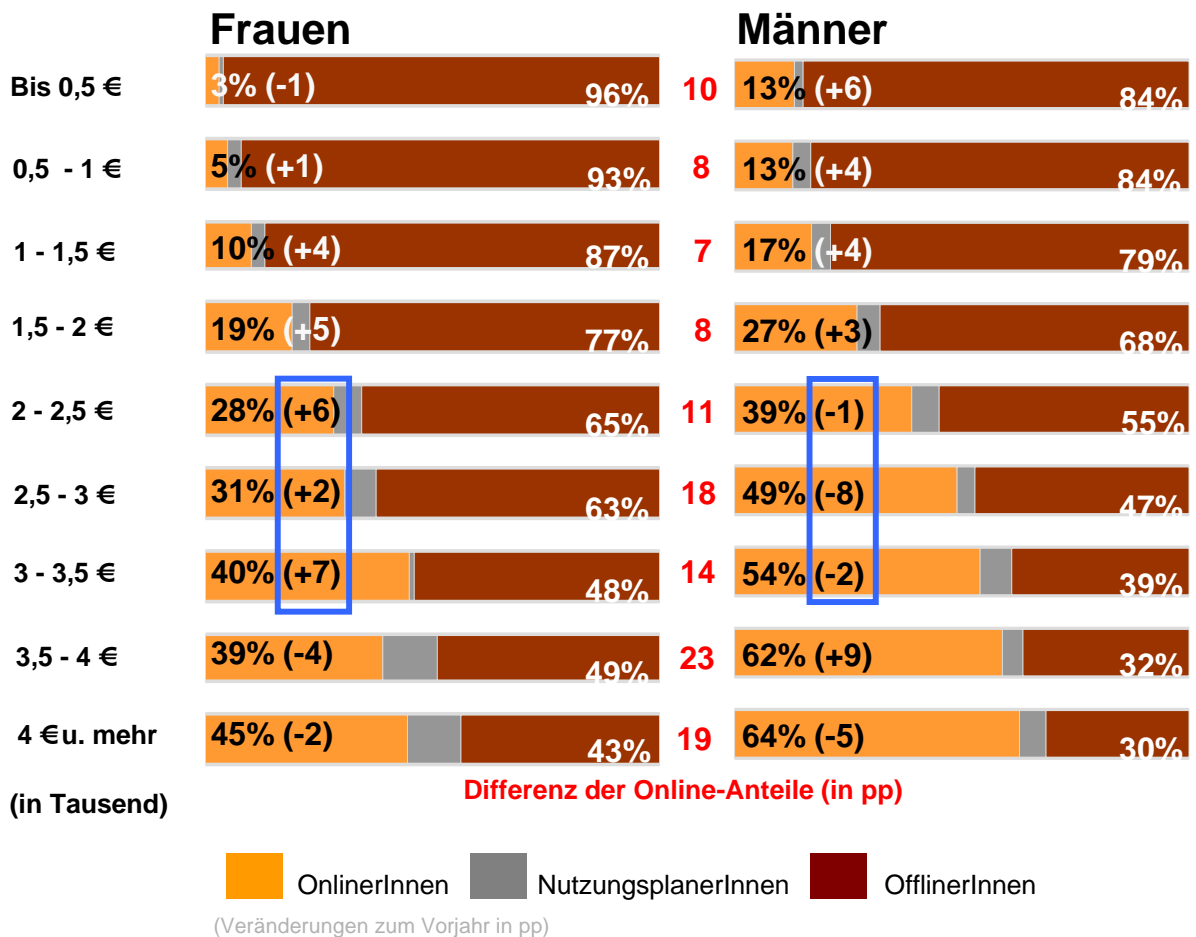
- In dieser Alterklasse ist der Anteil der Onlinerinnen in der Einkommensgruppe 3.500 bis 4.000 Euro um 10 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr gestiegen.
- Ein ebenso starker Zuwachs ist bei den Männern mit einem Einkommen zwischen 500 und 1.000 Euro festzustellen.
- Die Differenz zwischen Frauen und Männern ist in der Einkommensgruppe 500 bis 1.000 Euro mit 20 Prozentpunkten am größten.

## Alter und Einkommen: 50 bis 59 Jahre



- In dieser Altersklasse ist bei den Frauen in der Gruppe mit einem Einkommen bis 500 Euro der stärkste Rückgang mit 11 Prozentpunkten bei der Internetnutzung festzustellen.
- Dagegen ist der Anteil der Onlinerinnen mit einem Einkommen von mindestens 4.000 Euro mit einem Plus von 10 Prozentpunkten am deutlichsten gewachsen ist.
- Der stärkste Zuwachs bei den Männern findet sich in der Einkommensgruppe 3.000 bis 3.500 Euro.

## Alter und Einkommen: 60 Jahre und älter



- Bei den Frauen dieser Altersklasse sind in allen Einkommensgruppen weniger als die Hälfte online.
- Während bei den Männern in den Einkommensgruppen 2000 bis 3.500 Euro Rückgänge festzustellen sind, zeigt sich bei den Frauen eine gegenteilige Entwicklung.

# Ländervergleich: Die Rangfolge der Bundesländer

Das Länder-Ranking zeigt: Die niedrigsten Raten der Internetnutzung der Frauen finden sich in den neuen Bundesländern und im Saarland. Die Internetnutzung der Männer hat in Mecklenburg-Vorpommern einen großen Sprung nach vorn gemacht, konnte die Frauen aber nicht mitziehen. Bei den Frauen über 50 Jahren ist die Lage nicht so eindeutig: hier sind die letzten Plätze auf neue und alte Bundesländer gleichmäßig verteilt.

## Ländervergleich: Frauen und Männer 2006

Bundesland	Frauen		Männer		Gesamt	
	Platz	%	Platz	%	Platz	%
Berlin	1	56,8	1	72,7	1	64,4
Baden-Württemberg	2	54,8	4	67,2	4	60,6
Hamburg	3	54,7	2	70,5	2	62,1
Niedersachsen	4	54,6	10	64,4	6	59,3
Schleswig-Holstein	5	54,0	6	66,3	5	59,9
Hessen	6	53,8	3	68,2	3	60,8
Nordrhein-Westfalen	7	51,7	8	65,0	8	58,1
Bayern	8	51,5	7	66,0	7	58,5
Rheinland-Pfalz	9	50,5	13	62,8	10	56,4
Bremen	10	50,4	9	64,9	9	57,2
Brandenburg	11	48,6	12	63,2	11	55,7
Thüringen	12	46,8	11	63,8	12	55,1
Sachsen	13	45,2	15	60,5	15	52,5
Sachsen-Anhalt	14	45,0	14	62,3	14	53,2
Mecklenburg-Vorpommern	15	41,3	5	66,7	13	53,8
Saarland	15	41,3	16	57,5	16	49,0

- Nur der erste Platz im Ranking der Onlinerinnen deckt sich mit dem Ranking der Gesamtbevölkerung.
- Bis auf Mecklenburg-Vorpommern können alle Bundesländer ihre Onlinerinnen-Anteile steigern.
- Die größte Differenz in der Platzierung weist Mecklenburg-Vorpommern auf (Platz 15 bei den Frauen, Platz 5 bei den Männern).

## Ländervergleich: Frauen Platz 1 bis 8

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
1	Berlin	Mit dem größten Onlinerinnen-Anteil von 56,8 Prozent und einem Zuwachs um 1,5 Prozentpunkte behauptet sich Berlin auf der Spitzenposition der Bundesländer auch im Gesamt-Bundesländer-Ranking.	0
2	Baden-Württemberg	Baden-Württemberg kann bei den Onlinerinnen ein Plus von 4,4 Prozentpunkten verbuchen und rückt im Ranking von Platz 4 im Vorjahr auf den 2. Platz.	+2
3	Hamburg	Hamburg büßt trotz einer Steigerung des Onlinerinnanteils um 3 Prozentpunkte einen Platz ein und liegt mit einem Anteil von 54,7 Prozent deutlich über dem Bundesdurchschnitt der Frauen von 51,5 Prozent.	-1
4	Niedersachsen	Nach einem starken Sprung nach vorn in 2005, verbessert sich Niedersachsen 2006 erneut um 5,6 Prozentpunkte und 2 Plätze. Das ist nach Bremen der zweitstärkste Zuwachs. Damit sind erstmals deutlich mehr als die Hälfte der Frauen in diesem Bundesland online.	+2
5	Schleswig-Holstein	Trotz eines deutlichen Zuwachses von 3,7 Prozentpunkten bei den Onlinerinnen bleibt Schleswig-Holstein wie im Vorjahr auf Platz 5 des Rankings. Auch im Gesamt-Ranking behauptet sich das Bundesland mit einem Plus von 3 Prozentpunkten auf dem 5. Platz.	0
6	Hessen	Zwar büßt Hessen im Vergleich zum Vorjahr drei Plätze ein, kann aber bei den Onlinerinnen eine Steigerung um 2,3 Prozentpunkte verzeichnen. Mit 53,8 Prozent liegt das Bundesland deutlich über dem Bundesdurchschnitt.	-3
7	Nordrhein-Westfalen	Mit 4,1 Prozentpunkten Zuwachs gewinnt Nordrhein-Westfalen einen Platz bei den weiblichen Onlinerinnen im Jahr 2006. Damit sind 2006 erstmals mehr als die Hälfte (51,7 Prozent) der weiblichen Bevölkerung online.	+1
8	Bayern	Mit einem Onlinerinnen-Anteil von 51,5 liegt Bayern genau im Bundesdurchschnitt. Im Vergleich zum Vorjahr verliert das Bundesland trotz einer Steigerung um 3,2 Prozentpunkte einen Platz.	-1

## Ländervergleich: Frauen Platz 9 bis 16

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
9	Rheinland-Pfalz	Trotz eines deutlichen Zuwachses um 4,4 Prozentpunkte bleibt Rheinland-Pfalz unverändert auf Platz 9 und wiederholt auch im Gesamt-Bundesländer-Ranking die Platzierung des Vorjahres (Platz 10).	0
10	Bremen	Bremen zeigt mit einer Steigerung von 7,9 Prozentpunkten den stärksten Zuwachs bei den Onlinerinnen, kann sich aber in der Rangliste um nur 2 Plätze verbessern. 2006 sind mit einem Anteil von 50,4 Prozent mehr als die Hälfte der weiblichen Bevölkerung online.	+2
11	Brandenburg	Auch Brandenburgs Onlinerinnen legen deutlich zu: Mit einer Steigerung um 4,9 Prozentpunkte ist das der drittstärkste Zuwachs. In der Platzierung kann sich Brandenburg allerdings nicht verbessern und hat wie 2005 Platz 11 inne.	0
12	Thüringen	Zwei Plätze Verlust muss Thüringen trotz eines leichten Zuwachses von 1,5 Prozentpunkten hinnehmen. Im Gesamt-Bundesländer-Ranking wiederholt Thüringen die Vorjahres-Platzierung.	-2
13	Sachsen	Einen Platz nach oben und ein Plus von 3,8 Prozentpunkten kann Sachsen für sich verbuchen. Im Gesamt-Bundesländer-Ranking verliert Sachsen zwei Plätze und landet auf Platz 15.	+1
14	Sachsen-Anhalt	Durch den starken Zuwachs von 4,2 Prozentpunkten gewinnt Sachsen-Anhalt zwei Plätze im Vergleich zum Vorjahr, verzeichnet aber mit 45 Prozent den zweitniedrigsten Onliner-Anteil bei den Frauen.	+2
15	Mecklenburg-Vorpommern	Als einziges Bundesland kann Mecklenburg-Vorpommern keine Zuwächse vorweisen. Im Vergleich zum Vorjahr sinkt der Anteil der Onlinerinnen leicht um 0,6 Prozentpunkte. Auch in der Platzierung büßt das Bundesland zwei Plätze ein und hat wie das Saarland mit 41,3 Prozent Onlinerinnen bundesweit den niedrigsten Anteil.	-2
15	Saarland	Auch in 2006 ist das Saarland das Schlusslicht. Zwar wuchs der Onlinerinnen-Anteil um 3,5 Prozentpunkte, aber das verhalf dem Bundesland nicht zu einer besseren Platzierung. Auch im Gesamt-Bundesländer-Ranking ist das Saarland auf dem letzten Platz.	0

## Ländervergleich: Männer Platz 1 bis 8

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
1	Berlin	Frau – Mann – Gesamt: Berlin belegt auch im Jahr 2006 durchweg den ersten Platz. Bei den männlichen Onlinern ist Berlin seit 2003 Spitzenreiter.	0
2	Hamburg	Trotz eines leichten Rückgangs um 0,5 Prozentpunkte kann sich Hamburg wie im Vorjahr auf dem zweiten Platz positionieren. Auch im Gesamt-Ranking nimmt Hamburg Platz 2 ein.	0
3	Hessen	Hessen gewinnt 5 Plätze und verbessert sich mit einem Zuwachs von 4,6 Prozentpunkten auf den dritten Platz. Mit einem Anteil von 68,2 Prozent liegt Hessen bei den männlichen Onlinern damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 65,4 Prozent.	+5
4	Baden-Württemberg	Baden-Württemberg kann zwei Plätze dazugewinnen und legt bei den Onlinern im Vergleich zum Vorjahr um 2,8 Prozentpunkte zu. Auch im Gesamt-Bundesländer-Ranking belegt das Bundesland Platz 4.	+2
5	Mecklenburg-Vorpommern	Eine enorme Steigerung ist bei den männlichen Onlinern in Mecklenburg-Vorpommern festzustellen: Plus 10,6 Prozentpunkte mehr Onliner als in 2005. Damit verbessert sich das Bundesland im Vergleich zum Vorjahr um 10 Plätze und liegt mit einem Onliner-Anteil von 66,7 Prozent über dem Bundesdurchschnitt.	+10
6	Schleswig-Holstein	Eine Steigerung um 2,4 Prozentpunkte und den Gewinn eines Platzes kann Schleswig-Holstein für sich verbuchen. In dem Gesamt-Bundesländer-Ranking kann sich das Bundesland erneut auf Platz 5 positionieren.	+1
7	Bayern	Bayern kann im Vergleich zum Vorjahr bei den männlichen Internetnutzern 1 Prozentpunkt zulegen, büßt aber 3 Plätze ein, Mit einem Onliner-Anteil von 66,0 Prozent liegt Bayern allerdings noch knapp über dem Bundesdurchschnitt.	-3
8	Nordrhein-Westfalen	Nordrhein-Westfalen muß trotz eines leichten Zuwachses um 0,6 Prozentpunkte einen Verlust von 3 Plätzen hinnehmen. In der Gesamt-Betrachtung platziert sich das Bundesland erneut auf Platz 8, kann aber den Anteil in der Bevölkerung um insgesamt 2,5 Prozentpunkte steigern.	-3



## Ländervergleich: Männer Platz 9 bis 16

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
9	Bremen	Einen Verlust von 6 Plätzen und ein Minus von 2,5 Prozentpunkten bei den männlichen Internetnutzern muß Bremen hinnehmen. Mit einem Anteil von 64,9 Prozent liegt das Bundesland knapp unter dem Bundesdurchschnitt.	-6
10	Niedersachsen	Trotz einer leichten Steigerung um einen Prozentpunkt, verliert Niedersachsen im Vergleich zum Vorjahr einen Platz. Der Unterschied in der Platzierung der weiblichen Onliner ist mit 6 Plätzen Differenz sehr deutlich. Im Gesamt-Ranking kann Niedersachsen sich um einen Platz auf Platz 6 verbessern.	-1
11	Thüringen	Wie im Ranking der Onlinerinnen belegt das Bundesland auch bei den männlichen Onlinern Platz 11. Im Vergleich zu 2005 ist der Anteil der männlichen Internetnutzer um 8,8 Prozentpunkte gewachsen – die zweitstärkste Steigerung nach Mecklenburg-Vorpommern.	+4
12	Brandenburg	Einen Platz Verlust bei gleichzeitigem Zuwachs um 3 Prozentpunkte ist für Brandenburg festzustellen. Im Gesamt-Ranking hält sich Brandenburg auf Platz 11, verbessert sich insgesamt aber um 3,9 Prozentpunkte.	-1
13	Rheinland-Pfalz	Auch Rheinland-Pfalz kann seine Platzierung aus 2004 nicht halten und verliert 3 Plätze, steigert sich aber bei den Onliner-Anteilen um 2,1 Prozentpunkte.	-3
14	Sachsen-Anhalt	Sachsen-Anhalt platziert sich erneut auf dem 14. Platz, kann aber einen Zuwachs um 5,6 Prozentpunkte aufweisen. Im Gesamt-Ranking kann sich das Bundesland sogar um einen Platz auf Rang 14 verbessern. 2006 sind mit einem Anteil von insgesamt 53,2 Prozent erstmals mehr als die Hälfte der Bevölkerung des Bundeslandes online.	0
15	Sachsen	Platzverlust trotz eines Zuwachses um 1,6 Prozent auf bei dem Bundesland Sachsen. Auch im Gesamt-Ranking ist Sachsen auf Platz 15. Mit 52,5 Prozent OnlinerInnen ist auch in Sachsen in diesem Jahr erstmals mehr als die Hälfte der Gesamtbevölkerung online.	-2
16	Saarland	Gewinne bei den Frauen – Verluste bei den Männern. Mit einem Rückgang um 2,6 Prozentpunkte bei den männlichen Internetnutzern landet das Bundesland auf dem letzten Platz. Das Saarland bleibt wie im Vorjahr im Gesamt-Bundesländer-Ranking auf dem letzten Platz.	-4

## Ländervergleich: Bis 50 Jahre / Ab 50 Jahre

Bundesland	Bis 50		Ab 50		Gesamt	
	Platz	%	Platz	%	Platz	%
Berlin	1	85,7	1	37,4	1	64,4
Hamburg	2	82,8	5	36,0	2	62,1
Hessen	3	81,2	2	36,8	3	60,8
Schleswig-Holstein	4	80,5	6	35,9	5	59,9
Baden-Württemberg	5	80,2	3	36,7	4	60,6
Nordrhein-Westfalen	6	78,8	7	34,2	8	58,1
Niedersachsen	7	78,6	2	36,8	6	59,3
Bayern	8	78,3	8	32,4	7	58,5
Bremen	9	77,8	4	36,2	9	57,2
Thüringen	10	77,3	12	28,8	12	55,1
Rheinland-Pfalz	11	76,6	9	32,0	10	56,4
Brandenburg	12	76,4	11	29,6	11	55,7
Sachsen	13	75,0	13	27,7	15	52,5
Mecklenburg-Vorpommern	14	74,0	14	25,9	13	53,8
Sachsen-Anhalt	15	73,0	10	30,5	14	53,2
Saarland	16	71,1	15	25,7	16	49,0

- Berlin ist und bleibt Spitzenreiter allerdings bei den Älteren ab 50 Jahre mit einem Minus von 2,6 Prozentpunkten.
- Hessen verbessert sich von Platz 6 im Vorjahr auf den 2. Platz und kann einen Zuwachs von 4,1 Prozentpunkten bei der Generation 50plus verbuchen.

## Ländervergleich: Bis 50 Jahre Platz 1 bis 8

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
1	Berlin	Berlin verteidigt auch 2006 seinen ersten Platz bei den unter 50-Jährigen und kann sich weiter um 3,2 Prozentpunkte steigern.	0
2	Hamburg	Auch Hamburg wiederholt die Vorjahresplatzierung und gewinnt 0,9 Prozentpunkte hinzu.	0
3	Hessen	Unveränderte Platzierung auch für Hessen. Das Bundesland kann in der Altersgruppe bis 50 Jahre den Anteil um 3,1 Prozentpunkte steigern. Damit liegt der Anteil der Internetnutzenden in dieser Altersgruppe bei 81,2 Prozent.	0
4	Schleswig-Holstein	Eine Verbesserung um 4 Plätze und eine Steigerung um 5,8 Prozentpunkte kann Schleswig-Holstein für sich verbuchen.	+4
5	Baden-Württemberg	Trotz einer deutlichen Verbesserung um 3,5 Prozentpunkte muß das Bundesland einen Platzverlust hinnehmen.	-1
6	Nordrhein-Westfalen	Wie im Vorjahr kann sich Nordrhein-Westfalen auf Platz 6 positionieren und den Onliner-Anteil bei den unter 50-Jährigen um weitere 2,9 Prozentpunkte steigern.	0
7	Niedersachsen	Einen Verlust von zwei Rankingplätzen muß Niedersachsen trotz einer Steigerung um 2 Prozentpunkte hinnehmen.	-2
8	Bayern	Auch Bayern muß bei gleichzeitigem Zuwachs um 2,5 Prozentpunkte einen Verlust von einem Rankingplatz hinnehmen.	-1

## Ländervergleich: Bis 50 Jahre Platz 9 bis 16

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
9	Bremen	Bremen kann sich bei den unter 50-Jährigen am deutlichsten steigern: plus 5,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und einen Gewinn von 3 Plätzen.	+3
10	Thüringen	Den zweitstärksten Zuwachs (plus 5 Prozentpunkte) in dieser Altersgruppe kann Thüringen für sich verbuchen und verbessert sich auf Platz 10 der Rangliste.	+1
11	Rheinland-Pfalz	Trotz einer Verbesserung um 2,4 Prozentpunkte verliert Rheinland-Pfalz 2 Plätze. Mit einem Anteil von 76,6 Prozent sind in dem Bundesland mehr als Dreiviertel in dieser Altersgruppe online.	-2
12	Brandenburg	Einen Platz höher in der Rankingliste und einen deutlichen Zuwachs von 4,7 Prozentpunkten kann Brandenburg für sich verbuchen.	+1
13	Sachsen	Zwar kann Sachsen in dieser Altersgruppe den OnlinerInnen-Anteil um 1,3 Prozentpunkte steigern, verliert aber trotzdem in der Gesamtliste 3 Plätze.	-3
14	Mecklenburg-Vorpommern	Das Bundesland kann sich um einen Platz verbessern und sich mit einem Zuwachs von 3,3 Prozentpunkten bei den unter 50-Jährigen erneut steigern. Schon im Vorjahr hatte Mecklenburg-Vorpommern in dieser Altersgruppe den höchsten Zuwachs zu verzeichnen.	+1
15	Sachsen-Anhalt	Einen Platz nach oben geht es auch für Sachsen-Anhalt. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Anteil der Internetnutzenden um 2,5 Prozentpunkte.	+1
16	Saarland	Auch in dieser Altersgruppe belegt das Saarland nur den letzten Platz. Im Vergleich zum Vorjahr sank der OnlinerInnen-Anteil allerdings nur leicht um 0,4 Prozentpunkte.	-2

## Ländervergleich: Ab 50 Jahre Platz 1 bis 8

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
1	Berlin	Berlin ist und bleibt Spitzenreiter – auch bei den über 50-Jährigen. Trotz eines Rückgangs um 2,6 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr bleibt Berlin auf Platz 1.	0
2	Hessen	Das Bundesland kann sich in der Altersklasse 50 Jahre aufwärts mit einem deutlichen Zuwachs um 4,1 Prozentpunkte steigern und 4 Plätze aufholen.	+4
2	Niedersachsen	Auch Niedersachsen kann sich im Vergleich zum Vorjahr mit einem Plus von 4,8 Prozentpunkten deutlich steigern und belegt in der Altersgruppe der über 50-Jährigen zusammen mit Hessen den 2. Platz.	+6
3	Baden-Württemberg	Baden-Württemberg verbessert sich vom 5. auf den 3. Platz und kann den Anteil der Internetnutzenden in der Generation 50plus um 2,1 Prozentpunkte steigern.	+2
4	Bremen	Erneut platziert sich Bremen auf Platz 4 der Rangliste dieser Altersgruppe und verzeichnet eine Zuwachsrate von 2,2 Prozentpunkten.	0
5	Hamburg	Hamburg muß einen Platzverlust und einen leichten Rückgang um 0,5 Prozentpunkte hinnehmen.	-2
6	Schleswig-Holstein	Schleswig-Holstein kann den 2. Platz des Vorjahres nicht wiederholen und muß einen Verlust um 4 Plätze und ein Minus von 1,1 Prozentpunkte hinnehmen.	-4
7	Nordrhein-Westfalen	Trotz eines Zuwachses um 1,8 Prozentpunkt kann sich Nordrhein-Westfalen nicht in der Platzierung der über 50-Jährigen verbessern und bleibt damit unverändert auf Platz 7.	0
8	Bayern	Bayern kann in der Altersgruppe der über 50-Jährigen 1,6 Prozentpunkte dazugewinnen und verbessert damit sein Vorjahresergebnis um einen Platz.	+1

## Ländervergleich: Ab 50 Jahre Platz 9 bis 16

Platzierung 2006 Bundesland		Charakteristikum / Veränderung zu 2005	
9	Rheinland - Pfalz	Mit einer deutlichen Steigerung um 3,3 Prozentpunkte kann sich Rheinland-Pfalz den bei den Älteren in der Platzierung um einen Platz verbessern.	+1
10	Sachsen-Anhalt	In der Altersgruppe der über 50-jährigen kann Sachsen-Anhalt mit einem Plus von 7,9 Prozentpunkten den größten Zuwachs an Internetnutzenden verzeichnen. In der Platzierung verbessert sich das Bundesland damit um 4 Plätze.	+4
11	Brandenburg	Brandenburg kann sich erneut auf dem 11. Platz positionieren, legt aber in dieser Altersgruppe im Vergleich zum Vorjahr 4,2 Prozentpunkte zu.	0
12	Thüringen	Thüringen verzeichnet eine deutliche Steigerung der Internetnutzenden bei der Generation 50plus: plus 5,7 Prozentpunkte und eine Verbesserung um einen Platz.	+1
13	Sachsen	Auch Sachsen kann sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 5,3 Prozentpunkte steigern und steigt damit in der Platzierung um zwei Plätze nach oben.	+2
14	Mecklenburg-Vorpommern	Den zweitstärksten Zuwachs (plus 7 Prozentpunkte) und zwei Plätze Verbesserung kann Mecklenburg-Vorpommern für sich verbuchen. Mit einem Anteil von 25,9 Prozent nutzen damit mehr als ein Viertel der über 50-Jährigen das Internet in diesem Bundesland.	+2
15	Saarland	Trotz 2 Prozentpunkten Zuwachs muß das Saarland den Verlust von 4 Plätzen hinnehmen und ist damit Schlusslicht in der Rangliste der Internetnutzenden in der Generation 50plus.	-4

## Ländervergleich: Frauen und Männer 2006 Bis 50 Jahre / Ab 50 Jahre

Bundesland	Frauen <50		Männer <50		Frauen >50		Männer >50	
	Platz	%	Platz	%	Platz	%	Platz	%
Berlin	1	81,1	1	90,0	2	30,6	1	46,5
Hamburg	2	79,7	4	85,8	5	28,9	2	46,1
Schleswig-Holstein	3	77,1	6	84,0	7	27,4	4	45,2
Hessen	4	75,5	2	87,3	6	28,5	3	45,8
Niedersachsen	5	75,4	10	82,1	4	29,0	5	44,6
Baden-Württemberg	6	74,8	3	86,0	3	29,9	6	44,0
Nordrhein-Westfalen	7	74,5	8	83,3	8	26,5	7	43,0
Bayern	8	73,4	7	83,5	12	23,7	8	42,2
Brandenburg	9	72,4	13	79,7	10	25,2	15	35,9
Rheinland-Pfalz	10	72,3	11	81,3	11	23,8	9	40,7
Thüringen	11	71,9	9	82,3	13	21,7	11	37,8
Sachsen	12	69,0	12	81,1	14	20,6	14	36,0
Bremen	13	67,4	1	90,0	1	32,4	10	40,3
Sachsen-Anhalt	14	65,7	14	79,5	9	25,6	12	37,3
Saarland	15	64,7	15	78,1	16	17,3	16	35,3
Mecklenburg-Vor.	16	61,8	5	84,7	15	17,6	13	36,5

- Bremen liegt bei den Frauen in der Gruppe ab 50 Jahre auf Platz 1, während das Bundesland bei den Männern nur den 10. Platz erreicht.

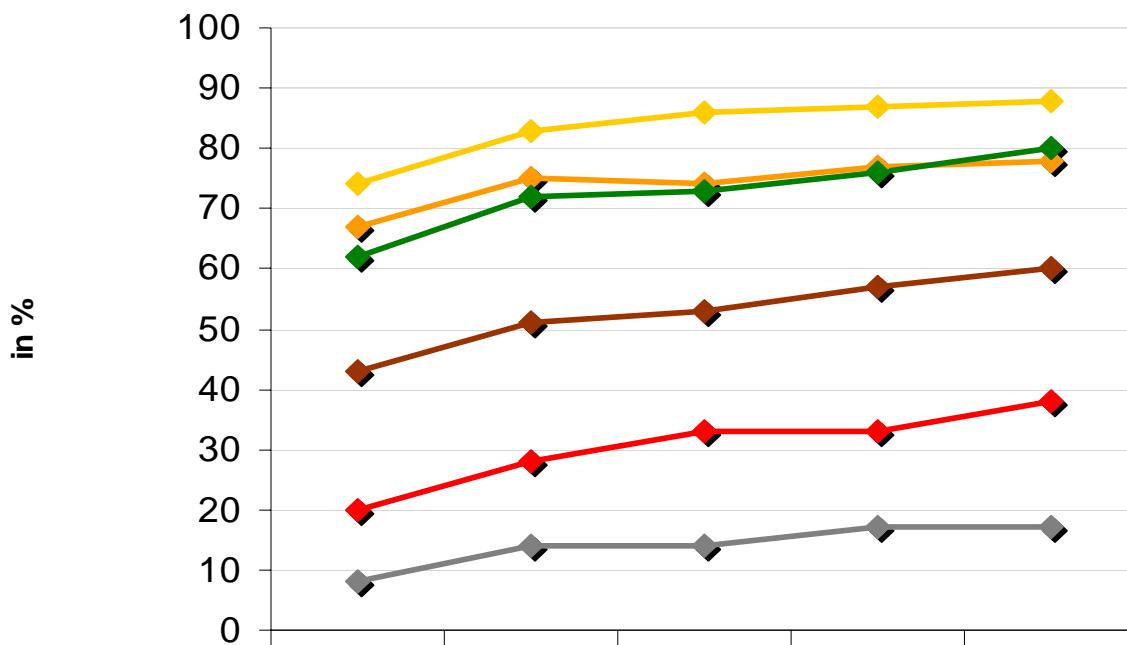
# Rückblick: Onlinerinnen und Onliner 2002 - 2006

Im Rückblick wird deutlich: Erst in der Kombination mit weiteren demografischen Faktoren werden Entwicklungen sichtbar und lassen sich Handlungsansätze für die Zukunft erkennen. Mit kostenlosen, öffentlichen Lernorten für Einkommensschwache, gezielten Angeboten für Ältere, spezieller Förderung der Bildungsfernen kann der Zugang und die Teilhabe an der Informationsgesellschaft weiter erhöht werden.



## Rückblick: Bildung 2002 - 2006

Frauen

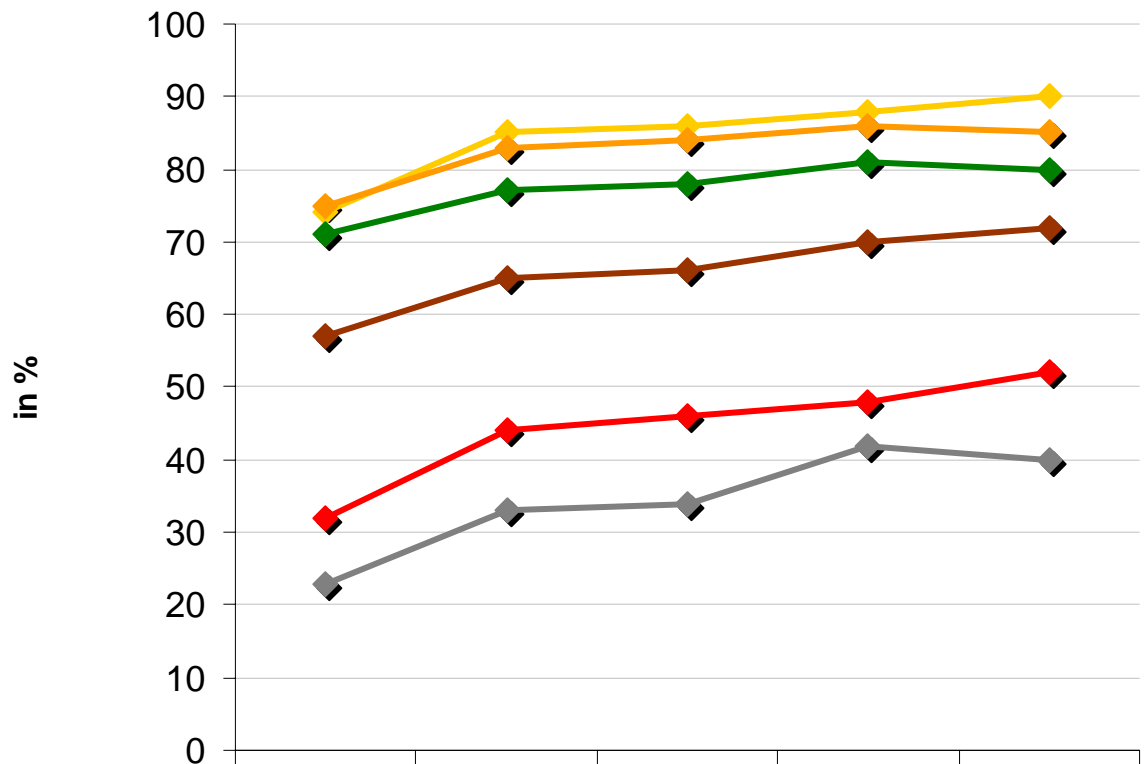


	2002	2003	2004	2005	2006
◆ SchülerInnen	74	83	86	87	88
◆ Volksschule o. Lehre	8	14	14	17	17
◆ Volksschule mit Lehre	20	28	33	33	38
◆ Weiterbildende Schule	43	51	53	57	60
◆ Abitur / Fachabitur	67	75	74	77	78
◆ Abgeschlossenes Studium	62	72	73	76	80

- Die Schülerinnen sind in der Online-Nutzung Spitze. Die Durchdringung im oberen Bildungssegment zwischen 78 und 88 Prozent Onlinerinnen befindet sich auf hohem Niveau.
- Die Zunahme des Onlinerinnen-Anteils bei den Volksschülerinnen ohne Lehre hat sich von 2002 bis 2006 verdoppelt.

## Rückblick: Bildung 2002 - 2006

Männer

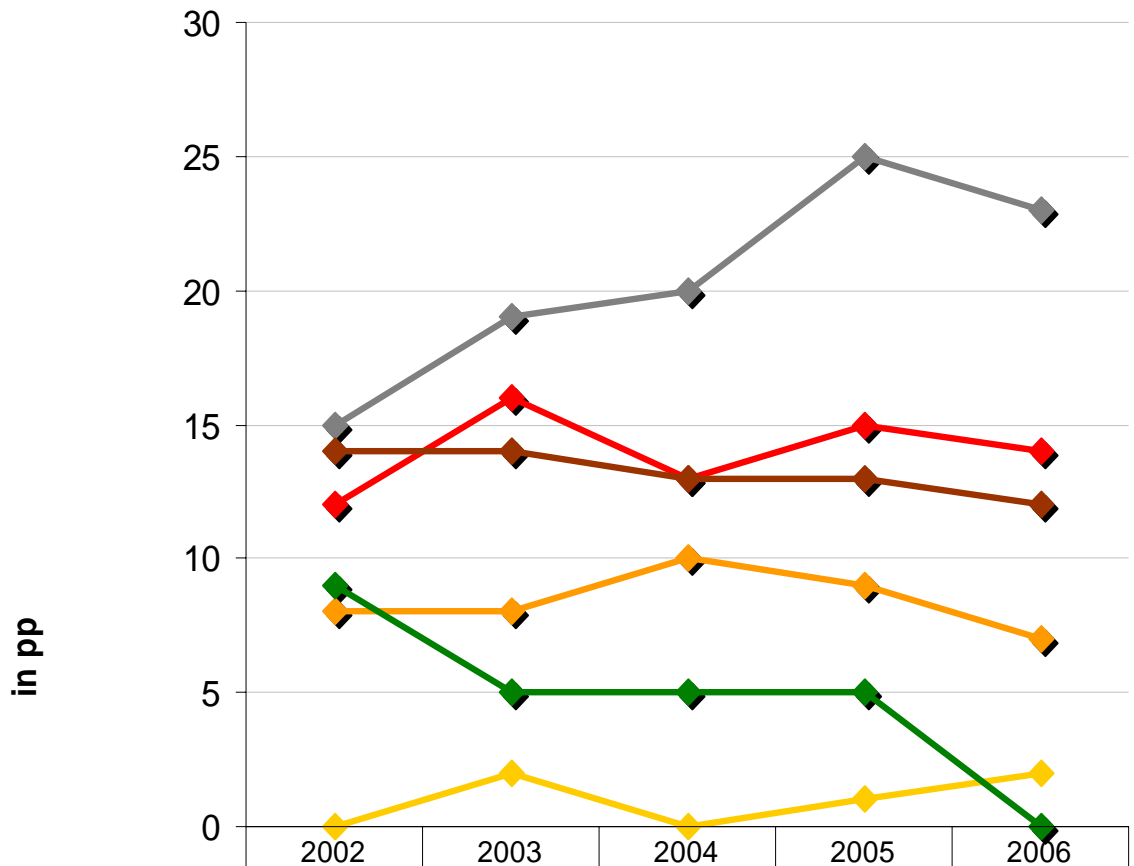


	2002	2003	2004	2005	2006
◆ SchülerInnen	74	85	86	88	90
◆ Volksschule o. Lehre	23	33	34	42	40
◆ Volksschule mit Lehre	32	44	46	48	52
◆ Weiterbildende Schule	57	65	66	70	72
◆ Abitur / Fachabitur	75	83	84	86	85
◆ Abgeschlossenes Studium	71	77	78	81	80

- Bei den Männern sind in oberen und unteren Bildungssegmenten leichte Rückgänge bei der Internetnutzung gegenüber dem Vorjahr festzustellen.

# Rückblick: Bildung 2002 - 2006

## Differenz Frauen und Männer



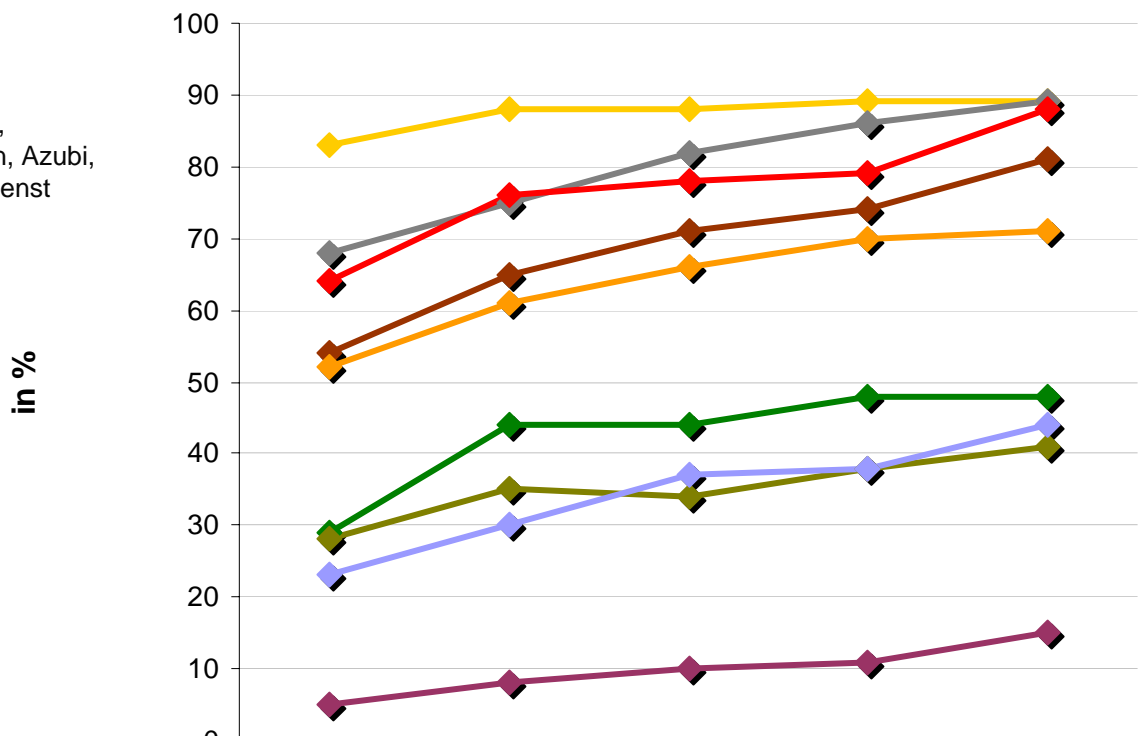
	2002	2003	2004	2005	2006
◆ SchülerInnen	0	2	0	1	2
◆ Volksschule o. Lehre	15	19	20	25	23
◆ Volksschule mit Lehre	12	16	13	15	14
◆ Weiterbildende Schule	14	14	13	13	12
◆ Abitur / Fachabitur	8	8	10	9	7
◆ Abgeschlossenes Studium	9	5	5	5	0

- Eine auffallend großer Abstand zwischen Frauen und Männern findet sich in der Gruppe der VolksschülerInnen ohne Lehre, der von 2002 bis 2005 kontinuierlich zugenommen und nur im Vergleich zum Vorjahr in 2006 leicht abgenommen hat.

# Rückblick: Beruflicher Status 2002 - 2006

Frauen

\*Studierende,  
Schüleri/nnen, Azubi,  
Zivil-, Wehrdienst



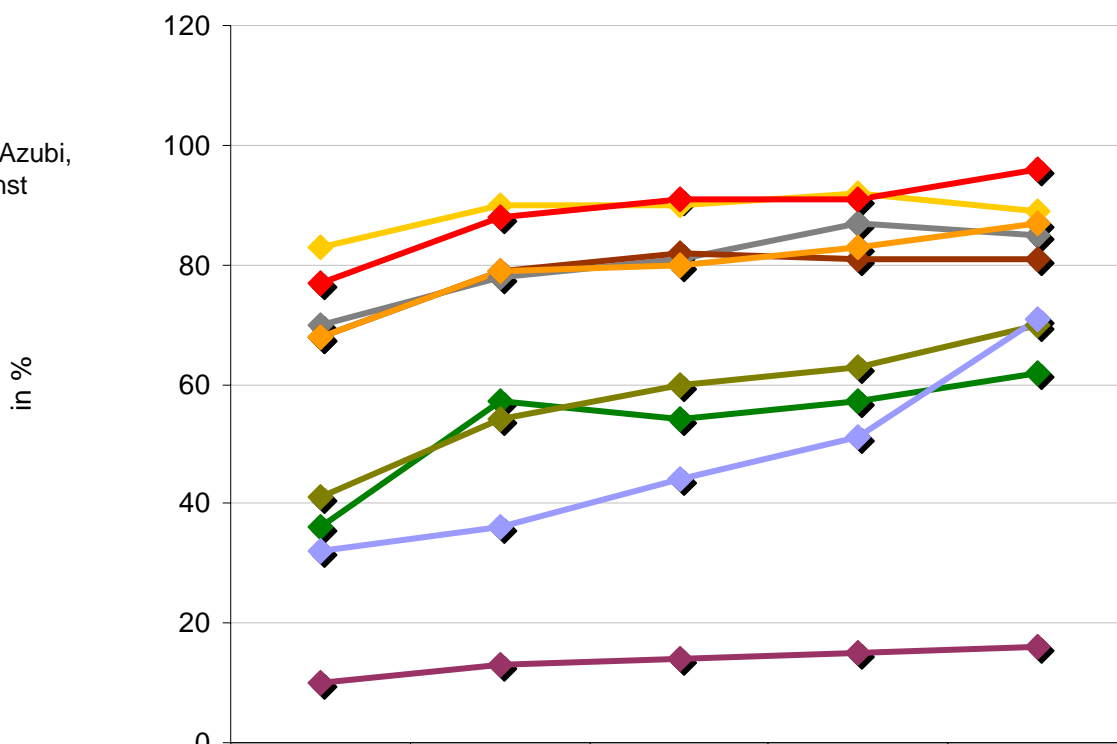
	2002	2003	2004	2005	2006
in Ausbildung*	83	88	88	89	89
BeamtInnen	68	75	82	86	89
Leitende Angestellte	64	76	78	79	88
Selbständig / Freiberuflich	54	65	71	74	81
Angestellte	52	61	66	70	71
z. Zt. erwerbslos	29	44	44	48	48
ArbeiterInnen / HandwerkerInnen	28	35	34	38	41
Hausfrau, -mann	23	30	37	38	44
in Rente o. Pension	5	8	10	11	15

- Die größten Steigerungsraten sind in fast allen Berufsgruppen zwischen 2002 und 2003 festzustellen.

# Rückblick: Beruflicher Status 2002 - 2006

Männer

\*Studierende,  
Schüleri/nnen, Azubi,  
Zivil-, Wehrdienst



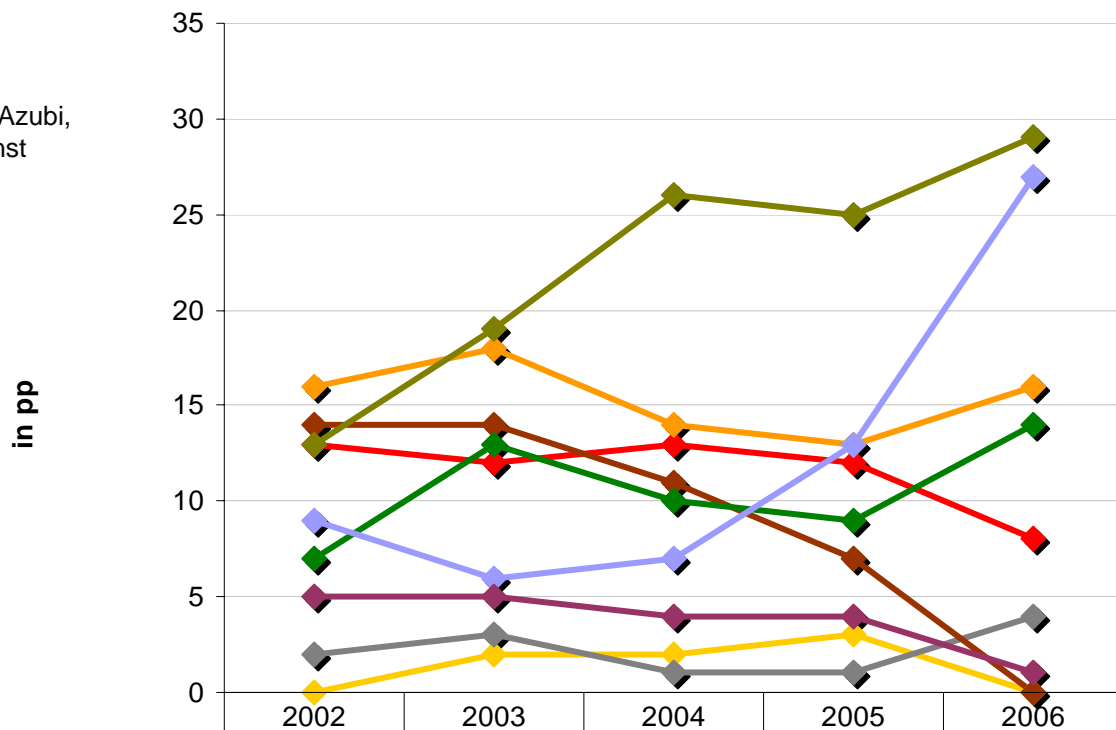
	2002	2003	2004	2005	2006
in Ausbildung*	83	90	90	92	89
BeamtInnen	70	78	81	87	85
Leitende Angestellte	77	88	91	91	96
Selbständig / Freiberuflich	68	79	82	81	81
Angestellte	68	79	80	83	87
z. Zt. erwerbslos	36	57	54	57	62
ArbeiterInnen / HandwerkerInnen	41	54	60	63	70
Hausfrau, -mann	32	36	44	51	71
in Rente o. Pension	10	13	14	15	16

- Bei den männlichen Schülern ist gegenüber dem Vorjahr eine rückläufige Tendenz festzustellen.
- Die Nutzungsrate der Rentner und Pensionäre steigt nur moderat.

# Rückblick: Beruflicher Status 2002 -2006

## Differenz Frauen und Männer

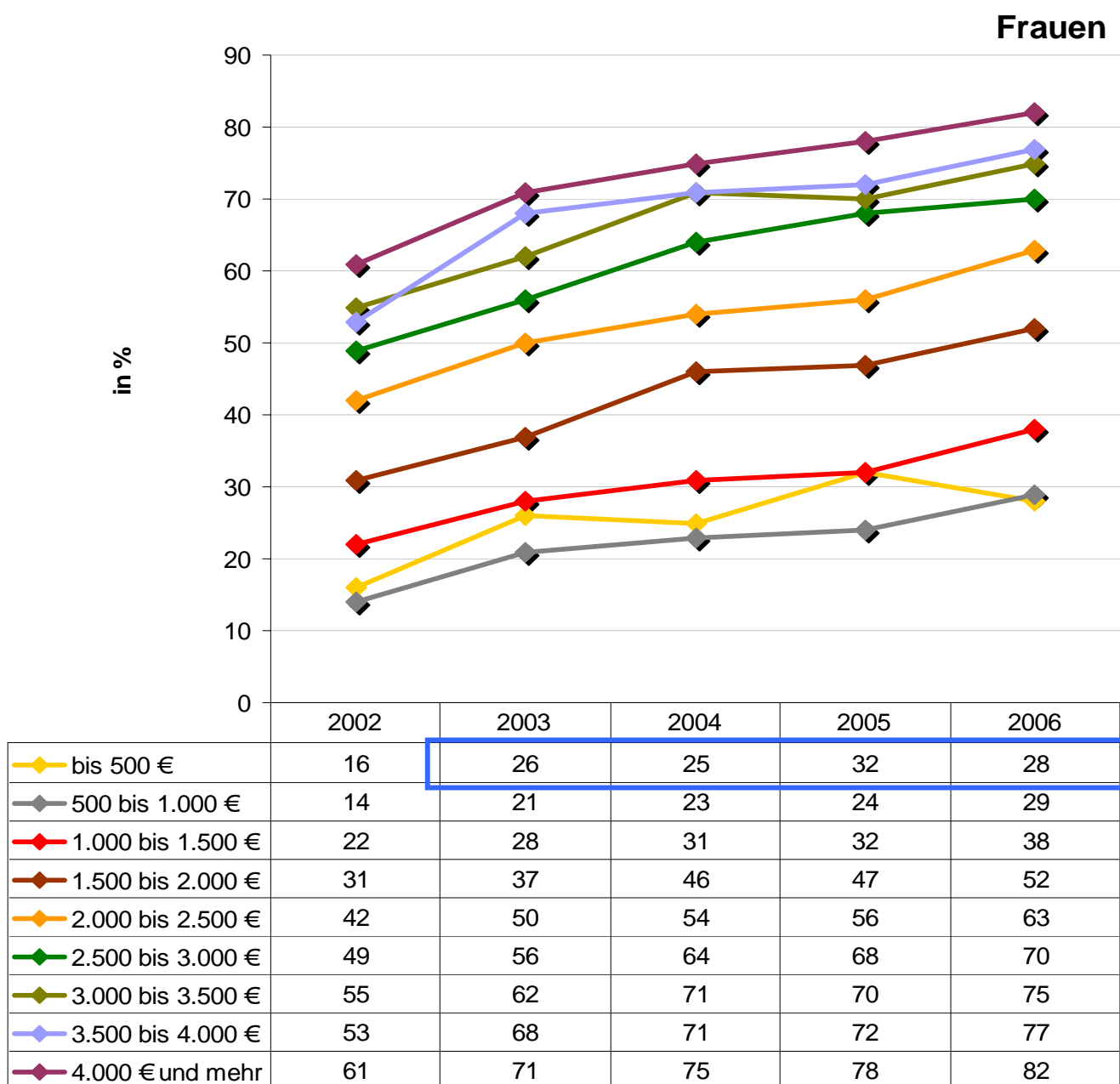
\*Studierende,  
Schüleri/nnen, Azubi,  
Zivil-, Wehrdienst



	2002	2003	2004	2005	2006
in Ausbildung*	0	2	2	3	0
BeamtInnen	2	3	1	1	4
Leitende Angestellte	13	12	13	12	8
Selbständig / Freiberuflich	14	14	11	7	0
Angestellte	16	18	14	13	16
z. Zt. erwerbslos	7	13	10	9	14
ArbeiterInnen / HandwerkerInnen	13	19	26	25	29
Hausfrau, -mann	9	6	7	13	27
in Rente o. Pension	5	5	4	4	1

- Die Differenzen zwischen Frauen und Männern nehmen bei den Angestellten, Erwerbslosen, Hausfrauen und –männern sowie den ArbeiterInnen / HandwerkerInnen tendenziell zu und befinden sich bei den letztgenannten Gruppen auf besonders hohem Niveau.

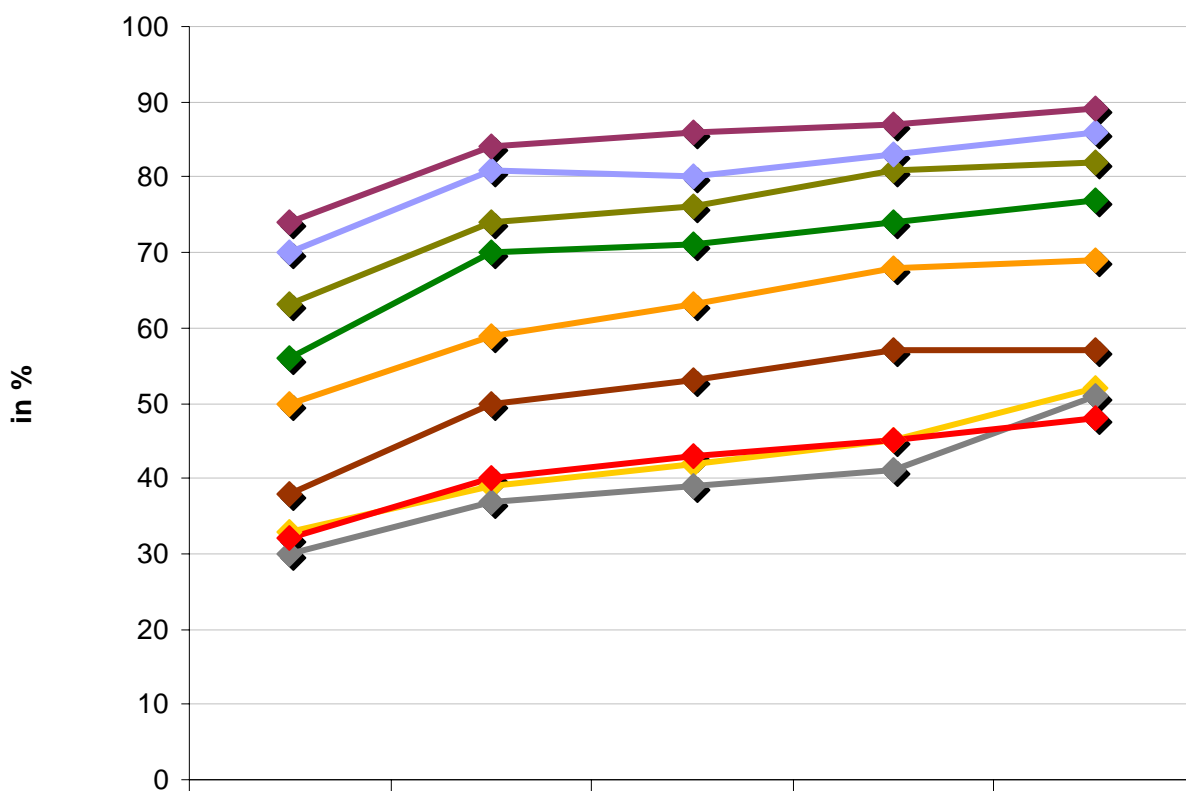
## Rückblick: Einkommen 2002 - 2006



- In allen Einkommensgruppen ist die Internetnutzung der Frauen beinahe kontinuierlich gestiegen. Rückgänge gab es lediglich 2004 und 2006 in der Gruppe bis 500 Euro.

## Rückblick: Einkommen 2002 - 2006

Männer



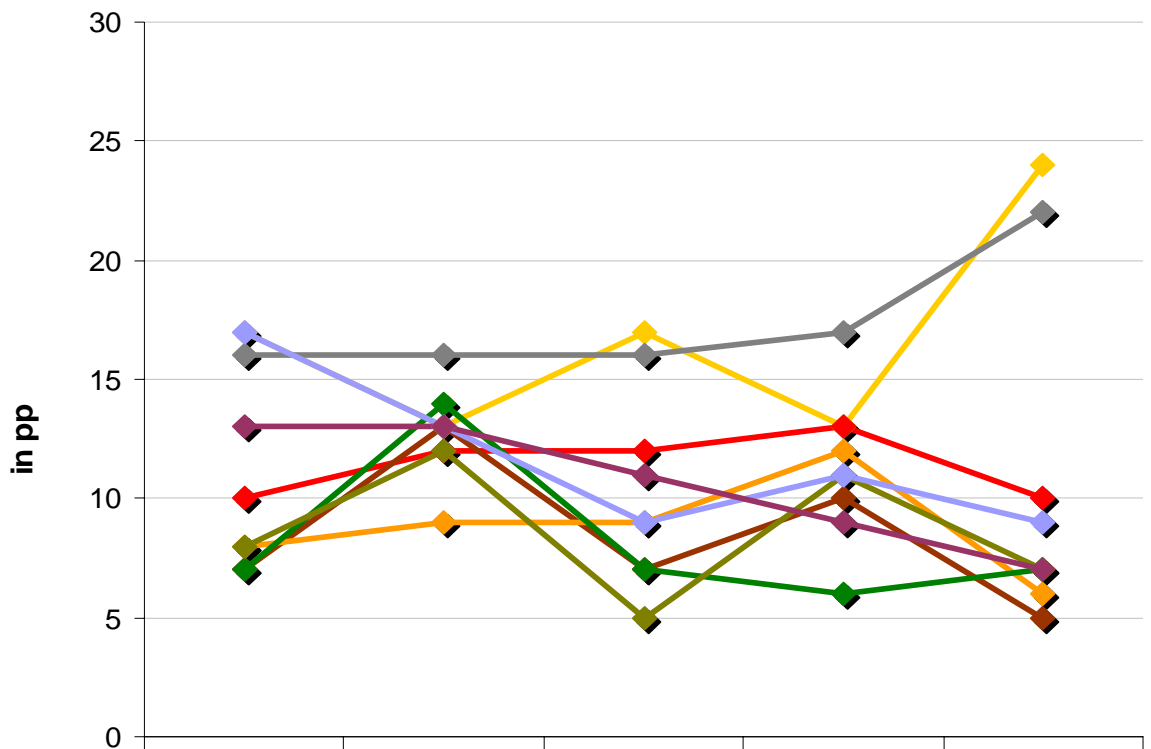
	2002	2003	2004	2005	2006
— bis 500 €	33	39	42	45	52
— 500 bis 1.000 €	30	37	39	41	51
— 1.000 bis 1.500 €	32	40	43	45	48
— 1.500 bis 2.000 €	38	50	53	57	57
— 2.000 bis 2.500 €	50	59	63	68	69
— 2.500 bis 3.000 €	56	70	71	74	77
— 3.000 bis 3.500 €	63	74	76	81	82
— 3.500 bis 4.000 €	70	81	80	83	86
— 4.000 € und mehr	74	84	86	87	89

- Die stärkste Zunahme bei den Männern findet sich bei denen mit geringem Einkommen im Zeitraum 2005 und 2006.
- Einen Rückgang hat es nur in der Einkommensgruppe 3.500 bis 4.000 Euro zwischen 2003 und 2004 gegeben.



# Rückblick: Einkommen 2002 - 2006

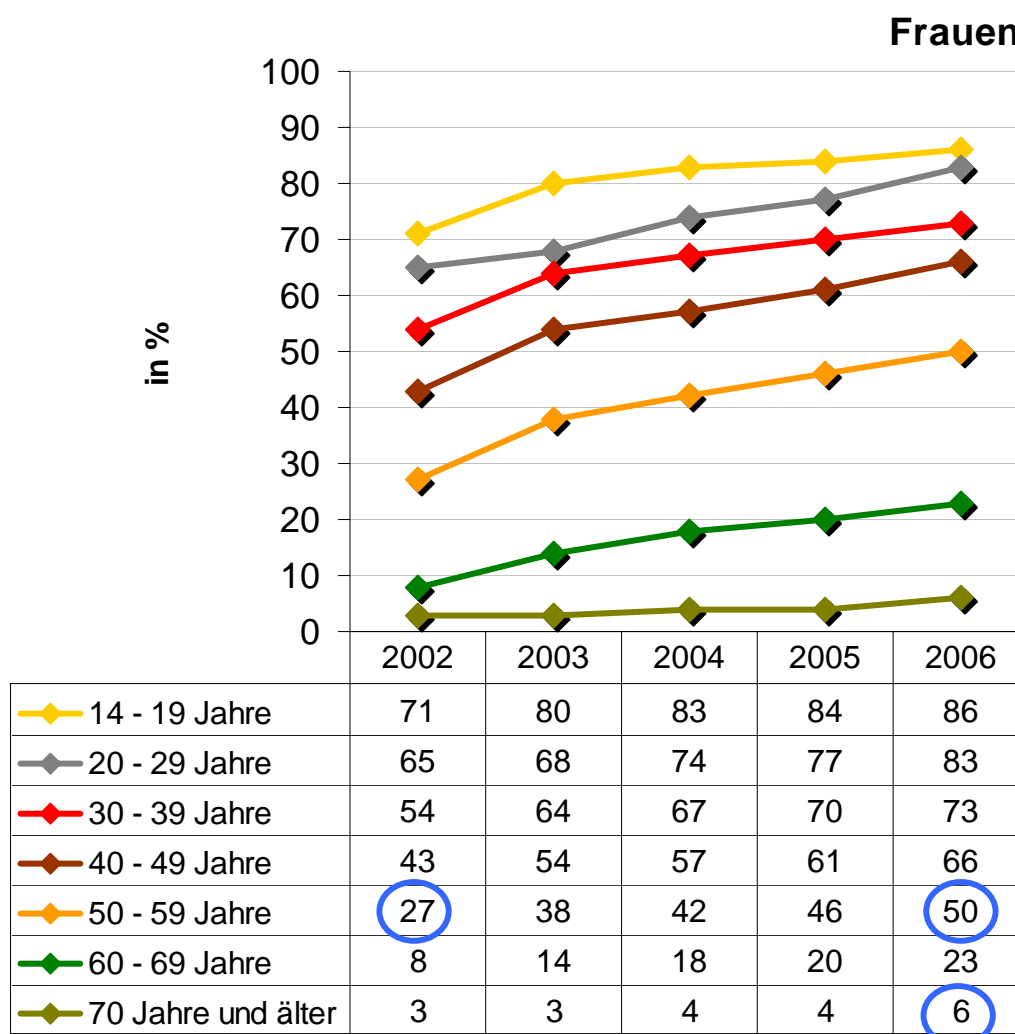
## Differenz Frauen und Männer



	2002	2003	2004	2005	2006
◆ bis 500 €	17	13	17	13	24
◆ 500 bis 1.000 €	16	16	16	17	22
◆ 1.000 bis 1.500 €	10	12	12	13	10
◆ 1.500 bis 2.000 €	7	13	7	10	5
◆ 2.000 bis 2.500 €	8	9	9	12	6
◆ 2.500 bis 3.000 €	7	14	7	6	7
◆ 3.000 bis 3.500 €	8	12	5	11	7
◆ 3.500 bis 4.000 €	17	13	9	11	9
◆ 4.000 € und mehr	13	13	11	9	7

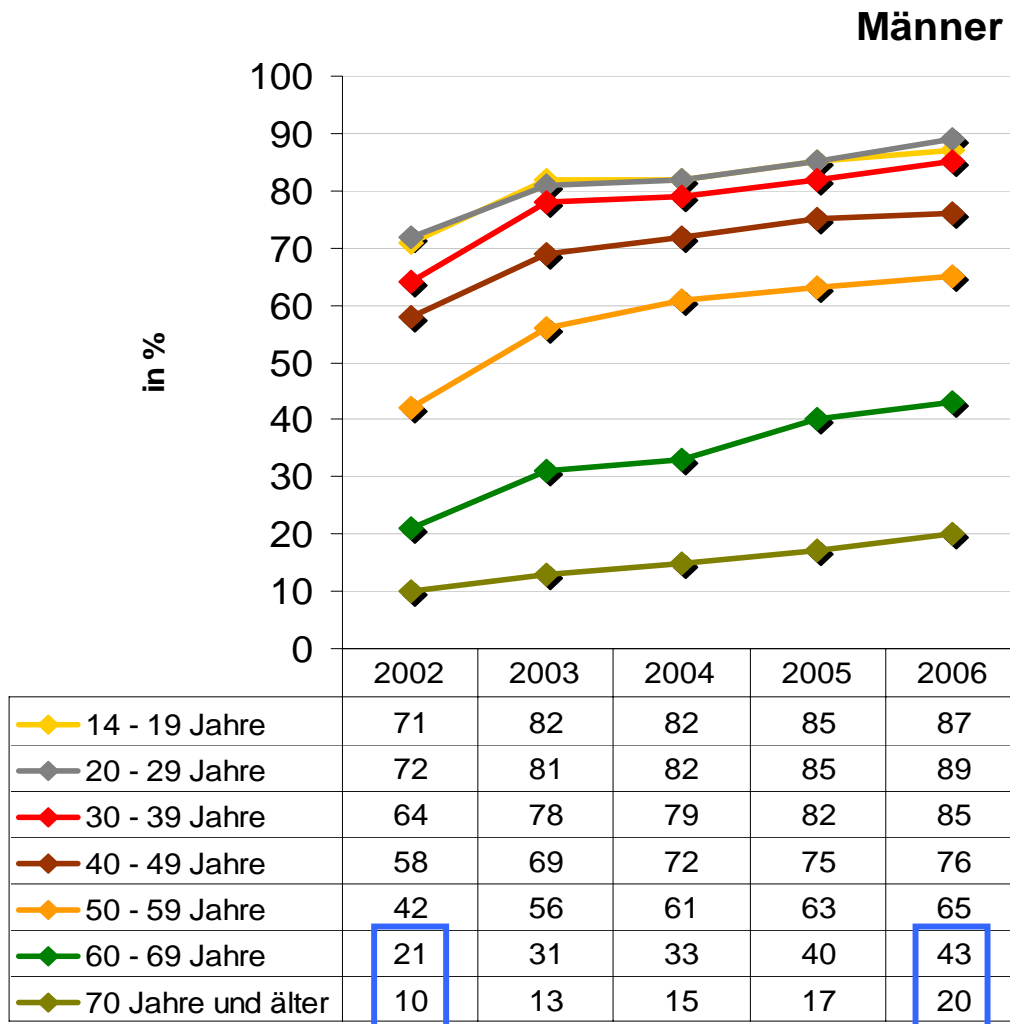
- Der Abstand zwischen Frauen und Männern nimmt im Einkommenssegment bis 500 Euro gegenüber dem Vorjahr sprunghaft zu und ist zwischen 2003 und 2004 im gehobenen Einkommenssegment um über die Hälfte gesunken.

## Rückblick: Alter 2002 - 2006



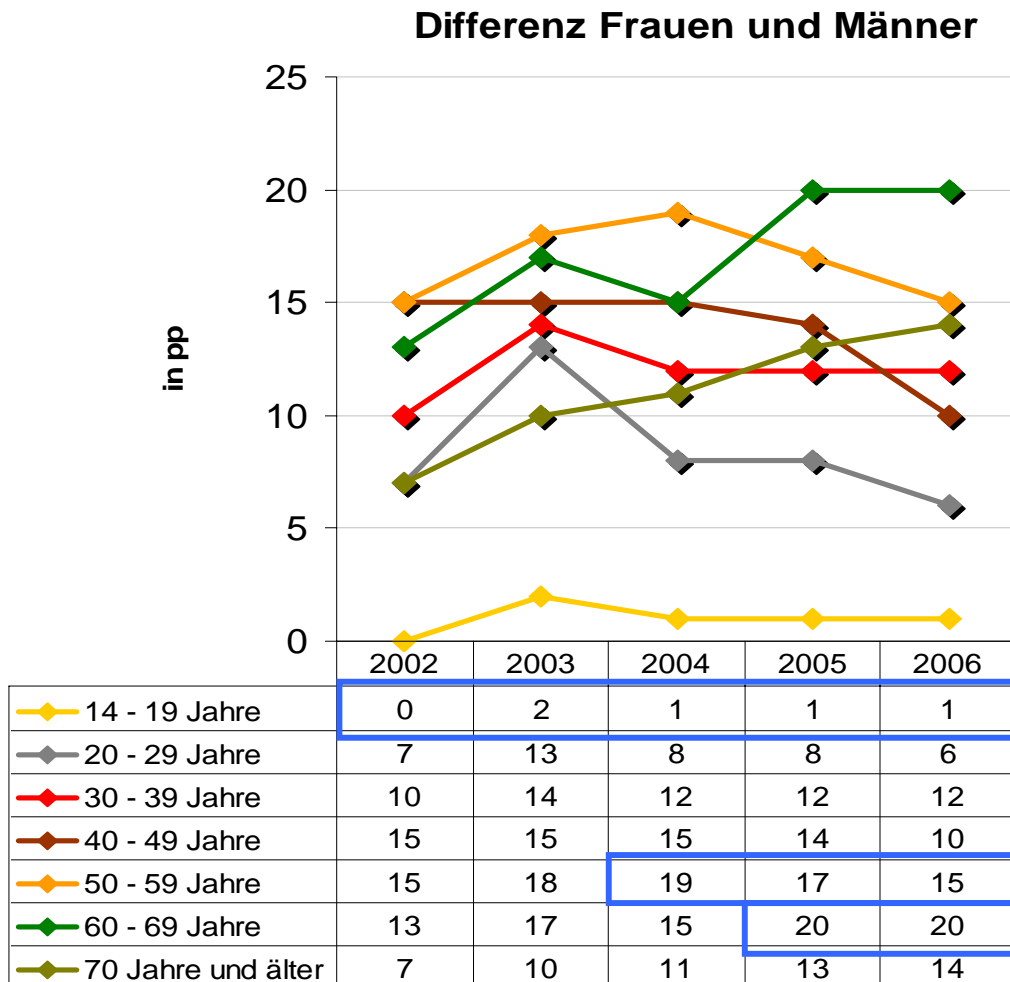
- Die 50 bis 59-jährigen Frauen haben ihren Anteil an der Internetnutzung seit 2002 fast verdoppelt.
- In der Altersklasse der 70-jährigen und älteren Frauen steigt die Internetnutzung seit 2002 nur langsam: Aber immerhin gab es eine Zunahme gegenüber dem Vorjahr um 2 Prozentpunkte.

## Rückblick: Alter 2002 - 2006



- Die größten Zuwachsraten wurden in fast allen Altersgruppen sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen zwischen 2002 und 2003 erzielt.
- Die 70-jährigen und älteren Männer haben ihren Anteil an der Internetnutzung 2002 im Vergleich zu 2006 auf 20 Prozent verdoppelt, ebenso die Männer der Altersklasse 60 bis 69 Jahre von 21 auf 43 Prozent.

## Rückblick: Alter 2002 - 2006

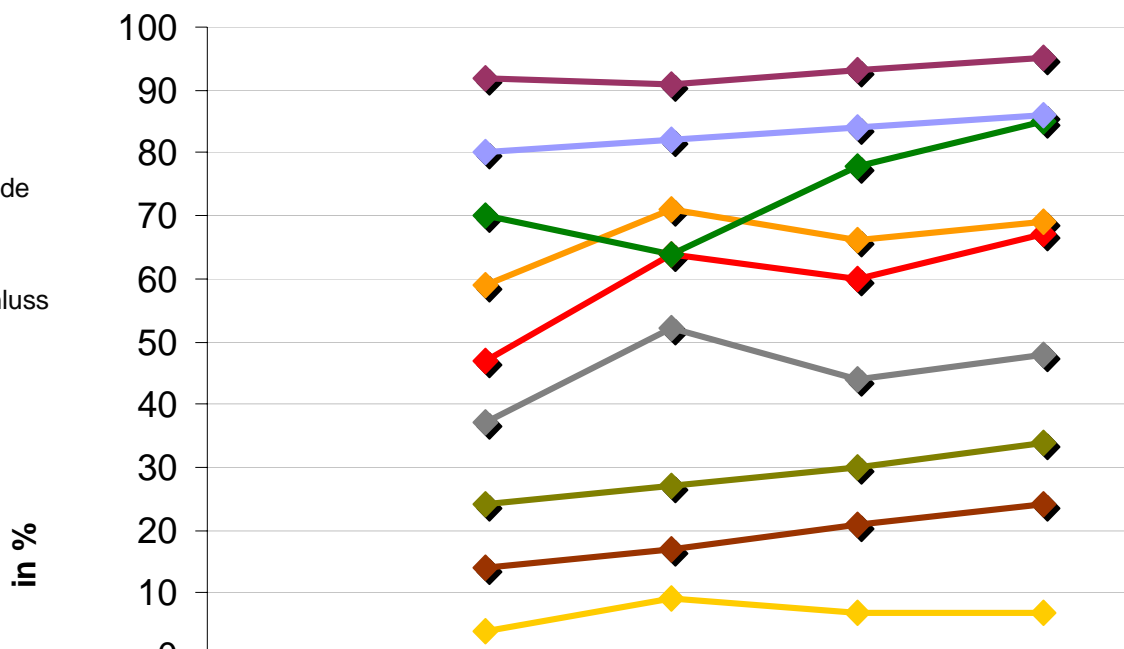


- Die Unterschiede zwischen Frauen und Männern fallen bei den 14 bis 19-Jährigen kaum ins Gewicht.
- Der Abstand zwischen Frauen und Männern ist in der Altersklasse der 60 bis 69-Jährigen 2005 und 2006 am größten.
- Bei den 50 bis 59-Jährigen hat sich der Abstand von 2004 bis 2006 deutlich verringert.

# Rückblick: Alter und Bildung 2003 - 2006

Frauen

\*1 = Volks- bzw. Hauptschule  
 2 = Weiterbildende Schule  
 3 = Abitur/Hochschulabschluss  
 \*\* keine Angabe



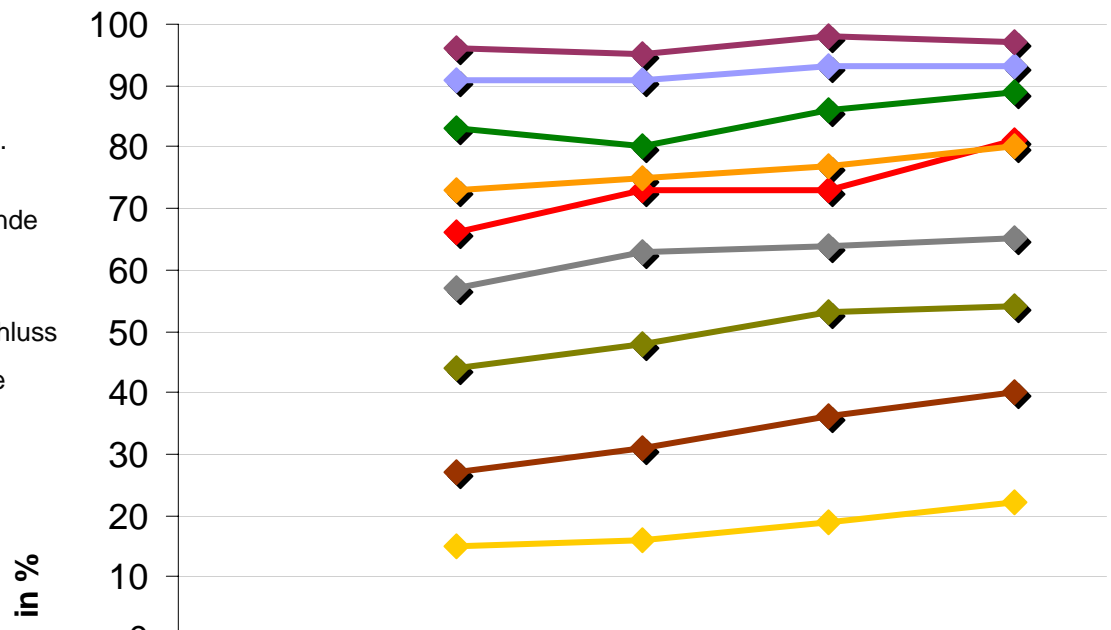
	2002**	2003	2004	2005	2006
1   60 Jahre und älter		4	9	7	7
1   30 bis 59 Jahre		37	52	44	48
1   bis 30 Jahre		47	64	60	67
2   60 Jahre und älter		14	17	21	24
2   30 bis 59 Jahre		59	71	66	69
2   bis 30 Jahre		70	64	78	85
3   60 Jahre und älter		24	27	30	34
3   30 bis 59 Jahre		80	82	84	86
3   bis 30 Jahre*		92	91	93	95

- Die Internetnutzung nimmt in beinahe allen Bildungs- und Altersklassen zu.
- Zwischen 2004 und 2005 hat es in allen Altersklassen der Volks- bzw. Hauptschülerinnen Rückgänge gegeben, ebenso bei den 30 bis 59-Jährigen mit weiterbildendem Abschluss.

# Rückblick: Alter und Bildung 2003 - 2006

Männer

\*1 = Volks- bzw. Hauptschule  
 2 = Weiterbildende Schule  
 3 = Abitur/ Hochschulabschluss  
 \*\* keine Angabe

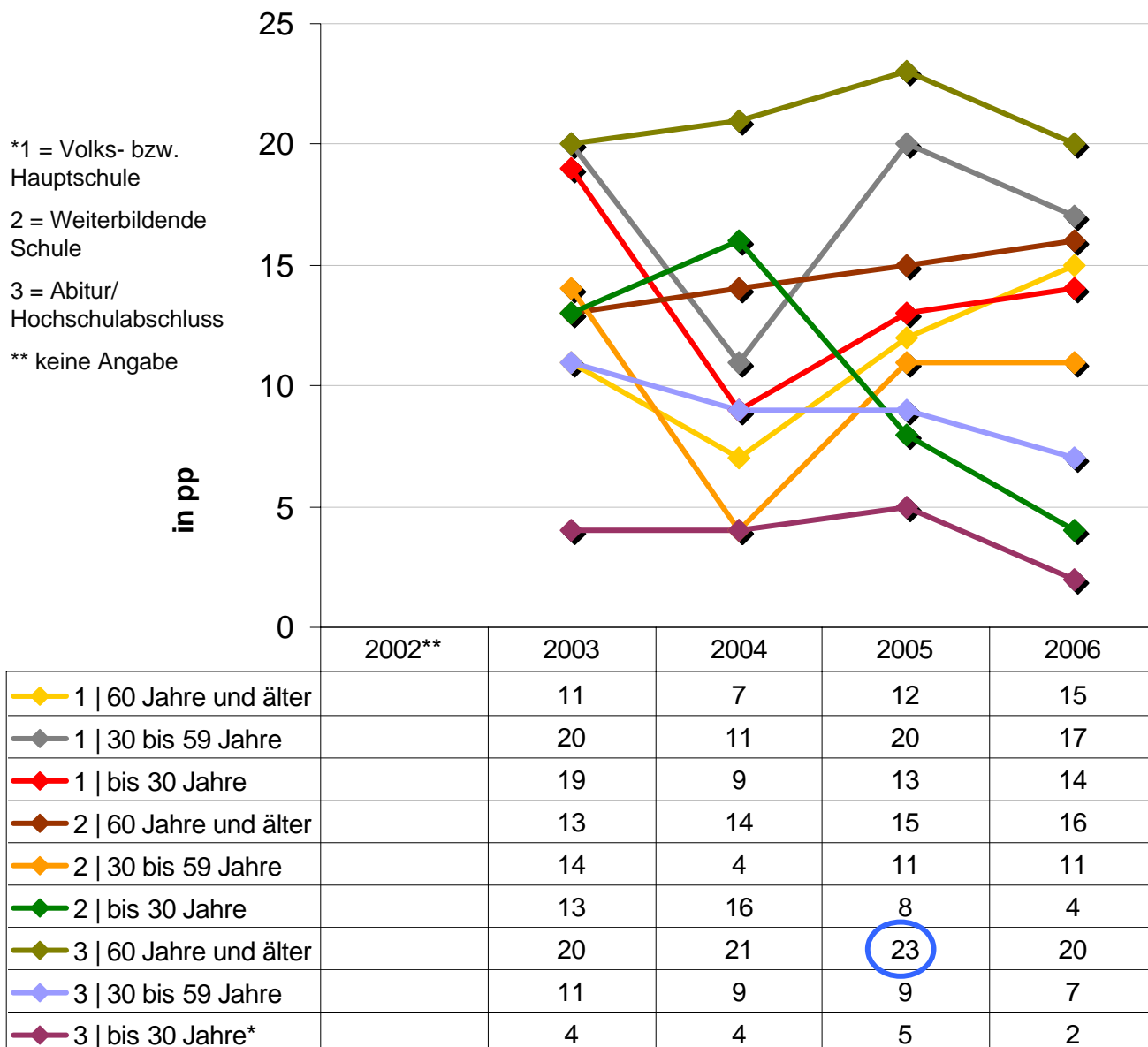


	2002**	2003	2004	2005	2006
◆ 1   60 Jahre und älter		15	16	19	22
◆ 1   30 bis 59 Jahre		57	63	64	65
◆ 1   bis 30 Jahre		66	73	73	81
◆ 2   60 Jahre und älter		27	31	36	40
◆ 2   30 bis 59 Jahre		73	75	77	80
◆ 2   bis 30 Jahre		83	80	86	89
◆ 3   60 Jahre und älter		44	48	53	54
◆ 3   30 bis 59 Jahre		91	91	93	93
◆ 3   bis 30 Jahre*		96	95	98	97

- Bei den jungen Männern bis 30 Jahre mit Volks- bzw. Hauptschulabschluss findet sich die höchste Steigerungsrate zwischen 2005 und 2006 mit 8 Prozentpunkten.
- In fast allen Altersgruppen mit Abitur bzw. Hochschulabschluss wächst der Onliner-Anteil gegenüber 2005 kaum.

# Rückblick: Alter und Bildung 2002 - 2006

## Differenz Frauen und Männer



- Die größte Differenz zwischen Männern und Frauen findet sich in der Gruppe mit Abitur bzw. Hochschulabschluss bei den ab 60-jährigen mit 23 Prozentpunkten in 2005.

## Schriftenreihe

Mit der Schriftenreihe werden ausgewählte aktuelle Themen aus den Kompetenzfeldern Digitale Integration, Bildung, Weiterbildung und Beruf sowie Hochschule, Wissenschaft und Forschung veröffentlicht. Das Angebot richtet sich an Expertinnen und Experten und die interessierte Öffentlichkeit. Die Hefte erscheinen in unregelmäßiger Folge. Sie stehen auf der Website des Vereins [www.kompetenzz.de](http://www.kompetenzz.de) zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Das Erscheinen eines neuen Hefts wird auf der Website sowie im Newsletter angekündigt.

### Heft 01

IT-Ausbildung -und was dann? Bundesweit erste Befragung zum Übergang von Frauen und Männern von der IT-Ausbildung in den Beruf. März 2006

### Heft 02

Technikkompetenzen in Gesundheitsberufen. Gender-Networking Handreichung, April 2006

### Heft 03

Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2006. Gender-Sonderauswertung des (N)ONLINER Atlas 2006, Dezember 2006



## Profil

### **Technik gestalten – Chancengleichheit verwirklichen**

Der gemeinnützige *Verein Kompetenzzentrum Technik – Diversity - Chancengleichheit* fördert mit bundesweiten Projekten die verstärkte Nutzung der Potentiale von Frauen zur Gestaltung der Informationsgesellschaft und der Technik sowie die Verwirklichung der Chancengleichheit von Frauen und Männern.

Die Ziele der Maßnahmen und Vorhaben des Vereins sind im Einzelnen:

- Medienkompetenz stärken und Internetbeteiligung erhöhen,
- Bewusstseinswandel in der Berufsorientierung und Lebensplanung gestalten,
- Chancengleichheit und Exzellenz in Hochschule, Wissenschaft und Forschung fördern.

## Leistungen

- Zielgruppenorientierte Projekt- und Kampagnenentwicklung,
- Veranstaltungs- und Projektmanagement,
- Studien und Expertisen,
- Beratung und Benchmarking,
- Entwicklung von Kurs- und Trainingskonzepten und
- Aufbau von Netzwerken

Das Kompetenzzentrum Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V. ist An-Institut der Fachhochschule Bielefeld. Der Sitz der Geschäftsstelle ist im Gebäude der Fachbereiche Maschinenbau und Elektrotechnik.

### **Kontakt:**

Kompetenzzentrum Technik – Diversity – Chancengleichheit  
- Geschäftsstelle -

Wilhelm-Bertelsmann-Straße 10

33601 Bielefeld

Tel: +49 521 106-7322

Fax: +49 521 106-7171

E-Mail: [info@kompetenzz.de](mailto:info@kompetenzz.de)