

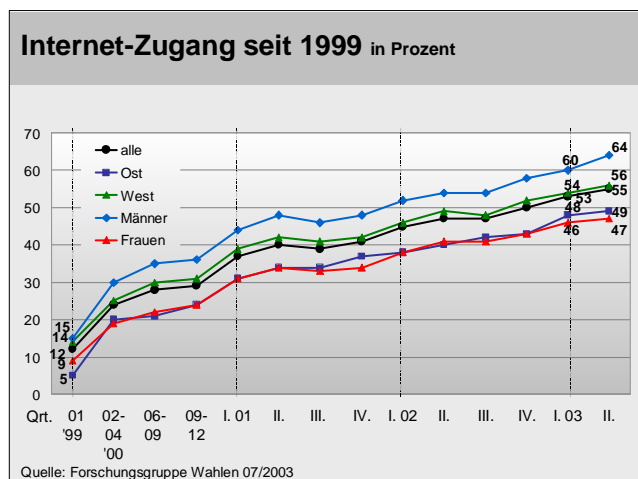


### Aktuelle Internet-Ergebnisse

(Mannheim, 09.07.2003) Die Forschungsgruppe Wahlen erhebt regelmäßig Strukturdaten zur Internet-Nutzung. Für das II. Quartal 2003 wurden insgesamt 3.844 Personen zwischen dem 07.04. und 26.06. befragt. Die Ergebnisse der drei kumulierten telefonischen Umfragen sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Ein Teil der Daten ist im Folgenden dokumentiert.

### Veränderungen im Laufe der Zeit

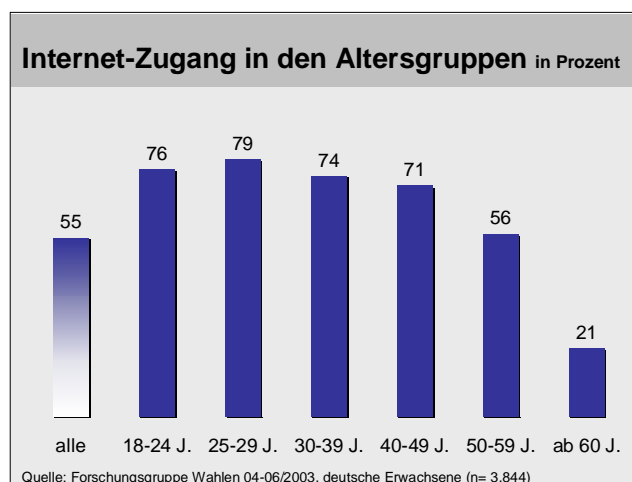
Im II. Quartal 2003 verfügten 55 Prozent aller deutschen Erwachsenen über einen Zugang zum Internet. Damit stieg der Anteil in den letzten sechs Monaten um fünf Prozentpunkte an. Knapp die Hälfte aller Ostdeutschen (49 Prozent) besitzt nun einen Internet-Zugang, während dies im Westen der Republik mittlerweile 56 Prozent sind. Die geschlechtsspezifische Affinität zum Internet zeigt sich heute noch deutlicher als in der Vergangenheit: Im Vergleich zum I. Quartal stieg der Anteil jener, die einen Internet-Zugang haben, unter Männern um vier Prozentpunkte (64 Prozent), unter Frauen lediglich um einen Prozentpunkt (47 Prozent).



Von zwölf Prozent Anfang 1999 über 24 Prozent Anfang 2000, 40 Prozent im II. Quartal 2001 und 47 Prozent im II. Quartal 2002 steigerte sich der Anteil der deutschen Erwachsenen mit Internetzugang, auf nunmehr 55 Prozent im II. Quartal 2003. In der Folge des Internet-Booms des Jahres 2000 verlangsamte sich die Entwicklung etwas mit leichten Zuwächsen zwischen zwei und vier Prozentpunkten pro Quartal.

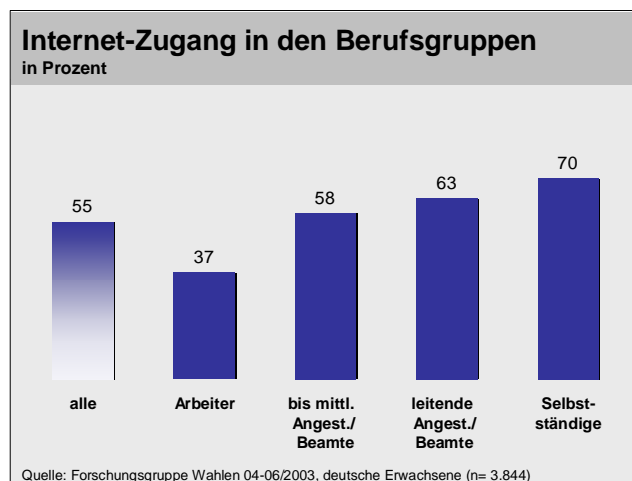
### Altersstruktur

In allen Altersgruppen bis 50 Jahren haben jeweils mehr als zwei Drittel einen Zugang zum Internet. Am höchsten fällt der Anteil bei den 25- bis 29-Jährigen mit 79 Prozent aus. Und auch mehr als jeder zweite 50- bis 59-Jährige (56 Prozent) hat bereits Zugang zum Web. Bei der zahlenmäßig größten Gruppe der über 59-Jährigen ist weiterhin nur jeder Fünfte mit dem Internet befasst (21 Prozent).



### Berufsstruktur

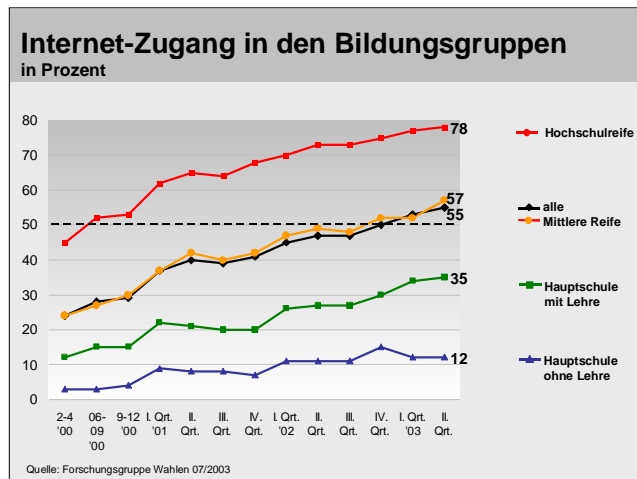
In Bezug auf die Berufstätigkeit heben sich insbesondere zwei Gruppen ab: Die Arbeiter (Facharbeiter sowie un- und angelernte Arbeiter) präsentieren sich stark unterdurchschnittlich im Internet (37 Prozent), Selbstständige hingegen nutzen das Medium prozentual gesehen fast doppelt so häufig wie die Arbeiterschaft (70 Prozent).



Einfache und mittlere Angestellte und Beamte besitzen etwas häufiger als der Durchschnitt einen Internet-Zugang (58 Prozent), bei leitenden Angestellten und Beamten fällt der Anteil noch höher aus (63 Prozent).

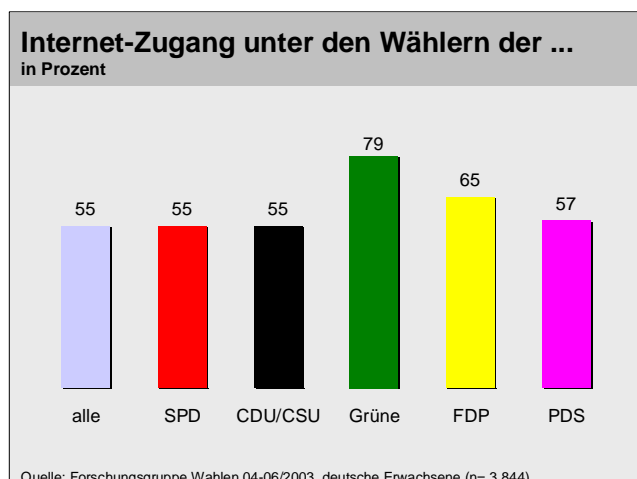
## Internet und formale Bildung

Noch immer gilt das Internet als Medium der höher Gebildeten:



Verfügten bereits Mitte 2000 über die Hälfte aller Deutschen mit Hochschulreife über einen Zugang zum Internet, überschritten jene mit Mittlerer Reife erst Ende 2002 die 50-Prozent-Marke. Unter Hauptschulabsolventen mit Lehre hingegen nutzt weiterhin nur knapp mehr als ein Drittel das Internet (35 Prozent) - unter jenen mit Hauptschulabschluss ohne Lehre sind dies lediglich 12 Prozent.

## Parteipräferenz

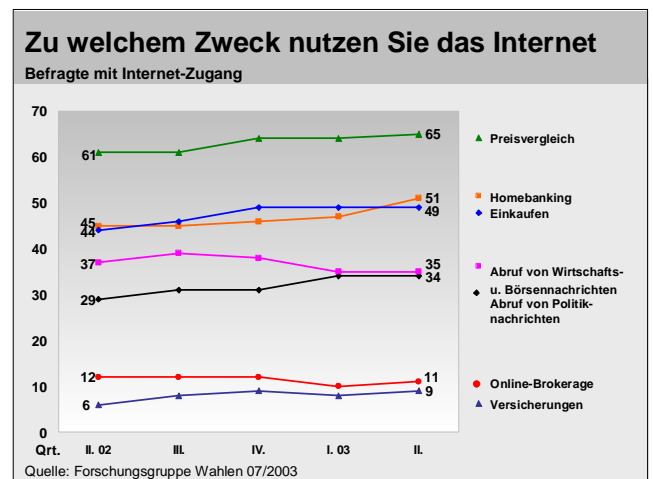


Im II. Quartal 2003 spiegeln die Anhänger der beiden großen Parteien in ihrer Häufigkeit eines Internet-Zugangs exakt den Gesamtdurchschnitt wider (SPD und CDU/CSU jeweils 55 Prozent), die Anhänger der PDS weichen ebenfalls kaum davon ab (57 Prozent).

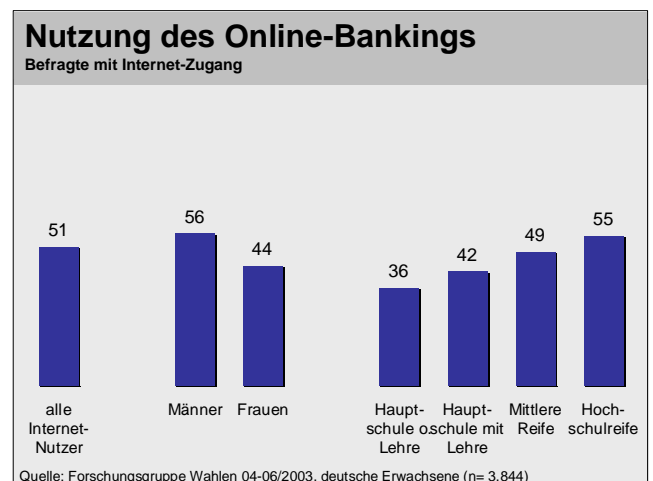
Überdurchschnittlich häufig hingegen sind die Anhänger der Grünen (79 Prozent), aber auch jener der FDP (65 Prozent) im Internet vertreten. Befragte ohne Parteipräferenz und jene, die nicht zur Wahl gehen wollen, sind im Internet stark unterrepräsentiert.

## Nutzungsverhalten

Wiederum zeigen sich nur unwesentliche Änderungen im Nutzungsverhalten zu den Vorquartalszahlen in Bezug auf den Abruf von Wirtschafts- und Politiknachrichten, Online-Brokerage, Online-Versicherungen, Online-Shopping und das damit verbundene Vergleichen von Preisen.



Aber erstmals wickelten im II. Quartal 2003 über die Hälfte der Internet-Nutzer ihre Bankgeschäfte online ab (51 Prozent). Wie beim Internet-Zugang allgemein, existieren auch beim Online-Banking starke Bildungseffekte.



Die komplette Studie ist zum Preis von 40,-€ erhältlich unter Angabe einer Rechnungs- und E-Mail-Adresse bei: [Bestellung@forschungsgruppe.de](mailto:Bestellung@forschungsgruppe.de)