

05

Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2007

Sonderauswertung Gender & Diversity des
(N)ONLINER Atlas 2007

September 2007

www.kompetenzz.de

Schriftenreihe
05

Schriftenreihe Heft 5

**Internetnutzung von Frauen und Männern
in Deutschland 2007.** Sonderauswertung Gender & Diversity
des (N)ONLINER Atlas 2007.

Schwerpunktthema: Die Online-Entwicklung in den Bundes-
ländern. Eine Fünf-Jahres-Bilanz

Herausgeber:

Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.
mit Unterstützung der Initiative D21 und TNS Infratest.

Redaktion:

Birgit Kampmann, Ute Kempf, Manja Nimke

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim
Herausgeber.

Nachdruck und Vervielfältigung nur mit Genehmigung des
Kompetenzzentrums Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V. Weitere
Informationen über Projekte, Aktivitäten und Publikationen unter:
www.kompetenzz.de

Download unter: www.kompetenzz.de/nonliner

Bielefeld, September 2007

ISBN 978-3-933476-13-5



Inhalt

Einleitung	
Management Summary	4
Internetnutzung gesamt	6
Internetnutzung 2001 - 2007	7
Frauen und Männer 2007	8
Frauen 2006 - 2007	9
Bildung	10
Einkommen	12
Alter	14
Schwerpunktthema	23
Die Online-Entwicklung in den Bundesländern. Eine Fünf-Jahres-Bilanz	
Ländervergleich. Online-Anteil 2007/2003	24
Baden-Württemberg	29
Bayern	30
Berlin	31
Brandenburg	32
Bremen	33
Hamburg	34
Hessen	35
Mecklenburg-Vorpommern	36
Niedersachsen	37
Nordrhein-Westfalen	38
Rheinland-Pfalz	39
Saarland	40
Sachsen	41
Sachsen-Anhalt	42
Schleswig-Holstein	43
Thüringen	44
Informationen zur Schriftenreihe	45

Einleitung

Mit der Sonderauswertung „Gender & Diversity“ des (N)ONLINER Atlas 2007 setzen wir die Reihe der Sonderstudien der von TNS Infratest und der Initiative D21 jährlich durchgeführten Befragung zur Internetnutzung in Deutschland fort. Sie ist die Nachfolgerin der bisherigen Gender-Sonderauswertung, die wir seit 2002 auf der Datengrundlage des (N)ONLINER Atlas erstellen.

In der fünften Sonderauswertung 2006 haben wir auf die Online-Entwicklung von Frauen und Männern seit 2002 zurückgeblickt. In diesem Jahr steht in der sechsten Sonderauswertung der Ländervergleich im Mittelpunkt. Wir ziehen eine Fünf-Jahres-Bilanz der Entwicklung in den Bundesländern und haben für jedes Bundesland ein Online-Profil erstellt.

Der (N)ONLINER Atlas von TNS Infratest und der Initiative D21 legt jährlich eine Topografie des digitalen Grabens in Deutschland vor. Mit einer Stichprobe von inzwischen fast 50.000 Befragten ist er deutschlandweit die größte Untersuchung zu Nutzung und Nichtnutzung des Internets, der Nutzungs-Strukturen und der regionalen Verteilung.

Eine Besonderheit des (N)ONLINER Atlas ist, dass durch die Fragestellung die Gruppe von Personen, die plant, in den nächsten zwölf Monaten das Internet zu nutzen, identifiziert werden kann: Die „Nutzungsplaner“. Als „Onliner“ werden alle Befragten, die das Internet nutzen bezeichnet unabhängig von Ort und Grund der Nutzung. „Offliner“ sind diejenigen, die das Internet nicht nutzen und auch nicht beabsichtigen, dies in nächster Zeit zu tun.

Methodensteckbrief des (N)Onliner-Atlas 2007

Grundgesamtheit: *Deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland*

Stichprobe: *49.135 Interviews im Rahmen des (N)ONLINER Atlas 2007*

Erhebungsmethode: *CATI = (Computer Assisted Telephone Interviewing)*

Erhebungszeitraum: *27. Januar 2007 bis 23. April 2007*

www.nonliner-atlas.de

Management Summary

Die sechste Sonderauswertung des (N)ONLINER Atlas zeigt, dass trotz des kontinuierlichen, quantitativen Anstiegs der Internetnutzung in Deutschland seit 2002 die „klassischen“ Merkmale der digitalen Spaltung weiterhin wirksam bleiben und keine qualitative Verbesserung festzustellen ist.

Die Mehrheit der Internetnutzenden ist nach wie vor männlich: 53,5 Prozent Männer und 46,5 Prozent Frauen. Die **Differenz** zu den Männern ist aber erneut gesunken und befindet sich mit 13,3 Prozentpunkten auf dem niedrigstem Niveau seit 2001.

Der **Bildungsgrad** beeinflusst den Online-Anteil immer mehr: Frauen und Männer mit abgeschlossenem Studium legen gegenüber 2006 um einen Prozentpunkt zu und nutzen das Internet mit 81 Prozent weiterhin gleichermaßen. Die Schere zwischen Frauen und Männern ist größer und nimmt tendenziell zu, je geringer der Bildungsgrad ist. Volksschülerinnen ohne Lehre haben zwar die größten Zuwächse gegenüber dem Vorjahr mit 6 Prozentpunkten erzielt, behalten aber zu den Männern mit gleichem Bildungsgrad die größte Differenz mit 24 Prozentpunkten.

In fast allen **Einkommensgruppen** ist der Online-Anteil der Frauen gestiegen. Dabei verzeichnen die Gruppen mit den niedrigsten und dem zweithöchsten Einkommen 3.500 bis 4.000 Euro die stärksten Zuwächse. Bei den Männern ist der Anteil der Onliner vor allem im unteren Einkommensbereich 500 bis 1.000 Euro gestiegen. Die deutlichen Zuwächse in den Gruppen mit niedrigem Einkommen könnten mit gesunkenen Kosten für DSL-Anschlüsse zusammenhängen.

Das **Alter** hat nach wie vor großen Einfluss auf das Maß der Internetnutzung: Männer wie Frauen über 50 Jahren befinden sich mit ihrem Online-Anteil weiterhin unter der 50-Prozent-Marke. Allerdings ist die Differenz zwischen Frauen und Männern mit 16,5 Prozentpunkten hier am deutlichsten: 27,8 Prozent der Frauen und 44,3 Prozent der Männer über 50 sind online.

Management Summary

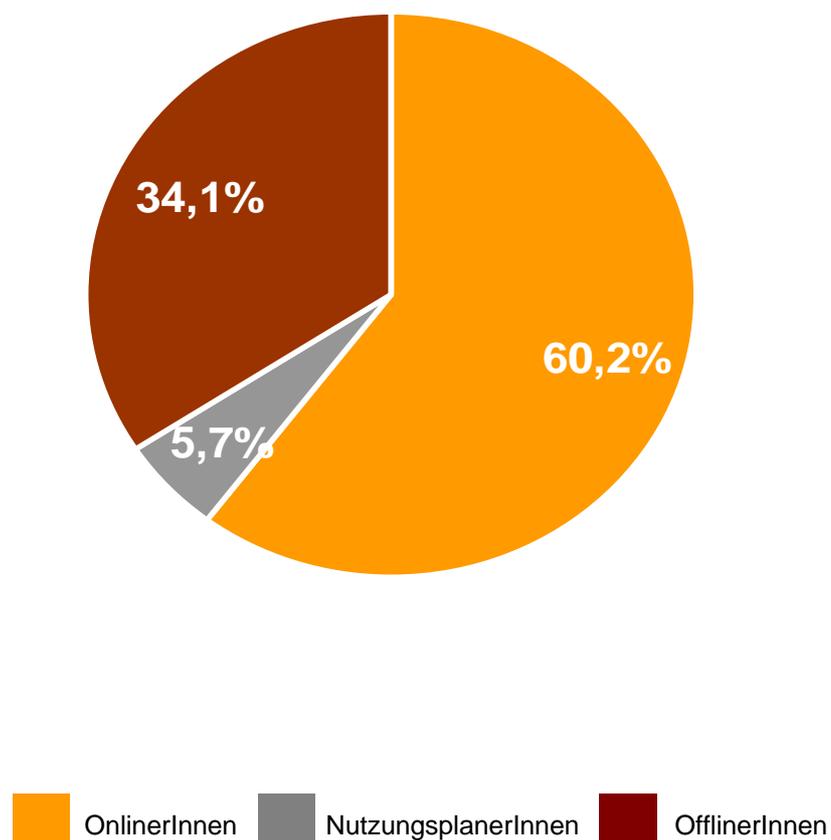
Bei den über 60-Jährigen sind die Differenzen in der Internetnutzung zwischen Frauen und Männern mit den höheren Bildungsabschlüssen festzustellen, im Gegensatz zum Gesamttrend. Hier liegen die Männer mit Abitur/Hochschulabschluss mit einem Online-Anteil von 57 Prozent um 21 Prozentpunkte vor den Frauen der gleichen Gruppe.

Der größte Zuwachs des Online-Anteils in der Einkommensgruppe bis 500 Euro findet sich bei den Frauen mittleren Alters mit 10 Prozentpunkten. Die Frauen über 60 Jahre weisen hingegen in den oberen Einkommensgruppen starke Zuwächse auf, besonders augenfällig in der Einkommensgruppe 3.500 bis 4.000 Euro mit 20 Prozentpunkten. Ihr Grad der Internetnutzung liegt damit nunmehr bei 59 Prozent.

Das Schwerpunktthema im Jahr 2007 bildet eine Fünf-Jahres-Bilanz der Online-Entwicklung in den Bundesländern. Ausgehend von der aktuellen Platzierung werden die Fort- oder Rückschritte der Entwicklung seit 2003 markiert.

Ein Online-Anteil unter 50 Prozent findet sich in keinem Bundesland mehr. Werte unter 50 Prozent bei den Frauen weisen die östlichen Bundesländer und das Saarland mit Ausnahme von Mecklenburg-Vorpommern auf: Dort hat die Internetnutzung der Frauen von Platz 15 im Vorjahr auf Platz 7 in diesem Jahr einen großen Sprung nach vorn gemacht. Die Internetnutzung der Frauen über 50 Jahren liegt mit 28,8 Prozent sogar 1 Prozentpunkt über dem Bundesdurchschnitt.

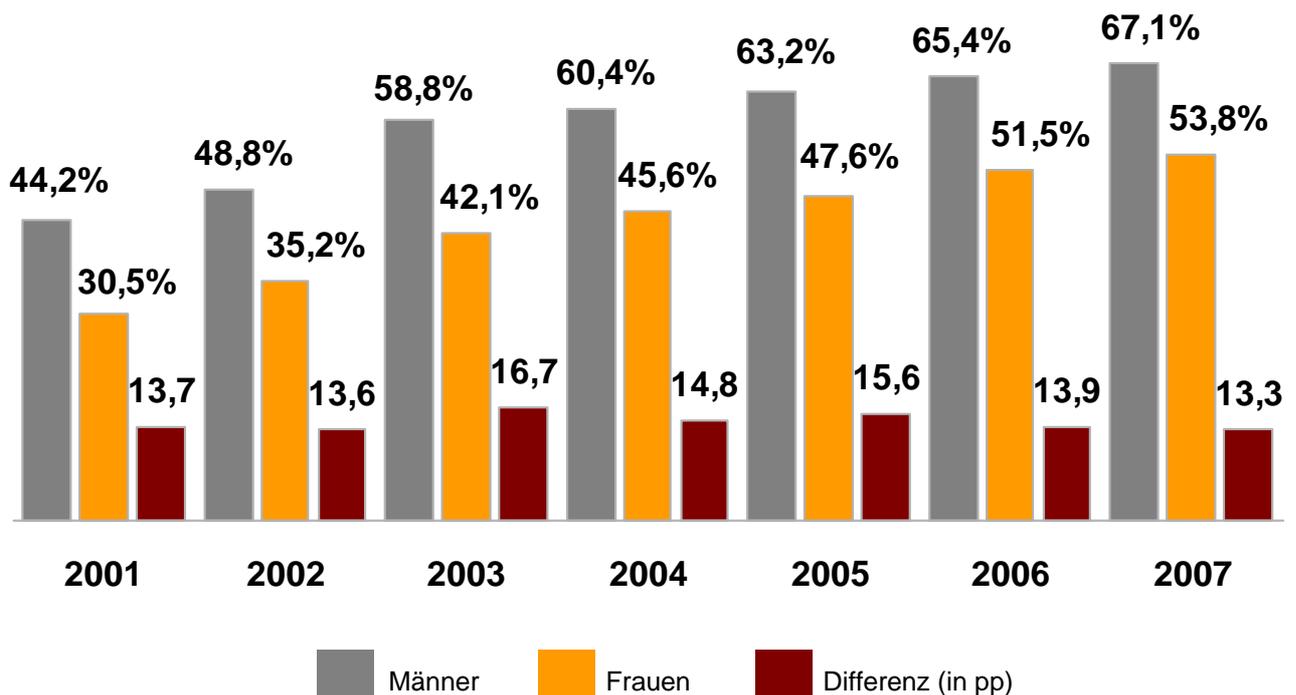
Internetnutzung gesamt



- 60,2 Prozent der Deutschen ab 14 Jahre nutzen 2007 das Internet.
- Das Internet in den nächsten zwölf Monaten zu nutzen, planen 5,7 Prozent.
- 34,1 Prozent sind offline.

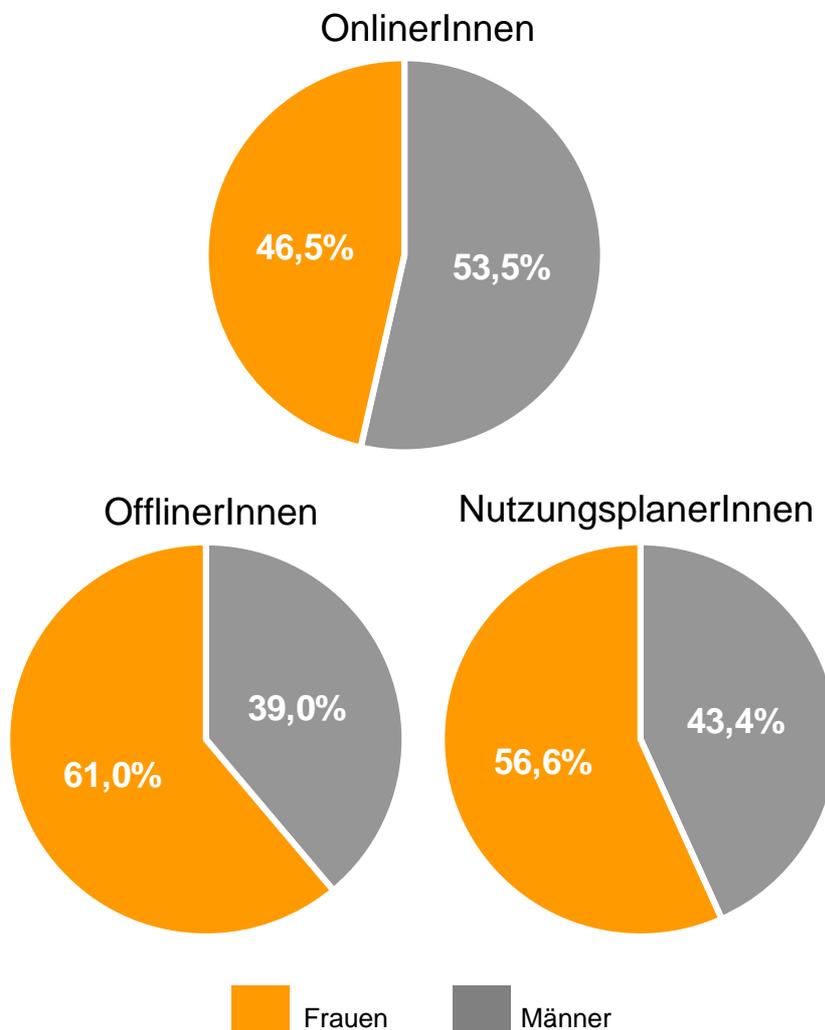
Internetnutzung 2001 - 2007

Onlinerinnen und Onliner



- Der Online-Anteil in der Bevölkerung ist seit 2001 kontinuierlich gestiegen.
- Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Differenz zwischen den Onlinerinnen und Onlinern durch einen stärkeren Zuwachs bei den Frauen weiterhin verkleinert und befindet sich seit 2001 mit 13,3 Prozentpunkten auf dem bisher niedrigsten Niveau.
- 53,8 Prozent der Frauen sind online. Ihr Anteil wuchs gegenüber 2006 um 2,3 Prozentpunkte.

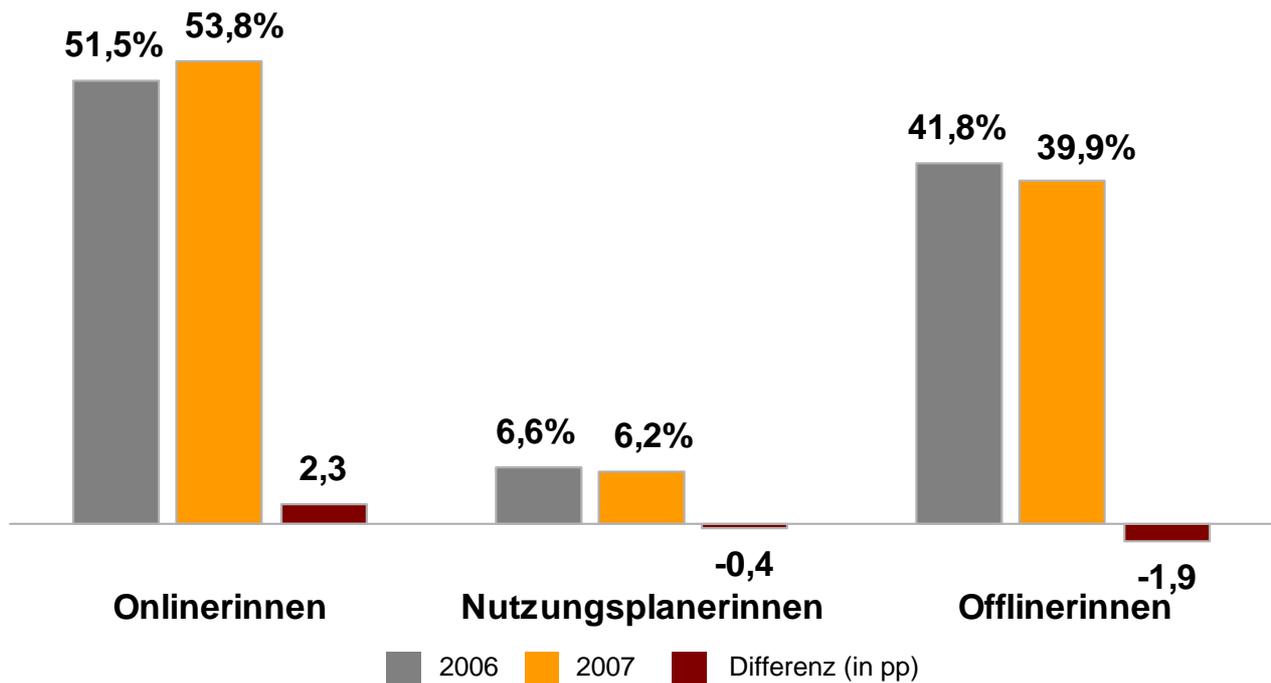
Frauen und Männer 2007



- Die Mehrheit der Internetnutzenden ist nach wie vor männlich: Von allen Personen, die online sind, liegt der Anteil der Männer bei 53,5 Prozent, der der Frauen bei 46,5 Prozent.
- Die Frauen, die offline sind und die, die planen das Internet zu nutzen sind in der Mehrheit: 61,0 Prozent und 56,6 Prozent.

Frauen 2006 - 2007

Internetnutzung



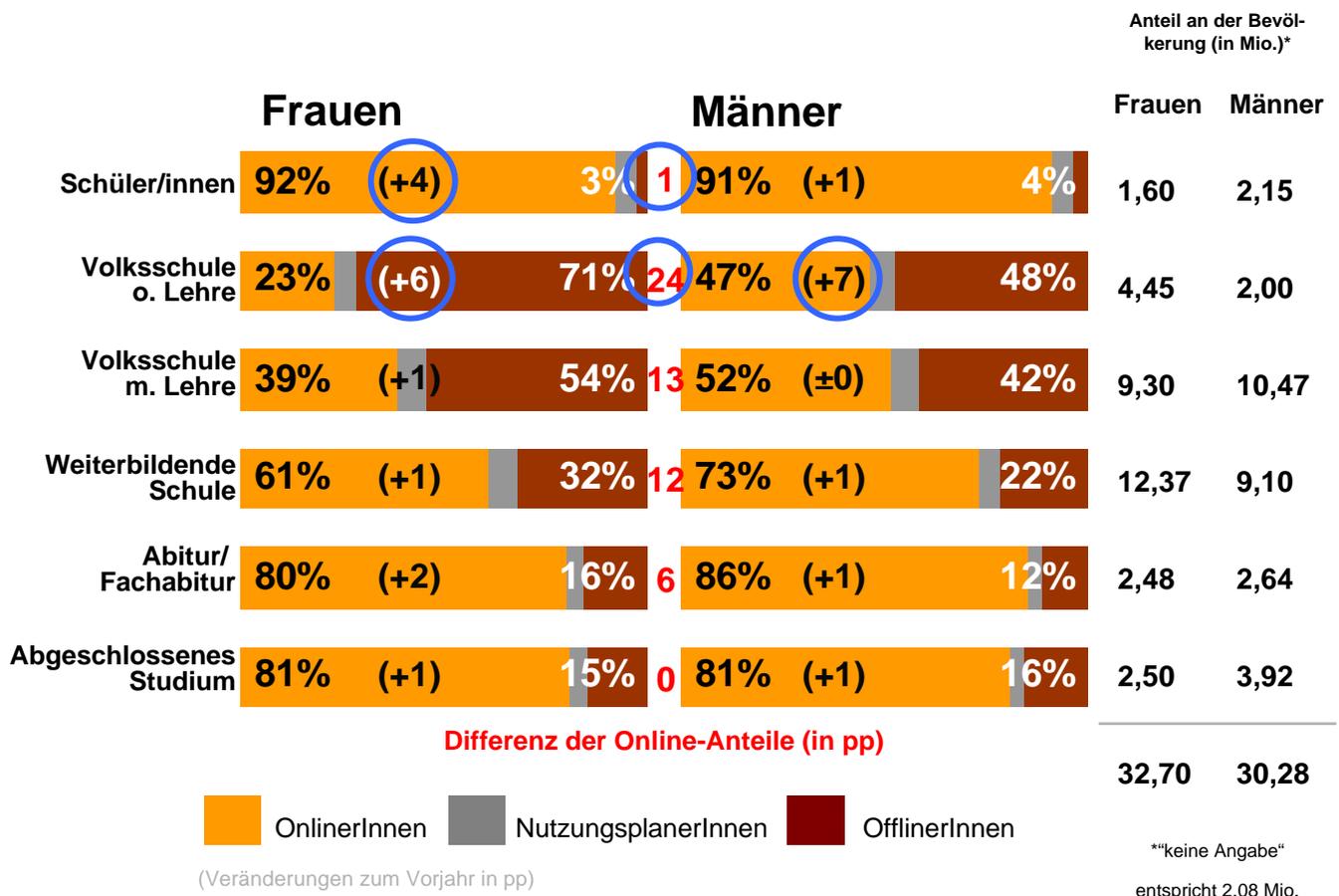
- Im Vergleich zu 2006 ist bei den Onlinerinnen ein Zuwachs um 2,3 Prozentpunkte festzustellen.
- Der Anteil der Nutzungsplanerinnen nahm um 0,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr ab.
- Bei den Offlinerinnen ist ein leichter Rückgang von 1,9 Prozentpunkten festzustellen.

Bildung

Der Bildungsstand beeinflusst den Grad der Internetnutzung: Frauen mit abgeschlossenem Studium sind mit 81 Prozent Onlinenutzung mit den Männern derselben Gruppe gleichauf.

Die Schere zwischen Frauen und Männern ist allerdings größer und nimmt tendenziell zu, je geringer der Bildungsgrad ist. Volksschülerinnen ohne Lehre sind zu 23 Prozent online und liegen damit 24 Prozentpunkte unter dem Nutzungsgrad der Männer, die in dieser Gruppe zu 47 Prozent das Internet nutzen.

Bildung 2007



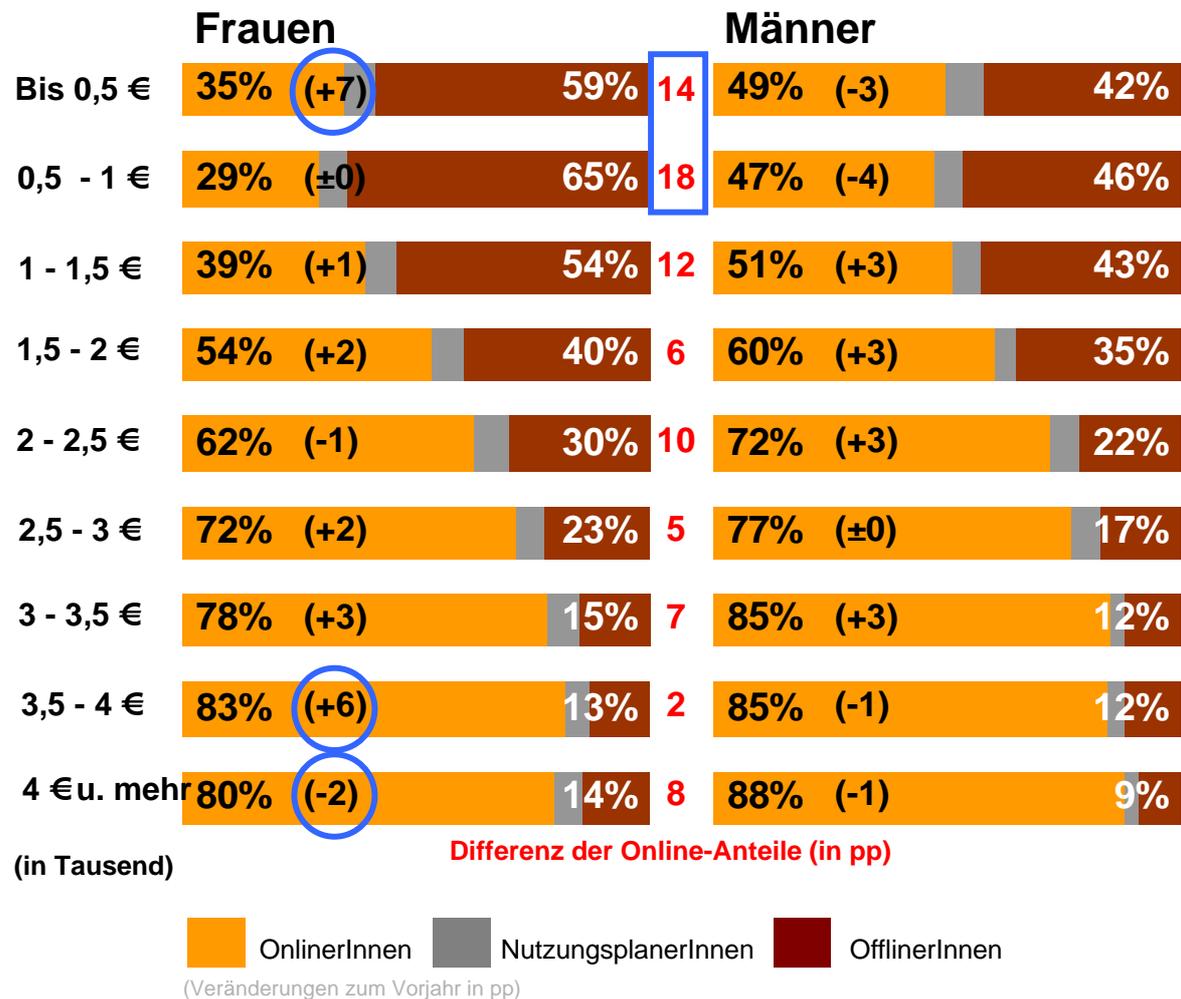
- Sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern ist in der Gruppe Volksschule ohne Lehre der größte Zuwachs mit 7 Prozentpunkten plus im Vergleich zu 2006 zu verzeichnen.
- Nach wie vor zeigt sich hier zugleich die größte Differenz im Grad der Internetnutzung bei Frauen und Männern mit 24 Prozentpunkten.
- Schülerinnen liegen erstmals mit einem Prozentpunkt vor den Männern. Während bei den Schülern lediglich ein Anstieg von einem Prozentpunkt im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen ist, stieg der Anteil der Schülerinnen um 4 Prozentpunkte.

Einkommen

Bei den Frauen ist die Internetnutzung in fast allen Einkommensgruppen gestiegen. Dabei verzeichnen die Gruppen mit den niedrigsten und dem zweithöchsten Einkommen 3.500 bis 4.000 Euro die stärksten Zuwächse. Bei den Männern ist der Anteil der Onliner vor allem im unteren Einkommensbereich 500 bis 1.000 Euro gestiegen.

Möglicherweise stehen die Zuwächse bei beiden Geschlechtern im unteren Einkommenssegment mit sinkenden DSL-Preisen in Zusammenhang. Dennoch: Die Abstände zwischen Frauen und Männern sind weiterhin umso größer, je niedriger das monatliche Haushaltseinkommen ausfällt.

Einkommen 2007



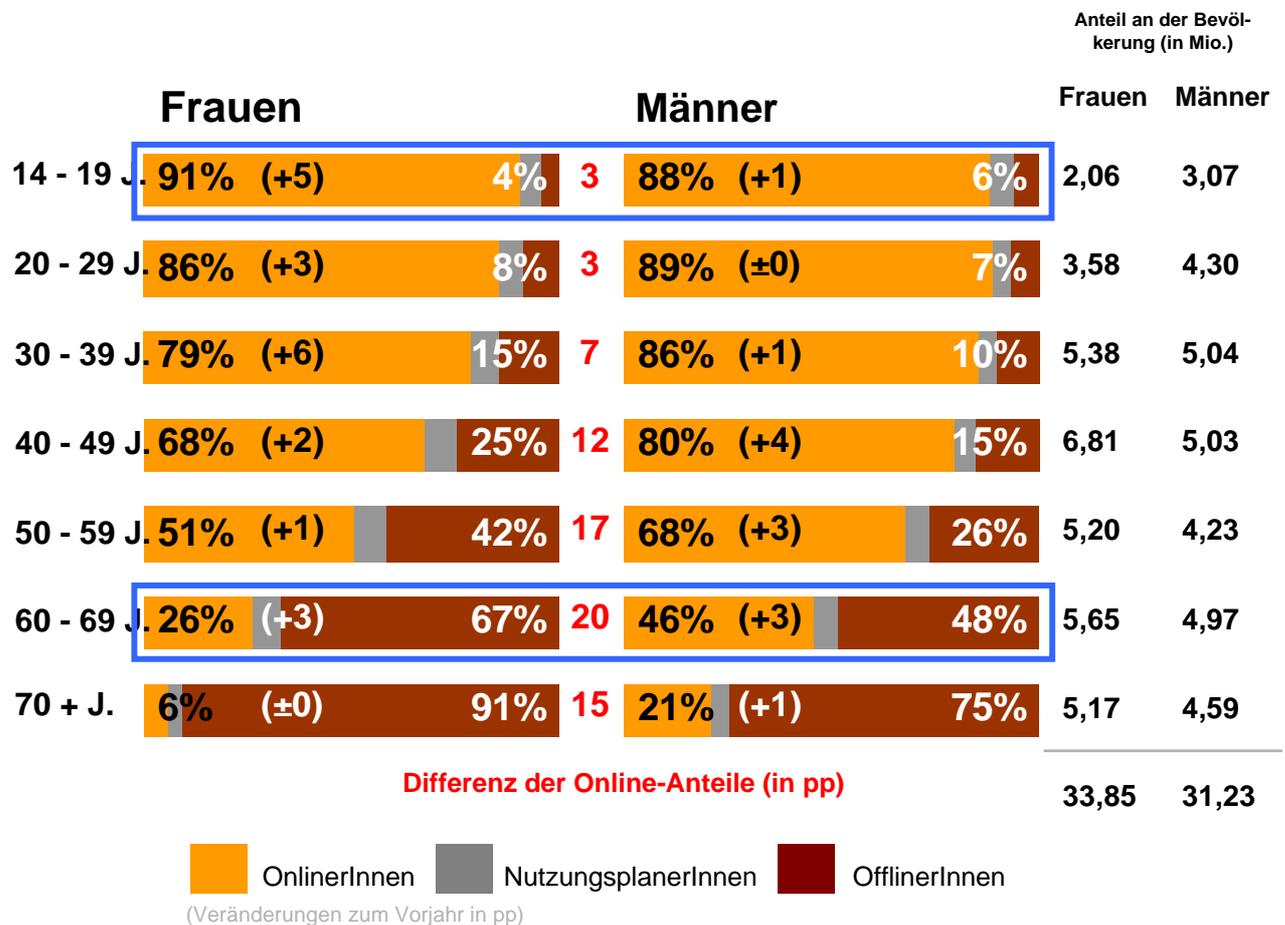
- Bei den Frauen sind in fast allen Einkommensgruppen Zuwächse festzustellen. Während sich im Bereich mit dem höchsten Einkommen ein leichter Rückgang bemerkbar macht, verzeichnet die Einkommensgruppe von 3.500 bis 4.000 Euro ein Plus von 6 Prozentpunkten.
- Die deutlichste Steigerung bei der Internetnutzung gegenüber 2006 ist mit 7 Prozentpunkten bei den Frauen mit einem Einkommen unter 500 Euro festzustellen.
- Die größten Differenzen zwischen Männern und Frauen finden sich weiterhin in den unteren Einkommensgruppen mit 14 und 18 Prozentpunkten.

Alter

Das Alter bleibt auch 2007 ein gewichtiger Faktor, der das Maß der Internetnutzung beeinflusst: So nutzen die Frauen unter 50 Jahren das Internet zu 77,3 Prozent, diejenigen über 50 Jahren sind mit einem wesentlich geringeren Anteil von 27,8 Prozent online.

Wird der Bildungsgrad mitbetrachtet, so findet sich in der Gruppe mit Abitur/Hochschulabschluss die größte Differenz von 21 Prozentpunkten bei den über 60-Jährigen: 36 Prozent Frauen sind gegenüber 57 Prozent Männern dieser Gruppe online.

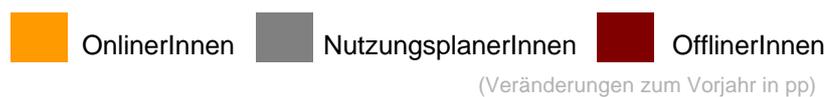
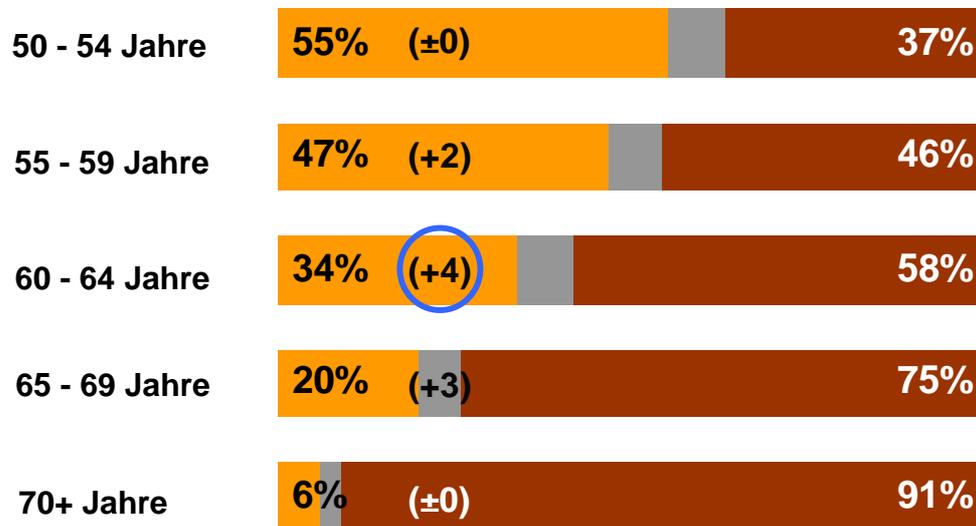
Alter 2007



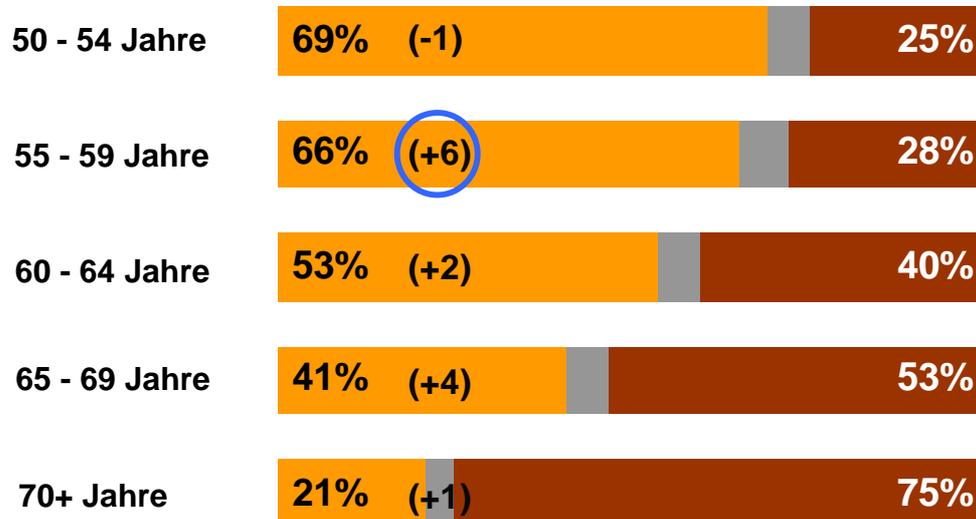
- Sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern sind in fast allen Altersgruppen Zuwächse zu verzeichnen. Mit einem Plus von 5 Prozentpunkten ist die Internetnutzung in der Gruppe der 14- bis 19-jährigen Frauen am stärksten gestiegen, so dass sie die gleichaltrigen Männer erstmals überbieten.
- Auch bei den Älteren setzt sich die positive Entwicklung fort: Den stärksten Zuwachs bei beiden Geschlechtern über 50 Jahren verzeichnet die Gruppe der 60- bis 69-Jährigen mit 3 Prozentpunkten. Zugleich besteht hier der größte Abstand zwischen den Geschlechtern mit 20 Prozentpunkten.

Alter: Ab 50 Jahren

Frauen 50+

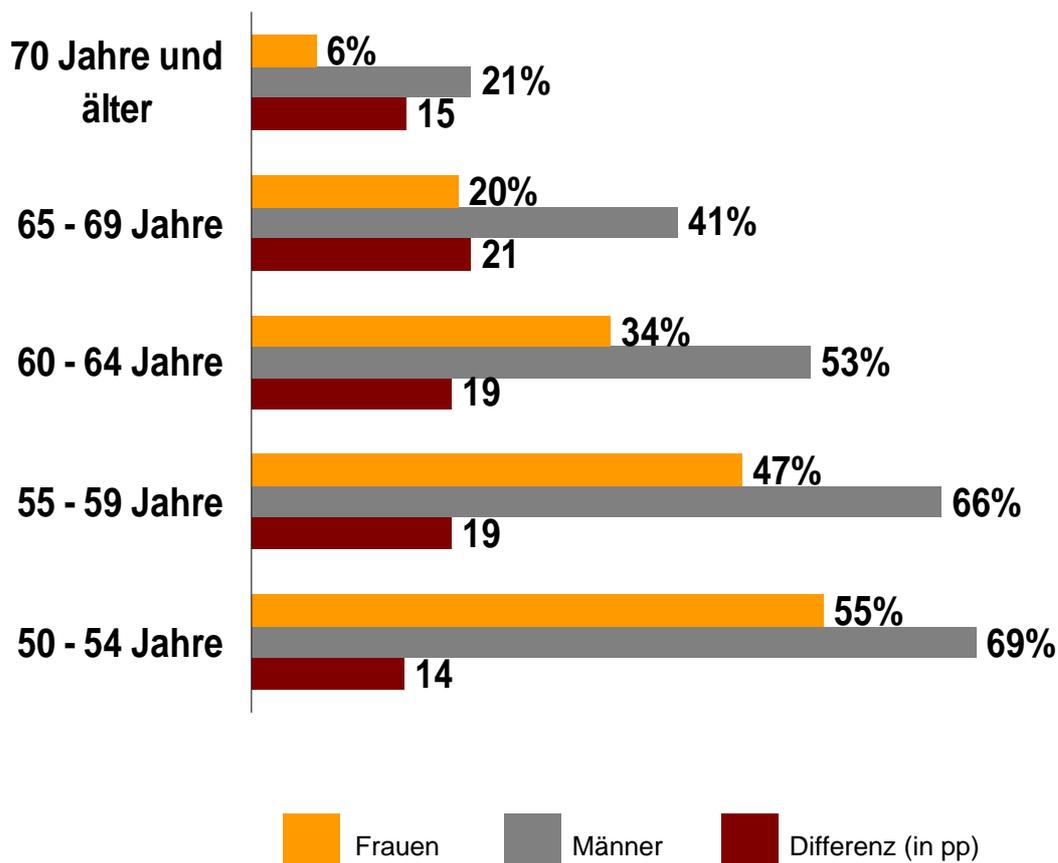


Männer 50+



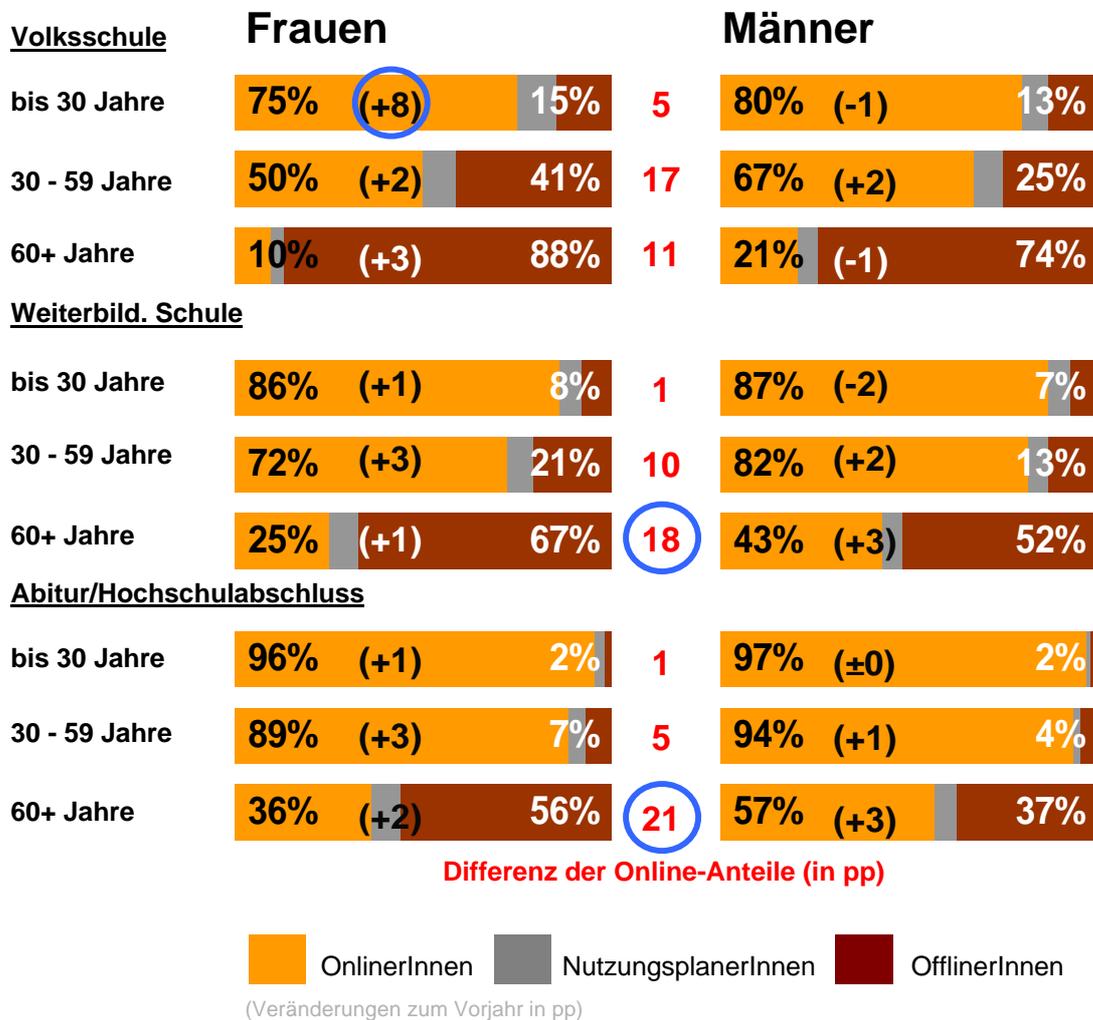
- Bei den über 50-jährigen Frauen verzeichnen die 60- bis 64-Jährigen den größten Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr um 4 Prozentpunkte.
- Bei den Männern legt besonders die Altersgruppe der 55- bis 59-Jährigen mit 6 Prozentpunkten zu.

Frauen und Männer 50+ im Vergleich



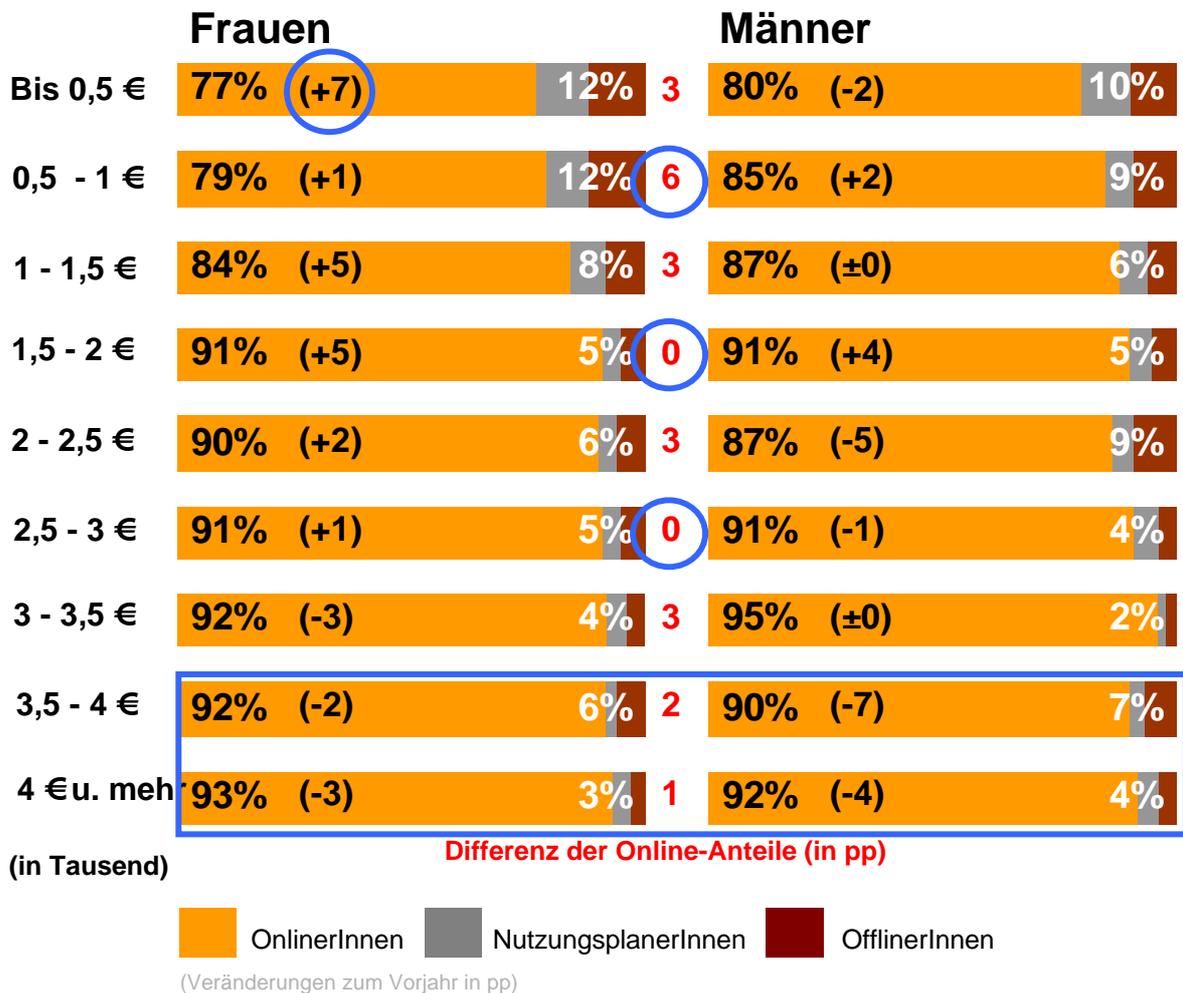
- 2007 ist die Differenz zwischen Frauen und Männern in der Altersgruppe 65 bis 69 Jahre mit 21 Prozentpunkten am größten.
- Dagegen liegt der Online-Anteil von Frauen und Männern in der Gruppe der 50- bis 54-Jährigen nur 14 Prozentpunkte auseinander.

Alter und Bildung 2007



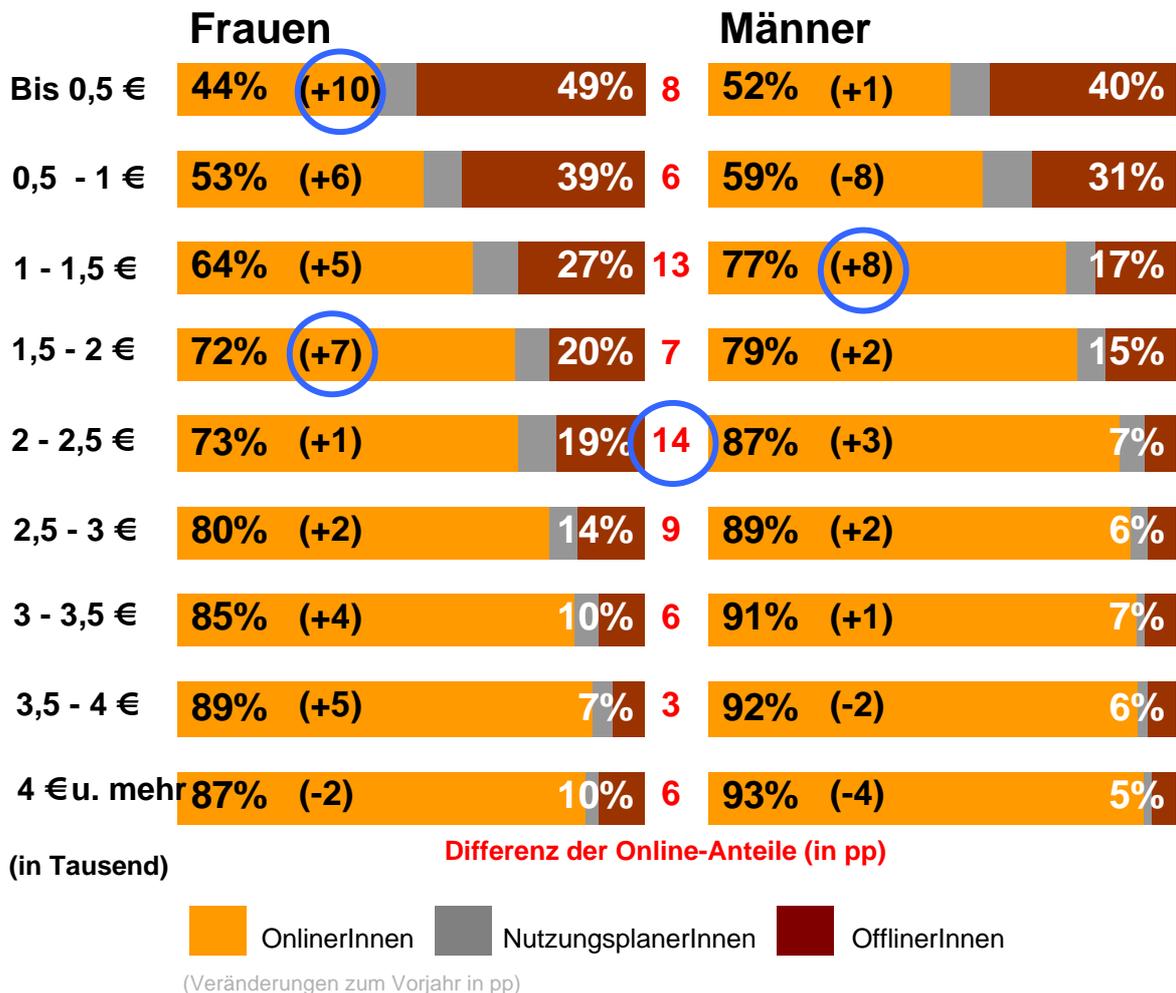
- Bei den jungen Frauen ist in der Gruppe Volksschule mit einem Plus von 8 Prozentpunkten der stärkste Zuwachs gegenüber 2006 festzustellen.
- In der Gruppe der über 60-Jährigen mit Abitur ist die Differenz mit 21 Prozentpunkten zwischen Frauen und Männern am deutlichsten, gefolgt von der Gruppe „Weiterbildende Schule“ derselben Altersstufe mit 18 Prozentpunkten.

Alter und Einkommen: Bis 30 Jahre



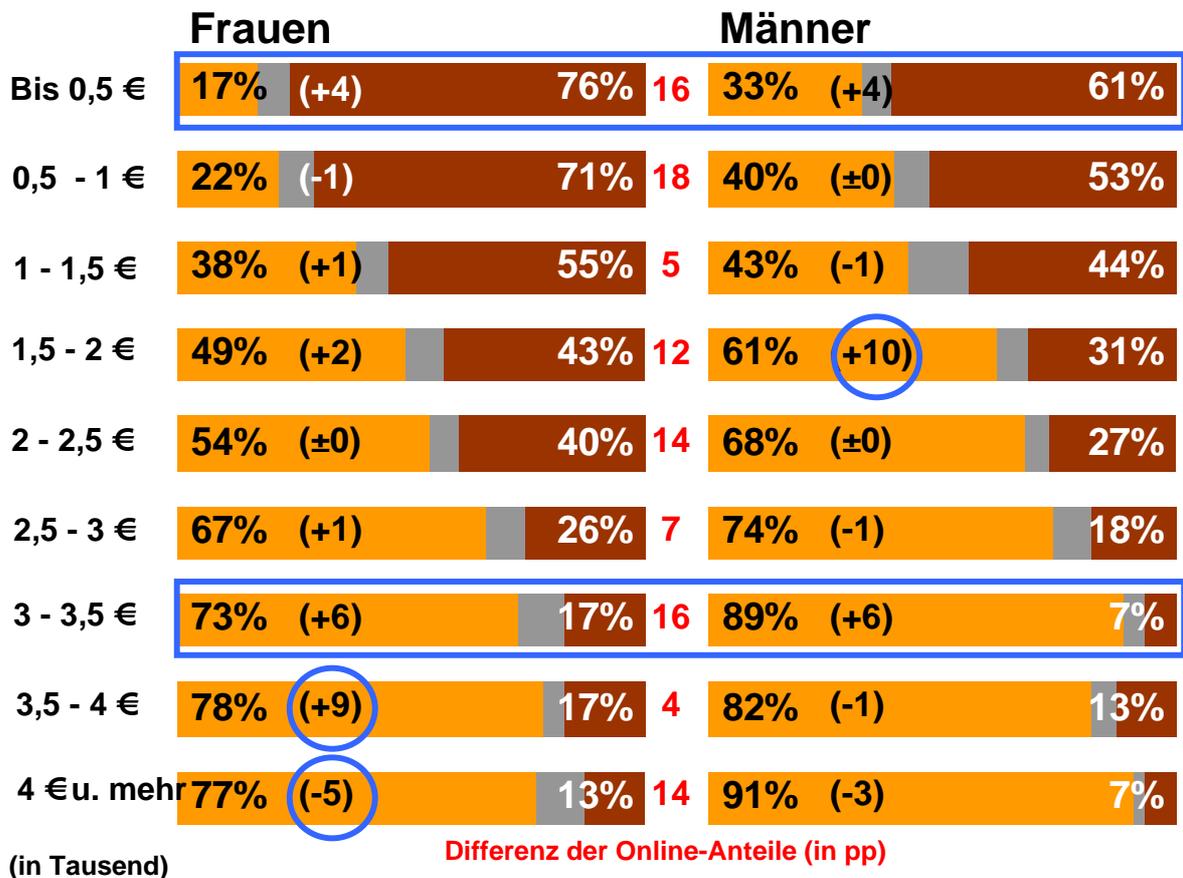
- Den stärksten Zuwachs bei der Internetnutzung der Frauen mit 7 Prozentpunkten Steigerung gegenüber dem Vorjahr ist in der Gruppe mit einem Einkommen unter 500 Euro auszumachen.
- In den Einkommensgruppen 1.500 bis 2.000 und 2.500 bis 3.000 Euro ist der Online-Anteil bei Frauen und Männern gleich.
- Der größte Abstand zwischen den Geschlechtern im Alterssegment bis 30 Jahre liegt mit 6 Prozentpunkten in der Einkommensgruppe 500 bis 1.000 Euro.
- In der mittleren Einkommensgruppe 2.000 bis 2.500 Euro und den beiden Gruppen mit dem höchsten Einkommen liegen die Frauen vor den Männern.

Alter und Einkommen: Von 30 bis 49 Jahren



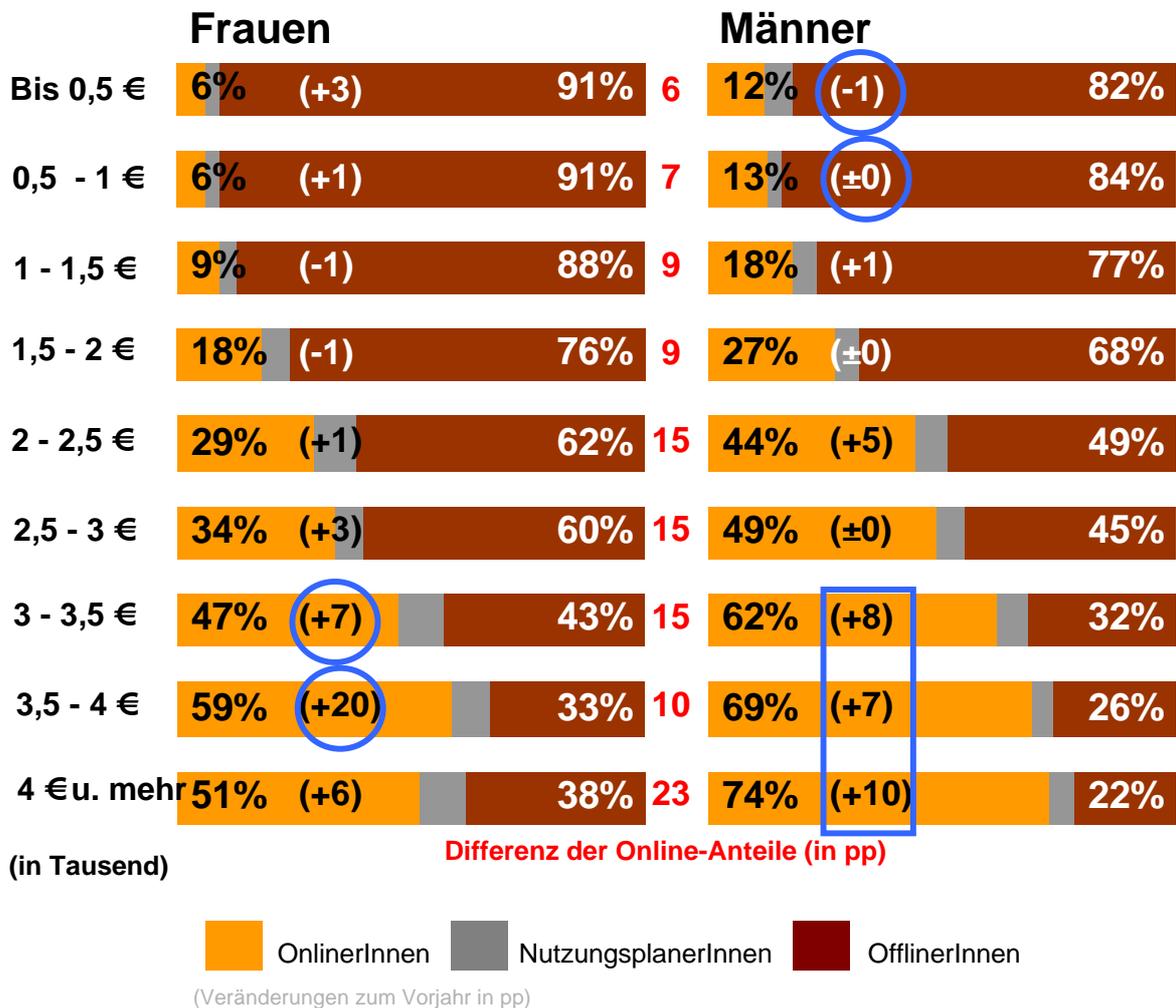
- In der Altersklasse der 30- bis 49-jährigen Frauen sind bis zu einem Einkommen von 4.000 Euro im Vergleich zu 2006 in allen Gruppen Zuwächse zu verzeichnen: Am deutlichsten in der Gruppe unter 500 Euro mit 10 Prozentpunkten und in der Gruppe 1.500 bis 2.000 Euro mit 7 Prozentpunkten.
- Bei den Männern ist der stärkste Zuwachs um 8 Prozentpunkte in der Gruppe mit einem Einkommen zwischen 1.000 und 1.500 Euro festzustellen.
- Die Differenz zwischen Frauen und Männern ist in der Einkommensgruppe 2.000 bis 2.500 Euro mit 14 Prozentpunkten am größten.

Alter und Einkommen: 50 bis 59 Jahre



- In dieser Altersklasse ist bei den Frauen in der Gruppe mit einem Einkommen über 4.000 Euro der stärkste Rückgang mit 5 Prozentpunkten bei der Internetnutzung festzustellen.
- Zugleich verzeichnet die direkt benachbarte Gruppe mit einem Einkommen von 3.500 bis 4.000 Euro mit einem Plus von 9 Prozentpunkten den größten Zuwachs.
- In den Einkommensgruppen unter 500 Euro und 3.000 bis 3.500 Euro sind bei Frauen und Männern gleich hohe Zuwächse von 4 bzw. 6 Prozentpunkten auszumachen.
- Der stärkste Zuwachs bei den Männern findet sich in der Einkommensgruppe 1.500 bis 2.000 Euro mit 10 Prozentpunkten.

Alter und Einkommen: 60 Jahre und älter



- Bei den Frauen in der Altersklasse der über 60-Jährigen haben erstmals die oberen Einkommensgruppen über 3.500 Euro die 50-Prozent-Marke überschritten. Besonders hervorstechend ist der Zuwachs gegenüber 2006 mit 20 Prozentpunkten in der Einkommensgruppe 3.500 bis 4.000 Euro.
- Während bei den Männern in den unteren Einkommensgruppen eine Stagnation und auch ein Rückgang zu verzeichnen ist, legen die höheren Einkommensgruppen ab 3.000 Euro mit 8, 7 und 10 Prozentpunkten Plus im Vergleich zum Vorjahr zu.

Schwerpunktthema

Die Online-Entwicklung in den Bundesländern. Eine Fünf-Jahres-Bilanz

Berlin, Hamburg, Bremen und das Flächenland Hessen bilden in diesem Jahr die Spitzengruppe im Ländervergleich. Die Plätze 11 bis 15 nehmen die östlichen Bundesländer ein. Das Saarland hat die 50-Prozent-Marke knapp überschritten und liegt damit auf dem letzten Platz.

Auch in diesem Jahr ist die Spitzengruppe der Länder bei den Frauen anders zusammengesetzt als bei den Männern: In den Flächenländern Hessen und Schleswig-Holstein und den Stadtstaaten Berlin und Bremen ist der Online-Anteil der Frauen am höchsten. Die Schlusslichter unterscheiden sich bei den Frauen und Männern nur um eine Position: Rang 15 bei den Frauen zu Rang 14 bei den Männern in Sachsen-Anhalt, Rang 16 bei den Frauen zu Rang 15 bei den Männern im Saarland.

In der Altersgruppe bis 50 Jahren ist Berlin, ab 50 Jahren ist Bremen Spitzenreiter, gefolgt von Berlin und Hessen. Auf den letzten Plätzen liegen bei den älteren Erwachsenen das Saarland, Thüringen und Sachsen-Anhalt, bei den Jüngeren sind es Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und das Saarland, die die hinteren Plätze belegen.

Für jedes Bundesland haben wir ein Online-Profil erstellt, das die verschiedenen Werte und Ranglistenplatzierungen zusammenfasst und die Entwicklung seit 2003 bewertet. Diese ist durch Pfeile mit folgenden Bedeutungen visualisiert:

						
keine Änderung	ein Platz nach oben	zwei bis fünf Plätze nach oben	mehr als fünf Plätze nach oben	ein Platz nach unten	Zwei bis fünf Plätze nach unten	mehr als fünf Plätze nach unten

Ländervergleich: Online-Anteil 2007/2003 Gesamt

Bundesland	GESAMT			
	Rang 2007	2007	2003	Diff.
Angaben in		%	%	pp
Berlin	1	68,0	56,6	11,4
Hamburg	2	64,3	54,0	10,3
Hessen ¹⁾	3	63,3	53,9	9,4
Bremen	4	63,3	46,7	16,6
Schleswig-Holstein	5	62,9	51,7	11,2
Baden-Württemberg	6	62,5	51,7	10,8
Niedersachsen	7	61,5	50,3	11,2
Nordrhein-Westfalen	8	60,6	49,4	11,2
Bayern	9	59,8	50,9	8,9
Rheinland-Pfalz	10	57,2	48,3	8,9
Mecklenburg-Vorpommern	11	56,2	42,9	13,3
Sachsen	12	56,0	47,1	8,9
Brandenburg	13	55,8	47,9	7,9
Thüringen	14	55,4	47,9	7,5
Sachsen-Anhalt	15	53,3	45,5	7,8
Saarland	16	50,7	46,6	4,1

- In der Gesamtplatzierung 2007 liegt Mecklenburg-Vorpommern zwar noch immer im hinteren Drittel, verzeichnet aber im Vergleich zu 2003 neben Bremen die größten Zuwächse bei der Internetnutzung mit 13,3 Prozentpunkten.
- Den geringsten Zuwachs seit 2003 weist das Saarland mit 4,1 Prozentpunkten auf und hält sich damit auf dem letzten Platz.

1) „Mit 63,3 Prozent ist der Online-Anteil in Hessen genau so hoch wie in Bremen. Durch den niedrigeren Offline-Anteil in Hessen (30,7 Prozent) liegt das Flächenland im Ranking aber vor der Hansestadt.“ vgl. (N)ONLINER Atlas 2007, Grafikservice Internetnutzung nach Bundesländern, S. 5

Ländervergleich: Online-Anteil 2007/2003 Frauen und Männer

Bundesland	Frauen				Männer			
	Rang	2007	2003	Diff.	Rang	2007	2003	Diff.
Angaben in	2007	%	%	pp	2007	%	%	pp
Berlin	1	60,9	45,4	15,5	1	75,7	69,2	6,5
Hessen	2	57,4	47,5	9,9	4	69,7	60,9	8,8
Schleswig-Holstein	3	57,1	47,2	9,9	6	69,2	56,7	12,5
Bremen	4	57,0	36,4	20,6	3	70,5	58,3	12,2
Baden-Württemberg	5	55,8	44,0	11,8	5	69,7	60,1	9,6
Niedersachsen	6	55,6	41,8	13,8	8	67,9	59,5	8,4
Mecklenburg-Vorp.	7	54,9	36,4	18,5	16	57,5	49,9	7,6
Hamburg	8	54,3	41,4	12,9	2	75,4	68,6	6,8
Nordrhein-Westfalen	9	53,9	41,3	12,6	7	68,0	58,2	9,8
Rheinland-Pfalz	10	53,4	40,1	13,3	13	61,2	57,1	4,1
Bayern	11	53,1	41,8	11,3	9	67,0	60,6	6,4
Sachsen	12	49,7	40,0	9,7	11	62,9	54,9	8,0
Thüringen	12	49,7	41,2	8,5	12	61,6	55,0	6,6
Brandenburg	14	47,8	39,6	8,2	10	64,2	56,6	7,6
Sachsen-Anhalt	15	46,0	38,4	7,6	14	61,2	53,2	8,0
Saarland	16	43,7	40,0	3,7	15	58,6	54,0	4,6

- Berlin belegt 2007 bei den Frauen und den Männern den ersten Platz. Das Saarland ist nach wie vor Schlusslicht.
- Den größten Zuwachs bei den Frauen verbucht Bremen mit 20,6 Prozentpunkten vor dem Flächenland Mecklenburg-Vorpommern mit einer Steigerung von 18,5 Prozentpunkten.
- Bei den Männern verzeichnet Schleswig-Holstein neben Bremen die größten Zuwächse.

Ländervergleich: Online-Anteil 2007/2003 Altersgruppen bis und ab 50 Jahre

Bundesland	Ab 50 Jahre				Bis 50 Jahre			
	Rang	2007	2003	Diff	Rang	2007	2003	Diff.
Angaben in	2007	%	%	pp	2007	%	%	pp
Bremen	1	43,7	23,5	20,2	5	82,5	67,7	14,8
Berlin	2	42,9	30,3	12,6	1	87,9	77,0	10,9
Hessen	3	40,5	28,2	12,3	4	83,2	75,2	8,0
Schleswig-Holstein	4	39,3	28,8	10,5	3	84,2	71,3	12,9
Niedersachsen	5	38,3	26,8	11,5	7	81,7	69,4	12,3
Baden-Württemberg	6	38,1	26,5	11,6	5	82,5	71,3	11,2
Nordrhein-Westfalen	7	37,2	24,8	12,4	8	81,3	70,0	11,3
Hamburg	8	36,6	26,9	9,7	2	86,0	76,6	9,4
Bayern	9	33,5	26,3	7,2	10	80,0	69,3	10,7
Rheinland-Pfalz	10	31,5	25,0	6,5	12	79,2	67,5	11,7
Brandenburg	11	29,7	22,0	7,7	14	76,9	65,3	11,6
Sachsen	12	29,2	20,3	8,9	9	80,9	69,5	11,4
Mecklenburg-Vorp.	13	28,8	18,6	10,2	15	76,5	59,7	16,8
Saarland	14	28,1	18,9	9,2	16	72,0	71,6	0,4
Thüringen	15	26,7	18,5	8,2	11	79,6	70,4	9,2
Sachsen-Anhalt	16	26,4	18,9	7,5	13	77,0	67,9	9,1

- Bei den über 50-Jährigen können Bremen und Berlin die größten Zuwächse seit 2003 verbuchen – beide Stadtstaaten belegen 2007 die vorderen Plätze.
- Mit 6,5 Prozentpunkten verzeichnet Rheinland-Pfalz den geringsten Zuwachs bei den über 50-Jährigen seit 2003. Sachsen-Anhalt bildet 2007 das Schlusslicht bei den Älteren.
- In der Gruppe der unter 50-Jährigen weist wiederum Mecklenburg-Vorpommern den größten Zuwachs mit 16,8 Prozentpunkten auf.

Ländervergleich: Online-Anteil 2007/2003 Frauen und Männer bis 50 Jahre

Bundesland [gerundete Werte] ²⁾	Frauen bis 50				Männer bis 50			
	Rang	2007	2003	Diff	Rang	2007	2003	Diff.
Angaben in	2007	%	%	pp	2007	%	%	pp
Berlin	1	85	70	15	1	91	84	7
Hamburg	2	84	66	18	3	88	86	2
Schleswig-Holstein	3	80	67	13	2	89	77	12
Hessen	4	80	71	9	4	87	80	7
Baden-Württemberg	5	79	66	13	8	86	77	9
Bremen	6	78	54	24	4	87	84	3
Sachsen	7	78	64	14	11	84	75	9
Niedersachsen	8	77	65	12	6	86	74	12
Rheinland-Pfalz	9	77	59	18	12	81	77	4
Nordrhein-Westfalen	10	77	63	14	7	86	78	8
Mecklenburg-Vorp.	11	77	56	21	16	76	63	13
Thüringen	12	75	66	9	10	85	75	10
Bayern	13	74	60	14	8	86	78	8
Sachsen-Anhalt	14	74	62	12	13	80	74	6
Brandenburg	15	73	58	15	14	80	72	8
Saarland	16	67	67	0	15	78	77	1

- Berlin belegt 2007 bei den jüngeren Frauen und den Männern den ersten Platz.
- Bei den unter 50-jährigen Frauen finden sich die größten Zuwächse in Bremen mit 24 Prozentpunkten und in Mecklenburg-Vorpommern mit 21 Prozentpunkten.
- Bei den Männern unter 50 Jahren verzeichnet Mecklenburg-Vorpommern mit 13 Prozentpunkten die größte Steigerung.

2) Aufgrund geringer Fallzahlen sind in dieser und der nachfolgenden Tabelle alle Werte gerundet dargestellt. Die Platzierungen ergeben sich aus den nicht ausgewiesenen Nachkommastellen.

Ländervergleich: Online-Anteil 2007/2003 Frauen und Männer ab 50 Jahre

Bundesland [gerundete Werte]	Frauen ab 50				Männer ab 50			
	Rang	2007	2003	Diff	Rang	2007	2003	Diff.
Angaben in	2007	%	%	pp	2007	%	%	pp
Bremen	1	38	15	23	3	51	32	19
Berlin	2	36	21	15	1	53	43	10
Hessen	3	32	22	10	4	50	35	15
Niedersachsen	4	31	17	14	8	46	39	7
Schleswig-Holstein	5	31	23	8	6	48	35	13
Mecklenburg-Vorp.	6	29	17	12	16	29	21	8
Baden-Württemberg	7	28	19	9	5	49	36	13
Nordrhein-Westfalen	8	28	19	9	7	47	33	14
Hamburg	9	27	18	9	2	52	40	12
Bayern	10	27	20	7	9	41	34	7
Rheinland-Pfalz	11	25	16	9	11	38	34	4
Brandenburg	12	23	14	9	10	39	31	8
Sachsen	12	22	15	8	12	37	27	10
Saarland	14	21	12	9	13	36	27	9
Thüringen	14	21	13	8	15	33	26	7
Sachsen-Anhalt	16	21	15	6	14	34	24	10

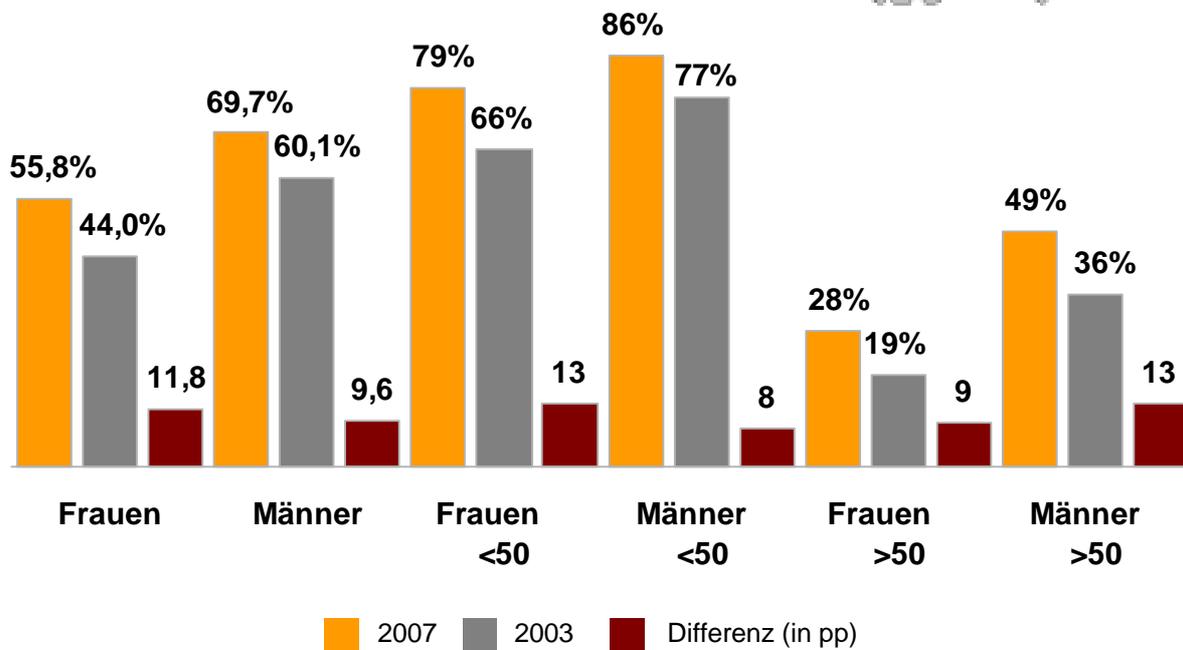
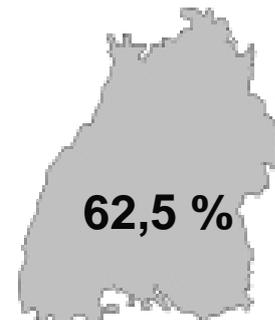
- Bremen liegt bei den älteren Frauen auf dem ersten Platz. Berlin führt das Ranking 2007 bei den über 50-jährigen Männern an.
- Den größten Zuwachs verzeichnet Bremen: Bei den Frauen mit 23 Prozentpunkten und bei den Männern mit 19 Prozentpunkten.
- Die größten Differenzen zwischen Frauen und Männern bei der Platzierung weisen Mecklenburg-Vorpommern und Hamburg in der Gruppe der über 50-Jährigen auf.

Online-Profil: Baden-Württemberg

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	6	↘
Frauen	5	↘
- bis 50 Jahre	5	→
- ab 50 Jahre	7	↓
Männer	5	→
- bis 50 Jahre	8	↘
- ab 50 Jahre	5	↘

Größter Platzverlust bei den älteren Frauen!



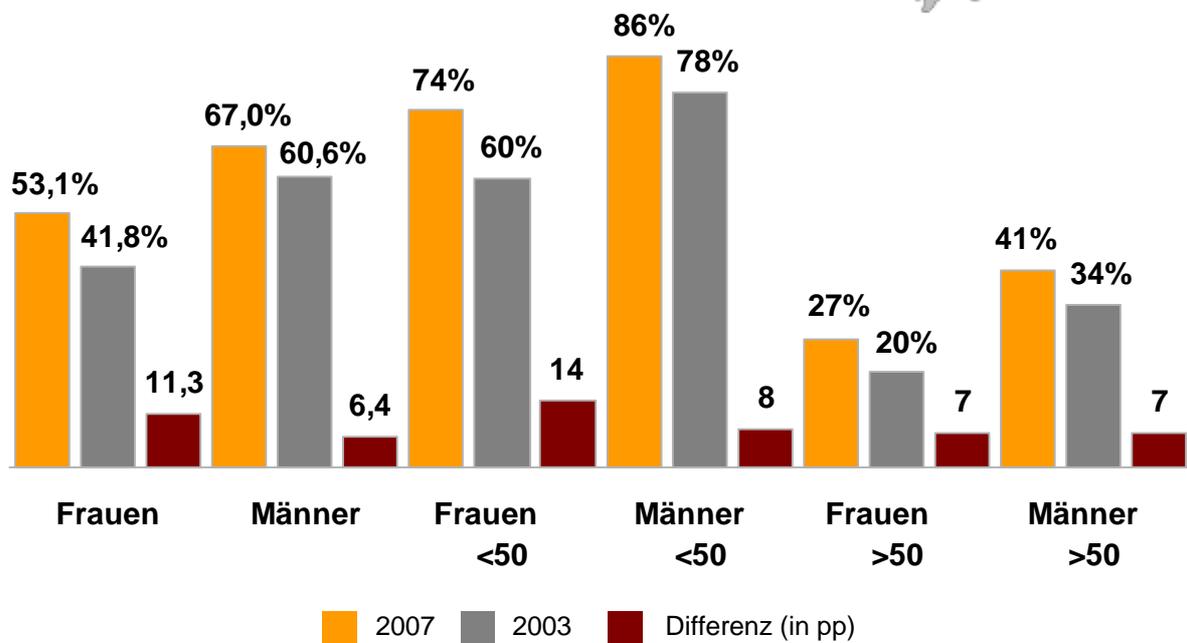
- Mit insgesamt 62,5 Prozent Online-Anteil liegt Baden-Württemberg im Jahr 2007 auf dem 6. Platz im Bundesländer-Ranking.
- 55,8 Prozent der Frauen sind 2007 online, womit das Land Platz 5 belegt. Im Vergleich zu 2003 stieg der Anteil um 11,8 Prozentpunkte. Den stärksten Zuwachs verzeichnen die Frauen unter 50 Jahren mit 13 Prozentpunkten auf 79 Prozent und belegen damit Platz 5 im Ländervergleich.
- 2007 sind 69,7 Prozent Männer online und damit auf Platz 5 im Länder-Ranking. Das ist mit einem Plus von 9,6 Prozentpunkten im Vergleich zu 2003 eine überdurchschnittliche Steigerung. Die Männer über 50 Jahre steigerten ihren Online-Anteil um 13 Prozentpunkte seit 2003.

Online-Profil: Bayern

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	9	↓
Frauen	11	↓↓
- bis 50 Jahre	13	↘
- ab 50 Jahre	10	↓↓
Männer	9	↓
- bis 50 Jahre	8	↓
- ab 50 Jahre	9	↓

Bayern droht den Anschluss zu verlieren!



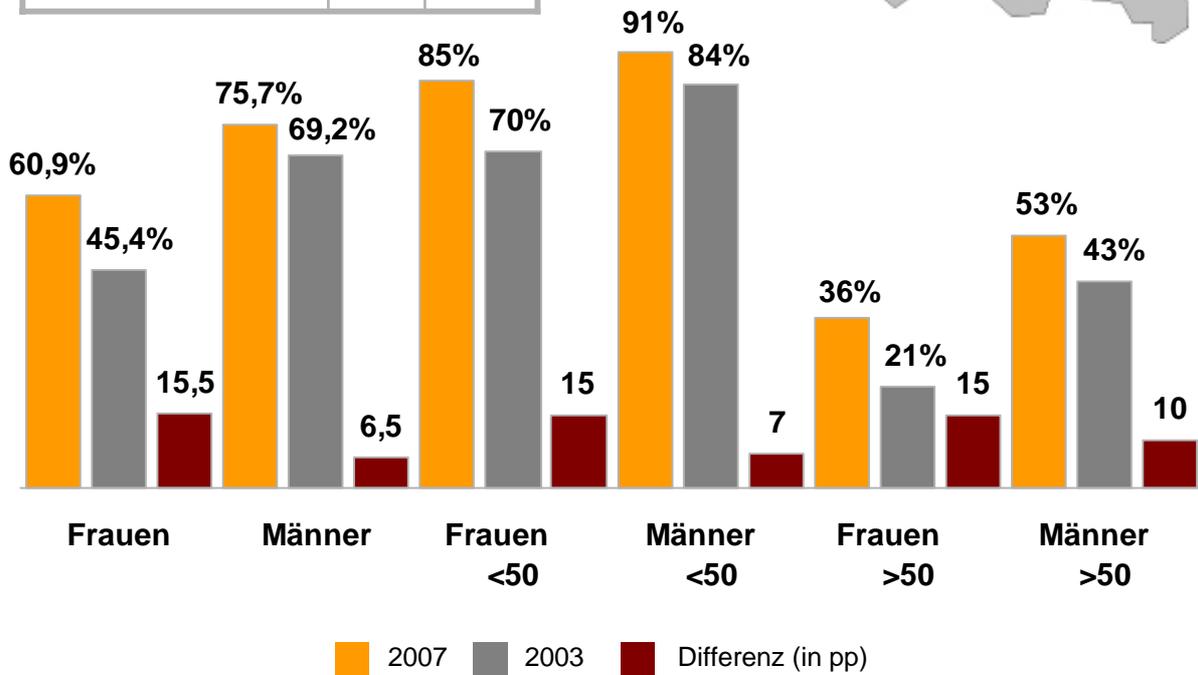
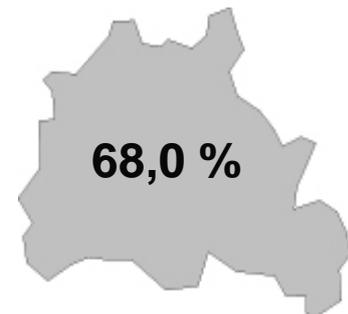
- Mit einem Online-Anteil von 59,8 Prozent belegt Bayern in diesem Jahr Platz 9 im Länder-Ranking.
- 53,1 Prozent der Frauen sind 2007 online, so dass Bayern hier nur Platz 11 belegt. Die Steigerung seit 2003 liegt mit 11,3 Prozentpunkten unter dem Durchschnitt aus, bei den unter 50-jährigen Frauen fällt sie dagegen mit 14 Prozentpunkten überdurchschnittlich aus.
- Mit 67 Prozent männlichen Onlinern liegt Bayern auf Platz 9 im Ländervergleich. Der Zuwachs von 6,4 Prozentpunkten liegt unter dem Bundesdurchschnitt.
- Besonders bei den über 50-Jährigen Frauen und Männern fällt die Entwicklung seit 2003 unterdurchschnittlich aus.

Online-Profil: Berlin

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	1	→
Frauen	1	↑
- bis 50 Jahre	1	↗
- ab 50 Jahre	2	↗
Männer	1	→
- bis 50 Jahre	1	↗
- ab 50 Jahre	1	→

In der Metropole ist fast alles im grünen Bereich!



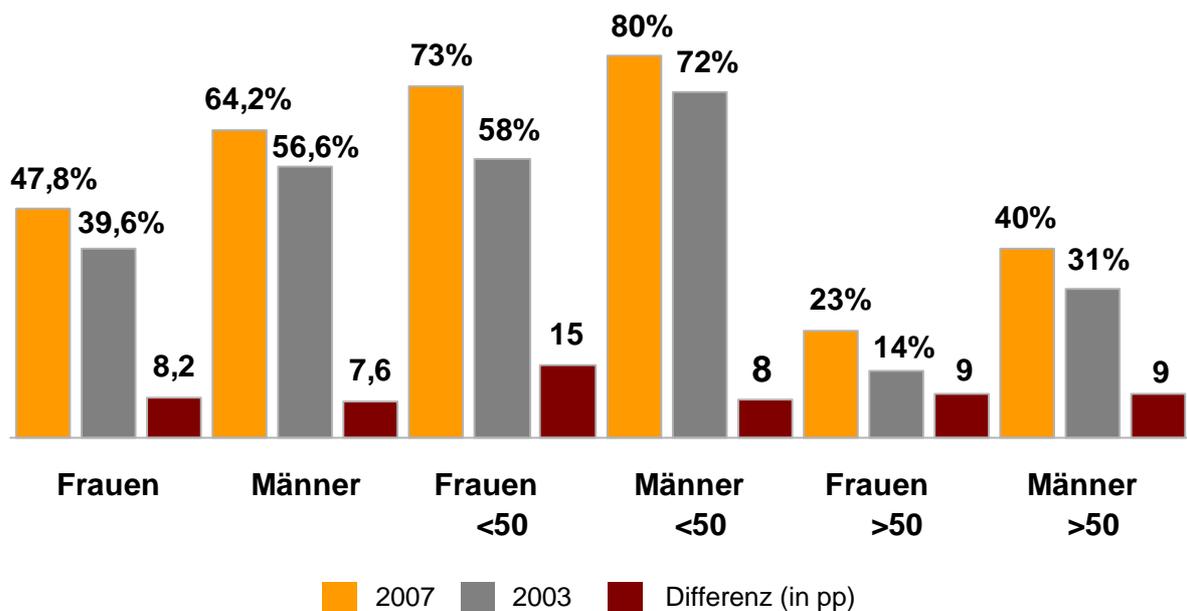
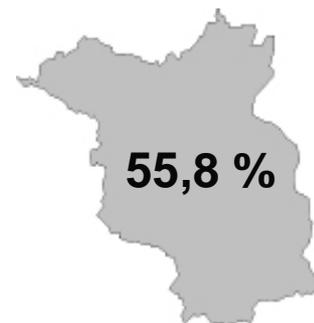
- Mit insgesamt 68 Prozent Online-Anteil führt Berlin weiterhin das Bundesländer-Ranking an. Mit Ausnahme der über 50-jährigen Frauen belegt Berlin in allen Gruppen den ersten Platz.
- 2007 sind 60,9 Prozent der Frauen online. Die Steigerung seit 2003 beträgt überdurchschnittliche 15,5 Prozentpunkte. Bei der Differenzierung nach Alter findet sich bei den Frauen eine deutlich höhere Zunahme des Online-Anteils seit 2003: Steigerung um 15 Prozentpunkte sowohl bei den unter 50-Jährigen als auch bei den über 50-Jährigen.
- Die männlichen Onliner erreichen die Drei-Viertel-Marke: Ihr Online-Anteil stieg auf 75,7 Prozent. Der Zuwachs seit 2003 fällt mit 6,5 Prozentpunkten unterdurchschnittlich aus, erklärt sich aus dem 2003 bereits bestehenden hohen Online-Anteil der Männer.

Online-Profil: Brandenburg

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	13	↓
Frauen	14	↘
- bis 50 Jahre	15	↘
- ab 50 Jahre	12	↑
Männer	10	↗
- bis 50 Jahre	14	↗
- ab 50 Jahre	10	↗

Ältere Surfer bessern den Rückstand noch nicht!



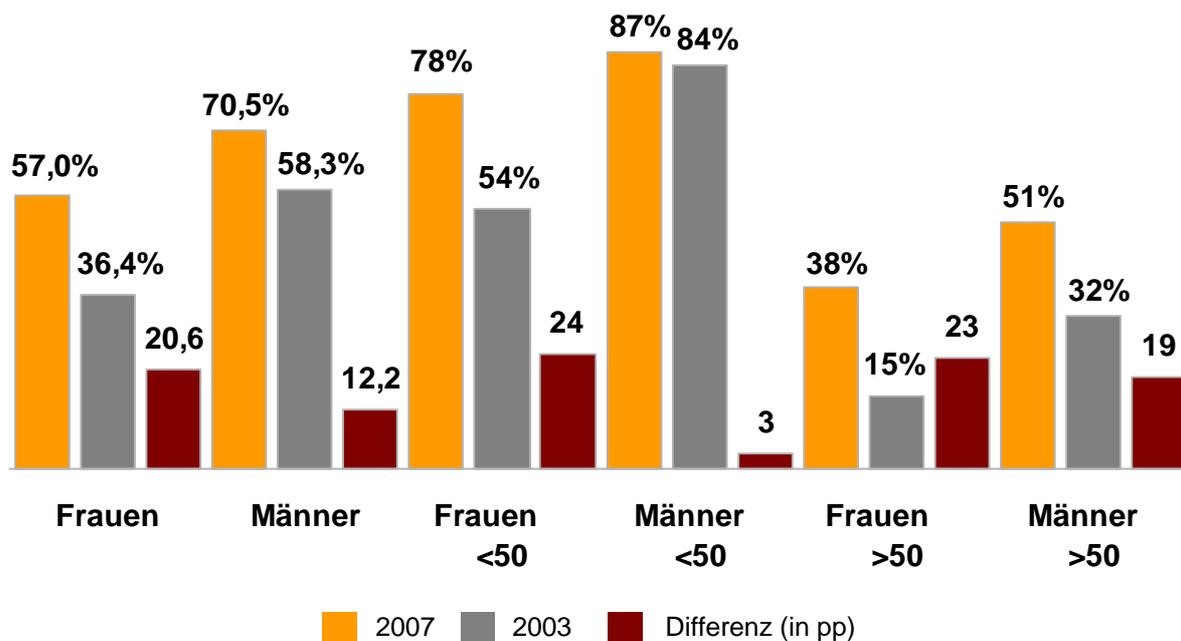
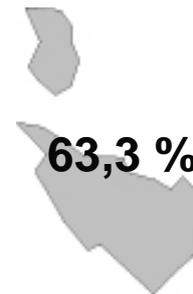
- Mit einer Gesamt-Internetnutzung von 55,8 Prozent belegt Brandenburg 2007 den 13. Platz.
- Die Brandenburger Frauen sind zu 47,8 Prozent online und belegen damit im Ländervergleich den 14. Platz. Der Zuwachs um 8,2 Prozentpunkte seit 2003 liegt zwar über dem der Männer mit 7,6 Prozentpunkten, ist aber deutlich unter dem Durchschnitt. Dies ist vor allem auf die über 50-Jährigen zurückzuführen. Die unter 50-jährigen konnten dagegen ihren Online-Anteil seit 2003 um 15 Prozentpunkte steigern.
- Mit 64,2 Prozent liegt Brandenburg bei der Internetnutzung der Männer auf Platz 10 – die Entwicklung seit 2003 ist leicht unterdurchschnittlich.

Online-Profil: Bremen

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	4	↑ ↑
Frauen	4	↑ ↑
- bis 50 Jahre	6	↑ ↑
- ab 50 Jahre	1	↑ ↑
Männer	3	↑
- bis 50 Jahre	4	↓
- ab 50 Jahre	3	↑ ↑

Hohe Dynamik, aber sehr kleine Fallzahlen!



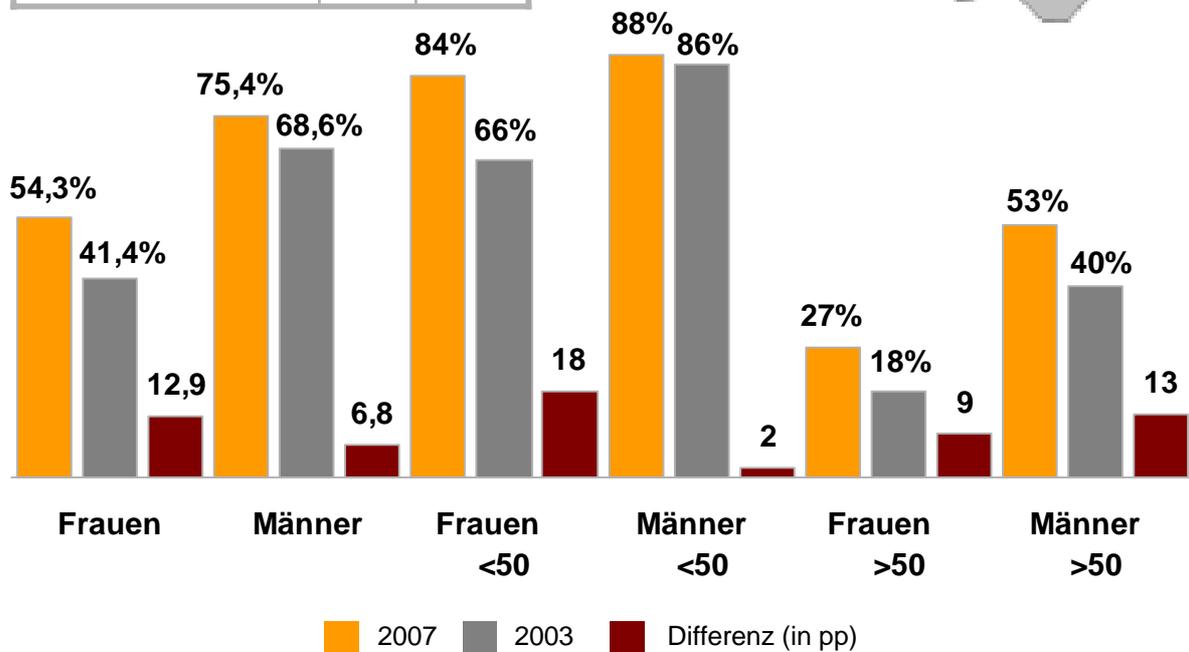
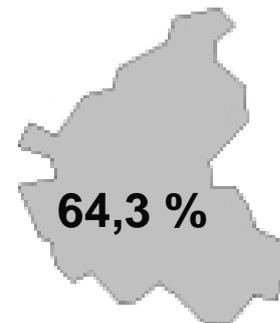
- Mit 63,3 Prozent Online-Anteil liegt Bremen auch in diesem Jahr vorn: Auf Platz 4 im Bundesländer-Ranking.
- In Bremen fallen die hohen Steigerungsraten in fast allen Gruppen auf: Mit einem Plus von 20,6 Prozentpunkten bei der Internetnutzung der Frauen hat Bremen 2007 die höchsten Zuwächse und belegt im Länder-Ranking Platz 4.
- Bei den Männern belegt Bremen mit 70,5 Prozent Onlinern den 3. Platz im Ländervergleich. Die Steigerung um 12,2 Prozentpunkte seit 2003 ist überdurchschnittlich. Bei den über 50-jährigen Männern fällt das Plus mit 19 Prozentpunkten seit 2003 besonders deutlich aus.

Online-Profil: Hamburg

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	2	→
Frauen	8	↘
- bis 50 Jahre	2	↑
- ab 50 Jahre	9	↓
Männer	2	→
- bis 50 Jahre	3	↓
- ab 50 Jahre	2	→

Der Platz in der Spitzengruppe ist labil!



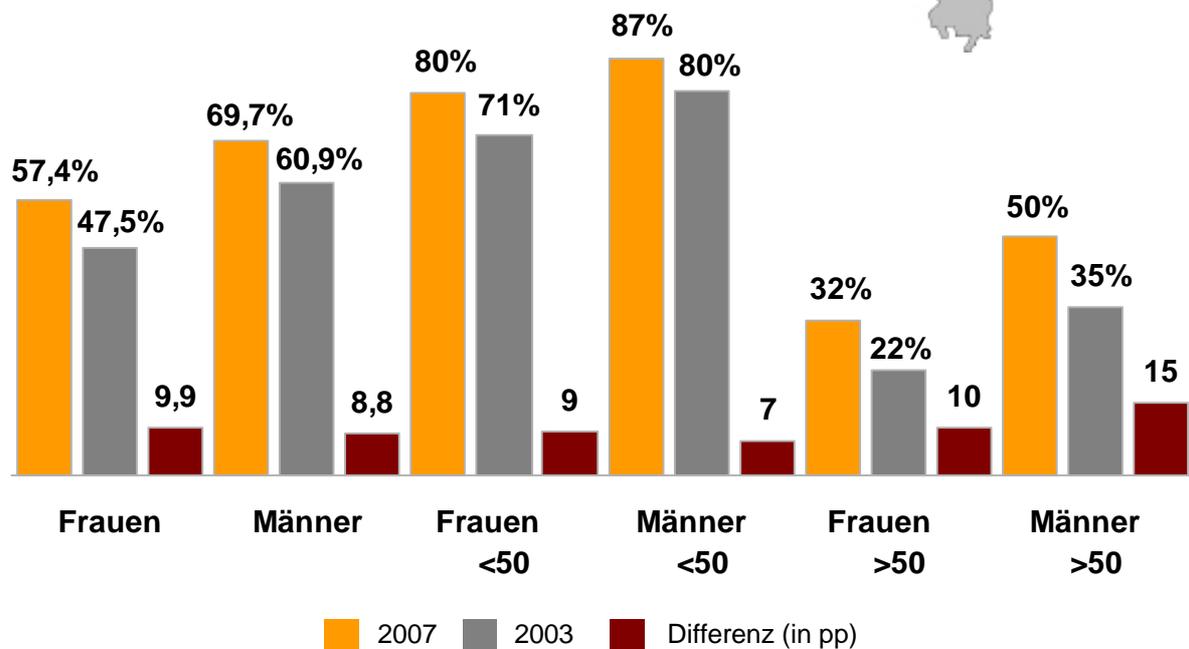
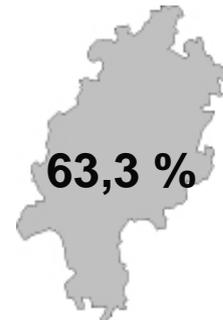
- Mit einem Online-Anteil von 64,3 Prozent liegt Hamburg auch weiterhin mit an der Spitze: Platz 2 im Bundesländer-Ranking.
- Mit 54,3 Prozent Onlinerinnen ist Hamburg in diesem Jahr nur auf Platz 8, obwohl die Steigerung seit 2003 mit 12,9 Prozentpunkten überdurchschnittlich ausfällt. Insbesondere der im Vergleich zu den führenden Ländern geringe Online-Anteil der über 50-jährigen Frauen ist für die Platzierung im Mittelfeld verantwortlich.
- 75,4 Prozent der Hamburger Männer sind in diesem Jahr online und belegen damit Platz 2 im Ländervergleich. Die unterdurchschnittliche Steigerung von 6,8 Prozentpunkten ist allerdings mit dem bereits 2003 sehr hohen Online-Anteil der Männer zu begründen. Bei den über 50-Jährigen ist die Zuwachsrate von 13 Prozentpunkten deutlich höher als bei den unter 50-Jährigen.

Online-Profil: Hessen

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	3	→
Frauen	2	↘
- bis 50 Jahre	4	↓
- ab 50 Jahre	3	↘
Männer	4	↘
- bis 50 Jahre	4	→
- ab 50 Jahre	4	↑

Das bestplatzierte Flächenland hat ein Frauen-Manko!



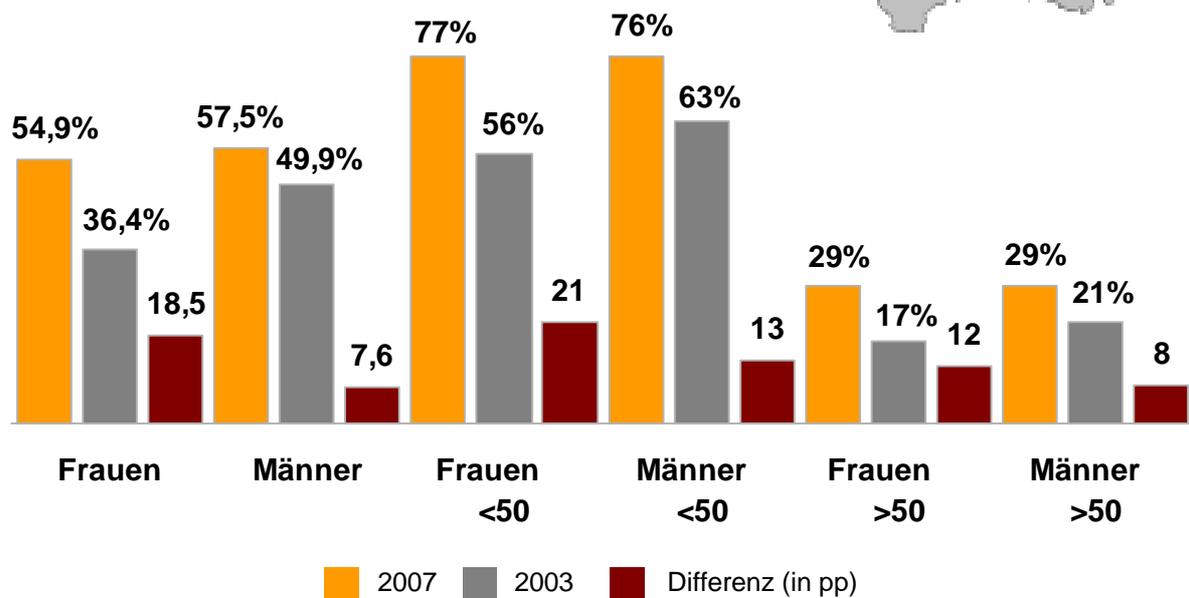
- Mit 63,3 Prozent Online-Anteil liegt Hessen im Jahr 2007 auf dem 3. Platz im Bundesländer-Ranking.
- 57,4 Prozent der hessischen Frauen sind online: Das bedeutet Platz 2 im Ländervergleich, obgleich die Steigerung seit 2003 leicht unterdurchschnittlich ausfällt. Auch nach Altersdifferenzierung unter 50 / über 50 Jahre belegt Hessen 2007 vordere Plätze und zeichnet sich durch eine relativ homogene Entwicklung seit 2003 aus.
- Mit 69,7 Prozent Onlinern bei den Männern belegt Hessen Platz 5 im Ländervergleich. Die Steigerung seit 2003 ist leicht überdurchschnittlich; besonders bei den über 50-jährigen Männern mit 15 Prozentpunkten und liegt damit auf Platz 4 im Bundesländer-Ranking.

Online-Profil: Mecklenburg-Vorpommern

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	11	↑
Frauen	7	↑ ↑
- bis 50 Jahre	11	↑
- ab 50 Jahre	6	↑
Männer	16	→
- bis 50 Jahre	16	→
- ab 50 Jahre	16	→

Die Frauen bringen das Ostsee-Land nach vorn!



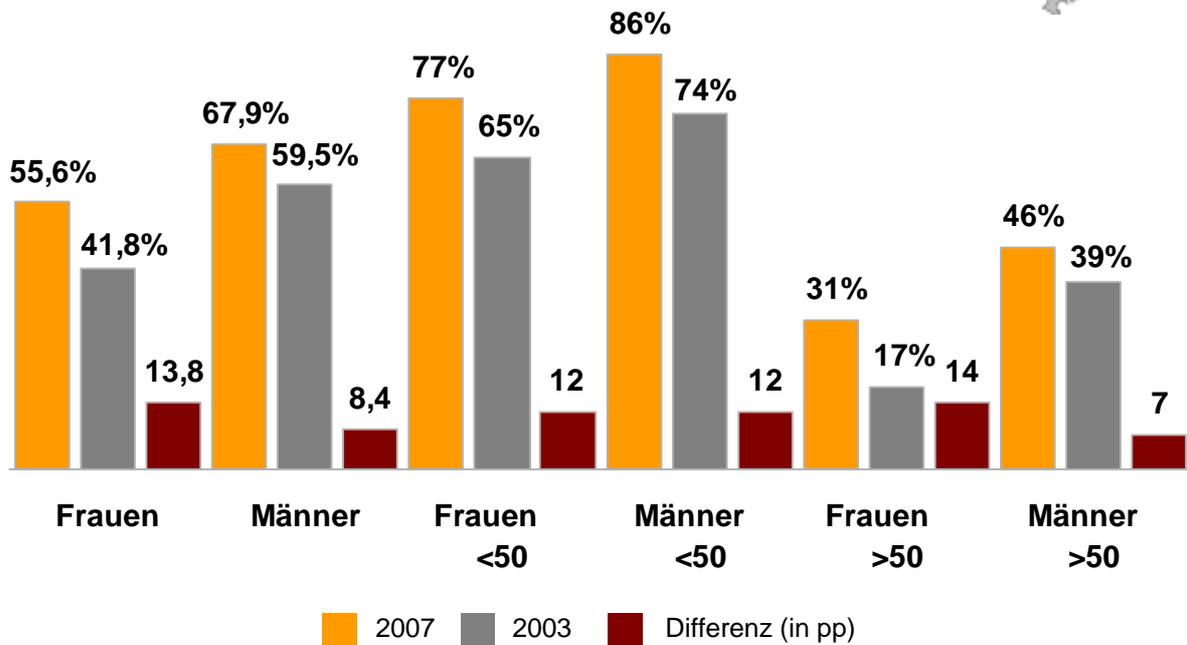
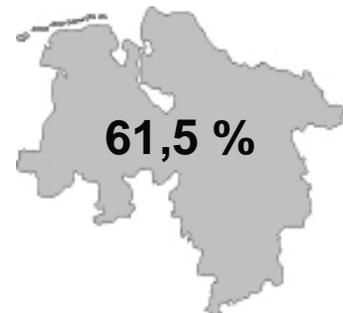
- Mit einem Online-Anteil von 56,2 Prozent kann Mecklenburg-Vorpommern 2007 vom letzten Platz 2003 auf Platz 11 vorrücken.
- Für diese Platzierung sind vor allem Frauen verantwortlich. Mit 54,9 Prozent kann das Land Platz 7 belegen und verzeichnet mit 18,5 Prozentpunkten Steigerung seit 2003 einen überdurchschnittlichen Zuwachs. Besonders deutlich fällt die Steigerung bei den unter 50-jährigen Frauen mit einem Zuwachs um 21 Prozentpunkte aus. Bei den über 50-jährigen Frauen belegt das Land mit 29 Prozent Platz 6 und liegt in dieser Altersgruppe sogar über dem Durchschnitt..
- Die männlichen Onliner in Mecklenburg-Vorpommern liegen mit 57,5 Prozent auf dem letzten Platz im Länder-Ranking. Die Steigerung von 7,6 Prozentpunkten seit 2003 fällt unterdurchschnittlich aus. Insbesondere bei den über 50-jährigen Männern besteht Nachholbedarf bei der Internetnutzung.

Online-Profil: Niedersachsen

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	7	→
Frauen	6	→
- bis 50 Jahre	8	→
- ab 50 Jahre	4	↑
Männer	8	↓
- bis 50 Jahre	6	↑ ↑
- ab 50 Jahre	8	↓

Richtig Spitze bei den jüngeren Männern!



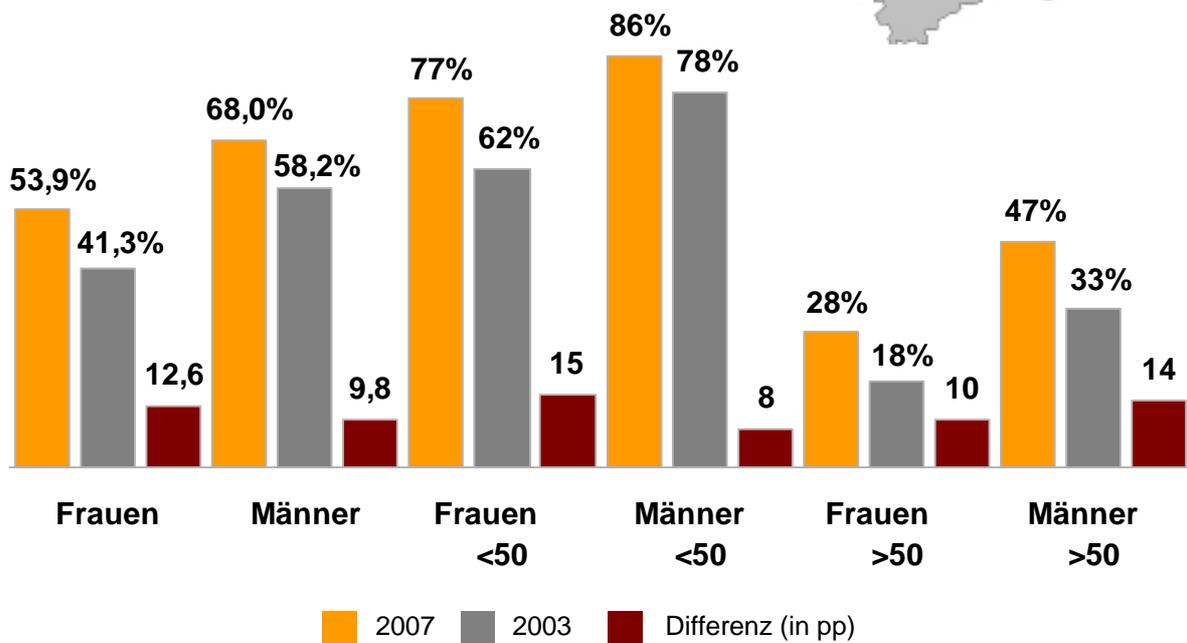
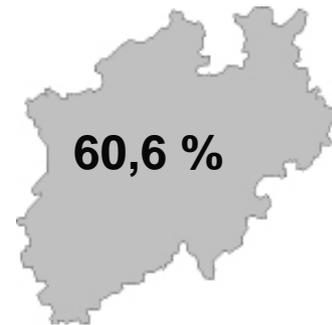
- Mit 61,5 Prozent Online-Anteil liegt Niedersachsen in diesem Jahr auf dem 7. Platz im Bundesländer-Ranking.
- 55,6 Prozent der weiblichen Niedersachsen sind online: Damit belegt das Land Platz 6 im Ländervergleich. Der Zuwachs von 13,8 Prozentpunkten seit 2003 liegt über dem Durchschnitt. Eine überdurchschnittliche Steigerung können vor allem die über 50-jährigen Frauen aufweisen: Mit 31 Prozent Online-Anteil belegen sie Platz 4 im Ländervergleich.
- Die männlichen Niedersachsen sind zu 67,9 Prozent online und belegen damit Platz 8 im Länder-Ranking. Die Steigerung seit 2003 mit 8,4 Prozentpunkten liegt leicht über dem Durchschnitt. Die über 50-Jährigen liegen mit 46 Prozent Online-Nutzung 2007 auf Platz 8.

Online-Profil: Nordrhein-Westfalen

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	8	→
Frauen	9	↘
- bis 50 Jahre	10	→
- ab 50 Jahre	8	↘
Männer	7	→
- bis 50 Jahre	7	↘
- ab 50 Jahre	7	↗

NRW bleibt Mittelmaß mit geringer Dynamik!



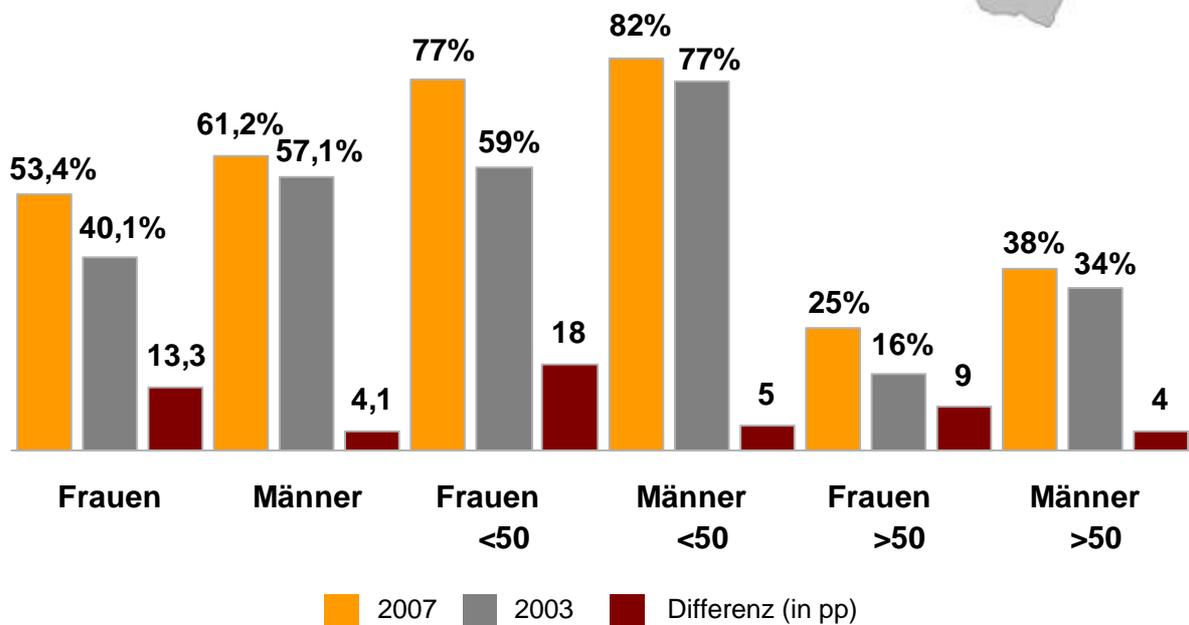
- Mit einem Online-Anteil von 60,6 Prozent belegt Nordrhein-Westfalen in diesem Jahr Platz 8 und damit unverändert gegenüber 2003.
- In NRW sind 53,9 Prozent der Frauen online. Damit belegt das Land Platz 9 und liegt bei der Steigerung seit 2003 mit 12,6 Prozentpunkten über dem Durchschnitt. Die Steigerungsraten in den Altersgruppen unter 50 / über 50 sind relativ ausgewogen. Bei den über 50-Jährigen belegt NRW 2007 mit 28 Prozent Online-Anteil Platz 8 im Ranking; bei den unter 50-Jährigen Platz 10.
- Mit 68 Prozent männlichen Onlinern kommt NRW auf Platz 7 im Ländervergleich. Überdurchschnittliche Steigerungen seit 2003 können vor allem die über 50-Jährigen verbuchen. Mit 47 Prozent belegen sie im Ländervergleich 2007 ebenfalls Platz 7.

Online-Profil: Rheinland-Pfalz

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	10	↘
Frauen	10	→
- bis 50 Jahre	9	↑
- ab 50 Jahre	11	↘
Männer	13	↓
- bis 50 Jahre	12	↓
- ab 50 Jahre	11	↓

Im Mittelfeld nur noch dank jüngerer Frauen!



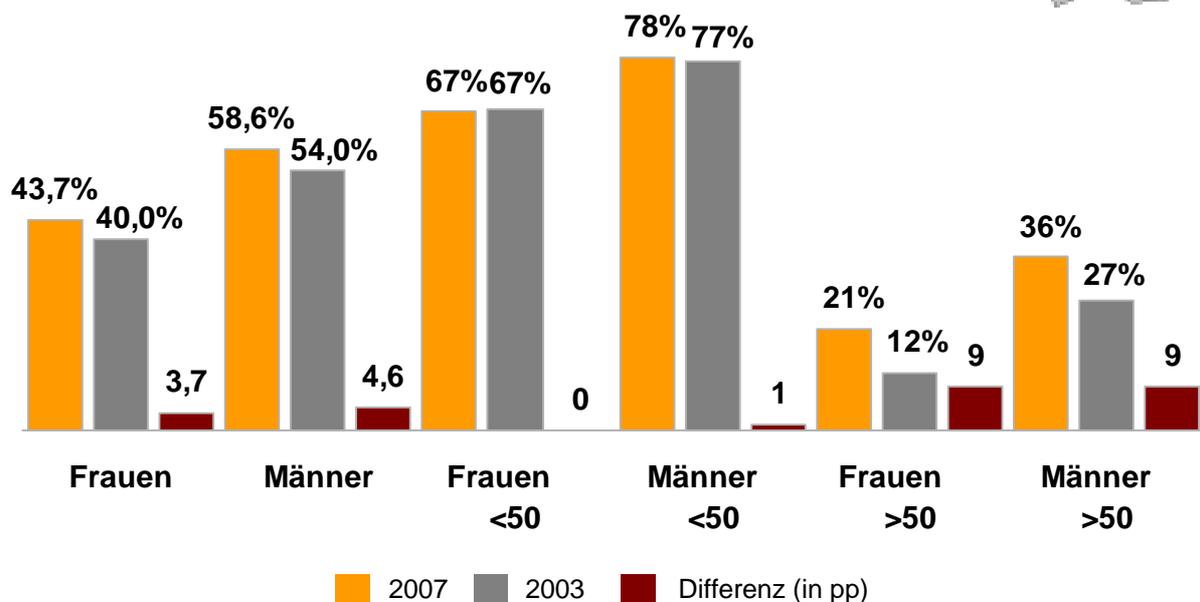
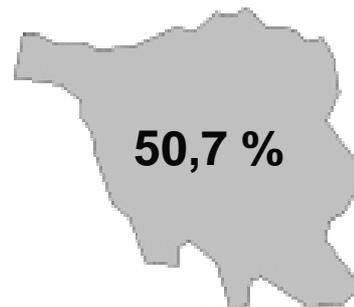
- Mit 57,2 Prozent Online-Anteil liegt Rheinland-Pfalz 2007 auf dem 10. Platz im Bundesländer-Ranking.
- 53,4 Prozent der Frauen sind in Rheinland-Pfalz online und belegen damit ebenfalls Platz 10 im Ländervergleich. Mit 13,3 Prozentpunkten fällt die Entwicklung überdurchschnittlich aus. Dafür sind zu einem großen Teil die unter 50-Jährigen verantwortlich, die einen Zuwachs von 18 Prozentpunkten verzeichnen.
- Von den Männern in Rheinland-Pfalz sind 2007 61,2 Prozent online und damit auf Platz 13 im Ranking. Der Zuwachs von 4,1 Prozentpunkten liegt weit unter dem Durchschnitt, wobei keine altersübergreifenden Unterschiede auszumachen sind. Bei den unter 50-Jährigen belegt das Land 2007 Platz 12, bei den über 50-Jährigen Platz 11.

Online-Profil: Saarland

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	16	↓
Frauen	16	↓
- bis 50 Jahre	16	↓↓
- ab 50 Jahre	14	↑
Männer	15	↘
- bis 50 Jahre	15	↓
- ab 50 Jahre	13	↗

Das Online-Schlusslicht legt bei den Älteren leicht zu!



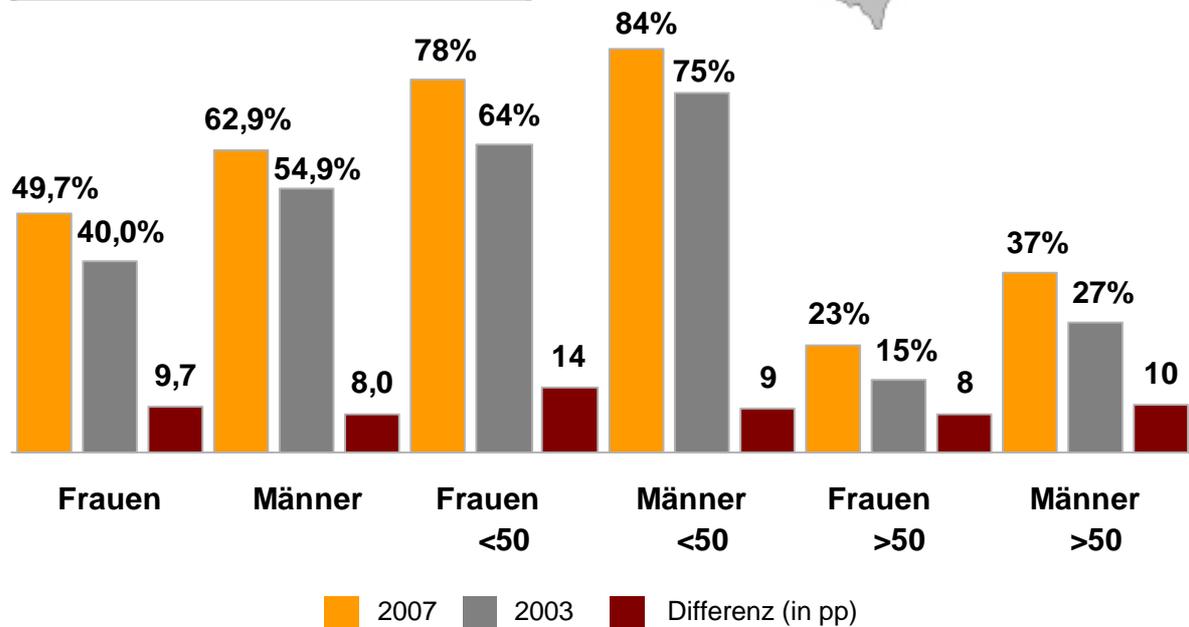
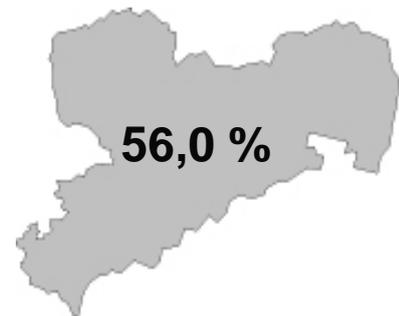
- Das Saarland überschreitet 2007 erstmalig die 50-Prozent-Marke, bleibt aber mit 50,7 Prozent Internetnutzung noch immer auf dem letzten Platz.
- Die saarländischen Frauen belegen 2007 mit 43,7 Prozent Online-Anteil auch den letzten Platz im Ländervergleich. Die Frauen unter 50 Jahren haben mit 67 Prozent Internetnutzung denselben Stand wie 2003 und belegen 2007 ebenfalls Platz 16. Hingegen können die über 50-jährigen Frauen einen Zuwachs von 9 Prozentpunkten seit 2003 verzeichnen und liegen so mit 21 Prozent Online-Anteil 2007 auf Platz 14 im Ranking.
- Die saarländischen Männer belegen mit 58,6 Prozent Onlinern Platz 15. Die Steigerung seit 2003 fällt ebenfalls unterdurchschnittlich aus. Wie bei den Frauen sind die Steigerungsraten seit 2003 bei den über 50-Jährigen deutlich höher. Mit 36 Prozent belegen sie 2007 sogar Platz 13 im Ländervergleich.

Online-Profil: Sachsen

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	12	→
Frauen	12	→
- bis 50 Jahre	7	↑
- ab 50 Jahre	12	↓
Männer	11	↑
- bis 50 Jahre	11	↗
- ab 50 Jahre	12	↗

Der Aufwärtstrend kündigt sich vorsichtig an!



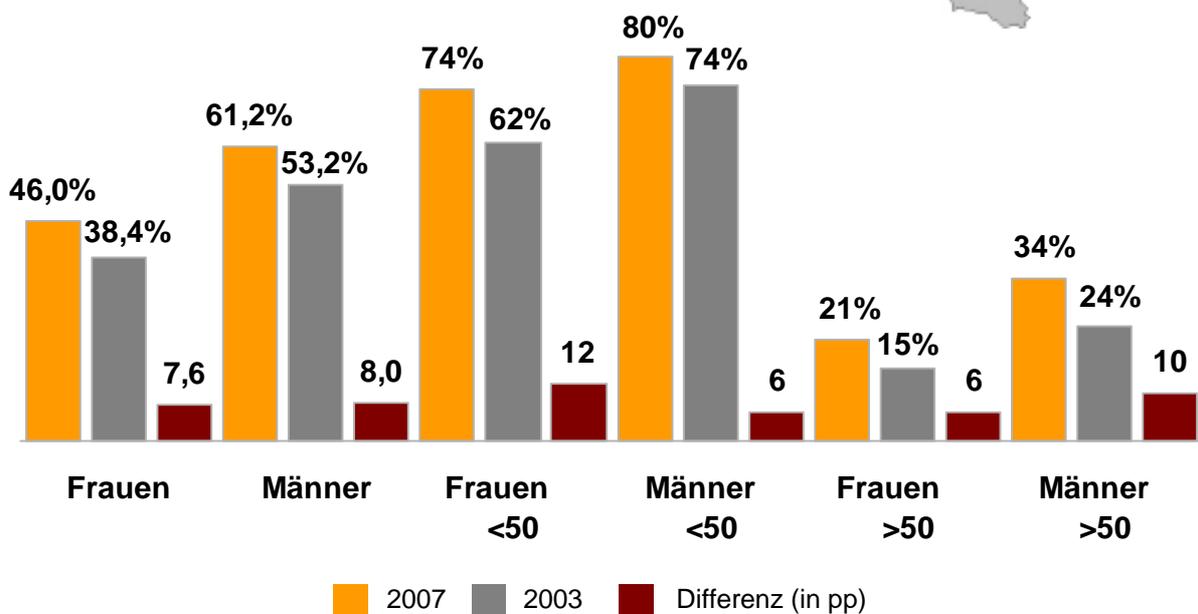
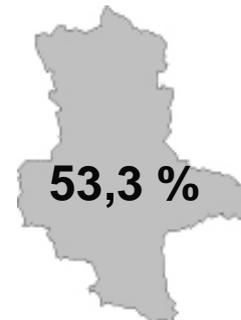
- Mit 56,0 Prozent Online-Anteil liegt Sachsen in diesem Jahr auf dem 12. Platz im Bundesländer-Ranking.
- Die sächsischen Frauen verfehlen 2007 nur knapp die 50-Prozent-Marke: Mit 49,7 Prozent belegen sie ebenfalls Platz 12. Der Zuwachs seit 2003 von 9,7 Prozentpunkten fällt unterdurchschnittlich aus, wofür vor allem die über 50-Jährigen verantwortlich sind. Bei den unter 50-jährigen Frauen belegt Sachsen Platz 7 mit einem Zuwachs um 14 Prozentpunkte seit 2003, bei den über 50-jährigen Platz 12.
- Die männlichen Onliner in Sachsen haben einen Online-Anteil von 62,9 Prozent, Platz 11 im Ländervergleich. Die Steigerung seit 2003 fällt mit 8,0 Prozentpunkten durchschnittlich aus und ist altersübergreifend recht homogen, ebenso die Platzierung 2007: Platz 11 bei den unter 50-Jährigen, Platz 12 bei den über 50-Jährigen.

Online-Profil: Sachsen-Anhalt

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	15	→
Frauen	15	↘
- bis 50 Jahre	14	↓
- ab 50 Jahre	16	↓
Männer	14	↗
- bis 50 Jahre	13	→
- ab 50 Jahre	14	↗

Geringe Aufwärtsbewegung durch die Männer!



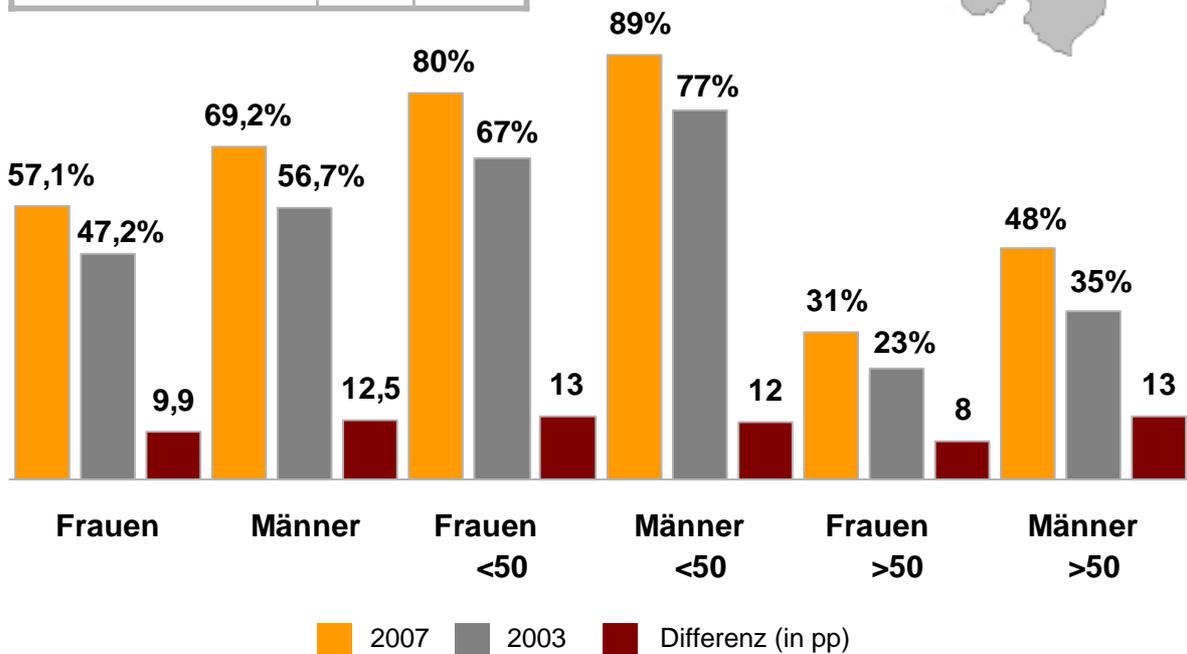
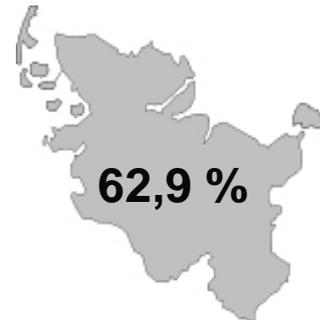
- Sachsen-Anhalt hat in diesem Jahr 53,3 Prozent Online-Anteil und belegt damit Platz 15 im Bundesländer-Ranking.
- 46 Prozent der Frauen in Sachsen-Anhalt sind online. Damit belegt das Land Platz 15 im Ländervergleich. Der Zuwachs seit 2003 fällt mit 7,6 Prozentpunkten unterdurchschnittlich aus. Die Steigerung bei den unter 50-Jährigen ist zwar höher, sie können in 2007 aber keine bessere Platzierung erzielen: Platz 14 im Länder-Ranking. Der Online-Anteil der über 50-jährigen Frauen in Sachsen-Anhalt bildet mit 21 Prozent das Schlusslicht im Ländervergleich.
- Mit 61,2 Prozent männlichen Onlinern belegt das Land Platz 14 im Länder-Ranking. Die Steigerung seit 2003 von 8 Prozentpunkten ist durchschnittlich. Die über 50-Jährigen verzeichnen mit 10 Prozentpunkten einen höheren Zuwachs als die Männer unter 50 Jahren.

Online-Profil: Schleswig-Holstein

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	5	↘
Frauen	3	↘
- bis 50 Jahre	3	↗
- ab 50 Jahre	5	↘
Männer	6	↗
- bis 50 Jahre	2	↗
- ab 50 Jahre	6	↘

**Zwischen den Meeren
geht's langsam bergab!**



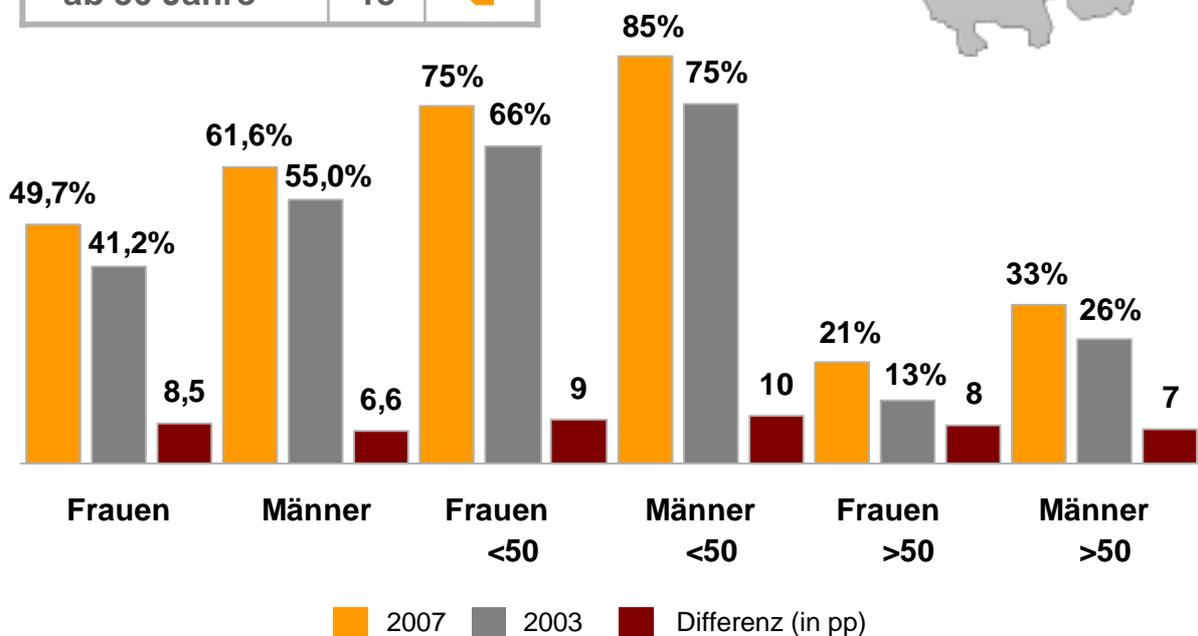
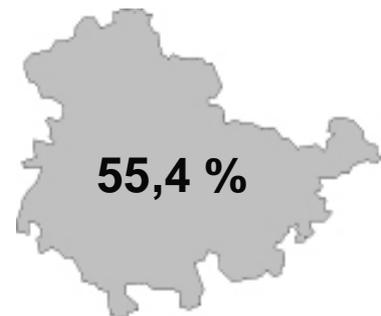
- Mit einem Online-Anteil von 62,9 Prozent belegt Schleswig-Holstein in diesem Jahr Platz 5 im Länder-Ranking.
- 57,1 Prozent der Frauen in Schleswig-Holstein sind online und befinden sich damit Platz 3. Der Zuwachs seit 2003 fällt mit 9,9 Prozentpunkten hingegen unterdurchschnittlich aus, was vor allem den über 50-jährigen Frauen zuzurechnen ist. Die über 50-Jährigen belegen 2007 mit 30,7 Prozent Online-Anteil dennoch Platz 5 im Ländervergleich.
- Der Onliner-Anteil bei den Männern beträgt 2007 69,2 Prozent, womit das Land Platz 6 im Länder-Ranking belegt. Der Zuwachs seit 2003 von 12,5 Prozentpunkten ist überdurchschnittlich. Mit 89 Prozent Online-Anteil belegt Schleswig-Holstein Platz 2 bei den unter 50-Jährigen, bei den über 50-Jährigen mit 48 Prozent Platz 6.

Online-Profil: Thüringen

Platzierung 2007 | Veränderung zu 2003

Gesamt	14	↓
Frauen	12	↓
- bis 50 Jahre	12	↓↓
- ab 50 Jahre	14	↗
Männer	12	→
- bis 50 Jahre	10	↗
- ab 50 Jahre	15	↘

Der Platzverlust bei den jüngeren Frauen wirkt massiv!



- Mit 55,4 Prozent Online-Anteil liegt Thüringen in diesem Jahr auf dem 14. Platz im Bundesländer-Ranking.
- In Thüringen sind 2007 49,7 Prozent der Frauen online und damit auf Platz 12 im Ländervergleich. Die Steigerungsrate fällt mit 8,5 Prozentpunkten gegenüber 2003 unterdurchschnittlich aus, wobei es kaum Unterschiede zwischen den Altersgruppen gibt. Bei der Platzierung der Älteren gesamt sieht es allerdings anders aus: Platz 11 für die unter 50-Jährigen, Platz 15 für die über 50-Jährigen.
- Von den thüringischen Männern sind 61,6 Prozent online, womit das Land Platz 12 im Ländervergleich belegt. Der Zuwachs seit 2003 fällt mit 6,6 Prozentpunkten ebenfalls unterdurchschnittlich aus. In der Platzierung 2007 bedeutet das: Rang 10 mit einem Online-Anteil von 85 Prozent für die jüngeren Männer und Platz 15 für die über 50-Jährigen mit 33 Prozent.

Informationen zur Schriftenreihe

Mit der Schriftenreihe werden 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 an die interessierte Öffentlichkeit.

Die Hefte erscheinen in unregelmäßiger Folge und stehen auf der Website des Vereins www.kompetenzz.de zum kostenlosen Download zur Verfügung. Jede Neuerscheinung 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

Heft 04

(Erfolgreicher) Einstieg in IT-Berufe! Untersuchungen zur Orientierungs- und Berufseinstiegsphase von Frauen und Männern, Juni 2007

Heft 05

Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2007. Sonderauswertung „Gender & Diversity“ des (N)ONLINER Atlas 2007, September 2007

Das Kompetenzzentrum Technik-Diversity -Chancengleichheit e.V fördert als gemeinnütziger Verein 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..

Kontakt:

Kompetenzzentrum Technik –Diversity-Chancengleichheit - Geschäftsstelle -
Wilhelm-Bertelsmann-Straße 10, D - 33601 Bielefeld
Tel:+49 521 106-7322 | F ax:+49 521 106-7171| E-Mail: info@kompetenzz.de