

Internetnutzung und Online-Einkäufe in Niedersachsen 2022

Wofür nutzen die Menschen in Niedersachsen das Internet und was wird im Internet eingekauft? Mit diesen und anderen Fragen beschäftigt sich europaweit die Statistik zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in privaten Haushalten.

In Deutschland ist das Frageprogramm der IKT seit 2021 Bestandteil des Mikrozensus. Der Mikrozensus, die sogenannte kleine Bevölkerungszählung, ist eine repräsentative Befragung von Haushalten in Deutschland. Jedes Jahr wird rund 1 % der gesamten Bevölkerung befragt, in Niedersachsen sind dies etwa 80 000 Personen. Hierbei sind die ausgewählten Haushalte verpflichtet, in der Regel viermalig innerhalb von fünf Jahren Auskunft zu erteilen. Neben Fragen zum Haushalt und den zugehörigen Personen (Anzahl, Alter, Bildungsstand), zum Lebensunterhalt, zur Erwerbstätigkeit etc. werden in der Unterstichprobe „Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)“ knapp 6 % der Haushalte zu ihrer Internetnutzung und -aktivität befragt. Gefragt werden im Rahmen der IKT Personen im Alter von 16 bis unter 75 Jahren. Die Angaben werden EU-weit einheitlich erhoben, sodass ein Vergleich zwischen den EU-Staaten möglich ist. Die Angaben zur Internetnutzung sind freiwillig, können aber aufgrund der Struktur des Mikrozensus repräsentativ auf die Bevölkerung hochgerechnet werden.

Dieser Artikel beschäftigt sich mit der Internetnutzung und den Online-Einkäufen der in Niedersachsen lebenden Menschen und legt dabei ein besonderes Augenmerk auf das Alter und den Bildungsstand der befragten Personen.

Wer nutzt das Internet (nicht)?

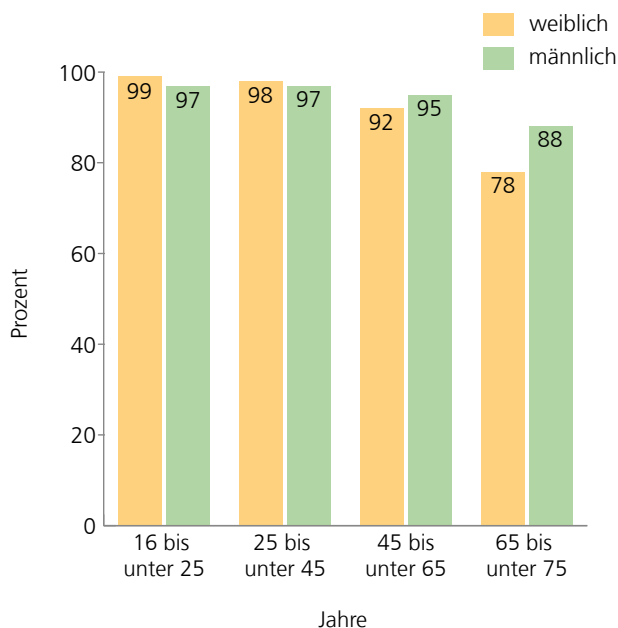
Fast 94 % der befragten Personen in Niedersachsen gaben 2022 an, das Internet schon einmal genutzt zu haben. Dabei spielte das Alter eine größere Rolle als das Geschlecht. Insgesamt haben mit knapp 95 % etwas mehr Männer das Internet genutzt als Frauen (92 %).

Im Alter von unter 45 Jahren waren nur sehr wenige Personen nicht im Internet unterwegs: Der Anteil der Nicht-Nutzenden lag bei Männern und Frauen etwa bei 3 %. Erst in der Altersgruppe von 45 bis unter 65 Jahren fiel der Anteil mit 5 % bei den Männern und 8 % bei den Frauen höher aus. Zwischen 65 und 75 Jahren waren es dann bereits ca. 12 % der Männer und knapp 23 % der Frauen, die angaben, das Internet noch nie genutzt zu haben.

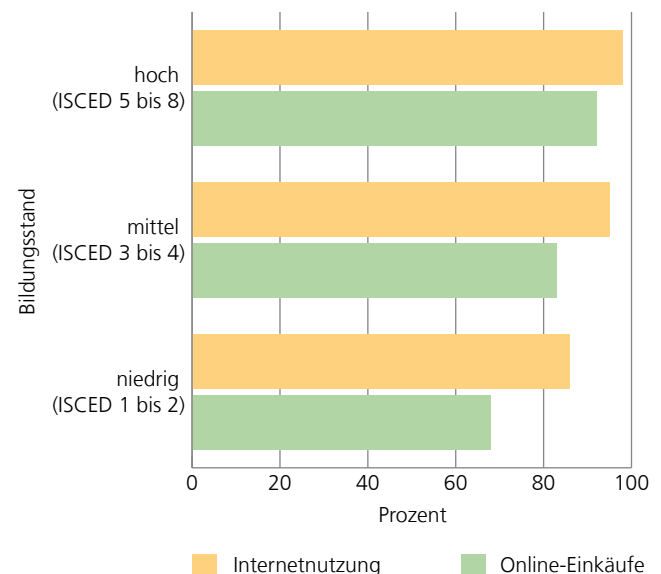
Bei der Analyse der Internetnutzung nach dem Bildungsstand¹⁾ wird deutlich, dass Personen mit einem hohen Bildungsstand stärker im Internet vertreten sind, als jene mit einem niedrigen Bildungsstand. Rund 98 % der Bevölkerung mit einem hohen Bildungsstand²⁾ gaben im Jahr 2022 an, das Internet genutzt zu haben, fast alle (gut 96 %) mindestens einmal in den letzten drei Monaten. Von den Personen mit einem niedrigen Bildungsstand³⁾

1) Nähere Informationen zu der Internationalen Standardklassifikation des Bildungswesens (ISCED: International Standard Classification of Education) finden Sie hier: <https://www.datenportal.bmbf.de/portal/de/G293.html>.
 2) ISCED 5 bis 8, z. B. akademische Abschlüsse, Meisterausbildung etc.
 3) ISCED 1 bis 2, z. B. ausschließlich schulische Abschlüsse der Haupt-, Real-, Gesamtschulen und Gymnasien bis zur 10. Klasse.

A1 | Internetnutzerinnen und -nutzer nach Altersgruppen in Prozent



A2 | Internetnutzung und Online-Einkäufe nach Bildungsstand in Prozent



waren es nur knapp 86 % (gut 81 % in den letzten drei Monaten), das macht eine deutliche Differenz von 12 Prozentpunkten aus.

Wofür wurde das Internet genutzt?

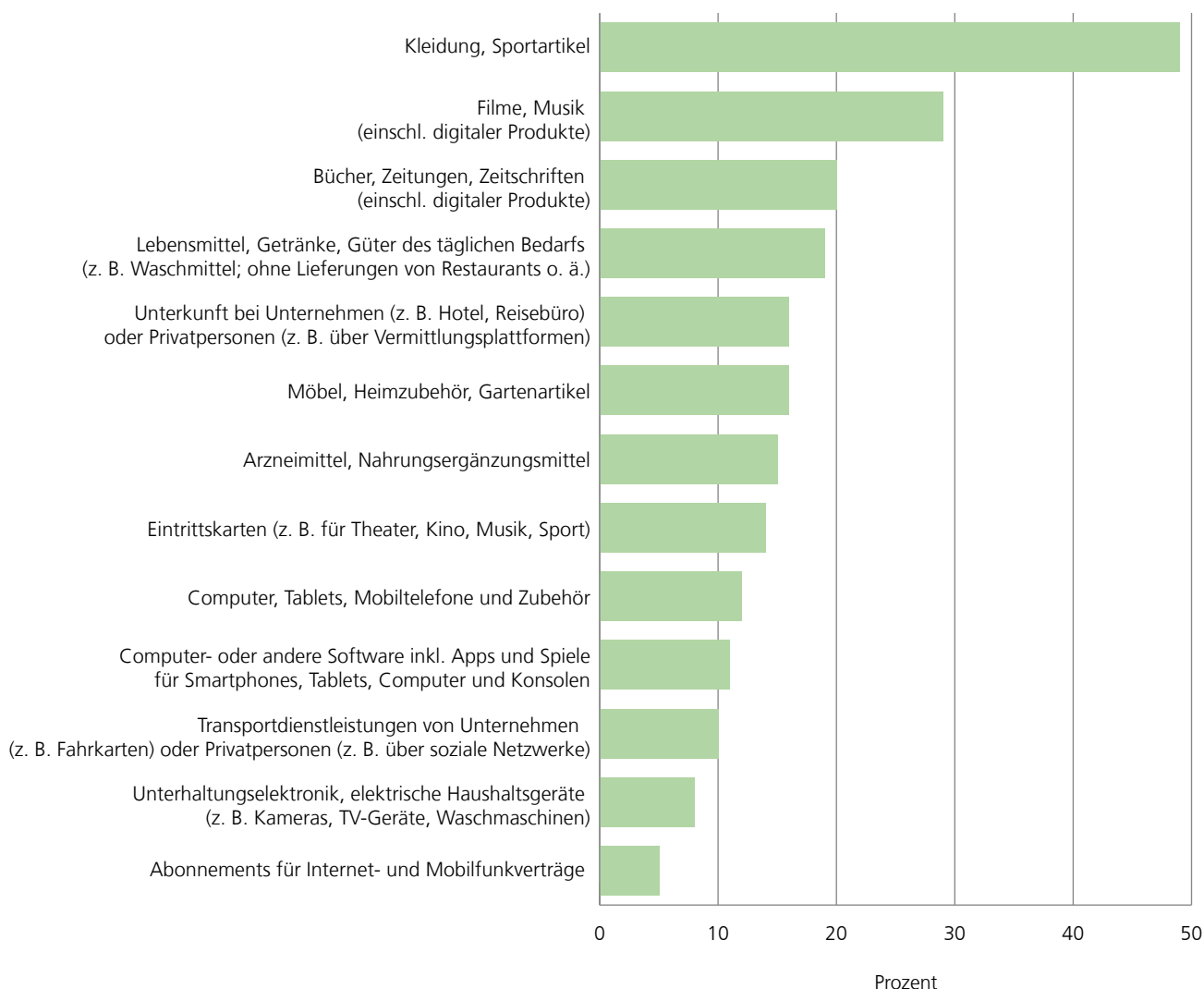
Rund 78 % der befragten Personen in Niedersachsen gaben im Jahr 2022 an, das Internet in den letzten drei Monaten zum Senden und Empfangen von E-Mails genutzt zu haben. Vieles wird heutzutage per E-Mail geklärt, sei es nun im privaten Leben oder auch im Arbeitsalltag. Dies spiegelt sich in den Daten wider. Auch in der jüngsten Altersklasse ist die E-Mail (noch) sehr verbreitet: So gaben fast 85 % der Personen in der Altersgruppe von 16 bis unter 25 Jahren an, E-Mails zu verschicken oder zu empfangen. Im Alter von 25 bis unter 45 Jahren waren es 86 %. In der Altersgruppe von 45 bis unter 65 Jahren nutzen hingegen nur 77 % der befragten Haushalte E-Mails, in der Altersgruppe von 65 bis unter 75 Jahren waren es nur rund 61 %.

56 % der befragten Personen nutzten das Internet zum Telefonieren bzw. Videotelefonieren. 46 % waren in den letzten drei Monaten vor der Befragung in sozialen Netzwerken (z. B. Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok o. ä.) aktiv. Mit 76 % war die Nutzung der sozialen Netzwerke in der Altersgruppe von 16 bis unter 25 Jahren mehr als doppelt so hoch wie in der Altersgruppe von 45 bis unter 65 Jahren (36 %).

60 % der befragten Personen aus Niedersachsen suchten nach Informationen über Waren und Dienstleistungen im Internet. Selbst Waren oder Dienstleistungen im Internet verkauft haben hingegen nur 16 %. Fast die Hälfte der Niedersächsinen und Niedersachsen (48 %) haben nach den Angaben im Jahr 2022 in den drei Monaten zuvor Internet-Banking genutzt.

Deutliche Unterschiede der Internetaktivitäten zu privaten Zwecken zeigten sich bei zusätzlicher Betrachtung des Bildungsstands. Besonders hoch war der Unterschied beim Internet-Banking. Rund 28 % der befragten Personen in Nie-

A3 | Einkäufe und Bestellungen über das Internet nach Art der Waren und Dienstleistungen in Prozent



dersachsen mit einem niedrigen Bildungsstand gaben an, das Internet für Internet-Banking genutzt zu haben, unter den Personen mit hohem Bildungsstand waren es derweil fast 66 %. Eine nahezu ebenso deutliche Differenz ist bei der Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen zu verzeichnen: Danach haben 43 % der Personen mit einem niedrigen Bildungsstand gesucht, bei den Personen mit einem hohen Bildungsstand waren es 75 %.

Wer kauft was über das Internet?

Fast 82 % der befragten Personen in Niedersachsen gaben an, schon einmal online eingekauft zu haben. Auch hier sind die Männer insgesamt stärker vertreten (83 %) als die Frauen (fast 81 %). Grund dafür ist, dass insbesondere ältere Frauen seltener angaben, im Internet eingekauft zu haben als Männer. Besonders deutlich wird dies in der Altersgruppe von 65 bis unter 75 Jahren. In dieser Altersgruppe gaben rund 67 % der Männer an, online Einkäufe getätigt zu haben, während es bei den Frauen nur rund 52 % waren. In der Altersgruppe von 25 bis unter 45 Jahren kauften allerdings geringfügig mehr Frauen (93 %) online ein als Männer (fast 91 %), so dass sich der Geschlechterunterschied im Laufe der Zeit weiter verringern dürfte.

Rund 92 % der befragten Personen mit einem hohen Bildungsstand gaben an, im Jahr 2022 schon einmal im Internet eingekauft zu haben, wohingegen es bei Personen mit einem niedrigen Bildungsstand nur 68 % waren.

Im Jahr 2022 gaben 49 % der Niedersächsinen und Niedersachsen an, in den letzten drei Monaten mindestens einmal Kleidung oder Sportartikel bestellt zu haben. Diese Produkte lagen damit auf Platz eins der begehrten Waren und Dienstleistungen. An zweiter Stelle mit 29 % wurden Filme und Musik, einschließlich digitaler Produkte, gekauft oder gestreamt. Außerdem gaben 20 % der Befragten im Jahr 2022 an, Bücher, Zeitungen und Zeitschriften (einschl. digitaler Produkte) gekauft zu haben. 10 % der Menschen in Niedersachsen buchten online Transportdienstleistungen

von Unternehmen, dies sind z. B. Fahrkarten für Bus, Flug, Bahn, Taxifahrt oder Mietwagen oder auch Dienstleistungen von Privatpersonen z. B. über Vermittlungsplattformen wie Uber, FlixBus oder CleverShuttle. Unterhaltungselektronik oder elektronische Haushaltsgeräte bestellten 8 % der befragten Personen aus Niedersachsen in den drei Monaten vor der Befragung. Den letzten Platz mit 5 % belegte die Kategorie Abonnements für Internet- und Mobilfunkverträge, die jedoch in aller Regel länger laufen als drei Monate und daher nicht so häufig gekauft werden wie beispielsweise digitale Unterhaltungsprodukte.

Fazit

Der Großteil (94 %) der befragten Niedersächsinen und Niedersachsen im Alter zwischen 16 und 75 Jahren nutzte das Internet im Jahr 2022 für mindestens eine Aktivität wie z. B. den E-Mail-Versand, das Telefonieren, die Teilnahme an sozialen Netzwerken, zur Informationsbeschaffung oder zum Einkaufen. Dabei ist deutlich zu erkennen, dass der Bildungsstand einen Einfluss auf die Internetaktivitäten sowie auf das Einkaufsverhalten hat. Menschen mit einem hohen Bildungsstand sind stärker bei der Internetnutzung und den Online-Einkäufen vertreten als solche mit einem niedrigen Bildungsstand. Auch das Alter beeinflusst die Aktivitäten und Einkäufe im Internet. Obwohl die Teilnahme an den Angeboten im Internet mit zunehmendem Alter deutlich sinkt, nutzte längst auch ein beträchtlicher Teil der älteren Personen die Online-Angebote. Daten zu Personen über 75 Jahre liegen allerdings nach derzeitiger Methodik nicht vor. Während sich die Nutzung bei Männern und Frauen in den jüngeren Altersklassen kaum unterschied, wurde ab dem Alter von ca. 65 Jahren ein Geschlechterunterschied deutlich: Ältere Frauen nutzten das Internetangebot weniger als ältere Männer. Von den online eingekauften Waren und Dienstleistungen wurden nach wie vor Kleidung und Sportartikel am häufigsten genannt. Auch Online-Angebote wie Filme und Musik gehörten 2022 in Niedersachsen zu den beliebtesten Waren und Dienstleistungen.