

Presseinformation

Jeder Fünfte macht Bekanntschaften im Internet

- 21 Prozent der Deutschen lernen Personen online kennen
- Die meisten Bekanntschaften ergeben sich in Chat-Räumen
- Schüler und Studenten sind am aktivsten

Berlin, 13. September 2007

Online-Bekanntschafen gehören inzwischen zum Alltag. Jeder fünfte Deutsche (21 Prozent) hat schon einmal jemand anderen über das Internet kennengelernt. Meist spielten dabei Chat-Räume eine Rolle. Hier machten 11 Prozent der Bundesbürger neue Bekanntschaften. Gleich danach folgten Instant Messenger (9 Prozent) - also Programme, mit denen sich Kurzmitteilungen auf andere Computer verschicken lassen. Auch über Online-Communitys (5 Prozent) und Singlebörsen (4 Prozent) konnten viele Deutsche ihren Bekanntenkreis erweitern. Das teilte der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) heute in Berlin mit. Die Angaben basieren auf der monatlichen Erhebung WebMonitor von BITKOM und forsa. 1000 Bundesbürger wurden repräsentativ befragt, Mehrfachnennungen waren möglich. „Die aktivste Bevölkerungsgruppe sind Schüler und Studenten. Hier haben sogar 61 Prozent schon einmal jemanden im Internet kennen gelernt“, sagte Prof. Jörg Menno Harms, Vizepräsident des BITKOM. „Auch für geschäftliche Kontakte werden Online-Plattformen wie beispielsweise Xing immer wichtiger.“

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

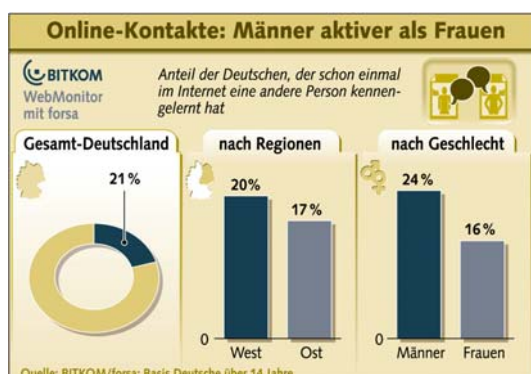
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
+49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Stephan Kahl
Pressesprecher
Public Sector & Neue Märkte
+49. 30. 27576-119
Fax +49. 30. 27576-400
s.kahl@bitkom.org

Florian Koch
Bereichsleiter
Digitale Medien & E-Dienste
+49. 30. 27576-249
Fax +49. 30. 27576-400
f.koch@bitkom.org

Präsident
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
August-Wilhelm Scheer

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder



Presseinformation

Jeder Fünfte macht Bekanntschaften im Internet

Seite 2

Zwischen West (20 Prozent) und Ost (17 Prozent) gibt es bei Online-Kontakten kaum Unterschiede. Eine große Rolle spielt aber das Geschlecht. Während 24 Prozent der Männer im Internet neue Personen kennengelernt haben, sind es bei den Frauen nur 16 Prozent. Ähnlich deutlich ist das Bild bei der Altersverteilung. Besonders offen sind die 14- bis 29-Jährigen. In dieser Gruppe liegt die Quote bei 57 Prozent. Mit steigendem Alter nimmt der Wert dann aber immer weiter ab. Bei den Über-60-Jährigen haben erst 3 Prozent eine Bekanntschaft über das Internet gemacht, so die Ergebnisse des aktuellen WebMonitors.

Unabhängig davon gilt: Nicht immer steht bei Online-Bekanntschäften die Partnersuche im Vordergrund. Karriere-Netzwerke und Sport-Communitys sind dafür gute Beispiele. Eines haben viele Angebote aber gemein - kostenpflichtige Mitgliedschaften für die Nutzer. Allein die Singlebörsen setzten 2006 hier zu Lande 65,6 Millionen Euro um. Das ist ein Plus von 49 Prozent im Vergleich zu 2005. Damals betrug der Umsatz erst 44 Millionen Euro, wie eine Erhebung von Jupiter Research für den BITKOM zeigt. Im laufenden Jahr wächst der Markt voraussichtlich um 29 Prozent auf 84,5 Millionen Euro. „Online-Dating ist inzwischen bedeutender als etwa der Markt für Musik-Downloads. Dieser kam 2006 auf einen Umsatz von 48 Millionen Euro“, sagte Harms.

Methodik: Der WebMonitor ist eine monatliche Erhebung von BITKOM und dem Marktforschungsunternehmen forsa zur Internetnutzung der Deutschen. Befragt werden jeweils 1000 Personen ab 14 Jahren, die in Privathaushalten leben. Die Erhebung ist repräsentativ.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. vertritt mehr als 1.000 Unternehmen, davon 850 Direktmitglieder mit etwa 120 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Gerätehersteller, Anbieter von Software, IT-Services, Telekommunikationsdiensten und Content. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungsrechtliche Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.