



Internet-Nutzung im Alter

Gründe der (Nicht-)Nutzung von
Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)
durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz

Hans Rudolf Schelling
Alexander Seifert

Eine Studie des Zentrums für Gerontologie im Auftrag von Pro Senectute Schweiz,
in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) und dem
Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich



Zürcher Schriften zur Gerontologie

Reihen-Herausgeberschaft

Edouard Battegay, Universitätsspital Zürich
Ralph Kunz, Universität Zürich
Andreas Maercker, Universität Zürich
Mike Martin, Universität Zürich
Albert Wettstein, Stadtärztlicher Dienst Zürich

Nr. 7

Hans Rudolf Schelling
Alexander Seifert

Internet-Nutzung im Alter

Vertrieb

Universität Zürich
Zentrum für Gerontologie
Sumatrastrasse 30
8006 Zürich
Schweiz
Telefon +41 44 635 34 20
Fax +41 44 635 34 21
E-Mail zfg@zfg.uzh.ch
Web <http://www.zfg.uzh.ch>

Gestaltung: Sulger Illustration & Grafik, sulger_grafik@gmx.net
Druck: Stiftung Zentralstelle – Studentendruckerei Irchel

©2010 Universität Zürich, Zentrum für Gerontologie
ISSN 1660-7651

Hans Rudolf Schelling
Alexander Seifert

Internet-Nutzung im Alter

Gründe der (Nicht-)Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz

Eine Studie des Zentrums für Gerontologie im Auftrag von Pro Senectute Schweiz,
in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) und dem
Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich

Zusammenfassung

Die Bedeutung und Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) hat in den letzten Jahren massiv zugenommen. Informationen und Kommunikationsangebote konzentrieren sich immer mehr auf neue Medien, insbesondere das Internet, da diese einen wesentlichen Kosten- und Zeitvorteil bieten. Dies birgt die Gefahr, dass im gleichen Zug herkömmliche Kanäle abgebaut werden, und somit der Zugang zu Informationen und Dienstleistungen für Personen ohne Internetzugang erschwert wird.

Seit 1997 ist die mindestens gelegentliche Nutzung des Internets als der zentralen Technologie in diesem Kontext von rund 15 % der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren auf 79 % (Mitte 2008) gestiegen (Bundesamt für Statistik, 2009). Intensiv, d.h. mehrmals pro Woche, nutzten 2008 71 % der Bevölkerung das Internet. Während die Altersgruppen bis 59 Jahre in diesem Zeitraum einen ähnlich starken Anstieg aufweisen, bleibt die intensive Nutzung der Altersgruppe ab 60 Jahren stark zurück und betrug Mitte 2008 erst 51 % (60–69 Jahre) bzw. 18 % (70 Jahre und älter). Ältere Menschen sind also von dieser «digitalen Spaltung», die potenziell eine gesellschaftliche Ausgrenzung mit sich bringen kann, besonders betroffen.

Ältere Menschen unterscheiden sich nicht nur durch das biologische, soziale und psychologische Alter von jüngeren, sondern auch durch die Zugehörigkeit zu einer anderen Kohorte bzw. Generation. Daher sind einerseits aktuelle individuelle und soziale Ressourcen als Voraussetzungen der IKT-bezogene Internet-Nutzung in den Blick zu nehmen, andererseits lebensgeschichtliche Erfahrungen.

Im Zusammenhang mit dem Netzwerk «Digitale Integration Schweiz» führte das Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich im Auftrag von Pro Senectute Schweiz 2009 eine Studie durch, die Auskunft über die Gründe für die verhältnismässig geringe Internet-Nutzung älterer Menschen geben und Ansatzpunkte im Sinne eines Massnahmenkatalogs für die Förderung der Nutzbarkeit und Nutzung durch diese Bevölkerungsgruppe aufzeigen sollte.

Mittels einer repräsentativen telefonischen Befragung, ergänzt durch eine postalische Erhebung, wurden bei insgesamt 1105 Personen ab 65 Jahren in allen Sprachregionen der Schweiz Informationen über die aktuelle Nutzung von Internet-Angeboten sowie über Bedürfnisse, Nutzenerwartung, Befürchtungen und Kompetenzen hinsichtlich dieser Technologien erhoben. Ausserdem wurden Einstellungen zu Technik im Allgemeinen sowie zum Internet im Besonderen, Nutzung und Unterstützung im sozialen Umfeld, spezifische altersabhängige (etwa gesundheitlichen) Randbedingungen sowie Präferenzen bezüglich Lern- und Unterstützungsangeboten erfragt.

Wichtige Ergebnisse in Kürze

- 44 % der Befragten haben in den vergangenen sechs Monaten das Internet mindestens einmal selber genutzt; diese Gruppe bezeichnen wir als «Onliner». Wird die Stichprobe mittels Nachgewichtung den bekannten soziodemografischen Merkmalen der Grundgesamtheit angepasst, reduziert sich die Schätzung des Anteils der «Onliner» auf 38 %. Zwischen 2008 und 2009 hat die Nutzung weiter zugenommen (intensive Nutzung, d.h. mehrmals pro Woche: von knapp 18 % auf über 22 % der ab 70jährigen). Die starke Altersabhängigkeit der Nutzung bestätigt sich: Während 2009 bereits 58 % der 65–69jährigen das Internet mindestens gelegentlich nutzen, sind es bei den 80–84jährigen erst 17 %, bei den 85jährigen und älteren 8 %. Frauen und Männer ab 65 Jahren sind 2009 mit einem Anteil von 70 % bzw. 52 % beide noch mehrheitlich «Offliner», nutzen also das Internet nicht.
- Die Internet-Nutzung im Alter ist in der Schweiz im europäischen Vergleich – zusammen mit den skandinavischen Ländern – sehr hoch; in vielen Ländern ist die digitale Spaltung nach Alter ausgeprägter als in der Schweiz.
- Die bevorzugten und attraktivsten Anwendungen sind bei Onlinern und bei Offlinern ähnlich: E-Mails senden und empfangen, allgemeine Informationssuche, Suche und Abrufen von Fahr-

plan- und Reiseinformationen, Informationen über Ämter und Behörden sowie zu Gesundheitsthemen. Während die Onliner all diese Angebote bereits zu über 50 % nutzen, erscheinen sie für jeweils rund ein Drittel der Offliner potenziell interessant. Die Nutzung dieser Internetangebote steht indessen nicht in Konkurrenz zu traditionellen Informations- und Kommunikationsmedien; «Onliner» nutzen auch herkömmliche Medien mindestens so stark wie «Offliner».

- Sowohl Onliner als auch Offliner unterstützen mehrheitlich die Meinung, das Internet würde auch von Älteren stärker genutzt, wenn es altersgerechter wäre. Die normative Aussage «Auch die ältere Generation sollte das Internet nutzen» bestätigen drei Viertel der Onliner und 42 % der Offliner. Ähnliche Grössenverhältnisse zeigen sich hinsichtlich der Beurteilung des Internets als «anregend und faszinierend». Generell wird das Internet von Onlinern zwar positiver beurteilt als von Offlinern, doch neigt auch ein Drittel bis die Hälfte der letzteren zu einer explizit positiven Beurteilung. Trotzdem glauben nur 12 % von ihnen, dass sie das Internet in Zukunft selber nutzen werden.
- Allgemeines Interesse an Technik und die Einschätzung der Bedienung technischer Geräte als schwierig oder leicht erweisen sich als sehr starke Prädiktoren bezüglich Internetnutzung. Konkret gaben Offliner vor allem die Kompliziertheit der Benutzung (71 %) und den Aufwand für das Erlernen (60 %) als stärkste Gründe zur Nichtnutzung des Internets an. In geringerem Mass berichten auch Onliner von früheren Schwierigkeiten in dieser Hinsicht, diese konnten aber grösstenteils überwunden werden. Sicherheitsbedenken (bezüglich Datensicherheit und Internetkriminalität) sind oder waren in beiden Gruppen sehr stark (60 %), scheinen aber zumindest die Onliner nicht von der Nutzung abgehalten zu haben. Die Kosten für Hardware und Zugang sind zwar nur für rund ein Drittel der Offliner ein expliziter Hinderungsgrund (etwa gleichauf mit unglaubwürdigen oder unanständigen Inhalten und fehlender Unterstützung); allerdings sind sie zu zwei Dritteln gar nicht bereit, dafür Geld auszugeben.
- Gesundheitliche Gründe, das Internet nicht zu nutzen, spielen im Vergleich eine eher untergeordnete Rolle; je 27 % der Offliner nannten Schwierigkeiten sensorischer Art (Sehen, Hören) oder mit dem Gedächtnis, weitere 15 % feinmotorische Schwierigkeiten (Finger, Hand) als Hinderungsgründe. Zu zwei Dritteln schätzen sie aber ihre Gesundheit subjektiv als eher bis sehr gut ein; über die Hälfte glaubt gar, es ginge ihnen gesundheitlich besser als Gleichaltrigen.
- Die Befürchtung, die Nichtteilhabe am Internet führe zu einem gesellschaftlichen Ausschluss, wird von den Befragten grossmehrheitlich nicht geteilt: Nur 16 % der Off- und 32 % der Onliner fühlen sich (potenziell) aus der Gesellschaft ausgeschlossen, wenn oder weil sie das Internet nicht nutzen. Ob diese Gefahr von Onlinern stärker empfunden wird, weil sie umgekehrt die Partizipationsmöglichkeiten durch das Internet besser kennen, oder ob sie sie gar zur Nutzung motivierte, muss offen bleiben. Jeweils ähnliche Anteile sind auch der Meinung, man müsse das Internet nutzen, um mitreden zu können.
- Die Internetnutzung des eigenen unmittelbaren sozialen Umfelds (Lebenspartner/in, Kinder, Enkel, Geschwister, Freundeskreis) hängt mit der eigenen Nutzung zusammen. Besonders in der gleichen Generation (Lebenspartner/in, Geschwister, Freundeskreis) ist die Nutzung im Umfeld der Onliner rund doppelt so stark wie im Umfeld der Offliner. Auch erhalten Onliner aus diesen Personenkreisen fast drei mal so häufig wie Offliner den Rat, selber das Internet zu nutzen. Explizit abratende Empfehlungen sind auch bei Offlinern eher selten, doch ist es bei ihnen Standard, dass sich die Kontaktgruppen dazu nicht äussern.
- Von einer Liste möglicher Lernformen bzw. Lernkontexte zum Internet (Rangfolge für beide Gruppen: informelle Unterstützung zu Hause, Angebote mit Jugendlichen bzw. Gleichaltrigen, Kurse, professionelle individuelle Unterstützung zu Hause, autodidaktisches Lernen) erscheinen Onlinern alle Formen wesentlich attraktiver als Offlinern (76 % bis 46 % gegenüber 50 % bis 14 %); insbesondere der autodidaktische Zugang ist nur für wenige der Offliner denkbar. Dafür hält ein knappes Drittel der Offliner sämtliche der aufgelisteten Formen für nicht attraktiv.

- In der multivariaten Analyse erweisen sich die genannte Anzahl interessanter Internetanwendungen, die Technikaffinität, das Zuraten zur Internetnutzung im sozialen Umfeld, die allgemeine Einstellung zum Internet und – mit negativem Vorzeichen – das Alter als stärkste Prädiktoren der Nutzung. Für die tatsächliche Nutzung spielen auch die Bildung und das Einkommen noch eine erhebliche Rolle, weniger aber für das Interesse an Internetanwendungen.

Bedeutet der sehr geringe Anteil der befragten Offliner, die konkret den Einstieg in die digitale Welt des Internets vorsehen, dass der Zuwachs der Internetnutzung bei älteren Menschen bald ins Stocken kommt? Das wäre zweifellos zu kurz gegriffen. Es gibt Anzeichen in den präsentierten Daten, dass rund ein Viertel bis ein Drittel der befragten Offliner gerne das Internet nutzen würde, etwa die Hälfte dem Internet eher gleichgültig oder ambivalent gegenüber steht und lediglich ein Fünftel das Internet ablehnt; dies entspricht weitgehend einer Typologie von «Offlinern», die in Deutschland bei Personen ab 50 Jahren gefunden wurde (Mahn, 2007). Die Offliner stellen somit eine heterogene Gruppe dar, die unterschiedliche Einstellungen zum Internet aufweist. Offliner, die dem Internet gegenüber positiv eingestellt sind, viele Internetanwendungen interessant finden und von ihrem sozialen Umfeld zur Nutzung animiert werden, zeigen das höchste Potenzial, in der näheren Zukunft selber den Umgang mit dem Internet zu erlernen.

Offenbar bestehen also – neben individuell fehlendem oder nicht erkanntem Nutzen – nach wie vor Hindernisse, die vielen den Einstieg so erschweren, dass sie ihn sich nicht zutrauen oder den Aufwand für nicht lohnend halten. Für den Abbau dieser Hindernisse sind zielgruppenspezifische und individuell angepasste Lösungen zu entwickeln, wenn möglichst vielen ein – zwar mehrheitlich nicht erwarteter – Ausschluss aus der Gesellschaft erspart und die positiven Potenziale des Internets erschlossen werden sollen. Gleichzeitig sind Wege zu finden, die diesen Ausschluss auch für Menschen verhindern, die den eigenen Zugang nicht finden können oder wollen; auch eine «Internet-Verweigerung» ist zu respektieren.

Vorschläge zu Massnahmen

Im Sinne einer allgemeinen Empfehlung sind insbesondere Massnahmen zu folgenden Zwecken zu erwägen:

- Sensibilisierung älterer Menschen und der Anbieter von IKT-Diensten für das Thema «IKT und Internet im Alter»; Aufklärung über die Potenziale des Internets für die Lebensgestaltung alter Menschen
- Direkte und indirekte (via soziale Netzwerke) Ermutigung, eigene Bedürfnisse und Angebote des Internets zu vergleichen, um dadurch mögliche Nutzen zu erkennen; Aktivierung des persönlichen sozialen Umfelds zur Unterstützung des Interneteinstiegs
- Förderung niederschwelliger und individualisierter Schulungs- und Unterstützungsangebote vor Ort und/oder im engen Kreis (professionelle, ehrenamtliche/freiwillige und informelle Angebote, auch Selbsthilfegruppen)
- Leicht zugängliche, verständliche und motivierende Informationen für potenzielle Neueinsteiger/innen über lokale Projekte und Angebote zu «IKT und Internet im Alter»; zentrale Sammlung und Austausch solcher Informationen zwischen Anbietern/Projektteams; Informationstransfer an Multiplikatoren
- Finanzielle Erleichterungen bei Abonnementsgebühren des Breitbandzugangs für Personen in materiell engen Verhältnissen
- Vereinfachung der Benutzeroberflächen von Applikationen und Verbesserung der Usability von Webseiten, Verfügbar- und Bekanntmachung kompensatorischer Hilfsmittel der Nutzung (Ein- und Ausgabegeräte)
- Garantie alternativer Zugänge (offline, über herkömmliche Kanäle) zu wichtigen Informationen und Dienstleistungen (vor allem öffentlicher Angebote, Service Public)

Inhalt

ZUSAMMENFASSUNG	I
VORWORT.....	VII
1 EINLEITUNG: NEUE TECHNOLOGIEN IM ALLTAG ÄLTERER MENSCHEN	1
2 KONTEXT: NUTZUNG VON INFORMATIONSD- UND KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN.....	3
2.1 INTERNET-NUTZUNGSSTATISTIK SCHWEIZ	3
2.2 VERGLEICHSAHLEN AUSLAND.....	4
2.3 DAS NETZWERK «DIGITALE INTEGRATION SCHWEIZ»	6
3 ZIELE UND FRAGESTELLUNGEN DER STUDIE	7
4 METHODIK.....	9
4.1 EMPIRISCHES VORGEHEN	9
4.2 ERHEBUNGSDESIGN.....	9
4.3 FRAGEBOGEN	10
4.4 DURCHFÜHRUNG DER DATENERHEBUNG	10
4.5 MERKMALE DER REALISIERTEN STICHPROBE.....	11
5 DESKRIPTIVE ERGEBNISSE.....	14
5.1 INTERNETNUTZUNG IN DEN LETZTEN SECHS MONATEN; «ONLINER» UND «OFFLINER».....	14
5.2 MERKMALE DER ONLINER UND OFFLINER	16
5.3 FUNKTIONEN, BEDÜRFNISSE, MOTIVE UND NUTZEN	17
5.3.1 Nutzung einseitiger und interaktiver Medien.....	17
5.3.2 Elektronische Geräte im Haushalt.....	18
5.3.3 Nutzungsort	19
5.3.4 Genutzte und interessante Internetanwendungen	19
5.3.5 Einstellungen und Meinungen zum Internet	21
5.3.6 Zukünftige Nutzungsabsicht oder -erwartung.....	24
5.4 EINSTELLUNGEN ZU TECHNIK UND MEDIEN ALLGEMEIN.....	25
5.4.1 Einstellung zu Technik.....	25
5.4.2 Bedienung technischer Geräte	25
5.5 BEFÜRCHTUNGEN UND ÄNGSTE	26
5.5.1 Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung	26
5.5.2 Soziale Teilhabe durch Internetnutzung	28
5.6 RESSOURCEN, KOMPETENZEN UND KOMPETENZERWARTUNGEN	28
5.6.1 Bildung und Einkommen als Ressourcen.....	28
5.6.2 Computernutzung vor dem AHV-Alter	29
5.6.3 Zeitraum der Internetnutzung	30
5.6.4 Zahlungsbereitschaft für den Internetzugang	31
5.7 SOZIALES NETZ UND UNTERSTÜTZUNG.....	31
5.7.1 Umfeld und soziale Unterstützung der Internetnutzung	31
5.7.2 Internetkenntnisse und Attraktivität von Lernformen.....	33
5.8 GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN	34
5.8.1 Körperliche, kognitive und sensorische Randbedingungen	34
5.8.2 Gesundheitseinschätzung	34
5.8.3 Freude und Sorgen.....	35
5.9 ALLTAGSGESTALTUNG.....	36

6 TYPOLOGIE DER EINSTELLUNGEN ZUM INTERNET.....	39
7 EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE INTERNETNUTZUNG.....	44
8 MASSNAHMEN	48
8.1 BISHERIGE DIMENSIONEN VON MASSNAHMEN.....	48
8.2 ERKENNTNISSE AUS DER STUDIE FÜR MÖGLICHE MASSNAHMEN	50
8.2.1 Massnahmenvorschläge aus der Expertenrunde (Workshop).....	51
8.2.2 Erkenntnisse aus den Befragungsdaten	53
8.2.3 Massnahmenzusammenfassung	54
9 SCHLUSSBEMERKUNGEN.....	56
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	57
TABELLENVERZEICHNIS.....	58
LITERATURVERZEICHNIS.....	59
ANHANG: FRAGEBOGEN.....	61

Vorwort

Den digitalen Graben überwinden

Ein Alltag ohne Internet ist heute kaum mehr vorstellbar. Die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationsinstrumente ist für Anbieter und Nachfrager zur Selbstverständlichkeit geworden. Fast täglich gibt es neue technologische Weiterentwicklungen, wie sie noch vor wenigen Jahren unvorstellbar waren. Produkte werden neu kreiert, die es ohne diese Technik nicht gäbe. Es gibt aber einen Teil der Bevölkerung – und dazu gehören vorwiegend Menschen der älteren Generation – der keinen Zugang zum Internet hat und dem dessen Vorteile kaum bekannt sind. Gleichzeitig sind immer mehr Dienstleistungen und Angebote nur noch elektronisch erhältlich, wie z.B. das Check-in am Flughafen. Zwischen der Internet-aktiven und der übrigen Bevölkerung besteht ein sogenannter «digitaler Graben». Diesen gilt es zu überwinden. Ältere Menschen sollen rasch und einfach Zugang zur Informationsgesellschaft erhalten.

Seit über zehn Jahren bietet Pro Senectute massgeschneiderte PC-, Internet- und Handy-Kurse an. Damit leistet die Organisation einen Beitrag für mehr Lebensqualität und Lebensfreude im Alter. Pro Senectute Schweiz engagiert sich auch aktiv im vom Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) gegründeten Netzwerk e-Inclusion, das Projekte im Bereich der «digitalen Integration» fördert.

Die vorliegende repräsentative Studie erklärt, weshalb Menschen ab 65 Jahren das Internet nicht bzw. wenig nutzen. Zudem werden Massnahmen skizziert, um Barrieren für jene abzubauen, welche Computer und Internet nicht kennen und somit von der Informationsgesellschaft ausgeschlossen sind.

Die Studienresultate bestätigen: Niederschwellige Angebote, Aufklärung, genügend Zeit und personalisierte Hilfe im kleinen Rahmen bei der Einführung sind das Erfolgsrezept, um ältere Menschen mit dem Internet vertraut zu machen. Aber auch das engere soziale Umfeld leistet einen wichtigen Beitrag, Seniorinnen und Senioren fürs Internet zu sensibilisieren; am einfachsten lernt es sich im familiären Umfeld!

Es ist heute noch ein Stück Weg, den digitalen Graben zu überwinden. Die Studie zeigt auf, wie das am besten zu bewerkstelligen ist und bestätigt Pro Senectute, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen. Lesen Sie selber, welchen Beitrag Sie leisten können.

Werner Schärer

Direktor Pro Senectute Schweiz

1 Einleitung: Neue Technologien im Alltag älterer Menschen

Wäre das Internet ein realer Ort oder eine «digitale Autobahn», so würde sich dort ein etwas anderes Bild als auf den Strassen der Schweiz zeigen; in den Strassen des Internets finden sich zu einer grossen Mehrheit Menschen jungen und mittleren Alters, Personen über 65 Jahren sind dort verhältnismässig wenige anzutreffen. Nutzerinnen und Nutzer des Internets sehen dieses als einen interessanten, attraktiven Ort, den man gerne betritt und als einen gesellschaftlichen Ort der Kommunikation schätzt. Personen im höheren Lebensalter definieren das Internet weniger als diesen attraktiven Ort, sondern sehen beispielsweise im Erlernen der Nutzung des Internets, also gleichsam im Lesen-Lernen der Strassenkarte der digitalen Autobahn, eine Schwierigkeit, die mit dem erwarteten Nutzen nicht im Gleichgewicht steht. Liegt der Grund der Nichtnutzung vielleicht in der fehlenden Relevanz der Informations- und Kommunikationstechnologien für das Leben der älteren Menschen?

Ob diese ersten allgemeinen Einschätzungen zum Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien im höheren Alter für die Bevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren zutrifft, soll die hier vorliegende Befragungsstudie aufzeigen und repräsentativ Nutzungsintensitäten und -bereiche, die Einstellungen zum Internet und die Hindernisse beziehungsweise Barrieren der Nutzung abbilden. Daneben sollen erste Empfehlungen zu Massnahmen und Handlungsoptionen verschiedener Akteure für die Verbesserung des Zugangs der Nicht-Nutzerinnen und Nicht-Nutzer, der «Offliner», zum Internet entwickelt werden.

Seitdem technische Errungenschaften das Zivilisationsbild der Menschheit prägen, nutzt der Mensch die Technik, um sein Leben effektiver zu gestalten. Umgekehrt prägt die Technik auch den Alltag des Menschen. Es gibt kaum noch Lebensbereiche, wo Technologien nicht eine wichtige Rolle spielen. Nicht nur der Ticketautomat am Bahnhof ersetzt immer mehr den klassischen Bahnschalter, sondern zunehmend erobern neue Medien und Informations- und Kommunikationstechnologien auch den privaten Haushalt. Vor dem Hintergrund der demographischen Alterung in der Schweiz steht hier die Frage nach einer altersspezifischen Unterscheidung der Nutzung und Anwendung dieser neuen Technologien im Raum.

Eine Seite der Betrachtung eventueller altersspezifischer Unterschiede ist die Frage nach den unterschiedlichen Bedürfnissen der Personen im jeweiligen Alter hinsichtlich technischer Geräte. Hier haben kommerzielle Anbieter von Geräten oder Dienstleistungen die Zielgruppe der älteren Menschen neu entdeckt. Während man lange Jahre zumindest implizit von gleichen Bedürfnissen unterschiedlicher Altersgruppen hinsichtlich technischer Geräte ausging, wurde im Zuge der Individualisierung und der Heterogenisierung der Altersgruppen ein Markt für Produkte für ältere Menschen entdeckt; seitdem wird dieser mit vielfältigen spezifischen Produkten gefüllt.

Die andere Seite der Betrachtung ist die Frage, inwieweit ältere Menschen einen Nutzen in bestimmten neuen Technologien und Geräten sehen, also: Wozu brauche ich das und welchen direkten Nutzen verspricht es mir? Dass diese zentrale Frage von älteren Menschen oft zu hören ist, liegt vielleicht daran, dass diese Gruppe einen hohen Aufwand beim Erlernen neuer Techniken (z.B. des Mobiltelefons oder des Internets) sieht, der in ihren Augen nicht in einem angemessenen Verhältnis zum erhofften Nutzensgewinn steht.

Ginge man ausschliesslich von dieser zweiseitigen Betrachtung der altersspezifischen Unterschiede aus, könnte man sagen, dass zwar Altersunterschiede hinsichtlich Bedürfnissen und Nutzen vorhanden sind, diese aber ältere Menschen nicht in ihrem Lebensalltag beeinträchtigen, da sie auch mit anderen klassischen Techniken kompensatorisch ihr Leben gestalten können. Aber das heutige Lebensumfeld von Menschen und damit auch das Umfeld älterer Menschen wird dominiert von neuen technologischen Produkten und Anwendungen. Und wenn wir beim Beispiel des Ticketautomaten am Bahnhof bleiben, sieht man eben gerade ältere Menschen oft an diesem Gerät etwas ratlos stehen. Diese Technologien breiten sich zwar mit einer grossen Geschwindigkeit aus, dennoch erfolgt diese Ausbreitung altersspezifisch sehr heterogen.

Die Differenzen im Technologiezugang verschiedener Gruppen, und hier insbesondere bei der Gruppe der älteren Menschen im Vergleich zu anderen Altersgruppen, werden als Zugangsklüfte (Marr, 2003, S. 19) oder als «digitale Spaltung» (häufig englisch: «digital gap») bezeichnet, welche die unterschiedlichen Nutzungsintensitäten der Altersgruppen veranschaulichen sollen. Die bisherigen europäischen Studien kommen hierbei zu folgendem Bild: «Die Abstände zwischen den internetfernen Personengruppen zur Gesamtbevölkerung werden zwar zunehmend geringer, dennoch bleibt eine ausgeprägte digitale Spaltung zu konstatieren» (Doh, 2006, S. 61).

Statistisch betrachtet lässt sich diese Kluft oder Spaltung auch für die Schweiz recht gut ablesen, inhaltlich wird aber diskutiert, inwieweit diese Spaltung auch zum Ausschluss älterer Menschen führt. Genau hier ergibt sich die Kernfrage der gesamten altersspezifischen Diskussion über Technik im Alltag: Inwieweit wird der ältere Mensch durch die Nichtbenutzung bestimmter Technologien aus bestimmten Gesellschaftsbereichen ausgeschlossen? Diese Frage bezieht sich darauf, dass z.B. bestimmte Informationen oder Dienstleistungen häufig nur noch über das Internet in Anspruch genommen werden können. Wenn dieser Fall eintritt, dann kann schon von einer Ausschliessung gesprochen werden. Dabei ist indessen nicht von einer homogenen älteren Altersgruppe auszugehen, die gemeinsam ausgeschlossen wird. Es trifft eben eher «diejenigen alten Menschen, die neue IKT-Technologien aufgrund mangelnder Erfahrungs- und Bildungschancen, fehlender ökonomischer oder struktureller Ressourcen oder unzureichender intellektueller oder physischer Kompetenzen nicht nutzen können» (Mollenkopf, 2001, S. 236). Ausserdem gehören die jetzigen über 65jährigen Schweizerinnen und Schweizer zu einer Generation, die erst später im Lebenslauf digitale Technologie erlernen konnte, da sie in ihrer Kindheit und im Berufsleben mit ganz anderen technischen Kompetenzerwartungen konfrontiert war. Daher wird die Kluft zwischen Jung und Alt «durch die Zugehörigkeit zu bestimmten Technikgenerationen und die ungleichen Chancen für den Erwerb technischer Kompetenz noch verstärkt» (Mollenkopf & Kaspar, 2004, S. 219).

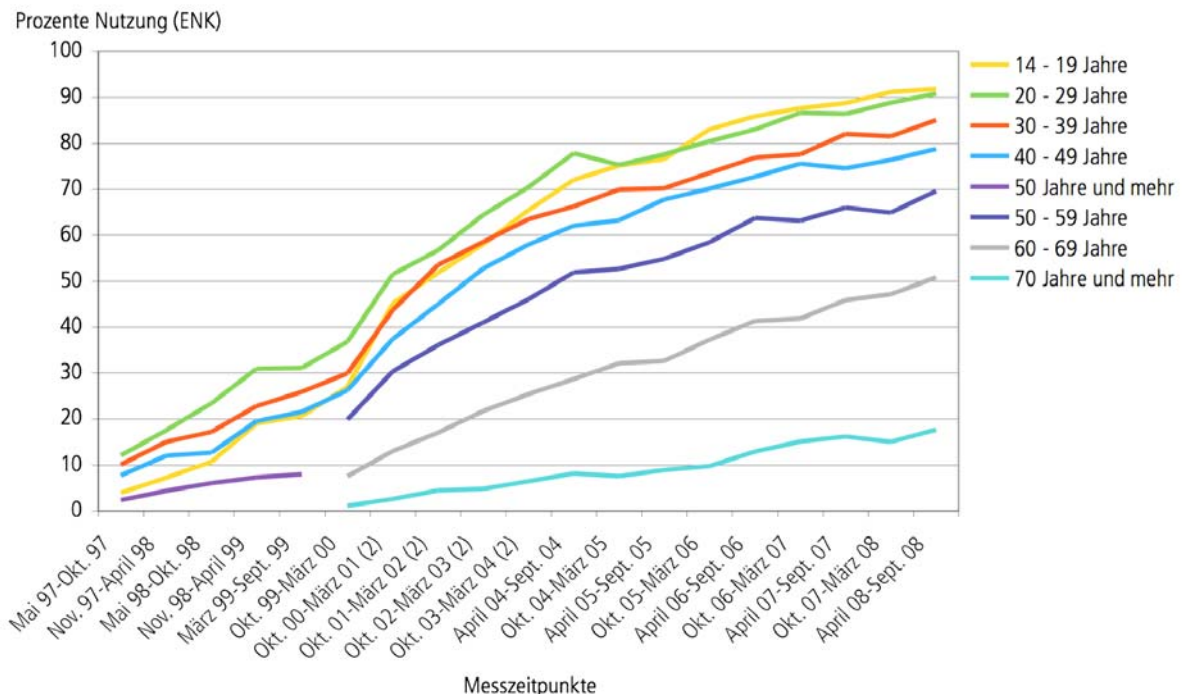
Es ist aber auch zu beachten, dass eine selbstgewollte Nichtnutzung des Internets nicht zwangsweise zu einem Ausschluss aus der Gesellschaft führt, da jeder Person freigestellt ist, welche Technologien sie anwendet und wie sie eventuelle Anwendungen durch andere Ressourcen kompensiert, so z.B. wenn der Enkel dem Grossvater die gewünschte Information aus dem Internet besorgt. Dennoch wird von der Mehrzahl der Experten und auch der staatlichen Institutionen zu Recht eine Chancengleichheit im «Zugang für alle» diskutiert und mit verschiedensten Programmen verfolgt. Der ältere Mensch steht somit in einem besonderen Fokus, der aber nicht ausschliesslich Defizite in den Vordergrund stellen, sondern der die Möglichkeiten der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien auch für diese Altersgruppe aufzeigen und helfen soll, darauf bezogene Hemmnisse oder Ängste abzubauen.

2 Kontext:

Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien

2.1 Internet-Nutzungsstatistik Schweiz

Die Bedeutung und Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) hat in den letzten Jahren massiv zugenommen. Der Begriff «Informations- und Kommunikationstechnologie» etablierte sich etwa Mitte der 1990er Jahre im deutschsprachigen Raum. Dabei umschreibt der Begriff «den Sachverhalt, dass Daten aller Art mit Hilfe artifizierlicher Konstrukte über eine zu überbrückende Entfernung ausgetauscht werden» (Spiro, 2005, S. 12). Neben den bekannten Technologien wie z.B. dem Mobiltelefon soll in der weiteren Betrachtung hinsichtlich der Ausgangsfrage der hier vorliegenden Studie insbesondere das Internet als eine der heutigen wichtigsten Anwendungsformen von Informations- und Kommunikationstechnologien in den Blick genommen werden.



Darstellung angepasst nach: OFS-BFS-UST / SUKO 2009. Quellen: MA-Net; Net-Matrix-Base. ENK = Engerer Nutzungskreis (Der engere Nutzerkreis umfasst Personen, die das Internet mindestens mehrmals pro Woche nutzen)

Abb. 1: Internetnutzung in der Schweiz nach Alter, Entwicklung 1997-2008

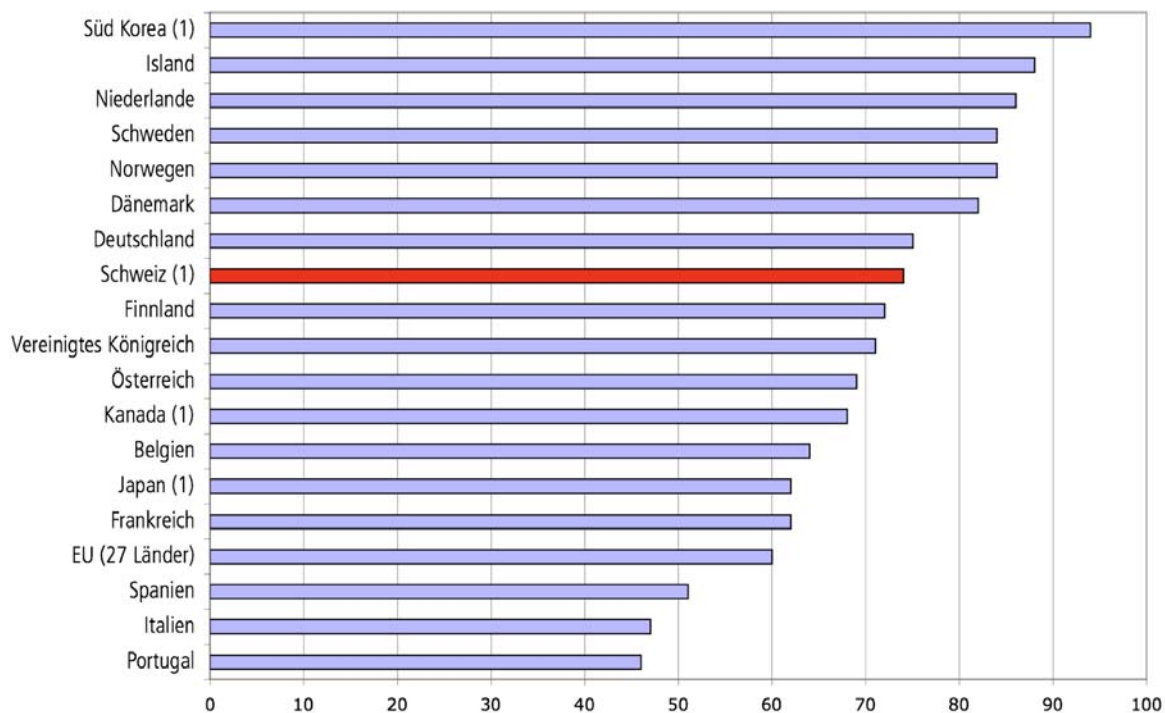
Das Internet als eine etablierte Alltagsanwendung, verstanden als technische Verbindung von unterschiedlichen Netzwerken für Informations- und Kommunikationszwecke, ermöglicht dem einzelnen Nutzer eine Breite an Verwendungsmöglichkeiten. Seit 1997 ist die mindestens gelegentliche Nutzung des Internets als der zentralen Technologie in diesem Kontext von rund 15 % der Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren auf 79 % (Mitte 2008) gestiegen (Bundesamt für Statistik, 2009). Intensiv, d.h. mehrmals pro Woche, nutzten 2008 71 % der Bevölkerung das Internet. Indessen zeigen sich starke Unterschiede zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen, insbesondere nach den Merkmalen Geschlecht, Bildung, Einkommen, vor allem aber Alter. Während die Altersgruppen bis 59 Jahre in diesem Zeitraum einen ähnlich starken Anstieg aufweisen, bleibt die intensive Nutzung der Altersgruppe ab 60 Jahren stark zurück und betrug Mitte 2008 erst 51 % (60–69 Jahre) bzw. 18 % (70 Jahre und älter; vgl. Abb. 1).

Die Nutzung des Internets hat sich bis zu einem gewissen Grad von der Arbeitswelt abgekoppelt. Seit 2003 steigt die primäre Nutzung am Arbeitsplatz kaum mehr und hält sich auf einem Niveau von ca. 30 %, während die hauptsächliche Nutzung am Wohnsitz auf knapp 64 % zugenommen hat. Darin widerspiegelt sich auch ein Wandel der Nutzungsinhalte und -zwecke: Das Internet dient heute einem grossen Teil der Bevölkerung zur privaten Kommunikation (insbesondere E-Mail) und zur allgemeinen Informationssuche, vermehrt auch zu interaktiven Zwecken (Homebanking, Einkauf etc.).

Auf diese insgesamt hohe Akzeptanz haben sich private Firmen, öffentliche Dienstleistungsbetriebe, aber auch die öffentliche Verwaltung und Privatpersonen eingestellt. Informationen und Kommunikationsangebote konzentrieren sich immer mehr auf die neuen Medien, da diese einen wesentlichen Kosten- und Zeitvorteil bieten. Dies birgt die Gefahr, dass im gleichen Zug herkömmliche Kanäle abgebaut werden, damit der Zugang zu Informationen und Dienstleistungen für Personen ohne Internetzugang erschwert wird. Die neuen Technologien eröffnen gleichzeitig ein Potenzial an Integration für eine «privilegierte» Mehrheit als auch an Desintegration und Ausgrenzung von Minderheiten. Besonders betroffen von dieser potenziellen Ausgrenzung sind ältere Menschen.

2.2 Vergleichszahlen Ausland

Wird die generelle Internetnutzung aller Personen ab 14 Jahren betrachtet, liegt die Schweiz im europäischen Vergleich im mittleren Feld (BFS, 2009; siehe Abb. 2).



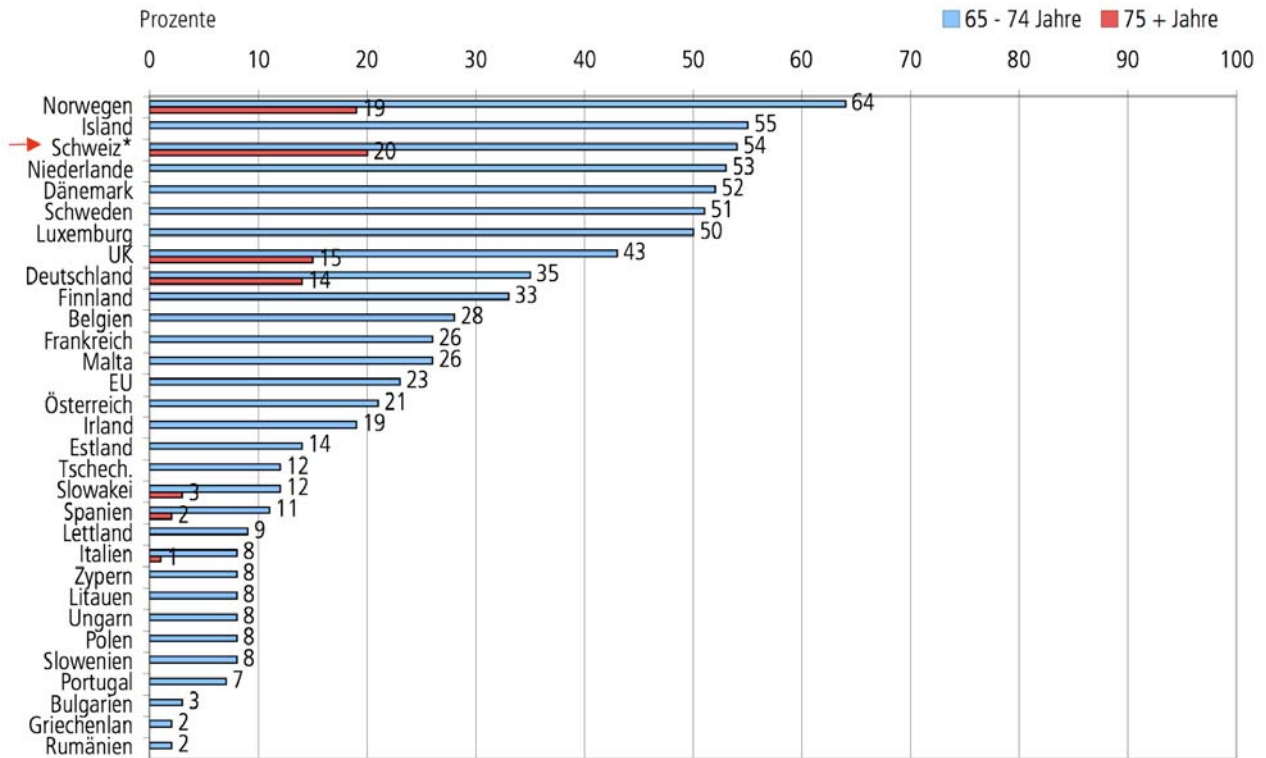
Quelle: BFS 2009, Daten: BFS (HABE), Eurostat; (1): 2007

Abb. 2: Internetzugang der Haushalte, Internationaler Vergleich 2008

Die konstatierte Kluft zwischen der Altersgruppe der ab 65jährigen und den anderen Altersgruppen lässt sich auch in anderen europäischen und aussereuropäischen Staaten wiederfinden. Die Nutzungsunterschiede beim Internet sind damit kein ausschliessliches Schweizer Phänomen.

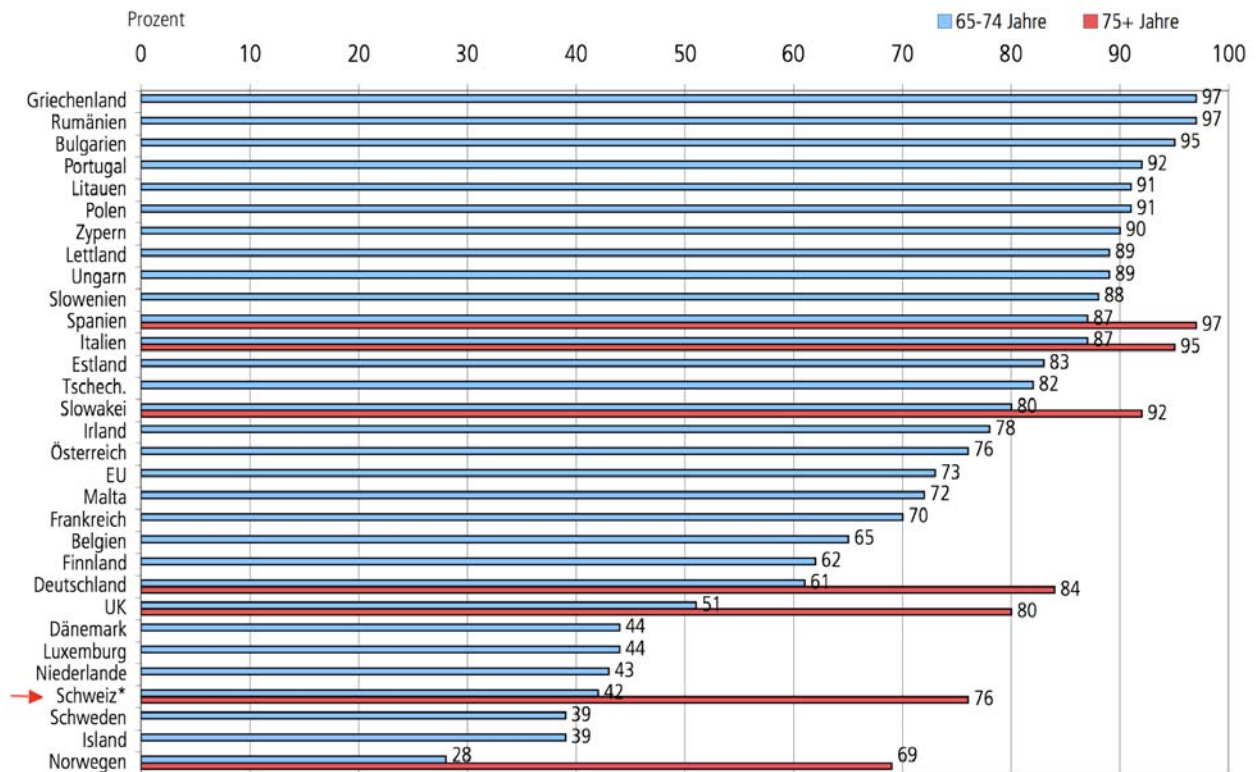
Wird nur die Altersgruppe der 65jährigen und älteren Menschen betrachtet, sieht das Bild etwas anders aus: Es zeigt sich, dass sich die Schweiz gemäss den Ergebnissen der hier vorliegenden Studie in einem oberen Bereich im Vergleich mit dem Ausland positioniert. Abbildung 3 aus aktuellen europäischen Daten von 2009 zeigt die prozentuale Verteilung. Es werden hier die Prozente der Internetnutzer der einzelnen Länder dargestellt, wobei sich die Internetnutzung auf den Zeitraum der letzten 3 Monate bezieht. Die Grundlage der dargestellten Ergebnisse ist ein standardisierter Fragebogen, der im Rahmen

der IKT-Erhebung («Community survey on ICT usage in households and by individuals») vom Statistischen Amt der Europäischen Gemeinschaften (Eurostat) jährlich in den EU-Ländern eingesetzt wird.



Datenquelle: Eurostat, European Union, 2009. *Für Schweiz: aktuelle ZfG-Studie; die Daten sind gewichtet nach Alter, Bildung und Sprache und beziehen sich auf Internetnutzung in den letzten 6 Monaten.

Abb. 3: Europäischer Vergleich – Internetnutzung in den letzten 3 Monaten (65 bis 74 Jahre und 75+ Jahre)



Datenquelle: Eurostat, European Union, 2009. *Für Schweiz: aktuelle ZfG-Studie; die Daten sind gewichtet nach Alter, Bildung und Sprache.

Abb. 4: Europäischer Vergleich – Noch nie Internet selber genutzt (65 bis 74 Jahre und 75+ Jahre)

Es lässt sich schnell ablesen, dass die Schweizer Ergebnisse für die 65-74jährigen im oberen Bereich des Ländervergleichs liegen. Bei den über 75jährigen sind nicht für jedes Land Daten vorhanden, hier liegt die Schweiz bezüglich der Nutzung an erster Stelle.

Diese Länderverteilung zeigt sich auch analog in der Abbildung 4, in welcher der Prozentanteil der älteren Personen dargestellt ist, die das Internet selber noch nie genutzt haben. Hier liegt die Schweiz in einem unteren Bereich, die Schweiz weist im Ländervergleich einen verhältnismässig geringen Anteil an Personen in dieser Altersgruppe auf, die das Internet noch nie genutzt haben.

2.3 Das Netzwerk «Digitale Integration Schweiz»

Unter Federführung des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM) wurde ein Netzwerk «Digitale Integration Schweiz» gebildet, das sich an der «Strategie für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz» des Bundesrats (1998/2006) orientiert und sich mit dem Aktionsplan «e-Inclusion» auf struktureller und individueller Ebene für einen chancengleichen Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien einsetzt. Dazu gehört einerseits die Schaffung der technischen Voraussetzungen (flächendeckender Breitband-Internetzugang, Zugänglichkeit von Websites für Menschen mit körperlichen und/oder sensorischen Behinderungen, etc.), andererseits die Befähigung von Individuen und die Steigerung der Akzeptanz bezüglich dieser Technologien unter anderem bei der Zielgruppe der älteren Menschen.

Diese Zielsetzung wird auch in anderen Ländern verfolgt; dies zeigt der folgende Abschnitt aus der Erklärung der europäischen Ministerinnen und Minister (unter Einbezug der Schweiz) bei der Ministerkonferenz «IKT für eine integrative Gesellschaft», die 2006 in Riga stattfand:

«IKT trägt zur Verbesserung der Lebensqualität im Alltag und der sozialen Teilhabe der Europäerinnen und Europäer bei, sie erleichtert den Zugang zu Informationen, Medien, Inhalten und Dienstleistungen, führt zu verstärkten und flexibleren Beschäftigungschancen und zur Bekämpfung von Diskriminierung. Ein verbesserter Zugang zu IKT für Menschen mit Behinderungen und ältere Menschen ist besonders wichtig.» (Ministerkonferenz EU, 2006, S. 1)

So wurde auch in der Zielformulierung der i2010-Strategie, die eine der Grundlagen des Netzwerks ist, als ein wichtiges Ziel formuliert:

«Eine Informationsgesellschaft, die alle Menschen einbezieht, hochwertige öffentliche Dienste bietet und zur Anhebung der Lebensqualität beiträgt.» (Kommission der Europäischen Gemeinschaft, 2009, S. 8).

Somit stehen die vorliegenden Ergebnisse und Vorschläge für Massnahmen zur Verbesserung des Zugangs zum Internet für ältere Menschen in einem länderübergreifenden Kontext; sie können für die Schweiz eine wichtige Grundlage für die Umsetzung der genannten europäischen Ziele oder für die Formulierung spezifischer Schweizer Ziele sein.

3 Ziele und Fragestellungen der Studie

Im Rahmen des Netzwerks «Digitale Integration Schweiz» schrieb Pro Senectute Schweiz Ende 2008 eine Studie aus, die Auskunft über die Gründe für die verhältnismässig geringere IKT-Nutzung älterer Menschen geben und Ansatzpunkte im Sinne eines Massnahmekatalogs für die Förderung der Nutzbarkeit und Nutzung durch diese Bevölkerungsgruppe aufzeigen sollte. Folgende Fragestellungen sollten vorrangig bearbeitet werden:

- Warum ist die Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien (Internet und Mobiltelefon etc.) bei Senioren ab 65 Jahren unterdurchschnittlich gering?
- Wie ist die Nutzung in der Schweiz im Vergleich zum Ausland?
- Wo liegen die grössten Hemmschwellen und Hindernisse?
- Welche Massnahmen können getroffen werden, um die Nutzung zu steigern?
- Was wird in anderen Ländern getan, um die Nutzung zu fördern?

Während zur Nutzung an sich recht verlässliche Zahlen vorliegen (Erhebung zur Internetnutzung in den Haushalten durch das Bundesamt für Statistik BFS im Rahmen der Haushaltsbudgeterhebung HABE, Statistik der WEMF AG für Werbemedienforschung), wurden spezifische Fragestellungen zu Chancen und Grenzen der Nutzung durch ältere Menschen bisher erst in nicht-repräsentativen Pilotstudien bearbeitet (z. B. Studien des Schweizerischen Seniorenrats SSR: «Zugang älterer Menschen zum Internet», 2007; «Digitalisierung bei den elektronischen Medien», 2008). Daher sollten nun erstmals repräsentative Daten erhoben werden, die detaillierte und handlungsrelevante Auskünfte über die Internetnutzung älterer Menschen geben können.

Ältere Menschen unterscheiden sich nicht nur durch das biologische, soziale und psychologische Alter von jüngeren, sondern auch durch die Zugehörigkeit zu einer anderen Kohorte bzw. Generation. Daher sind einerseits aktuelle individuelle und soziale Ressourcen als Voraussetzungen der IKT- bzw. Internet-Nutzung in den Blick zu nehmen, andererseits lebensgeschichtliche Erfahrungen.

In Ergänzung und Differenzierung der oben genannten Fragestellungen sind beispielsweise folgende Themenbereiche und Perspektiven zu berücksichtigen. Dabei handelt es sich um Forschungsfragen, die nicht unbedingt direkt in Fragebogen-Fragen umzusetzen sind.

Funktionen, Bedürfnisse, Motive und Nutzen

Welche Funktionen hinsichtlich welcher Bedürfnisse können IKT für ältere Menschen potenziell erfüllen? Stehen funktionale Äquivalente zur Verfügung; wie werden diese Bedürfnisse ohne IKT befriedigt? Wird dabei ein Mangel ohne bzw. ein potenzieller Mehrwert mit IKT erkennbar, der zur Nutzung motivieren könnte?

Einstellungen zu Technik und Medien allgemein

Ist die IKT-Nichtnutzung Ausdruck einer allgemeinen Skepsis oder eines Misstrauens gegenüber Technik? Welche technischen Geräte werden sonst eingesetzt (Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik etc.)? Welche anderen Einweg- und Mehrweg-Medien werden in welchem Mass genutzt?

Befürchtungen und Ängste

Lösen IKT als «unbekannte, neue Technologien» bei älteren Menschen spezifische Befürchtungen und Ängste aus? Welche? Worauf gründen diese? Wie werden sie attribuiert (intern/extern)?

Ressourcen, Kompetenzen und Kompetenzerwartungen

Sind die nötigen technischen und finanziellen Ressourcen verfügbar oder beschaffbar? Welche psychischen und kognitiven Ressourcen stehen zur Bewältigung der Anforderungen der IKT und der mög-

lichen Ängste zur Verfügung? Bestehen die Bereitschaft, der Wille und das Selbstvertrauen, sich die nötigen Kenntnisse anzueignen?

Soziales Netz und soziale Unterstützung

Gibt es ein «soziales Klumpenrisiko» der Nichtnutzung, oder liegen die Gründe der Nichtnutzung hauptsächlich auf individueller Ebene? Wie gross ist die IKT-Nutzung im sozialen Umfeld von Nicht-Nutzer/innen? In welchem Verhältnis steht die (Nicht-)Nutzung zu sozialer Isolation? Gibt es soziale Anreize, die zur Förderung der Nutzung bzw. der Nutzungsbereitschaft eingesetzt werden könnten? Welche informelle Unterstützung bei der Einrichtung und beim Erwerb von Nutzungskompetenz steht zur Verfügung?

Körperliche, kognitive und sensorische Randbedingungen

Bestehen alterskorrelierte Einschränkungen, welche die Nutzung behindern? Werden solche als aktuelle oder potenzielle Gründe gegen die Nutzung genannt? Wird den IKT diesbezüglich auch ein kompensatorisches Potenzial zuerkannt? Welche Massnahmen auf Ebene der Umwelt bzw. der Technik oder des Individuums könnten solche Schranken überwinden helfen?

Die vorgestellten Fragedimensionen waren Grundlage der Entwicklung des Fragebogens und der Datenanalyse; diese Fragen sollen im vorliegenden Bericht mit besonderem Fokus auf das Internet angesprochen und beantwortet werden.

4 Methodik

4.1 Empirisches Vorgehen

Die Beantwortung der vorgegebenen Fragestellungen erforderte folgende Schritte:

1. Informations- und Literatur-Recherche zu empirischen Studien zur Internet-Nutzung in der Schweiz und im Ausland sowie zu passenden Mediennutzungs-Theorien (Desk Research) zwecks wissenschaftlicher Verankerung der Studie und Entwicklung eines adäquaten Erhebungsinstruments sowie als Grundlage eines internationalen Vergleichs. Soweit möglich und sinnvoll, sollten passende Instrumente aus bestehenden Studien übernommen werden, um einen realistischen Vergleich zu ermöglichen.
2. Repräsentative Befragungsstudie ($N \geq 1000$) in der Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren (deutsch-, französisch- und italienischsprachig). Die Erhebungsmethode musste zugleich den Anforderungen einer möglichst hohen Repräsentativität für die entsprechende Population, der wissenschaftlichen Validität der erhobenen Variablen und der finanziellen und zeitlichen Randbedingungen der Studie entsprechen. Es sollten sowohl Internet-Nicht-Nutzer/innen als auch Nutzer/innen befragt werden, um spezifische interne und externe Bedingungen der (Nicht-)Nutzung erkennen und daraus zielführende Massnahmen für einen chancengleichen Zugang entwickeln zu können.
3. Erstellung eines wissenschaftlichen Berichts, der über Grundlagen, internationale Vergleichsdaten, empirische Ergebnisse der aktuellen Studie und mögliche Massnahmen anhand dieser Ergebnisse sowie anhand entsprechender Studien und Initiativen in vergleichbaren Ländern Auskunft gibt. Eine Kurzfassung in deutscher, französischer und italienischer Sprachversion beinhaltet Hauptergebnisse und Empfehlungen.

4.2 Erhebungsdesign

In Abwägung der Vor- und Nachteile verschiedener Erhebungsverfahren wurde ein kombiniertes Design angewandt, das eine hohe Repräsentativität und eine optimale Ausschöpfung der Stichprobe versprach:

- Wahrscheinlichkeitsauswahl einer Stichprobe der ständigen Bevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren (ohne Alters-Obergrenze und unter Einbezug aller Haushaltsformen) aus dem AZ Direct-Verzeichnis (Random-Random). Ziel-Stichprobengrösse (netto): 1000 Personen (Deutsch 700, Französisch 200, Italienisch 100). Die Erhebung wurde dreisprachig durchgeführt; Personen, die keine der drei Sprachen verstehen, wurden nicht befragt.
- Telefonisches Interview (CATI) als Haupterhebungsmethode in Haushalten, für die eine Festnetz-Telefonnummer ausfindig gemacht werden kann, durchgeführt durch ein gesamtschweizerisch tätiges Befragungsinstitut. Schriftliches Ankündigungsschreiben vor Telefonanruf. Mehrere Anrufversuche der selben Adressaten, um Stichprobenverzerrungen wegen unterschiedlicher Erreichbarkeit zu minimieren. Befragung mittels eines standardisierten Instruments.
- Postalische, schriftliche Befragung in Haushalten ohne eingetragenen Telefonanschluss oder auf besonderen Wunsch der Zielperson. Erinnerungsschreiben mit neuem Fragebogen bei Nicht-Antwort nach Ablauf der Rücksendefrist. Analoges Befragungsinstrument wie bei telefonischer Befragung, mit angepasster (typo-)grafischer Gestaltung.

4.3 Fragebogen

Der Fragebogen (Anhang 1) wurde im Vorfeld der Befragung auf Grundlage der Informations- und Literatur-Recherche aus teilweise bestehenden Instrumenten anderer Studien und eigenen Fragekonstruktionen erarbeitet. Bei der Erstellung wurde die Befragungszielgruppe (65+) sowie die Vergleichbarkeit der Internet-Nutzer und -Nichtnutzer besonders berücksichtigt. Als Grundgerüst des Fragebogens dienten die bereits vorgestellten Forschungsfragen. Der chronologische Aufbau des Fragebogens sollte einer bestimmten Dramaturgie folgen, die u.a. dadurch gekennzeichnet war, dass die Befragung zur Nutzung und Einstellung zum Internet durch allgemeine Fragen zur Technik eingeführt wurden und bei bestimmten Fragen spezifische Frageformulierungen für Nutzer und Nichtnutzer bereithielt. Im Einzelnen beinhaltet der Fragebogen Fragen zu folgenden Bereichen:

- a) Einstellung zu Technik
- b) IKT / Internetzugang / Onlineaktivitäten
- c) Gründe für Nichtnutzung (Internet)
- d) Einstellung zum Internet
- e) E-Kompetenz
- f) Umfeld / Unterstützung
- g) Wege zum Internet, Lernmöglichkeiten
- h) Alltagsaktivitäten / Gesundheit

Diese Bereiche wurden im Anschluss durch statistische Angaben zur Person ergänzt. Bei der konstruktiven Erarbeitung der Fragen wurde das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich mit einbezogen. Am Ende enthielt der Fragebogen 39 unterschiedlich komplexe Fragen auf 18 Seiten. Leider konnte eine Anzahl von Fragen auf Grund des definierten Umfangs der Befragung nicht mit einfließen, insbesondere zu den Bereichen Persönlichkeit und Gesundheit.

Im Pretest (durch das Institut M.I.S. Trend) und bei der Gesamtauswertung der Befragung konnte die Anwendbarkeit des Fragebogens bestätigt werden. Das Besondere bei der Entwicklung des Fragebogens war die zweifache Befragungsmethodik, so musste der Fragebogen für eine telefonische wie auch für eine postalische Befragung eingesetzt werden können; dies veranlasste uns zu marginalen Anpassungen der Frageformulierungen zwischen den beiden Befragungsinstrumenten. Nach erfolgter Erstellung der deutschen Version wurde diese durch das Befragungsinstitut M.I.S. Trend ins Französische und Italienische übersetzt.

4.4 Durchführung der Datenerhebung

Im August und September 2009 wurden insgesamt 1105 Personen in allen Sprachregionen der Schweiz telefonisch (871) oder postalisch (234) über ihre Aktivität, Bedürfnisse und Hindernisse der Internet-Nutzung befragt. Die Durchführung der Befragungen erfolgte durch M.I.S. Trend SA, Lausanne/Bern.

Die Ankündigungs-, Begleit- und Erinnerungsschreiben, welche vor und während der Erhebung versandt wurden, trugen die Briefköpfe der Universität Zürich, von Pro Senectute und des BAKOM, um die Seriosität, die Nützlichkeit und die Gemeinnützigkeit der Studie hervorzuheben. Es wurde eine Gratis-Hotline des Befragungsinstituts für Rückfragen zur Befragung angeboten.

Telefonische Interviews

Telefonische Kontaktversuche erfolgten mit 1544 Adressen; die 871 durchgeführten Interviews entsprechen einer guten Ausschöpfungsquote von 56 %. Werden stichprobenneutrale Ausfälle (ungültige Telefonnummer, Zielperson unbekannt, lebt nicht mehr im Haushalt, jünger als 65 Jahre) berücksichtigt, beträgt die Ausschöpfung gar 61 %. Eigentliche Verweigerungen (nach Argumentation) und Interviewabbrüche traten bei 20 % auf, andere Interviews konnten wegen Unerreichbarkeit, Gesundheits- oder Sprachproblemen oder aus anderen, nicht näher spezifizierten Gründen nicht durchgeführt werden. Insbesondere gesundheitliche (74 Fälle) und sprachliche Schwierigkeiten (7 Fälle) traten damit seltener

als erwartet auf. Fast alle Interviews konnten innerhalb einer Woche ab Start der Erhebung am 24.8.2009 realisiert werden. Besonders in der Deutschschweiz liefen die Interviews über Erwarten gut, so dass anstelle der ursprünglich geplanten 800 telefonischen Interviews insgesamt 871 durchgeführt wurden. Im Durchschnitt dauerte ein telefonisches Interview 26 Minuten; dies sind rund 6 Minuten länger als geplant.

Papierfragebogen

Bei den postalischen Befragungen war mit einem erheblich geringeren Rücklauf zu rechnen, daher wurden in zwei Phasen insgesamt 1275 Fragebogen versandt, um auf die erstrebten 200 verwertbaren Einheiten zu kommen. An die in der ersten Phase einbezogenen 736 Adressen wurde nach drei Wochen ein Erinnerungsschreiben mit neuem Fragebogen versandt, weitere Nachfassaktionen mussten aus Zeitgründen unterbleiben. Bis zum Abschluss der Datenerhebung sechs Wochen nach dem Erstversand trafen 236 Bogen ausgefüllt ein, wovon 234 hinreichende Angaben beinhalteten, um in die Auswertung einfließen zu können. Dies entspricht einem Rücklauf von 18.5 %; korrigiert für stichprobenneutrale Ausfälle (falsche Adresse, verstorben, jünger als 65 Jahre) sind es gut 25 %.

Die Papierfragebogen ermöglichten es, Haushalte bzw. Personen ohne bekannten Telefonanschluss zu erreichen; insbesondere konnten so Bewohner/innen von Kollektivhaushalten (Alters- und Pflegeheimen) besser kontaktiert werden.

4.5 Merkmale der realisierten Stichprobe

Tabelle 1 präsentiert die wichtigsten Merkmale der erhobenen Stichprobe. Mit 55 % befragten Frauen zu 45 % Männern ist die erreichte Stichprobe nur in unerheblichem Mass zu «männerlastig», was beim vorliegenden Thema durchaus hätte erwartet werden können.

Die Altersverteilung weist im Vergleich zur Bevölkerungsstatistik eine leichte Übervertretung der jüngsten Gruppe von 65 bis 69 Jahren (37 % statt 29 %) und eine entsprechende Untervertretung der Gruppe ab 85 Jahren auf (9 % statt 14 %). Mit 102 Personen ab 85 konnten aber auch die Hochbetagten erstaunlich gut erreicht werden.

Die Anzahl der Befragungen entspricht bei Französisch- und Italienischsprachigen den Vorgaben; es wurden aber 100 Befragungen mehr als vorgesehen mit Deutschsprachigen durchgeführt (insgesamt 802). Mit 200 Befragungen in Französisch ist diese Sprachgruppe daher etwas unterrepräsentiert. Da repräsentative Angaben zur Hauptsprache nur von der Volkszählung 2000 vorliegen, mussten die entsprechenden aktuellen Verteilungen in der Gesamtbevölkerung ab 65 Jahren unter bestimmten Annahmen hochgerechnet werden: Auf Grundlage der Verteilung der Deutsch- und Rätoromanisch-, der Französisch- und Italienischsprachigen der Altersgruppen von 55 bis 89-Jährigen im Jahr 2000 wurden die Anteile der 65-Jährigen und Älteren im Jahr 2009/2010 bestimmt.

Ebenfalls unterrepräsentiert sind Personen mit nicht-schweizerischer Staatsangehörigkeit; anstelle von 10 % in der relevanten Gesamtbevölkerung dieses Alters nahmen nur 6 % Ausländer/innen an der Befragung teil. Dafür dürften Sprachprobleme mit verantwortlich sein, obwohl dies in den telefonischen Interviews nur selten explizit als Ausfallgrund registriert wurde.

Gesundheitliche Probleme und die Untervertretung von Personen in Kollektivhaushalten im Telefonverzeichnis dürften dafür verantwortlich sein, dass Bewohner/innen von Alters- und Pflegeheimen in der Stichprobe mit 4 % gegenüber 7 % in der Bevölkerung ab 65 geringer vertreten sind (wobei nach Richtlinien des Bundesamt für Statistik (BFS) Haushalte in Alterssiedlungen zu Privathaushalten gerechnet werden). Obwohl diese Ausschöpfung trotzdem erfreulich hoch ist, wird es nicht möglich sein, detaillierte Auswertungen zu Personen in Kollektivhaushalten vorzunehmen.

Bei Befragungen ist generell mit einer Übervertretung höherer Bildungsschichten zu rechnen, bei einem «technischen» Thema erhöht sich dieses Risiko, das hier besonders verfälschend wirken kann. Bildung ist mit Geschlecht und Alter korreliert; die bereits erwähnten dortigen Verzerrungen finden sich bezüglich der Bildung akzentuiert. Personen ohne Berufs- oder weiterführende Ausbildung sind in der

Stichprobe deutlich zu gering vertreten, dem gegenüber wurden vor allem zu viele Personen mit berufsbezogener Bildung der Sekundarstufe II und der Tertiärstufe befragt.

Tabelle 1: Merkmale der Stichprobe

Merkmal	Kategorien	Anzahl	Prozente in Stichprobe	Prozente nach Gewichtung*		Prozente nach offiz. Statistik Schweiz**		
Geschlecht	Frauen	602	54,7	58,0		57,6		
	Männer	499	45,3	42,0		42,4		
Altersverteilung ab 65 Jahre	65-69 Jahre	401	36,7	28,8		28,7		
	70-74 Jahre	247	22,6	23,2		23,3		
	75-79 Jahre	197	18,0	19,3		19,6		
	80-84 Jahre	147	13,4	14,4		14,8		
	85 +	102	9,3	14,3		13,6		
Sprache	Französisch	200	18,1	20,9		20,8		
	Deutsch (+ Rätoromanisch)	802	72,6	69,9		70,8		
	Italienisch	103	9,3	9,2		8,4		
Staatsangehörigkeit	Schweizer/in	1030	94	93,7		90,1		
	Andere Staatsangehörigkeit	68	6	6,1		9,9		
Haushaltsform	Privathaushalt	1036	95,8	94,6		93,1		
	Wohnung in Alterssiedlung	16						
	Andere Form	2	0,2	–		–		
	Altersheim	16	4,0	5,4		6,9		
	Pflegeheim	10						
	Komb. Alters- und Pflegeheim	13						
Altersresidenz	5							
Bildung	(Prozente nach Altersgruppe)		65-74	75+	65-74	75+	65-74	75+
	Obligatorische Schule: Primar/Sekundar/Real/Bez.	234	17,1	28,1	26,1	37,6	26,0	37,4
	Sekundarstufe II (Berufsbildung): Lehre	558	53,3	49,0	47,6	42,9	47,7	42,9
	Sekundarst. II (Allg.bildg.): Mittelschule/Gymn./Seminar	71	6,7	6,3	6,4	6,3	6,4	6,4
	Tertiärstufe (höhere Berufsb.): Technikum/HTL/HWV	100	11,1	6,6	7,2	4,8	7,2	4,9
	Tertiärstufe (Hochschule): Universität/ETH/HSG/FH	120	11,8	10,0	12,8	8,4	12,7	8,4
Total (pro Variable)		N=1105	100%	100%	100%	100%	100%	100%

* Gewichtung gemäss offiziellen Verteilungen nach Altersgruppen, Bildung und Hauptsprache, kumulativ

** Quelle Vergleichszahlen Schweiz: Bundesamt für Statistik, 2008/2009. Sprachverteilung: Hauptsprache gemäss Volkszählung 2000, auf 2010 umgerechnet, Deutsch und Rätoromanisch addiert, andere Sprachen nicht berücksichtigt. Haushaltsformen: Höpflinger, 2009 (Daten von 2005).

Repräsentativität: Gewichtungen und Vertrauensintervalle

Es liegt nahe und ist auch üblich, Stichprobenverzerrungen nachträglich anhand bekannter soziodemografischer Merkmale durch eine Nachgewichtung zu korrigieren, das heisst untervertretenen Personengruppen mehr, übervertretenen weniger Gewicht zu geben, um wenigstens formal die Repräsentativität zu erhöhen. Ein solches Vorgehen ist, sofern es sich nicht nur um eine Korrektur bestimmbarer unterschiedlicher Auswahlwahrscheinlichkeiten handelt, in der Fachliteratur äusserst umstritten; es existiert keine kohärente Theorie, die das generell legitimieren könnte. Es besteht gar die Gefahr, dass befragte Personen aus untervertretenen Gruppen in anderen, nicht nachprüfbaren, aber mit der Teilnahmewahrscheinlichkeit korrelierten Merkmalen deutlich von den entsprechenden Gruppen abweichen. Dann kann eine Nachgewichtung die Verzerrung sogar noch verschärfen (Diekmann, 2002, S. 8f.).

Aus diesem Grund wurden in dieser Studie keine generellen, für alle Analysen wirksamen Nachgewichtungen anhand demografischer Merkmale vorgenommen. Für die hier im Vordergrund stehenden Gruppen- und Merkmalsvergleiche, für Zusammenhangsmasse sowie für multivariate Auswertungsverfahren sind davon keine Vorteile zu erwarten; die genannte Verzerrungsgefahr überwiegt den möglichen Gewinn bei weitem, auch sind etwa Signifikanztests mit gewichteten Daten nicht mehr zuverlässig.

Nur in einem Punkt ist eine Nachgewichtung sinnvoll: in der Schätzung der tatsächlichen Internetnutzung. Bildung, Geschlecht und Alter hängen stark mit der Nutzung zusammen, daher sind hier Korrekturen notwendig, wenn man zu einigermaßen verlässlichen Schätzwerten der Internetnutzung gelangen möchte. Dies ist insbesondere für internationale Vergleiche zweckmässig. Zwar ist es denkbar, dass bei Frauen, bei Personen mit geringerer formaler Bildung und im höheren Alter die Nutzer/innen in unserer Stichprobe übervertreten sind, doch bleiben die Zusammenhänge deutlich bestehen, so dass eine entsprechende Nachgewichtung sicher der «Wahrheit» näher kommt. In Bezug auf die Sprache ist die Nachgewichtung vertretbar, da alle Sprachregionen entsprechend ihrer Anteile in der Schweiz abgebildet werden sollen.

In Tabelle 1 (zweitletzte Spalte) sind die soziodemographischen Merkmale der nach Altersgruppen, Hauptsprache und formaler Bildung gewichteten Stichprobe aufgeführt. Da nicht alle Merkmale der Bevölkerung in kombinierter Form vorliegen, musste die Gewichtung nach Einzelmerkmalen kumulativ erfolgen (durch Multiplikation der einzelnen Gewichtungen). Dadurch ergeben sich auch in den kontrollierten Merkmalen der gewichteten Stichprobe noch geringfügige Abweichungen von den Populationsdaten. Trotzdem ist auch bezüglich der unkontrollierten Merkmale eine Verbesserung der demografischen Passung festzustellen; die Geschlechterverteilung etwa entspricht fast perfekt der Population.

Selbst wenn es gelänge, eine ideale Wahrscheinlichkeitsstichprobe ohne systematische Verzerrungen als perfektes Abbild der Grundgesamtheit zu ziehen, in unserem Fall also der ständigen Wohnbevölkerung der Schweiz ab 65 Jahren, bliebe eine Unsicherheit bezüglich der genauen Verteilungen, da sich jede Stichprobe zufallsbedingt leicht von der Grundgesamtheit unterscheiden kann. Bei einer hinreichend grossen Stichprobe hält sich dieser Zufallsfehler aber in begrenztem Rahmen, dessen Grösse als Vertrauensintervall, mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit versehen, berechnet werden kann. Bei allen Prozentangaben der Stichprobe ist bezogen auf die entsprechende Gesamtbevölkerung ein 95 %-Vertrauensintervall von $\pm 2-3$ % zu berücksichtigen, das heisst, die «wahren Werte» liegen mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 % innerhalb dieses Bereichs, sofern keine systematischen Stichprobenverzerrungen vorliegen.

5 Deskriptive Ergebnisse

Im Folgenden werden in einem ersten Schritt die wichtigsten deskriptiven Ergebnisse der Befragungsstudie sowie deren Einbettung in bestehende Studien anhand der Forschungsfragen vorgestellt. In den folgenden Kapiteln werden diese Resultate mit erweiterten Auswertungen hinsichtlich der vorgestellten Forschungsfragen vertieft.

5.1 Internetnutzung in den letzten sechs Monaten; «Onliner» und «Offliner»

Zur vereinfachten Veranschaulichung werden nachfolgend Nutzer/innen und Nicht-Nutzer/innen des Internets geschlechtsneutral als «Onliner» bzw. «Offliner» bezeichnet. Die «Onliner» entsprechen dabei dem «weitesten Nutzerkreis» in den einschlägigen BFS-Statistiken, das heisst einer mindestens einmaligen Nutzung in den letzten sechs Monaten. Hierbei ist darauf zu achten, dass die Gruppe der Onliner hinsichtlich der Nutzungsintensität nicht unbedingt homogen ist, da die Spanne von einer täglichen bis zu einer einmaligen Nutzung im Zeitraum der letzten 6 Monate reicht. Als «Offliner» werden diejenigen Personen bezeichnet, die angaben, das Internet mindestens in den letzten sechs Monaten nie selber genutzt zu haben. Somit gehören zur Gruppe der Offliner die Personen, die gänzlich ohne persönliche Anwendungserfahrungen sind, sowie diejenigen, die das Internet vielleicht bereits genutzt haben, dies aber nicht in den letzten 6 Monaten taten. Die folgende Beschreibung bezieht sich vorerst auf die befragte Stichprobe ohne jede Nachgewichtung.

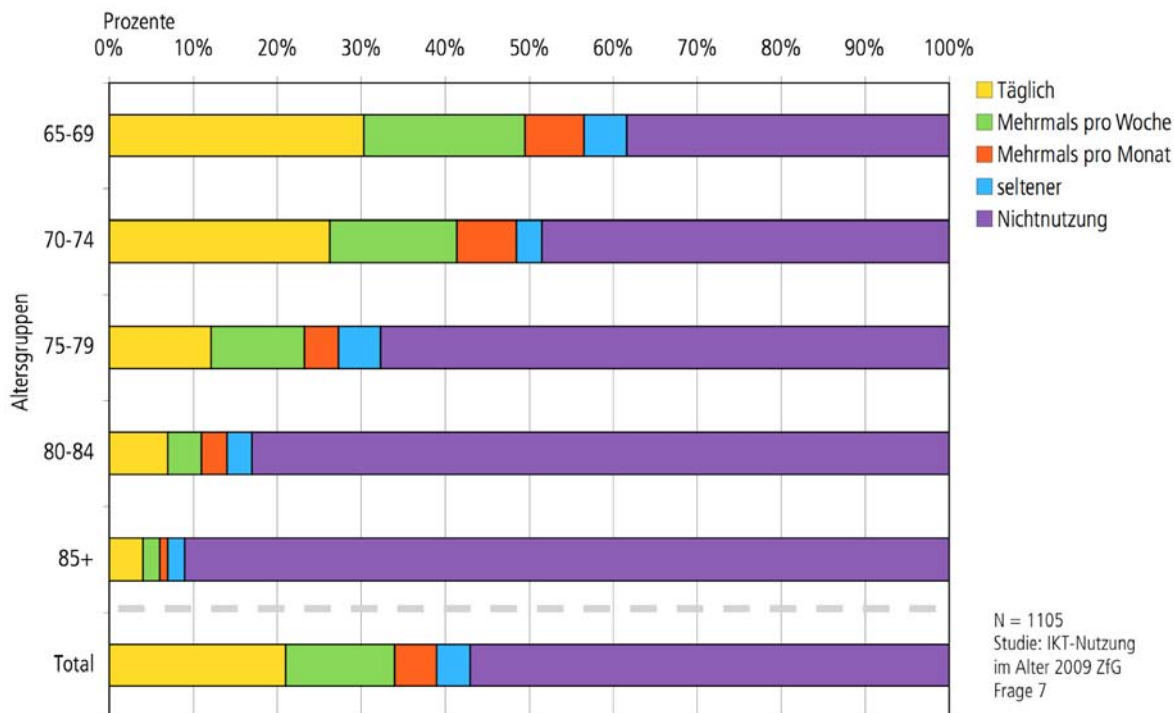


Abb. 5a: Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (ungewichtete Stichprobe)

Allgemein gefragt, ob die befragten Personen schon einmal das Internet selber genutzt hätten, antworteten 48 % mit «Ja» und 52 % mit «Nein». Werden die beschriebenen Gruppen der «Onliner» und «Offliner» als Vergleichsgrundlage angesetzt (nach dem Kriterium der Nutzung in den vergangenen sechs Monaten), ergibt sich ein ähnliches Bild einer Mehrheit der Nichtnutzer des Internets in der Altersgruppe der ab 65jährigen. 44 % der Befragten sind in diesem Sinn «Onliner», 56 % «Offliner». Wie erwartet, nutzt bereits eine Mehrheit von 62 % der 65–69-Jährigen das Internet, hingegen nur eine Minorität von 9 % der ab 85-Jährigen. Es besteht demnach wie erwartet eine starke Altersabhängigkeit der Internetnutzung.

Die geschlechtsspezifische Verteilung ergibt folgendes Bild, welches bereits auch in anderen internationalen Studien zu beobachten ist und das man als eine Art Gender-Kluft bezeichnen könnte: 53 % der Männer und nur 36 % der Frauen sind Onliner. Auch hinsichtlich Einkommen und Bildung lässt sich eine Kluft zwischen den Onlinern mit eher hohem Einkommen und hoher Bildung und den Offlinern mit eher niedrigem Einkommen und geringer formaler Bildung konstatieren.

In allen Altersgruppen zeigt sich, dass das Internet von allen befragten Personen in den letzten 6 Monaten meist entweder häufig (34 % mindestens mehrmals pro Woche; «engerer Nutzerkreis ENK» gemäss BFS) oder gar nicht (56 %) genutzt wird; eine seltenere Nutzung weisen nur 9 % der Befragten auf. Die altersspezifische Gruppenaufteilung der Nutzungshäufigkeit kann Abbildung 5a entnommen werden.

Das BFS gibt die Nutzungsrate (ENK) im Alter nur pauschal für die Altersgruppe ab 70 Jahren an; sie beträgt Mitte 2008 17.7 %. Nach den Steigerungsraten der vergangenen Jahre wäre nach BFS-Zahlen Mitte 2009 mit rund 20 % zu rechnen. In unserer Stichprobe sind 24.9 % der Personen ab 70 Jahren häufige Internet-Nutzer/innen (ENK). Dies kann auf eine beschleunigte Zunahme der intensiven Internetnutzung, auf eine Stichprobenverzerrung nach oben (insbesondere zu viele gut gebildete ältere Menschen) in unserer Studie oder – umgekehrt – auf entsprechend nach unten verzerrte Daten der früheren Studien hindeuten.

Internetnutzung korrigiert: nach Alter, Sprache und Bildung gewichtete Stichprobe

Wird die Stichprobe durch Nachgewichtung gemäss Altersgruppen, Hauptsprache und formaler Bildung der Populationsverteilung angepasst, erhöht sich der Anteil der «Offliner» insgesamt von 56 % auf 62 %; die «Onliner» machen statt 44 % noch 38 %, der engere Nutzerkreis statt 34 % noch 30 % aus.

Nach der Gewichtung sind nun die Onliner auch bei den Männern in der Minderheit: 48 % der Männer und 30 % der Frauen nutzten in den letzten sechs Monaten mindestens einmal das Internet.

Auf den ersten Blick wenig verändert sich, wenn in der gewichteten Stichprobe die Nutzung nach Altersgruppen differenziert wird (Abbildung 5b): Zwar ist in allen Altersgruppen die Nutzung etwas geringer, das Gesamtbild verändert sich aber nicht. Gerade bei den Ältesten ab 80 Jahren ist die Nutzung trotz Gewichtung fast gleich. Der Gesamteffekt geringerer Nutzung in der ganzen gewichteten Stichprobe ist vor allem darauf zurückzuführen, dass jetzt die Älteren insgesamt sowie Menschen mit geringerer Ausbildung in den jüngeren Altersgruppen stärker ins Gewicht fallen.

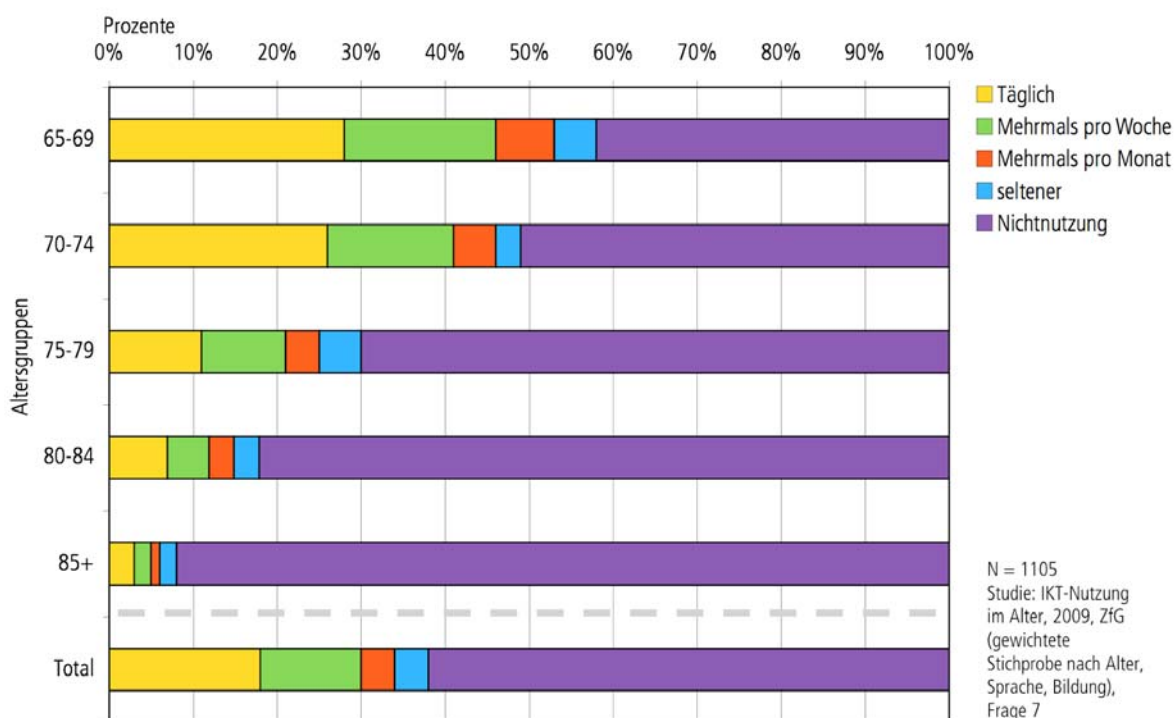


Abb. 5b: Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (gewichtete Stichprobe)

Zur Aufklärung der oben erläuterten, über Erwarten hohen intensiven Internetnutzung ab 70 Jahren kann die Berechnung des engeren Nutzerkreises (ENK) ab 70 Jahren mit gewichteten Daten dienen. Die Gewichtung verringert den engeren Nutzerkreis ab 70 Jahren auf 22.7 % statt 24.9 %. Dies wäre zwar noch immer – vorausgesetzt, die früher erhobenen Daten sind zuverlässig – am oberen Ende des vom Trend her zu Erwartenden und ein Hinweis auf eine beschleunigte Nutzungszunahme, scheint aber nicht mehr ganz unplausibel. Gleichwohl ist nicht auszuschliessen, dass die häufigen Nutzer/innen gerade in den höheren Altersgruppen überrepräsentiert, da stärker zur Teilnahme motiviert waren; eine solche systematische Verzerrung ist durch eine Gewichtung anhand soziodemografischer Merkmale nicht zu kompensieren.

Alle folgenden Analysen beziehen sich wieder auf ungewichtete Daten, das heisst auf die Ergebnisse in der echten Stichprobe.

5.2 Merkmale der Onliner und Offliner

Als eine erste Beschreibung der Gruppe der Onliner und der Offliner soll nachfolgende Tabelle 2 angeführt werden. Hier lassen sich die wichtigsten soziodemografischen Gruppenmerkmale herauslesen.

Tabelle 2: Gruppenmerkmale der On/Offliner

Merkmalsname	Kategorien	Onliner	Offliner	Total
Geschlecht	Frauen	45 %	62 %	55 %
	Männer	55 %	38 %	45 %
Altersverteilung ab 65 Jahre	65-69 Jahre	52 %	25 %	37 %
	70-74 Jahre	27 %	19 %	23 %
	75-79 Jahre	14 %	21 %	18 %
	80-84 Jahre	6 %	19 %	13 %
	85 +	2 %	15 %	9 %
Sprache	Französisch	20 %	17 %	18 %
	Deutsch	73 %	72 %	73 %
	Italienisch	7 %	11 %	9 %
Bildung	Sekundarstufe I	7 %	33 %	22 %
	Sekundarstufe II	59 %	57 %	58 %
	Tertiärstufe	34 %	10 %	20 %
Haushaltseinkommen (brutto)	niedrig (bis CHF 2500)	5 %	18 %	12 %
	mittel (CHF 2501 bis 6000)	50 %	64 %	57 %
	hoch (über CHF 6000)	45 %	18 %	31 %
Pro-Kopf-Einkommen*	bis CHF 1500	2 %	7 %	5 %
	CHF 1501 bis 2500	40 %	51 %	46 %
	CHF 2501 bis 3000	31 %	19 %	25 %
	CHF 3001 bis 5000	20 %	18 %	19 %
	über CHF 5000	7 %	4 %	5 %
Haushaltsform	Privathaushalt	100 %	93 %	96 %
	Kollektivhaushalt oder andere Form	–	7 %	4 %
Anzahl Personen im Haushalt	1	25 %	43 %	35 %
	2	69 %	51 %	60 %
	3 und mehr	6 %	6 %	5 %
Total (pro Variable)		100 %	100 %	100 %

*Das Pro-Kopf-Einkommen ergibt sich aus dem Haushaltseinkommen geteilt durch Anzahl Personen im Haushalt. Lesebeispiel: 45 % der Onliner sind Frauen, 55 % Männer.

Es wird Anhand der Gegenüberstellung der beiden Gruppen deutlich, dass Onliner im Vergleich zu Offlinern tendenziell jünger und besser gebildet sind sowie über ein höheres Haushalts- und ProKopf-Einkommen verfügen. Dagegen sind Offliner häufiger weiblich, alleinlebend im Haushalt und wohnen häufiger in Kollektivhaushalten.

5.3 Funktionen, Bedürfnisse, Motive und Nutzen

5.3.1 Nutzung einseitiger und interaktiver Medien

Die Nutzung des Internets steht nicht in Konkurrenz zu anderen, traditionellen Medien wie Radio, Fernsehen, Tageszeitungen oder Zeitschriften, wie Abbildung 6 zeigt. Mit Ausnahme des Fernsehens, das von Offlinern leicht häufiger gesehen wird, besteht sogar eine leichte Tendenz zur Mehrnutzung durch Onliner. Darin dürfte sich auch die durchschnittlich höhere Bildung der Onliner ausdrücken.

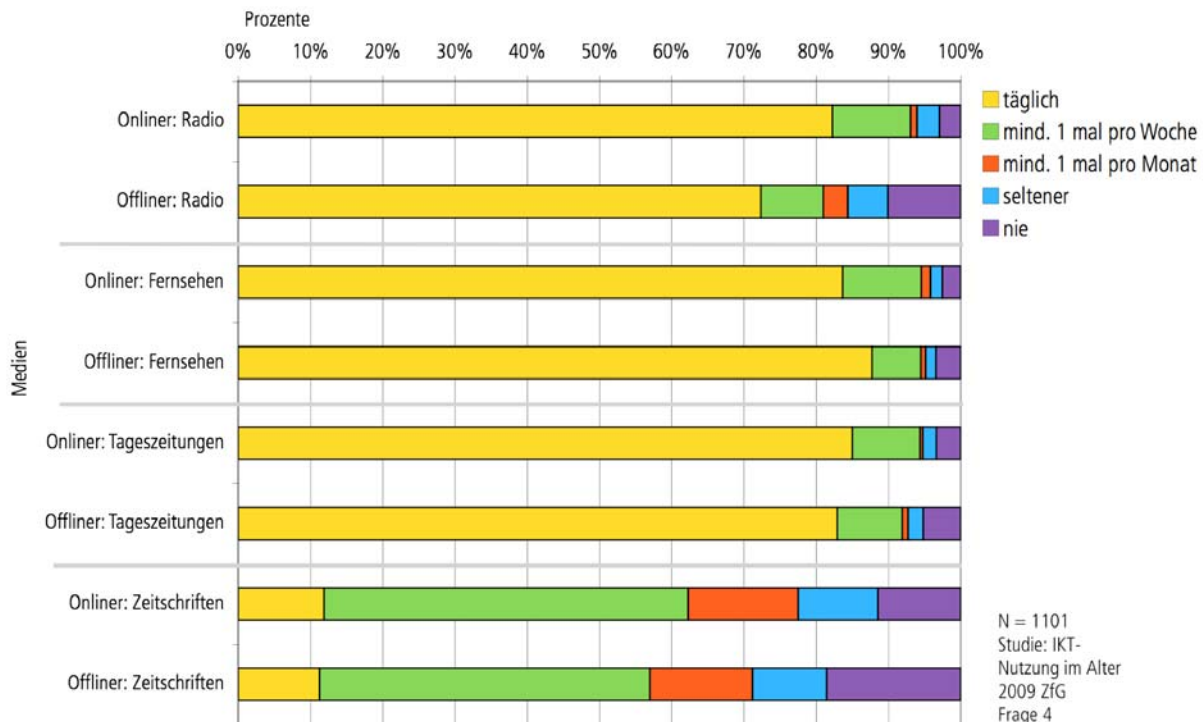


Abb. 6: Nutzung einseitiger Medien

Eine verstärkte Nutzung interaktiver Medien durch Onliner zeigt sich auf die Frage, welche Mittel wie häufig für den Kontakt zu Freunden oder Familienangehörigen eingesetzt werden (Abb. 7). Dies gilt nicht nur für Kontakte via Internet – was trivial wäre –, sondern ebenso für Kontakte via Festnetz- oder Mobiltelefon und sogar, wenn auch in geringerem Ausmass, mittels Briefen. So geben beispielsweise 59 % der Onliner an, mindestens einmal in der Woche das Mobiltelefon für Kontakte zu Freunden oder Familienangehörigen zu benutzen (Offliner: 30 %), was sicherlich auch mit dem generellen Vorhandensein eines Mobiltelefons im Haushalt korreliert. Interessanterweise gibt es keinen grossen Unterschied zwischen den Geschlechtern hinsichtlich der Nutzung interaktiver Medien.

Mit der hier beobachteten Ähnlichkeit beider Gruppen (On-/Offliner) bestätigt sich eine generelle Beobachtung der Medienforschung, dass neue Medien die alten nicht unbedingt obsolet machen, sondern ergänzen, auch wenn sie auf den ersten Blick ähnliche Bedürfnisse erfüllen.

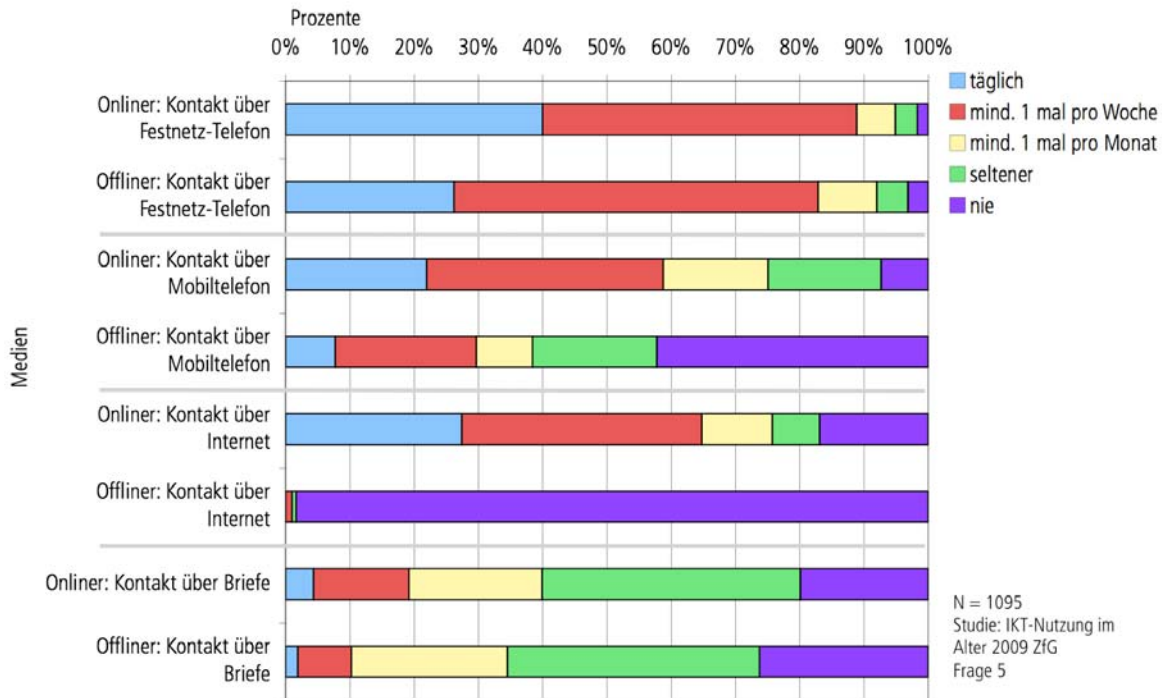


Abb. 7: Nutzung zweiseitiger Medien für Kontakte zu Freunden oder Verwandten

5.3.2 Elektronische Geräte im Haushalt

Zweifellos hängt die Internetnutzung auch vom Vorhandensein der entsprechenden technischen Infrastruktur, etwa der Verfügbarkeit eines Computers ab. Tatsächlich besitzen Onliner zu 73 % einen stationären, zu 50 % einen portablen Computer im Haushalt, während das bei Offlinern nur zu 17 % bzw. 8 % der Fall ist. Es ist zu vermuten, dass ein grosser Teil dieser Computer an sich internetfähig wäre, eine verhältnismässig kleine technische Investition also aus Offlinern Onliner machen könnte.

Während die Ausstattung an Unterhaltungs- und Kommunikationstechnik sich zwischen On- und Offlinern hinsichtlich Fernseher, Radio und Festnetz-Telefon kaum unterscheidet und bei beiden Gruppen fast flächendeckend ist, haben Onliner deutlich häufiger einen Video- oder DVD-Player und ein Mobiltelefon zur Verfügung (Abb. 8). Im Gegensatz zum Internet ist indessen das Mobiltelefon in allen Altersgruppen (ausser den ab 85-Jährigen), auch bei den Offlinern, mehrheitlich vorhanden.

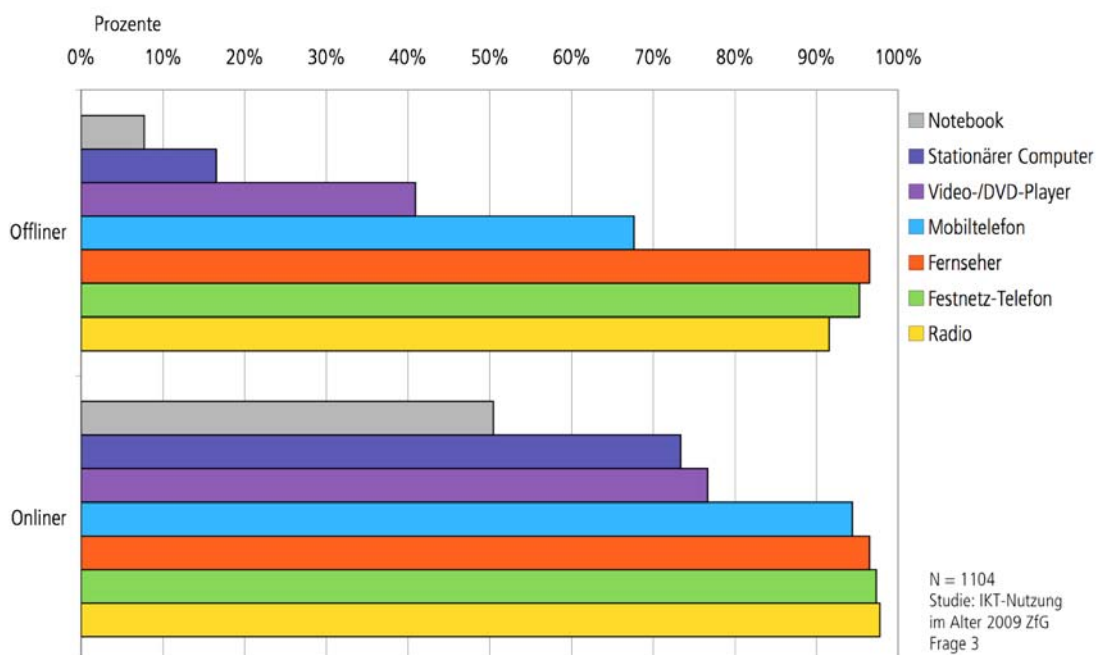


Abb. 8: Elektronische Geräte im Haushalt

5.3.3 Nutzungsort

Im Gegensatz zu anderen Erhebungen wurde hier der Nutzungsort mit Mehrfachantwortmöglichkeit erfragt; die Angaben addieren sich daher auf deutlich über 100 %, nämlich auf 163 %, was bedeutet, dass durchschnittlich rund 1.6 Nutzungsorte genannt wurden (Abb. 9). Klar dominant ist für Onliner die Nutzung zu Hause (94 %), gefolgt von ‚bei Familienangehörigen‘ (22 %), ‚am Arbeitsplatz; auch Ehrenamt etc.‘ (17 %), ‚woanders‘ und ‚bei Freunden oder Bekannten‘ (16 % bzw. 14 %).

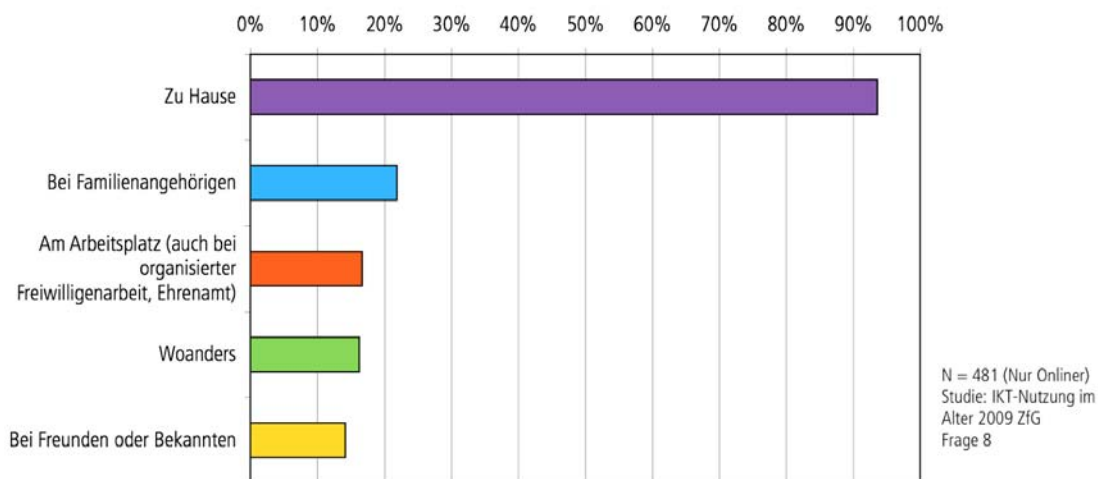


Abb. 9: Nutzungsorte des Internets

Die Internetnutzung im räumlichen Umfeld ausserhalb des Haushaltes wurde durch die Kategorie «Woanders» abgefragt. In einer weiteren Frage wurde dazu auch gefragt, ob es in der näheren Umgebung eine Möglichkeit gäbe, das Internet öffentlich zu nutzen (z.B. in einem Internetcafé oder einer Bibliothek). 30 % aller Befragten (On-/ und Offliner) gaben an, dass eine solche Möglichkeit bei ihnen vorhanden sei. 33 % haben nicht diese Möglichkeit und 37 % gaben an, dass sie über das Bestehen einer solchen Möglichkeit der öffentlichen Internetnutzung in ihrer näheren Umgebung nichts wissen. Interessanterweise gaben Offliner häufiger an, dass sie von einer solchen Nutzungsmöglichkeit nichts wissen (43 % bei Offlinern zu 31 % bei Onlinern). Es könnte sein, dass Offliner weniger solche Angebote wahrnehmen, da sie diese selber nicht nutzen möchten.

5.3.4 Genutzte und interessante Internetanwendungen

Onliner wurden anhand einer Liste gefragt, welche Internet-Anwendungen (im Sinn von Zwecken) sie in den letzten drei Monaten eingesetzt haben und welche sie – wenn noch nicht genutzt – interessant finden. Die Offliner erhielten eine analoge Frage nach interessanten Anwendungsmöglichkeiten vorgelegt.

Die Rangfolge der Nutzungen (Abb. 10) entspricht weitgehend anderen Studien (z.B. SSR, 2009), auch in anderen Altersgruppen: Mit 88 % wird die Liste angeführt von E-Mails senden und empfangen, gefolgt von allgemeiner Informationssuche, Suche und Abrufen von Fahrplan- und Reiseinformationen, Informationen über Ämter und Behörden sowie zu Gesundheitsthemen. Von weniger als 50 % genutzt werden Angebote wie Zeitungen/Zeitschriften lesen im Internet, Internet-Banking, Kauf und Verkauf von Waren, online Radio hören oder fernsehen, herunterladen von Musik, Bildern oder Spielen, online telefonieren oder chatten sowie, mit lediglich 5 % Nutzung, die Teilnahme an Internetforen.

Auch bisher nicht genutzten Anwendungen bringen Onliner zu einem grossen Teil Interesse entgegen. So besitzen von den vorher genannten Nutzungszwecken lediglich Radio/Fernsehen, Herunterladen von Bildern/Musik/Spielen, Telefonieren/Chatten und Internetforen ein Potenzial von weniger als 50 % Interesse (bei Kumulation mit der bisherigen Nutzung), das aber doch mindestens 30 % beträgt. Letzgenannte Anwendungen werden wahrscheinlich als weniger attraktiv empfunden, da sie – abgesehen von den Foren – lediglich einen anderen Zugang zu bereits verfügbaren Inhalten versprechen.

Das Interesse der Offliner an den genannten Anwendungen entspricht einer ähnlichen Prioritätenliste, aber auf deutlich tieferem Niveau. So sind die von Onlinern bereits mehrheitlich genutzten Zwecke auch für rund 30–40 % der Offliner von Interesse, für die übrigen interessieren sich lediglich 10–15 %. Auf das grösste Interesse stossen bei Offlinern Online-Fahrpläne öffentlicher Verkehrsmittel (40 %).

Grundsätzlich lässt sich aus den erweiterten Daten herauslesen, dass Männer in höherem Mass Internetanwendungen bereits genutzt haben als Frauen, was auch mit der generellen geschlechtsspezifischen Verteilung der On- und Offliner einhergeht. Dennoch gibt es unter den Frauen auch einen gewissen Anteil, die diese Anwendungen zwar bisher nicht genutzt haben, aber interessant fänden.

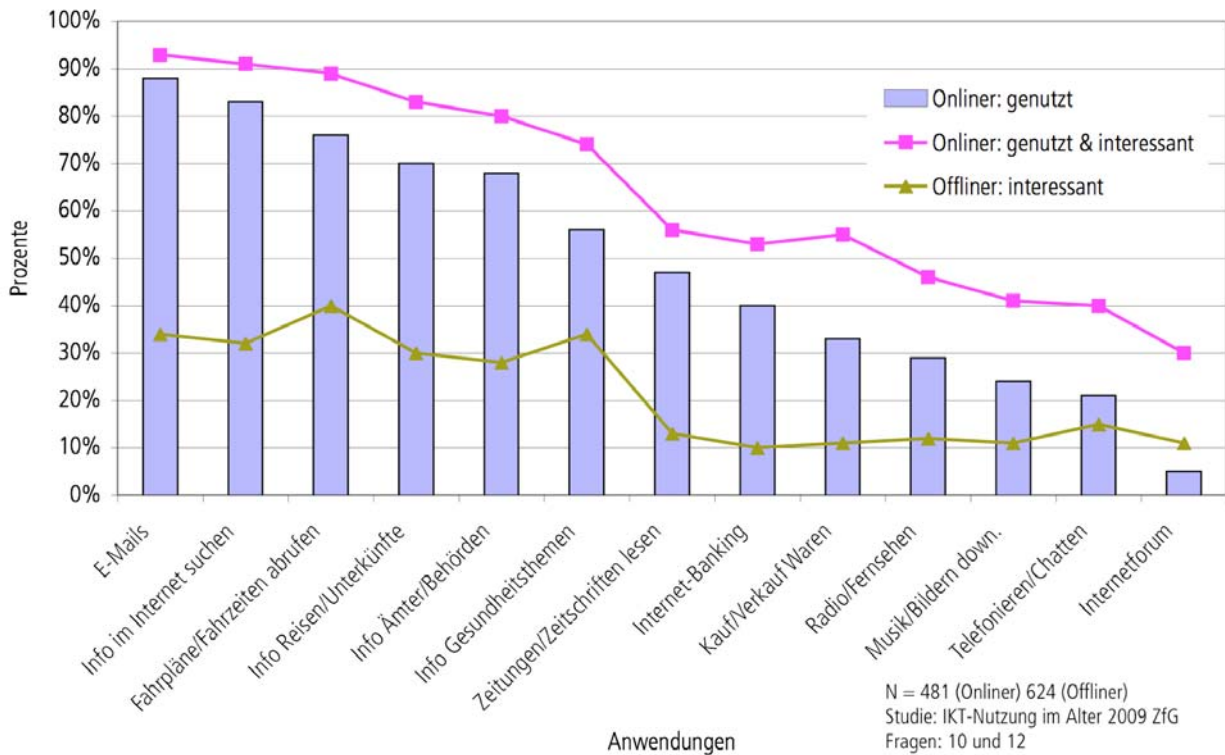


Abb. 10: Genutzte und interessante Internetanwendungen der On- und Offliner

Im Fragebogen wurden anhand von 13 Indikatoren die Gründe (im Sinne konkreter Anwendungszwecke) für die Internetnutzung ermittelt. Es wurden dazu die Internetanwendungen herangezogen, die von den Onlinern wie von den Offlinern bewertet wurden. Zur Strukturierung und Zusammenfassung wurde eine explorative Faktorenanalyse (PCA) der 13 Indikatoren durchgeführt, die 2 Faktoren ergab und mittels einer konfirmatorischen Faktorenanalyse im Wesentlichen bestätigt werden konnten ($\chi^2 = 308.5$, $df = 64$, $p < .01$, CFI = 0.96). Die beiden Faktoren aus der Faktorenanalyse (Tab. 3) können sinngemäss nach klassischen, allgemeinen Such- und Kontaktformen versus spezifischen Anwendungen unterschieden werden.

Tabelle 3: Faktoren der interessanten Internetanwendungen

Faktor 1: Allgemeine Such- und Kontaktformen	Faktor 2: Spezifische Anwendungen
Senden und Empfangen von E-Mails	Telefonieren oder Chatten über das Internet
Fahrpläne oder Fahrzeiten abrufen	Radio hören oder Fernsehen oder Videos sehen über das Internet
Internet-Banking	Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen über das Internet
Informationssuche auf den Internetseiten von Ämtern	Herunterladen von Musik, Bilder oder Spielen
Informationssuche über Gesundheitsthemen	Kauf oder Verkauf von Waren und Dienstleistungen
Informationssuche über Reisen und Unterkünfte	Teilnahme an einem Internetforum
Sonst allgemeine Informationen im Internet suchen	

Es zeigt sich bereits in der prozentualen Verteilung (vgl. Abb. 10), dass die allgemeinen Such- und Kontaktformen von den Onlinern öfter verwendet und von beiden Gruppen als interessanter bewertet

werden als die spezifischen Anwendungen. So scheint im Personenkreis der 65-Jährigen und älteren, dass die alltäglichen Anwendungen, wie Email schreiben oder Fahrpläne im Internet abrufen, einen direkten Nutzen versprechen und somit auch ergänzend zu anderen klassischen Wegen der Informationsbeschaffung positiv wahrgenommen werden. Die spezifischen Anwendungen scheinen in dieser Altersgruppe weniger auf Interesse zu stossen und spiegeln auch vielleicht weniger die alltäglichen Bedürfnisse der Personen in dieser Altersgruppe wieder.

5.3.5 Einstellungen und Meinungen zum Internet

Mit der Zustimmung oder Ablehnung zu einer Reihe von Aussagen sollten die persönliche Einstellung und allgemeine Meinungen zum Internet erfasst werden. Eine erste Aussage: «Das Internet ist anregend und faszinierend». 62 % der Onliner stimmen dem klar zu, hingegen nur – oder immerhin – 36 % der Offliner. Deutlich ablehnend äusserten sich 14 % der Onliner bzw. 44 % der Offliner (Abb. 11).

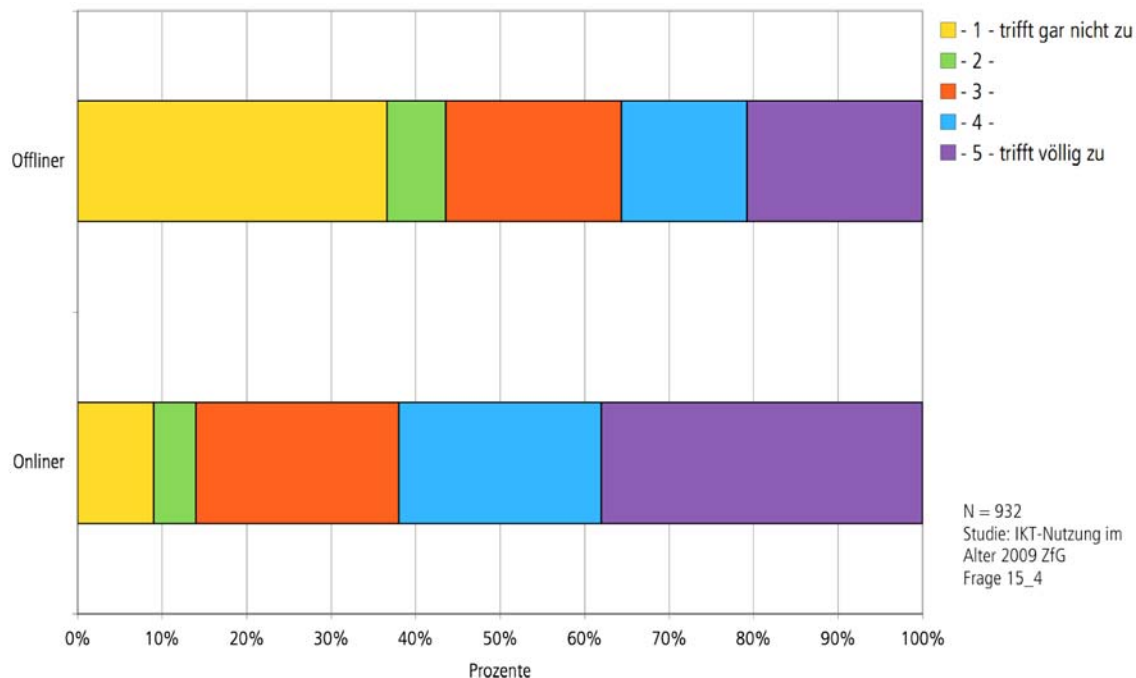


Abb. 11: Aussage «Das Internet ist anregend und faszinierend»

«Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen»: Bezüglich dieser Aussage gibt es keinen nennenswerten Unterschied zwischen On- und Offlinern (Abb. 12). In beiden Gruppen stimmt rund die Hälfte zu, 26–29 % lehnen ab. Beide Gruppen stellen also mehrheitlich ein Defizit an «Altersgerechtigkeit» des Internets fest, und auch unter den Offlinern scheint eine Meinung, das Internet sei grundsätzlich nichts für alte Menschen, nicht mehrheitsfähig zu sein.

Hierbei können zwei Dinge ausschlaggebend für die Beantwortung der Frage gewesen sein: Zum einen bedeutet dies, dass der Zugang für ältere Menschen teilweise eingeschränkt bzw. erschwert ist, aber zu einem vielleicht noch grösseren Teil bedeutet dies auch, dass die Anwendungen und die Internetseiten beispielsweise in ihrer Gestaltung und inhaltlichen Übersichtlichkeit oder auch bezüglich Relevanz nicht altersgerecht erscheinen. Dieser Punkt umfasst den gesamten Themenschwerpunkt «usability», also die Bedienungsfreundlichkeit der Technologie und der Bedienungsoberfläche der Internetseiten (vgl. Begriff des «Ageing-Friendly User Interfaces» bei Maier, 2008).

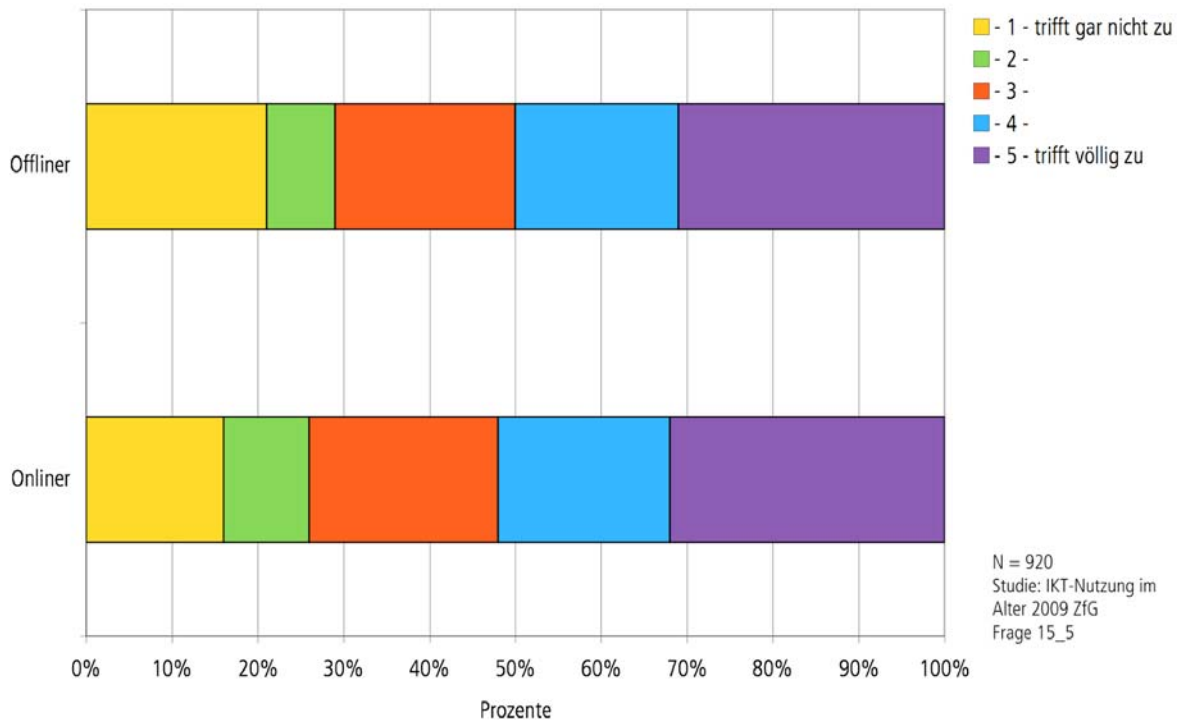


Abb. 12: Aussage «Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen»

«Auch die ‚ältere Generation‘ sollte das Internet nutzen»: Während die vorher genannte Aussage eine Meinung oder Fakten-Einschätzung bezüglich eines möglichen Zustands ausdrückt, geht es hier um eine Norm, um einen Zielzustand. Hier unterscheiden sich denn auch wieder die On- und Offliner: Über drei Viertel der Onliner stimmen klar zu, während bei den Offlinern mit 42 % zwar ebenfalls mehr zustimmen als ablehnen, die Aussage aber doch bei einem Viertel auf Widerstand stösst (Abb. 13).

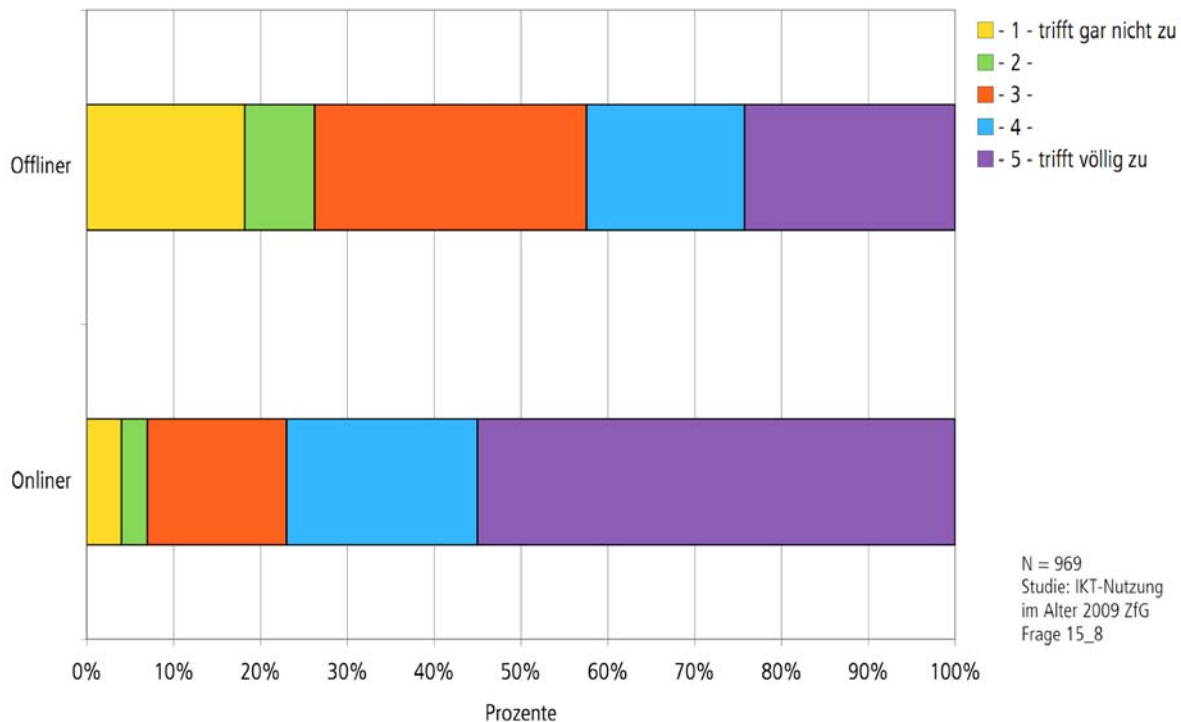


Abb. 13: Aussage «Auch die ‚ältere Generation‘ sollte das Internet nutzen»

Eine weitere eher normative Aussage zum Internet ist die folgende: «Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können». Hier zeigt sich, wie in Abbildung 14 abzulesen ist, dass Onliner und Offliner diese Aussage eher ablehnen (48 % zu 69 %), dennoch 29 % der Onliner und 17 % der Offliner sagen, dass diese Aussage für sie zutrifft. Hier kann in einer erweiterten Auswertung der Frage nachgegangen

werden, ob Personen mit einem grösseren Nutzerumfeld bei Freunden und Verwandten dieser Aussage eher zustimmen, da dort vermutlich das Internet selber, aber auch via Internet vermittelte Inhalte, stärker zum Gesprächsthema geworden sind als bei Nichtnutzern in einem Offliner-Umfeld.

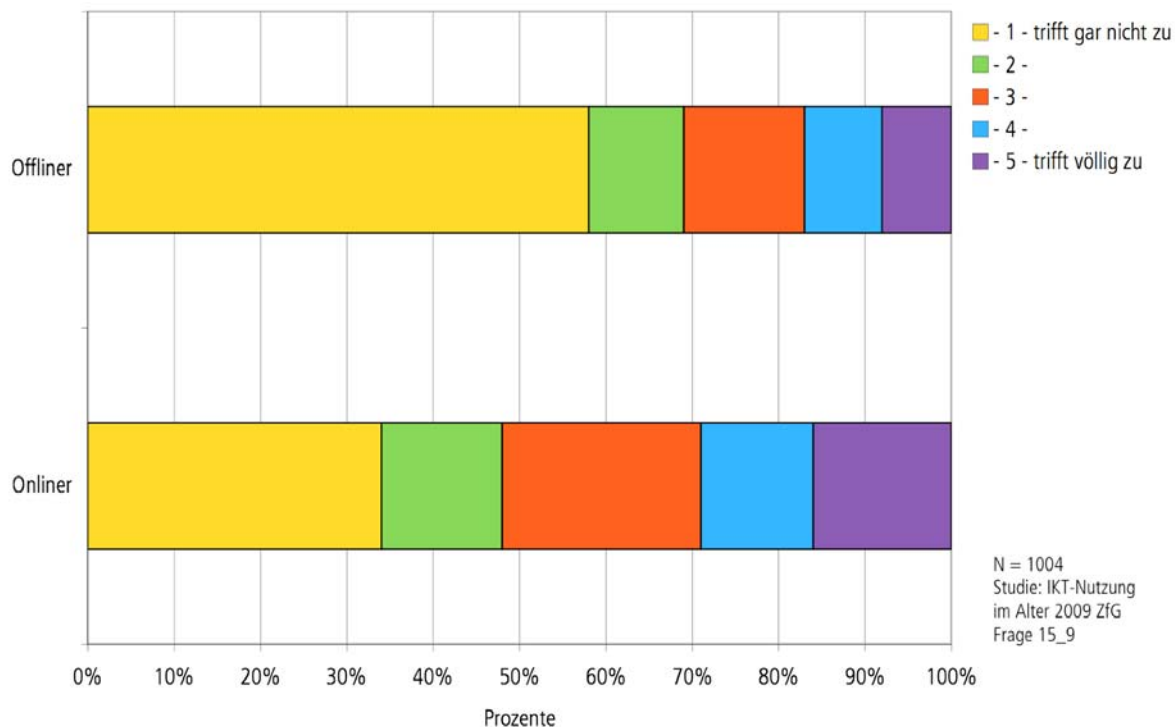


Abb. 14: Aussage «Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können»

Bei den übrigen Aussagen innerhalb dieses Fragenkomplexes ergibt sich ein ähnliches Bild wie bereits beschrieben. Es zeichnet sich generell ab, dass Onliner den positiven Aussagen zum Internet eher als Offliner zustimmen. Dies sind Aussagen wie: «Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen» und «Das Internet erspart viel Lauferei». Bei eher negativ ausgerichteten Aussagen wie «Ich befürchte, dass ich vom Internet abhängig werde», «Das Internet ist eine Modeerscheinung, die wieder vorbei geht» und «Das Internet ist Zeitverschwendung» waren es die Offliner, die diese Aussagen eher als zutreffend bewertet haben. Dennoch ist auch festzustellen, dass die Waage zwischen Onlinern und Offlinern nicht übermässig ausschlägt und dass es bei Offlinern auch einen nennenswerten Anteil gibt, der die Aussagen ähnlich wie Onliner bewertet.

Im Themenbereich der Einstellungen zum Internet wurden in einem weiteren Fragenkomplex die direkten Auswirkungen des Internets und dessen Einfluss auf das eigene Leben erfragt. Eine erste Aussage, die entweder abgelehnt oder der zugestimmt werden konnte, hiess: «Die Verwendung des Internets gibt mehr Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens». Bei dieser Aussage war keine Differenzierungsmöglichkeit, auch keine Mittelposition vorgesehen. Sie wird zwar insgesamt mehrheitlich abgelehnt (58 %), doch geben ihr 53 % der Onliner und ein Drittel der Offliner Recht (Abb. 15).

Die beiden anderen dazugehörigen Aussagen wurden ähnlich, aber mit einer etwas geringeren generellen Zustimmung bewertet. So wurde der Aussage «Die Verwendung des Internets gibt mehr Sicherheit im Leben» von 31 % der Onliner und 17 % der Offliner zugestimmt. Eine Zustimmung von 44 % bei den Onlinern und 38 % bei den Offlinern erhielt die Aussage «Die Verwendung des Internets gibt mehr Einfluss auf das eigene Leben».

Somit konnten mit diesen drei Fragen drei Dimensionen erfragt werden: genereller Einfluss, Sicherheit und Freiheit. Alle drei Bereiche wurden von den Onlinern zu mehr als einem Drittel und von einer doch nennenswerten Anzahl der Offliner (17 % – 38 %) bejaht. Die Antworten auf diese Einstellungsfragen bestärken die Vermutung, dass mindestens ein Drittel der heutigen Offliner motiviert ist, den Einstieg in die Internetnutzung zu wagen und in der Anwendung des Internets einen direkten Nutzen für die Gestaltung des eigenen Lebens vermutet.

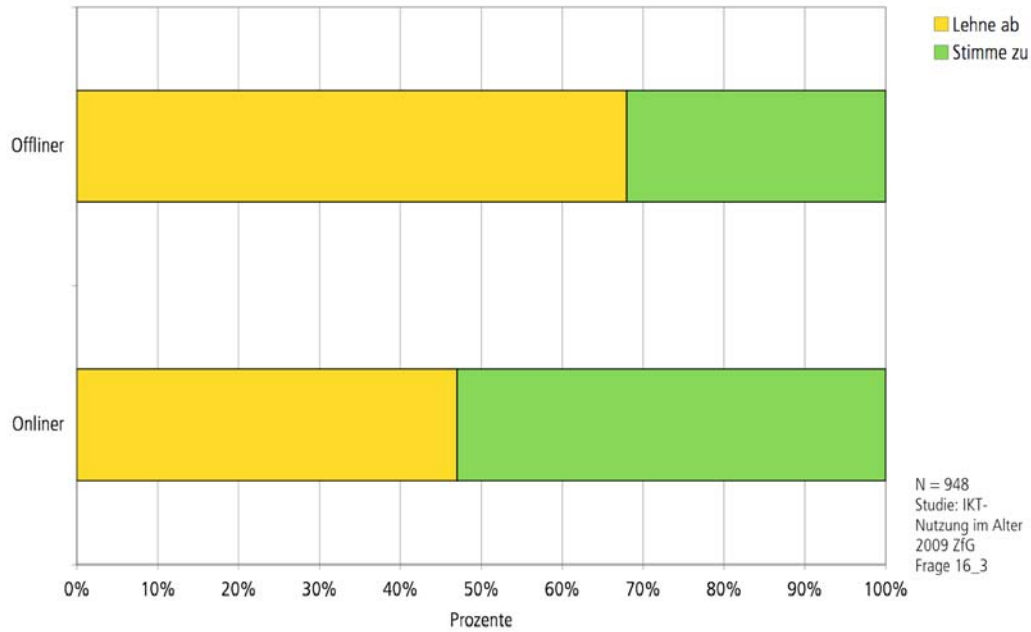


Abb. 15: Aussage «Die Verwendung des Internets gibt mehr Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens»

5.3.6 Zukünftige Nutzungsabsicht oder -erwartung

Als letzte der unmittelbar internet-bezogenen Fragen wurde die Frage vorgelegt: «Was denken Sie: Werden Sie selber in Zukunft (resp. weiterhin) das Internet nutzen?». Der Unterschied zwischen On- und Offlinern könnte nicht krasser sein: 97 % der Onliner, aber nur (oder doch immerhin) 12 % der Offliner bejahten die Frage (Abb. 16).

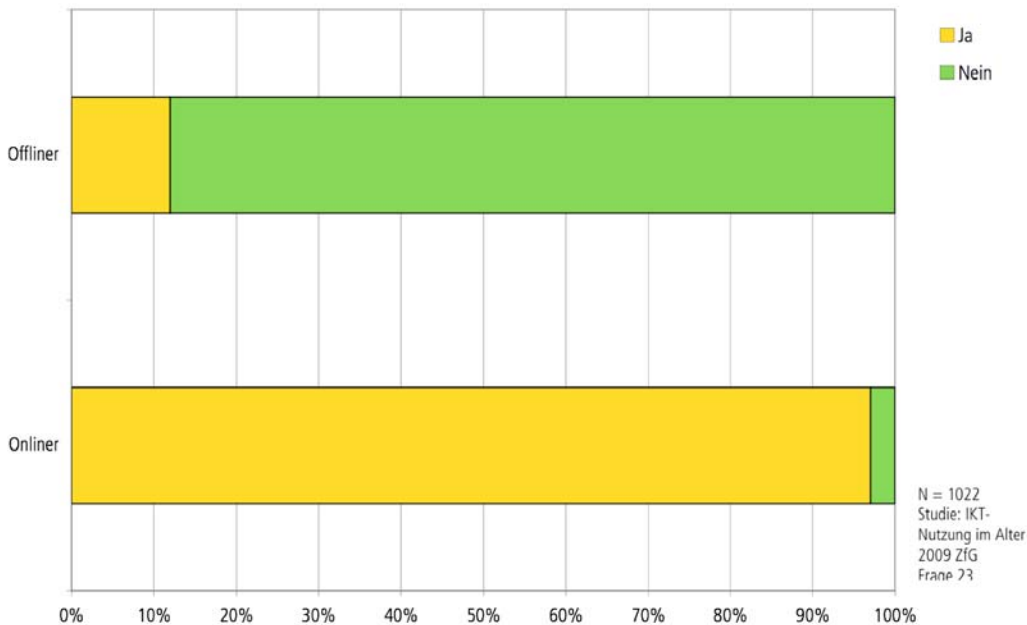


Abb. 16: Individuelle Internetnutzung in der Zukunft

Wenn man diese selbstdeklarierte Zukunftserwartung als Absicht zum Nennwert nähme, würde das bedeuten, dass alle Massnahmen zur Erleichterung des Zugangs nur eine kleine Gruppe ansprechen könnten. Allerdings ist ungeklärt, ob die geringe Nutzungserwartung der Offliner Ausdruck einer «Verweigerung» oder aber einer Resignation angesichts von Hindernissen ist. Die Frage nach dem Potenzial der zukünftigen Internetnutzung wird noch wiederholt diskutiert werden.

5.4 Einstellungen zu Technik und Medien allgemein

5.4.1 Einstellung zu Technik

Die Vermutung liegt nahe, dass Internetnutzung etwas mit genereller Technikaffinität zu tun hat. Tatsächlich lehnt eine knappe Mehrheit der Offliner die Aussage «Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge» deutlich ab, während das nur 12 % der Onliner tun. Letztere stimmen der Aussage zu 59 % zu (Offliner: 24 %). Die übrigen 24 – 29 % nehmen eine mittlere, unentschiedene oder ambivalente Position ein (Abb. 17).

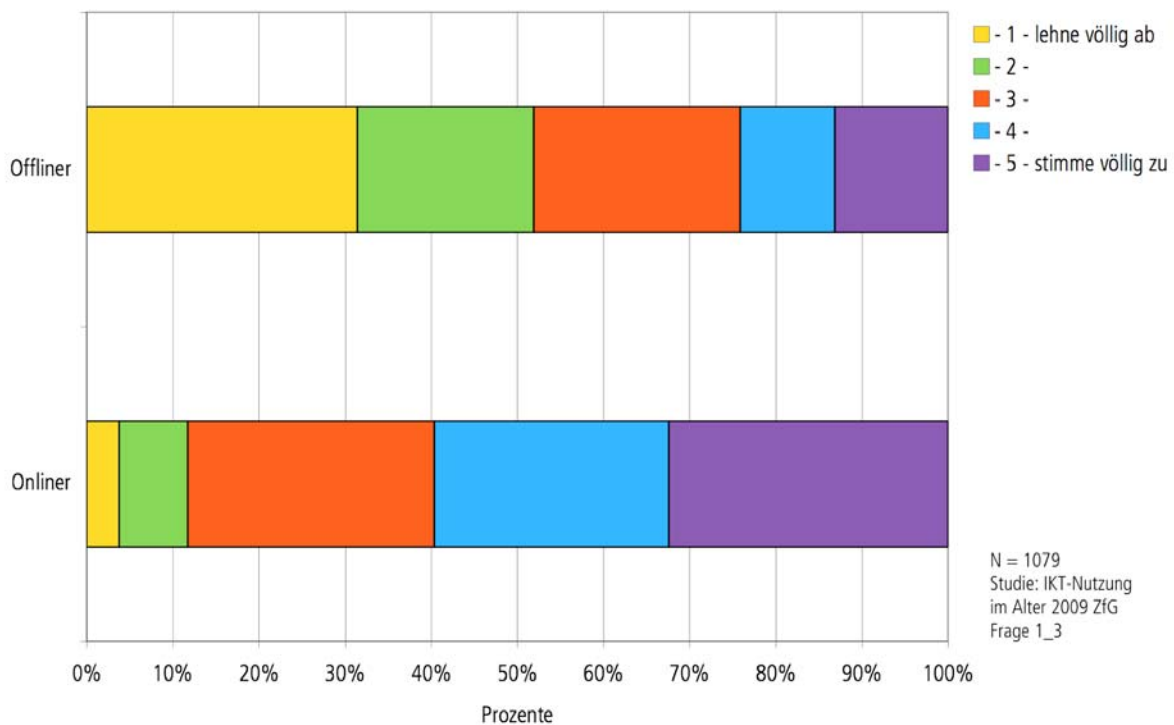


Abb. 17: Aussage «Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge»

Ein ähnliches Verteilungsbild zwischen Onlinern und Offlinern bei der Einstellung zu Technik zeigt die zweite Aussage innerhalb dieses Fragenkomplexes: «Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen». Zwar stimmen hier beide Gruppen mehrheitlich der Aussage zu (62 % aller befragten Personen), die Onliner stimmen jedoch häufiger zu als Offliner (73 % zu 54 %). Die letzte Aussage «Der technische Fortschritt muss immer weiter gehen» verhält sich ähnlich und wird von 71 % der Onliner und 57 % der Offliner mit Zustimmung bewertet.

Indessen ist zu betonen, dass sich die Einstellungsfragen in diesem Komplex auf alle technischen Geräte beziehen und der Computer und das Internet darin nur einen Teil darstellen.

5.4.2 Bedienung technischer Geräte

Um die generelle Kompetenz und Einstellung zu technischen Geräten jeglicher Art allgemein und grob bei den Befragten zu erfassen, wurde folgende Frage gestellt: «Ganz allgemein gefragt: ist die Bedienung moderner technischer Geräte für Sie ‚eher schwierig‘ oder ‚eher leicht‘?». Insgesamt schätzen alle befragten Personen die Bedienung mehrheitlich als eher schwierig ein. Onliner sehen diese Schwierigkeiten weniger als Offliner (45 % zu 81 %), wie dies Abbildung 18 visualisiert. Dieses Bild der ungleich verteilten Technikkompetenzen zeigt sich auch später im Bereich der Ressourcen.

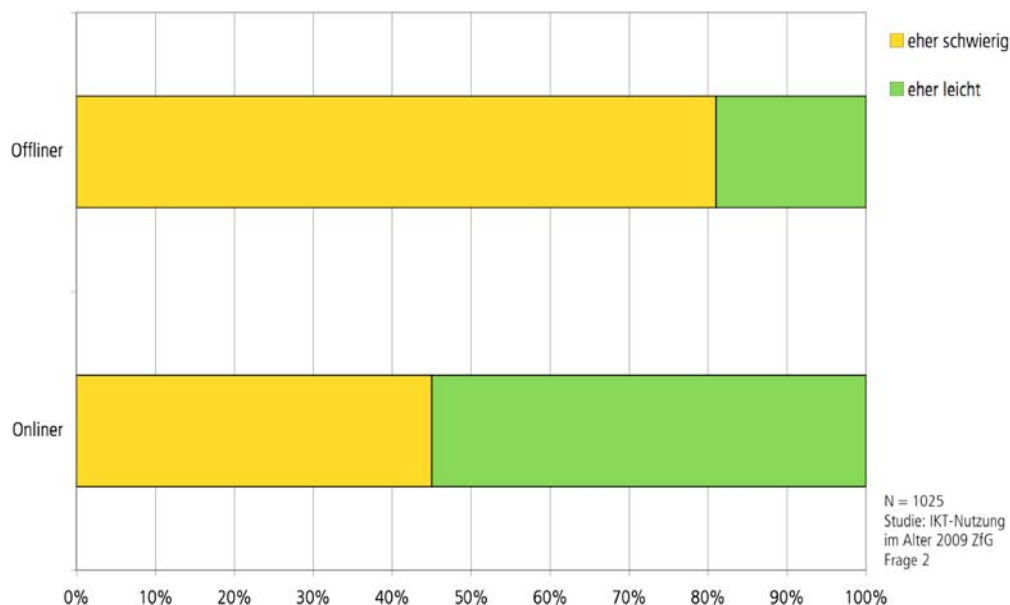


Abb. 18: Bedienung moderner technischer Geräte

5.5 Befürchtungen und Ängste

5.5.1 Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung

In formal ähnlicher Weise wie nach den Anwendungen wurden On- und Offliner nach aktuellen oder früheren Schwierigkeiten bei der Internetnutzung beziehungsweise nach den Gründen gefragt, das Internet nicht zu nutzen.

Absolute Spitzenreiter aktueller Schwierigkeiten bei der Nutzung des Internets (Abb. 19) sind für Onliner Sicherheitsbedenken (bezüglich Datensicherheit oder Internetkriminalität): Dies bestätigten 55 % der Nutzer/innen. Es folgt Angst vor technischen Problemen (29 %), Kompliziertheit der Benutzung und geringe Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet (je 22 %). Alle weiteren möglichen Schwierigkeiten wie Kosten für Anschluss und Hardware, unanständige Inhalte, Schwierigkeiten mit dem eigenen Gedächtnis, Zeitknappheit, Aufwand des Erlernens, fehlende Unterstützung, sensorische (Sehen, Hören) oder taktile Probleme (Finger, Hand) wurden von deutlich unter 20 % der Onliner als aktuelle Schwierigkeiten genannt.

Etwas anders sieht die Struktur aus, wenn die Onliner über frühere, aber überwundene Schwierigkeiten berichten. Hier werden am häufigsten angegeben: Kompliziertheit der Benutzung (20 %), Aufwand des Erlernens (17 %), Angst vor technischen Problemen und Kosten (je 11 %). Dies sind also die Bereiche, wo Schwierigkeiten am stärksten reduziert werden konnten.

Beide Aspekte zusammen – aktuelle und frühere, aber überwundene Probleme der Onliner – können Hinweise geben darauf, welche Hindernisse Offlinern im Wege stehen. Tatsächlich ähnelt die Struktur der Gründe, die Offliner für die Nichtnutzung angeben, den aktuellen oder früheren Schwierigkeiten der Onliner, allerdings auf generell etwas höherem Niveau: Die Befürchtungen und Hindernisse der Offliner scheinen etwas stärker zu sein als diejenigen der heutigen Onliner, als diese den Einstieg ins Internet suchten. Erheblich stärker sind zwei Gründe: die Kompliziertheit der Benutzung (71 %) und der Aufwand des Erlernens (60 %). Dann folgen auch bei den Offlinern, mit dem genau gleichen Anteil wie bei den heutigen Onlinern, Sicherheitsbedenken (60 %), sowie die Angst vor technischen Problemen (51 %). Kompliziertheit, Lernaufwand und Sicherheitsbedenken sind also dominante Zugangshindernisse.

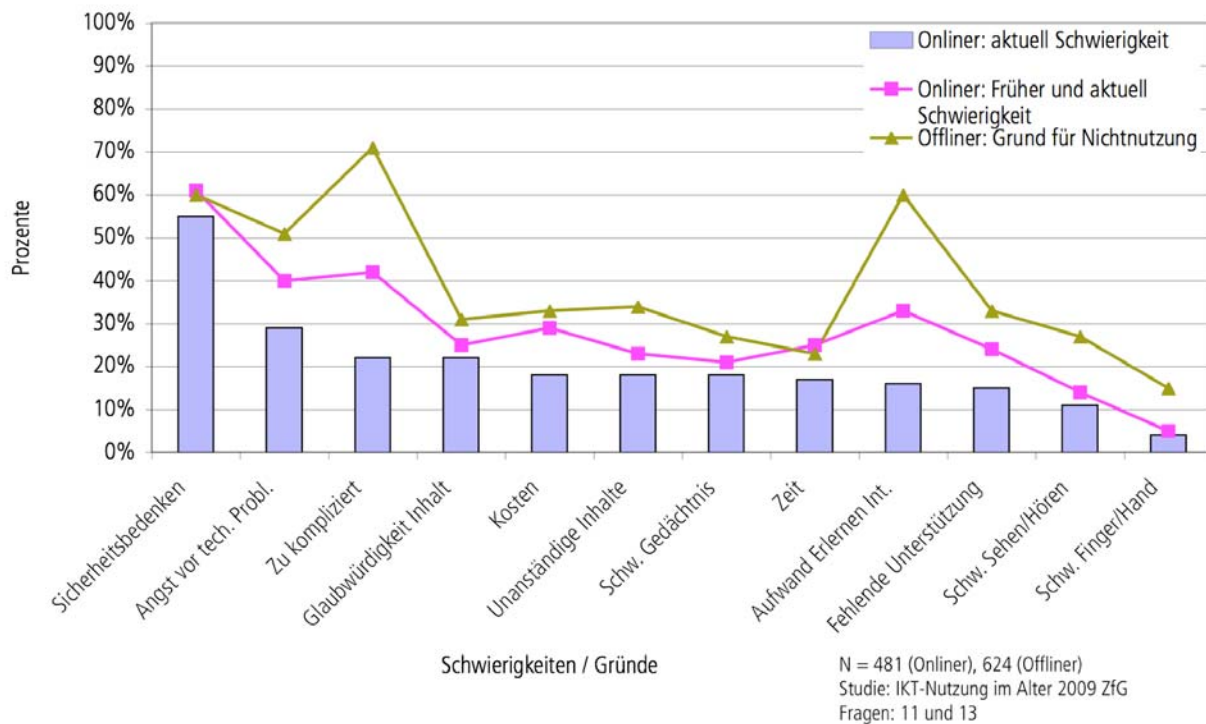


Abb. 19: Schwierigkeiten der Internetnutzung und Gründe der Nichtnutzung

Mit Ausnahme der Sicherheit, die ein dominantes Thema bleibt, zeigen die Erfahrungen der Onliner, dass genau diese Hindernisse, die viel mit sich selbst zugeschriebenen Kompetenzerwartungen (bzw. deren Mangel) zu tun haben, durch die Nutzung selbst am stärksten zurückgehen.

Die Kosten für den Internetanschluss und den Computer stehen oder standen für beide Gruppen als Hindernisse nicht an erster Stelle, sind aber mit 29 % (Onliner aktuell oder früher) bzw. 33 % (Offliner) auch nicht zu vernachlässigen.

Bei der Nutzung des Internets können also jeweils 12 vergleichbare Schwierigkeiten für Onliner und Offliner auftreten. Um diese 12 Einzelbereiche auf ihre internen Zusammenhänge zu prüfen und eine vereinfachte Struktur (hinsichtlich einer möglichen Skalierung und weiteren Analyse) zu bilden, wurden Faktorenanalysen durchgeführt. Eine explorative Faktorenanalyse der Indikatoren ergab zwei mögliche Lösungen mit 3 oder 4 Faktoren. Die konfirmatorische Faktorenanalyse ergab, dass das Modell mit den 4 Faktoren nicht zulässig ist, da ein Faktor «Kosten/Zeit» mit zwei Indikatoren unteridentifiziert ist. Das Modell mit 3 Faktoren hat sich jedoch bestätigt und zeigt einen guten Modellfit ($\chi^2 = 188.6$, $df = 51$, $p < .01$, CFI = 0.96). Die drei reduzierten Faktoren können mit «Kosten/Sicherheit/Zeit», «Sensomotorik» und «Lernen/Technik» betitelt werden (Tab. 4).

Tabelle 4: Faktoren der Schwierigkeiten

Faktor 1: Kosten/Sicherheit/Zeit	Faktor 2: Sensomotorik	Faktor 3: Lernen/Technik
Zu hohe Kosten für Internetanschluss	Schwierigkeiten mit dem Sehen oder Hören	Die Benutzung ist zu kompliziert
Nicht genügend Zeit zur Nutzung	Probleme mit den Fingern oder der Hand	Angst vor technischen Problemen
Unanständige Inhalte		Probleme mit dem Gedächtnis
Sicherheitsbedenken im Internet		Zu hoher Aufwand beim Erlernen
Geringe Glaubwürdigkeit der Informationen		Fehlende Unterstützung beim Umgang

In einer gemäss diesen drei Faktoren zusammengefassten Sicht zeigt sich, dass der Bereich «Lernen/Technik», gefolgt von «Kosten/Sicherheit/Zeit» von beiden Gruppen deutlich häufiger als Schwierigkeit wahrgenommen werden als die «Sensomotorik». Das heisst, an erster Stelle werden kognitive Schwierigkeiten genannt, sei es wegen zu komplizierter Angebote, sei es wegen eigener Unzulänglichkeiten; ebenfalls häufig genannt werden externe Gründe, die nicht mit eigenen Kompetenzen, sondern mit den Inhalten, den Kosten oder auch der verfügbaren Zeit zu tun haben. Im engeren Sinn «altersbe-

dinge» physische/sensorische Gründe werden eher selten als Grund, das Internet nicht zu nutzen oder als Schwierigkeit bei der Benutzung angegeben.

5.5.2 Soziale Teilhabe durch Internetnutzung

«Fühlen Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen, weil Sie das Internet nicht nutzen?» beziehungsweise «Würden Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen, wenn Sie das Internet nicht mehr nutzen könnten?»: Diese direkte, mit Ja oder Nein zu beantwortende Frage an Offliner respektive an Onliner zielt ins Zentrum des bereits eingangs vorgestellten Anliegens der e-Inclusion-Initiative. Vielleicht vorerst beruhigend: Beide Gruppen verneinen die Frage mehrheitlich, nämlich zu 84 % (Offliner) bzw. 68 % (Onliner); siehe Abbildung 20.

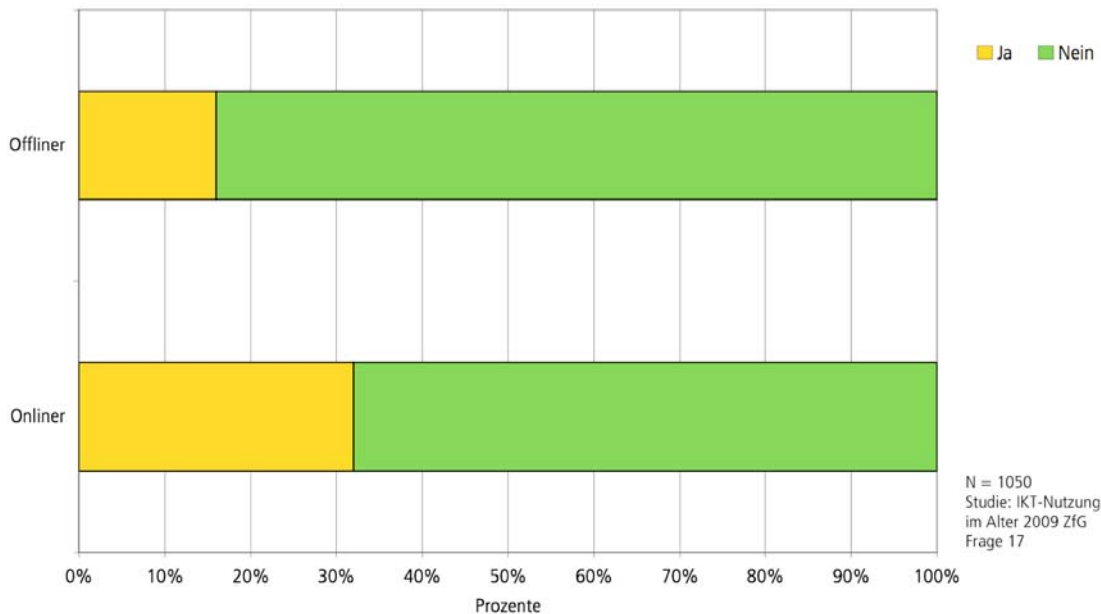


Abb. 20: Gefühl der Ausgeschlossenheit aus der Gesellschaft bei Nichtnutzung des Internets

Trotzdem ist in der Selbstwahrnehmung eines Teils der Befragten die Gefahr eines Ausschlusses präsent; vermehrt so bei Onlinern, für die der Verlust des Internetzugangs auch einen Verlust an heute bestehenden Kommunikationsmöglichkeiten bedeuten könnte. Dies könnte beispielsweise heissen, dass bestimmte Kontakte mit Freunden oder Familienangehörigen bisher über das Internet erfolgt sind und diese dann bei einer Nichtnutzung des Internets erschwert würden. Auf der anderen Seite kann auch eine allgemeine Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und an Informationen, die teilweise nur über das Netz verfügbar sind, bei einer Nichtnutzung in Frage gestellt sein, was zu einer indirekten Isolation oder Ausgrenzung führen könnte. Ausserdem liegt bei einem eigenen Onlinerumfeld die Vermutung nahe, dass man dann nicht mehr «mitreden» kann über bestimmte Erlebnisse mit dem Internet oder über Informationen aus diesem Medienpool.

5.6 Ressourcen, Kompetenzen und Kompetenzerwartungen

5.6.1 Bildung und Einkommen als Ressourcen

Für die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien wie dem Internet werden bestimmte grundlegende Ressourcen benötigt. Neben der Bildung ist es vor allem das Einkommen, das eine wichtige Ressource für die Internetnutzung sein kann. Es zeigt sich, wie in den Abbildungen 21 und 22 zu sehen ist, dass Onliner besser gebildet sind und mehr Einkommen zur Verfügung haben. 34 % der Onliner haben eine akademische Ausbildung (Offliner: 10 %). Dahingegen haben 33 % der Offliner nur die Sekundarstufe I abgeschlossen (Onliner: 8 %). 7 % der Offliner haben nur ein Einkommen von bis CHF 1500 (Onliner: 2 %). Nur 41 % der Offliner haben selber ein Einkommen von

über CHF 2500 zur Verfügung (Onliner: 58 %). Das persönliche Einkommen wurde durch Teilung des Haushaltseinkommens durch die Anzahl Personen im Haushalt berechnet.

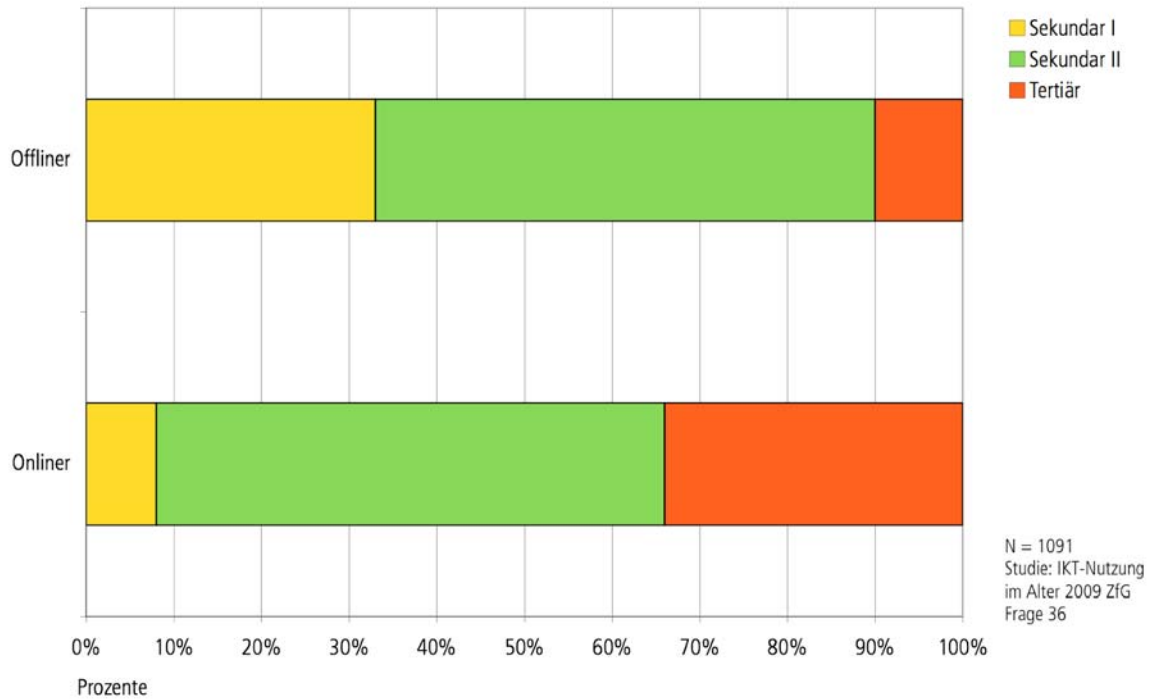


Abb. 21: Ressource Bildung

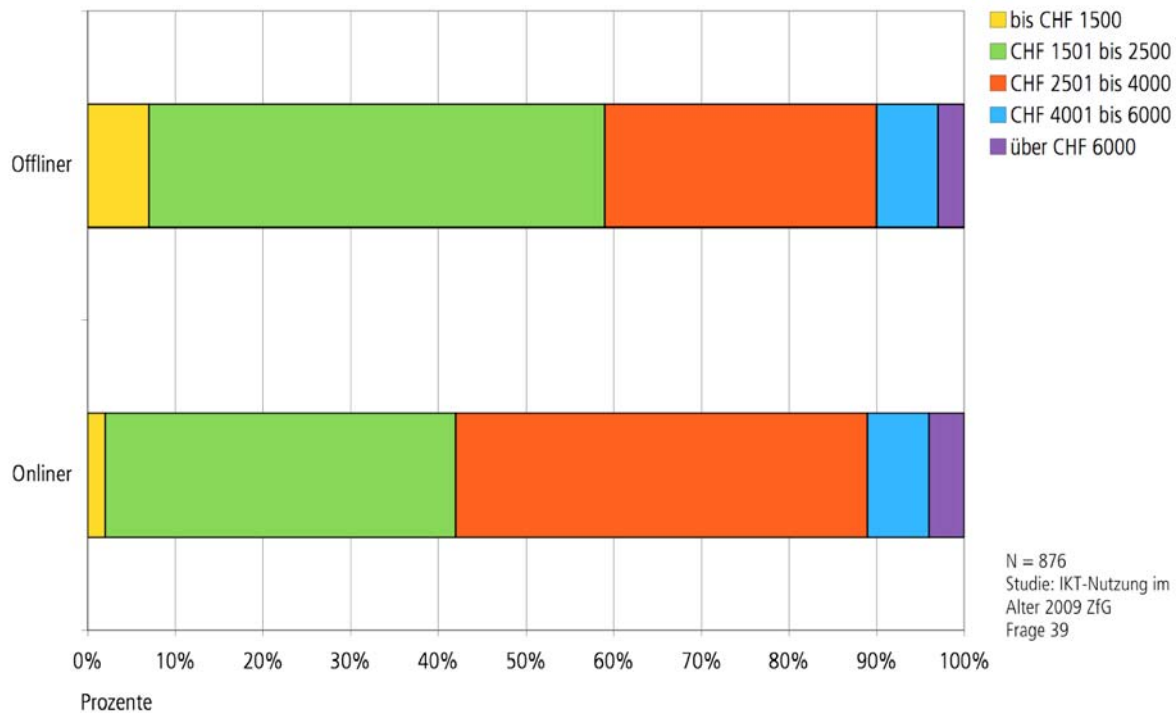


Abb. 22: Ressource Pro-Kopf-Einkommen

5.6.2 Computernutzung vor dem AHV-Alter

Rund die Hälfte der Befragten benutzte den Computer (nicht unbedingt das Internet) bereits vor dem AHV-Alter mindestens gelegentlich. Auch hier besteht eine deutliche Altersabhängigkeit: für 65–69-Jährige trifft das zu 66 %, für ab 85-Jährige zu 13 % zu (Abb. 23). Trotzdem sind die Kategorien ‚aktuelle Internetnutzung‘ und ‚frühere Computernutzung‘ nicht deckungsgleich; auch von den aktuellen Offlinern hatten 11 % den Computer viel, weitere 12 % wenig benutzt. Die Verteilung bei den Onlinern sieht dort schon eindeutiger aus: 54 % hatten den Computer viel, und noch 28 % zumindest wenig vor

dem AHV-Alter genutzt. Auch zeigt sich hinsichtlich des Geschlechts der befragten Person, dass Männer im Vergleich zu Frauen eher den Computer vor dem AHV-Alter genutzt hatten.

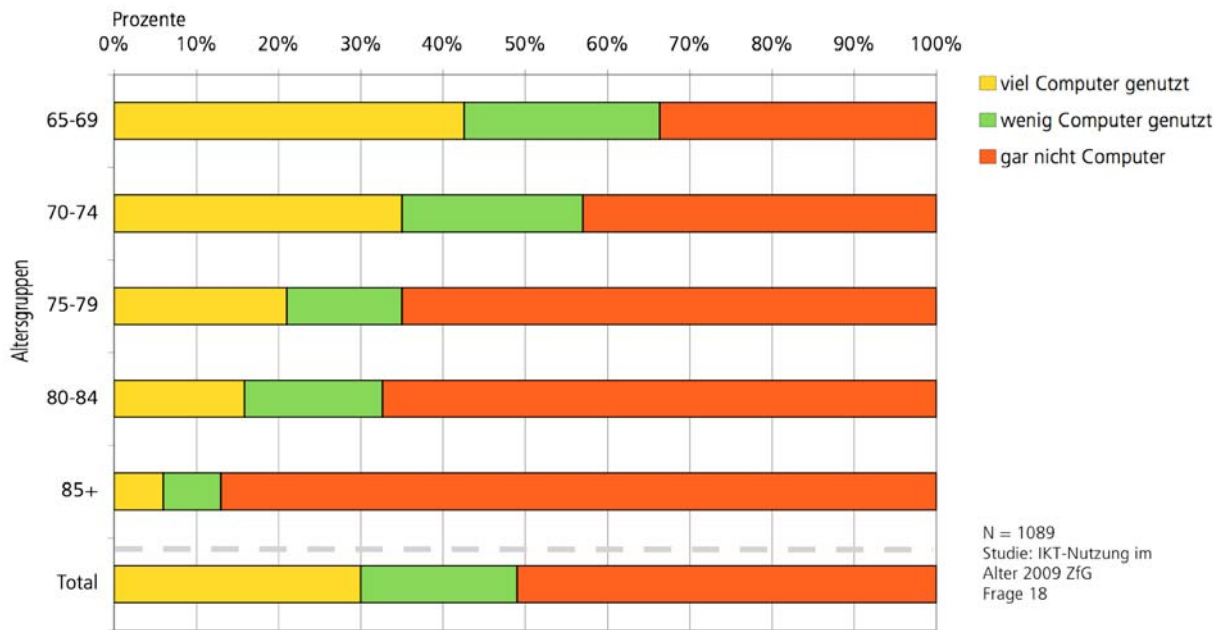


Abb. 23: Computernutzung vor dem AHV-Alter, nach aktuellem Alter

5.6.3 Zeitraum der Internetnutzung

Fast die Hälfte der Onliner nutzt das Internet seit mehr als 10 Jahren, ein Viertel seit 5–10 Jahren, ein weiteres Fünftel seit 1–5 Jahren, immerhin 5 % seit weniger als einem Jahr. Interessanterweise sind nicht die 65–69-Jährigen die längsten Nutzer/innen, sondern die 70–74-Jährigen (Abb. 24). Dies könnte darauf hinweisen, dass einige in dieser Altersgruppe nach der Pensionierung leichter verfügbare Zeit für den Einstieg in das Internet investiert haben. Ansonsten gilt auch hier (für die Onliner) die Regel: je älter, desto weniger lange Erfahrung mit dem Internet. Dass es möglich ist, sich auch im fortgeschrittenen Alter Internetkenntnisse anzueignen, belegt die Tatsache, dass gerade im Alter ab 80 Jahren besonders viele das Internet seit weniger als einem Jahr verwenden.

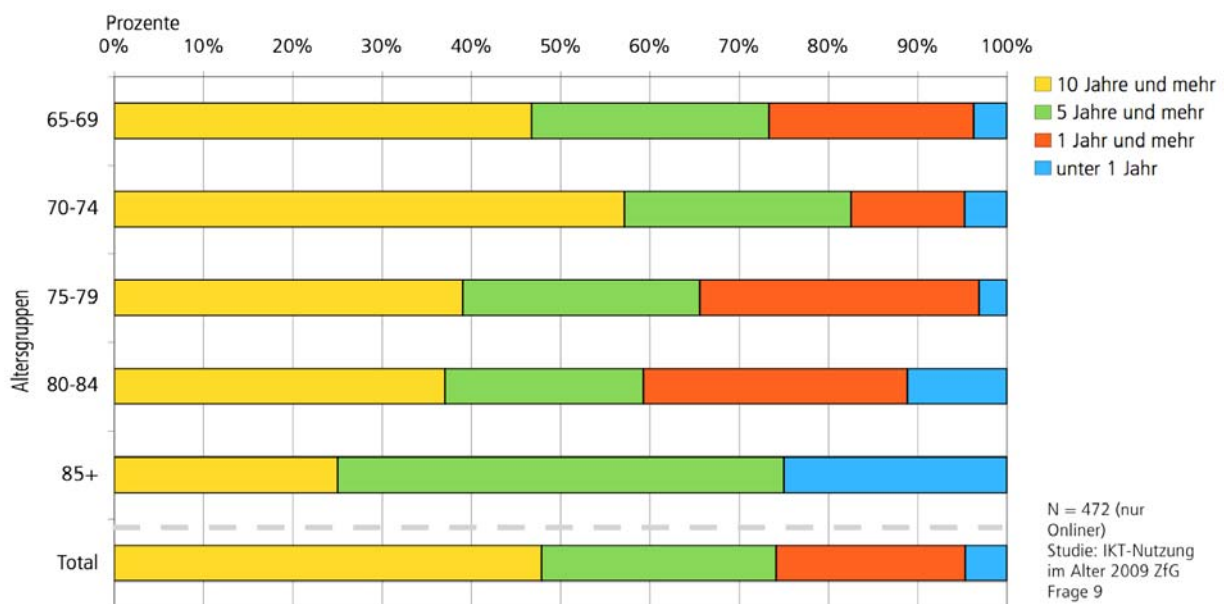


Abb. 24: Seit wie vielen Jahren wird das Internet genutzt?

5.6.4 Zahlungsbereitschaft für den Internetzugang

Was wäre einem der Internetzugang wert, was würde man maximal pro Monat dafür ausgeben? Diese Frage wurde offen gestellt, ohne vorgegebene Frankenbeträge. Die Gruppierung der Geldbeträge, wie sie in der Abbildung 25 zu sehen sind, wurden im Nachhinein erstellt. Die Angaben der Onliner auf diese Frage dürften bei den meisten in etwa dem aktuellen Status Quo ihrer laufenden Ausgaben entsprechen. 7 % würden dafür nichts ausgeben, 39 % bis zu 39 Franken, 46 % zwischen 40 und 79 Franken, die übrigen 8 % auch mehr. Im krassen Kontrast dazu stehen die Angaben der Offliner: Zwei Drittel von ihnen sind nicht bereit, irgendeinen Geldwert für den Internetzugang und die Hardware zu bezahlen. 17 % würden maximal bis zu 39 Franken ausgeben und nur weitere 17 % 40 Franken und mehr.

Die Zahlungsbereitschaft der Offliner gibt zweifellos einen guten Indikator für eine potenzielle Nutzung ab: Wer bereit ist, Geld für etwas auszugeben, dem ist das dafür Erworbene etwas wert. Das genannte Drittel dürfte daher eine vorsichtige Schätzung des Anteils der Offliner darstellen, die am Internet interessiert sind und für die ein Einstieg in dieses Medium nahe liegt. Auf diese Vermutung wird in der vertiefenden Analyse weiter eingegangen.

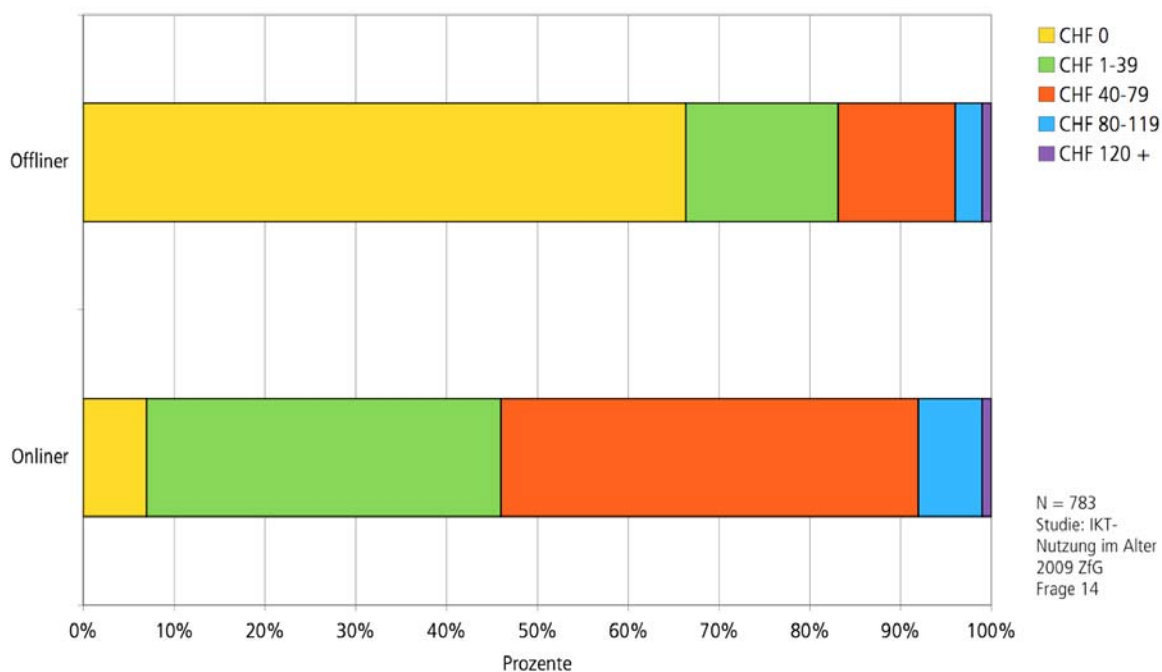


Abb. 25: Zahlungsbereitschaft für Internetzugang

5.7 Soziales Netz und Unterstützung

5.7.1 Umfeld und soziale Unterstützung der Internetnutzung

Die Internetnutzung des eigenen unmittelbaren sozialen Umfelds (Lebenspartner/in, Kinder, Enkel, Geschwister, Freundeskreis) dürfte mit der eigenen Nutzungsbereitschaft und tatsächlichen Nutzung zusammenhängen, so lautete eine Hypothese der Studie. Zur Prüfung wurde die Frage gestellt, ob diese Kontaktgruppen das Internet mehrheitlich gar nicht bis sehr stark nutzten. Unter Berücksichtigung der Existenz jedes Personenkreises zeigt sich tatsächlich ein solcher Zusammenhang: Besonders in der gleichen Generation (Lebenspartner/in, Geschwister, Freundeskreis) ist die Nutzung im Umfeld der Onliner rund doppelt so stark wie im Umfeld der Offliner. So zeigen die Daten (Abb. 26) dass bei den Onlinern zu 34 % die/der Lebenspartner/in, zu 37 % die Geschwister und zu 61 % der Freundeskreises das Internet stark bis sehr stark nutzen.

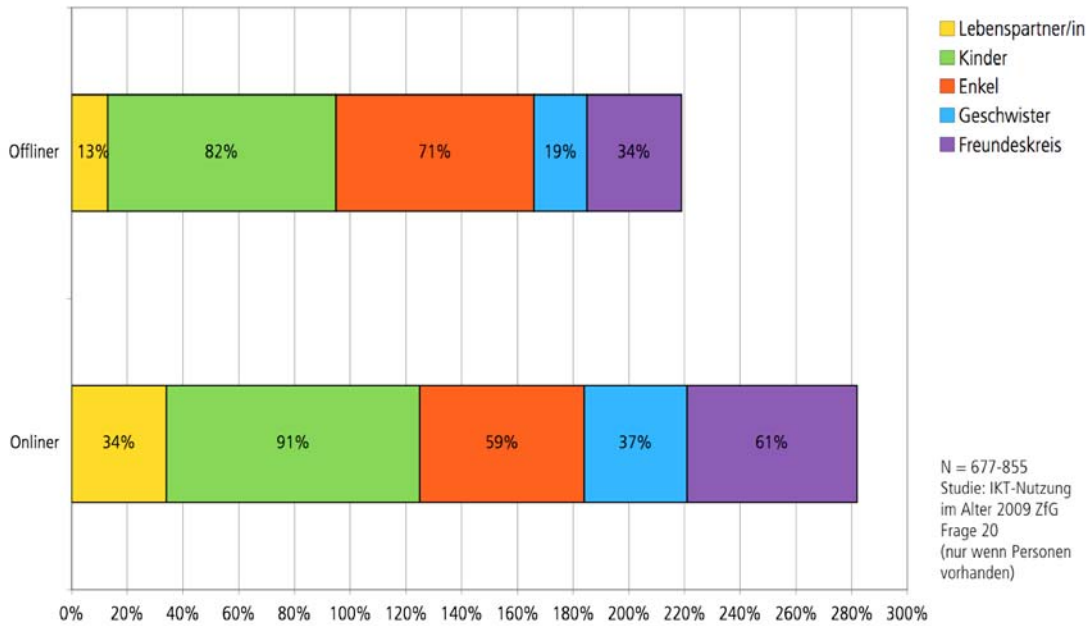


Abb. 26: Internetnutzung im sozialen Umfeld: Anteile der mehrheitlich starken Nutzung in verschiedenen Kontaktgruppen

Dieser Zusammenhang gilt hingegen nicht für die Folgegenerationen (Kinder, Enkel). 91 % der Onliner, aber auch 82 % der Offliner sagten, ihre Kinder nutzten das Internet stark oder sehr stark. Enkel der Offliner (71 % starke Nutzung) scheinen das Internet sogar intensiver zu nutzen als Enkel der Onliner (59 % starke Nutzung). Dazu sei eine mit unseren Daten nicht eindeutig belegbare Vermutung gewagt: Unter Onlinern sind «junge Alte» unter 70 doppelt so stark vertreten wie unter Offlinern; daher dürften sich die Enkel zum Teil noch in einem Alter befinden, in der eine starke Internetnutzung als nicht angezeigt gilt.

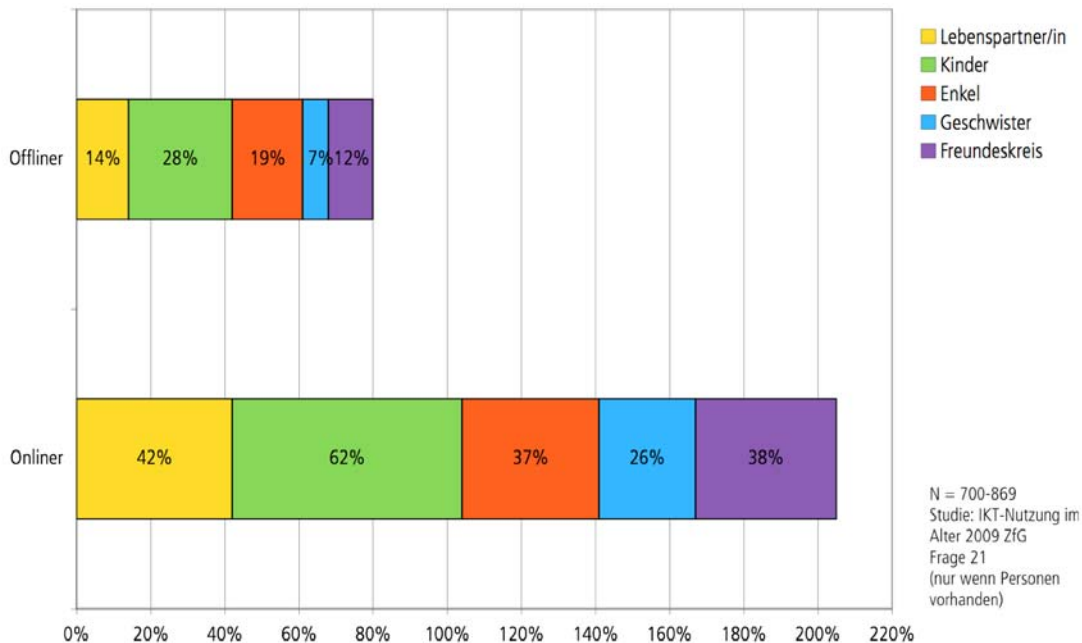


Abb. 27: Zuraten des sozialen Umfelds zum Internet: Anteile der Kontaktgruppen, die positiv zur Nutzung raten

Die effektive Nutzung im sozialen Umfeld ist die eine Seite, die Empfehlungen an die eigene Person durch das soziale Umfeld die andere. Die Befragten wurden gebeten, über die Stellungnahme dieser Personenkreise Auskunft zu geben; darüber, ob sie ihnen mehrheitlich von der Internetnutzung sehr abraten bis sehr zuraten, oder ob sie sich nicht dazu äussern. In dieser Hinsicht sind die Unterschiede zwischen On- und Offlinern ausserordentlich stark (Abb. 27): Aus allen Generationen erfolgen zwei bis drei Mal häufiger positive, anratende Signale an die Onliner als an die Offliner. Explizit abratende

Empfehlungen sind auch bei Offlinern eher selten, doch ist es bei ihnen Standard, dass sich die Kontaktgruppen dazu nicht äussern.

Am stärksten kommt der Rat zur Internetnutzung bei allen Befragten von den Kindern (43 % erhalten von den Kindern positive Ratschläge) gefolgt vom/von der Lebenspartner/in (29 %) und von den Enkeln (27 %).

5.7.2 Internetkenntnisse und Attraktivität von Lernformen

Die Frage zu den eigenen Kenntnissen im Umgang mit dem Internet wurde Onlinern wie Offlinern gestellt; das generelle Ergebnis verwundert nicht, dass Onliner sich mehr Kenntnisse im Umgang mit dieser neuen Technologie zuschreiben als Offliner dies tun. So haben, wie in Abbildung 28 abzulesen ist, 85 % der Offliner keine Kenntnisse im Umgang mit dem Internet, was nur 3 % der Onliner von sich behaupten. Mehr als die Hälfte der Onliner haben ordentliche Grundkenntnisse und 26 % haben fortgeschrittene Kenntnisse oder würden sich gar als Internetexperten einstufen.

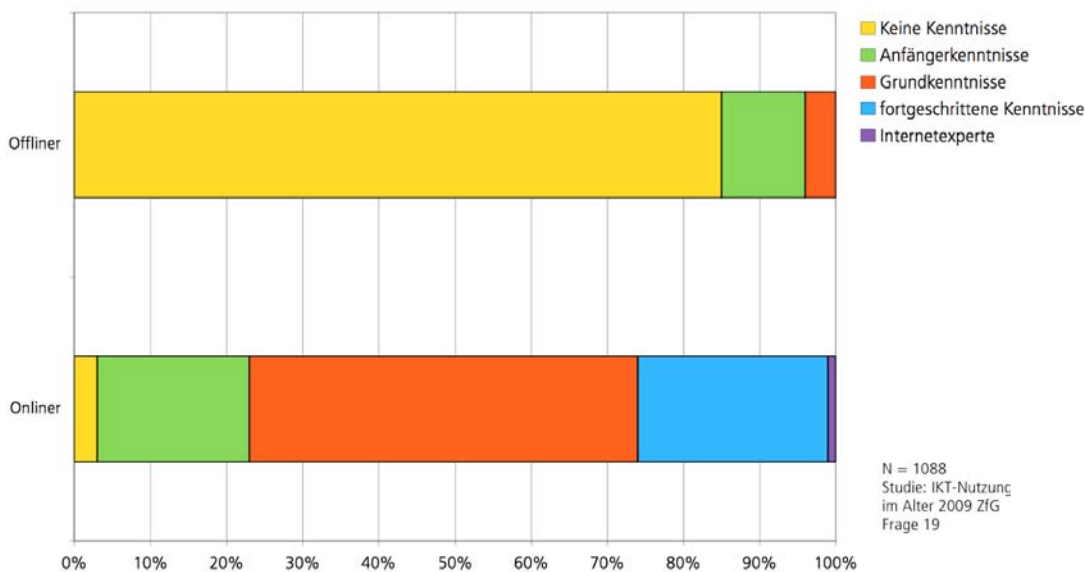


Abb. 28: Einschätzung der Internetkenntnisse

Bei einer anschliessenden Frage ging es darum, wie die Internetkenntnisse angeeignet werden können. Sowohl Onliner als auch Offliner wurden dabei gebeten, aus einer Liste alle möglichen Lernformen bzw. Lernkontexte zum Internet anzugeben, die für sie attraktiv oder nicht attraktiv sind, gleichgültig, ob sie bereits über die nötigen Kenntnisse verfügten. Es ergab sich die in Tabelle 6 dargestellte, für beide Gruppen (bis auf die Umkehrung «keine Lernform») identische Rangfolge der Lernformen.

Tabelle 6: Attraktive Lernformen

	Onliner	Offliner	Total
1. Unterstützung im eigenen Haushalt durch Familie, Freunde und Bekannte	76 %	50 %	62 %
2. Im Rahmen eines Angebots, in dem Jugendliche Ihnen etwas beibringen	67 %	42 %	53 %
3. Gegenseitige Unterstützung durch Personen im gleichen Alter	62 %	39 %	50 %
4. Im Rahmen eines Kurses	62 %	37 %	49 %
5. Unterstützung im eigenen Haushalt durch Fachperson/Techniker	52 %	26 %	38 %
6. Sich selber die Kenntnisse beibringen, ohne Hilfe anderer	46 %	14 %	29 %
7. Keine der Lernformen ist attraktiv	2 %	29 %	17 %

Alle Lernformen erscheinen den Onlinern wesentlich attraktiver als den Offlinern; insbesondere der autodidaktische Zugang ist nur für einen kleinen Prozentsatz der Offliner denkbar. Dafür hält ein knappes Drittel der Offliner sämtliche der aufgelisteten Formen für nicht attraktiv, was natürlich unter der

Voraussetzung, dass sie dem zu Erlernenden keinen Nutzen oder Gewinn zuschreiben, mehr als verständlich ist.

Allgemein ist festzustellen, dass den Onlinern, aber auch teilweise den Offlinern, vor allem die Unterstützung im eigenen Haushalt durch Familie, Freunde und Bekannte sowie Kurs- und Unterstützungsangebote, besonders auch mit Jugendlichen oder Gleichaltrigen, attraktiv scheinen. Die abzulesende Prioritätenrangfolge zeigt die Wichtigkeit einer persönlichen Unterstützung, die vielleicht nicht unbedingt formal organisiert sein muss, aber wo die Lernatmosphäre und das Verständnis für das individuelle Lerntempo im Vordergrund steht. Interessanterweise ist die Prioritätenliste bei Onlinern wie Offlinern gleich; zumal gerade die Onliner gut einschätzen können, was ihnen hilft bzw. geholfen hat, ist dies ein wichtiger Hinweis auf zweckmässige Unterstützungsangebote.

5.8 Gesundheit und Wohlbefinden

5.8.1 Körperliche, kognitive und sensorische Randbedingungen

Im Fragebogen konnten wegen des vorgegebenen Zeitrahmens keine expliziten Fragen zu körperlichen, kognitiven und sensorischen Randbedingungen der Befragten gestellt werden. Dieser Bereich wurde aber durch die Fragen zu Schwierigkeiten bei der Nutzung des Internets bzw. Gründe für die Nichtnutzung abgedeckt. Hier wurden Schwierigkeiten mit dem Sehen, dem Hören, der Motorik und dem Gedächtnis erfasst. Es zeigt sich, dass bei einer gruppenunspezifischen Betrachtung die Randfolge klar ist: Schwierigkeiten mit dem Gedächtnis werden am häufigsten genannt, nachfolgend von Seh-/Hörschwierigkeiten und motorischen Schwierigkeiten mit den Fingern oder der Hand. Bei den Offlinern nehmen die Seh- und Hörprobleme vor den beiden anderen Schwierigkeiten die Führung ein (Tab. 7). Insgesamt werden diese drei Schwierigkeitsbereiche aber mit einem Anteil unter einem Drittel eher als nachrangigere Gründe für die Nichtnutzung des Internets genannt. Sicherlich lassen sich auch hier alterspezifische Effekte für die Erklärung heranziehen, so dass Offliner aufgrund ihrer altersspezifischen Merkmale im Vergleich zu den Onlinern häufiger diese Schwierigkeiten angeben.

Tabelle 7: *Kognitive und sensorische Schwierigkeiten*

	Onliner: aktuell eine Schwierigkeit	Onliner: Früher eine Schwierigkeit	Onliner: Früher und aktuell eine Schwierigkeit	Offliner: Grund für Nichtnutzung
1. Schwierigkeiten mit dem Gedächtnis	18 %	3 %	21 %	27 %
2. Schwierigkeiten mit dem Sehen/Hören	11 %	3 %	14 %	27 %
3. Schwierigkeiten mit den Fingern/Hand	4 %	1 %	5 %	15 %

5.8.2 Gesundheitseinschätzung

Wie bereits erwähnt, ist die Gruppe der Onliner im Durchschnitt etwas jünger als die Offliner. Dem entsprechend sind auch die erwarteten gesundheitlich bedingten Schwierigkeiten und Hindernisse der Internetnutzung bei Offlinern etwas häufiger, wenngleich nicht dominant. In nur geringem Mass spiegelt sich das in der subjektiven Gesundheitsbeurteilung und im sozialen Vergleich der Gesundheit: 79 % der Onliner und 66 % der Offliner schätzen ihre Gesundheit insgesamt als eher oder sehr gut ein; 63 % der Onliner und 54 % der Offliner glauben, ihre Gesundheit sei besser als diejenige anderer Menschen ihres Alters, weitere 33 % bzw. 38 % halten ihre Gesundheit für gleich, und nur 4 % bzw. 8 % stufen sie als schlechter im Vergleich mit Gleichaltrigen ein (Abb. 29).

Diese Art erstaunlich positiver Gesundheitswahrnehmung älterer Menschen ist ein Standardergebnis gerontologischer Forschung. Sie wird heute nicht als schädliche Illusion, sondern als positive Ressource zur Bewältigung von Herausforderungen, als Quelle von Resilienz interpretiert. In unserem Zusammenhang ist das Ergebnis insofern von Bedeutung, als sich offenbar auch Offliner nicht wesentlich weniger gesundheitliche Ressourcen zuschreiben als Onliner.

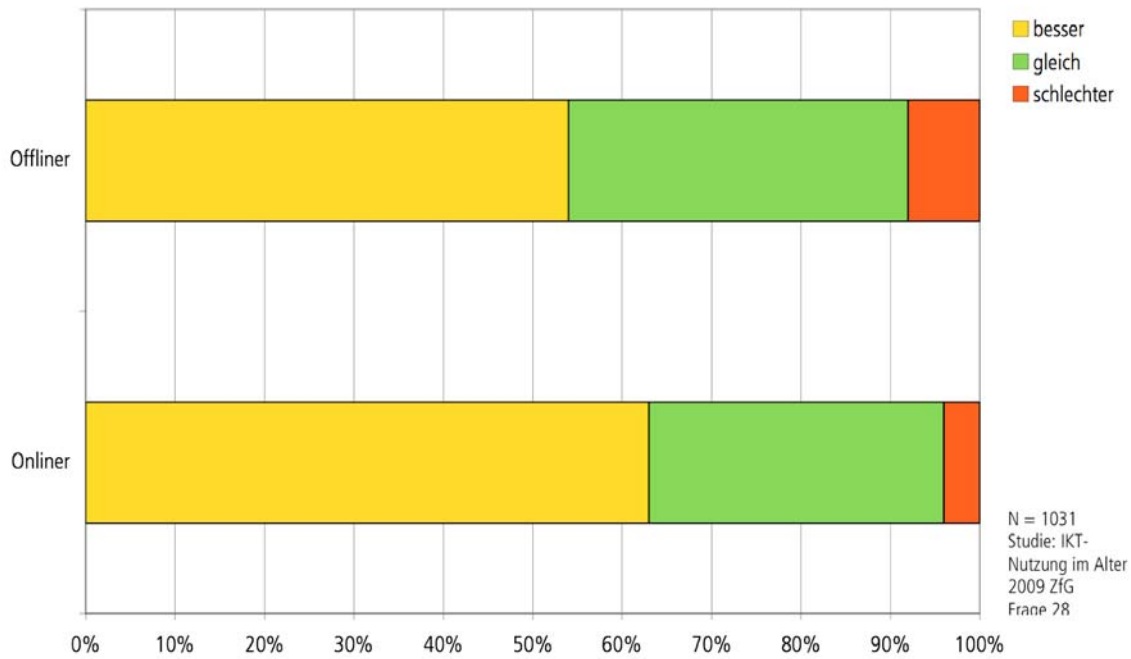


Abb. 29: Gesundheit im sozialen Vergleich

5.8.3 Freude und Sorgen

Neben der Gesundheit wurden in zwei weiteren Fragen Indikatoren des aktuellen allgemeinen Wohlbefindens erfragt. Neben der Bewertung, wie viel Freude man im gegenwärtigen Leben habe, wurde auch die Dimension «Sorgen» abgefragt (Abb. 30). 82 % der Onliner sagen, dass ihnen gegenwärtig mindestens «viel» im Leben Freude macht (Offliner: 72 %). Dagegen sagen nur 16 % der Onliner, dass ihnen gegenwärtig mindestens «viel» im Leben Sorgen macht (Offliner: 18 %). Offliner scheinen damit im Durchschnitt etwas weniger Freude, kaum aber mehr Sorgen im Leben zu haben.

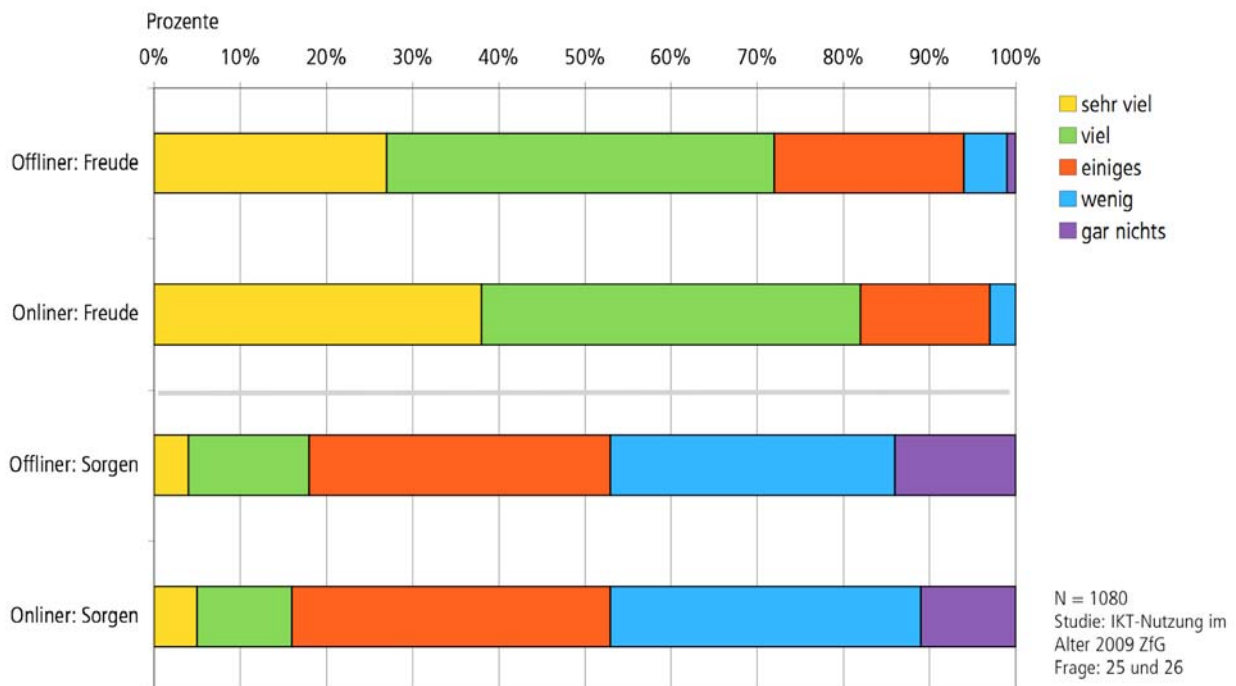


Abb. 30: Freude und Sorgen im Vergleich

5.9 Alltagsgestaltung

Neben der Internetnutzung kann der Alltag auch mit anderen Aktivitäten gestaltet sein. Die Abfrage der allgemeinen Alltagsaktivitäten hilft dabei, den Lebensalltag der Befragten abzubilden und somit auch Unterschiede zwischen Onlinern und Offlinern herauszulesen. Hierzu wurde den Befragten eine Reihe von Alltagsaktivitäten vorgelegt; sie sollten jeweils einschätzen, wie häufig sie diese Tätigkeit ausüben. Die prozentuale Verteilung dieser Antworten kann Abbildung 31 entnommen werden, die nach den Mittelwerten der Aktivitäten sortiert ist. Hierbei ist deutlich, dass bestimmte Tätigkeiten wie «Reisen» oder «Kurse besuchen» seltener täglich ausgeübt werden, was aber auch damit zusammenhängt, dass diese Aktivitäten generell weniger häufig im Jahr verteilt durchgeführt werden.

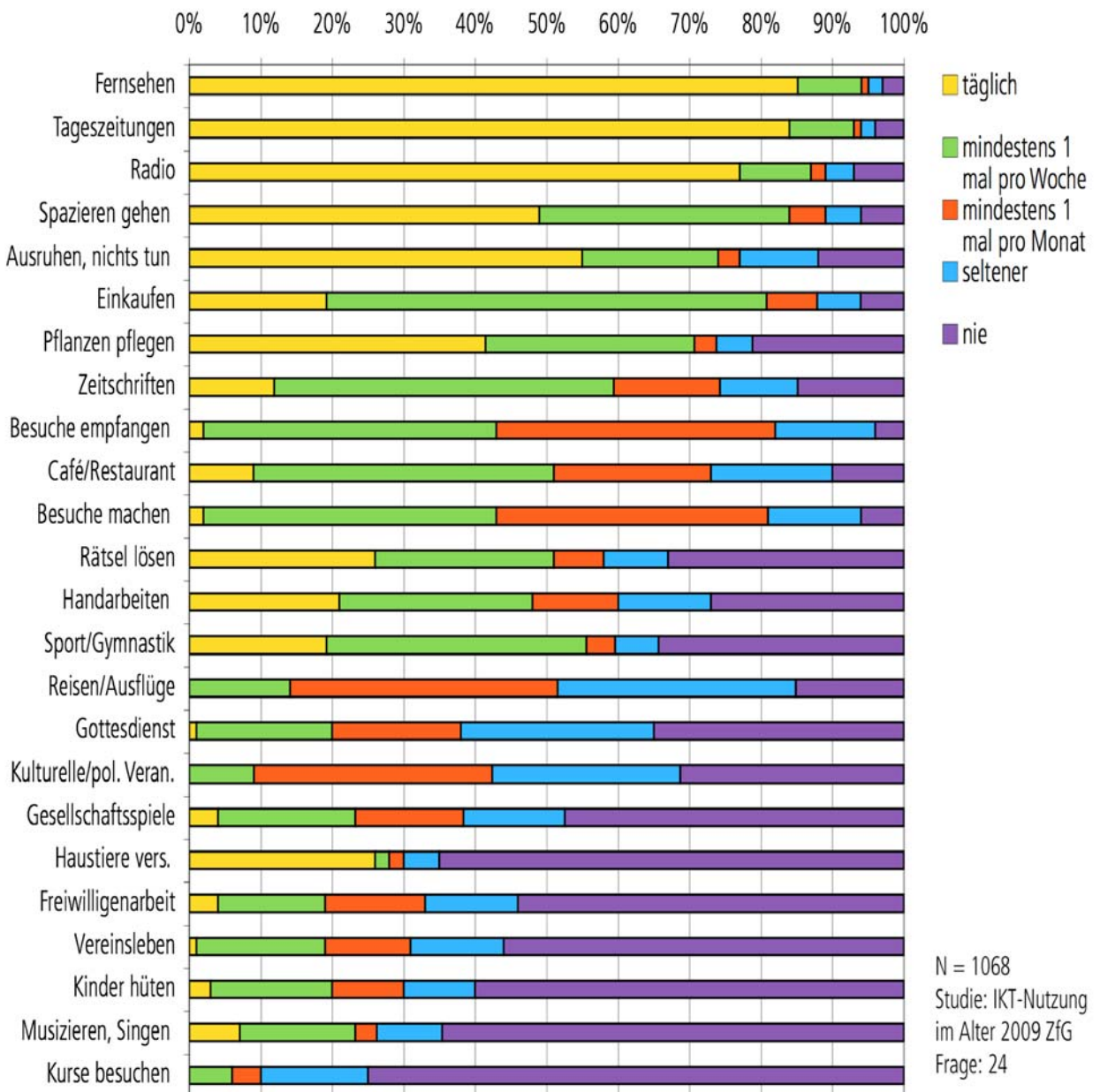
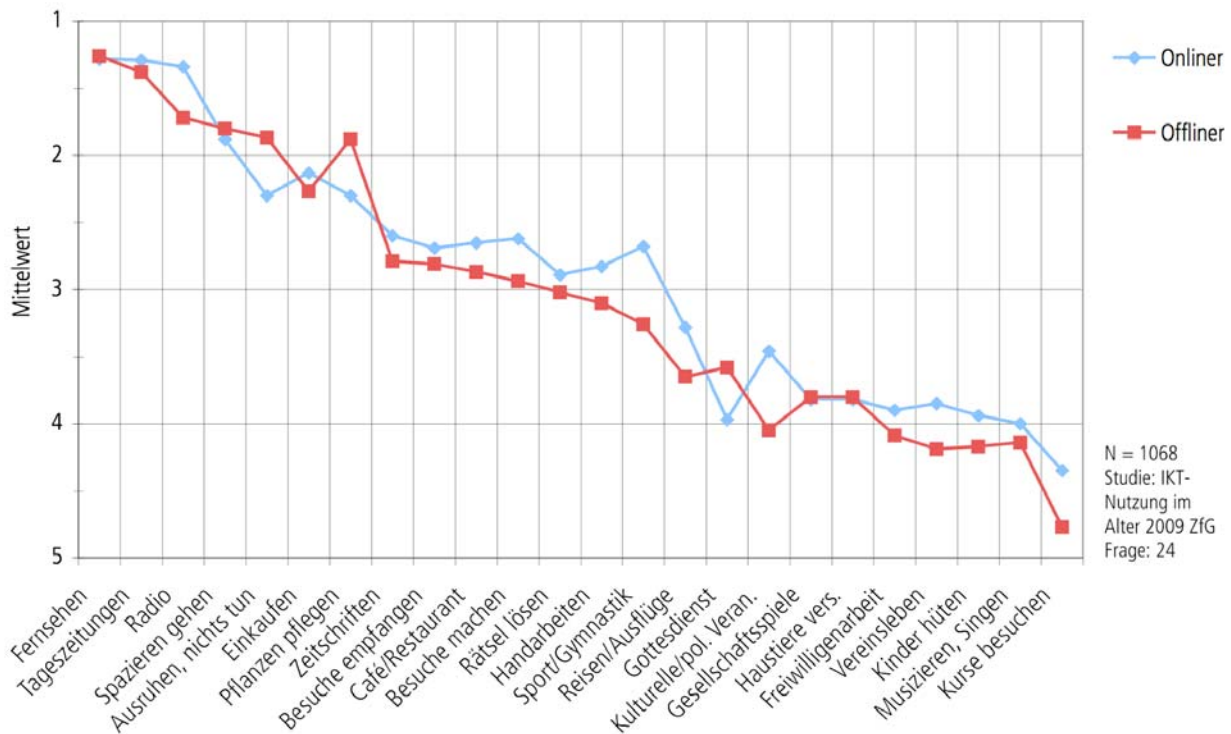


Abb. 31: Häufigkeit der Ausübung von Alltagsaktivitäten (geordnet nach Mittelwerten)

Wird die Gruppe der «Onliner» neben die Gruppe der «Offliner» gestellt und werden dabei nicht die prozentualen Verteilungen, sondern die Mittelwerte betrachtet, ergibt sich die «Rangliste», die in Abbildung 32 zu sehen ist. Die Rangfolge der Alltagsaktivitäten ergibt sich dabei aus der Sortierung nach den Mittelwerten beider Gruppen. Zu beachten ist dabei, dass ein geringer Mittelwert für eine häufige Ausübung steht und 5 dafür, dass die Aktivität nie ausgeübt wurde. Festzustellen ist, dass Onliner Aktivitäten ausserhalb des privaten Haushaltes öfter wahrnehmen als Offliner und generell etwas aktiver und sportlicher sind und häufiger am kulturellen Leben teilnehmen. Allerdings liegen die Mittelwertsunterschiede meistens unter 0.5 Punkten. Der grösste Unterschied ist bei der Aktivität «kulturelle oder

politische Veranstaltungen besuchen» mit 0.6 Punkten zu verzeichnen, praktisch keinen Unterschied gibt es bei den Aktivitäten «Gesellschaftsspiele» und «Haustiere versorgen».



Mittelwerte aus Ausprägungen: 1: «täglich», 2: «mind. 1 mal pro Woche», 3: «mind. 1 mal pro Monat», 4: «seltener», 5: «nie».

Abb. 32: Alltagsaktivitäten – Mittelwerte On-/Offliner

Insgesamt wurden im Fragebogen 24 Aktivitäten aufgelistet, 4 davon umfassen die Verwendung von Medien (Radio, Fernsehen, Tageszeitungen und Zeitschriften), die anderen Aktivitäten umfassen allgemeine Alltagsaktivitäten, die einer Liste von Schelling (1989) entnommen wurden. Für weitere Berechnungen sollen die Aktivitäten in verschiedene Kategorien zusammengefasst werden. Dafür wurde als erstes eine explorative Faktoranalyse berechnet. Das daraus entstandene 5-Faktoren-Modell musste aufgrund der Ergebnisse einer konfirmativen Faktoranalyse verworfen werden ($\chi^2 = 653.7$, $df = 247$, $p < .01$, CFI = 0.8), da einige Pfadstärken unter den empfohlenen 0.2 lagen.

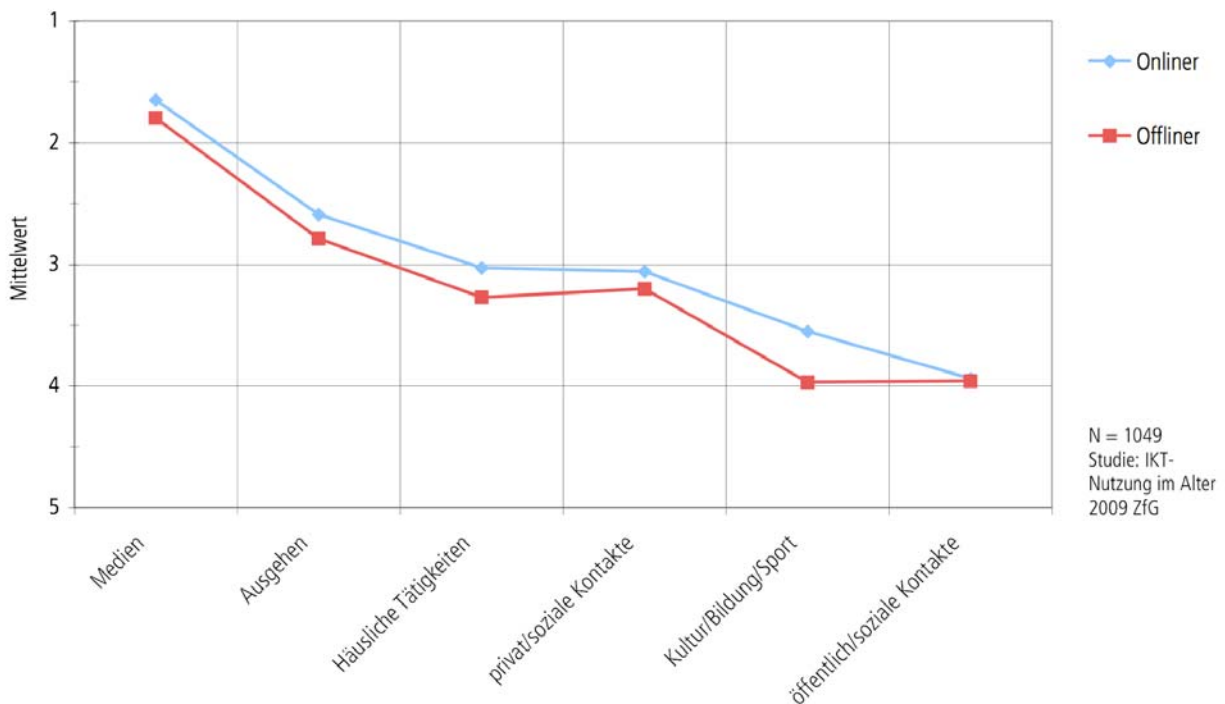
Ausgehend von diesem 5-Faktoren-Modell wurde aufgrund von bekannten Aktivitätskategorien (z.B. Agahi & Parker, 2005, Hultsch et al., 1999) ein weiteres Modell entwickelt, indem die Aktivitäten mit den tiefsten Pfadstärken (spazieren gehen, ausruhen und Haustiere versorgen) eliminiert wurden. Daraus ergab sich ein Modell mit 6 Faktoren für die 21 Aktivitäten, welches die besten Gütekriterien auswies ($\chi^2 = 520.4$, $df = 183$, $p < .01$, CFI = 0.82). Das Modell besteht aus 6 Faktoren (vgl. Tab. 8) der ersten Ordnung und einem Faktor der zweiten Ordnung. Im Messmodell werden die 6 latenten Variablen mit ihren jeweiligen Indikatoren aufgelistet. Im Vergleich zum 5-Faktoren-Modell ergab sich mit diesem Modell eine Verbesserung der Güte ($\chi^2 = 133.3$, $df = 64$, $p < .01$). Die 6 Faktoren wurden wie folgt genannt: Medien, häusliche Tätigkeiten, Ausgehen, privat-soziale Kontakte; öffentlich-soziale Aktivitäten sowie Kultur/Bildung/Sport.

Die standardisierten Faktorladungen waren für die Indikatoren «Besuche machen» und «kulturelle Veranstaltungen besuchen» (.72 bzw. .65) am stärksten. Dies besagt, dass über alle 21 Indikatoren diese beiden Indikatoren den grössten Anteil an gemeinsamer Varianz teilen. Die Korrelationen zwischen den Faktoren erster Ordnung und zweiter Ordnung waren alle statistisch signifikant und bewegen sich zwischen .60 und .80, was darauf hinweist, dass die 6 Faktoren einen grossen Anteil an gemeinsamer Varianz aufweisen.

Tabelle 8: Faktoren der Alltagsaktivitäten

Faktor 1: Medien	Faktor 2: Häusliche Tätigkeiten	Faktor 3: Ausgehen	Faktor 4: Privat-soziale Kontakte	Faktor 5: Öffentlich-soziale Kontakte	Faktor 6: Kultur/Bildung/ Sport
Radio	Handarbeiten	Einkaufen gehen	Besuche machen	Gottesdienst	Kult./pol. Veranst.
Fernsehen	Kinder hüten	Café/Restaurant	Besuche empfangen	Freiwilligenarbeit	Kurse besuchen
Zeitschriften	Pflanzen pflegen		Gesellschaftsspiele	Vereinsleben	Reisen/Ausflüge
Tageszeitungen					Sport treiben
Rätsel					Musizieren

Es zeigt sich, dass auch beim Gruppenvergleich der Faktoren Onliner und Offliner die Aktivitäten fast gleich häufig ausüben, wenn auch die Onliner geringfügig häufiger (Abb. 33). Die Mediennutzung und das Ausgehen werden insgesamt häufig wahrgenommen, wohingegen kulturelle, bildende Aktivitäten sowie öffentliche Kontakte weniger häufig oder gar nur «selten» gepflegt werden.



Mittelwerte aus Ausprägungen: 1: «täglich», 2: «mind. 1 mal pro Woche», 3: «mind. 1 mal pro Monat», 4: «seltener», 5: «nie».

Abb. 33: Faktoren der Alltagsaktivitäten – Mittelwerte On-/Offliner

6 Typologie der Einstellungen zum Internet

Bedeutet die Tatsache, dass nur 12 % der Offliner annehmen, dass sie das Internet in Zukunft nutzen werden, dass der Zuwachs der Internetnutzung bei älteren Menschen bald ins Stocken kommt und eine Erweiterung nur noch durch den Generationenwechsel, das heisst durch die fortlaufende Alterung selbst zu erwarten ist? Das wäre zweifellos zu kurz gegriffen. Es gibt Anzeichen in den präsentierten Daten, dass rund ein Drittel der befragten Offliner gerne das Internet nutzen würde, ein weiteres Drittel dem Internet zwar eher gleichgültig und uninteressiert, zumindest aber nicht ablehnend gegenüber steht und lediglich das dritte Drittel das Internet für sich ablehnt.

Es wird daher sinnvoll sein, die grobe Unterteilung zwischen Onlinern und Offlinern feiner zu typologisieren. Die europaweite Studie «SeniorWatch» erstellte 2002 für die Personengruppe der über 50-Jährigen EU-Europäer/innen folgende Nutzer-Typologie (Tab. 9):

Tabelle 9: Typologie von Onlinern und Offlinern

Haupttyp (engl.)	Beschreibung	Anteil %*
Erfahrene Vorreiter («The experienced frontrunners»)	Nutzer mit guten Kenntnissen bei häufiger Nutzung	26.7 %
Ältere Neueinsteiger («The old age beginners»)	Nutzer mit Grundkenntnissen bei geringer Nutzungshäufigkeit	13.0 %
Gedanklich Offene («The technologically open minded»)	Nichtnutzer, die neuen Technologien gegenüber aber aufgeschlossen sind	29.1 %
Verweigerer («The digitally challenged»)	Nichtnutzer, die kein Interesse an der Nutzung und/oder Erlernung neuer Technologien haben	31.3 %

Quelle: SeniorWatch, 2002, S. 94. Daten von 2002. (Deutsche Übersetzung: BMFSFJ Deutschland 2005, S. 245)

* Prozentanteil in der EU der 50+ Population.

Noch detaillierter wird diese grobe Typologisierung von «SeniorWatch», wenn nur die Offliner betrachtet werden, wie dies bei der deutschen ARD/ZDF-Onlinestudie der Fall ist. Hier werden folgende fünf Typen von Offlinern skizziert (Tab. 10):

Tabelle 10: Offliner-Typologie

Offliner-Typ	Merkmale	Anteil %*
Desinteressierte	wenige Kenntnisse über Internet, allgemeines Desinteresse. Durchschnittsalter: 71	16 %
Distanzierte	Ähnlich den Ablehnenden, kein persönlicher Nutzen des Internet erkennbar. Durchschnittsalter: 64	26 %
Ablehnende	vage Vorstellungen vom Internet, sehen keinen Bedarf/Nutzen des Internet, Gedanke der zu hohen Kosten. Durchschnittsalter: 62	30 %
Nutzungsplaner	Planen die Anschaffung eines Internetzugangs, haben bereits häufig einen Computer im Haushalt, Motive: Information, Faszination und sozialer Druck. Durchschnittsalter: 50	11 %
Erfahrene	Berufsbedingte Online-Kompetenz, jetzt keine Notwendigkeit. Planen teilweise die Anschaffung eines Internetzugangs. Gleiche Motive wie Nutzungsplaner. Durchschnittsalter: 46	17 %

Quelle: Projektgruppe ARD/ZDF-Multimedia, 2007, S. 23 und Mahn, 2007, S. 31. Daten: ARD/ZDF-Offlinerstudie 2006.

*Prozentuale Ergebnisse auf Basis: Nicht-Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland.

Auf Grundlage der Offliner-Typologie (vgl. Tab. 10) wurde mit den vorliegenden Studiendaten eine eigene Unterteilung von Gruppen hinsichtlich der Einstellung zum Internet vorgenommen. Ausgangspunkt für die Gruppeneinteilung war die theoretische Überlegung, dass die Einstellungen zum Internet und hier insbesondere die Einschätzung des Nutzens, der aus dem Internet gezogen werden kann, einen signifikanten Einfluss auf die tatsächliche Internetnutzung bzw. die Beabsichtigung eines Erstzuganges

haben kann. Auch wenn umgekehrt die tatsächliche Nutzung bzw. Nichtnutzung sicherlich auch einen Einfluss auf die Einstellung hat, interessiert uns gerade für die Benennung möglicher Massnahmen, «Offliner ans Netz» zu bringen, welche Einstellungsunterschiede in der recht heterogenen Gruppe der Offliner erkennbar sind.

Innerhalb des Fragebogens wurden verschiedene Einstellungen in Form von Aussagen abgefragt, anhand derer eine Art Typologisierung erfolgen kann. Unter anderen wurden dafür Aussagen ausgewählt, welche einerseits die allgemeine Einstellung zum Internet, andererseits den distalen (d.h. entfernten, generellen) Nutzen des Internets abdecken. Hierzu wurden je zwei Summenskalen für positive (mind. ‚trifft zu‘) und negative (mind. ‚trifft nicht zu‘) Bewertungen aus folgenden Aussagen erstellt (Tab. 11):

Tabelle 11: Aussagen zur Einstellung zum Internet

Allg. Einstellung zum Internet (1. Summenskala)	Distaler Nutzen (2. Summenskala)
«Das Internet ist anregend und faszinierend»	«Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen»
«Das Internet ist eine Modeerscheinung, die wieder vorbeigeht» (umgepolt)	«Das Internet erspart viel Lauferei»
«Das Internet ist Zeitverschwendung» (umgepolt)	«Die Verwendung des Internets gibt mehr Einfluss auf das eigene Leben»
«Auch die ‚ältere Generation‘ sollte das Internet nutzen»	«Die Verwendung des Internets gibt mehr Sicherheit im Leben»
	«Die Verwendung des Internets gibt mehr Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens»

Die Summenskalen wurden jeweils miteinander gekreuzt, daraus ergab sich je eine Matrix der positiven und der negativen Bewertungen. Die Zuordnung zu der jeweiligen Gruppe erfolgte dann mit der Überlegung, Personen mit besonders positiven wie Personen mit besonders negativen Einstellungen zum Internet voneinander abzugrenzen. Personen, die auf beiden positiven Summenskalen zusammen mindestens den Wert 5 (von 9 Möglichen), sowie auf jeder der beiden Skalen mindestens einen Wert von 2 erzielten, wurden einer Gruppe zugeordnet, die eine sehr positive Einstellung zum Internet aufweist. Mit dem gleichen Verfahren für die negativen Summenskalen ergab sich die Gruppe der Personen, die eine eher negative Einstellung zum Internet hat. Die dritte Gruppe (neutrale oder ambivalente Einstellungen zum Internet) ergab sich aus den restlichen Personen, die mittlere oder gemischte (ambivalente) Bewertungen abgegeben oder zu einzelnen Fragen keine Stellung genommen hatten («weiss nicht»), ohne die ganzen Fragenkomplexe unbeantwortet gelassen zu haben.

Die sich aus diesem Verfahren herausgebildeten drei Gruppen widerspiegeln natürlich nur die Dimension der Einstellungen zum Internet (im Sinne einer affektiven Haltung und einer generellen Nutzererwartung); eine allein darauf abstellende Typologie der On- wie Offliner wäre mit diesem Verfahren nicht statthaft. Vielmehr wurde dieses Einteilungsverfahren angewendet, um die grosse heterogene Gruppe der Offliner hinsichtlich ihrer Einstellungen zum Internet zu gruppieren. Ziel der Einteilung ist es, Aussagen darüber zu treffen, auf welche Weise die drei Gruppen angesprochen werden können und welche Massnahmen ihren jeweiligen Bedürfnissen entsprechen.

Onliner haben im Vergleich zu Offlinern eine positivere Einstellung zum Internet: 56 % der Onliner zu 24 % der Offliner finden sich in der dritten Gruppe wieder (Tab. 12). Hingegen sind von den Offlinern 20 % in der Gruppe mit überwiegend negativen Einstellungen zum Internet zu finden, von den Onlinern nur 5 %. Dieses Ergebnis ist sicherlich nicht erstaunlich, da die Onliner auch in anderen Fragen dem Internet eher positiv gegenüberstehen, dennoch lässt sich hier auch herauslesen, dass auch die Onliner heterogen in ihren Einstellungen zum Internet sind.

Von ihrer Bedeutung auf die Einstellung zum Internet kommt die Verteilung bei den Offlinern den vorgestellten Offliner-Typen (vgl. Tab. 10) sehr nah. So sind die «Ablehnenden» und «Distanzierten» mit der Gruppe mit negativer Einstellung stark verwandt, ebenso die «Desinteressierten» mit der Gruppe mit neutralen oder ambivalenten Einstellungen und die «Nutzungsplaner/Erfahrenen» mit der Gruppe

mit positiven Einstellungen. Man könnte diese Dreiergruppe auch benennen als die «Ablehnenden», die «Ambivalenten/Desinteressierten» und die «Interessierten».

Tabelle 12: Verteilung der Einstellungsgruppen

Einstellungstypen	Onliner	Offliner	Total
negative Einstellung zum Internet	5 %	20 %	13 %
neutrale Einstellung zum Internet	39 %	56 %	48 %
positive Einstellung zum Internet	56 %	24 %	39 %
Total	100 %	100 %	100 %

Aus der Verteilung bei den Offlinern wird deutlich, dass Personen mit neutraler/ambivalenter Einstellung die grösste Gruppe darstellen, gefolgt von denen mit einer positiven beziehungsweise einer negativen Haltung. Wird nur diese Einstellungsdimension herangezogen, kann gesagt werden, dass ca. 24 % der Offliner das Internet gefühlsmässig und in seinem Nutzen grösstenteils positiv bewerten und daher näher als die anderen Offliner an einer tatsächlichen Internetnutzung stehen. Zwar ist dies noch nicht das mehrfach genannte Drittel, das quasi «vor der Tür des Internets» steht, aber doch mehr als die 12 %, die angaben, in Zukunft das Internet zu nutzen. Ausserdem steht auch eine neutrale oder ambivalente Haltung der Nutzung nicht entgegen, wie die fast 40 % Neutralen bei den Offlinern zeigen. Offensichtlich ist das Potenzial an Menschen, die grundsätzlich das Internet befürworten und es für sinnvoll halten, recht gross; davon sehen sich aber viele aus diversen Gründen an einer Nutzung gehindert.

Werden innerhalb der Offliner die drei Untergruppen hinsichtlich standarddemographischer Merkmale verglichen, zeigen sich kaum nennenswerte Unterschiede (Tab. 13). Somit haben diese individuellen Randbedingungen weniger Einfluss auf die Einstellung zum Internet. Auch hinsichtlich der Alltagsaktivitäten unterscheiden sich die drei Gruppen nicht nennenswert.

Tabelle 13: Gruppenmerkmale der Offliner-Einstellungsgruppen

Merkmal	Kategorien	negative Einstellung	neutrale Einstellung	positive Einstellung	Total
Geschlecht	Frauen	55 %	66 %	59 %	62 %
	Männer	45 %	34 %	41 %	38 %
Altersverteilung ab 65 Jahre	65-69 Jahre	25 %	23 %	30 %	25 %
	70-74 Jahre	23 %	21 %	16 %	19 %
	75-79 Jahre	19 %	23 %	22 %	21 %
	80-84 Jahre	21 %	18 %	19 %	19 %
	85 +	13 %	16 %	13 %	15 %
Bildung	Sekundarstufe I	32 %	34 %	28 %	33 %
	Sekundarstufe II	55 %	58 %	61 %	57 %
	Tertiärstufe	13 %	9 %	11 %	10 %
Pro-Kopf-Einkommen	bis CHF 1500	8 %	7 %	8 %	7 %
	CHF 1501 bis 2500	53 %	53 %	47 %	51 %
	CHF 2501 bis 3000	22 %	19 %	19 %	19 %
	CHF 3001 bis 5000	14 %	17 %	21 %	18 %
	über CHF 5000	3 %	4 %	4 %	4 %
Haushaltsform	Privathaushalt	92 %	93 %	97 %	93 %
	Kollektivhaushalt oder andere Form	8 %	7 %	3 %	7 %
Anzahl Personen im Haushalt	1	35 %	47 %	38 %	43 %
	2	60 %	48 %	53 %	52 %
	3 und mehr	4 %	5 %	9 %	5 %
Total (pro Variable)		100 %	100 %	100 %	100 %

Dennoch zeigt sich interessanterweise bei der prozentualen Verteilung der drei Einstellungsgruppen bei den Offlinern hinsichtlich der Erwartungsausserung zur zukünftigen Internetnutzung, dass nicht alle

Personen mit einer positiven Einstellung zum Internet auch für sich selber die zukünftige Nutzung des Internets sehen. Denn nur 28 % der Offliner, die eine positive Einstellung zum Internet haben, geben an, in der Zukunft das Internet nutzen zu wollen. Nun muss hier auch festgestellt werden, dass der verwendete Begriff «in Zukunft» eine unterschiedliche zeitliche Spannbreite haben kann und dadurch einige, die eventuell später eine Nutzung anstreben werden, hier «nein» angegeben haben. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei der Frage nach den Internetkosten, die man pro Monat zu zahlen bereit wäre. Hier sagen 36 % der Offliner mit einer positiven Einstellung zum Internet, dass sie wenigstens etwas für die Internetnutzung zahlen würden, 35 % gaben an das sie dies nicht wissen bzw. einschätzen könnten und immer noch 29 % dieser Gruppe würden nichts (CHF 0) für die Nutzung des Internets ausgeben; das Internet wäre ihnen persönlich nichts wert oder sie sehen den nötigen finanziellen Spielraum nicht. Bei den Offlinern mit einer neutralen Einstellung zum Internet sind es 47 % und bei der Gruppe mit negativen Einstellungen gar 62 %, die nichts für das Internet ausgeben würden.

Man könnte vermuten, dass Offliner, die einen stationären Computer oder ein Notebook zur Verfügung haben, auch gegenüber der Computeranwendung «Internet» positiver eingestellt sind. Diese Vermutung kann durch die Daten nur tendenziell bestätigt werden. Die Offliner, die angaben einen stationären Computer im Haushalt zu haben, haben mit 32 % (gegenüber 24 % aller Offliner) leicht überdurchschnittlich häufig eine positive Einstellung dem Internet gegenüber (48 % haben eine neutrale, 20 % eine negative Einstellung). Die Verteilung bei den Personen, die ein Notebook im Haushalt zur Verfügung haben, ist ähnlich. Bei den Onlinern haben 60 % derjenigen, die einen stationären Computer (61 % bei Notebook) im Haushalt haben, eine positive Einstellung zum Internet, was ebenfalls leicht über dem Prozentsatz der ganzen Gruppe (56 %) liegt.

In einem weiteren Auswertungsblickfeld stand die Frage, durch welche anderen Faktoren die Einstellung zum Internet bedingt wird. Hierzu wurden verschiedene bivariate (zwischen jeweils zwei Variablen) statistische Zusammenhangsmasse zwischen unabhängigen (erklärenden) Variablen und der abhängigen (zu erklärenden) Variable «Einstellung zum Internet» berechnet (Tab. 14). Es werden zum Vergleich die Werte für die Onliner und die Offliner gegenübergestellt.

Tabelle 14: Zusammenhangsmasse mit der abhängigen Variable «Einstellung zum Internet»

Unabhängige Variablen	Onliner/ Offliner	Lambda (asymmetrisch, Einstellung als AV)	Signifikanz p	Pearson's r (symmetrisches Mass)	Signifikanz p
Technikaffinität	Onliner	.106	.049	.293	.000
	Offliner	.020	.398	.225	.000
Interessante Internetanwendungen	Onliner	.131	.006	.358	.000
	Offliner	.054	.084	.318	.000
Zahlungsbereitschaft für Internetkosten	Onliner	.110	.006	.180	.000
	Offliner	.078	.079	.251	.000
Internet-Nutzung des sozialen Umfelds	Onliner	.163	.006	.126	.006
	Offliner	.043	.158	.231	.000
Zuraten durch soziales Umfeld	Onliner	.064	.221	.231	.000
	Offliner	.054	.130	.211	.000
Nutzungsabsicht in Zukunft	Onliner	.024	.058	.258	.000
	Offliner	.049	.127	.275	.000
Interessante Lernformen	Onliner	.034	.510	.178	.000
	Offliner	.022	.248	.294	.000

$p \leq .05$: signifikant auf 5%-Niveau, $p \leq .01$: signifikant auf 1%-Niveau, etc.

Anhand des Vergleichs der Lambda-Werte kann festgestellt werden, dass bei den Onlinern die Internetnutzung des sozialen Umfeldes, die Anzahl interessanter Internetanwendungen, die Zahlungsbereitschaft für das Internet und die Technikaffinität die Faktoren sind, die am ehesten die Einstellung zum Internet bedingen. Bei den Offlinern sind die Zusammenhänge gemäss Lambda-Werten generell sehr gering und nicht signifikant.

Hinsichtlich der (symmetrischen) Pearson-Korrelationen besteht bei Onlinern wie bei den Offlinern am stärksten ein positiver Zusammenhang zwischen der Anzahl der interessanten Internetanwendungen und der Einstellung zum Internet. Dies heisst, dass Personen die viele Internetanwendungen als Interessant bewerten, sich auch eher in der Gruppe derjenigen wieder finden, die eine positive Einstellung zum Internet haben, und umgekehrt. Auch die Technikaffinität, die Anzahl der interessanten Lernformen und die Zukunftsabsicht haben nennenswerte Zusammenhänge mit der Einstellung zum Internet, gefolgt vom Zuraten und der Nutzung des sozialen Umfeldes. Sämtliche Zusammenhänge sind hoch signifikant, das heisst die Wahrscheinlichkeit, dass diese Zusammenhänge nur zufällig in der Stichprobe, nicht aber in der Grundgesamtheit vorliegen, ist äusserst gering.

Neben der subjektiven Beurteilung der Nützlichkeit des Internets und der eigenen Affinität zur Technik allgemein ist es vor allem das soziale Umfeld, dass bei den befragten älteren Personen einen bedeutsamen Einfluss auf die Einstellung zum Internet einnimmt. Dieses Ergebnis ist daher auch für die Formulierung von Massnahmen wichtig, da das soziale Umfeld eine wichtige Motivationsgrösse, aber auch eine Ressource darstellen kann.

7 Einflussfaktoren auf die Internetnutzung

Auf die tatsächliche Nutzung des Internets wie auf das Interesse an spezifischen Internetanwendungen haben bestimmte Faktoren einen Einfluss. Im Folgenden ist es daher das Ziel, die wichtigsten Einflussgrößen unter Berücksichtigung von Wechselwirkungen zu bestimmen um damit Aussagen über eventuelle Wirkungsmechanismen zu ermöglichen. Als Methode hierzu wird die Regressionsanalyse eingesetzt. Dabei werden alle befragten Personen, also sowohl Onliner als auch Offliner, mit einbezogen. Anhand der Analyse soll versucht werden, die Internetnutzung in den letzten 6 Monaten (als abhängige Variable) durch verschiedene unabhängige Variablen zu erklären. Hierzu werden die unabhängigen Variablen stufenweise in hierarchische Modelle eingebunden. In einer zweiten Regressionsanalyse wird die Anzahl interessanter Internetanwendungen als abhängige Variable herangezogen, da diese auch für die Offliner eine Streuung aufweist; dem gegenüber haben die Offliner in der tatsächlichen Nutzung ja alle die gleiche Ausprägung (Nichtnutzung).

Einleitend zur Regressionsanalyse ist zu sagen, dass diese ein statistisches Verfahren ist, um Beziehungen zwischen einer abhängigen und mehreren unabhängigen Variablen festzustellen, wobei das Verfahren die Kontrolle der Interkorrelationen zwischen den Variablen sicherstellt. Hinsichtlich unserer abhängigen Variablen ist eine mathematische Anforderung einer multiplen Regression, nämlich einer «Normalverteilung» (Glockenkurve), insbesondere für die Nutzungsvariable in der ersten Regressionsanalyse verletzt. Grundsätzlich sollten auch die unabhängigen Variablen intervallskaliert und normal verteilt oder dichotom (zweistufig) sein. Diese Anforderungen sind bei unserer Berechnung nur teilweise erfüllt. Wir haben uns entschieden, das Verfahren dennoch zu explorativen Zwecken anzuwenden, die Ergebnisse sind aber – insbesondere bezüglich der Signifikanzwerte – mit einer gewissen Vorsicht zu interpretieren.

In einem ersten Schritt wurden zwischen allen Variablen, die in die Regressionsanalyse eingebunden werden sollten, bivariate Korrelationen berechnet, um die Beziehungen zwischen jeweils zwei Variablen abzubilden (Tab. 15). Es bestätigt sich, dass alle unabhängigen (erklärenden) Variablen signifikant, wenn auch in unterschiedlicher Stärke, mit der Internetnutzung zusammenhängen. Viele der unabhängigen Variablen sind auch untereinander signifikant korreliert. Somit werden für die erste Regressionsanalyse neben der abhängigen Variable 13 unabhängige Variablen stufenweise eingebunden.

Tabelle 15: Interkorrelationen zwischen den Variablen für die Regressionsanalyse

Variablen	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
(1) Internetnutzung	-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
(2) Geschlecht	-.225	-	.050	.000	.000	.001	.861	.000	.005	.000	.001	.006	.000	.000
(3) Alter	-.367	.059	-	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000
(4) Bildung	.379	-.327	-.131	-	.000	.246	.000	.000	.000	.000	.000	.161	.000	.000
(5) Einkommen	.366	-.291	-.143	.410	-	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
(6) Medienkonsum	.144	.103	-.105	.035	.161	-	.000	.000	.000	.000	.000	.644	.000	.000
(7) Kult./Bild./Sport	.262	-.005	-.258	.254	.256	.232	-	.000	.000	.001	.000	.144	.000	.000
(8) Technikaffinität	.419	-.187	-.119	.206	.169	.135	.142	-	.000	.000	.000	.040	.000	.000
(9) Einstellung Int.	.399	-.085	-.160	.146	.163	.134	.115	.350	-	.000	.000	.009	.000	.000
(10) Lernen/Technik	-.285	.139	.119	-.204	-.173	-.061	-.103	-.186	-.113	-	.000	.000	.000	.000
(11) Senso-motor.	-.210	.106	.228	-.132	-.132	-.148	-.136	-.087	-.066	.330	-	.000	.000	.000
(12) Kos./Sich./Zeit	-.098	.085	-.084	-.043	-.118	.014	.045	-.065	-.80	.343	.169	-	.728	.547
(13) Zuraten Umf.	.426	-.061	-.244	.184	.197	.123	.225	.289	.330	-.148	-.125	-.011	-	.000
(14) Anwend. Int.	.711	-.156	-.404	.292	.280	.168	.295	.419	.465	-.163	-.191	.019	.427	-

Anmerkung: N=848-1097; unterhalb der Diagonalen: Pearson-Produkt-Moment-Korrelation, oberhalb: p einseitig getestet.

Fett markiert: bivariate Korrelationen (mit Signifikanzen) der abhängigen Variablen in den beiden folgenden Regressionsanalysen

Die erste Regressionsanalyse wurde mit sechs sich hierarchisch aufbauenden Modellen berechnet. Abhängige Variable ist die tatsächliche Häufigkeit der Internetnutzung, die fünf Abstufungen von keiner Nutzung bis zur täglichen Nutzung aufweist. Als unabhängige Variablen werden im ersten Modell

die soziodemografischen Merkmale Alter, Geschlecht, Bildung und Einkommen berücksichtigt. Im zweiten Modell werden diese durch die Alltagsaktivitäten «Medienkonsum» und «Kultur/Bildung/Sport» (gemäss Faktorenanalyse, siehe Kapitel 5.9) erweitert. Im dritten Modell wird die Technikaffinität (Mittelwertsskala aus den Aussagen zur Technikaffinität) eingebunden. Im nachfolgenden vierten Modell wird die Regressionsanalyse mit den Einstellungen zum Internet (siehe Kapitel 6) ergänzt. Das fünfte Modell nimmt die Schwierigkeiten der Internetnutzung auf (Mittelwertsskalen aus den Faktoren «Lernen/Technik», «Sensomotorik» und «Kosten/Sicherheit/Zeit», siehe Kapitel 5.5.1), ausserdem, als eine soziale Ressource zur Überwindung von Hindernissen, die Mittelwertsskala des Zuratens des sozialen Umfelds zur Internetnutzung. Im letzten Modell werden die bisherigen unabhängigen Variablen durch die interessanten Internetanwendungen (Skala aus Anzahl der interessanten Anwendungen) ergänzt (Tab. 16).

Tabelle 16: Regressionsanalyse mit Internetnutzung in den letzten 6 Monaten als abhängige Variable

Variablen	Modell 1: Sozio- demographie		Modell 2: Alltags- aktivitäten		Modell 3: Technikaffinität		Modell 4: Einstellungen zum Internet		Modell 5: Schwierigkeiten und soziale Unterstützung		Modell 6: Interessante Internetanwen- dungen	
	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
(Konstante)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.002	.002
(1) Geschlecht	-.071	.020	-.087	.005	-.042	.159	-.043	.135	-.041	.148	-.029	.239
(1) Alter	-.302	.000	-.283	.000	-.264	.000	-.242	.000	-.205	.000	-.088	.000
(1) Bildung	.231	.000	.217	.000	.181	.000	.173	.000	.150	.000	.106	.000
(1) Einkommen	.207	.000	.185	.000	.175	.000	.159	.000	.136	.000	.101	.000
(2) Medien			.038	.202	.001	.971	-.014	.620	-.022	.413	-.033	.165
(2) Kult./Bild./Sport			.077	.013	.060	.047	.059	.041	.040	.161	-.002	.921
(3) Technikaffinität					.304	.000	.237	.000	.195	.000	.095	.000
(4) Einstellung Int.							.218	.000	.175	.000	.042	.104
(5) Lernen/Technik									-.097	.001	-.096	.000
(5) Senso-motor.									-.032	.253	-.005	.830
(5) Kos./Sich./Zeit									-.023	.397	-.051	.034
(5) Zuraten Umf.									.181	.000	.098	.000
(6) Anwend. Int.											.501	.000
Modelle			<i>R</i>	<i>R</i> ²	<i>F</i>	<i>df</i> ₁	<i>df</i> ₂	<i>p</i>				
(1) Soziodemographie			.539	.290	90.102	4	881	.000				
(2) Alltagsaktivitäten			.546	.298	61.892	6	876	.000				
(3) Technikaffinität			.618	.382	74.216	7	840	.000				
(4) Einstellungen zum Internet			.650	.422	76.697	8	839	.000				
(5) Schwierigkeiten und soz. Unterstützg.			.681	.464	60.079	12	833	.000				
(6) Interessante Internetanwendungen			.774	.599	95.790	13	832	.000				

Anmerkung: N=848-1097; Die Regressionsanalyse wurde mit paarweisem Ausschluss von fehlenden Werten berechnet

Im letzten Modell der ersten Regressionsanalyse können 60 % der Varianz der Internetnutzung durch die unabhängigen Variablen erklärt werden. Das Gesamtmodell ist mit $p \leq .000$ signifikant ($F = 95.790$; $df = 13$). Die abgebildeten Beta-Werte machen eine Aussage über die Stärke des gerichteten Zusammenhangs der einzelnen unabhängigen Variablen mit der abhängigen Variable, unter Berücksichtigung aller anderen einbezogenen Variablen. Statistisch signifikante Einflüsse auf die tatsächliche Internetnutzung haben somit das Alter, die Bildung, das Einkommen, die Technikaffinität, die Schwierigkeit mit dem Erlernen und der Technik, das Zuraten des sozialen Umfeldes sowie die interessanten Internetanwendungen. Das Alter und die Schwierigkeiten haben jeweils ein negatives Vorzeichen. Auf das Alter bezogen bedeutet dies, dass je älter die befragte Person ist, um so höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass diese das Internet selber nicht oder wenig häufig nutzt, auch wenn die anderen Variablen gleichsam kontrolliert werden. Bei den Schwierigkeiten hiesse das, diejenigen, die mit dem Lernen und der Technik Schwierigkeiten haben, eher das Internet nicht selber bzw. nicht häufig nutzen. Die anderen

signifikanten unabhängigen Variablen haben ein positives Vorzeichen und können als positiver Zusammenhang zwischen unabhängiger und abhängiger Variable interpretiert werden.

So kann vermutet werden, dass jüngere, gebildete, kulturell und sportlich aktive Personen mit einem hohen Einkommen, einer gewissen Technikaffinität, keinen Schwierigkeiten mit dem Erlernen des Internets und der Technik, die viele Internetanwendungen interessant finden und mit einem sozialen Umfeld, das zur Nutzung Internet rät, das Internet eher selber nutzen bzw. nutzen würden.

Die Anzahl der interessanten Internetanwendungen nimmt bei der ersten Regressionsanalyse die grösste Bedeutung für die tatsächliche Internetnutzung ein, hier kann im Unterschied vom fünften zum sechsten Modell allein 13.5 % zusätzlicher Varianz aufgeklärt werden. Dies bedeutet, dass Personen die viele Internetanwendungen interessant finden, auch wenn sie diese nicht zwangsläufig selber bereits genutzt hatten, eher häufiger das Internet nutzen.

Da die letzte unabhängige Variable mit den interessanten Internetanwendungen den grössten Zusammenhang zur abhängigen Variable zeigt, was angesichts der Tatsache nicht ganz erstaunt, dass man den Nutzen und die Attraktivität der Anwendungen erst mit der tatsächlichen Nutzung richtig kennen und schätzen lernen kann, wurde in einer zweiten Regressionsanalyse diese Variable als neue abhängige Variable eingesetzt und die Analyse mit den bekannten unabhängigen Variablen wiederum in hierarchischen Modellen durchgeführt (Tab. 17). Der Vorteil an dieser neuen abhängigen Variable ist, dass diese besser streut und damit die Offliner differenzierter abdeckt. Zum anderen korreliert diese Variable sehr stark mit der tatsächlichen Internetnutzung und mit den Einstellungen zum Internet (vgl. Tab. 15).

Tabelle 17: Regressionsanalyse mit der Anzahl interessanter Internetanwendungen als abhängige Variable

Variablen	Modell 1: Sozio- demographie		Modell 2: Alltags- aktivitäten		Modell 3: Technikaffinität		Modell 4: Einstellungen zum Internet		Modell 5: Schwierigkei- ten und soziale Unterstützung	
	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p	Beta	p
(Konstante)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.168	.168
(1) Geschlecht	-.036	.268	-.066	.042	-.019	.538	-.020	.480	-.024	.395
(1) Alter	-.358	.000	-.323	.000	-.304	.000	-.274	.000	-.234	.000
(1) Bildung	.173	.000	.150	.000	.113	.000	.101	.001	.088	.003
(1) Einkommen	.148	.000	.107	.002	.096	.003	.075	.012	.068	.021
(2) Medien			.089	.004	.051	.080	.031	.261	.021	.445
(2) Kult./Bild./Sport			.125	.000	.106	.001	.106	.000	.084	.003
(3) Technikaffinität					.318	.000	.226	.000	.200	.000
(4) Einstellung Int.							.297	.000	.265	.000
(5) Lernen/Technik									-.002	.939
(5) Senso-motor.									-.053	.057
(5) Kos./Sich./Zeit									.055	.048
(5) Zuraten Umf.									.166	.000
Modelle			<i>R</i>	<i>R</i> ²	<i>F</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>p</i>		
(1) Soziodemographie			.492	.242	68.081	4	852	.000		
(2) Alltagsaktivitäten			.516	.267	51.509	6	850	.000		
(3) Technikaffinität			.599	.359	67.109	7	840	.000		
(4) Einstellungen zum Internet			.658	.433	80.238	8	839	.000		
(5) Schwierigkeiten und soz. Unterstützng.			.679	.461	59.274	12	833	.000		

Anmerkung: N=848-1097; Die Regressionsanalyse wurde mit paarweisem Ausschluss von fehlenden Werten berechnet

Die zweite Regressionsanalyse mit der Anzahl der interessanten Internetanwendungen als abhängige Variable hat im letzten fünften Modell eine erklärte Varianz von 46 %. Das Gesamtmodell ist auch hier mit $p < .000$ signifikant ($F = 59.274$; $df = 12$). Signifikante Einflüsse zeigen in dieser zweiten Regressionsanalyse das Alter, die Bildung, das Einkommen, die Aktivität im Bereich Kultur/Bildung/Sport, die Technikaffinität, die Einstellung zum Internet und das Zuraten aus dem sozialen Umfeld. Auch hier hat das Alter als einzige signifikante unabhängige Variable in diesem Modell ein negatives Vorzeichen, die

anderen einflussreichen Variablen haben jeweils einen positiven Zusammenhang zur abhängigen Variable.

Folglich kann aus den Werten der zweiten Regressionsanalyse geschlossen werden, dass jüngere, gebildete, kulturell und sportlich aktive Personen mit einem hohen Einkommen, einer Technikaffinität und einer positiven Einstellung zum Internet sowie einem sozialen Umfeld, das zum Internet rät, eher viele Internetanwendungen interessant finden und damit auch eher das Internet selber nutzen bzw. nutzen würden. Am stärksten nimmt dabei die Einstellung zum Internet Einfluss auf die abhängige Variable ein, die in der ersten Regressionsanalyse geringer auffällig war.

Infolgedessen kann auf Grundlage der zwei durchgeführten Regressionsanalysen gesagt werden, dass die Internetnutzung durch verschiedene Faktoren bedingt ist. Neben den soziodemografischen Merkmalen Alter, Bildung und Einkommen sind es vor allem die persönlichen Einstellungen zur Technik und zum Internet, der proximale Nutzen, der in den interessantesten Internetanwendungen gesehen wird, sowie das Zuraten zum Internet aus dem sozialen Umfeld, die eine Nutzung des Internets begünstigen. Daneben ist es bei den möglichen Schwierigkeiten im Umgang mit dem Internet vor allem die Einstellung zu den erwarteten Schwierigkeiten beim Erlernen des Internets und der Technik und Bedienung des Computers. Es zeigt sich aber auch, dass die Sensibilisierung für den individuellen Nutzengewinn durch das Internet davon abhängt, ob man an der neuen Technik generell interessiert ist, diese vielleicht selber schon einmal bei Familienangehörigen oder Freunden gesehen hat und von dem sozialen Umfeld ein Zuraten zur Nutzung erhält. Dieses Zuraten kann dabei als einseitige Forderung verstanden werden, aber, viel wichtiger, auch als soziale Ressource in der Form, dass die Personen aus dem sozialen Umfeld, die einem zum Internet raten, dann auch beim Erlernen dieser Anwendungen als informeller Support behilflich sein können.

8 Massnahmen

8.1 Bisherige Dimensionen von Massnahmen

In der Schweiz wie in den meisten europäischen und vielen aussereuropäischen Staaten ist das Thema der IKT-Nutzung bei älteren Menschen ein aktuelles Thema. Viele Länder versuchen, den digitalen Graben unter anderem zwischen den Altersgruppen durch verschiedenste Programme zu verringern. Hier lässt sich das bereits vorgestellte europäische Projekt eInclusion im Rahmen der Strategie i2010 nennen, das für die europäischen Länder eine gemeinsame Zielorientierung formuliert: «New eInclusion initiatives are on track to enable people to fully participate in the information society» (European Commission, 2008, S. 1; siehe auch Kapitel 2.3). Insgesamt wurde die unterschiedliche Nutzung des Internets in der Altersgruppe ab 65 Jahren immer als ein Teilthema der IKT-Nutzung verstanden. Da aber die Nutzungszahlen in den meisten IKT-Bereichen wie z.B. dem Mobiltelefon zeigen, dass dort der Graben geringer wird, wird der Fokus mehr auf das Internet gelegt, auch als eine der wichtigsten momentanen und zukünftigen Informations- und Kommunikationstechnologien.

Um den Zugang für alle zum Internet sicherzustellen, wurden in den Ländern unterschiedliche Massnahmen lanciert und teilweise bereits durchgeführt. Diese Massnahmen haben als Zielgruppe die Personen, die das Internet bisher nicht nutzen. Ein wesentliches Ziel ist, die Nichtnutzer an das Internet zu führen und ihnen das Erlernen der technischen Anwendung zu erleichtern. Neben staatlichen Unterstützungen verschiedenster Gross- und niederschwelliger Projekte, die sich mit der Heranführung der Offliner beschäftigen, wird das Thema durch Öffentlichkeitsarbeit auch in der Zivilgesellschaft verankert. Daneben wird versucht, mit Partnern aus der Wirtschaft spezifische Angebote für die älteren Menschen auf dem Markt zu bringen und die oftmals privatwirtschaftlichen Anbieter von Internetseiten für eine benutzerfreundliche Oberfläche und Handhabung zu sensibilisieren. Da die Erforschung des Themas Internetnutzung gerade bei älteren Menschen in vielen Ländern bisher nur teilweise stattgefunden hat, wird auch in Zukunft hier ein weiterer Massnahmenswerpunkt in den einzelnen Ländern liegen.

Damit sind zwei Seiten angesprochen, auf welche die Massnahmen abzielen: zum einen die Angebotseite, sprich beispielsweise die Benutzerfreundlichkeit von Internetseiten, zum anderen die Nachfrageseite, in Form der Heranführung der bisherigen Offliner an das Internet und die Vermittlung von Kompetenzen im Umgang mit dem bisher vielleicht unbekanntem Medium.

Zur Angebotsseite kann für Europa beispielhaft der 2008 lancierte Aktionsplan «Wohltuendes Altern in der Informationsgesellschaft» im Rahmen der i2010 Strategie genannt werden. Mit diesem europäischen Aktionsplan sollen «für Politik und Industrie Anreize gesetzt werden, signifikante Anstrengungen zu unternehmen, um benutzerfreundliche IKT-Instrumente und -Dienste zu entwickeln und zur Anwendung zu bringen, wobei es gilt, den Bedürfnissen älterer Nutzer Rechnung zu tragen und andere Bereiche der Politik in der Bewältigung der sich angesichts einer alternden Bevölkerung stellenden Herausforderungen zu unterstützen» (Kommission der Europäischen Gemeinschaft, 2007, S. 4). Der Aktionsplan ist noch bis Ende 2010 in Durchführung. Als zugrunde liegende Denkweise werden hierbei die neuen Technologien wie das Internet als Nutzengewinn für die Personen gesehen: «Die Informationsgesellschaft kann es älteren Menschen ermöglichen, wo und wann sie dies wollen, als aktive, selbstbestimmte Bürger in vollem Umfang am gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben teilzunehmen» (ebd., S. 5). Dieser Aktionsplan versteht sich als Zielorientierung, auf deren Grundlage verschiedene direkte Massnahmen lanciert werden.

Auf Seiten der Nachfrage und der Förderung des Erlernens des Umgangs mit dem Internet wurden im europäischen Raum verschiedenste Projekte ins Leben gerufen. Zum einen sind dies finanzielle, bildungspolitische sowie strukturfördernde Massnahmen von den jeweiligen Regierungen oder von sozialen Organisationen. Zum anderen sind es kleinere Projekte aus der Wirtschaft oder von sozialen Einrichtungen, bis hin zu niederschwelligen Angeboten im städtischen Quartier. Da hier die Spannweite

von einem europäischen Projekt bis hin zur Computerecke in einem Altersheim reicht, sollen hier nur auszugsweise wichtige Projekte aufgelistet werden (Tab. 18).

Tabelle 18: Beispielhafte Projekte/Massnahmen aus dem Ausland

Projekt/Massnahme	Land	Ziel/Aufgabe	Ergebnisse	Quelle (Erreichbarkeit)
e-Learning in Later Life (eLiLL)	Europa	Verbesserung der digitalen Kompetenz älterer Erwachsener (60+) in Europa. Förderung von Anbietern von Seniorenbildung im Bereich IKT.	Projektzeitraum 2006-2008. U.a. wurde eine Datenbank mit bestehenden Projekten in europäischen Ländern erstellt.	www.elill.net
eLearning für Senioren (eL-se)	Europa / Deutschland	Entwicklung eines massgeschneiderten eLearning-Moduls.	Projekt beendet. Die ausgearbeiteten Kurse werden an der Universität Erlangen-Nürnberg noch angeboten.	www.el-se.org
Virtuelles und reales Lern- und Kompetenz-Netzwerk älterer Erwachsener (ViLE)	Deutschland	Netzwerk zur Förderung von virtuellen Projekten. Austausch über das Thema und eigene konkrete Projekte in denen jüngere Menschen älteren die Internetanwendung beibringen	Bestehende Netzwerkarbeit und Kursangebote.	www.gemeinsamlernen.de/vile-netzwerk/
Initiative Internet erfahren	Deutschland	Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zur Förderung von Chancengleichheit bei den digitalen Medien. Spezielle Zielgruppe vor allem ältere Menschen. Es werden insgesamt drei Programme mit unterschiedlichen direkten Massnahmen und Praxisprojekten gebündelt: <ol style="list-style-type: none"> 1. Erlebnis Internet – Erfahrung schaffen (Ziel auf ältere Nichtnutzer von Internet; Ausbildung von Multiplikatoren) 2. Internet-Patinnen und Paten – Erfahrung teilen (unterstützt Patenschaften von Netzerfahrenen mit bisherigen Nichtnutzern) 3. Inklusive Internet – Erfahrung nutzen (Unterstützung und Arbeitsmaterialien für Multiplikatoren) 	Erst Ende 2009 gestartet.	www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Technologie-und-Innovation/Informationsgesellschaft/internet-erfahren.html
Seniorkom	Österreich	Kostenlose Kurse zu verschiedene Anwendungsmöglichkeiten im Internet für ältere Neueinsteiger. Auch mit Schülern als Mentoren.	Projekt läuft.	www.seniorkom.at

Diese Auflistung ist natürlich nicht abschliessend und soll vor allem deutlich machen, dass gerade in den letzten drei Jahren vielfältige grössere und kleinere Projekte im Ausland durchgeführt wurden, die zeigen, dass ein Handlungsbedarf, oder besser gesagt ein gesellschaftlicher Auftrag, in den einzelnen Ländern gesehen wird.

Über die Ergebnisse der Projekte und Massnahmen im Ausland lässt sich bisher noch wenig sagen, da diese Projekte noch recht «jung» sind und daher erst wenig evaluiert wurden. Beispielsweise am Angebot «eLearning für Senioren» (vgl. Tab. 18) kann gesagt werden, dass bereits gut ausgearbeitete Kursmethoden und Kursmodule für die Heranführung älterer Menschen an den Computer und das Internet vorhanden sind, so dass hier das «Rad» nicht neu erfunden werden muss und bestehende Module auch für die Schweiz übernommen und weiterentwickelt werden können.

In der Schweiz wurden in den letzten Jahren vor allem im Rahmen der Aktion eInclusion einige kleinere Projekte und Massnahmen unterstützt und teilweise auch mit einem Preis ausgezeichnet. Hier können neben den Initiativen der Schweizer Regierung zur benutzerfreundlichen Webgestaltung der Internetauftritte des Bundes, die Öffentlichkeitsarbeit von Seniorweb.ch sowie die Schulungsangebote von CompiSternli, ProSenectute und Swisscom beispielhaft erwähnt werden. Eine Auflistung der bestehenden Schweizer Projekte rund um dieses Thema ist der Internetplattform eInclusion zu entnehmen (www.einclusion.ch/de/projekte.html). Aber auch die hier vorliegende Studie kann als eine wichtige Massnahme zur Erforschung des Themenbereichs und zur Eruierung von repräsentativen Daten genannt werden. Daneben sollten aber auch niederschwellige Angebote z.B. von Seniorentreffs/-initiativen oder

Alters- und Pflegeheimen sowie von Privatpersonen nicht vergessen werden, die mit geringen finanziellen Mitteln versuchen, älteren Bürgerinnen und Bürgern das Internet näher zu bringen.

Zusammenfassend lassen sich 8 Dimensionen von zentralen Massnahmen formulieren, die in den verschiedenen Ländern in unterschiedlichen Qualitäten und Quantitäten bereits durchgeführt werden (Tab. 19).

Tabelle 19: Dimensionen der möglichen Massnahmen zur Förderung des Zugangs für ältere Menschen

Massnahme	Beschreibung	Verantwortungen
1. Initialisierungs- und Aufklärungskampagnen	Zielorientierte Öffentlichkeitsarbeit zum Abbau der Informationsdefizite über Möglichkeiten und Nutzen der neuen Medien unter Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse und Interessen der älteren Menschen. Hierzu gehört auch die Ausbildung von Multiplikatoren.	Zusammenarbeit zwischen Politik, Organisationen, Träger und Verbände des Bildungs- und Sozialwesens sowie Initiativen der Altenarbeit und der Wirtschaft
2. Konzertierte Aktionen	In konzertierten Aktionen müssen sich die Bildungseinrichtungen der Thematik annehmen. Sie sollten mit Schulungsmaterialien und technischen Voraussetzungen ausgestattet werden. Anreizsysteme und Kursmodule entwickeln.	Politik und staatliche wie private Bildungseinrichtungen auf unterschiedlichen Ebenen.
3. Neue Methoden des lebenslangen Lernens	Der Erwerb individueller Medienkompetenz muss in den unmittelbaren Lebenszusammenhang des Einzelnen gestellt werden und bei seinen sozialen, kulturellen und politischen Bedürfnissen ansetzen. Hier können Peergruppen und Initiativen oder generationsübergreifende Gruppen geeignete Lernorte darstellen, um sich gemeinsam und spielerisch dem Internet zu nähern. Dort, wo keine derartigen Anknüpfungspunkte bestehen, sollen bestehende Einrichtungen genutzt werden oder betreute Internetcafés oder Selbsthilfeangebote aufgebaut werden	Privatpersonen, Initiativen, soziale Träger und kommunale Angebote, die bspw. stadtteil-orientiert arbeiten.
4. Vorhandene IKT-Plattformen bekannter machen	Die vorhandenen speziellen IKT-Angebote auch der noch nicht vernetzten Mehrheit bekannter machen.	Bestehende Angebote im Internet (z.B. Seniorenforen)
5. Verbesserung der Infrastruktur	Neben der Verbesserung der technischen Infrastruktur z.B. mit Orten, wo kostenlos und betreut das Internet genutzt werden kann, soll auch die Koordination und Abstimmung der diversen IKT-Projekte verbessert werden.	Politik, Initiativen von IKT-Projekten, Projektkoordinatoren
6. Förderung der Forschung	Förderung der weiteren wissenschaftlichen Erforschung des Themas und wissenschaftlich begleitete Erarbeitung von Lernmodulen und Methoden des individuellen Erlernens in dieser Altersgruppe.	Wissenschaft, Politik, Organisationen
7. Forderungen an die Wirtschaft	Weiterführung der Vermarktung von benutzerfreundlichen technischen Geräten und Internetauftritten. Finanzielle Unterstützung von Projekten zur Zugangsverbesserung.	Wirtschaft
8. Forderungen an Politik und Gesellschaft	Benutzerfreundliche Webauftritte der behördlichen Internetseiten. Berücksichtigung der Nichtnutzer bei ausschliesslicher Verlagerung von Informationsangebote auf das Netz. Strukturelle und finanzielle Förderung von Projekten zur Zugangsverbesserung. Sensibilisierung der Gesellschaft für das Thema, Förderung der Bereitschaft, ältere Menschen in der Nähe beim Erlernen des Umgangs mit dem Internet informell zu unterstützen.	Politik, Gesellschaft

Quelle: In Anlehnung an Bischoff, 2001, S. 15ff.

Diese aufgelisteten Massnahmendimensionen verstehen sich als eine grobe Sammlung und sind damit nicht als abschliessend zu betrachten, vielmehr soll diese Übersicht helfen, die verschiedenen Massnahmen zu strukturieren und zu koordinieren. Für die Einbettung der möglichen Massnahmen in die Ergebnisse der vorliegenden Befragungsstudie ist diese Auflistung sehr hilfreich. Bereits hier kann aber festgehalten werden, dass es keine «Wunder-Massnahme» gibt; dies ist auch ein wichtiges Ergebnis der bisherigen Evaluation bestehender Massnahmen im In- und Ausland.

8.2 Erkenntnisse aus der Studie für mögliche Massnahmen

Aus den deskriptiven Ergebnissen lässt sich herauslesen, dass das Internet bei den Onlinern einen Nutzen hervorruft, der von der Mehrheit der Offliner so nicht gesehen wird. Weniger die «Ablehnenden» mit einer negativen Einstellung zum Internet unter den Offlinern, sondern eher die «Interessierten» mit einer positiven Einstellung, allenfalls auch die Neutralen/Ambivalenten stehen hier vor einer

gewissen Kosten/Nutzen-Rechnung. Mahn (2007, S. 28f.) stellt grundlegend dafür folgende Nutzen- und Kostenaspekte gegenüber, die auch mit den Resultaten unserer Studie einhergehen (Tab. 20):

Tabelle 20: Nutzen- und Kostenseite der Internetnutzung

Nutzenseite	Kostenseite
<ul style="list-style-type: none"> • Information und Bildung • Unterhaltung/Hobby • Einkauf/Online-Shopping • Soziale und gesellschaftliche Integration (Überwindung von Immobilität und Beteiligung an gesellschaftlichen Prozessen) • Politische Partizipation 	<ul style="list-style-type: none"> • Computer- und Internet-Kompetenz • Lern- und Zeitaufwand • Anfangsinvestitionen • Kommunikationskultur (Internet vs. persönliches Gespräch) • Technikvertrauen (Unsicherheit vor Technik)

Quelle: Mahn, 2007, S. 29

Die meisten von Mahn aufgestellten Aspekte sind so auch in der übrigen Literatur wieder zu finden. Zentral ist dabei, dass es eben immer um eine Abwägung zwischen der Nutzen- und Kostenseite geht, ähnlich einer Gesamtbilanz. Der erhoffte Nutzengewinn durch die Beschäftigung mit dem Internet wird von den befragten Offlinern oft nicht gesehen, somit steht dies als ein wichtiger Diskussionspunkt hinsichtlich der Massnahmen im Raum, damit auf der Kostenseite der oben abgebildeten Tabelle einige Hemmnisse abgebaut werden können und gleichzeitig die Nutzenseite den interessierten Offlinern vorgestellt wird. Oder anders gesagt: «The indication that older people are often motivated by perceived needs means that it is important to discover and address these needs» (Goodman, Syme & Eisma, 2003, S. 4).

Aber wie können diese Hindernisse abgebaut werden? Hierzu können wir aus den Daten der Befragungsstudie und aus einem Workshop am Zentrum für Gerontologie einiges herauslesen.

8.2.1 Massnahmenvorschläge aus der Expertenrunde (Workshop)

Neben der repräsentativen Befragung fand im November 2009 am Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich ein zweistündiger Workshop im Sinne eines Fokusgruppengesprächs beziehungsweise einer «Expertenrunde» statt. Es wurden hierzu Angehörige der «Arbeitsgruppe Senioren am Zentrum für Gerontologie» (AGSG) sowie ein professioneller Berater in der Altersarbeit eingeladen, der sich für Praxisprojekte zu IKT im Alter einsetzt. Es nahmen insgesamt 11 grösstenteils im Pensionsalter stehende Personen (bis über 80 Jahre) teil. Der Workshop setzte sich dabei aus 7 Nutzer/innen und 4 Nichtnutzer/innen des Internets zusammen, so dass hier auch beide Blickfelder abgebildet werden konnten. Die Teilnehmenden beschäftigen sich aus verschiedenen Richtungen mit dem Alter und hatten sich bereits vor dem Workshop mit dem Thema der Technologisierung des Lebensalltags von älteren Menschen auseinandergesetzt.

Der Gesprächsablauf des Workshops hielt sich an die Fragestellungen der Studie, somit kamen neben den Hindernissen der Nichtnutzung auch mögliche Massnahmen zur Diskussion. Nachdem im Workshop die ersten deskriptiven Ergebnisse der Studie präsentiert wurden, konnte in einer offenen Diskussionsrunde die Thematik besprochen werden. Neben den Schwierigkeiten, den Computer und die Anwendungen zum Internet zu erlernen, wurde von den Teilnehmern diskutiert, ob sich Offliner die möglichen Anwendungen vorstellen können, da sie diese teilweise noch nie «erlebt» haben. Daneben wurde festgestellt, dass auch die ältere Generation einen gewissen Lernprozess in Kauf nehmen und sich mit der neuen Technik auseinandersetzen sollte. Gleichzeitig wurde betont, dass dies nicht hiesse, dass Offliner, die eigentlich das Internet nicht nutzen wollen, durch einen Abbau klassischer Informationswege förmlich dazu gezwungen werden dürften. Vielmehr sollte der Nutzengewinn durch das Internet im Vordergrund stehen, wenn Offliner zur Nutzung gewonnen werden sollen. Folglich geht es vorwiegend um eine Abwägung zwischen Aufwand und dem erhofften Nutzen.

Ausserdem wurde angemerkt, dass es für die/den Nichtnutzer/in, die/der den Computer und das Internet erlernen möchte, vorteilhaft wäre, den eigenen Computer innerhalb von organisierten Kursen be-

nutzen zu können, da auf dem eigenen Gerät alle individuellen Einstellungen erhalten bleiben und die lernende Person auf das eigene Gerät geschult würde.

Hinzukommend wurde von den Teilnehmern auch stark betont, dass neben einer Schulung in Form eines Kurses gerade die daran anschliessende Unterstützung im informellen Kreis sehr wichtig ist, da das Erlernen des Internets ein langwieriger Prozess ist. Dies kann gut funktionieren, wenn die Gewissheit vorhanden ist, bei Schwierigkeiten eine Unterstützungsperson anzusprechen. Diese Unterstützung leistenden Anderen können entweder aus dem familiären oder freundschaftlichen Nahbereich kommen; es können auch ehrenamtliche Mentoren oder Gleichgesinnte in einer Art Selbsthilfegruppe sein.

Die Teilnehmenden nannten folgende Ideen zu Massnahmen und Forderungen:

- Informationen von staatlichen Behörden sollten weiterhin auf beide Wege abrufbar sein, das heisst, dass die Informationen neben dem Internet auch auf klassischem Wege gerade für die Offliner zur Verfügung stehen sollten.
- Die Wirtschaft und öffentliche Dienstleistungsunternehmen – wie z.B. die SBB – sollten die Bedürfnisse der älteren Menschen erkennen und weiterhin neben den Onlineangeboten auch Dienstleistungsangebote mit Personenkontakt anbieten (z.B. Bahnschalter oder Kundenservice von Telefonanbietern). Auch sollten Personen, die das Internet nicht nutzen, nicht unverhältnismässig mehr für dieselben Dienstleistungen zahlen müssen als Onliner im Internet.
- Die Gestalter von Internetseiten sollten auf die Gegebenheiten auch von älteren Menschen eingehen (benutzerfreundliche Oberflächen und Bedienung).
- Die Infrastruktur sollte verbessert werden. Alters- und Pflegeheime, Seniorenzentren oder andere Anlaufstellen für ältere Menschen in ihrem Quartier sollten mit adäquaten technischen Mitteln (Computer und Internetanschluss) ausgestattet sein. Wenn dies nicht durch privatwirtschaftliche oder politische Programme finanziert werden kann, könnte man dies z.B. über Spenden oder Sponsoring realisieren.
- Für Personen mit niedrigem Einkommen sollte die Möglichkeit bestehen, den Internetanschluss kostenreduziert zu erhalten, analog zum kostenlosen Radio- und Fernsehempfang für Menschen, die zum Bezug von Ergänzungsleistungen berechtigt sind.
- Es sollten auch niederschwellige kleine Projekte im jeweiligen Stadtquartier oder in der Gemeinde gefördert werden (z.B. eine Computerecke im Seniorentreff, usw.). Bestehende Projekte von sozialen Institutionen oder anderen Trägern sollten weiter finanziell vom Staat gefördert werden, damit diese Kurse kostenlos oder allenfalls gegen eine geringe Gebühr genutzt werden können. Darüber hinaus sollten die einzelnen Projekte und Kursangebote öffentlich in ihrem jeweiligen Quartier bekannt gemacht werden, damit Offliner darüber informiert werden.
- Die angebotenen Schulungen für Offliner sollten sich den Besonderheiten und dem Tempo der älteren Menschen anpassen. Auch die Schulungsinhalte sollten sich auf die jeweiligen interessanten Internetanwendungen ausrichten, die gerne genutzt werden. Eine persönliche und individuelle Beratung steht hier eher im Vordergrund, die auch von Gleichaltrigen oder Jugendlichen ohne einen fachlichen Hintergrund durchgeführt werden kann.
- Offliner sollten motiviert werden, sich in kleinen Lerngruppen selber zu organisieren. Dabei könnten ehrenamtliche Mentoren mit Internetkenntnissen den Lerngruppen beratend zur Seite stehen.

Zusammenfassend wurde im Workshop festgestellt, dass es keine «Wunder-Massnahme» gebe, die für alle passt, sondern dass es einen Kanon von verschiedenen grossen wie kleinen Massnahmen und Projekten brauche. Dabei wurde besonders auf die niederschwellige Unterstützung durch die Familie, Freunde, Bekannte oder ehrenamtliche Helfer wie auch Gleichgesinnte in Selbsthilfegruppen hingewiesen, die vermutlich von den älteren Nichtnutzern leichter angenommen wird und auch eine kontinuierlichere Unterstützung gewährleisten kann als einmalige Kurse mit «fremden» Personen. Die Angebote sollten aufbauend erfolgen; so kann eine Schulung im Rahmen eines Kurses den Anfang darstellen, danach können die Kompetenzen durch eigenes Ausprobieren, nach Bedarf mit Unterstützung durch eine «Backup-Person», weiter ausgebaut werden.

8.2.2 Erkenntnisse aus den Befragungsdaten

Detaillierte Massnahmen ausschliesslich aus Befragungsdaten zur Internetnutzung zu bestimmen, ist nicht das Ziel der Studie und – da es sich nicht um eine Evaluationsstudie handelt – eigentlich auch nicht möglich; vielmehr sollen in diesem Kapitel die Erkenntnisse aus der Befragung zusammengeführt werden, die für die Erarbeitung von Empfehlungen aufgefallen sind. Nachfolgend sollen daher die wichtigsten Erkenntnisse benannt werden:

- Die Gruppe der Offliner ist in ihren Merkmalen und auch in den Einstellungen zum Internet sehr heterogen, daher sollten Massnahmen immer zielgruppenbezogene oder individuell angepasste Lösungen berücksichtigen.
- Die Technikaffinität der befragten Personen korreliert stark mit der Einstellung zum Internet und mit der tatsächlichen Nutzung. Dies bedeutet für Massnahmen, dass eine mögliche zukünftige Internetnutzung der Offliner immer auch mit der Einstellung zu Technik und mit einer eventuellen Angst vor dieser zusammenhängt. Die Technik-Einstellung oder -Angst ist bei der Sensibilisierung für das Internet mit zu beachten, eine zu technische Sprache ist zu vermeiden, im Vordergrund soll der Inhalt und der Nutzen, nicht der technische Weg dazu stehen.
- Offliner, die eine überwiegend positive Einstellung zum Internet aufweisen, sind sicher mit weniger bzw. einfacheren Massnahmen zur Internetnutzung animierbar als Offliner, die dem Internet desinteressiert oder stark ablehnend gegenüber stehen. Für erstere kann es reichen, bessere Gelegenheitsstrukturen zu schaffen und ihr Selbstvertrauen zu stärken, für die letzteren beiden Gruppen müsste sich vorerst bei der Einschätzung des potenziellen Nutzens und beim Image des Internets etwas ändern.
- Je mehr Internetanwendungen von den Offlinern als interessant eingestuft werden, um so eher stehen sie tendenziell der Nutzung des Internets offen gegenüber. Das Aufzeigen des möglichen persönlichen (instrumentellen, sozialen und emotionalen) Nutzens des Internets für den Einzelnen kann zur Nutzung animieren.
- Onliner geben neben weiterhin bestehenden Schwierigkeiten in der Nutzung des Internets an, dass sie bestimmte Schwierigkeiten, wie beispielsweise Probleme mit dem Erlernen und die Angst vor technischen Problemen mit dem Computer, überwunden haben. Daneben geben sie auch an, dass der Aufwand beim Erlernen nach der Beschäftigung mit dem Internet gesunken ist. Dies lässt vermuten, dass Nichtnutzer den Aufwand und die erwarteten technischen Schwierigkeiten oftmals überschätzen. Hier wäre es sinnvoll, wenn Onliner Offlinern im Gespräch und in aktiver Unterstützung helfen, diese Hindernisse realistischer einzuschätzen.
- Es zeigt sich, dass Offliner, die im sozialen Umfeld viele Internetnutzer haben und von diesen auch den Rat erhalten, das Internet selber zu nutzen, dem Internet positiver gegenüberstehen als Offliner, die kein solches Umfeld haben. Für die Erarbeitung von Massnahmen ist es daher wichtig, das soziale Umfeld der Offliner als Ressource, das heisst als wichtigen Impulsgeber zur Beschäftigung mit dem Internet, vielleicht auch als Quelle informeller Unterstützung wahrzunehmen.
- Das Internet wird von den Onlinern vorwiegend im eigenen Haushalt genutzt, und alle befragten Personen sind bisher nur selten bis gar nicht in organisierten Kursangeboten aktiv, so dass die individuelle und persönliche Unterstützung und Schulung im persönlichen Umfeld (im Haushalt oder im informellen Netz) als eine wesentliche soziale Ressource wahrgenommen und aktiviert werden sollte.
- Bei der Frage nach attraktiven Lernformen gaben viele Befragte an, dass sie neben der persönlichen Unterstützung im privaten Haushalt auch organisierte Kurs- und Unterstützungsangebote mit Jugendlichen oder Gleichaltrigen attraktiv finden. Neben den klassischen Schulungskursen werden also auch andere Formen der Kursdurchführung als attraktiv bewertet, was darauf hinweisen könnte, dass Angebote durch Nicht-Fachleute vielleicht weniger angstbehaftet sind und gefördert werden sollten.

- Offliner mit einer konkreten zukünftigen Nutzungsabsicht sind in der Regel auch bereit, etwas für das Internet zu bezahlen. Je eher man sich einen Nutzenzugewinn durch das Internet verspricht, desto eher ist man bereit, dafür Geld auszugeben. Dennoch sollten auch Personen berücksichtigt und allenfalls finanziell unterstützt werden, die über nicht ausreichende finanzielle Mittel verfügen.

8.2.3 Massnahmenzusammenfassung

Wie bereits aus der Literatur und den Ergebnissen der Befragung herauszulesen ist, wird die Überwindung des digitalen Grabens und damit die Annäherung der Internetnutzungszahlen zwischen den Altersgruppen nicht durch eine allein stehende Massnahme erreicht. Eher sollten die bereits guten bestehenden Projekte und Massnahmen in der Schweiz da mit neuen ergänzt werden, wo es örtliche oder strukturelle Defizite in der Angebotspalette gibt. Es darf nicht aus den Augen verloren werden, dass es für die Gruppe der am Internet interessierten Offliner nicht genau «die Massnahme» geben kann, vielmehr müssen für den Einzelnen individuelle Lösungen gefunden und/oder bestehende Ressourcen insbesondere im sozialen Umfeld mobilisiert werden.

Die generelle Sensibilisierung der Offliner für das Thema Internet und das Aufzeigen der Möglichkeiten durch die Nutzung ist ein wesentlicher Ansatzpunkt bei der Ausgestaltung konkreter Projekte. Dabei sollte die Sensibilisierung des Themas zweiseitig verstanden werden: Einerseits sollten die potenziellen Neunutzer sensibilisiert werden für das Internet. Und andererseits sollte die Sensibilisierung bei den Anbietern von digitalen Inhalten und Dienstleistungen passieren. Ob dies nun Ämter, Organisationen oder privatwirtschaftliche Unternehmen sind, alle diese Anbieter sollten bei der Gestaltung und Bedienung ihrer digitalen Präsenz (Internetseiten) auf die Gegebenheiten älterer Menschen eingehen und benutzerfreundliche Oberflächen anbieten. Dabei sollte indessen eine Etikettierung im Sinne von «speziell für die Alten (die das sonst nicht mehr können)» vermieden werden; von erleichterten Zugängen profitieren alle.

Wichtig ist dabei, dass die stark ablehnenden oder desinteressierten Offliner nicht in eine Ecke gedrängt werden, nur weil sie sich vom dem Internet keinen momentanen oder auch zukünftigen Nutzen versprechen. Neben den Offlinern darf aber auch nicht die Gruppe der Onliner vergessen werden, da es innerhalb dieser heterogenen Gruppe viele Personen gibt, die noch beim anfänglichen Erlernen des Internets sind und eventuell durch Schwierigkeiten oder Rückschläge demotiviert werden können. Diese Untergruppe der Onliner und die interessierten potenziellen Neunutzer bei den Offlinern stellen die Gruppe dar, die durch direkte Massnahmen voraussichtlich am besten angesprochen werden und wo die eigene Motivation zur Nutzung positiv am Erfolg der jeweiligen Massnahme mitwirken kann.

Bei allen Massnahmen ist ein koordiniertes Zusammenspiel von Akteuren verschiedener Bereiche und Ebenen anzustreben, welches bestehende, aber auch neue strukturelle und finanzielle Mittel bündelt, um die jeweiligen Projekte durchzuführen. Die europäische Aktion «IKT für eine alternde Gesellschaft» im Rahmen der i2010-Initiative fordert daher in ihrem Strategieplan «alle interessierten Kreise der Zivilgesellschaft sowie Behörden und Unternehmen auf, gemeinsam auf die Verwirklichung der Ziele für ein wohltuendes Altern in der Informationsgesellschaft hinzuarbeiten» (Kommission der Europäischen Gemeinschaft, 2007, S. 13).

Zusammenfassend lässt sich aus der Literatur (vgl. Kapitel 8.1), aus der Diskussion innerhalb der Expertenrunde (siehe Kapitel 8.2) sowie aus den Ergebnissen der Befragungsstudie eine erste grobe Übersicht erstellen, deren Charakter einer Richtungsempfehlung und nicht einem ausgearbeiteten und aus Evaluationsdaten begründeten Massnahmenkatalog entspricht (Tab. 21). Konkrete Massnahmen mit strukturierten Umsetzungsplänen und adressierten Verantwortungen können nicht von der Forschung, sondern müssen von der Praxis auf Grundlage der Forschung und mit politischer Unterstützung konstruktiv erarbeitet werden; die Praxis-Forschung ist dann wiederum für deren prozess- und wirkungsorientierte Evaluation beizuziehen.

Tabelle 21: Massnahmenempfehlungen

Bereich	Empfehlungen	Durchführung	Verantwortungen
Sensibilisierung	Sensibilisierung der älteren Menschen, mit den neuen IKT-Möglichkeiten umzugehen und diese zu erlernen. Sensibilisierung der Anbieter von digitalen Inhalten zur Berücksichtigung einer benutzerfreundlichen Anwendung dieser Dienstleistungen.	Öffentlichkeitswirksame Kampagnen zur Sensibilisierung für das Thema.	Staatliche und gemeinnützige Organisationen sowie privatwirtschaftliche Unternehmen
Ermutigung	Direkte und indirekte (via soziale Netzwerke) Ermutigung, eigene Bedürfnisse und Angebote des Internets zu vergleichen, um dadurch mögliche Nutzen zu erkennen.	Ermutigung der Offliner durch Aufzeigen der möglichen Anwendungen des Internets in Form von informellem Austausch, Infoabenden in sozialen Einrichtungen und öffentlichen Informationskampagnen.	Soziales Umfeld, Institutionen, Initiativen, bestehende Netzwerke
Aktivierung sozialer Ressourcen	Aktivierung des sozialen Umfeldes als Ressource beim Erlernen des Internets. Informelle Unterstützung aus dem eigenen Nahbereich.	Familienangehörige, Bekannte, Freunde oder andere Personen aus dem sozialen Nahbereich, die bereit sind zu unterstützen, sollten ermuntert werden, Unterstützung aktiv anzubieten.	Soziales Umfeld
Förderung von Schulungsangeboten	Bestehende und neue Schulungsangebote von verschiedenen (privaten oder nicht-privaten) Trägern durch finanzielle und strukturelle Mittel fördern. Ansatz: Niederschwellige, quartier-/gemeinde- und bedarfsorientierte Kursangebote in professioneller wie informeller Kursform. Soziale Projekte ohne eigene Selbstfinanzierung oder Gewinnerwirtschaftung sollten mit staatlichen Finanzmitteln unterstützt werden. Auch Kursangebote, in denen Jugendliche andere Personengruppen freiwillig unterrichten, sollten gefördert werden.	Flächendeckende Angebote von privaten wie nicht-privaten Anbietern von Schulungskursen im Bereich IKT. Die Kurse sollten neben finanziellen und strukturellen Hilfen auch erprobte und evaluierte Kursmaterialien zur Verfügung gestellt bekommen. Koordination dieser Projekte.	Behörden, Träger von Kursangeboten.
Förderung von Ehrenamt	Aktivierung und Anerkennung/Ehrung von Personen, die freiwillig in ihrem sozialen Umfeld ältere Menschen beim Erlernen unterstützen. Gewährleistung einer Mentorenausbildung.	Die Unterstützung kann im privaten Bereich oder in Seniorenzentren, Altersheimen usw. stattfinden. Die Mentoren sollten mit Kursmaterialien unterstützt werden. Diese Kursmaterialien könnten von staatlicher Seite her bereitgestellt werden. Wenn möglich Sicherstellung der infrastrukturellen Ausstattung (Computer, Internetanschluss).	Behörden, Ehrenamtliche
Förderung von selbstorganisierten Seniorengruppen	Aktivierung und Förderung von Selbsthilfegruppen, die Senioren in ihrem Umfeld unterstützen. Gemeinsames Lernen als Grundmethode.	Ähnlich den ehrenamtlichen Unterstützern sollten hier Schulungsmaterialien und eventuell Computer bereitgestellt werden.	Behörden, Seniorengruppen
Benutzerfreundlichkeit	Sensibilisierung auf und Förderung von benutzerfreundlichen Applikationen und Internetangeboten	Sensibilisierung von Unternehmen, Institutionen und Organisationen, die Zielgruppe der älteren Menschen nicht zu vernachlässigen	Unternehmen, Organisationen, Institutionen mit IKT-Angebot
Finanzielle Erleichterungen	Finanzielle Erleichterung bei Internetanschliesskosten für Personen in materiell engen Verhältnissen	Lancierung eines Planes zur Förderung des Internetanschlusses für benachteiligte Personen, evtl. staatliche Subventionierung für Bezüger/innen von Ergänzungsleistungen	Behörden, soziale Organisationen in der Altersarbeit und Unternehmen
Ehrung von Projekten	Öffentliche Ehrung bestehender Projekte	Fortführung des Wettbewerbs «Ritter der Kommunikation», evtl. Wettbewerbe auf kantonaler und kommunaler Ebene	Bund/Kantone/Gemeinden
Gemeinsamer Aktionsplan	Im Rahmen des Netzwerkes eInclusion: Koordination und Informationsbündelung der bestehenden und neu installierten Projekte im Bereich IKT im Alter.	Vernetzung der Projekte untereinander. Sammlung der bestehenden Projekte in der Schweiz (in der jeweiligen Gemeinde) in Form einer Informationsbroschüre für interessierte Personen, damit lokale Angebote gefunden werden können.	Netzwerk eInclusion, Projektverantwortliche
Forschung	Förderung der weiteren Erforschung des Themas IKT im Alter.	Ausschreibung und finanzielle Unterstützung von Forschungsstudien auf diesem Gebiet. Daneben wissenschaftliche Evaluation und Begleitung bestehender Projekte im IKT-Bereich.	Behörden, soziale Organisationen, wissenschaftliche Einrichtungen
Garantie alternativer Zugänge	Garantie alternativer Zugänge (offline, über herkömmliche Kanäle) zu wichtigen Informationen und Dienstleistungen (vor allem öffentlicher Angebote, Service Public)	Berücksichtigung der am Internet weniger Interessierten bei den Offlinern und Sicherstellung der Informationsbeschaffung und Kommunikation auf herkömmlichem Weg	Behörden, öffentliche und private Dienstleistungsanbieter

9 Schlussbemerkungen

Informations- und Kommunikationstechnologien stehen dem älteren Menschen nicht im Wege, vielmehr können die IKT-Produkte «dem einzelnen älteren Menschen helfen, seine Lebensqualität zu erhöhen, gesünder zu bleiben und länger ein selbstständiges Leben zu führen» (Kommission der Europäischen Gemeinschaft, 2007, S. 3).

Offenbar bestehen aber nach wie vor Hindernisse, die den meisten den Einstieg in die Internetnutzung so erschweren, dass sie ihn sich nicht zutrauen oder den Aufwand für nicht lohnend halten. Diese Hindernisse galt es in der vorliegenden Studie zu ergründen und mögliche Lösungen zu entwickeln.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die bisherigen Nichtnutzer des Internets keine homogene Gruppe darstellen, sondern diese verschiedene Einstellungen zum Internet aufweisen. Neben der ablehnenden und distanzierten Haltung zum Internet gibt es auch unter den Offlinern am Internet Interessierte, die bisher aus verschiedenen Gründen den Schritt zur Nutzung nicht getan haben. Gerade bei diesen heisst es mit direkten und gezielten Massnahmen anzusetzen, um ihnen den Zugang zu erleichtern. Gleichzeitig sind Wege zu finden, die den Ausschluss auch für Menschen verhindern, die den eigenen Zugang nicht finden können oder wollen.

Die vorliegenden Befragungsergebnisse stellen repräsentativ den aktuellen Ist-Zustand der Internetnutzung und deren Hemmnisse, aber auch deren Nutzenpotenzial für die Bevölkerung ab 65 Jahren in der Schweiz dar. Auf der Grundlage dieser Ergebnisse können konkrete Massnahmen und Projekte fokussiert geplant, in weiterführenden Forschungsarbeiten bestehende Massnahmen evaluiert und neue Projekte konzeptionell begleitet werden. Die Beschreibung und Durchführung dieser Massnahmen ist dabei Aufgabe der Praxis in Zusammenarbeit mit bestehenden Netzwerken und staatlichen Behörden.

Das Internet ist kein Allheilmittel für die ältere Bevölkerung der Schweiz und sollte auch nicht als solches angepriesen werden. Trotzdem kann und sollte interessierten Noch-Nicht- und Neunutzer/innen der direkte Nutzen beispielsweise zur Kompensation von Mobilitätseinschränkungen oder zum Kontakthalten mit Familienangehörigen, aber auch das Potenzial zur gesellschaftlichen Teilhabe, nicht zu vergessen ein möglicher «Spass-Faktor», aufgezeigt und ihnen durch unterstützende Massnahmen der Zugang zum Internet erleichtert werden. Die Zivilgesellschaft sollte für die Schwierigkeiten des Erlernens des Umgangs mit dem Computer und mit dem Internet für ältere Menschen sensibilisiert sein, damit die Offliner nicht als Randgruppe der Gesellschaft aus dem Alltag der IKT-Nutzung ausgeschlossen werden.

Der heutige digitale Graben wird sich in Zukunft aller Erwartung nach verkleinern, dennoch wird es voraussichtlich immer einen Nutzungsunterschied der älteren Bevölkerung zur jüngeren Bevölkerung geben. Dieser Effekt wird wahrscheinlich auch nicht abklingen, wenn die jetzigen 30-40jährigen intensiven Internet-Nutzer in die vierte Lebensphase kommen, denn dann werden neue «komplizierte» technische Anwendungen den Alltag bestimmen, so dass die Sensibilisierung für das Thema IKT-Nutzung im Alter eine generell wichtige gesellschaftliche Aufgabe bleibt.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Internetnutzung in der Schweiz nach Alter, Entwicklung 1997-2008	3
Abb. 2:	Internetzugang der Haushalte, Internationaler Vergleich 2008	4
Abb. 3:	Europäischer Vergleich – Internetnutzung in den letzten 3 Monaten (65 bis 74 Jahre und 75+ Jahre).....	5
Abb. 4:	Europäischer Vergleich – Noch nie Internet selber genutzt (65 bis 74 Jahre und 75+ Jahre)	5
Abb. 5a:	Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (ungewichtete Stichprobe)	14
Abb. 5b:	Nutzungshäufigkeit des Internets nach Alter (gewichtete Stichprobe)	15
Abb. 6:	Nutzung einseitiger Medien	17
Abb. 7:	Nutzung zweiseitiger Medien für Kontakte zu Freunden oder Verwandten	18
Abb. 8:	Elektronische Geräte im Haushalt	18
Abb. 9:	Nutzungsorte des Internets	19
Abb. 10:	Genutzte und interessante Internetanwendungen der On- und Offliner	20
Abb. 11:	Aussage «Das Internet ist anregend und faszinierend»	21
Abb. 12:	Aussage «Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen»	22
Abb. 13:	Aussage «Auch die ‚ältere Generation‘ sollte das Internet nutzen»	22
Abb. 14:	Aussage «Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können»	23
Abb. 15:	Aussage «Die Verwendung des Internets gibt mehr Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens»	24
Abb. 16:	Individuelle Internetnutzung in der Zukunft	24
Abb. 17:	Aussage «Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge»	25
Abb. 18:	Bedienung moderner technischer Geräte.....	26
Abb. 19:	Schwierigkeiten der Internetnutzung und Gründe der Nichtnutzung	27
Abb. 20:	Gefühl der Ausgeschlossenheit aus der Gesellschaft bei Nichtnutzung des Internets.....	28
Abb. 21:	Ressource Bildung	29
Abb. 22:	Ressource Pro-Kopf-Einkommen	29
Abb. 23:	Computernutzung vor dem AHV-Alter, nach aktuellem Alter	30
Abb. 24:	Seit wie vielen Jahren wird das Internet genutzt?	30
Abb. 25:	Zahlungsbereitschaft für Internetzugang.....	31
Abb. 26:	Internetnutzung im sozialen Umfeld: Anteile der mehrheitlich starken Nutzung in verschiedenen Kontaktgruppen.....	32
Abb. 27:	Zuraten des sozialen Umfelds zum Internet: Anteile der Kontaktgruppen, die positiv zur Nutzung raten.....	32
Abb. 28:	Einschätzung der Internetkenntnisse	33
Abb. 29:	Gesundheit im sozialen Vergleich	35
Abb. 30:	Freude und Sorgen im Vergleich	35
Abb. 31:	Häufigkeit der Ausübung von Alltagsaktivitäten (geordnet nach Mittelwerten)	36
Abb. 32:	Alltagsaktivitäten – Mittelwerte On-/Offliner	37
Abb. 33:	Faktoren der Alltagsaktivitäten – Mittelwerte On-/Offliner	38

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Merkmale der Stichprobe	12
Tabelle 2: Gruppenmerkmale der On/Offliner	16
Tabelle 3: Faktoren der interessanten Internetanwendungen.....	20
Tabelle 4: Faktoren der Schwierigkeiten	27
Tabelle 6: Attraktive Lernformen.....	33
Tabelle 7: Kognitive und sensorische Schwierigkeiten	34
Tabelle 8: Faktoren der Alltagsaktivitäten.....	38
Tabelle 9: Typologie von Onlinern und Offlinern.....	39
Tabelle 10:Offliner-Typologie.....	39
Tabelle 11:Aussagen zur Einstellung zum Internet.....	40
Tabelle 12:Verteilung der Einstellungsgruppen	41
Tabelle 13:Gruppenmerkmale der Offliner-Einstellungsgruppen	41
Tabelle 14:Zusammenhangsmasse mit der abhängigen Variable «Einstellung zum Internet»	42
Tabelle 15:Interkorrelationen zwischen den Variablen für die Regressionsanalyse	44
Tabelle 16:Regressionsanalyse mit Internetnutzung in den letzten 6 Monaten als abhängige Variable	45
Tabelle 17:Regressionsanalyse mit der Anzahl interessanter Internetanwendungen als abhängige Variable	46
Tabelle 18:Beispielhafte Projekte/Massnahmen aus dem Ausland	49
Tabelle 19:Dimensionen der möglichen Massnahmen zur Förderung des Zugangs für ältere Menschen	50
Tabelle 20:Nutzen- und Kostenseite der Internetnutzung.....	51
Tabelle 21:Massnahmenempfehlungen	55

Literaturverzeichnis

- Agahi, N.; Parker, M. G. (2005): Are today's older people more active than their predecessors. participation in leisure-time activities in Sweden in 1992 and 2002. In: *Ageing & Society*, H. 25, S. 925–941.
- Backes, Gertrud; Clemens, Wolfgang; Künemund, Harald (Hg.) (2004): *Lebensformen und Lebensführung im Alter*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Backes, Gertrud Maria; Clemens, Wolfgang; Schroeter, Klaus R. (Hg.) (2001): *Zur Konstruktion sozialer Ordnungen des Alter(n)s*. Opladen: Leske + Budrich.
- BAKOM (2006): *Strategie des Bundesrates für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz*. Online verfügbar unter <http://www.bakom.admin.ch/themen/infosociety/00695/index.html?lang=de>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- BAKOM (2008): *e-Inclusion – Informations- und Kommunikationstechnologien für eine integrative Gesellschaft*. Nationaler Aktionsplan Schweiz. Online verfügbar unter <http://www.bakom.admin.ch/themen/infosociety/02104/index.html?lang=de>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- BAKOM (2009): *e-Inclusion*. Online verfügbar unter <http://www.bakom.admin.ch/themen/infosociety/02104/index.html?lang=de>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Bischoff, Stefan (2001): *Ältere Menschen - Why offline*. In: Gehrke, Barbara (Hg.): *Ältere Menschen, neue Medien - why offline*. Marl: ECMC .
- BMFSFJ Deutschland (2005): *Fünfter Altenbericht der Bundesregierung*. Online verfügbar unter <http://www.bmfsfj.de/Kategorien/Publikationen/Publikationen,did=78114.html>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Bundesamt für Statistik (BFS) (2009): *Informationsgesellschaft*. Online verfügbar unter <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04.html>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Diekmann, Andreas: *Diagnose von Fehlerquellen und methodische Qualität in der sozialwissenschaftlichen Forschung*. In: ITA-manu:script, H. 6, 2002. Online verfügbar unter http://www.oeaw.ac.at/ita/pdf/ita_02_04.pdf, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Doh, Michael (2006): *Ältere Onliner in Deutschland. Entwicklung und Prädiktoren der Internetdiffusion*. In: Kimpeler, Simone; Baier, Elisabeth (Hg.): *IT-basierte Produkte und Dienste für ältere Menschen - Nutzeranforderungen und Technikrends ; Tagungsband zur Fazit-Fachtagung «Best Agers in der Informationsgesellschaft»*. Stuttgart: IRB-Verl. .
- Eugster, Reto; Wohler, Monika (Hg.) (2008): *Neues Altern*. Norderstedt: Books on Demand.
- Europäisches Amt für Statistik (Eurostat) (2009): *Informationsgesellschaft*. Online verfügbar unter http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/introduction, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- European Commission (2008): *i2010. Strategy for an innovative and inclusive European Information Society*.
- European SeniorWatch Observatory and Inventory (SeniorWatch) (2002): *Older People and Information Society Technology. A Global Analysis*. Online verfügbar unter www.seniorwatch.de, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Gehrke, Barbara (Hg.) (2001): *Ältere Menschen, neue Medien - why offline*. Marl: ECMC.
- Goodman, Joy; Syme, Audrey; Eisma, Roos (2003): *Older Adults' Use of Computers: A Survey*. Online verfügbar unter <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.112.5744&rep=rep1&type=pdf>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Höpflinger, François (2009): *Einblicke und Ausblicke zum Wohnen im Alter. Age Report 2009*. Zürich: Seismo.
- Hultsch, D. F.; Hertzog, C.; Small, B. J.; Dixon, R. A. (1999): *Use it or lose it: Engaged lifestyle as a buffer of cognitive decline in aging*. In: *Psychology and Aging*, H. 14, S. 245–263.
- Kimpeler, Simone; Baier, Elisabeth (Hg.) (2006): *IT-basierte Produkte und Dienste für ältere Menschen - Nutzeranforderungen und Technikrends ; Tagungsband zur Fazit-Fachtagung «Best Agers in der Informationsgesellschaft»*. Stuttgart: IRB-Verl.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (2007): *Wohltuendes Altern in der Informationsgesellschaft. Eine i2010-Initiative. Aktionsplan*.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (4.8.2009): *Bericht über die digitale Wettbewerbsfähigkeit Europas Hauptergebnisse der i2010-Strategie 2005–2009*.
- Mahn, Karina (2007): *Online-Kompetenz von Senioren*. Hamburg: Diplomica Verlag.
- Maier, Edith (2008): *Ageing-Friendly User Interfaces*. In: Eugster, Reto; Wohler, Monika (Hg.): *Neues Altern*. Norderstedt: Books on Demand.
- Marr, Mirko (2003): *Soziale Differenzen im Zugang und in der Nutzung des Inter. Aktuelle Befunde aus der Schweiz*. In: *Medienheft Dossier*, H. 19, S. 19–27. Online verfügbar unter http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarrMirko.html, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Ministererklärung zur Konferenz «IKT für eine integrative Gesellschaft» (2006). Ministerkonferenz EU. Online verfügbar unter <http://www.einclusion.ch/de/e-inclusion-ch.html>, zuletzt aktualisiert am 11.06.2006, zuletzt geprüft am 16.12.2006.

- Mollenkopf, Heidrun (2001): Technik - ein «knappes Gut». Neue soziale Ungleichheit im Alter durch unterschiedliche Zugangs- und Nutzungschancen. In: Backes, Gertrud Maria; Clemens, Wolfgang; Schroeter, Klaus R. (Hg.): Zur Konstruktion sozialer Ordnungen des Alter(n)s. Opladen: Leske + Budrich .
- Mollenkopf, Heidrun; Kaspar, Roman (2004): Technisierte Umwelten als Handlungs- und Erlebensräume älterer Menschen. In: Backes, Gertrud; Clemens, Wolfgang; Künemund, Harald (Hg.): Lebensformen und Lebensführung im Alter. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. .
- Projektgruppe ARD/ZDF-Multimedia (2007): Internet zwischen Hype, Ernüchterung und Aufbruch. 10 Jahre ARD/ZDF-Onlinestudie. Online verfügbar unter http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Fachtagung/ARD_ZDF_Onlinebrosch_re_040507.pdf, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Schelling, Hans Rudolf (1989): Altsein daheim. Bericht über eine Repräsentativbefragung der daheim wohnenden Bevölkerung ab 65 Jahres im Kanton Graubünden. Lizentiatarbeit. Zürich. Universität Zürich, Psychologisches Institut.
- Spiro, Eva (2005): Ältere Menschen und Personalcomputer. Motive, besondere Probleme und Auswirkungen des Erstkontaktes mit dem PC im Nacherwerbsalter. München: Utz.
- Schweizerischer Seniorenrat (SSR) (2007): SSR-Bericht 2007. Zugang älterer Menschen zum Internet. Online verfügbar unter <http://www.bakom.admin.ch/themen/infosociety/01693/>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.
- Schweizerischer Seniorenrat (SSR) (2009): SSR-Studie 2008 zur Digitalisierung bei den elektronischen Medien. Online verfügbar unter <http://www.bakom.admin.ch/themen/infosociety/01693/>, zuletzt geprüft am 16.12.2009.

Anhang: Fragebogen



Befragung zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien

Das Zentrum für Gerontologie der Universität Zürich führt gemeinsam mit Pro Senectute und dem Bundesamt für Kommunikation in der ganzen Schweiz ein Forschungsprojekt zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien ab 65 Jahren durch. Wir bitten Sie, den Fragebogen sorgfältig auszufüllen und bedanken uns herzlich für Ihre Mitarbeit!

Hinweise zum Ausfüllen:

Bitte beantworten Sie jede Frage der Reihe nach, es sei denn, im Fragetext werde eine andere Anweisung gegeben. In der Regel ist pro Frage oder Aussage nur ein Feld anzukreuzen. In einigen Fällen können Sie mehrere Antworten ankreuzen; dies wird jeweils bei den einzelnen Fragen angegeben.

1. Bitte kreuzen Sie die Kästchen wie folgt an:



2. Sollten Sie eine bereits angekreuzte Antwort ändern wollen, können Sie die falsche Antwort einfach durchstreichen und die richtige ankreuzen:



3. Sollen Sie ein freies Feld selber ausfüllen, wird dies durch ein Bleistift-Symbol angezeigt:



1 **Kommen wir zuerst zu einigen Aussagen zu Technik allgemein. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr Sie selber die darin enthaltene Aussage ablehnen oder zustimmen. 1 bedeutet dabei "lehne völlig ab", 5 "stimme völlig zu", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.**

	(1) lehne völlig ab	(2)	(3)	(4)	(5) stimme völlig zu	<i>weiss nicht</i>
Der technische Fortschritt muss immer weiter gehen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Ohne technische Geräte könnte ich mir mein Leben nicht mehr vorstellen.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Ich interessiere mich sehr für neue technische Dinge.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

2 **Ganz allgemein gefragt: Ist die Bedienung moderner technischer Geräte für Sie "eher schwierig" oder "eher leicht"?**

	eher schwierig	eher leicht	<i>weiss nicht</i>
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

3 **Besitzen Sie in Ihrem Haushalt eines oder mehrere der folgenden elektrischen Geräte?**

	Ja	Nein	<i>weiss nicht</i>
Fernseher	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Radio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Festnetz-Telefon	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Mobiltelefon (Natel)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Stationärer Computer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Notebook, Laptop (tragbarer Computer)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Videorecorder oder DVD-Player	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

4 Sagen Sie uns bitte, wie häufig Sie die folgenden Medien privat nutzen. Dabei haben Sie die Auswahl zwischen "täglich", "mindestens 1 mal pro Woche", "mindestens 1 mal pro Monat", "seltener" oder "nie".

	täglich	mindestens 1 mal pro Woche	mindestens 1 mal pro Monat	seltener	nie	weiss nicht
Radio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Fernsehen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Tageszeitungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Zeitschriften	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

5 Wenn Sie Kontakt mit Freunden oder Familienangehörigen aufnehmen wollen, die nicht in Ihrem Haushalt leben, auf welche Art tun Sie das? Im Folgenden sehen Sie dazu verschiedene Möglichkeiten. Geben Sie bitte jeweils an, ob Sie dies "täglich", "mindestens 1 mal pro Woche", "mindestens 1 mal pro Monat", "seltener" oder "nie" tun.

	täglich	mindestens 1 mal pro Woche	mindestens 1 mal pro Monat	seltener	nie	weiss nicht
Festnetz-Telefon	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Kontakt über Mobiltelefon (Natel)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Kontakt über Internet (Email, Chatten, Internettelefonie, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Kontakt über Briefe	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

6 Haben Sie schon einmal das Internet genutzt?

	Ja	Nein	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

↓ Falls "nein":
Weiter mit
Frage 12
(auf Seite 7)

7 Wie oft haben Sie selber das Internet im Durchschnitt in den letzten 6 Monaten genutzt?

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet schon einmal genutzt haben!

	täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat	seltener	nie	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

↓ Falls "nie":
Weiter mit
Frage 12
(auf Seite 7)

8 Wo haben Sie in den letzten 6 Monaten das Internet genutzt: "zu Hause", oder "am Arbeitsplatz" oder "bei Familienangehörigen" oder "bei Freunden oder Bekannten" oder "woanders" ?

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

	Ja	Nein	weiss nicht
Zu Hause	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Am Arbeitsplatz (auch bei organisierter Freiwilligenarbeit, Ehrenamt)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Bei Familienangehörigen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Bei Freunden oder Bekannten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Woanders	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

9 Wissen Sie noch ungefähr, seit wann Sie das Internet insgesamt nutzen? Bitte geben Sie dazu an, seit wie vielen Jahren Sie selber das Internet nutzen. (Eine grobe Schätzung reicht.)

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

Seit _____ Jahren

weiss nicht

8888

10 Wofür haben Sie in den letzten 3 Monaten das Internet genutzt? Geben Sie bitte zu jedem Punkt anhand der folgenden Liste an, ob Sie diese Möglichkeit, selber "genutzt haben", "nicht genutzt haben, aber interessant" finden, oder "nicht genutzt haben und auch nicht interessant" finden.

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

	genutzt	nicht genutzt, aber interessant	nicht genutzt, und nicht inte- ressant	weiss nicht
Senden und Empfangen von E-Mails	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Telefonieren oder Chatten ("schriftlich telefonieren") über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Fahrpläne oder Fahrzeiten von öffentlichen Verkehrsmitteln (SBB, etc.) im Internet abrufen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Radio hören oder Fernsehen oder Videos sehen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Herunterladen von Musik, Bildern oder Spielen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Internet-Banking und andere Finanzdienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Kauf oder Verkauf von Waren und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Teilnahme an einem Internetforum (über verschiedene Themen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche auf den Internetseiten von Ämtern oder Behörden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche über Gesundheitsthemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche über Reisen und Unterkünfte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Sonst allgemeine Informationen im Internet suchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8

11 Oft muss man bei der Nutzung des Internets verschiedene Schwierigkeiten überwinden. In der nachfolgenden Liste sehen Sie mögliche Schwierigkeiten bei der Benutzung des Internets. Geben Sie bitte jeweils an, ob dies für Sie selber "aktuell eine Schwierigkeit" ist oder früher "einmal eine Schwierigkeit war, aber jetzt nicht mehr" ist oder "nie eine Schwierigkeit war".

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nutzen!

	Ja, ist aktuell eine Schwierig- keit	War früher eine Schwierigkeit, jetzt nicht mehr	Nie eine Schwierigkeit	weiss nicht
Zu hohe Kosten für Internetanschluss und Computer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Die Benutzung der Internet-Programme ist zu kompliziert	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Nicht genügend Zeit zur Nutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Unanständige Inhalte im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Sicherheitsbedenken im Internet (Datensicherheit, Internetkriminalität)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Angst vor technischen Problemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Schwierigkeiten mit dem Sehen oder Hören	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Probleme mit den Fingern oder der Hand, die eine Bedienung des Computers erschweren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Probleme mit dem Gedächtnis bei der Benutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Zu hoher Aufwand beim Erlernen der Anwendung des Internets	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Fehlende Unterstützung beim Umgang mit dem Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8
Geringe Glaubwürdigkeit der Informationen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8



Wenn Sie das Internet nutzen, bitte jetzt weiter mit **Frage 14** (auf Seite 9)

Die Fragen 12 und 13 nur beantworten, wenn Sie das Internet nicht nutzen!

12 Es gibt ja vielseitige Anwendungsmöglichkeiten im Internet. Geben Sie bitte anhand der folgenden Liste möglicher Aktivitäten im Internet an, ob dies für Sie "interessant" oder "nicht interessant" wäre.

	wäre interessant	wäre nicht interessant	<i>weiss nicht</i>
Senden und Empfangen von E-Mails	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Telefonieren oder Chatten ("schriftlich telefonieren") über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Fahrpläne oder Fahrzeiten von öffentlichen Verkehrsmitteln (SBB, etc.) im Internet abrufen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Radio hören oder Fernsehen oder Videos sehen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Herunterladen von Musik, Bildern oder Spielen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen über das Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Internet-Banking und andere Finanzdienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Kauf oder Verkauf von Waren und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Teilnahme an einem Internetforum (über verschiedene Themen)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche auf den Internetseiten von Ämtern oder Behörden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche über Gesundheitsthemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Informationssuche über Reisen und Unterkünfte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Sonst allgemeine Informationen im Internet suchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

13 Es gibt ja verschiedene Gründe das Internet nicht zu nutzen. Was sind für Sie persönlich Gründe, das Internet nicht zu nutzen? Nachfolgend sehen Sie eine Liste mit möglichen Gründen. Geben Sie bitte jeweils an, ob dies für Sie persönlich "ein Grund" oder "kein Grund" ist, das Internet nicht zu nutzen.

Diese Frage nur beantworten, wenn Sie das Internet selber nicht nutzen!

	ein Grund	kein Grund	<i>weiss nicht</i>
Zu hohe Kosten für Internetanschluss und Computer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Die Benutzung der Internet-Programme ist zu kompliziert	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Nicht genügend Zeit zur Nutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Unanständige Inhalte im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Sicherheitsbedenken im Internet (Datensicherheit, Internetkriminalität)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Angst vor technischen Problemen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Schwierigkeiten mit dem Sehen oder Hören	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Probleme mit den Fingern oder der Hand, die eine Bedienung des Computers erschweren	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Probleme mit dem Gedächtnis bei der Benutzung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Zu hoher Aufwand beim Erlernen der Anwendung des Internets	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Fehlende Unterstützung beim Umgang mit dem Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Geringe Glaubwürdigkeit der Informationen im Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Eine andere Person ruft für Sie Informationen im Internet ab oder versendet Emails oder ähnliches für Sie	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

Ab hier bitte wieder jede Frage beantworten!

14 Wie viel wären Sie maximal bereit, pro Monat für den Internetzugang auszugeben? Was wäre Ihnen das wert? (Gemeint ist der totale Betrag der laufenden monatlichen Kosten)

CHF _____ 

weiss
nicht

8888

15 Im Folgenden geht es nun um allgemeine Meinungen zum Internet. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze auf einer Skala von 1 bis 5 an, wie sehr die darin enthaltene Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. 1 bedeutet dabei "trifft gar nicht zu", 5 "trifft völlig zu", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

	(1) trifft gar nicht zu	(2)	(3)	(4)	(5) trifft völlig zu	weiss nicht
Ich befürchte, dass ich vom Internet abhängig werde	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet erleichtert den Kontakt zu anderen Menschen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet erspart viel Lauferei	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet ist anregend und faszinierend	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Wenn das Internet altersgerechter wäre, würden auch die meisten älteren Menschen es nutzen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet ist eine Modeerscheinung, die wieder vorbeigeht	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Das Internet ist Zeitverschwendung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Auch die "ältere Generation" sollte das Internet nutzen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Man muss das Internet nutzen, um mitreden zu können	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

16 Nun kommen ein paar allgemeine Aussagen darüber, wie sich die Nutzung des Internets auf das Leben der Nutzer/innen auswirkt. Bitte geben Sie für jeden der folgenden Sätze an, ob Sie eher "ablehnen" oder eher "zustimmen", ohne lange nachzudenken.

	lehne ab	stimme zu	weiss nicht
Die Verwendung des Internets gibt mehr Einfluss auf das eigene Leben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Die Verwendung des Internets gibt mehr Sicherheit im Leben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Die Verwendung des Internets gibt mehr Freiheit in der Gestaltung des eigenen Lebens	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

Falls Sie das Internet nutzen:

17 Würden Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen, wenn Sie das Internet nicht mehr nutzen könnten?

Falls Sie das Internet nicht nutzen:

Fühlen Sie sich manchmal aus der Gesellschaft ausgeschlossen, weil Sie das Internet nicht nutzen?

	Ja	Nein	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

18 Haben Sie eigentlich vor dem AHV-Alter den Computer insgesamt "viel", "wenig" oder "gar nicht" genutzt?

	viel	wenig	gar nicht	weiss nicht
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8

19 Wie schätzen Sie Ihre Internetkenntnisse ein (egal ob Sie das Internet nutzen oder nicht)? Die nachfolgende Liste enthält verschiedene Aussagen dazu. Geben Sie bitte an, welche Aussage davon für Sie zutrifft.

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.

Ich kenne mich mit dem Internet überhaupt nicht aus	<input type="checkbox"/> 1
Ich habe Anfängerkenntnisse	<input type="checkbox"/> 2
Ich habe ganz ordentliche Grundkenntnisse	<input type="checkbox"/> 3
Ich habe fortgeschrittene Internetkenntnisse	<input type="checkbox"/> 4
Ich bin Internetexperte	<input type="checkbox"/> 5

weiss nicht
 8

20 Sagen Sie uns bitte auf einer Skala von 1 bis 5, wie stark das Internet Ihrer Meinung nach von folgenden Personen oder Gruppen mehrheitlich genutzt wird. 1 bedeutet dabei "gar nicht", 5 "sehr stark", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) gar nicht	(2)	(3)	(4)	(5) sehr stark	<i>Perso- nen nicht vorhan- den</i>	<i>weiss nicht</i>
Ihr/e Lebenspartner/in	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Kinder	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Enkel	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Geschwister	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihr Freundeskreis	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8

21 Sagen Sie uns bitte auf einer Skala von 1 bis 5, ob und wie stark die folgenden Personen oder Gruppen Ihnen mehrheitlich zur Nutzung des Internets raten oder davon abraten. 1 bedeutet dabei "raten sehr davon ab", 5 "raten sehr dazu", mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstimmen.

	(1) raten sehr davon ab	(2)	(3)	(4)	(5) raten sehr dazu	<i>Per- sonen sagen nichts dazu</i>	<i>Per- sonen nicht vor- han- den</i>	<i>weiss nicht</i>
Ihr/e Lebenspartner/in	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Kinder	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Enkel	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihre Geschwister	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
Ihr Freundeskreis	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8

22 Internetkenntnisse können durch verschiedene Lernformen vermittelt werden. Wie würden Sie am liebsten das Internet erlernen (auch wenn Sie selber bereits die nötigen Internetkenntnisse haben)? Geben Sie bitte an, ob die folgenden Formen für Sie "attraktiv" oder "nicht attraktiv" wären.

	attraktiv	nicht attraktiv	<i>weiss nicht</i>
Persönliche Unterstützung im eigenen Haushalt durch Familie, Freunde oder Bekannte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Persönliche Unterstützung im eigenen Haushalt durch eine Fachperson oder Techniker	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Im Rahmen eines Kurses	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Gegenseitige Unterstützung durch Personen im gleichen Alter	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Im Rahmen eines Angebotes, in dem Jugendliche Ihnen etwas beibringen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8
Sich selber die Kenntnisse beibringen, ohne Hilfe anderer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

23 Was denken Sie: Werden Sie selber in Zukunft (resp. weiterhin) das Internet nutzen?

	Ja	Nein	<i>weiss nicht</i>
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

24 Es folgt nun eine Frage dazu, wie Sie Ihren Alltag gestalten. Hier sind einige Alltagsaktivitäten aufgelistet. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie diese Aktivität "täglich", "mindestens 1 mal pro Woche", "mindestens 1 mal pro Monat", "seltener" oder "nie" machen.

	täglich	mindestens 1 mal pro Woche	mindestens 1 mal pro Monat	seltener	nie	<i>weiss nicht</i>
Pflanzen pflegen, im Garten arbeiten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Spazieren gehen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Ausruhen, nichts tun	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Musizieren, Singen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Sport oder Gymnastik treiben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
In ein Café oder Restaurant gehen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Einkaufen gehen oder "Lädele"	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Handarbeiten oder handwerkliche Arbeiten verrichten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Gesellschaftsspiele wie z.B. Jassen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Rätsel lösen wie z.B. Kreuzworträtsel	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Kinder hüten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

(Fortsetzung nächste Seite)

	täglich	mindestens 1 mal pro Woche	mindestens 1 mal pro Monat	seltener	nie	<i>weiss nicht</i>
Besuche machen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Besuche empfangen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Kulturelle oder politische Veranstaltungen besuchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Freiwilligenarbeit leisten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Reisen, Ausflüge machen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Kurse besuchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Am Vereinsleben teilnehmen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Haustiere versorgen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8
Gottesdienst besuchen	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

25 Ganz allgemein gefragt: Gibt es gegenwärtig in Ihrem Leben "sehr viel", "viel", "einiges", "wenig" oder "gar nichts", das Ihnen Freude macht?

	sehr viel	viel	einiges	wenig	gar nichts	<i>weiss nicht</i>
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

26 Und gibt es gegenwärtig in Ihrem Leben "sehr viel", "viel", "einiges", "wenig" oder "gar nichts", das Ihnen Sorgen macht?

	sehr viel	viel	einiges	wenig	gar nichts	<i>weiss nicht</i>
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

27 Wie schätzen Sie Ihre Gesundheit zum heutigen Zeitpunkt insgesamt ein? Als "sehr gut", "eher gut", "teils-teils", "eher schlecht" oder "sehr schlecht"?

sehr gut	eher gut	teils-teils	eher schlecht	sehr schlecht	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 8

28 Und wie schätzen Sie Ihre Gesundheit im Vergleich zu anderen Menschen Ihres Alters ein? Würden Sie sagen, Ihre Gesundheit ist "besser", "gleich" oder "schlechter" im Vergleich zu anderen?


besser	gleich	schlechter	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 8

Zum Schluss noch einige Fragen zur Person, die wir für die statistische Auswertung brauchen.

29 Ihr Geschlecht?

männlich	weiblich	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

30 Wann sind Sie geboren? Geben Sie bitte nur das Jahr Ihrer Geburt an.

Geburtsjahr: 19 

weiss nicht
<input type="checkbox"/> 8888

31 Dürfen wir Sie fragen, welches Ihr Zivilstand ist und ob Sie aktuell eine(n) Partner(in) haben? Sind Sie ledig; verheiratet oder aktuell in Partnerschaft; verwitwet oder geschieden oder getrennt lebend?

ledig	verheiratet oder aktuell in Partnerschaft	verwitwet	geschieden oder getrennt lebend	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 8

32 Was ist Ihre Staatsangehörigkeit? Sind Sie Schweizer/in oder haben Sie eine andere Staatsangehörigkeit?

Schweizer/in	Andere, nämlich:	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<hr style="width: 150px; border: 0; border-top: 1px solid black; margin: 0;"/>	<input type="checkbox"/> 8888 

33 In welcher Haushaltsform wohnen Sie?

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.


Privathaushalt	<input type="checkbox"/> 1	
Altersheim	<input type="checkbox"/> 2	
Pflegeheim	<input type="checkbox"/> 3	
Kombiniertes Alters- und Pflegeheim	<input type="checkbox"/> 4	
Altersresidenz	<input type="checkbox"/> 5	
Wohnung in einer Alterssiedlung	<input type="checkbox"/> 6	
Andere Form	<input type="checkbox"/> 7	weiss nicht
		<input type="checkbox"/> 8

34 Gibt es in Ihrer näheren Umgebung eine Möglichkeit, das Internet öffentlich zu nutzen?
(z.B. Internetcafe, Bibliothek, Computer/Internet-Ecke, Computerraum, etc.)

Ja	Nein	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

35 Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst mit eingeschlossen?

Falls Sie in einem Heim wohnen: Anzahl Personen im Ihrem Zimmer

Personenzahl:
(insgesamt im Haushalt) _____ 

weiss nicht
 8888

36 Welche war die letzte Schule/Ausbildung, die Sie besucht haben?

Bitte nur die höchste (Schul-) Ausbildung ankreuzen!

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.

Primarschule	<input type="checkbox"/> 1
Sekundar-/Real-/Bezirksschule	<input type="checkbox"/> 2
Berufsschule / Lehre	<input type="checkbox"/> 3
Mittelschule / Gymnasium	<input type="checkbox"/> 4
Seminar / Technikum / HTL / HWV	<input type="checkbox"/> 5
Universität / ETH / Hochschule / HSG / Polytechnikum	<input type="checkbox"/> 6

weiss nicht
 8

37 Was war Ihre berufliche Hauptbeschäftigung im Alter zwischen 50 und 60 Jahren? Waren Sie "voll erwerbstätig", "Teilzeit erwerbstätig" oder "nicht erwerbstätig" (auch frühpensioniert)?

Bitte nur eine Antwort ankreuzen.


Voll erwerbstätig	<input type="checkbox"/> 1	weiss nicht <input type="checkbox"/> 8
Teilzeit erwerbstätig	<input type="checkbox"/> 2	
Nicht erwerbstätig (auch frühpensioniert)	<input type="checkbox"/> 3	

38 Haben Sie Kinder?

(auch wenn erwachsen oder bereits verstorben)

Ja	Nein	weiss nicht
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 8

Falls Ja, wie viele Kinder haben Sie?

Kinderanzahl: _____ 

weiss nicht
 8888

39 Wie gross ist ungefähr das monatliche Brutto-Einkommen Ihres Haushalts? Gemeint ist damit alles inklusive, auch AHV, Pension, Zinserträge usw. aller Personen im Haushalt zusammen, vor Steuern.

Angaben in Schweizer Franken (CHF)	Bitte nur <u>eine Antwort</u> ankreuzen.	
Bis 1000.-	<input type="checkbox"/>	1
1001.- bis 1500.-	<input type="checkbox"/>	2
1501.- bis 2000.-	<input type="checkbox"/>	3
2001.- bis 2500.-	<input type="checkbox"/>	4
2501.- bis 3000.-	<input type="checkbox"/>	5
3001.- bis 4000.-	<input type="checkbox"/>	6
4001.- bis 5000.-	<input type="checkbox"/>	7
5001.- bis 6000.-	<input type="checkbox"/>	8
6001.- bis 8000.-	<input type="checkbox"/>	9
8001.- bis 10'000.-	<input type="checkbox"/>	10
über 10'000.-	<input type="checkbox"/>	11

weiss nicht

8888

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

Bitte stecken Sie den ausgefüllten Fragebogen in das beiliegende, bereits frankierte Couvert und senden Sie dieses zurück an:

**M.I.S. Trend SA
Pont-Bessières 3
1005 Lausanne**

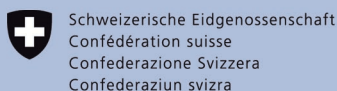
Internet-Nutzung im Alter

Gründe der (Nicht-)Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz

Die Bedeutung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT), insbesondere des Internets, hat in den letzten Jahren massiv zugenommen. Es zeigt sich aber eine «digitale Spaltung» zwischen jüngeren und älteren Menschen: Insbesondere die Altersgruppe ab 65 Jahren nutzt das Internet wesentlich weniger. Dadurch entsteht die Gefahr, dass ältere Menschen von bestimmten Informationen und Dienstleistungen ausgeschlossen werden oder bleiben.

Im Herbst 2009 wurden über 1100 Personen ab 65 Jahren in allen Sprachregionen der Schweiz telefonisch und postalisch über Aktivität, Bedürfnisse und Hindernisse der Internet-Nutzung befragt. Die repräsentative Befragungstudie zeigt Chancen und Barrieren der Internet-Nutzung im Alter auf und gibt Hinweise auf Massnahmen, die geeignet sind, diese potenzielle Ausgrenzung älterer Menschen zu überwinden.

Die Studie wurde unterstützt durch:



Bundesamt für Kommunikation BAKOM
Office fédéral de la communication OFCOM
Ufficio federale delle comunicazioni UFCOM
Uffizi federal da comunicaziun UFCOM

PostFinance
DIE POST 



Die ZÜRCHER SCHRIFTEN ZUR GERONTOLOGIE machen in loser Folge theoretische Grundlagen, empirische Befunde und praktische Anwendungen aus allen Teilgebieten der Gerontologie in disziplinärer und interdisziplinärer Perspektive zugänglich. Sie richten sich an Personen, die in der Forschung, in der akademischen Lehre, in der beruflichen Praxis und Bildung oder in der Planung und Verwaltung mit Altersfragen und alten Menschen zu tun haben, wie auch an interessierte ältere Menschen und deren Angehörige.