

Ergebnisse der ARD/ZDF-Offline-Studie 1999

## → Nichtnutzer von Online: Einstellungen und Zugangsbarrieren

ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Multimedia\*

**Rund 82 % der Erwachsenen sind noch offline**

Die Netzkommunikation und vor allem das Internet haben sich während der letzten Jahre in Deutschland bemerkenswert entwickelt. Inzwischen verfügen 17,7 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren in Deutschland beruflich oder privat über einen Zugang zum Internet. (1) Umgekehrt ist die weit überwiegende Mehrheit, rund 82 Prozent, (noch) nicht online. Diese sogenannten Offliner stehen im Mittelpunkt der vorliegenden Studie, die die ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Multimedia im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission Mitte 1999 durchgeführt hat.

**Studie zu Offlinern**

Die Untersuchung versteht sich thematisch als Komplementärstudie zur zweiten Fortschreibung der ARD/ZDF-Online-Studie 1999 (vgl. den Beitrag in diesem Heft). (2) Die dort seit 1997 beschriebene und analysierte Entwicklungsdynamik des Online-mediums und des Internets, unter besonderer Berücksichtigung der Wahrnehmung und Nutzung der Angebote von Radio- und Fernsehveranstaltern, verlangte nach einer Erweiterung der Perspektive über den Kreis der Onlinenutzer hinaus. Um abschätzen zu können, ob auch in den nächsten Jahren die gegenwärtigen Steigerungsraten bei den beruflichen und privaten Onlineanschlüssen zu erwarten sind, ist neben technischen, ökonomischen und politischen Parametern auch die Wahrnehmung dieses neuen Mediums in jenem Teil der Öffentlichkeit in den Blick zu nehmen, der bislang keinen Kontakt damit hat. Die Hauptthemen der Studie sind:

**Untersuchungsfragen**

- Welche Erwartungen bestehen gegenüber neuen Medien generell? Welche Einstellungen haben Nichtnutzer zu Online und zum Internet?
- Welche Zuwendungsbarrieren bestehen zu diesem neuen Medium? Sind es eher technische oder eher inhaltliche oder ist der Nutzungswert fraglich?
- Wie groß ist die Zahl derjenigen, die kurz davor stehen, sich ebenfalls anschließen zu lassen? Welches Profil haben diese? Welche Merkmale kennzeichnen diejenigen, die heute relativ weit davon entfernt sind, sich einen Onlineanschluß zu verschaffen?
- Wie sieht die Medien- bzw. Computerausstattung in der Bevölkerung aus?

### PC-/Computernutzung

Will man Onlinenutzerpotentiale abschätzen, liegt es nahe, sich zunächst mit der Frage der Verfügbarkeit und der Vertrautheit der Offliner mit dem PC oder dem Computer zu befassen. Schließlich ist er (heute noch) zumeist die technische Basis für die Möglichkeit, sich Zugang zum World Wide Web zu verschaffen. Zudem ist anzunehmen, daß PC-Erfahrungen die mögliche kognitive und emotionale Distanz zur Computer- und Netzwelt zumindest vermindern.

44 Prozent der Personen ohne Onlinenutzung verwenden in ihrem beruflichen Alltag oder privat einen PC bzw. einen Computer. (3) 19 Prozent der Offliner, die gegenwärtig keinen PC/Computer verwenden (56%), haben ihn früher genutzt oder damit gearbeitet. Sie geben an, dies heute nicht mehr zu tun, entweder weil die Nutzung an eine frühere Ausbildungs- oder Berufstätigkeit gebunden gewesen ist oder weil keine Zeit mehr vorhanden sei bzw. kein Interesse mehr bestehe.

**44 % der Offliner verwenden Computer**

Nur eine kleine Minderheit von 11 Prozent derjenigen Offliner, die keinen PC/Computer haben, erwägt, sich in nächster Zeit bestimmt bzw. wahrscheinlich für zu Hause einen PC anzuschaffen. Dabei sind hier erhebliche Unterschiede zwischen den Generationen erkennbar: 31 Prozent der 14- bis 39jährigen, aber nur 3 Prozent der ab 60jährigen planen, sich demnächst damit auszurüsten (vgl. Tabelle 1).

**Nur Minderheit der Offliner ohne PC will Computer anschaffen**

#### ① Offliner<sup>1)</sup> und ihre Absichten zur Anschaffung eines Computers

Online-Nichtnutzer ab 14 Jahren, die derzeit keinen PC nutzen, in %

„Computer wird angeschafft“	Alter in Jahren			gesamt
	14-39	40-59	60 u. älter	
ganz bestimmt	7	3	1	3
wahrscheinlich	24	5	2	8
wahrscheinlich nicht	12	8	7	8
bestimmt nicht	57	85	90	81

1) Teilgruppe: Befragte, die zur Zeit keinen PC nutzen (n=271); davon 14-19 Jahre: n=76; 40-59 Jahre: n=95; über 60 Jahre: n=100.  
Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

Befragte, die sich wahrscheinlich nicht oder bestimmt nicht in absehbarer Zeit einen PC/Computer anschaffen wollen (89% derjenigen Offliner, die keinen besitzen), führen vor allem den für ihren Alltag nicht vorhandenen Nutzen ins Feld. Sie können sich nicht vorstellen, wie man vor allem im privaten Bereich diese Technik sinnvoll anwenden kann. Viele haben auch keine Zeit oder Lust, sich in ihrer Freizeit damit zu beschäftigen. Kostengesichtspunkte sind demgegenüber nachrangig, ebenso weitere Argumente, die gegen die Nutzung eines PCs oder Computers angeführt werden: Zweifel an den eigenen Fähigkeiten, mit dem Rechner zurechtzukommen, Beeinträchtigung

**Nutzen vor allem im Privatbereich angezweifelt**

\* Der Arbeitsgruppe gehören unter dem Vorsitz von Birgit van Eimeren (BR) und Heinz Gerhard (ZDF) an: Ekkehardt Oehmichen (fr), Annette Mende (ORB), Andreas Grajczyk und Christian Schröter (beide SWR). An der Ausarbeitung der Studie hat ferner mitgewirkt: Sabine Thoma (BR).

sozialer Kontakte oder die Vorstellung, die Arbeit am Computer sei gesundheitsschädlich. Allerdings zeigt sich auch hier eine altersspezifische Differenzierung: Für Jüngere ist der PC oft noch zu teuer, und Ältere trauen sich seine Handhabung nicht mehr zu (vgl. Tabelle 2).

② **Offliner<sup>1)</sup>: Gründe, sich keinen Computer anzuschaffen**

in %

Ablehnungsgründe	„trifft voll und ganz/ weitgehend zu“
Brauche weder beruflich noch privat einen PC	91
Weiß nicht, wozu ich zu Hause einen PC brauche	80
Keine Zeit/Lust, mich mit einem PC zu beschäftigen	77
PCs sind zu teuer	47
Durch PC-Nutzung werden soziale Kontakte vernachlässigt	41
Traue mir nicht zu, einen PC zu bedienen	38
Halte PCs für gesundheitsschädlich	28
Lehne grundsätzlich alles ab, was mit PCs zu tun hat	23
PCs am Arbeitsplatz genügen mir	19

1) Teilgruppe: Befragte, die sich wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht einen Computer anschaffen werden (n=234).  
Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

**Kosten und verschiedene Befürchtungen sind weitere Ablehnungsgründe**

Festzuhalten ist, daß die Gründe von Offlinern ohne PC oder Computer, sich in absehbarer Zeit auch kein Gerät anzuschaffen, in erster Linie im konkreten Alltag dieser Personengruppe liegt. Wer nicht öfter schreiben oder kalkulieren muß, wer keine Lernprogramme bzw. digitalen Bibliotheken braucht und wer in Computerspielen keinen Reiz sieht, setzt andere Prioritäten bei der Planung von Anschaffungen. Erkennbar ist aber auch, daß – alters- und auch bildungsspezifisch variierend – mangelnde Kenntnisse über die Möglichkeiten des PCs und des Computers, Ängste, damit allein nicht zurechtzukommen, sowie die Kosten Zugangsbarrieren darstellen.

**Anschaffungsabsichten und Ansichten zu Online und Internet**

Einen PC oder Computer als Schreibgerät oder Rechen- und Speichermaschine zu benutzen ist das eine, diesen mit anderen zu vernetzen und gegebenenfalls weltweit zu kommunizieren, ist ein viel weiterführender Schritt. Welches Verhältnis haben Personen, die über keinen Netzanschluß verfügen, also noch die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung, zu Online und zum Internet sowie zur Absicht, sich anschließen zu lassen?

**Zwei Gruppen von Offlinern – mit und ohne Vorstellungen vom Internet**

Offliner lassen sich in zwei Gruppen einteilen: Nichtnutzer, die keine Vorstellung vom Internet haben bzw. davon, welchen Nutzen ein Onlineanschluß für sie haben könnte (23% der Gesamtbevölkerung) und Nichtnutzer, die entweder früher schon einmal Onlineangebote genutzt haben oder

eine Vorstellung vom Internet haben (59%). Bekanntheit und Wissen über Online bzw. das Internet variiert bei Nichtnutzern deutlich nach Alter, Bildung und Geschlecht: Jüngere, Männer und formal höher Gebildete wissen in der Regel besser Bescheid.

Nur diejenigen, die aus eigener Anschauung oder aus der öffentlichen Debatte heraus mit den Kategorien Online und Internet etwas anfangen können, konnten näher dazu befragt werden. Dabei wurde eine weitere Untergliederung vorgenommen: Personen, die in nächster Zeit beabsichtigen, sich ganz bestimmt oder wahrscheinlich einen Onlinezugang zu verschaffen (18% der Nichtnutzer bzw. 14% der Gesamtbevölkerung), und diejenigen, die dies ganz bestimmt nicht oder wahrscheinlich nicht tun werden (54% der Nichtnutzer bzw. 44 Prozent der Gesamtbevölkerung) (vgl. Tabelle 3).

**Nur wenige Offliner wollen sich Internetzugang zulegen**

③ **Struktur der Bevölkerungsgruppe der Offliner**

in %

	Bevölkerung gesamt	Personen ohne Online- nutzung (Offliner)	
		gesamt	Teilgruppe mit Erfahrungen/ Vorstellungen vom Internet
Personen ohne Onlinenutzung	82	100	
davon: früher genutzt	9	11	
noch nie genutzt	73	89	
Personen, die Online noch nie genutzt haben			
davon: mit Vorstellung vom Internet	50	61	
ohne Vorstellung vom Internet	23	28	
Offliner mit früherer Onlinenutzung oder Vorstellung vom Internet	59	72	100
davon: Anschaffung eines Internet- zugangs geplant			
ganz bestimmt	5	6	8
wahrscheinlich	9	12	16
wahrscheinlich nicht	9	11	15
ganz bestimmt nicht	35	43	60

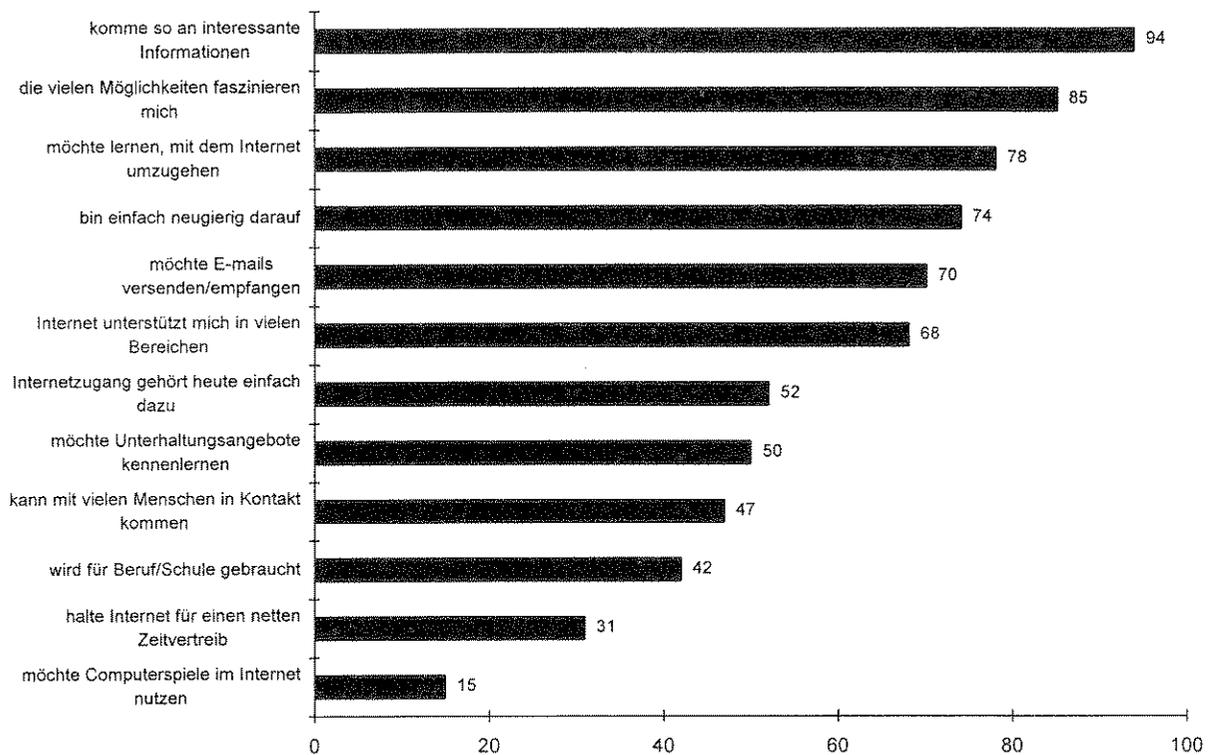
Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

Die Zahl der Offliner, die sich in Zukunft ganz bestimmt bzw. wahrscheinlich einen Internetzugang verschaffen wollen, ist in der Stichprobe also relativ gering. Insofern sind Vorstellungen und Erwartungen, die zur Anschaffung eines Internetzugangs motivieren könnten, vorsichtig zu interpretieren, das heißt als Tendaussage zu werten.

Das wichtigste Motiv dieser Gruppe ist die Erwartung, den Zugang zu interessanten Informationen zu bekommen (94%), die einen konkreten Gebrauchswert haben und in vielen Bereichen eine unterstützende Funktion versprechen (68%). Welch breites Spektrum von Themen damit konkret gemeint ist, wird weiter unten behandelt. Parallel dazu scheint das Bewußtsein gewachsen zu sein,

**Gründe, sich einen Onlineanschluß zuzulegen**

**Abb. 1 Offliner<sup>1)</sup>: Gründe für die Anschaffung eines Internetzugangs**  
*"trifft voll und ganz/weitgehend zu", in %*



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich bestimmt/wahrscheinlich einen Internetzugang anschaffen werden (n=91).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

daß heutzutage für Lern- und Fortbildungsbestrebungen ein Internetanschluß unerlässlich ist (78% bzw. 42%). Fast gleichgewichtig spielt neben diesen Informationserwartungen die Vorstellung eine Rolle, mit Hilfe des Onlineanschlusses eine Vielzahl von Möglichkeiten zu haben, die faszinieren (85%) und neugierig machen (74%). Eine letzte wichtige Motivdimension ist mit der Möglichkeit verknüpft, per E-mail kommunizieren zu können (70%). Bemerkenswert ist, daß Unterhaltungsmotive (50%), die Chance, sich die Zeit zu vertreiben (31%) oder Computerspiele zu nutzen (15%), weniger bedeutsam zu sein scheinen (vgl. Abbildung 1).

Generell zeigt sich, daß jüngere die interaktiven und unterhaltenden Möglichkeiten des Internets als Anschaffungsmotiv stärker betonen als Ältere. Für 14- bis 39jährige haben E-mail-Funktionen (81%), die Chance über das Internet mit vielen Menschen in Kontakt zu kommen (62%) und das Onlineunterhaltungsangebot (60%) einen höheren Stellenwert, wobei die Informationsinteressen in dieser Gruppe deshalb nicht geringer sind als bei den Angehörigen der mittleren und älteren Generation.

**Gründe, sich keinen Onlineanschluß zuzulegen**

Auf der anderen Seite geben 75 Prozent der Befragten an, sich wahrscheinlich oder ganz bestimmt keinen Onlineanschluß zuzulegen. Besonders entschieden sind vier Fünftel dieser Gruppe,

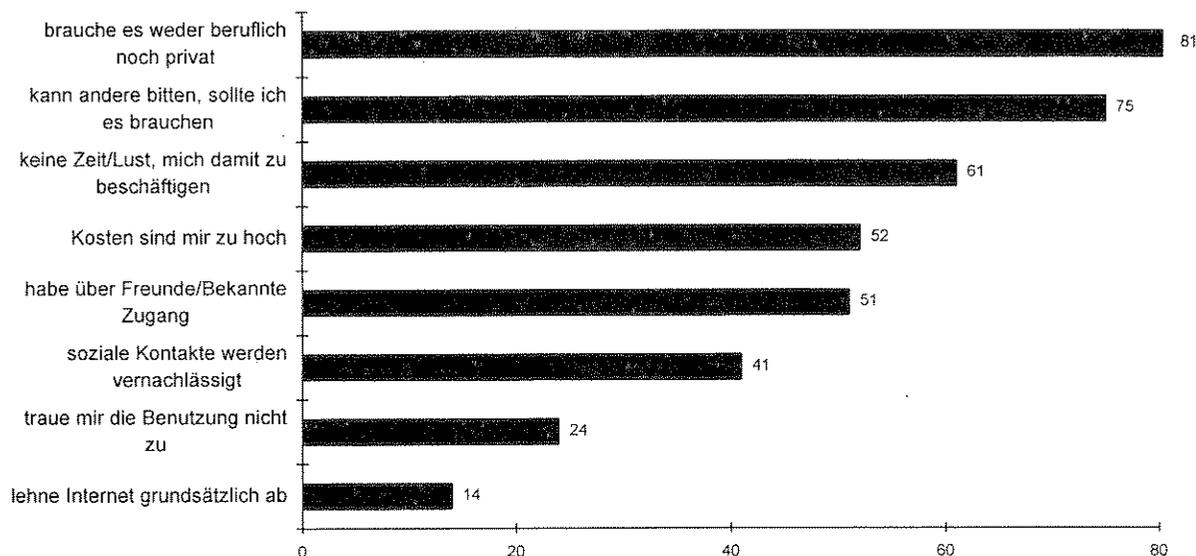
60 Prozent der Offliner gesamt. Welches sind die wichtigsten Gründe? Maßgebend ist die Versicherung, das Internet weder beruflich noch privat zu benötigen (81%) sowie die Aussage, sich mit dem Internet nicht auseinandersetzen zu wollen (61%). Interessant ist der in zweiter Linie geäußerte Hinweis, man verfüge, falls nötig, über den Zugang zum Internet mit Hilfe anderer (75%), über Freunde und Bekannte (51%). Dies betonen vor allem Frauen und Ältere ab 60 Jahren. Es folgen das Kostenargument (52%, Ostdeutschland: 60%), die Befürchtung, mit dem Internet nicht zurechtzukommen (24%, eher Ältere, Frauen und formal weniger gut Gebildete), die Vermutung negativer Auswirkungen auf soziale Kontakte (41%) sowie die grundsätzliche Ablehnung des neuen Mediums (14%) (vgl. Abbildung 2).

Festzuhalten ist hier, daß sich Onlineablehner vor allem keine sinnvolle Nutzenanwendung, keinen persönlichen Gebrauchswert des neuen Mediums vorstellen können. Zu welchen Anteilen hier jeweils Einsicht, Erfahrung oder eher eine generelle Distanzhaltung ausschlaggebend ist, ist schwer abzuschätzen und dürfte individuell sehr unterschiedlich sein.

**Wichtigster Ablehnungsgrund: kein persönlicher Nutzen erwartet**

**Abb. 2 Offliner<sup>1)</sup>: Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen**

"trifft voll und ganz/weitgehend zu", in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht einen Internetzugang anschaffen werden (n=272).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

**Auch Offliner erwarten steigende Bedeutung des Internets**

**Generelle Ansichten zum Internet**

Unabhängig vom Anschaffungsinteresse wurde jene Offlinergruppe, die entweder früher online war oder eine Vorstellung davon hat, um eine grundsätzliche Einschätzung dieses Mediums gebeten. 91 Prozent aller Befragten sind der Überzeugung, daß die Bedeutung des Internets weiter steigen wird. 95 Prozent meinen, die anderen Medien bestünden dennoch unverändert weiter. Nur 4 Prozent erwarten, daß das Internet wieder aus der Medienlandschaft verschwindet. Der Dynamik des Mediums und seiner wachsenden öffentlichen Präsenz können sich vor allem diejenigen kaum entziehen, die sich mit konkreten Anschaffungsabsichten tragen. Diese Teilgruppe ist sich entsprechend nicht ganz so sicher (81%), daß die klassischen Medien in Zukunft unverändert weiter bestehen werden.

**Mit Internet werden zahlreiche Befürchtungen verknüpft**

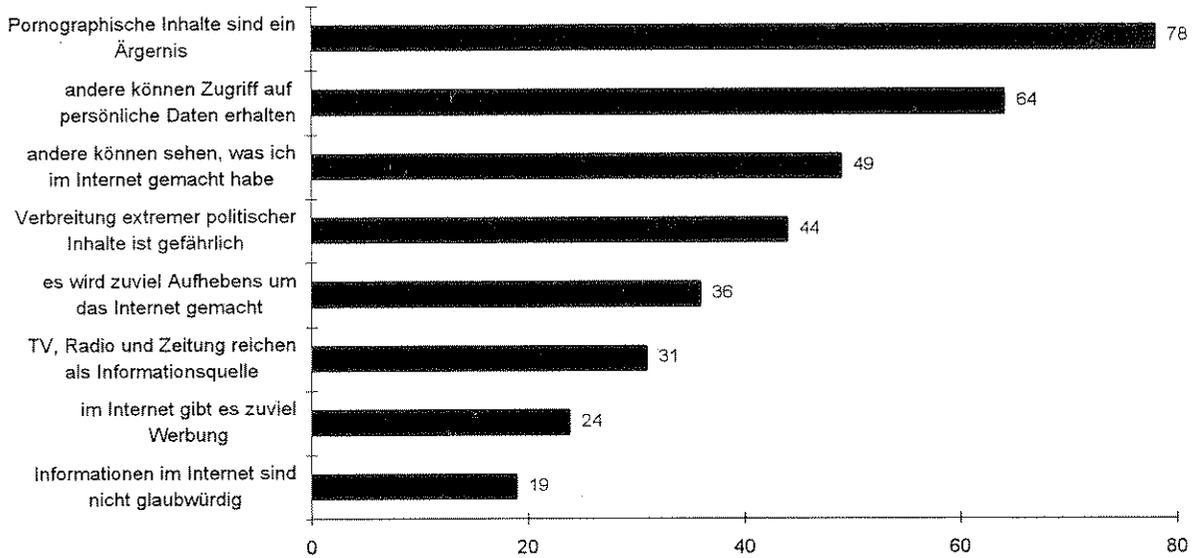
Einerseits wird das Medium wegen der großen Bandbreite seiner Leistungsmöglichkeiten und seiner gewachsenen Bedeutung hoch eingeschätzt, andererseits zeigen sich aber auch erhebliche Vorbehalte und im Hinblick auf Datensicherheit und Persönlichkeitsschutz große Unsicherheiten. Den in der Öffentlichkeit wiederholt erhobenen Vorwürfen, im Internet würden zweifelhafte bis gefährliche Inhalte verbreitet, wird von den dazu befragten Personen ohne Onlinenutzung nachhaltig zugestimmt (Pornographie: 78%, extremistische

Schriften: 44%). Ähnlich ausgeprägt ist die Befürchtung, zum gläsernen Nutzer werden zu können, die Angst vor dem Zugriff Fremder auf die eigenen Daten (64%) bzw. die Möglichkeit für andere, das eigene Verhalten im Netz rückverfolgen zu können (49%). Dem steht die Einschätzung gegenüber, daß die Informationen im Internet im Kern glaubwürdig sind, es besteht auch nicht die Vorstellung von zuviel Werbung im Internet (vgl. Abbildung 3).

Diese Ambivalenz der generellen Einschätzungen des Internets spiegelt sich auch in den Ansichten, die zu möglichen gesellschaftlichen Auswirkungen des neuen Mediums geäußert werden. Auf der einen Seite wird in breitem Umfang die Zunahme jugendgefährdender und extremistischer Inhalte (83%) und eine Verminderung in der personalen Kommunikation befürchtet (50%). Andererseits werden mit Nachdruck positive Perspektiven genannt. So sehen immerhin 85 Prozent dieses Personenkreises die Möglichkeit, daß sich die Kontaktchancen mit Fremden vergrößern; 74 Prozent glauben, daß sich das Verständnis für andere Kulturen erhöht, und 65 Prozent sind der Ansicht, daß das Internet zu einer größeren Chancengleichheit in der Gesellschaft beiträgt (vgl. Abbildung 4). Die Vorstellung, daß es sich um ein quasi elitäres Medium handelt, das gleichsam zwei Klassen von Menschen erzeugt, solche, die Zugang zu umfassenden Informationsquellen haben und solche, die davon ausgeschlossen sind, scheint generell auf dem Rückzug zu sein.

**Positive wie negative gesellschaftliche Auswirkungen erwartet**

**Abb. 3 Offliner<sup>1)</sup>: Einstellungen zum Internet**  
 "trifft voll und ganz/weitgehend zu", in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=363).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

**Einschätzungen von Offlinern decken sich mit denen der Onliner**

Diese allgemeinen Einschätzungen zur Entwicklung, Bedeutung und Problematik des neuen Onlinemediums teilen die Nichtnutzer bis ins Detail mit den Onlinern (vgl. den Beitrag in diesem Heft). Ebenso wie jene lassen sie sich nur nachrangig in ihrem konkreten Handeln davon beeinflussen: Insbesondere hält eine kritische Perspektive auf das Internet kaum davon ab, Anschaffungsabsichten zu hegen. Diejenigen nämlich, die entschlossen sind, sich einen Zugang zu verschaffen, stimmen in gleicher Weise den oben angeführten Argumenten gegen das Internet zu wie jene, die sich bestimmt nicht anschließen lassen wollen. Demnach scheint es so, daß allein technische Fragen und solche des konkreten Gebrauchswerts im Mittelpunkt von Entscheidungsüberlegungen für und wider einen Onlineanschluß stehen. Diesen Vermutungen ist im folgenden nachzugehen.

**Bedienungsfreundlichkeit als Zugangshürde**

Eine in der öffentlichen Debatte vielzitierte Zugangsbarriere ist die fehlende Bedienungsfreundlichkeit des Internets. 74 Prozent der Offliner geben an, das Internet für interessant zu halten, wenn es so leicht anschließbar wäre wie ein Radio- oder Fernsehgerät. Wäre die Handhabung so leicht wie mit der TV-Fernbedienung, würden 72 Prozent der Nichtnutzer das Internet interessant finden. Ließe sich der Onlinezugang direkt über das Fernsehgerät realisieren, bekunden 65 Prozent der Offliner gesteigertes Interesse (vgl. Tabelle 4).

Daß die Erleichterung der Installation und die Verbesserung des Bedienungskomforts Einfluß auf die Anschlußbereitschaft haben könnte, scheinen große Onlineanbieter bereits erkannt zu

**④ Offliner<sup>1)</sup>: Veränderungen, die das Internet interessant machen würden**  
 in %

Gewünschte Veränderungen	„bin sehr/etwas interessiert“
Genauso leicht anschließbar wie Radio/TV	74
Genauso leichte Bedienung wie TV-Fernbedienung	72
Angebot kostenloser Schulungen für Laien	67
PC und Zubehör müßten billiger sein	66
Internetnutzung über den Fernseher	65
Jederzeit abrufbare TV- und Hörfunkangebote	40

1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=363).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

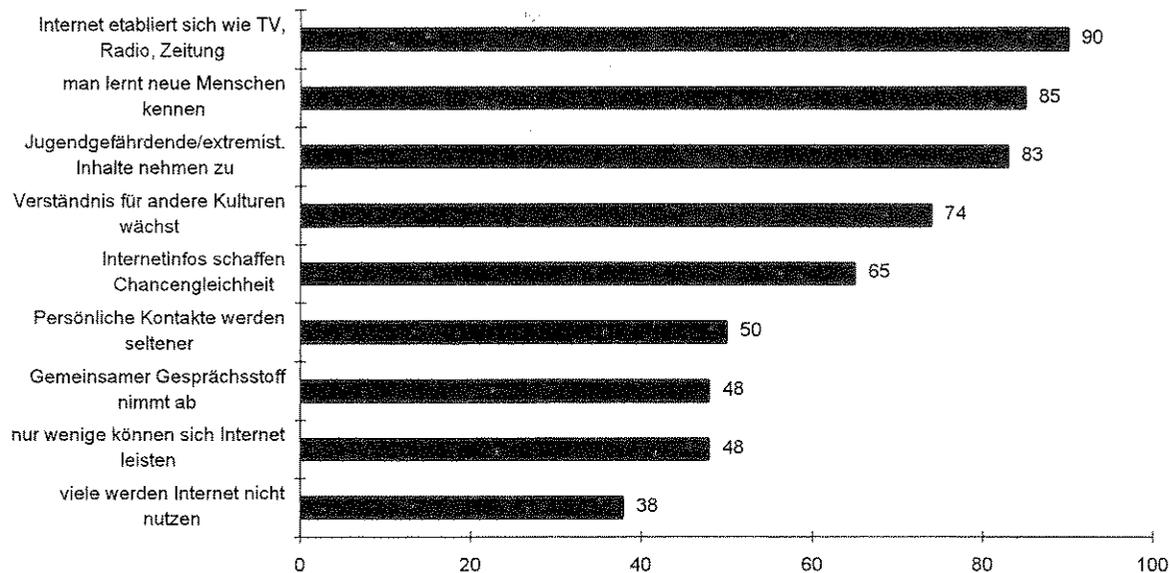
Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

haben, etwa wenn sie CDs mit der Zugangssoftware direkt ins Haus liefern und der Internetzugang in wenigen Minuten versprochen wird, oder wenn etwa die Familientauglichkeit – also die Nutzbarkeit auch von Nichtexperten – des eigenen Angebots betont wird.

Verknüpft mit dem Thema Bedienungsfreundlichkeit ist das denkbare Angebot kostenloser Schulungen für Computer- oder Internetanfänger. Dies würde in den Augen von insgesamt 67 Prozent das Internet attraktiver machen. Daneben spielen natürlich auch Kostenüberlegungen bei der Entscheidung für oder gegen eine Internetnutzung eine wichtige Rolle. Wäre die Computer- und die Onlinenutzung generell billiger, fänden 66 Prozent der Nichtnutzer ein gesteigertes Interesse daran.

**Kostenlose Schulungen und generell geringere Kosten könnten Interesse an Internet steigern**

**Abb. 4 Offliner<sup>1)</sup>: Meinungen zu Konsequenzen der Onlineverbreitung**  
*"trifft voll und ganz/weitgehend zu", in %*



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=363).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

Nicht ausschlaggebend ist die Offerte, jederzeit im Internet Fernseh- und Hörfunkangebote abrufen zu können. Für 40 Prozent wäre das eine Veränderung, die das Internet persönlich interessant machen würde. Abgesehen von der heute über traditionelle Empfangswege breiten Verfügbarkeit von Hörfunk- und Fernsehprogrammen spielt bei diesen relativ niedrigen Prozentwerten die erlebte oder vermutete geringe Abrufgeschwindigkeit und Übertragungsqualität eine Rolle. Solange bei den Übertragungsbandbreiten keine wesentlichen Fortschritte erzielt werden, ist die mögliche Nutzung – besonders von Fernsehangeboten – über das Internet kein primärer Aspekt in der Entscheidung für oder gegen das Internet. Es dominiert vorerst noch die allgemeine Vorstellung und Erfahrung von langsamen, ruckelnden kleinen Bildern, die auch durch die neuesten Streamingtechnologien nicht an die vom Fernsehen vertraute Qualität heranreichen. Hier könnten neue Kommunikationswege mittels ADSL-Technik, Übertragung über Satellit oder Stromnetz vermutlich sehr bald Onlinenutzern und Nichtnutzern neue Potentiale aufzeigen und so zu einer Verschiebung im individuellen Motivationsgefüge für oder gegen Online führen.

**Handhabungs- und Kostenfragen vor allem für Anschlußwillige eine Barriere**

Insgesamt ist erkennbar, daß die heute noch ungewisselhaft eingeschränkte Benutzerfreundlichkeit des Onlinemediums, fehlende, leicht zugängliche Schulungsmöglichkeiten und das Kostenargument Anschlußbarrieren darstellen. Eine nähere Diffe-

renzierung der vorliegenden Daten zeigt jedoch, daß diejenigen, die relativ weit davon entfernt sind, sich in absehbarer Zeit anzuschließen, am wenigsten von Verbesserungen auf diesen technisch-praktischen Feldern der Onlinenutzung beeindruckt sind. Fragen des unkomplizierten Anschlusses, der erleichterten Handhabung und der Kosten werden eher von jenen für wichtig gehalten, die sich bereits für einen Anschluß entschieden haben.

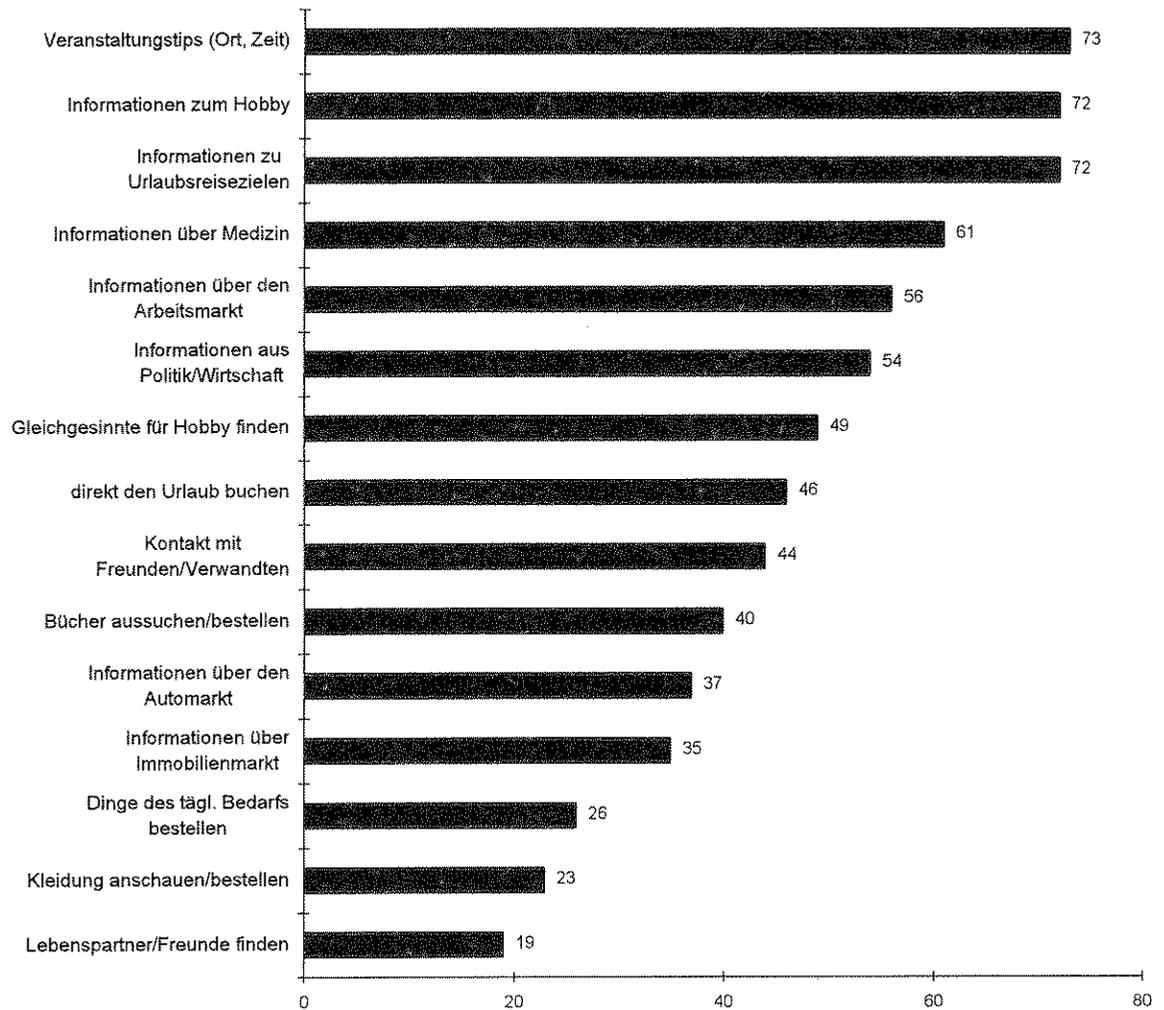
Wenn die beschriebenen technisch-praktischen Aspekte zwar als Probleme genannt werden, aber bei der Frage des Für und Wider eines Onlineanschlusses nicht ausschlaggebend sind, scheint letztlich doch nur das Kriterium des persönlichen Gebrauchswerts der Onlinemöglichkeiten als zentrale Zuwendungsbarriere für weite Teile der Bevölkerung bestehen zu bleiben. Diesem Gesichtspunkt ist noch weiter nachzugehen.

**Interesse an Angeboten im Internet**

Welche Angebote des Internets sind für Nichtnutzer attraktiv und welchen Stellenwert haben sie bei der Entscheidung, sich einen Onlinezugang zuzulegen? Um dies näher zu klären, wurde den befragten Online-Nichtnutzern zunächst im Rahmen einer hypothetischen Fragestellung eine Reihe von Internetangeboten vorgelegt. Es zeigt sich, daß die Onlineverfügbarkeit von Veranstaltungshinweisen (73%), die Erreichbarkeit von Informationen zum persönlichen Hobby oder Interessensgebiet (72%) sowie Online-Reiseinformationen (72%) besonders interessant wären. Markt- und Serviceinformationen (Arbeit (56%), Wohnen (35%), Auto

**Infos zu Veranstaltungen, Hobby und Reise auf den ersten Rängen**

**Abb. 5 Offliner<sup>1)</sup>: Interesse an Angeboten im Internet**  
 "bin sehr/etwas interessiert", in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=363).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=501).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 1999.

(37%), Gesundheit (61%) und Hintergrundinformationen aus Politik und Wirtschaft (54%) stehen ebenfalls relativ weit oben auf der Rangliste. Interessant ist daneben die E-mail-Kommunikation (44%). Möglichkeiten, von zu Hause aus Einkäufe zu tätigen (23%) und Dinge des täglichen Bedarfs zu bestellen (26%), sind dagegen weniger wichtig. Reizvollere Varianten des elektronischen Handels scheinen die Urlaubsbuchung vom Wohnzimmer aus (46%) oder die Direktbestellung im elektronischen Buchhandel (40%) zu sein (vgl. Abbildung 5).

und Heilmethoden. Onlineangebote mit Hintergrundinformationen aus Politik und Wirtschaft finden bei Offlinern mit Abitur und/oder Studium besonders großes Interesse (65%). Personen, die zu einem Onlineanschluß fest entschlossen sind, versprechen sich vor allem Informationen zu ihren persönlichen Interessensgebieten einschließlich Politik und Wirtschaft, zu Reisezielen, Veranstaltungen oder – beispielhaft – die Annehmlichkeiten des elektronischen Buchhandels.

Läßt man nicht nur in abstrakter Weise Interessen und denkbare Nutzungsoptionen formulieren, sondern fragt man direkt danach, welche Internetangebote die Nichtnutzer bewegen könnten, Nutzer zu werden, äußern sich mehr als zwei Drittel der

**Nutzungsoptionen  
 nur für wenige  
 Anreiz, sich  
 Anschluß zuzulegen**

**Unterschiedliche  
 Interessen je nach  
 soziodemographi-  
 scher Gruppe**

Bei all diesen Themen zeigen sich teilweise erhebliche Unterschiede nach soziodemographischen Gruppen. Jüngere zwischen 14 und 39 Jahren finden vor allem Internetinformationen zum eigenen Hobby, zu Veranstaltungen, Reisezielen und zum Arbeitsmarkt interessant, Ältere ab 60 Jahren zum Beispiel stärker Informationen über Medizin

Befragten (69%) ablehnend: Keine vorstellbare Nutzenanwendung ist letztlich attraktiv genug, in absehbarer Zeit diese Entscheidung positiv zu treffen. Diese distanzierte Haltung variiert freilich erheblich nach Alter, Geschlecht und Bildung: Jüngere, Männer und formal besser Gebildete erkennen eine ganze Reihe motivierender Angebotsfelder des Onlinemediums mehr als die Gesamtheit der Nichtnutzer.

**Bei Anschlußinteressierten oft Vielfalt der Möglichkeiten im Mittelpunkt**

Bei jenen, die sich vorstellen können, sich aufgrund der für sie interessanten Angebote einen Onlinezugang anzuschaffen, steht oftmals kein einzelnes Angebot, sondern die Vielfalt der Nutzungsmöglichkeiten im Mittelpunkt. Eine Ausnahme scheint die Gruppe der formal besser Gebildeten zu sein, für die das Motiv, sich den Zugang zu Hintergrundinformationen aus Politik und Wirtschaft zu erschließen, relativ wichtig ist.

**Persönlicher Nutzwert entscheidendes Kriterium**

Nach der Prüfung aller relevanten Einflußfaktoren auf die Zuwendungsbereitschaft der Offliner zum Internet ist festzuhalten, daß offenbar ein ganzes Bündel von Motiven zusammenkommen muß bzw. eine ganze Reihe von Hürden ausgeräumt sein müssen, bevor sich jemand dazu entschließt, online zu gehen. Vor allem der individuell-konkrete Nutzwert des Mediums muß geklärt und positiv beantwortet sein, bevor praktisch-technische oder finanzielle Hürden in den Blick genommen werden können.

**Fazit**

**14 % Anschlußwillige - Mehrheit ohne Vorstellung vom Internet oder will keinen Zugang**

Eine Abschätzung der Entwicklung des Mediums über die nächsten zwei bis drei Jahre hinaus ist sehr schwer. Knapp 18 Prozent der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland gehören zu den Onlinenutzern, 5 Prozent wollen sich in absehbarer Zeit ganz bestimmt anschließen lassen, weitere 9 Prozent wahrscheinlich. Damit würde dieses neue Medium etwa ein Drittel der Gesellschaft erreichen. Die Mehrheit von insgesamt 58 Prozent der Bevölkerung hat entweder keine Vorstellung vom Internet (23%) oder will sich ganz bestimmt keinen Onlinezugang verschaffen (35%). Die restlichen 9 Prozent wollen sich wahrscheinlich nicht anschließen lassen, sind sich also nicht ganz sicher.

Vorherzusehen ist jedoch, daß die Entwicklung der Internetnutzung eng mit dem Verhalten der jüngeren und der nachwachsenden Generation verknüpft ist, die in Schule und Ausbildung, am Arbeitsplatz und in der Freizeit immer stärker mit den Möglichkeiten des Netzes in Berührung kommt und Erfahrungen sammelt. Für sie wird das neue Medium eher zum selbstverständlichen täglichen Umgang gehören. Erkennbar ist auf der anderen Seite aber, daß in absehbarer Zeit die Rede vom Alltagsmedium Online bzw. Internet nur auf bestimmte Milieus und Bevölkerungsgruppen zutrifft. Der für die Anschlußbereitschaft entscheidende, subjektiv wahrgenommene oder erwartete individuelle Nutzen dürfte selbst dann für bestimmte Gruppen in der Gesellschaft nicht gegeben sein, wenn Probleme der Handhabbarkeit sowie der Anschaffungs- und Nutzungskosten stark reduziert sind und nicht länger als sekundäre Zuwendungsbarrieren wirken können. Selbst wenn eines Tages die Zeit gekommen sein mag, in der es selbstverständlich ist, über einen Zugang zur Netzkommunikation zu verfügen, wird die Extensivität und Intensität der Nutzung aller damit verbundenen Möglichkeiten individuell und gruppenspezifisch sehr ungleich bleiben.

Überraschend ähnlich sind die Wahrnehmungsmuster des Internets bei Offlinern und Onlinenutzern. Dies gilt sowohl für die erwartete Entwicklungsperspektive des Mediums, die generell ambivalente Einschätzung seiner gesellschaftlichen Auswirkungen als auch für seine inhaltliche Leistungsfähigkeit als individuell vielgestaltig nutzbares Informations- und Kommunikationsmedium. Offenbar hat die öffentliche Debatte über das neue Medium breite Bevölkerungsschichten erreicht und einen weitgehend übereinstimmenden Bewußtseinsstand in der Gesellschaft bewirkt.

**Ähnliche Wahrnehmungsmuster des Internets bei On- und Offlinern**

Anmerkungen:

- 1) Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 1999.
- 2) Telefonische Repräsentativerhebung bei n=600 Personen in den alten und neuen Bundesländern, Feldzeit: 8. bis 23.6.1999. Durchführung: ENIGMA, Wiesbaden.
- 3) Gesamtbevölkerung: 54 Prozent PC-/Computernutzung.

