

ARD/ZDF-Offline-Studie 2004

→ Offliner 2004: Anpassungsdruck steigt, Zugangsbarrieren bleiben bestehen

Von Maria Gerhards* und Annette Mende**

Großer Teil der Bevölkerung weiterhin ohne Internetzugang

Im Frühsommer 2004 waren 55,3 Prozent der rund 64,4 Millionen Bundesdeutschen ab 14 Jahre online (zumindest gelegentlich genutzt); 44,7 Prozent, dies sind hochgerechnet 28,8 Millionen Personen ab 14 Jahre in Deutschland, haben diesen Schritt (noch) nicht vollzogen. In den letzten zwölf Monaten sind auf Seiten der Onliner insgesamt rund 1,3 Millionen Personen dazugekommen (ein Plus von 1,8 Prozentpunkten), im Jahr zuvor – von 2002 auf 2003 – lag dieser Wert noch bei 6,1 Millionen (ein Plus von 9,5 Prozentpunkten). Damit schwächen sich die Zugangsraten deutlich ab und belegen, dass der für 2003 konstatierte unerwartet hohe Zuwachs sich derzeit nicht fortsetzt (vgl. dazu den Beitrag von Birgit van Eimeren, Heinz Gerhard und Beate Frees in diesem Heft).

Diese Entwicklung würde für die kommenden Jahre bedeuten, dass ein großer Teil der Bevölkerung von den Angeboten und Inhalten des Internets nach wie vor ausgeschlossen bleibt. Am Rande: Damit scheint auch das im Dezember 2003 von der Bundesregierung in einem Aktionsprogramm definierte Ziel, im Jahr 2005 einen Anteil an Internetnutzerinnen und -nutzern von 75 Prozent zu erreichen, schwer zu realisieren zu sein. (1)

Welche Anschluss-hindernisse bestehen 2004 noch?

Um die Potenziale bei den Offlinern, online zu gehen, einschätzen zu können und um deren Einstellungen und Vorbehalte zu (er)kennen, wurde auch im Jahr 2004 eine Befragung unter den Nichtnutzern durchgeführt. Diese ARD/ZDF-Offline-Untersuchung ist seit 1999 als Komplementärstudie zu der ARD/ZDF-Online-Studie angelegt und dokumentiert damit zum nunmehr sechsten Mal jene Personen, die zur Zeit nicht online sind oder noch nie online waren.

Untersuchungsanlage und Forschungsfragen

Im Frühsommer 2004 wurde dazu im Zeitraum vom 26. April bis 29. Mai von ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung/Wiesbaden aus der Grundgesamtheit aller bundesdeutschen Personen ab 14 Jahre eine repräsentative Stichprobe von 2.537 Personen gezogen, aus der sich die Verteilung von Onlinernutzern und Nichtnutzern ergab. Im Rahmen dieser Ausgangsstichprobe wurden insgesamt 1.810 Interviews vollständig durchgeführt, davon 808 Interviews mit Offlinern. Diese Offliner-Stichprobe wurde dabei nach dem Zufallsprinzip zweigeteilt, ein Teil erhielt einen gekürzten Fragebogen, der andere Teil ging in eine Intensivbefragung ein.

Neben der Fortschreibung der bisherigen Forschungsfragen standen 2004 folgende Fragen im Mittelpunkt:

- Handelt es sich bei den Offlinern um eine zunehmend homogene Gruppe, die sich immer stärker ähnelt oder um eine mit ganz unterschiedlichen Einstellungen?
- Empfinden es Offliner als Ausgrenzung, weil sie keine Zugangsmöglichkeit zu den Angeboten und Inhalten des Internets haben?
- Was würde Internet für Offliner interessant machen, welche Voraussetzungen müssten erfüllt sein, um sie ans Netz zu führen?

Strukturelle Veränderungen im längerfristigen Vergleich

Der Rückgang an Offlinern in der bundesdeutschen Bevölkerung um 1,8 Prozentpunkte in den vergangenen zwölf Monaten fand am stärksten in den Bevölkerungsgruppen statt, die bereits von 2002 nach 2003 vermehrt online gegangen sind: bei den 40- bis 60-Jährigen und in der jüngsten Altersgruppe, bei den 14- bis 19-Jährigen. Im Altersjahrzent 50 bis 59 Jahre sind sogar erstmals mit 47,3 Prozent weniger Offliner als Onliner vertreten (Anteil Offliner 2003: 51,2%).

Nahezu unverändert bleibt jedoch der hohe Prozentsatz an Offlinern bei den Älteren: 85,5 Prozent der ab 60-Jährigen nutzen kein Internet. Im Vergleich mit 1999 ist der Offliner-Anteil in dieser Gruppe nur um rund 13 Prozentpunkte zurückgegangen (vgl. Tabelle 1).

Mit dem Alter korreliert die zweite große Offliner-Gruppe: die Rentner/nicht Berufstätigen: Deren Anteil liegt derzeit bei 77,1 Prozent – auch hier zeigt der Vergleich mit 1999 einen geringen Rückgang um nur 19 Prozentpunkte. Die dritte Offliner-Gruppe segmentiert sich nach dem höchsten formalen Bildungsabschluss und korreliert ebenfalls mit dem Alter: Rund 64 Prozent aller Personen mit dem Abschluss Volksschule/Hauptschule besitzen keinen Internetzugang.

Bedeutend also nach wie vor die Faktoren Alter (= 60 Jahre und älter), Nicht-Berufstätigkeit und formal geringe Bildung jeweils sehr hohe Offlineranteile, so zeigt der Blick auf die Verteilung nach Geschlecht eine erkennbar positivere Entwicklung. Waren 1999 noch 88,3 Prozent aller Frauen ohne Internet, so sind es 2004 nur noch 52,7 Prozent, dies ist ein Rückgang um rund 36 Prozentpunkte.

Allerdings belegt die Zusammensetzung der Offliner-Gruppe nach wie vor ein starkes Ungleichgewicht zwischen Frauen und Männern: Derzeit sind 62 Prozent aller Offliner weiblich. Dieses Verhältnis bleibt – genauso wie die Verteilung nach Alter, Bildung und Berufstätigkeit – im Vorjahresvergleich nahezu unverändert (vgl. Tabelle 2).

Offliner: größte Gruppe stellen die ab 60-Jährigen

Weiterhin hohe Offlineranteile in bestimmten Bevölkerungssegmenten

* SWR-Medienforschung/Programmstrategie, ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia;

** RBB-Medienforschung, ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia.

① Offliner in Deutschland 1999 bis 2004

Personen ohne Onlinenutzung, Anteil in %

	1999	2000	2001	2002	2003*	2004
Gesamt	82,3	71,4	61,2	55,9	46,5	44,7
männlich	76,1	63,4	51,7	47,0	37,4	35,8
weiblich	88,3	78,7	69,9	64,0	54,8	52,7
14-19 Jahre	70,0	51,5	32,6	23,1	7,9	5,3
20-29 Jahre	67,0	45,4	34,5	19,7	18,1	17,2
30-39 Jahre	75,5	58,9	49,7	34,4	26,9	24,1
40-49 Jahre	80,4	67,8	50,7	52,2	32,6	30,1
50-59 Jahre	84,9	77,9	67,8	64,6	51,2	47,3
60 Jahre und älter	98,1	95,6	91,9	92,2	86,7	85,5
Volksschule/ Hauptschule				76,4	67,6	63,9
Weiterführende Schule				45,0	33,6	32,3
Abitur				21,6	13,8	12,6
Studium				20,7	21,3	20,6
berufstätig	76,9	61,6	51,6	40,7	30,4	26,6
in Ausbildung	62,1	41,5	20,6	18,9	8,4	5,5
Rentner/nicht berufstätig	95,8	93,2	85,5	85,2	78,7	77,1

* Aufgrund von Neuberechnungen mit Nachkommastellen weichen die Werte von denen in MP 8/2005 publizierten (dort Tabelle 1) leicht ab.
Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2000: n= 500; 2001: n= 512; 2002: n= 509, 2003: n= 800; 2004: n= 808).

Quellen: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999 bis 2004.

② Soziodemographische Struktur der Offliner in Deutschland 1999, 2003, 2004

Anteil in %

	1999	2003	2004
Personen			
ohne Onlinenutzung	82,3	46,5	44,7
abs. in Mio	52,1	29,9	28,8
in %	100	100	100
männlich	44	38	38
weiblich	56	62	62
14-19 Jahre	6	1	1
20-29 Jahre	12	5	5
30-39 Jahre	17	10	10
40-49 Jahre	15	12	12
50-59 Jahre	17	16	16
60 Jahre und älter	32	55	57
Volksschule/Hauptschule	48	68	68
Weiterführende Schule	30	25	25
Abitur	10	3	2
Studium	12	4	4
berufstätig	48	33	29
in Ausbildung	8	2	1
Rentner/nicht berufstätig	44	65	69

Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2003: n= 800; 2004: n= 808).

Quellen: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003 und 2004.

Offliner und Computernutzung

Nur 15 Prozent der Offliner haben heimischen PC

Da auch 2004 die überwiegende Mehrheit der Offliner noch nicht mobil ins Internet geht – lediglich 6 Prozent nutzen auch unterwegs das Internet – stellt der PC nach wie vor die wichtigste technische Basis für den Internetzugang dar. Von den Offlinern nutzen zu Hause lediglich 15 Prozent einen Computer, 2003 waren es 17 Prozent, auch hier spreizen die Werte zwischen den jüngeren und älteren Offlinern stark (14 bis 39 Jahre: 34%; 60 Jahre und älter: 7%). Angesichts des Stellenwerts des PC für den Internetzugang bleibt auch 2004 die PC-Anschaffungsabsicht von besonderer Bedeutung. Ernüchternd fallen hier die Zahlen aus: Eine Computer-Anschaffung für zu Hause planen rund 83 Prozent der Offliner ganz bestimmt nicht, 6 Prozent wahrscheinlich nicht. Diese Ablehnung ist im Vergleich zum Vorjahr nochmals angestiegen (2003: bestimmt nicht/wahrscheinlich nicht: 84%). Auffällig ist die deutliche Ablehnung bei den jüngeren Offlinern, mehr als jeder zweite zwischen 14 und 39 Jahren wird sich ganz bestimmt keinen PC anschaffen (vgl. Tabelle 3).

Hauptgrund: PC wird privat und beruflich nicht gebraucht

Hauptauschlaggebend ist dabei, dass ein Computer weder beruflich noch privat gebraucht wird und – damit einhergehend –, dass sich die Offliner nicht vorstellen können, wozu sie zu Hause einen Computer benötigen. Im Vergleich zum Vorjahr hat der dritthäufigst genannte Grund für die Nicht-Anschaffung – nämlich mangelnde Zeit und Lust – an Relevanz verloren. Im Vergleich zu 1999 verlieren diese drei Hauptgründe zwar etwas an Bedeutung,

bilden aber nach wie vor die Spitzengruppe. Auffällig ist die gestiegene Zustimmung beim Argument, dass durch die PC-Nutzung soziale Kontakte vernachlässigt werden – 1999: 41 Prozent Zustimmung, 2004 sind es 55 Prozent, dieser Aspekt wird später beim Thema Konsequenzen der Internetverbreitung weiter vertieft (vgl. Abbildung 1).

Von denjenigen, die sich bestimmt/wahrscheinlich einen Computer anschaffen werden – dies sind insgesamt 12 Prozent der heutigen Offliner –, werden zuvorderst als Anschaffungsmotive genannt: dass man heutzutage einfach einen Computer braucht, dass der Computer zu Hause in vielen Bereichen unterstützen kann, dass man den Umgang erlernen möchte und schließlich, dass man zu Hause einen Internetzugang haben möchte. Der Vergleich mit 1999 zeigt bei den angeführten Gründen leichte Verschiebungen: Führte 1999 noch das Lernmotiv die Liste mit 85 Prozent Zustimmung an, fällt es fünf Jahre später um 26 Prozentpunkte zurück. Umgekehrt gewinnen die Argumente „heutzutage braucht man einfach einen Computer“ und „ich möchte zu Hause ins Internet gehen können“ deutlich an Gewicht (vgl. Abbildung 2).

Offliner: Vorstellungen vom Internet und Anschaffungsabsicht

Was bedeutet Internet ganz allgemein für die Offliner? Dazu wurde 2004 erhoben, was Offliner ganz spontan mit dem Begriff Internet assoziieren – lediglich 20 Prozent der Offliner konnten dabei zum „Internet“ gar nichts ausführen. Offliner verbinden vorrangig zwei Aspekte mit dem Internet: Erstens Zugriffsmöglichkeit auf Informationen

Gründe für die Anschaffung eines Computers: „Gehört heute einfach dazu“

Internet gleichbedeutend mit Zugriffsmöglichkeit auf Informationen

③ Offliner¹⁾ und ihre Anschaffungsabsicht eines Computers

in %

	2003				2004			
	Gesamt	14-39 J.	40-59 J.	60 J. u. älter	Gesamt	14-39 J.	40-59 J.	60 J. u. älter
Computer wird angeschafft								
ganz bestimmt	7	30	11	1	5	13	9	1
wahrscheinlich	9	13	18	4	7	21	12	2
wahrscheinlich nicht	7	20	8	4	6	8	8	5
ganz bestimmt nicht	77	36	63	91	83	57	71	92

1) Teilgruppe: Befragte, die zu Hause zur Zeit keinen PC nutzen, 2003: n= 666 ; 2004: n=685.

Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (2003: n= 800; 2004: 808).

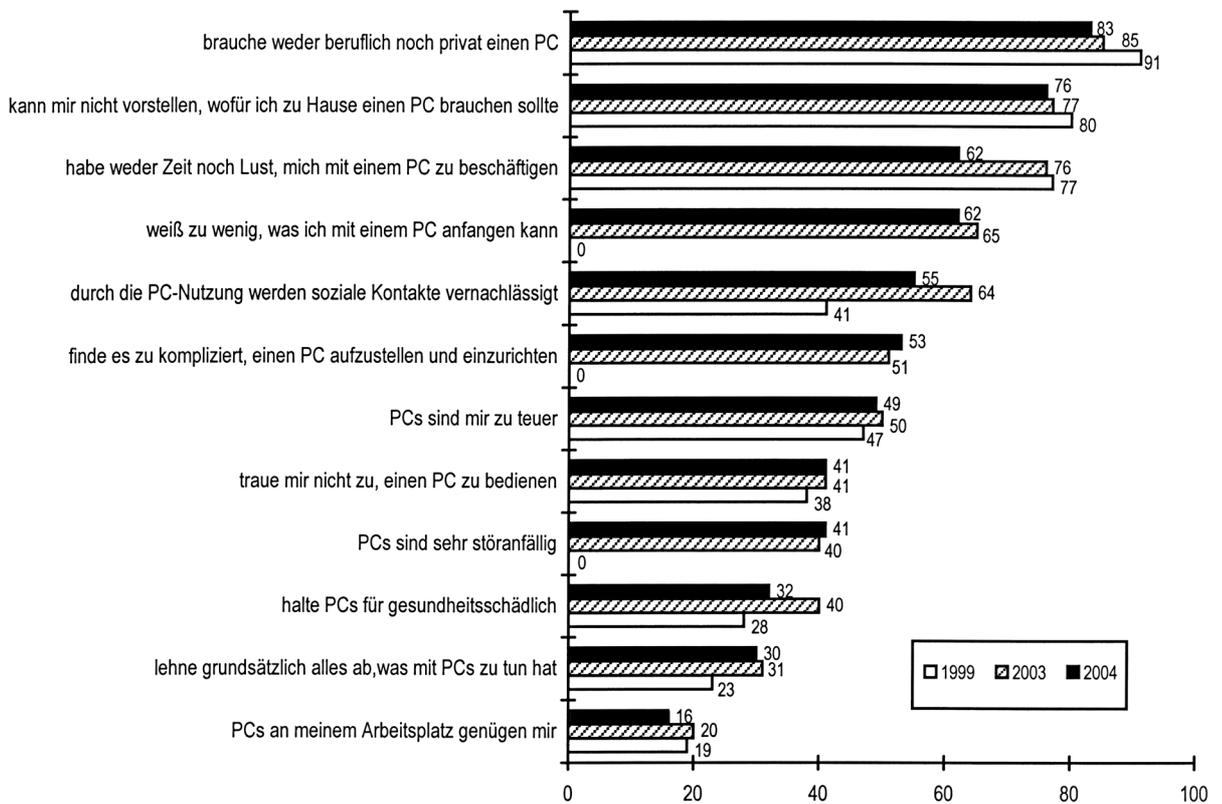
Quellen: ARD/ZDF-Offline-Studien 2003/2004.

(27%) und zweitens Einkaufen/Bestellmöglichkeiten (16%). Diese Reihenfolge gilt übrigens – wenn auch auf geringerem Niveau, auch für die Gruppe unter den Offlinern, die überhaupt keine Vorstellung vom Internet hat.

Für die jüngeren Offliner umfasst Internet darüber hinaus auch das Ersteigern/eBay (14 bis 39 Jahre: 24%, 40 bis 60 Jahre: 19%) und das Kommunizieren/chatten können (14 bis 39 Jahre: 17%). Weitere Assoziationsfelder streuen mit Prozentwerten von unter 15 Prozent sehr breit, dokumentieren aber, dass die Offliner ein sehr vielfältiges

„Wissen“ haben, was man mit dem Internet alles machen kann bzw. was Internet bietet: Beispielsweise werden die Aspekte Vernetzung (www, weltweit), Vielfalt/Unbegrenztheit oder Schnelligkeit/immer auf dem neuesten Stand genannt, aber auch ganz konkrete Assoziationen wie Reise buchen, Wettervorhersagen etc. angeführt. Negatives assoziieren 17 Prozent der Offliner: Hier vor allem mangelndes Interesse/kein Bedarf/ist überflüssig und Betrug/Kriminalität/Missbrauch oder Viren, beides im Übrigen deutlich stärker von den älteren Offlinern.

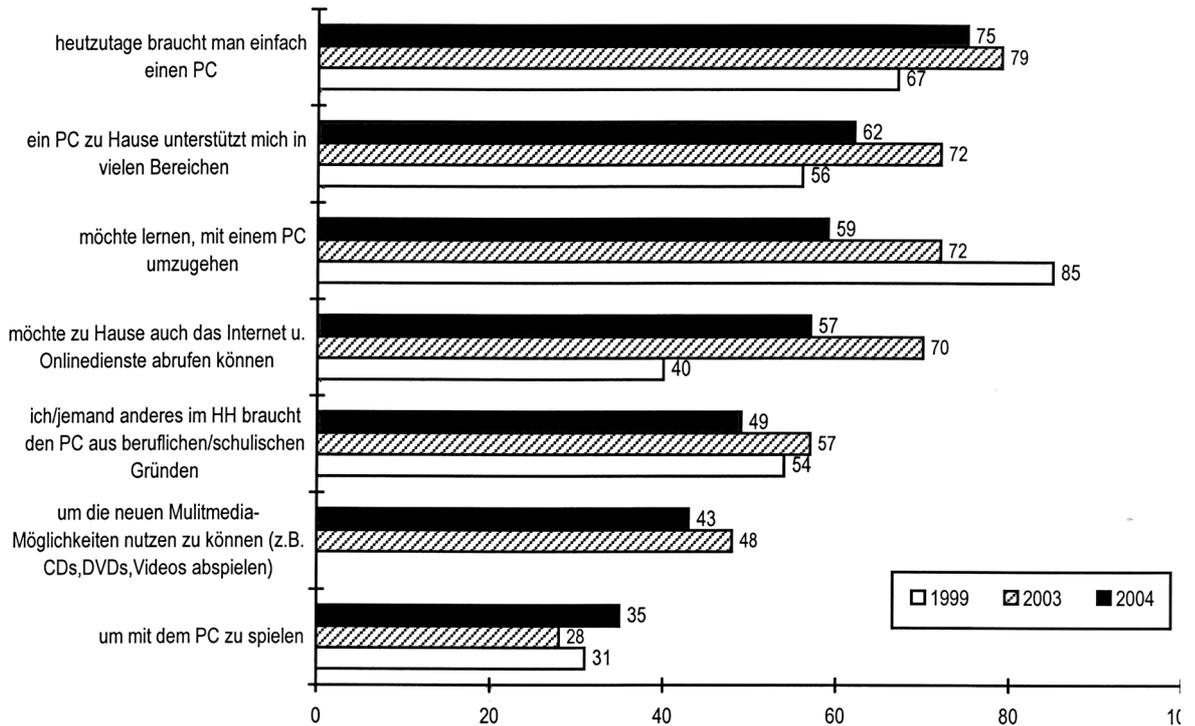
Abb. 1 Offliner: Gründe, sich für zu Hause keinen Computer anzuschaffen
Ablehnungsgründe, trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2003: n= 800; 2004: n= 808). Teilgruppe: Befragte, die sich wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht einen Computer für zu Hause anschaffen werden (1999: n=247; 2003: n=558, 2004: n=298).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003, 2004.

Abb. 2 Offliner¹⁾: Gründe, sich für zu Hause einen Computer anzuschaffen
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



1) Teilgruppe: Befragte, die sich bestimmt/wahrscheinlich einen Computer für zu Hause anschaffen werden (1999: n=29; 2003: n=107; 2004: n=44).
Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2003: n= 800; 2004: n= 808).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003, 2004.

Anschaffungsabsicht Internet: Zuwachsraten schwächen sich ab

Insgesamt 7,2 Prozent der Bevölkerung, die nicht online sind, aber Vorstellungen vom Internet haben, wollen sich in nächster Zukunft ganz bestimmt oder wahrscheinlich für Zuhause einen Internetzugang anschaffen. Dies ist der bis dato niedrigste Prozentsatz an „Anschlusswilligen“, die höchste Anschaffungsabsicht gab es im Jahr 2000 mit 17,5 Prozent. Hinzu kommt, dass auch der Anteil derjenigen, die früher schon einmal zu Hause Internet genutzt haben, um 1,8 Prozentpunkte auf 5,6 Prozent sinkt (vgl. Tabelle 4).

Dazu ein Blick auf die tatsächlichen Zuwachsraten bei den Onlinern: 2003 planten 3,4 Prozent der Gesamtbevölkerung, die nicht online waren, „ganz bestimmt“ die Anschaffung eines Internetzugangs. Tatsächlich online gegangen sind 1,8 Prozent (oder rund 1,3 Millionen). Nimmt man die ganz bestimmte Anschaffungsabsicht für 2004 von 2,9 Prozent und rechnet mit einer erneut leicht schwächeren Zuwachsrate, so werden schätzungsweise zwischen einer halben und einer dreiviertel Million Menschen ab 14 Jahre ins Netz gehen – natürlich vorausgesetzt, es werden in den nächsten zwölf Monaten den Offlinern keine neuen, attraktiven Gründe oder Anwendungen angeboten, die sie ins Netz ziehen.

Die meisten Anschaffungsmotive haben an Reiz verloren

Für die weitere Entwicklung des Internets ist zweifellos die Gruppe von Offlinern von besonderer Bedeutung, die eine Vorstellung vom Internet hat oder früher schon einmal im Internet war. Dies

sind 80,5 Prozent der Offliner. 16 Prozent dieser Offliner gehören in die Gruppe der „Anschaffungsplaner“ (vgl. Tabelle 5). Die zwei Hauptattraktoren sind: „kann so an interessante Informationen herankommen“ und „komme so schnell und zeitunabhängig an die neuesten Informationen“. Drittstärkster Grund ist für sie, dass ein „Internetzugang heute einfach dazugehört“.

Der Vergleich der genannten Anschaffungsgründe mit 2003 zeigt vor allem eine markante Veränderung: Dass das Internet heute einfach dazugehört ist in der „Wertigkeit“ von Platz 7 auf Platz 3 gestiegen (plus 8 Prozentpunkte). Ansonsten haben mit Ausnahme von „über das Internet kann man günstig einkaufen“ und „bin einfach neugierig auf das Internet“ alle anderen Motive für die Offliner an Reiz verloren (vgl. Abbildung 3).

Betrachtet man die Zustimmungswerte im Längsschnitt von 1999 bis 2004, so kristallisieren sich folgende Aspekte heraus:

1. Es gibt ein dauerhaft dominantes Motiv: Zugriffsmöglichkeit auf interessante Informationen. Diese Möglichkeit ist in den sechs Jahren der meistangeführte Grund, online zu gehen, 2004 mit 80 Prozent Zustimmung, die höchste Zustimmung wurde im Jahr 2000 mit 97 Prozent erreicht.
2. Die Zustimmungsniveaus spiegeln auch die Hochzeit des Internetbooms 1999/2000 wider: Hier weisen die Offliner die höchsten Zustimmungswerte und damit auch Anschaffungsabsichten für das Internet auf – mit der Folge hoher Zuwachsraten.

Motivvergleich im Zeitablauf: Nur „Internet gehört dazu“ konnte an Bedeutung gewinnen

④ Offliner in Deutschland: Frühere Nutzung / Vorstellung vom Internet 1999 bis 2004

in %

	Bevölkerung gesamt					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Personen ohne Onlinenutzung	82,3	71,4	61,2	55,9	46,5	44,7
davon: früher genutzt (eigene Zugangsmöglichkeit)	8,6	6,4	6,6	6,4	7,4	5,6
durch andere genutzt ¹⁾					13,3	14,0
noch nie selber genutzt	73,7	65,0	54,6	49,5	39,1	39,1
noch nie genutzt (weder eigene Zugangsmöglichkeit noch durch andere genutzt)					25,8	25,1
Personen, die Online noch nie genutzt haben						
davon: mit Vorstellung vom Internet	50,4	48,4	37,5	35,3	30,9	30,4
ohne Vorstellung vom Internet	23,2	16,6	17,1	14,3	8,1	8,7
Offliner mit früherer Onlinenutzung oder Vorstellung vom Internet						
davon: Anschaffung eines Internetzugangs geplant	59,0	54,8	44,1	41,6	38,4	36,0
ganz bestimmt	4,9	6,9	6,9	3,9	3,4	2,9
wahrscheinlich	9,7	10,6	7,0	5,2	5,4	4,3
wahrscheinlich nicht	8,9	7,9	5,4	5,5	3,9	3,5
ganz bestimmt nicht	35,5	29,4	24,8	27,1	25,6	25,2

1) Seit 2003 gefragt.

Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2000: n= 500; 2001: n= 512; 2002: n= 509; 2003: n= 800; 2004: n= 808).

Quellen: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999 bis 2004.

⑤ Struktur der Offliner in Deutschland: Frühere Nutzung / Vorstellung vom Internet 1999 bis 2004

in %

	Offliner gesamt (Personen ohne Onlinenutzung)					
	1999	2000	2001	2002	2003 ¹⁾	2004
Personen ohne Onlinenutzung	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
davon: früher genutzt (eigene Zugangsmöglichkeit)	10,5	8,9	10,8	11,4	16,0	12,5
durch andere genutzt ²⁾				28,6	31,3	
noch nie selber genutzt	89,5	91,1	89,2	88,6	84,0	87,5
noch nie genutzt (weder eigene Zugangsmöglichkeit noch woanders bzw. durch andere genutzt)					55,4	56,2
Personen, die Online noch nie genutzt haben						
davon: mit Vorstellung vom Internet (inkl. ²⁾)	61,2	67,8	61,3	63,1	66,5	68,0
ohne Vorstellung vom Internet	28,2	23,3	27,9	25,5	17,5	19,5
Offliner mit früherer Onlinenutzung oder Vorstellung vom Internet	71,7	76,7	72,1	74,5	82,5	80,5
davon: Anschaffung eines Internetzugangs geplant						
ganz bestimmt	6,0	9,7	11,3	7,0	7,3	6,4
wahrscheinlich	11,8	14,8	11,5	9,3	11,6	9,6
wahrscheinlich nicht	10,8	11,0	8,8	9,8	8,3	7,9
ganz bestimmt nicht	43,1	41,2	40,6	48,4	55,1	56,3

1) Eine Umstellung im Frageprogramm wurde in der Darstellung in MP 8/2003, Tabelle 5 nicht berücksichtigt. Vorliegende – auch für 2003 neu berechnete Daten – bilden die Struktur der Offliner korrekt ab (seit 2003 wird unterschieden zwischen „Internet durch andere genutzt“ und „Internet noch nie genutzt“).

2) seit 2003 gefragt.

Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2000: n= 500; 2001: n= 512; 2002: n= 509; 2003: n= 800; 2004: n= 808).

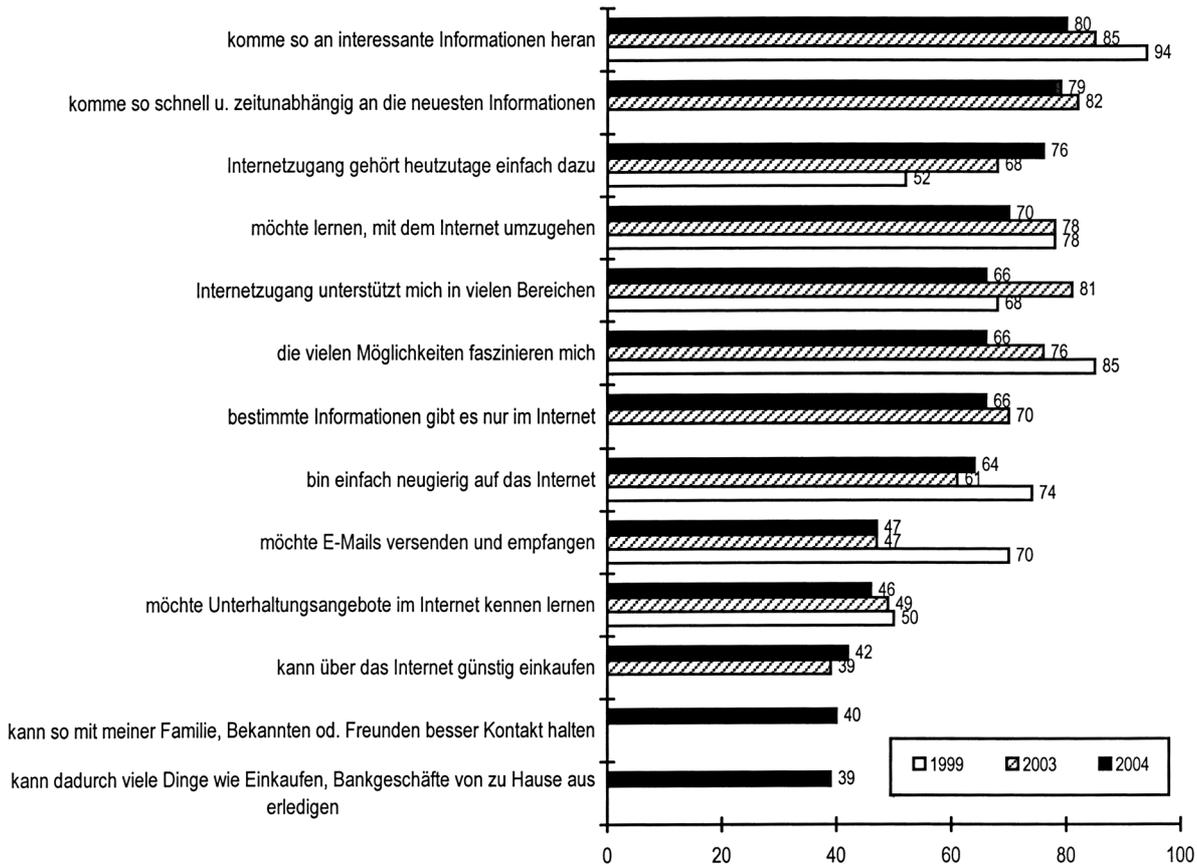
Quellen: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999 bis 2004.

3. Internet etabliert sich – auch für Offliner: „Internet gehört heute einfach dazu“ ist das einzige Argument, das in den sechs Jahren an Bedeutung gewonnen hat (plus 24 Prozentpunkte).

4. Hauptattraktoren vergangener Jahre wie E-Mails, eBay, Einkaufen verlieren 2004 an Strahl-

kraft: Den größten Rückgang von 1999 bis 2004 zeigt „möchte E-Mails versenden und empfangen“ (minus 23 Prozentpunkte) und „die vielen Möglichkeiten faszinieren mich“ (minus 19 Prozentpunkte).

Abb. 3 Offliner¹⁾: 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 ganz bestimmt/wahrscheinlich einen Internetzugang anschaffen werden (1999: n=88; 2003: n=153; 2004: n=64).
Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2003: n= 800; 2004: n= 808).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003, 2004.

Auch ein Indiz dafür, dass diejenigen, denen diese Möglichkeiten/Funktionen wichtig sind bzw. waren, zu großen Teilen schon online gegangen sind, zuletzt im Zeitraum 2002/2003, als viele über die für sie ganz besonders wichtigen Optionen Einkaufen, Onlineauktionen und Preistransparenz/-vergleich ins Netz gezogen wurden (2) (vgl. Tabelle 6).

Offliner und die Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen

Drei Gründe: bisheriges Infoangebot reicht aus, kein aktueller Bedarf, zu teuer

Die weitaus größere Gruppe unter den Offlinern – nämlich 64 Prozent – plant aktuell keine Anschaffung eines Internetzugangs. Diese „Ablehner“ führen vor allem drei Gründe an: 1. das ausreichende Angebot an Informations- und Unterhaltungsformaten in den klassischen Medien, 2. generell, dass das Internet nicht gebraucht wird und 3. Geld wird eher für andere Anschaffungen ausgegeben. Diese drei Hauptgründe galten auch in den letzten Jahren. Markant ist darüber hinaus, dass den Offlinern zunehmend sowohl die Anschaffungskosten für einen Computer zu hoch sind (56%, plus 5 Prozentpunkte) als auch die monatlichen Nutzungskosten für Internet (57%, plus 7 Prozentpunkte) (vgl. Abbildung 4).

Da bereits 2003 der Kostenfaktor zu den gewichtigen Argumenten gehörte, ging die aktuelle Untersuchung auch der Frage nach, wie hoch Offliner die Anschaffungskosten für PC und die monatlichen Kosten für Internet veranschlagen und ob sie hier eine Haushaltsbudget-Priorisierung zu Lasten der Internetanschaffung setzen: Es zeigt sich, dass Offliner die Anschaffungskosten für einen Computer eher zu hoch ansehen: Ihre Schätzungen liegen im Mittel bei 1 400 Euro für einen Computer – wobei jeder vierte Offliner sogar Kosten in Höhe von 2 000 bis 2 500 Euro angibt, lediglich 17 Prozent vermuten einen Preis unter 1 000 Euro. Bei den monatlichen Kosten fürs Internet streuen die Schätzwerte sehr breit, spiegeln aber sicher auch die eher unübersichtliche aktuelle Marktlage: Jeder Dritte vermutet monatliche Kosten in Höhe von 50 bis 60 Euro, 13 Prozent 20 bis 30 Euro, 14 Prozent 30 bis 40 Euro, 17 Prozent schätzen die Monatskosten auf über 100 Euro.

Will man die Verbreitung des Internets weiter fördern, ist – was die finanzielle Seite betrifft – sicher noch ein Stück Informationsarbeit möglich. Schwieriger wird es bei der Priorisierung des Haushaltsbudgets der Offliner: Von den 81 Prozent, die 2004 angaben, ihr Geld eher für andere Anschaffungen

Anschaffungskosten werden überschätzt

Anschaffungsprioritäten kaum beeinflussbar

ⓐ **Offliner¹⁾: Gründe für die Anschaffung eines Internetzugangs**

trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %

	Offliner gesamt					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
kann so an interessante Informationen herankommen	94	97	90	89	85	80
Es gehört heute einfach dazu, einen Internetzugang zu haben	52	69	60	68	68	76
Ich möchte lernen, mit dem Internet umzugehen	78	89	78	86	78	70
Weil mich die vielen Möglichkeiten faszinieren	85	86	72	78	76	66
Ein Internetzugang unterstützt mich in vielen Bereichen	68	80	72	78	81	66
Weil ich einfach neugierig auf das Internet bin	74	78	73	73	61	64
Weil ich E-Mails versenden und empfangen möchte	70	69	70	66	47	47
Weil ich die Unterhaltungsangebote im Internet kennen lernen möchte	50	51	45	54	49	46

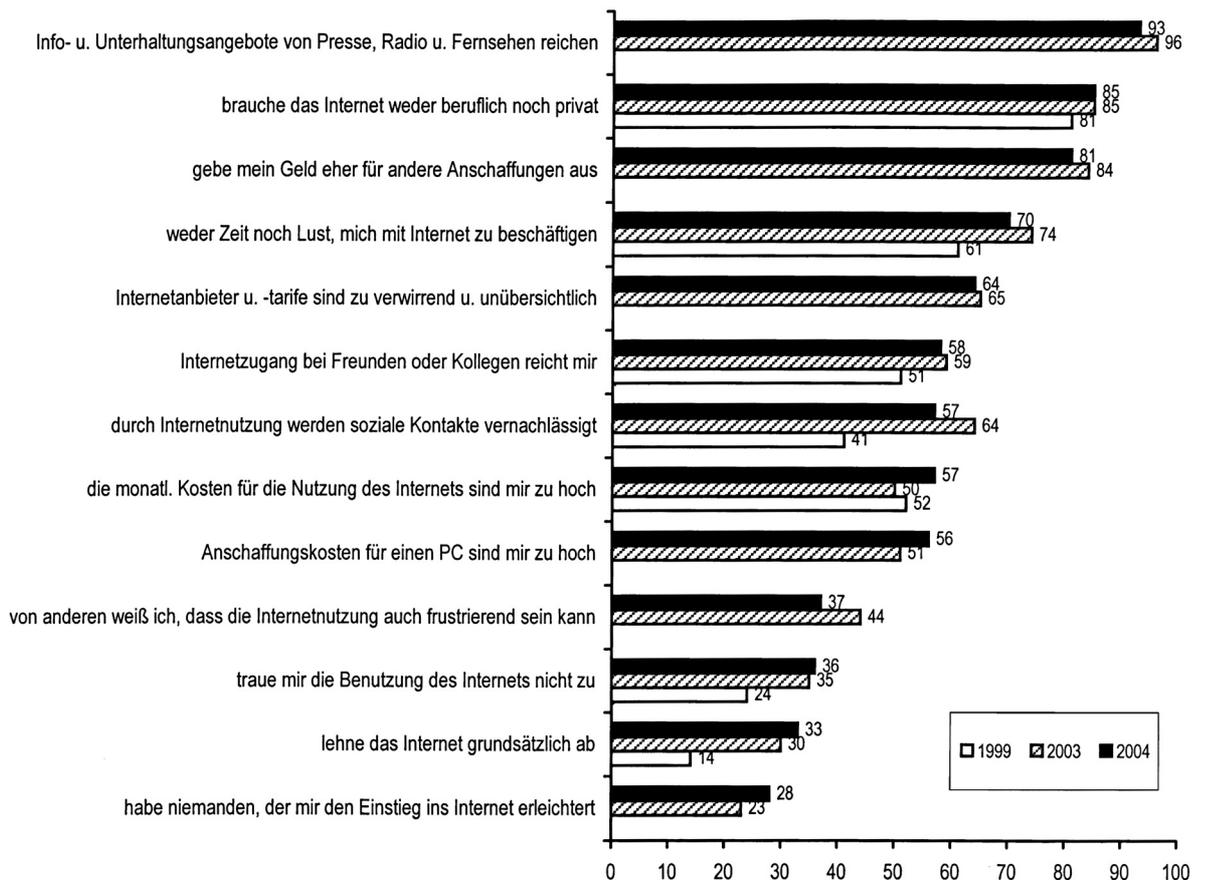
1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich bestimmt /wahrscheinlich einen Internetzugang anschaffen werden (1999: n=88; 2000: n=122; 2001: n=117; 2002: n=83; 2003: n=152; 2004: n=64).

Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2000: n= 500; 2001: n= 512; 2002: n= 509, 2003: n= 800; 2004: n= 808).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999-2004.

Abb. 4 Offliner¹⁾: 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 bestimmt nicht/wahrscheinlich nicht einen Internetzugang anschaffen werden (1999: n=266; 2003: n=507, 2004: n=249).

Basis: Offliner ab 14 Jahre in Deutschland (1999: n= 501; 2003: n= 800; 2004: n= 808).

* 2004 teilweise veränderte Abfragen:

1999 und 2003: "Die Kosten der Internetnutzung sind mir zu hoch";

1999: "Ich habe über Freunde und Bekannte Zugang zum Internet";

2003: "Die Anschaffungskosten für einen PC sind zu hoch".

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003, 2004.

auszugeben (2005 lag der Wert sogar bei 84%) planen rund 30 Prozent in den nächsten Monaten tatsächlich auch eine größere Anschaffung: Für rund 50 Prozent geht es dabei rund ums Haus, die Wohnung (Renovierung, Reparaturen, Möbel, neue Küche etc.), gefolgt von Reisen/Urlaub und – hier vor allem bei den Jüngeren – von Autokauf/Auto-reparatur.

Einstellungen der Offliner

Die Vorstellungswelten der Offliner vom Medium Internet sind facettenreich, dezidiert und prägen sehr nachhaltig die Einstellungen und Meinungen der Offliner. Obwohl auch bei den Offlinern mittlerweile ein solides Wissen um die Möglichkeiten und die Vorteile des Internets vorhanden ist, bleibt eine deutliche Distanz zum Internet bestehen.

Nutzergefährdungen weiterhin stark problematisiert: Suchtgefahr, pornografische Inhalte

Das Internet wird nach wie vor stark in seinen Nutzergefährdungen problematisiert. Die Zuschreibung von Suchtpotenzialen an das Internet prägt entscheidend die Einstellungen der Offliner zum Medium. 87 Prozent der Offliner sind der Meinung, dass das Internet wie eine Sucht sein kann. Dieser Vorbehalt gegenüber dem Internet tritt immer stärker hervor. Er ist unabhängig vom Alter in allen Generationen anzutreffen.

Zu fragen ist, woher dieses Bild einer möglichen Internetabhängigkeit rührt, ob es tatsächlich auf eigenen Erfahrungen des sozialen Umfelds basiert oder ob hier entsprechend intendierte Medienberichte und Filme zum Anlass genommen werden, eigene Distanziertheiten zu erklären.

Auch andere, die Haltung zum Internet prägende Einstellungen machen sich sehr stark an negativen Begleiterscheinungen des Mediums fest. So sind 75 Prozent der Offliner der Meinung, dass die pornografischen Inhalte im Internet ein Ärgernis sind. Ebenso viele glauben, dass sich über das Internet andere Personen Zugang zu persönlichen Daten verschaffen können, die sie nichts angehen. Die Fragen des Datenschutzes gewinnen für die Offliner immer mehr an Bedeutung. Im Vergleich des letzten Jahres ist ein Anstieg um 4 Prozentpunkte zu verzeichnen. Noch deutlicher zeigen sich die hier vorhandenen Unsicherheiten bei einem Vergleich der letzten fünf Jahre. Gegenüber 1999 sind bei den Offlinern die Ängste um die Datensicherheit von 64 auf 75 Prozent gewachsen.

Sorge um Datenschutz rückläufig

Geringer hingegen ist die Sorge der Offliner, dass andere ihre Navigationswege im Internet nachvollziehen können (46%). Im Vergleich der letzten Jahre ist dieser Aspekt des Datenschutzes etwas rückläufig (1999: 49%).

Angst vor extremen politischen Inhalten stark gestiegen

Sehr stark angestiegen ist in den letzten fünf Jahren auch die Sorge, dass extreme politische Inhalte über das Netz transportiert werden. Sahen 1999 44 Prozent der Offliner das Internet durch die ungehinderte Verbreitung extremistischer Inhalte als ge-

fährlich an, waren es in diesem Jahr 63 Prozent. Diese Sorge ist insbesondere bei den ab 50-Jährigen stark ausgeprägt.

Das Internet wird nach wie vor als ein sehr zeitintensives Medium angesehen. 70 Prozent der Offliner finden, dass das Internet viel Zeit kostet. Auch hier ist eine ständige Zunahme im Verlauf der letzten Jahre zu konstatieren. Waren 2001 63 Prozent der Offliner der Meinung, dass das Internet viel Zeit verschlingt, so sind es heute 70 Prozent.

Schwierigkeiten haben die Offliner auch mit den Datenmengen, die im Internet abrufbar sind, sowie mit der Sprache und den Begrifflichkeiten, die sich rund ums Internet entwickelt haben. 60 Prozent der Offliner fühlen sich ausgegrenzt, weil das Internet eine Sprache benutzt, die sie selbst gar nicht mehr zu verstehen glauben. Auch die überbordende Informationsfülle schafft bei den Offlinern ein Gefühl der Überforderung. 59 Prozent glauben, dass das Internet zu viele Informationen bietet, die man gar nicht mehr bewältigen kann. Auch diese Kritik der Offliner am Netz hat in den letzten Jahren zugenommen. Sie beschreibt einen Zustand, der insbesondere für eine immer älter werdende Klientel der Offliner den Zugang zur Onlinewelt erschwert. Das World Wide Web wird mit seinen Angeboten immer komplexer, Strukturen und Hierarchien immer schwerer erkennbar und erfahrbar. Es bedient sich einer technologiedeterminierten Sprache, die eine weitere Zugangshürde darstellt.

Die Informationsflut und die Sprachbarrieren sind nicht nur ein Problem der älteren Generation. Auch die 14- bis 39-Jährigen haben mehrheitlich (56%) das Gefühl, die hochkomplexen Informationsangebote nicht bewältigen zu können. Schwierigkeiten mit den benutzten Begrifflichkeiten des Internets haben immerhin 37 Prozent dieser Altersgruppe.

Die Glaubwürdigkeit der Informationen im Internet wird hingegen von den Offlinern kaum in Zweifel gezogen. Zwar gibt es auch hier einen leichten Anstieg gegenüber 1999 von 19 auf 24 Prozent, aber mehrheitlich sehen die Offliner keine Glaubwürdigkeitsdefizite des Internets.

Etwas diffus und uneinheitlich ist die Wertschätzung des Internets als ein modernes und gesellschaftlich etabliertes Medium. 90 Prozent der Offliner sind der Meinung, dass sich die Internetnutzung genauso wie Fernsehen, Radio und Print etablieren wird. Diese hohe Relevanz des Internets ist seit Jahren konstant. Zugleich nimmt aber die Zahl der Offliner deutlich zu, die das Internet für überflüssig halten oder glauben, dass viel zu viel Aufhebens um das Internet gemacht wird. Immerhin meinen inzwischen 51 Prozent der Offliner, dass das Internet deshalb verzichtbar sei, weil die traditionellen Medien Hörfunk, Fernsehen und Print als Informationsquellen ausreichen. Gegenüber 1999 ist dies ein Zuwachs von 20 Prozentpunkten. Diese Haltung wird verstärkt von den eher Älteren und we-

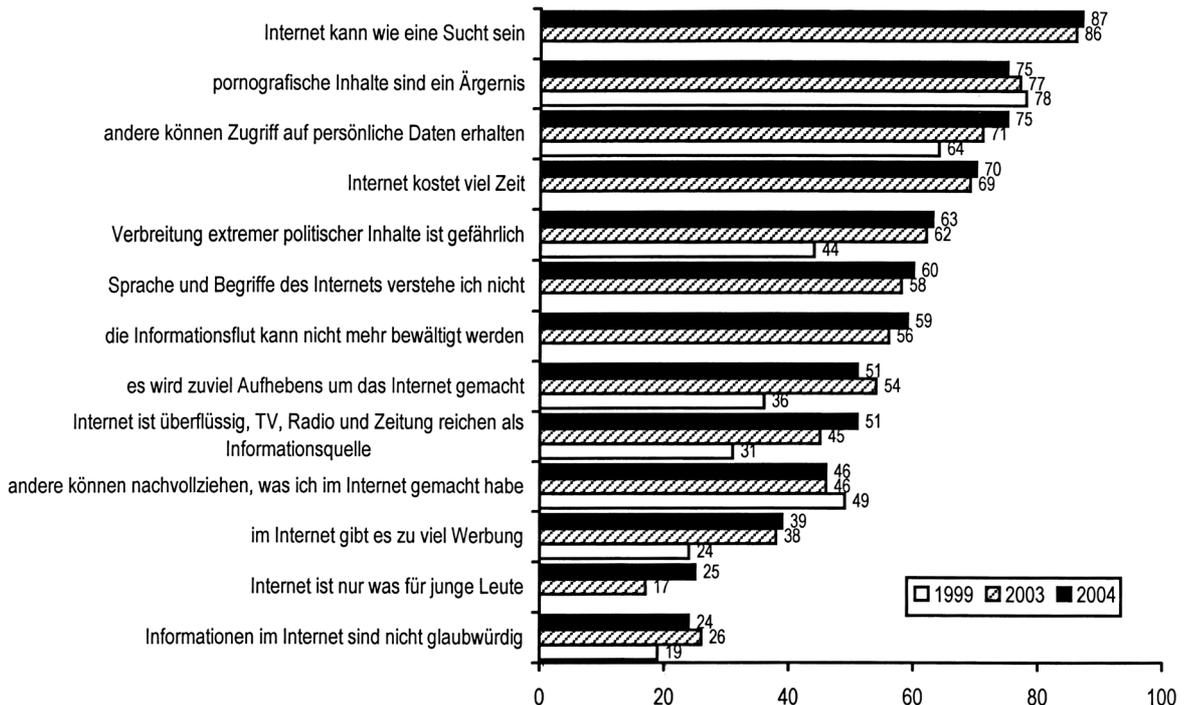
Internet gilt nach wie vor als „Zeitfresser“

Weiterhin problematisch: Datenflut und spezifische Begrifflichkeit

Keine Glaubwürdigkeitsdefizite von Internetinformationen gesehen

Konstant hohe Relevanz des Internets bei gleichzeitig nachlassender Wertschätzung

Abb. 5 Offliner: Einstellungen zum Internet 1999, 2003 und 2004
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahre in Deutschland, die Online nicht nutzen (1999: n=501; 2003: n=800; 2004: n=808); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (1999: n=363; 2003: n=690; 2004: n=315).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003 und 2004.

niger Gebildeten vertreten. Aber auch bei den 14- bis 29-jährigen Offlinern schließen sich immerhin 45 Prozent diesem Statement an.

Damit korrespondierend wächst die Zahl der Offliner, die glauben, dass das Internet nur etwas für junge Leute sei. Immerhin jeder Vierte sieht im Internet nur ein Medium für junge Zielgruppen.

Offliner erkennen Internet als Medium an, sehen aber keinen persönlichen Bedarf

Diese Befunde verweisen darauf, dass das Internet trotz aller Vorbehalte und Distanzen auch von den Offlinern als ein etabliertes universales Medium anerkannt wird. Aber für diese Gruppe sind Notwendigkeiten der Verknüpfung mit der eigenen Lebensgestaltung wenig erkennbar. In dem Maße wie die Offliner selbst die Erfahrung machen, dass trotz der gesellschaftlichen Durchdringung des Internets auch eine davon entkoppelte Mediennutzung möglich ist, die offenbar nicht zu erlebten Informations- und Kommunikationsdefiziten führt, werden sich möglicherweise auch die persönlichen Distanziertheiten gegenüber dem Internet vergrößern (vgl. Abbildung 5).

Konsequenzen der weiteren Verbreitung des World Wide Web

Auch die finanziellen Budgets für die Anschaffung und den Betrieb des Internets bleiben für die Offliner ein Thema. 93 Prozent (und dies bedeutet ein Plus von 3%-Punkten gegenüber 2003) sind der Meinung, dass es auch in Zukunft Menschen geben wird, die sich das Internet finanziell nicht leisten können. Diese Einschätzung, die weniger die eigenen finan-

ziellen Spielräume beschreibt, sondern eher die Sorge um begrenzte Budgets in einkommensschwachen gesellschaftlichen Gruppen, ist über die verschiedenen soziodemographischen Faktoren hinweg konsistent. Vor dem Hintergrund der Entwicklungen in Deutschland ist davon auszugehen, dass einer weiteren Onlineverbreitung auch finanzielle Grenzen gesetzt sind und Teile der Gesellschaft aus diesem Grund von dem neuen Informations- und Kommunikationsmedium ausgeschlossen bleiben.

Gleichzeitig wächst mit der weiteren gesellschaftlichen Durchdringung des Internets der soziale Druck auf die Offliner, sich ebenfalls einen Internetanschluss anzuschaffen. Sahen vor zwei Jahren noch 67 Prozent der Offliner einen Anpassungsdruck, so hat sich diese Zahl auf nun 76 Prozent erhöht. Interessant ist, dass es hier zwischen den verschiedenen Altersgruppen kaum Unterschiede in der Bewertung gibt. Auch die ältere Generation sieht hier durchaus die Notwendigkeit, nicht den Anschluss verpassen zu dürfen.

Die Chancen und Potenziale der Onlinewelt werden auch von den heutigen Offlinern gesehen. Die größeren Kommunikationsmöglichkeiten sind ihnen durchaus bewusst. 84 Prozent glauben, dass man durch das Internet mit Menschen in Kontakt

Weiter steigender sozialer Druck, online zu gehen

Chancen und Potenziale des Internets sind Offlinern bewusst

kommt, die man sonst nicht kennenlernen würde. Dieser Wert ist in den letzten Jahren sehr stabil geblieben. Etwas rückläufig ist hingegen die Meinung, dass durch das Internet das Verständnis für Menschen aus anderen Ländern und Kulturen größer wird. Diese Ansicht ist von 74 Prozent (1999) auf 67 Prozent (2004) zurückgegangen.

Wirtschaftliche Bedeutung des Internets wird anerkannt

Hoch ist die Wertschätzung des Internets für die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland. Knapp zwei Drittel der Offliner meinen, dass das Internet und alles, was damit zusammenhängt, die wirtschaftliche Zukunft Deutschlands bestimmen wird. Fast annähernd so hoch (58%) ist auch die Einsicht, dass es für die Zukunft Deutschlands mitentscheidend ist, dass jeder mit dem Internet umgehen kann. Insbesondere die ältere Generation sieht im World Wide Web und dessen individueller Erschließung und Aneignung einen wichtigen Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland.

Internet wird jetzt weniger als Instrument zur Realisierung gesellschaftlicher Chancengleichheit gesehen

Etwas gedämpfter sind die Erwartungen der Offliner hinsichtlich der durch das Internet zu realisierenden Chancengleichheit. Sahen in den Jahren zuvor fast zwei Drittel der Offliner eine größere Chancengleichheit in der Gesellschaft, indem jeder über Onlinedienste den gleichen Zugang zu Informationsangeboten hat, so sind es aktuell nur noch 57 Prozent. Auch und gerade die Erwartungen der jüngeren und mittleren Generation sind hier rückläufig. Gewachsen ist hingegen die Skepsis, dass der universale Informationsspeicher Internet tatsächlich einen Wissenszuwachs in der Gesellschaft hervorbringt. Eher gehen die Offliner davon aus, dass die Entwicklung des Internets und der Neuen Medien dazu führen werden, dass die Unterhaltungsorientierung der Menschen immer mehr zunehmen und entsprechend immer stärker Unterhaltungsangebote nachgefragt werden. Ein solches Szenario wird insbesondere von der älteren Generation befürchtet.

Angst vor negativen Folgen für soziale Kontakte und Beziehungen

Zunehmend pessimistischer werden auch die Auswirkungen der weiteren Verbreitung des Internets auf die sozialen Kontakte und Beziehungen der Menschen beurteilt. War es 1999 rund die Hälfte der Offliner, die von einer Reduzierung der persönlichen Kontakte sowie von einer Abnahme gemeinsamer Gesprächsinhalte durch die individualisierte Internetnutzung ausging, so sind es jetzt 62 Prozent. Diese Sorge um Ausgrenzung und soziale Isolierung wird insbesondere von den älteren Offlinern artikuliert.

Skepsis gegenüber Internet hat zugenommen, Angebote verlieren an Attraktivität

Für die Offliner war in den letzten Jahren eine Mischung von positiven Erwartungen, Aufgeschlossenheit und kritischer Skepsis gegenüber dem Internet charakteristisch. Diese Melange aus allgemeiner Wertschätzung und persönlicher Distanz scheint sich zu verändern. Bestimmte Entwicklungen des Internets wie die Unkontrollierbarkeit seiner Inhalte, die Individualisierung seiner Nutzung oder die Sicherung persönlicher Daten werden zu-

nehmend problematisiert. Demgegenüber scheint sich die Attraktivität seiner Möglichkeiten und Angebote abzuschwächen. Das Internet bleibt zwar auch für die Offliner unbestritten das Medium der Zukunft, aber scheinbar ohne besondere Faszination und Strahlkraft. Möglicherweise ist es vor allem der gestiegene soziale Druck, der bei den Offlinern dazu führt, sich auch in Zukunft dem Medium Internet gegenüber offen zu zeigen (vgl. Abbildung 6).

Welche Faktoren erschweren den Zugang zum Internet?

Das Internet wird von den Offlinern immer noch als ein Medium wahrgenommen, das sich durch eine komplizierte Zugangstechnologie und relative Kostenintensität auszeichnet. Eine stärkere Orientierung hin zu mehr Benutzerfreundlichkeit der Hard- und Software wird von den Offlinern nicht gesehen. Insofern bilden technische und finanzielle Hürden nach wie vor den Kern der Zugangsbarrieren ins World Wide Web.

Für knapp drei Viertel aller Offliner würde das Internet dadurch interessanter, dass es genauso leicht zu installieren wäre wie Radio- und Fernsehgeräte. Aber nicht nur die mühelose Einrichtung eines Internetanschlusses wird erwartet, sondern auch und vor allem eine unkomplizierte Bedienung desselben (73%). Beispiel ist die mittlerweile 50 Jahre alte Fernbedienung für Radio und TV.

Die Anforderungen an ein benutzerfreundliches Handling des Internets sind seit Jahren konstant. Und sie werden interessanterweise mit besonderem Nachdruck von der jüngeren und mittleren Generation sowie von männlichen Offlinern erhoben, also von den eher technikaffinen Gruppen unter den Offlinern. Es werden Voraussetzungen für den technischen Zugang zur Onlinewelt artikuliert, die an den Erfahrungen der potenziellen Nutzer anknüpfen und ihnen dementsprechend den Einstieg in das Internet ohne Fremdhilfe ermöglichen.

Neben der leichteren technischen Bedienbarkeit erwarten gerade auch die berufstätigen Offliner ein Mehr an allgemein verständlichen und allgemein zugänglichen Informationen rund ums Internet sowie entsprechende Schulungsangebote für interessierte Laien jeden Alters. Diese Informations- und Schulungsangebote würden das Internet für rund zwei Drittel der Offliner interessanter machen.

Für ebenfalls zwei Drittel der Offliner ist der Kostenfaktor des technischen Equipments wie in den Vorjahren sehr relevant. Allerdings werden dabei die Hardwarekosten, wie eingangs gezeigt, tendenziell überschätzt. Auch wenn sich in den letzten Jahren die Preise für PC-Systeme immer mehr verbilligt haben, so ist dies entweder nicht genügend bekannt oder eben nicht ausreichend, um den Internetanschluss attraktiver zu machen.

Die drei Faktoren Kosten, Benutzerfreundlichkeit sowie eine barrierefreie Informationsvermittlung sind nach wie vor die entscheidenden Impulsgeber für weitere Zuwachsraten im Onlinemarkt. Dabei

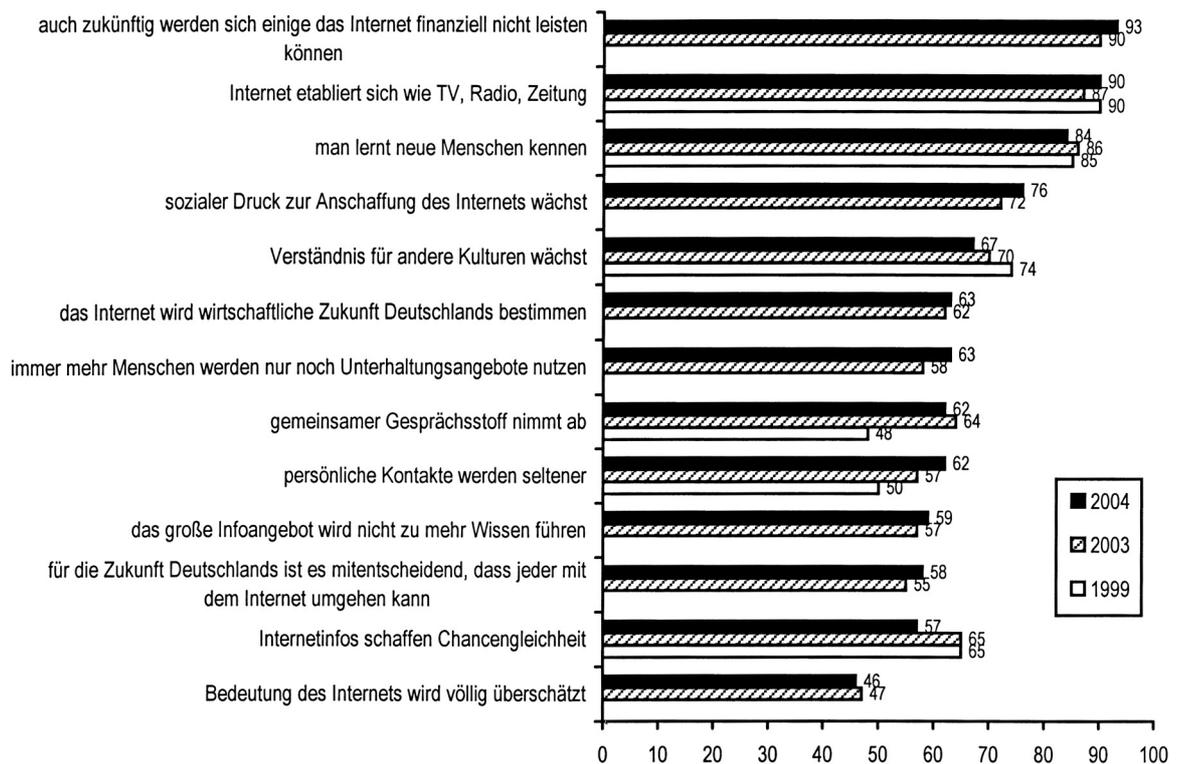
Zugangs- und Bedientechnologie müsste einfacher handhabbar werden

Mehr Info- und Schulungsangebote gefordert

Vermeintlich hohe Kosten schrecken nach wie vor ab

Für alle Offliner sind die gleichen Installationsreize entscheidend

Abb. 6 Offliner: Meinungen zu Konsequenzen der Onlineverbreitung 1999, 2003 und 2004
trifft voll und ganz/weitgehend zu; in %



Basis: Befragte ab 14 Jahre in Deutschland, die Online nicht nutzen (1999: n=501; 2003: n=800; 2004: n=808); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (1999: n=363; 2003: n=690; 2004: n=315).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003 und 2004.

gilt es, auch für die einzelnen Nutzerpotenziale zunehmend zielgruppenspezifische Szenarien und Strategien zu entwickeln. Anknüpfend an die vorhandenen Anwenderkompetenzen sind Berührungsängste, die insbesondere aus dem vermutet komplizierten technischen Handling resultieren, abzubauen. Auch sollte die sprachliche Vermittlung der Entwicklungen des Mediums Internet stärker an Sprache und Erfahrungen der Offliner anknüpfen, um hier nicht durch Sprachformen und Begrifflichkeiten ausgrenzend zu wirken.

Bei diesen entscheidenden Installationsanreizen lassen sich kaum Unterschiede zwischen den einzelnen Altersgruppen feststellen. Ganz entscheidend für alle Altersgruppen ist der Abbau technischer Barrieren und dies sowohl über eine anwenderfreundliche Technologie als auch durch die Bereitstellung spezifischer Kurs- und Schulungssysteme zur Entwicklung eigener Anwendungskompetenzen. Gerade eine stärker auf die Belange der Offliner ausgerichtete Ansprache scheint zunehmend an Bedeutung zu gewinnen.

Nutzungsapplikationen stellen keine relevanten Anschaffungsimpulse dar

Außerhalb der Faktoren Technik, Information und Finanzen stellen besondere Nutzungsapplikationen des Internets keine wirklich relevanten Anschaffungsimpulse dar. Das Interesse an einer konvergenten Nutzung des Internets über den Fernsehapparat ist in den letzten Jahren deutlich gesunken. Auch die Möglichkeit, jederzeit attraktive Fernseh-

und Hörfunkangebote über das Internet abzurufen, wirkt nur für rund ein Drittel der Offliner als Anreiz. Sehr stark sind gerade in dieser Gruppe die Bindungen an die tradierten Medien Hörfunk und Fernsehen. Eine mögliche Verknüpfung der Offline- mit der Onlinewelt aber erscheint wenig vorstellbar.

Auch das Interesse, das Internet über das Handy zu nutzen, ist deutlich rückläufig. Schien vor zwei Jahren noch knapp einem Drittel der Offliner solch eine mobile Internetnutzung interessant, sind es aktuell gerade noch 22 Prozent. Einzig die sehr jungen Offliner (14 bis 29 Jahre) sehen in einem solchen Angebot eine gewisse Attraktion (vgl. Abbildung 7).

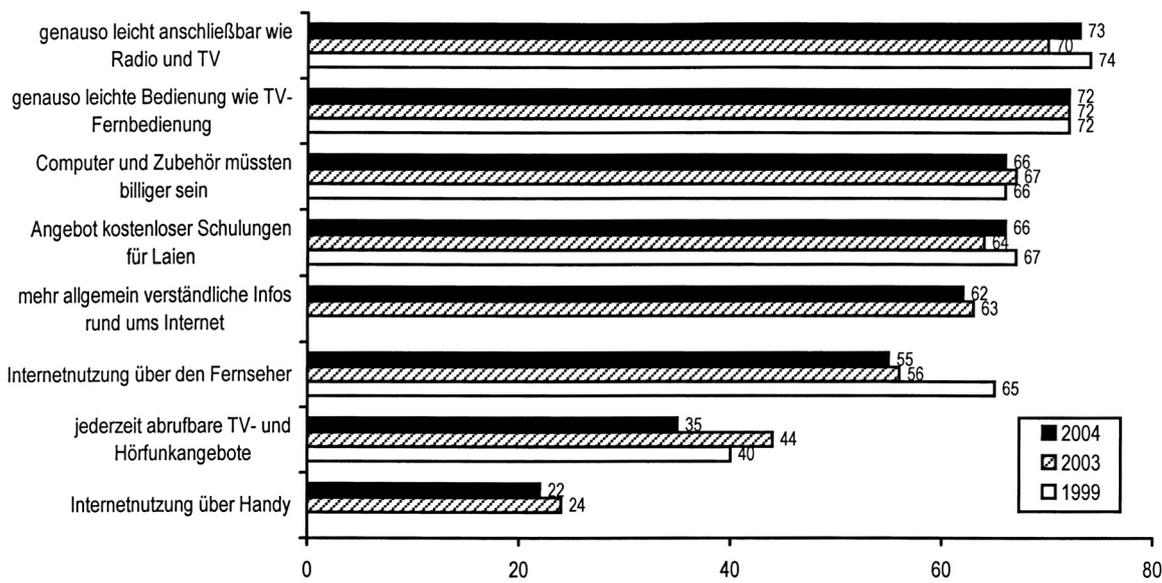
Interesse an Angeboten im Internet

Aus der Fülle der Informations- und Kommunikationsangebote des Internets sind für die Offliner vor allem die Angebote interessant, die ihnen alltagsrelevante Informationen liefern. Ein Anreiz für den Zugang zum Internet kann vor allem in der Unterstützung bei der Realisierung der eigenen Bedürfnisse liegen.

Ganz oben in der Interessenspyramide der Offliner stehen medizinische Informationen sowie Informationen zu Urlaubs- und Reisezielen. Knapp jeder zweite Offliner interessiert sich hier für spezi-

Im Wesentlichen sind nur alltagsrelevante Informationsangebote interessant

Abb. 7 Offliner: Veränderungen, die das Internet interessant machen würden 1999, 2003 und 2004
bin sehr/etwas interessiert; in %



Basis: Befragte ab 14 Jahre in Deutschland, die Online nicht nutzen (1999: n=501; 2003: n=800; 2004: n=808); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (1999: n=363; 2003: n=690; 2004: n=315).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003 und 2004.

fische Informationen, die das Internet zu diesen Wissensgebieten bereitstellt.

Das Interesse an weiteren Angeboten ist deutlich nachgelagert. 41 Prozent der Offliner können sich vorstellen, interessante Informationen zu ihrem Hobby aus dem Internet abzurufen. Für 39 Prozent sind Ratgeber- und Serviceinformationen interessant. Auch Informationen über Veranstaltungen finden Interesse (37%) sowie die Möglichkeit, sich über den Arbeitsmarkt zu informieren und auf Jobsuche zu gehen (36%).

E-Mail-Kommunikation oder Home-shopping sind keine Anreizfaktoren

Spezifische, nur dem Internet immanente Leistungsdimensionen wie die Kommunikation via E-Mail, die Kontaktpflege mit der Familie oder auch Homebanking, Produkteinkäufe oder Versteigerungen über das Netz sind offenbar von den Erfahrungen und Alltagswelten der Offliner so weit entfernt, dass hier nur sehr geringe Interessenspotenziale erkennbar werden.

Mit Ausnahme von Homebanking oder des Interneteinkaufs von Waren des täglichen Bedarfs ist im Vergleich zum Vorjahr in allen anderen Angebotsbereichen das Interesse an den jeweiligen Internetofferten abgeflacht. Damit setzt sich auch in diesem Jahr der Trend fort, dass die konkreten Leistungsangebote des Internets bei den Offlinern auf ein immer geringeres Interesse stoßen.

Im Langfristvergleich deutlicher „Gebrauchswertverlust“ des Internets besonders bei ab 60-Jährigen

Noch deutlicher wird dieser Gebrauchswertverlust des Internets bei einem Vergleich der aktuellen Daten mit denen von 1999. Das Interesse der Offliner an den konkreten Angeboten des Internets ist in den letzten fünf Jahren dramatisch gesunken. Dies trifft auch auf solche Angebote zu, die ganz unmittelbar für die Organisation und Bewältigung

des Alltags relevant sind wie Medizin und Heilmethoden, Urlaub und Reise, Service und Hobby (vgl. Abbildung 8).

Nach diesen Ergebnissen stellen die konkreten Angebote des Internets immer weniger einen Anreiz dar, sich das World Wide Web zu erschließen. In einem solchen Befund spiegelt sich auch sehr stark die Struktur der gegenwärtigen Offliner wider, von denen eine deutliche Mehrheit (57%) 60 Jahre und älter ist.

In dieser Gruppe gibt es nur äußerst schwache Interessenspotenziale für die Angebotsvielfalt des Internets. Offliner sehen hier keinen wirklichen Mehrwert. Es ist davon auszugehen, dass die Offliner über gelernte Strategien der Informationsbeschaffung verfügen und hier keine Defizite erfahren. Die Nutzung von Print, Fernsehen, Hörfunk sind eingeübt und liefern die notwendigen Informationen. Der Einkauf in gewohnter Umgebung scheint attraktiver, verspricht er doch auch persönliche Kontakte und soziale Kommunikation, etwas, das die Warenbestellung über Internet nicht bietet.

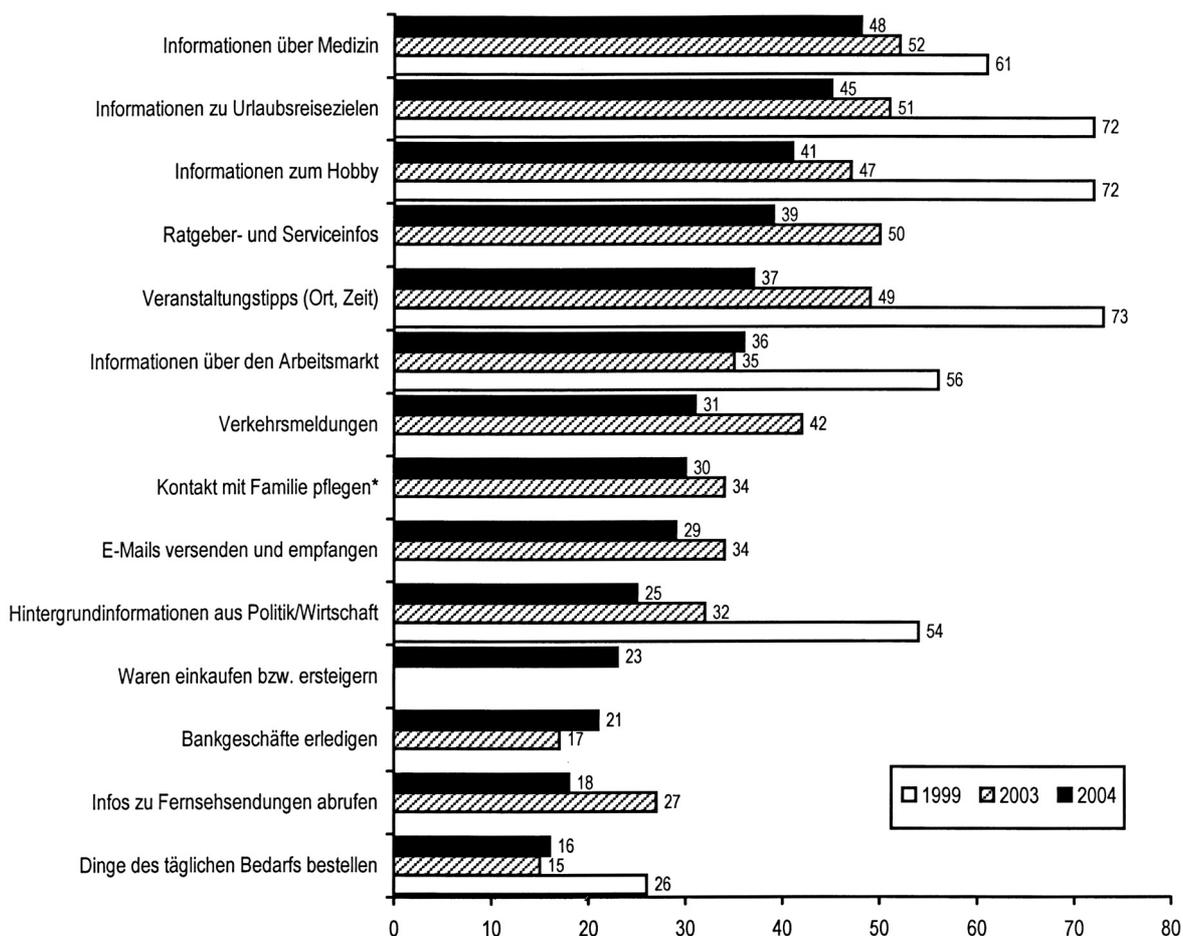
Vor dem Hintergrund der spezifischen soziodemographischen Strukturen der Offliner ist zukünftig nicht davon auszugehen, dass besondere Wachstumsimpulse durch die Angebotsvielfalt des Internets ausgelöst werden könnten. Aus Sicht der Offliner verfügt das Internet über wenig attraktive Inhalte, die wirklich exklusiv oder besonders effizient über dieses Medium zu beziehen wären.

Durch Unerfahrenheit und eine mangelnde Vorstellungskraft werden die auch für Ältere attraktiven Mehrwerte des Internets häufig nicht gesehen. Hier könnte eine gezielte Informationsansprache gerade der älteren Offliner mehr Wissen um die Vielfalt und Tiefe des Netzes schaffen. Noch stär-

Nur verbesserte Informationsarbeit und Bedürfnisorientierung könnten Abhilfe schaffen

Abb. 8 Offliner: Interesse an Angeboten im Internet 1999, 2003 und 2004

bin sehr/etwas interessiert; in %



* 2003: Kontakt mit Freunden/Verwandten.

Basis: Befragte ab 14 Jahre in Deutschland, die Online nicht nutzen (1999: n=501; 2003: n=800; 2004: n=808); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (1999: n=363; 2003: n=690; 2004: n=315).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 1999, 2003 und 2004.

ker sollte dabei an den wirklich alltagsrelevanten Bedürfnisstrukturen der Offliner angeknüpft werden. Die Region könnte dabei eine wichtige Zugangsoption sein.

Regionale Angebote stärker gefragt

Die Nachfrage nach regionalen Angeboten im Internet ist deutlich angewachsen. Die Offliner sind vor allem interessiert an regionalen Informationen zu Wetter und Verkehr (41%), zu Veranstaltungs- und Freizeitangeboten (38 bzw. 37%) sowie am Abruf von Bürgerinformationen zu Adressen und Kontaktstellen in der Region (36%). Auch die aktuellen Regionalnachrichten aus Politik und Wirtschaft treffen auf ein größeres Interesse (33%) als allgemeine Hintergrundinformationen aus Politik und Wirtschaft (25%).

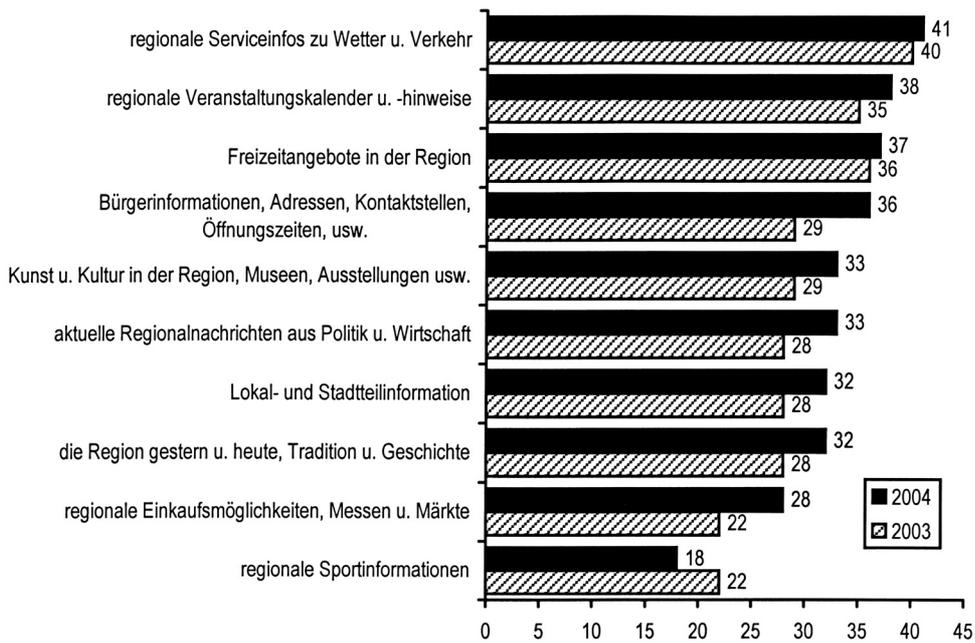
In der Regionalität von Informationen, ergänzt mit lokalen und subregionalen Angeboten liegen durchaus Stimuli für den Einstieg der Offliner ins Netz. Aus der Bedeutung der Region mit ihrer starken Verknüpfung zum Alltag der Menschen könnten Chancen für die Anschaffung eines eigenen Internetanschlusses erwachsen (vgl. Abbildung 9).

Interesse an Kursangeboten

Um die Zugangsschwellen zum Internet zu senken und den eigenen bewussten Einstieg der Offliner ins Netz zu fördern, gibt es eine Vielzahl von gesellschaftlichen Angeboten und Initiativen. Grundsätzlich bekunden auch zwei Drittel der Offliner ihr Interesse an kostenlosen Computer- und Internetschulungen. Die Bereitschaft, diese dann auch entsprechend wahrzunehmen, aber ist deutlich geringer. Auch unter der Voraussetzung, dass Kurse und Weiterbildungsveranstaltungen zum Thema Computer und Internet ganz in der Wohnnähe stattfinden würden, kann nicht unbedingt mit hohen Teilnehmerzahlen gerechnet werden. Lediglich 9 Prozent der Offliner meinen, dass sie bestimmt daran teilnehmen würden; immerhin 20 Prozent halten dies für wahrscheinlich. Dabei sind es insbesondere die 30- bis 49-jährigen, die Frauen und Menschen mit mittlerer Bildung, die sich an entsprechenden Kurssystemen interessiert zeigen. Als Motivatoren für eine aktive Erschließung des

Diskrepanz zwischen Forderung nach Schulungen und Teilnahmebereitschaft

Abb. 9 Offliner: Interesse an regionalen Angeboten im Internet 2003 und 2004
bin sehr/etwas interessiert; in %



Basis: Befragte ab 14 Jahre in Deutschland, die Online nicht nutzen (2003: n=800; 2004: n=808); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2003: n=690; 2004: n=315).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studien 2003 und 2004.

Internets sind erkennbar: erstens der Wunsch, Zugang zu diesem neuen Medium zu erhalten und das Benutzerhandling zu erlernen (38%), zweitens: Interesse an den Angeboten des Internets (34%) sowie drittens zur Weiterbildung, um Neues hinzuzulernen (16%). Auch solche Faktoren wie „ich möchte mit der Zeit gehen“ oder „ist einfach ein Muss“ spielen eine gewisse Rolle. Damit sind die persönliche Relevanz und Interessiertheit an diesem Medium von zentraler Bedeutung, um gesellschaftliche Angebote zum Abbau von Zugangsbarrieren überhaupt anzunehmen.

Entsprechend ist auch mangelndes Interesse der Hauptgrund dafür, Weiterbildungsangebote nicht wahrzunehmen. Rund der Hälfte der an Kursen desinteressierten Offliner fehlt es generell an der Bereitschaft, sich mit diesem Medium zu befassen. Es verspricht ihnen keinen Zusatznutzen. Alle anderen Gründe wie Alter und Altersgebrechen, Zeitmangel oder auch Überforderung sind dem nachgeordnet (vgl. Abbildung 10).

Öffentliche Projekte zur Erleichterung des Internetzugangs sind fast allen bekannt und werden gelobt

In den letzten Jahren wurden von Verbänden, der Politik und der Wirtschaft verschiedene Projekte gestartet, die insbesondere Menschen über 50 Jahre den Zugang zum Internet erleichtern sollen. Diese Projekte sind immerhin jedem Zweiten der avisierten Zielgruppe bekannt. Vor allem über die Tageszeitungen sowie das Fernsehen haben die Offliner ihre Informationen bezogen. Die Zustimmung zu diesen Projekten ist hoch, und nicht nur bei den

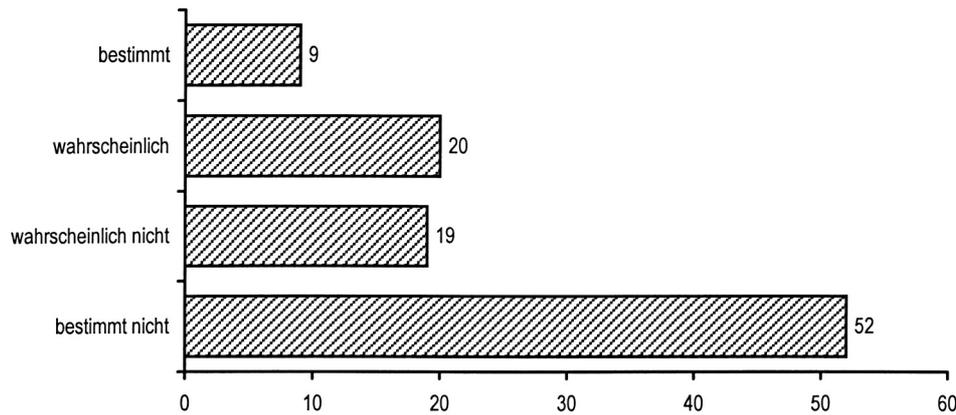
betroffenen Zielgruppen. Fast 90 Prozent der über 50-jährigen Offliner finden es sehr gut und gut, dass es solche zielgruppenorientierten Initiativen und Angebote gibt. Die Zustimmung bei den jüngeren Offlinern fällt genauso hoch aus.

Deutlich anders aber sehen die Ergebnisse aus, wenn nach der konkreten Bereitschaft gefragt wird, an diesen Kursangeboten teilzunehmen. Auch vorausgesetzt, dass diese Veranstaltungen in Wohnnähe stattfinden würden, kann sich nur jeder vierte ältere Offliner vorstellen, daran teilzunehmen. 8 Prozent meinen, dass sie diese Kurse bestimmt nutzen würden, und 17 Prozent halten dies für wahrscheinlich. Mehr als 60 Prozent aber haben klar entschieden, dass diese Weiterbildungsangebote für sie nicht infrage kämen.

Im Februar dieses Jahres startete das Projekt „Onlinekompetenz für die Generation 50plus“. Mit diesem Projekt will das Bundesfamilienministerium im Verbund mit der Wirtschaft sowie verschiedenen Internetinitiativen ganz zielgerichtet den Einsteiger der älteren Generation ins Netz fördern. Es wendet sich an Menschen ab 50 Jahre und will ihnen das Netz in seinen konkreten Angebotsformen nahe bringen vom Mailkontakt zur Familie bis zum regionalen Veranstaltungsservice. Das Projekt war im Mai dieses Jahres immerhin jedem Fünften der angesprochenen Zielgruppe bekannt. Das Interesse, die Offerten dieses Projektes zu nutzen und sich zumindest ein bestimmtes Überblickswissen zu verschaffen, aber bleibt gering. Den im Rahmen dieses Projekts angebotenen dreistündigen Einführungskurs zum Preis von 9,90 Euro würden 10 Prozent der über 50-jährigen Offliner auf jeden Fall nutzen

Das Teilnahmeinteresse ist aber sehr gering

Abb. 10 Offliner: Nutzungswahrscheinlichkeiten von Kursen zum Thema Computer und Internet 2004
würde an Kursen zum Thema Computer und Internet teilnehmen, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahre in Deutschland, die Online nicht nutzen (2004: n=808). Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2004: n= 6315).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2004.

wollen. 14 Prozent immerhin dann, wenn der Basis-kurs kostenlos wäre. Drei Viertel der älteren Offliner können sich nicht vorstellen, ein solch alters-spezifisches Angebot zu besuchen.

Fazit

Vorbehalte der Offliner haben sich trotz hoher Akzeptanz des Internets eher verstärkt

Die Offliner im Jahr 2004 werden vor allem von den älteren Generationen und hier vor allem von den Rentnern/Nicht Berufstätigen repräsentiert. Diese stehen dem Internet grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber und haben das Internet als weiteres Medium im gesellschaftlichen Medienkanon akzeptiert. Insbesondere auch als Wirtschaft- und Wissensfaktor, als Medium der Zukunft mit seinen vernetzten Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten wird es von den Offlinern gewertschätzt. Zugleich existiert aber eine nach wie vor starke Zuschreibung negativ besetzter Bilder. Diese Vorbehalte haben sich trotz hoher Akzeptanz des Internets in den letzten Jahren nicht abgebaut, sondern eher verstärkt.

Für die immer noch große Gruppe der Offliner gibt es immer weniger Anreize, online zu gehen

Für die nach wie vor noch sehr große Gruppe der Offliner scheint es immer weniger Impulse und Anreize zu geben, sich aktiv der Onlinewelt anzuschließen. Auch der Abbau der Zugangsbarrieren für den Einstieg in das Netz wie hohe Komplexität und fehlende Nutzungsroutinen, hohe Kosten und geringe Verständlichkeit scheint letztlich für die Zukunft keine wesentlichen Wachstumsimpulse mehr zu versprechen. Die Offliner nehmen die Entkoppelung von einem universalen Informations- und Kommunikationsmedium bewusst in Kauf. Dieses ist offenbar nicht mit dem Gefühl von Defiziten oder einer direkten Benachteiligung oder gar Ausgrenzung verbunden. Eher zeigen sich bestimmte „Abschottungstendenzen“ gegenüber dem Netz. Man steht zwar wohlwollend allen gesellschaftlichen Anstrengungen zur Einebnung der Zugangsdisparitäten gegenüber, sieht aber für die eigene Lebenswelt kaum Notwendigkeiten, sich hier um einen Anschluss, einen Zugang an das World

Wide Web zu bemühen. Solange aber kein persönlicher Nutzwert, keine wirklichen Vorteile für die eigene Lebensgestaltung gesehen werden, wird es auch keine Zugangsimpulse zum Internet geben.

Die Offliner entstanden als eine Gruppe, die dadurch charakterisiert ist, noch nicht online zu sein. Sie wurde wahrgenommen als Teil der Gesellschaft, die noch nicht den Zugang in die Internetwelt gefunden hat. Die Verbreitungsszenarios des Internets gingen davon aus, die Offliner als ein temporäres gesellschaftliches Phänomen zu betrachten. Ob aber im Zuge der Internetverbreitung die Offliner tatsächlich nur eine „Übergangsphase“ darstellen und alsbald verschwinden werden, ist zu bezweifeln. Die Zugangsbarrieren zum Internet werden für einen Teil der Offliner nicht überwindbar sein. Dies resultiert vor allem aus den strukturellen Koordinaten der Offliner: alt, geringes Einkommen, niedrige Bildung. Die Gruppe der Offliner wird kleiner werden, aber sie wird als relevante gesellschaftliche Gruppe auf absehbare Zeit fortbestehen und ihre soziodemographischen Ungleichheiten werden weiter wachsen.

Offliner dürften auf absehbare Zeit eine gesellschaftsrelevante Gruppe bilden

Anmerkungen:

- 1) Siehe „Informationsgesellschaft Deutschland 2006: Aktionsprogramm der Bundesregierung, Dezember 2003. Unter: www-bmwa.bund.de/Redaktion/Inhalte/Downloads/aktionsprogramm-informationsgesellschaft-2006.property=pdf.pdf.
- 2) Vgl. dazu van Eimeren, Birgit/Heinz Gerhard/Beate Frees: Internetverbreitung in Deutschland: Unerwartet hoher Zuwachs. ARD/ZDF-Online-Studie. In: Media Perspektiven 8/2003, S. 338-358.

