

ARD/ZDF-Offline-Studie 2002

→ Nichtnutzer von Online: Kern von Internetverweigerern?

Von Maria Gerhards* und Annette Mende**

Der Anteil der Internetnutzer an der Gesamtbevölkerung wächst weiter an, allerdings sind die Zuwächse nicht mehr so stark wie in den vergangenen Jahren. Für das Jahr 2002 weist die ARD/ZDF-Online-Studie einen Anteil von 44 Prozent Onlinern aus, was einem Anstieg um 5 Prozentpunkte entspricht. Damit halbiert sich die Zuwachsrate im Vergleich zum Vorjahr. Bedeutet dies, dass sich ein Kern von Internetverweigerern herauskristallisiert, der den Zugang in die Onlinewelt auch in absehbarer Zukunft nicht aktiv sucht?

Offliner stellen immer noch Mehrheit der Bevölkerung (56 %)

Die Gruppe der Offliner, also jene, die das Internet weder beruflich noch privat nutzen bzw. nicht mehr nutzen, stellt mit 56 Prozent damit auch im Jahr 2002 die Mehrheit der Bevölkerung. Die Offliner sollen im Folgenden näher untersucht und beschrieben werden. Planen diese, demnächst (doch) online zu gehen, und falls ja, aus welchen Motiven heraus? Was wissen sie über das Internet, welche Einstellungen, Meinungen und Erfahrungen herrschen vor? Was müsste sich verändern, damit sie ihre ablehnende Haltung vielleicht doch aufgeben?

Mehrheitlich sind Frauen und ältere Menschen offline

Dazu wurde, wie bereits in den vergangenen drei Jahren, parallel zur ARD/ZDF-Online-Studie eine Offline-Studie als Komplementärstudie durchgeführt. Während es sich bei den Onlinern in der Bundesrepublik um Personen handelt, die zumindest gelegentlich das Internet nutzen, mehrheitlich männlich (Männer: 57 % - 2001: 59 %), eher jünger (unter 40 Jahre: 66 % - 2001: 59 %) und überwiegend berufstätig oder in Ausbildung (berufstätig/in Ausbildung: 87 % - 2001: 86 %) sind (vgl. dazu den Beitrag von Birgit van Eimeren, Heinz Gerhard und Beate Frees in diesem Heft), weist die Zusammensetzung der Offliner zunehmend einen Altersschwerpunkt bei den ab 60-Jährigen auf (60 Jahre und älter: 48 % - 2001: 41 %). Die Offliner sind mehrheitlich weiblich (Frauen: 60 % - 2001: 60 %) und - einhergehend mit ihrem höheren Alter - nicht (mehr) berufstätig (Rentner/in, nicht berufstätig: 53 % - 2001: 46 %).

Computernutzung

Computer bleibt wichtigster Zugang zum Internet

Für die große Mehrheit der Internetnutzer (82 %) ist der Computer nach wie vor die technische Basis für den Internetzugang, eine weitere Alternative stellt für 17 Prozent das Mobiltelefon dar, andere Zugangswege spielen für Internetnutzer nur eine marginale Rolle. Von den Offlinern nutzen dagegen lediglich 28 Prozent zumindest gelegentlich einen Computer, deutlich weniger als noch im Jahr 2001

(40 %). Dieser Rückgang zeigt sich vor allem in den mittleren Altersgruppen der 40- bis 59-Jährigen, bei denen aktuell 38 Prozent einen Computer nutzen (2001: 54 %), aber auch - weniger stark - bei den Jüngeren (unter 40 Jahre: 58 % - 2001: 62 %) und den ab 60-Jährigen, von denen heute jeder zehnte zumindest gelegentlich einen Computer nutzt (2001: 16 %). Auch zwischen den Geschlechtern bleiben Unterschiede, die sich weiter ausprägen: Drei Viertel der Frauen unter den Offlinern nutzen keinen Computer (2001: 61 %), bei den Männern sind zwei Drittel ohne Computerzugang (2001: 57 %).

16 Prozent der Offliner, die aktuell keinen Computer nutzen, gehörten früher zu den Computernutzern. Diese Personen benennen unterschiedliche Gründe für die aktuelle Nicht-Nutzung: Für 5 Prozent der Offliner war die (damalige) berufliche Nutzung ausschlaggebend, 4 Prozent haben momentan kein Interesse an Computern und bei jeweils 3 Prozent handelte es sich nicht um den eigenen Computer bzw. es besteht kein Computerbesitz mehr.

Zum einen findet sich damit unter den Offlinern seltener die „Eintrittskarte“ - also der Computerbesitz bzw. die Zugangsmöglichkeit zur Computernutzung - für den Internetzugang. Zum anderen sinkt die Anschaffungsabsicht: Waren es 2001 noch 17 Prozent der Offliner, die planten, sich demnächst privat bestimmt oder wahrscheinlich einen Computer anzuschaffen, so fiel der Wert in diesem Jahr auf 11 Prozent. Massive Unterschiede zum Durchschnittswert zeigen vor allem die 14- bis 39-Jährigen: Hier geht der Wert von 46 Prozent auf 28 Prozent zurück. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass ein (kleiner) Teil der Offliner von 2001 bis zur Studie 2002 online gegangen ist.

Die Gründe für die Ablehnung einer Computeranschaffung sind zahlreich und fallen im Vergleich zum Vorjahr mit einer Ausnahme alle stärker ins Gewicht (vgl. Abbildung 1): Am stärksten werden Nutzwertargumente angeführt, beispielsweise, dass man einfach keinen Computer braucht bzw. sich nicht vorstellen kann, wofür man einen Computer benötigen könnte. Zugleich besteht ein nur geringes Interesse, sich mit einem Computer auseinanderzusetzen. Stärksten Zuwachs erfährt das Kostenargument, hier steigt der Zustimmungswert von 45 Prozent auf 59 Prozent an. Dass die Kosten für die Computeranschaffung im Frühjahr 2002 schwerer im Argumentenbündel wiegen, ist sicher auch vor dem Hintergrund der Euroeinführung, den zumindest subjektiv von den Verbrauchern empfundenen Preissteigerungen und der generell geringeren Kaufbereitschaft (bei größeren Anschaffungen) zu interpretieren.

Die Vernachlässigung sozialer Kontakte wird als ein weiteres Argument angeführt, gefolgt von

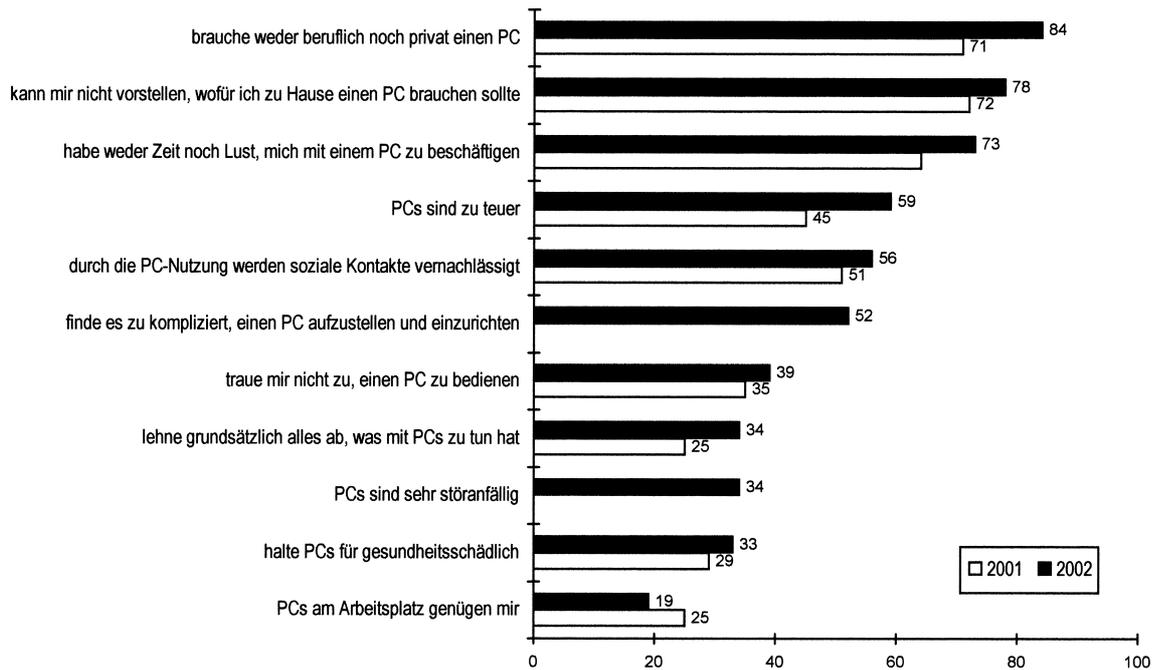
11 % der Offliner wollen Computer anschaffen

Gründe der Offliner gegen Anschaffung eines Computers

* SWR-Medienforschung. ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia;

** ORB-Medienforschung. ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia.

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



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512);

Teilgruppe: Befragte, die sich wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht einen Computer anschaffen werden (2002: n=340, 2001: n=281).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

technischen und psychologischen Zugangsbarrieren (zu kompliziert/traue mich nicht, Computer zu bedienen). Aber auch der Anteil der expliziten Verweigerer hat zugenommen, jeder dritte Offliner lehnt inzwischen grundsätzlich alles ab, was mit Computern zu tun hat.

Die Gründe für den Verzicht, sich einen Computer anzuschaffen, fallen je nach Alter und Geschlecht unterschiedlich stark ins Gewicht (vgl. Tabelle 1). Generell liegt die Ablehnung bzw. Skepsis sowohl bei den Nutzwertargumenten als auch hinsichtlich der Vernachlässigung sozialer Kontakte unter den Verweigerern um so höher, je älter die Nicht-Nutzer sind. Anders verhält es sich mit dem Kostenargument: auf dieses verweisen – mit 82 Prozent – in deutlich höherem Maß die Jüngeren. Unterschiede bei Frauen und Männern beziehen sich auf die nachgelagerten Argumente: Frauen benennen – als zusätzliche Hürde – deutlich häufiger ihre geringen Kenntnisse sowie den Vorbehalt, dass Computer gesundheitsschädlich sind. Insgesamt sind die Bedenken und Zugangshürden der Offliner im Jahr 2002 deutlich stärker ausgeprägt als im Jahr zuvor.

Offliner 2002: Nicht-Kenner und Kenner des Internets

Die Hälfte aller Offliner lassen sich als Nicht-Kenner zusammenfassen, das sind jene, die noch nie Online genutzt haben bzw. noch nie jemanden gebeten haben, für sie ins Internet zu gehen. Von dieser Gruppe geben rund 40 Prozent an, überhaupt keine Vorstellung darüber zu haben, was das Inter-

net ist, was man mit dem bzw. im Internet unternehmen kann; dies bedeutet einen Zuwachs im Vorjahresvergleich um 8 Prozentpunkte. Hauptgrund für die Unkenntnis ist das geringe Interesse am Internet. Deutlich nachrangig wird angeführt, dass das Internet schwierig bzw. kompliziert ist. Keine Rolle spielt das Argument, dass man noch nichts darüber gehört hat (vgl. Tabelle 2).

Um das Potenzial für die Internetzugangsbereitschaft unter den Offlinern auszuloten, wurde – wie in den vergangenen Jahren – die Gruppe näher untersucht, die bereits Erfahrungen mit dem Internet gesammelt hat (vgl. Tabelle 3). Im Frühjahr 2002 waren 11 Prozent der Offliner früher einmal online (2001: 7%), und 40 Prozent haben eine Vorstellung vom Internet (2001: 37%). Damit steigt die Gruppe der Kenner um 7 Prozentpunkte auf 51 Prozent an. Hiervon wollen sich 22 Prozent in der nächsten Zeit ganz bestimmt oder wahrscheinlich zu Hause einen Internetzugang anschaffen, 2001 lag dieser Wert noch bei 32 Prozent; der Rückgang zeigt sich vor allem bei den 14- bis 39-Jährigen.

Legt man die Bereitschaft aus dem Jahr 2001 zugrunde – also jene 14 Prozent der Gesamtbevölkerung – und vergleicht diese mit dem Anteil derjenigen, die tatsächlich online gegangen sind (2001: 44,1%), so haben seit dem Frühjahr 2001 38 Prozent ihr Vorhaben wahr gemacht, im Zeitraum 2000 bis 2001 waren es noch 60 Prozent. Ausgehend von diesen Eckdaten dürfte sich damit die Zuwachsrate der Onliner weiter verlangsamen. Die Zahl der Onliner wird demnach im Jahr 2003 bei etwa der Hälfte der Bevölkerung liegen.

Anteil der Kenner, die online gehen wollen, hat sich verringert

Nicht-Kenner haben geringes Interesse am Internet

① **Offliner: Gründe, sich keinen Computer anzuschaffen – nach Altersgruppen und Geschlecht**

trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %

Ablehnungsgründe	gesamt	14-39	40-59	60 Jahre	Frauen	Männer
		Jahre	Jahre	u. älter		
Ich brauche weder beruflich noch privat einen Computer	84	57	76	94	84	85
Ich kann mir nicht vorstellen, wofür ich zu Hause einen Computer brauchen sollte	78	53	67	89	77	80
Ich habe weder Zeit noch Lust, mich mit einem Computer zu beschäftigen	73	68	69	76	73	74
Computer sind zu teuer	59	82	55	57	63	52
Durch die Computernutzung werden soziale Kontakte vernachlässigt	56	47	53	60	60	50
Ich finde es zu kompliziert, einen Computer aufzustellen und einzurichten	52	33	40	61	60	37
Ich traue mir nicht zu, einen Computer zu bedienen	39	15	31	48	44	31
Ich lehne grundsätzlich alles ab, was mit Computern zu tun hat	34	11	23	43	38	26
Computer sind sehr störanfällig	34	38	32	34	36	30
Ich halte Computer für gesundheitsschädlich	33	26	28	37	41	19
Computer an meinem Arbeitsplatz genügen mir	19	27	34	11	20	18

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512); Teilgruppe: Befragte, die sich wahrscheinlich nicht / bestimmt nicht einen Computer anschaffen werden (2002: n=340, 2001: n=281).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

② **Vorstellungen vom Internet unter den Nicht-Kennern**

in %

	2001	2002
Offliner ohne frühere Onlinenutzung, ohne Kontakt mit dem Internet	66	49
davon: Vorstellung darüber, was das Internet ist / man machen kann		
Ja	69	61
Nein	31	39
Nein, weil kein Interesse	20	25
Nein, weil schwierig/kompliziert	3	7
Nein, weil andere Gründe	7	6

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512); Teilgruppe: Befragte, die noch nie Online genutzt haben (2002: n=308, 2001: n=458)

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

③ **Struktur der Bevölkerungsgruppe der Offliner**

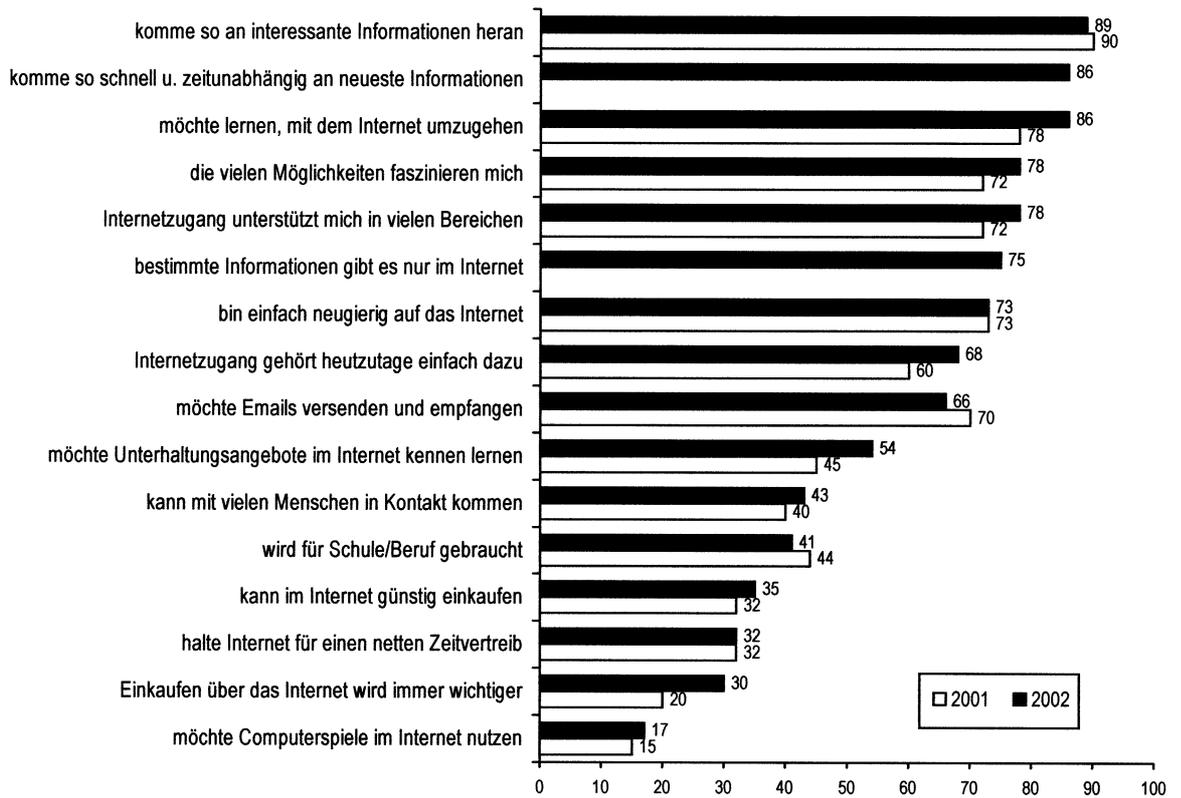
in %

	Bevölkerung gesamt		Personen ohne Onlinenutzung (Offliner)			
	2001	2002	gesamt		Teilgruppe mit Erfahrungen/ Vorstellungen vom Internet	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Personen ohne Onlinenutzung	61	56	100	100		
davon: früher genutzt	7	11	11	11		
noch nie genutzt	54	45	89	89		
Personen, die Online noch nie genutzt haben						
davon: mit Vorstellung vom Internet	37	40	61	61		
ohne Vorstellung vom Internet	17	25	28	39		
Offliner mit früherer Onlinenutzung oder Vorstellung vom Internet	44	51	72	72	100	100
davon: Anschaffung eines Internetzugangs geplant						
ganz bestimmt	7	5	12	6	16	9
wahrscheinlich	7	7	12	9	16	13
wahrscheinlich nicht	6	7	9	9	12	13
ganz bestimmt nicht	24	33	40	47	56	65

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

Abb. 2 Offliner¹⁾: Gründe für die Anschaffung eines Internetzugangs

trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512).

1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich bestimmt/wahrscheinlich einen Internetzugang anschaffen werden (2002: n=97, 2001: n=128).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

Gründe der Offliner für und gegen Anschaffung eines Internetzugangs

Die stärksten Argumente für die Anschaffung eines Internetanschlusses finden sich nach wie vor auf der rationalen Ebene, im Kontext der dann zur Verfügung stehenden Informationen, der Möglichkeit, diese auch schnell, zeitunabhängig und möglicherweise exklusiv im Internet zu erhalten. Zudem möchte man lernen, mit dem Internet umzugehen und findet die vielen Möglichkeiten faszinierend. Zugenommen hat auch das Motiv, dass das Internet als Unterstützung in vielen Bereichen angesehen wird. Bei den derzeitigen Offlinern haben also Motive für die Anschaffung auch die Aspekte Unterhaltung und Einkaufsmöglichkeiten zugenommen. Schlusslicht ist nach wie vor das Motiv, das Internet für Computerspiele zu nutzen (vgl. Abbildung 2).

Unter den Kennern des Internets steigt der Wert, sich in nächster Zeit wahrscheinlich keinen Onlineanschluss zuzulegen um 10 Prozentpunkte auf 78 Prozent an (= 40% der Gesamtbevölkerung). Dabei wächst vor allem der Anteil der massiven Ablehner und erreicht 65 Prozent (ganz bestimmt nicht - 2001: 56%). Diese Gruppe zeigt sich über die letzten Jahre sehr stabil in der Hierarchisierung der Gründe für die Ablehnung: Insbesondere genügen den Ablehnern die vorhande-

nen Informations- und Unterhaltungsangebote aus Fernsehen, Radio und Zeitung. Auch sieht man keinen (erkennbaren) Nutzwert, es fehlt die Zeit bzw. Lust und es wird ein Wirrwarr um die Anbieter und Tarife empfunden. Eine stärkere Rolle als im vergangenen Jahr spielen hier - wie bereits für den Computerbesitz beschrieben - die Anschaffungskosten für den Internetzugang (vgl. Abbildung 3).

Internet und soziales Umfeld

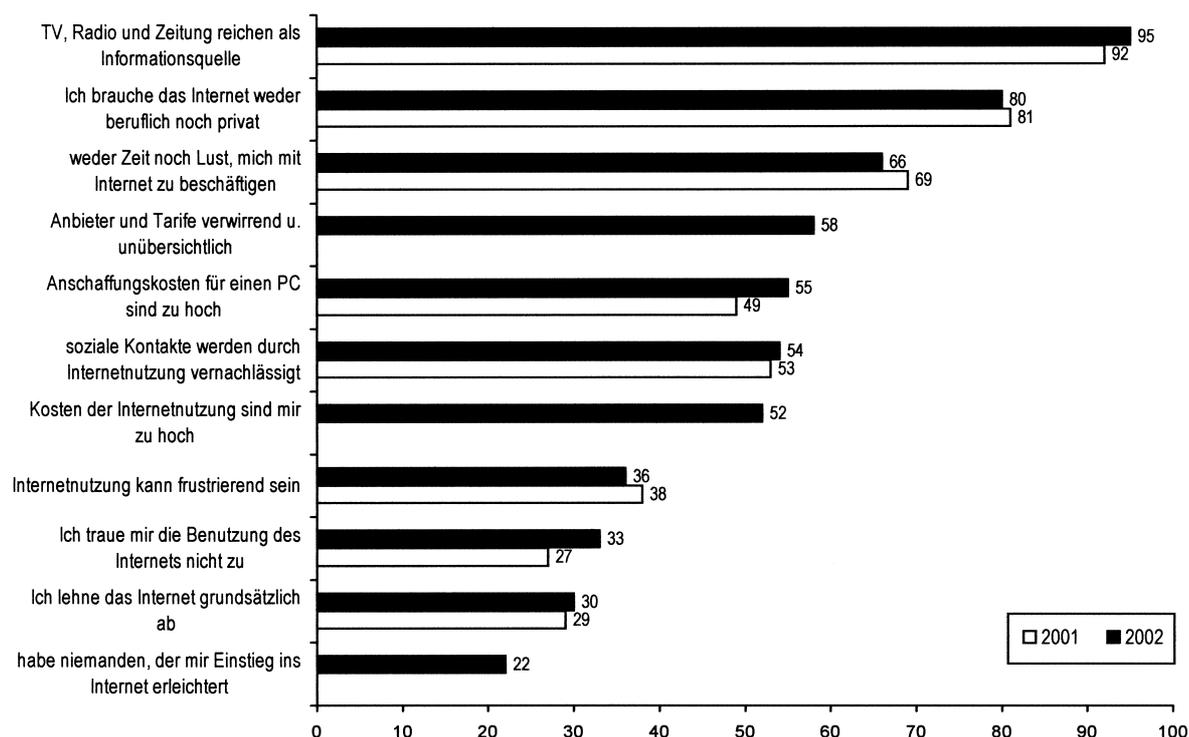
Von den Offlinern geben 83 Prozent an, dass sie im letzten halben Jahr das Internet weder bei Familienmitgliedern und Freunden noch bei Bekannten oder Arbeitskollegen genutzt haben. Von den verbleibenden 17 Prozent, die bei anderen das Internet genutzt haben, wird dies zudem eher selten beansprucht. Dabei werden in erster Linie die Familienmitglieder gebeten. Die Internetnutzung bei Freunden oder Bekannten findet nahezu ausschließlich durch die jüngeren und formal höher gebildeten Offliner statt, zwei Gruppen, in denen das soziale Umfeld - außerhalb der eigenen Familie - beim Thema Internet eine größere Rolle zu spielen scheint.

Internet spielt geringe Rolle im sozialen Umfeld der Offliner

Angesichts der manifesten technischen Zugangsbarrieren und den Ressentiments der Offliner wurde in der 2002er Studie erstmals der Frage nachge-

Jeder vierte Offliner bittet andere, für sich ins Internet zu gehen

Abb. 3 Offliner¹⁾: Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512).

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 (2002: n=309, 2001: n=272).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

gangen, ob Offliner andere bitten, für sie ins Internet zu gehen und ob Offliner in Gesprächen oder Unterhaltungen, die rund um das Internet gingen, dabei waren: Fast jeder vierte Offliner hat in den vergangenen sechs Monaten in seinem Umfeld jemanden gebeten, für ihn ins Internet zu gehen, wenn auch nicht sehr häufig. Ansprechpartner für Internetanfragen waren dabei für rund 70 Prozent Familienmitglieder.

Internet wird als Thema wahrgenommen

Dass das Internet auch bei den Offlinern (Kennern) in Unterhaltungen eine Rolle spielt, bejahen 42 Prozent. Die Unterhaltungen, in denen das Internet Gesprächsgegenstand ist, fanden dabei sowohl im Kreis der Familie als auch bei Freunden und Bekannten statt, in etwas geringerem Maß auch im beruflichen Kontext. Die Bewertung des Gesprächsstoffs Internet fällt positiv aus bzw. wird von den Offlinern nicht als störend empfunden: 55 Prozent empfinden solche Gespräche als eher interessant und knapp 40 Prozent sind sie gleichgültig.

(Mediale) Hinweise auf das Internet stören nicht

Die mehrheitlich neutrale Einstellung der Offliner gegenüber dem Thema Internet zeigt sich auch in der Bewertung medialer Hinweise auf das Internet. Werbemaßnahmen und Hinweise auf das Internet bzw. auf bestimmte Internetangebote werden von rund 80 Prozent der Offliner wahrgenommen. Die Mehrheit kennt diese aus dem Fernsehen, hat sie aber auch schon im Radio gehört, in Zeitungen/Zeitschriften oder auf eingekauften Produkten ge-

lesen. Obwohl die Offliner diesen Hinweisen – zumindest theoretisch – nicht nachgehen können, also eine Barriere in der Beschaffung weiterer Informationen empfinden könnten, fällt die Bewertung dieser Hinweise neutral bis positiv aus (vgl. Tabelle 4).

Einstellungen der Offliner zum Internet

Nachfolgend sollen die Einstellungen und Meinungen der Offliner untersucht und dargestellt werden, die früher bereits das Internet genutzt bzw. eine Vorstellung davon haben (72 % der Offliner). Auch in dieser Gruppe ist das Internet ein Medium, das zwar aus sehr unterschiedlichen Gründen noch keinen Eingang in den persönlichen Medienalltag gefunden hat, das aber zur Agenda gesellschaftlich etablierter Medien zählt.

Möglicherweise ist es gerade die Veralltäglicung des Mediums Internet und seine starke Präsenz in den unterschiedlichsten Zusammenhängen, die für Offliner auch etwas Bedrohliches darstellt. 86 Prozent der Offliner sind der Meinung, dass das Internet wie eine Sucht sein kann (vgl. Abbildung 4). Diese Gefahr wird in allen Altersgruppen jenseits von 40 Jahren mit knapp 90 Prozent annähernd

Offliner meinen, Internetzugang könne zur Sucht werden

④ Hinweise auf Internetseiten: Bewertung der Offliner 2002

in %

Hinweise auf Internetseiten/-angebote bemerkt	
Nein	19
Ja	81
und zwar ...	
im Fernsehen	70
im Radio	33
in Zeitungen/Zeitschriften	58
auf eingekauften Produkten	29
und finde solche Hinweise ...	
gut	22
störend	3
ist mir egal	56

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2002: n= 406).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

gleich groß eingeschätzt. Allein die 14- bis 29-jährigen Offliner schätzen diese Gefährdung mit 70 Prozent etwas geringer ein.

Internet ist zeitintensiv

Hinter der Sorge, internetsüchtig zu sein oder zu werden, steckt auch eine Sicht auf das Internet als einem zeitintensiven Medium. 68 Prozent der Offliner sind der Meinung, dass das Internet viel Zeit kostet. Damit ist der Anteil der Offliner, die für das Internet einen hohen Zeitkonsum veranschlagen, gegenüber dem Vorjahr sogar noch angewachsen (2001: 63 %). Insbesondere die ab 60-Jährigen (76%) setzen hohe Zeitvolumina für das Internet voraus, was in dieser Altersgruppe durch mangelnde Routinen im Umgang mit neuen Technologien begründbar ist. Aber auch 68 Prozent der 14- bis 29-Jährigen sehen im Internet einen entscheidenden Zeitfaktor.

Inhalte, die auf Ablehnung stoßen

Im Zusammenhang damit steht auch, dass die Skepsis sowohl gegenüber der Masse als auch gegenüber der Qualität der Inhalte des Internets gewachsen ist. Insbesondere die Verbreitung pornografischer Seiten im Internet ist für die Offliner ein Ärgernis. Mehr als 80 Prozent äußern sich hier gegenüber dem Internet sehr kritisch. Diese Zahl ist im Verlauf des letzten Jahres deutlich angestiegen. Auch sind es vor allem die ab 40-Jährigen, deren Sorge – gespeist auch durch zahlreiche Medienberichte des letzten Jahres – um die Unkontrollierbarkeit der Inhalte weiter gewachsen ist.

Die Gefahr der Verbreitung extremer politischer Inhalte wird von 58 Prozent der Offliner gesehen. Hier gab es zwar gegenüber dem Vorjahr keine Zuwächse, aber die Sorge um die ungehinderte Verbreitung extremistischer Inhalte ist nach wie vor hoch.

Schwierigkeiten haben die Offliner auch mit der Flut der Daten und Informationen, die im Internet bereitgestellt werden. 53 Prozent der Befragten meinen, dass die Überkomplexität der Angebote durch die Nutzer gar nicht mehr bewältigt werden kann. Diese Unsicherheit teilen bereits die ab 40-Jährigen. Jener Datenflut müssen sich auch die Onliner mit ihren Internetnutzungsstrategien stellen. In den qualitativ-psychologischen Untersuchungen des Ernest-Dichter-Instituts beschrieben vor allem ältere Webnutzer ein Gefühl der Überforderung angesichts der unüberschaubaren Vielfalt von Angeboten im Netz. (1)

Auch die stark technologiedeterminierte Sprache und Begrifflichkeit des Internets stellt für Offliner eine Hürde im Hinblick auf eine unverkrampfte und unkomplizierte Annäherung an das neue Medium dar. Mehr als die Hälfte der Offliner (56%) sieht sich in der Internetwelt einer Sprache und Begriffen gegenüber, die sie nicht mehr verstehen. Solche Sprachbarrieren sind besonderes für die ab 50-Jährigen relevant, von denen sogar zwei Drittel meinen, dass sie die benutzten Begrifflichkeiten des Internets nicht mehr verstehen.

Auch der Schutz der persönlichen Daten im Internet stellt für die Offliner ein nach wie vor ungelöstes Problem dar. 71 Prozent der befragten Offliner befürchten, dass sich über das Internet Nicht-Berechtigte Zugang zu persönlichen Daten verschaffen können. Dieser Wert liegt nur geringfügig niedriger als im Vorjahr. Gesunken ist hingegen die Sorge der Offliner, dass andere ihre Navigationswege durch das Internet nachvollziehen können (von 54% in 2001 auf 46% in 2002). Bei der Bewertung der Datensicherheit im Netz unterscheiden sich die unterschiedlichen Altersgruppen nicht voneinander.

Die Wertschätzung und Relevanz des Internets als ein modernes universales Medium ist auch bei den Offlinern hoch und gewinnt ganz offensichtlich weiter an Bedeutung. Nicht einmal ein Viertel der Offliner (23%) ist der Meinung, dass das Internet nur etwas für junge Leute ist. Selbst bei den ab 60-Jährigen äußert nur ein Drittel, dass das Internet nur etwas für junge Zielgruppen sei. Damit korrespondiert auch ein Rückgang derjenigen, die die tradierten Medien als ausreichende Informationsquellen ansehen. Zwar sind immer noch 41 Prozent der Offliner der Meinung, dass das Internet überflüssig sei, weil Hörfunk, Fernsehen und Print zur Information ausreichen, aber diese Einstellungen finden sich mehrheitlich nur bei den ab 60-Jährigen (54%). Rückläufig sind auch Vorbehalte der Art, dass zuviel Aufhebens um das Internet gemacht würde (von 52% 2001 auf 48% 2002) oder dass die Informationen im Internet nicht glaubwürdig seien. Lediglich 23 Prozent der Offliner bezweifeln die Seriosität der im Internet verbreiteten Informationen. Auch ältere Offliner bemängeln keine Glaubwürdigkeitsdefizite des Internets.

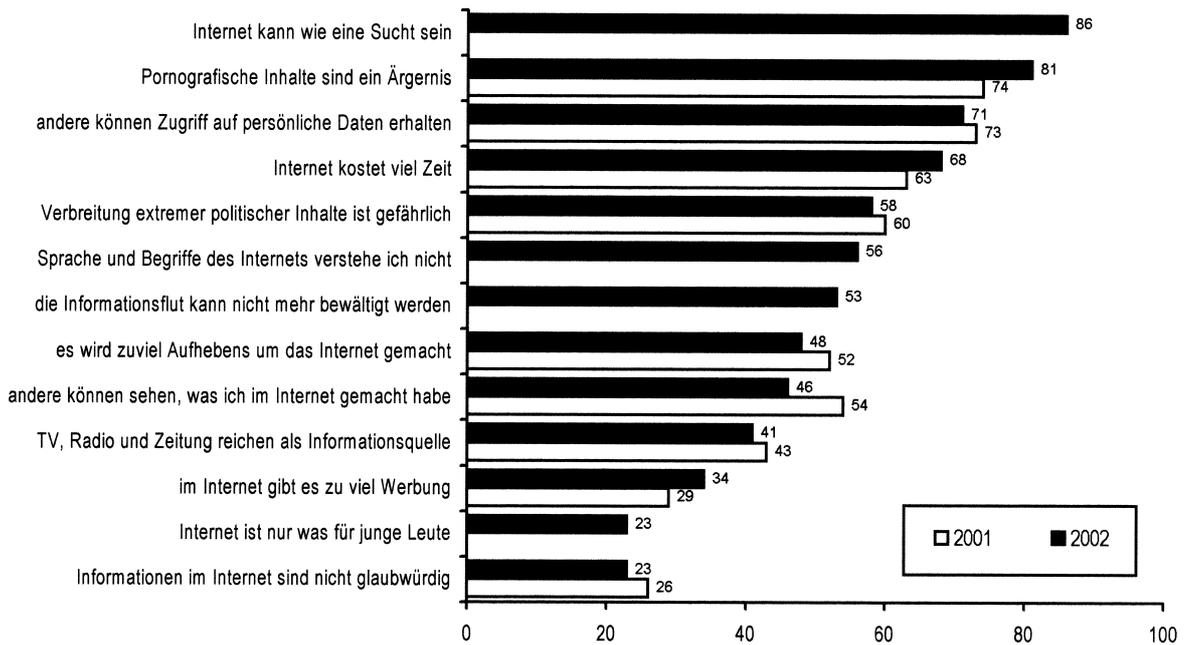
Daten- und Informationsflut führt zu Unsicherheit

Sprache und Begriffe des Internets sind unverständlich

Problem Datenschutz

Auch Offliner halten Internet für modernes universales Massenmedium

Abb. 4 Offliner: Einstellungen zum Internet
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512).

Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2002: n=406, 2001: n=387).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

Insgesamt ist für die Offliner im Jahr 2002 charakteristisch, dass sie – obwohl kaum über eigene Erfahrungen verfügend – sehr dezidierte Meinungen und Einstellungen zur Onlinewelt haben. Anerkannt ist das Internet auch in dieser Gruppe in seinem massenmedialen Charakter. Eine Verengung des Internets auf ein jugendspezifisches Medium wird klar abgelehnt. Aber zugleich sind sich die Offliner darin einig, dass das Internet wie eine Sucht sein kann. Es mangelt ganz offenbar nach wie vor an konkreten Vorstellungen über den Gebrauchswert des Internets sowie der dafür erforderlichen Kompetenzen und Strategien.

Konsequenzen der weiteren Verbreitung des WorldWide-Web

Wie bewerten die Nicht-Online die Entwicklungsfähigkeit und die Zukunftschancen des Internets? Auch für die Offliner steht fest, dass sich das Internet als gleichwertiges Angebot in der Medienlandschaft etablieren wird bzw. bereits etabliert hat. Für neun von zehn Befragten gehört es mittlerweile ebenso zum Medienportfolio wie Hörfunk und Fernsehen oder Print. Dieser Wert ist seit Jahren stabil und über die verschiedenen soziodemographischen Gruppen hinweg konsistent. Zugleich sind aber auch neun von zehn Offlinern der Meinung, dass es auch in Zukunft Menschen geben wird, die sich das Internet finanziell nicht leisten können (vgl. Abbildung 5). Dies bedeutet letztlich, dass das Internet als neues Informations- und Kommunikationsmittel ein hochgeschätztes, unverzichtbares Medium ist, das die gesamte Gesell-

Internet gilt als unverzichtbar, aber nicht für jeden erschwinglich

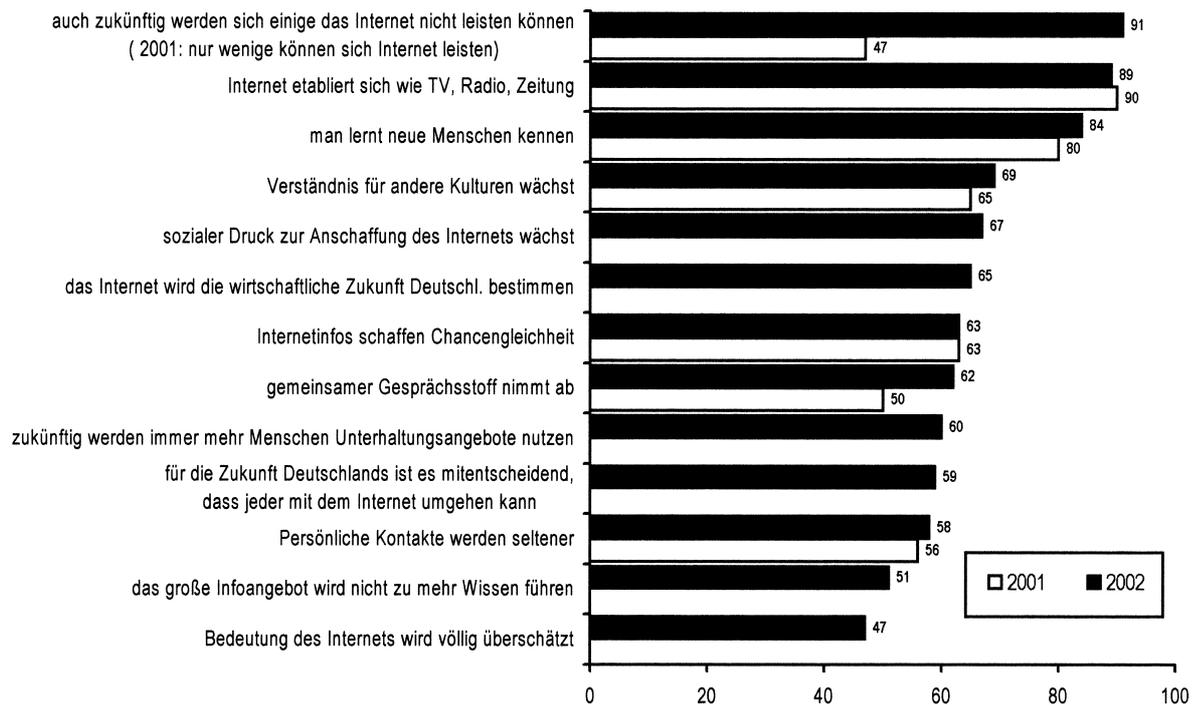
schaft durchdringen wird, von dem aber aus finanziellen Gründen Teile der Gesellschaft ausgeschlossen bleiben. (2)

Die Potenziale und positiven Auswirkungen des Internets werden von den Offlinern durchaus erkannt. So vermuten 84 Prozent der Offliner, dass man durch eine stärkere Verbreitung des Internets mit Menschen in Kontakt kommt, die man sonst nicht kennen lernen würde. 69 Prozent der Offliner meinen, dass durch das Internet das Verständnis für Menschen aus anderen Ländern und Kulturen größer wird. Diese Wertschätzungen haben im Vergleich zu 2001 weiter zugenommen.

Zugleich sehen die Offliner im Internet einen wichtigen Wirtschaftsfaktor für den Standort Deutschland. Zwei Drittel der Online-Nichtnutzer sind der Meinung, dass das Internet und alles, was damit zusammenhängt, die wirtschaftliche Zukunft Deutschlands bestimmen wird. Dabei ist auch die Einsicht stark verbreitet, dass das Internet als ein Faktor der wirtschaftlichen Entwicklung letztlich nur dann funktionieren kann, wenn es sich als allgemeines gesellschaftliches Informations- und Kommunikationsmittel in allen Gruppen der Gesellschaft durchgesetzt hat. Immerhin knapp 60 Prozent der Offliner stimmen dem Statement zu,

Offliner halten Internet für wichtigen Wirtschaftsfaktor

Abb. 5 Offliner: Meinungen zu Konsequenzen der Onlineverbreitung
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512).
Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2002: n=406, 2001: n= 387).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

dass es für die Zukunft Deutschlands mitentscheidend ist, dass jeder mit dem Internet umgehen kann. Diese Zuschreibung der wirtschaftlichen Bedeutung des Internets ist über alle soziodemographischen Gruppen verbreitet. Einzig die 14- bis 29-Jährigen schätzen den Stellenwert des Internets als Faktor wirtschaftlicher Entwicklung etwas geringer ein.

verbreitet, was auch damit zusammenhängt, dass das Internet nicht nur als Informationsanbieter wahrgenommen wird, sondern auch sehr stark als Unterhaltungsträger. Ein großer Teil der Offliner (60%) befürchtet, dass die Entwicklung des Internets und der neuen Medien dazu führen wird, dass immer mehr Menschen Unterhaltungsangebote im Netz nutzen werden.

Sozialer Druck auf Offliner wächst

Mit der immer stärkeren Durchdringung des Internets in der Gesellschaft wächst für die Offliner der soziale Druck, selbst online zu gehen. Mehr als zwei Drittel der Offliner bestätigen, dass dieser Druck besteht. Besonders die jüngeren, das heißt 14- bis 29-jährigen Offliner sehen sich diesem Anpassungsdruck ausgesetzt, betroffen sind aber alle Altersgruppen.

Überhaupt hat die Skepsis der Offliner zugenommen, welche Auswirkungen und Konsequenzen die weitere Verbreitung des Internets auf die sozialen Kontakte und Beziehungen der Menschen hat. Sehr stark angewachsen sind die Befürchtungen, dass es durch das Internet und die Individualisierung seiner Nutzung immer weniger gemeinsamen Gesprächsstoff zwischen den Menschen geben wird. Teilten im letzten Jahr 50 Prozent der Offliner diese Sorge, so waren es in 2002 bereits 62 Prozent. Damit reflektieren die Offliner vermutlich reale Alltagserfahrungen. In einer Welt, in der das Internet von einem Medium der Informations- und Technikeliten zu einem Massenmedium geworden ist, verstärken sich bei den Offlinern Gefühle des Nicht-Mitredenkönnens und des Ausgegrenztseins. Besonders deutlich wird dieses Problem der Ausgeschlossenheit von den älteren Offlinern artikuliert.

Offliner sorgen sich, das Internet werde gemeinsame Gesprächsstoffe und soziale Kontakte verringern

Weitere Erwartungen an das Internet

Hoch sind die Erwartungen der Offliner hinsichtlich der durch das Internet zu realisierenden Chancengleichheit. 63 Prozent der Offliner sehen eine größere Chancengleichheit in der Gesellschaft, indem jeder über Onlinedienste den gleichen Zugang zu Informationsangeboten hat. Daran knüpfen sich insbesondere die Hoffnungen der jüngeren und der mittleren Generation. Unsicher sind die Offliner in der Beurteilung des Wissenszuwachses durch das Internet. Immerhin die Hälfte ist der Meinung, dass trotz des größeren Informationsangebotes die Menschen zukünftig auch nicht mehr wissen werden als heute. Diese Skepsis ist stärker bei den Älteren

Aber auch die Sorge um die Entwicklung sozialer Kontakte ist gewachsen. Mehrheitlich (58 %) sind die Offliner der Meinung, dass zwischenmenschliche Kontakte bei Internetnutzern seltener auftreten.

Onliner und Offliner bewerten Konsequenzen der Onlineverbreitung unterschiedlich

Ein Vergleich der Bewertung der Konsequenzen der Onlineverbreitung durch die Offliner und die Onliner zeigt, dass sich beide Gruppen teilweise deutlich voneinander unterscheiden, aber auch Gemeinsamkeiten vorliegen. So sind sich Onliner und Offliner einig, dass sich das Internet als viertes Massenmedium etabliert hat. Auch die mit dem Internet verbundene Chancengleichheit wird ähnlich eingeschätzt. Dagegen bewerten die Offliner die im Internet liegenden Potenziale häufig positiver und optimistischer, sie beschreiben aber auch die Gefährdungen drastischer. Insbesondere in der Einschätzung der zukünftigen Entwicklung der persönlichen Kontakte differieren Onliner und Offliner stark. Während lediglich 30 Prozent der Onliner der Ansicht sind, dass sich durch das Internet der gemeinsame Gesprächsstoff reduziert habe, waren es bei den Offlinern mehr als doppelt so viele. Immerhin 47 Prozent der Onliner beklagen einen Rückgang persönlicher Kontakte; 58 Prozent der Offliner befürchten ihn.

Das Internet und seine Möglichkeiten als universales Kommunikations- und Informationsmedium über Ländergrenzen hinweg werden besonders von den Offlinern hochgeschätzt. Während rund zwei Drittel der Onliner darin übereinstimmen, über das Internet neue Kontakte knüpfen zu können, erwarten dies mit 84 Prozent deutlich mehr Offliner. Auch die Vorstellung, durch das Internet eine größere Toleranz gegenüber Menschen anderer Kulturen zu entwickeln, ist bei den Offlinern stärker ausgeprägt.

Die Internet-Nichtnutzer stehen dem Medium mit einer Mischung aus positiver Wertezuschreibung und distanzierter Skepsis gegenüber. Unstrittig ist auch bei den heute noch Onlinefernern, dass das Internet ein zukunftsfähiges Medium ist, fest integriert in die Medienlandschaft. Allerdings können die Offliner an den kommunikativen und informativen Angeboten des Internets nicht teilhaben. Zugleich wächst bei den Offlinern ein Unbehagen über die Konsequenzen dieser neuen Technologie. Sie sehen sich stark mit einer euphorischen und wenig kritischen Darstellung des Mediums konfrontiert. Die persönlichen Distanzgründe der Offliner oder gar grundsätzliche Bedenken gegenüber dieser medialen Entwicklung werden öffentlich kaum thematisiert. Immerhin ist fast die Hälfte der Offliner der Auffassung, dass die Bedeutung des Internets völlig überschätzt wird.

Vor allem 40- bis 59-Jährige sehen sich Herausforderung ausgesetzt

Es handelt sich keinesfalls nur um die ab 60-Jährigen, die die Konsequenzen der Onlineverbreitung am stärksten problematisieren. Häufig sind es die 40- bis 59-Jährigen, die ein kritisches Bild gegenüber der Internetentwicklung zeichnen und davon ausgehen, dass die Bedeutung des Internets völlig überschätzt wird. Zugleich ist diese Altersgruppe aber auch am stärksten davon überzeugt, dass das Internet ein wichtiger Faktor für die wirtschaftliche Zukunft Deutschlands ist. Offensichtlich stellt für die 40- bis 59-jährigen Offliner die Entwicklung der Internetwelt eine besondere Herausforderung dar und versetzt sie in ein Spannungsfeld. Diese Altersgruppe hat bislang auch ohne Internet offen-

bar recht gute Strategien der Lebensgestaltung und Informationsgewinnung entwickelt, für die Bewältigung ihrer beruflichen und privaten Anforderungen scheint das Internet verzichtbar zu sein. Zugleich wissen sie aber sehr genau um die soziale Relevanz dieses Mediums, der sie sich auf Dauer dann doch nicht entziehen können.

Wie verändert sich die Mediennutzung durch das Internet?

Die Offliner sind überzeugt, dass von der Etablierung des Internets auch Wirkungen auf die klassischen Massenmedien ausgehen und sich letztlich die gesamte Mediennutzung verändern wird. Die größten Auswirkungen hat die Durchsetzung des Internets nach Auffassung der Offliner für den Hörfunk. Immerhin 44 Prozent sind der Meinung, dass durch die Nutzung des Internets und der neuen Medien immer weniger Radio gehört wird (vgl. Abbildung 6). Hierbei unterscheiden sich jüngere und ältere Altersgruppen in ihrer Bewertung deutlich voneinander. Während die jungen Offliner von den geringsten Veränderungen in der Hörfunknutzung ausgehen und eher einen hohen Grad an Komplementarität sehen, nehmen die Älteren einen starken Bedeutungsverlust des Radios an. Dies hat wahrscheinlich weniger mit einer vermuteten realen Verdrängung des Hörfunks durch das Internet zu tun, sondern mit der geringeren Bindung älterer Menschen an das Medium Hörfunk.

42 Prozent der Offliner sind der Meinung, dass durch die Verbreitung des Internets weniger Zeitungen und Zeitschriften gelesen werden; 39 Prozent gehen von einem Rückgang des Fernsehkonsums aus. Im Vergleich der drei Medien Hörfunk, Print und Fernsehen scheint das Fernsehen – in der Einschätzung der Offliner – am wenigsten von der Verbreitung des Internets tangiert; möglicherweise auch deshalb, weil die Gruppe der Offliner die größte Affinität zum Fernsehen aufweist.

Ein Vergleich zwischen Offlinern und den Onlinern zeigt, dass die von den Offlinern vermuteten drastischen Verschiebungen in der Mediennutzung so von den Onlinern keineswegs bestätigt werden. Zwar erwarten auch die Onliner eine Reduzierung des Medienkonsums bei den klassischen Medien, diese fällt aber längst nicht so hoch aus. Nach Auffassung der Onliner (34 %) reduziert sich vor allem die Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften. Jeweils rund ein Viertel meint, dass weniger ferngesehen bzw. Radio gehört würde. Insbesondere bei der Einschätzung der Auswirkungen des Internets auf das Radio gehen die Meinungen der Offliner und der Onliner stark auseinander. Während 44 Prozent der Offliner von einer reduzierten Radionutzung ausgehen, sehen dies nur 24 Prozent der Onliner so.

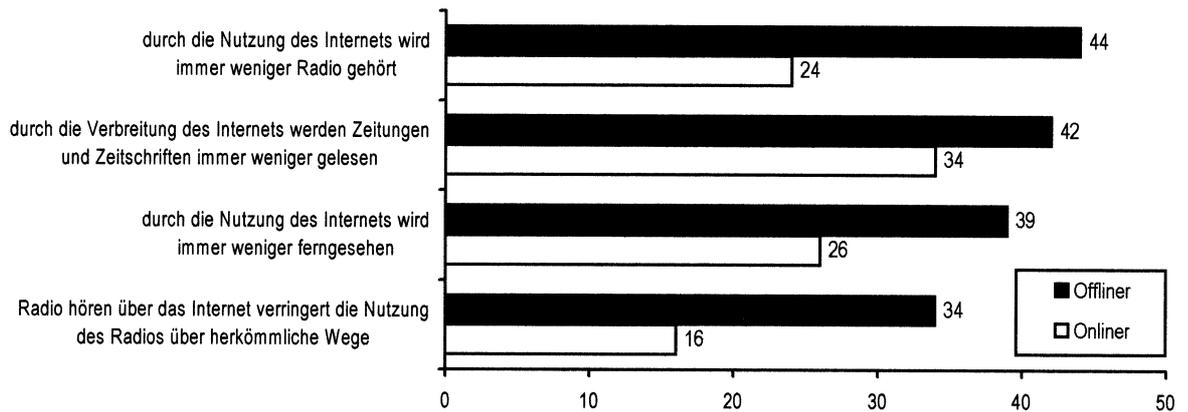
Entgegen diesen vermuteten Internetwirkungen ist nach den realen Nutzungsdaten die Nutzung von Hörfunk und Fernsehen keinesfalls rückläufig. Von 1999 bis zum 1. Halbjahr 2002 erhöhte sich der Fernsehkonsum bei den Erwachsenen ab 14 Jahre

Offliner vermuten Auswirkungen auf Hörfunk-, Presse- und TV-Nutzung

Onliner sehen Reduzierung des Medienkonsums weniger drastisch

Nutzungsdaten weisen keineswegs auf geringere TV- oder Radionutzung hin

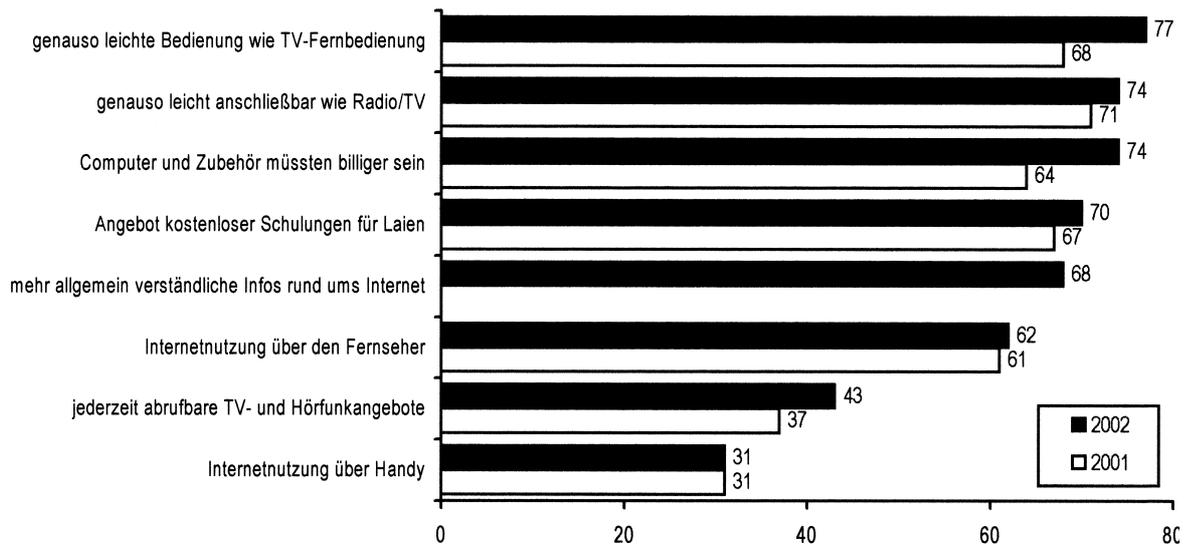
Abb. 6 Veränderung der Mediennutzung durch das Internet 2002
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=509), Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=406) sowie Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nutzen (n= 1 011).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

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



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512).
Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2002: n=406, 2001: n= 387).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

um 21 Minuten und liegt insgesamt bei 219 Minuten pro Tag. Die tägliche Hördauer des Radios wird in der aktuellen MA 2002/II mit 202 Minuten ausgewiesen; sie ist damit gegenüber 1999 ebenfalls angewachsen.

Wie könnte das Internet für Offliner interessant werden?

Welche Faktoren gibt es aus Sicht der Offliner, sich gegenüber dem Internet zu öffnen und mögliche Zugangsbarrieren abzubauen? Für die heutigen Offliner gewinnen Fragen der Kosten sowie des technischen Handlings immer stärker an Bedeu-

tung. Auf dem Weg in die Internetwelt müssten für die Offliner vor allem Hürden, die im technischen Zugang sowie in der Finanzierbarkeit des Equipments liegen, abgebaut werden.

Für 77 Prozent der Offliner würde das Internet dadurch interessanter, dass es genauso leicht zu bedienen wäre wie die Fernbedienung des Fernsehapparates. Dieser Wert ist gegenüber dem Vorjahr um fast 10 Prozentpunkte angestiegen. Gestiegen ist auch die Erwartung, dass das Internet so leicht zu installieren sein müsste wie ein Radio- oder Fernsehgerät (74%) (vgl. Abbildung 7).

Für ebenfalls drei Viertel der Offliner ist die Verbilligung der Computerhardware eine entschei-

Technischer Zugang und Kosten gewinnen weiter an Bedeutung

dende Voraussetzung für die Anschaffung eines Internetanschlusses. Bei diesem Faktor gibt es im Vergleich zu 2001 den größten Anstieg. Waren es 2001 64 Prozent, die sich bei einer veränderten Preisgestaltung für PCs eher für einen Internetzugang interessieren könnten, so waren es in 2002 sogar 74 Prozent. Gegenwärtig liegen die günstigsten Kosten für PC-Systeme bei ca. 490 Euro. Je nach Marke und technischer Ausrüstung können diese auch auf über 2000 Euro steigen. Monatliche Flatrates für Privatkunden sind ab 19,90 Euro zu haben.

Informations- und Schulungsangebote werden erwartet

Eine Kostenreduzierung sowie leichtere technische Bedienbarkeit müssten verknüpft werden mit entsprechenden Schulungsangeboten zur Beherrschung des Personalcomputers und seiner Internetmöglichkeiten sowie einer Vermittlung allgemein verständlicher und allgemein zugänglicher Informationen rund um das Internet. Entsprechende Informations- und Schulungsangebote würden das Internet für 70 Prozent der Offliner interessant machen.

Auch eine direkte Nutzung des Internets über den Fernsehapparat könnte aus Sicht der Offliner die Distanz zum Medium Internet abbauen. Dies geben zumindest 62 Prozent der Befragten an. Die umgekehrte Variante, nämlich der Abruf attraktiver Fernseh- und Hörfunkangebote über das Internet, ist für die Offliner schwerer vorstellbar. Ein Anschaffungsimpuls könnte darüber nur für 43 Prozent der Nichtnutzer ausgehen. Auch eine Nutzung der Internetangebote über das Handy ist nur für eine Minderheit der Offliner (31 %) von Interesse. Dies erklärt sich auch damit, dass lediglich die Hälfte der Offliner über ein Handy verfügt (bei den Onlinern sind es 85 %).

Für unter 40-Jährige sind die Kosten entscheidend

Differenziert nach Altersgruppen spielt für die Jüngeren insbesondere der finanzielle Aspekt eine ganz entscheidende Rolle. 90 Prozent der unter 40-Jährigen erwarten von einer Verbilligung der Hard- und Software einen wichtigen Schub für die weitere Internetdurchdringung. Ein einfacher technischer Zugang und allgemeinverständliche Informationen sind für sie zwar ebenfalls wichtig, aber deutlich nachgeordnet. Andere Prioritäten setzen die 40- bis 59-Jährigen. Hier spielt die leichtere technische Bedienbarkeit die entscheidende Rolle.

Nur in vernetzter Strategie können Offliner für das Internet gewonnen werden

Soll es auch zukünftig noch ähnliche Zuwachsraten in der gesellschaftlichen Durchdringung des Internets wie in den vergangenen Jahren geben, so gilt es, die aus Sicht der Offliner relevanten Faktoren für einen Internetzugang aufzugreifen und in entsprechende Szenarien und Strategien für die Gewinnung der Offliner umzusetzen. Hierzu müssten im Wesentlichen drei Impulse gesetzt werden. Durch eine Kostenreduzierung der PC-Hard- und Software würde bei bestimmten Offlinergruppen ein Anschaffungsschub ausgelöst werden. Dieser aber müsste noch durch zwei weitere Entwicklungen flankiert werden. Es sind verstärkt technologische Lösungen zu entwickeln, die zu einer Vereinfachung in der Bedienbarkeit von PC und Internet führen. Außerdem stellt die sich in den letzten Jah-

ren rund um das Internet entwickelte Sprache mittlerweile für die Offliner eine weitere Hürde im Zugang zu diesem Medium dar. Hier muss nach neuen sprachlichen Formen und einer konsumentenfreundlichen Begrifflichkeit gesucht werden, die in der Öffentlichkeit dann auch um- und durchgesetzt werden sollte. Nur wenn in einer vernetzten Strategie zukünftig diese drei Faktoren stärker berücksichtigt und miteinander verknüpft werden, können neue relevante Gruppen der Offliner für das Zukunftsmedium Internet gewonnen werden.

Das größte Wachstumspotenzial liegt – wie auch in den Jahren zuvor – in der Gruppe der 14- bis 39-Jährigen. Aber auch bei diesen jüngeren Offlinern reicht allein eine Verbilligung des technischen Equipments für den Zugang zum Internet nicht aus. Die Vereinfachung der technischen Bedienbarkeit sowie die Bereitstellung allgemeinverständlicher Informationen sind ebenfalls entscheidende Voraussetzungen für den Abbau von Zugangsbarrieren.

Interesse an Angeboten im Internet

Für die Offliner sind die Angebote des Internets vor allem zur Organisation und Bewältigung ihres Alltags von Relevanz. In den letzten Jahren hat sich hier eine relativ manifeste Interessenhierarchie herausgebildet, die von Informationen an Urlaubs- und Reisezielen angeführt wird. 59 Prozent der Offliner sind daran interessiert (vgl. Abbildung 8). Darüber hinaus können sich die Offliner vorstellen, das Internet für Veranstaltungstipps (56 %) sowie einen entsprechenden Veranstaltungs- und Kartenservice (52 %) zu nutzen. Deutlich angestiegen ist das Interesse am Internet als medizinischem Ratgeber: 54 Prozent der Offliner sind daran interessiert, Informationen über Medizin und Heilmethoden abzurufen. Diese Recherchemöglichkeiten stellen neben der Möglichkeit des Einkaufs bzw. der Teilnahme an Versteigerungen via Internet für die Offliner Leistungsdimensionen des Internets dar, deren Bedeutung im Vergleich zum Vorjahr angestiegen ist.

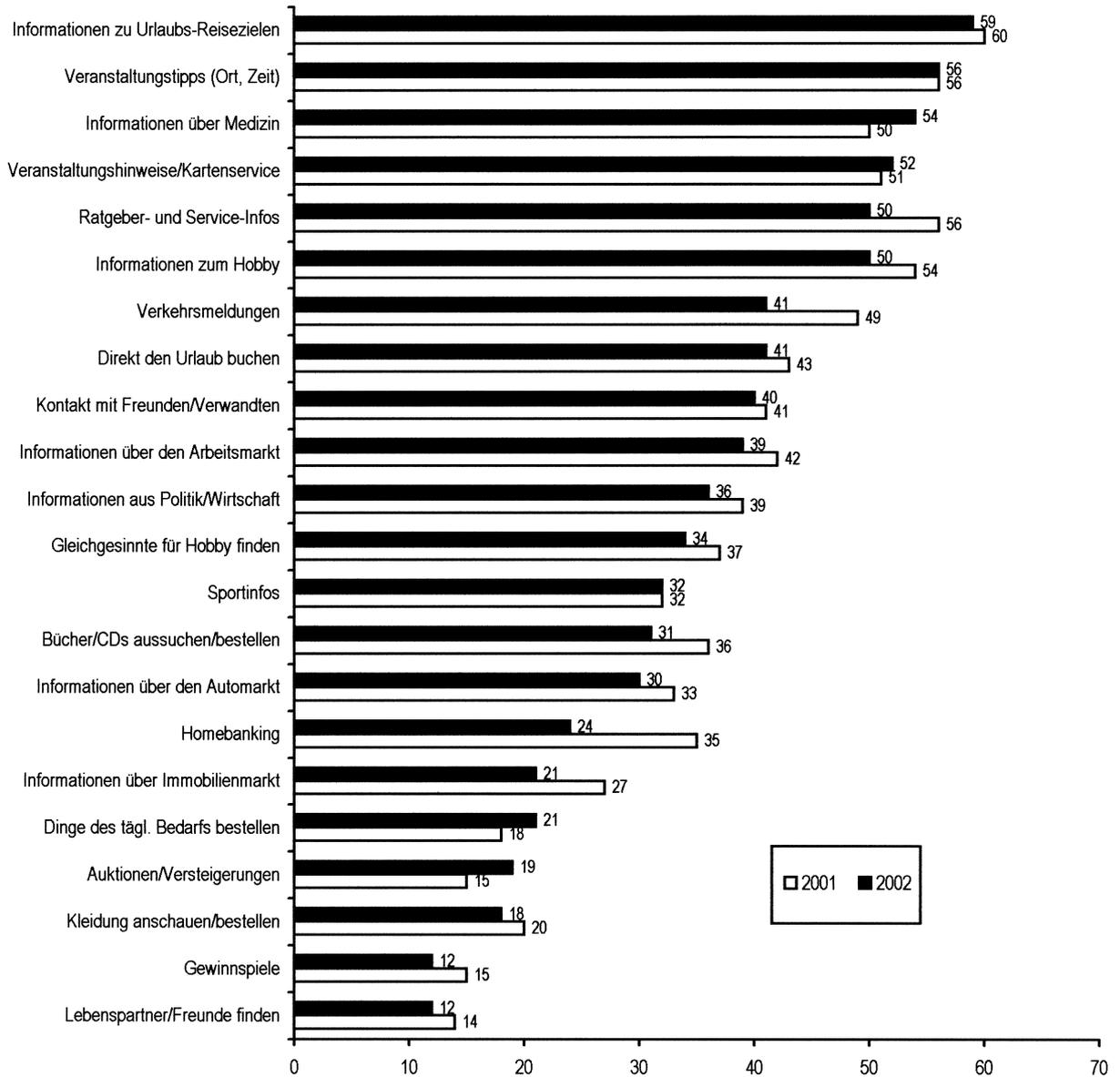
In allen anderen Bereichen ist das Interesse an Internetofferten abgeflacht. Damit setzt sich ein Trend fort, der schon im Vorjahr zu beobachten war. Die konkreten Leistungsangebote des Internets stellen für die Offliner immer weniger einen Anreiz dar, sich die Welt des Internets zu erschließen. Offenbar bietet das Internet aus Sicht der Offliner wenig attraktive Inhalte, die exklusiv oder besonders effizient über das Internet zu beziehen wären. Besonders stark zurückgegangen ist bei den Offlinern das Interesse am Homebanking (-11 %), an Verkehrsmeldungen (-8 %), an Informationen über den Immobilienmarkt (-6 %), an Ratgeber- und Serviceinformationen (-6 %) sowie der Bestellung von Büchern und CDs (-5 %).

Das Bedürfnis nach bestimmten Angeboten des Internets hängt sehr stark vom Alter der Befragten ab. Das stärkste Interesse an der Vielfalt des Leis-

Vor allem Alltagsinformationen sind gefragt

Informationsbedürfnis im Internet hängt vom Alter ab

Abb. 8 Offliner: Interesse an Angeboten im Internet
bin sehr/etwas interessiert, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2002: n=509, 2001: n=512).
 Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2002: n=406, 2001: n= 387).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2002.

tungsspektrums des WorldWideWeb wird von den 14- bis 39-Jährigen artikuliert. In dieser Gruppe möchten sich drei Viertel der Befragten über mögliche Urlaubs- und Reiseziele informieren. Rund 70 Prozent wollen herausfinden, wo und wann interessante Veranstaltungen stattfinden und einen entsprechenden Kartenservice nutzen.

Für 67 Prozent dieser Altersgruppe ist es aber auch außerordentlich wichtig, sich mittels Internet über den Arbeitsmarkt zu informieren und nach neuen Stellenangeboten zu suchen. In der Vorstellungswelt der ab 60-Jährigen gibt es nur wenige Internetofferten, die für sie von Interesse scheinen. Auch hier sind es der Urlaub sowie Veranstaltungs-

hinweise, für die bei reichlich 40 Prozent dieser Altersgruppe eine bestimmte Nachfrage besteht. An medizinischen Informationen sind insbesondere die 40- bis 59-Jährigen interessiert. Diese Internetinhalte haben in der mittleren Generation den Spitzenplatz im Interessenranking inne.

Bei dieser Interessenlage der Offliner muss bezweifelt werden, ob von den spezifischen Leistungsdimensionen des Internets Stimuli für die Anschaffung eines eigenen Internetzuganges ausgelöst werden können. Das weiter rückläufige Interesse an der Angebotsvielfalt des Internets ist sicherlich auch dadurch bedingt, dass Offliner die Erfahrung gemacht haben, ihren Informationsbedarf auch durch ein großes Netz traditioneller Informationsangebote befriedigen zu können. Aufgrund fehlen-

Informationsmehrwert des Internets wird nicht gesehen

der Erfahrungen und auch mangelnder Vorstellungen wird ein Informationsmehrwert, den das Internet mit seiner Vielfalt und Tiefe verspricht, nicht gesehen. Im Gegenteil: Es gibt auch einen gewissen „Abschottungsimpuls“ gegenüber der Informationsflut und einer kaum zu bewältigenden Fülle an Inhalten.

Fazit

Kern von Offlinern kristallisiert sich heraus

Auch heute lebt die Mehrheit der Menschen in Deutschland ohne einen Internetanschluss. Im Vergleich der letzten Jahre hat sich die Dynamik des gesellschaftlichen Durchdringungsprozesses abgeflacht, die Zuwachsraten haben sich verlangsamt. In der Gesellschaft kristallisiert sich ein Kern von Offlinern heraus, der aus unterschiedlichen Gründen Distanz zur Internetwelt hat. Hier gibt es zumindest vier verschiedene Faktoren, die einer Aneignung des Internets entgegenstehen.

Bei Jüngeren sind Kosten ausschlaggebend

Für die jüngeren Offliner ist es erstens insbesondere eine Frage der Bezahlbarkeit des technischen Equipments und der Internetdienste. Hier werden sich Zuwächse über die Einkommensentwicklung in diesen Gruppen bzw. eine weitere Preisreduzierung auf dem Angebotsmarkt einstellen.

Komplizierte Technik ist für alle Offliner Hinderungsgrund

Die Kompliziertheit der technischen Aneignung ist zweitens für alle Offliner ein gewichtiges Argument. Kein anderes der tradierten Medien setzt so umfassende Fähigkeiten und Routinen voraus wie das Internet. Hier gilt es durch entsprechende Angebote („Internet für alle“) Kompetenzen bei den Offlinern zu entwickeln und darüber Hemmschwellen abzubauen.

Nützlichkeit und Mehrwert des Internets sind kaum erkennbar

Drittens hat sich die Nützlichkeit und der Mehrwert des Internets für die Offliner bislang nur begrenzt erschlossen. Sie fühlen sich meist durch die tradierten Medien gut bedient. Wirklich attraktive inhaltliche Angebote, die das Internet exklusiv bereitstellt, sind gerade auch für „aktive“ Offliner nicht immer erkennbar.

Teilweise grundsätzliche Bedenken gegenüber Computern

Viertens hegt eine Gruppe sehr grundsätzliche Bedenken und Ressentiments gegenüber dem Internet und lehnt alles völlig undifferenziert ab, was mit Computern und Online zu tun hat.

Bei dieser Vielfalt von Gründen für eine Internetabstinenz wird auch in Zukunft eine Kluft in der Gesellschaft zwischen den Menschen, die die neuen multimedialen Entwicklungen nutzen, und denen, die an diesen Innovationen nicht teilhaben, bestehen. Ob das Gefälle zwischen Onlinern und Offlinern grundsätzlich die Qualität einer gesellschaftlichen Spaltung aufweist, müsste zukünftig noch differenzierter untersucht werden. Es wird nämlich in der Gesellschaft immer Gruppen geben, die sich bewusst nicht an diese Medientechnologie andocken werden, weil dies für ihre konkrete Lebenswelt keinen Gewinn verspricht. Diese Offliner gehen häufig souverän mit den traditionellen Informationsquellen um und nutzen sie effizient.

Für andere Internet-Nichtnutzer muss zielgruppenspezifische Hilfe angeboten werden. Es sind Programme aufzulegen und Maßnahmen zu ergreifen, die den Online-Aufgeschlossenen helfen, ihre Scheu und ihre Vorbehalte abzubauen. Die unterschiedlichen Zugangsinteressen und -motivationen sollten gestärkt werden, um so Ungleichheiten zu verringern und die Entwicklung einer digitalen Wissenskluft in Teilen der Gesellschaft zu verhindern.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Ernest-Dichter-Institut: ARD und ZDF-Online 2002. Präsentationsunterlagen, S. 10.
- 2) Ein direkter Vergleich der Entwicklung dieses Statements mit den Ergebnissen der Offline-Studie von 2001 ist aufgrund der inhaltlichen Modifizierung nicht möglich. Angesichts eines Verbreitungsgrades von weit über 40 Prozent war der in den vorangegangenen Offline-Studien benutzte Indikator „nur wenige werden finanziell in der Lage sein, sich die neuen Internet-Informationsangebote zu leisten“ nicht mehr realitätsadäquat und wurde durch den Indikator „auch in Zukunft wird es Menschen geben, die sich das Internet finanziell nicht leisten können“ ersetzt.

Bedeutet Kluft zwischen Onlinern und Offlinern eine gesellschaftliche Spaltung?

