

DIVSI Ü60-Studie

Die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen in Deutschland

Auszug zur Vorbereitung von StS Kleindiek für die VA am 19.06.2017

Zentrale Befunde

- **Bei den über 60-Jährigen in Deutschland hat das Internet eine hohe Bedeutung im Alltag.**
 - 44 Prozent in dieser Altersgruppe halten das Internet für die beste Erfindung, die es je gab.
 - 38 Prozent möchten an dem teilhaben, was im Internet geschieht. Dieser Wert ist in den letzten vier Jahren um 11 Prozentpunkte gestiegen (2012: 27 Prozent).
- **48 Prozent der über 60-Jährigen sind Offliner – das sind ca. 10 Millionen Menschen in Deutschland. Der Graben zwischen Onlinern und Offlinern ist in dieser Bevölkerungsgruppe somit deutlich existent.**
 - Ü60-jährige Onliner sind häufiger im Netz als vor vier Jahren: Fast doppelt so viele nutzen das Internet mittlerweile täglich (2016: 22 Prozent; 2012: 14 Prozent).
 - Bei Ü60-jährigen Offlinern ist die Distanz zum Internet in den letzten Jahren noch größer geworden. Sie fühlen sich von der Komplexität des Internets überfordert, sehen größtenteils keinen Nutzen darin und lehnen es daher ab. Gegenüber 2012 haben die Vorbehalte zugenommen.
- **Die wesentlichen Treiber für die zunehmende Internetnutzung unterscheiden sich nicht von denen in der Gesamtbevölkerung.**
 - Wahrgenommene Informationsfülle und der Zugang zu günstigen Diensten und Angeboten: Für 79 bzw. 76 Prozent der über 60-Jährigen sind dies wesentliche Anreize online zu sein.
 - Mobiles Internet: Smartphones haben in den vergangenen vier Jahren enorm an Bedeutung im digitalen Alltag der über 60-Jährigen gewonnen (Besitzzunahme von 4 auf 24 Prozent).
 - Kommunikations- und Interaktionsangebote: Für diejenigen, die das Internet mobil nutzen, sind vor allem Messenger-Dienste attraktiv, um mit Freunden und Familienmitgliedern in Kontakt zu sein.
 - Berufstätigkeit: **Ob ältere Menschen das Internet nutzen, hängt in großem Maße davon ab, ob sie noch im Berufsleben stehen oder nicht. Bei den Erwerbstätigen über 60 Jahren gibt es nur 9 Prozent Offliner.**
- **Nicht nur für Offliner, sondern auch für Onliner gibt es Hürden bei der Internetnutzung.**
 - Auch Onliner zeigen Unsicherheiten im Umgang mit dem Internet und sehen in Online-Angeboten Risiken, denen sie nicht immer souverän begegnen können.
 - Die Mehrheit der Ü60-Jährigen legt großen Wert auf die Bewahrung der Privatsphäre im Internet. Auch wenn Social-Media-Angebote ein wichtiger Treiber der Internetnutzung sind, existieren große Vorbehalte gegen die Veröffentlichung persönlicher Daten.

■ **Die über 60-Jährigen haben unterschiedliche Verhaltensweisen entwickelt, um mit den Risiken bzw. Unsicherheiten im Internet umzugehen.**

- Ü60-Jährige verzichten auf Angebote, die ihnen zu unsicher erscheinen:
 - Allen Services, bei denen es um das eigene Geld geht (Online-Banking, Online-Shopping) oder die persönlichen Daten (Soziale Netzwerke), begegnen sie mit Skepsis.
 - Sie verzichten eher als die Gesamtbevölkerung auf bestimmte Dienste aufgrund von Sicherheitsbedenken.
- Suche nach Unterstützung: Viele sind auf Hilfe Dritter angewiesen und suchen diese aktiv auf, indem sie z.B. bestimmte Angebote nur mit Unterstützung von (meist jüngeren) Familienmitgliedern nutzen.
- Forderung nach Verantwortungsübernahme durch Staat und Unternehmen: 71 Prozent sehen den Staat in der Pflicht mehr für die Sicherheit im Internet zu tun; 85 Prozent meinen, die Unternehmen müssen für einen besseren Datenschutz sorgen. Gleichzeitig betonen 59 Prozent die Eigenverantwortung im Umgang mit dem Internet.
- Pragmatismus: Die über 60-jährigen Onliner gehen davon aus, dass sich das Internet nicht vollständig kontrollieren und sichern lässt. Zwar sehen die meisten von ihnen den Staat und Unternehmen in der Verantwortung, für Sicherheit im Internet zu sorgen; trotzdem sollte die Freiheit im Netz nicht zugunsten von mehr Kontrolle eingeschränkt werden.

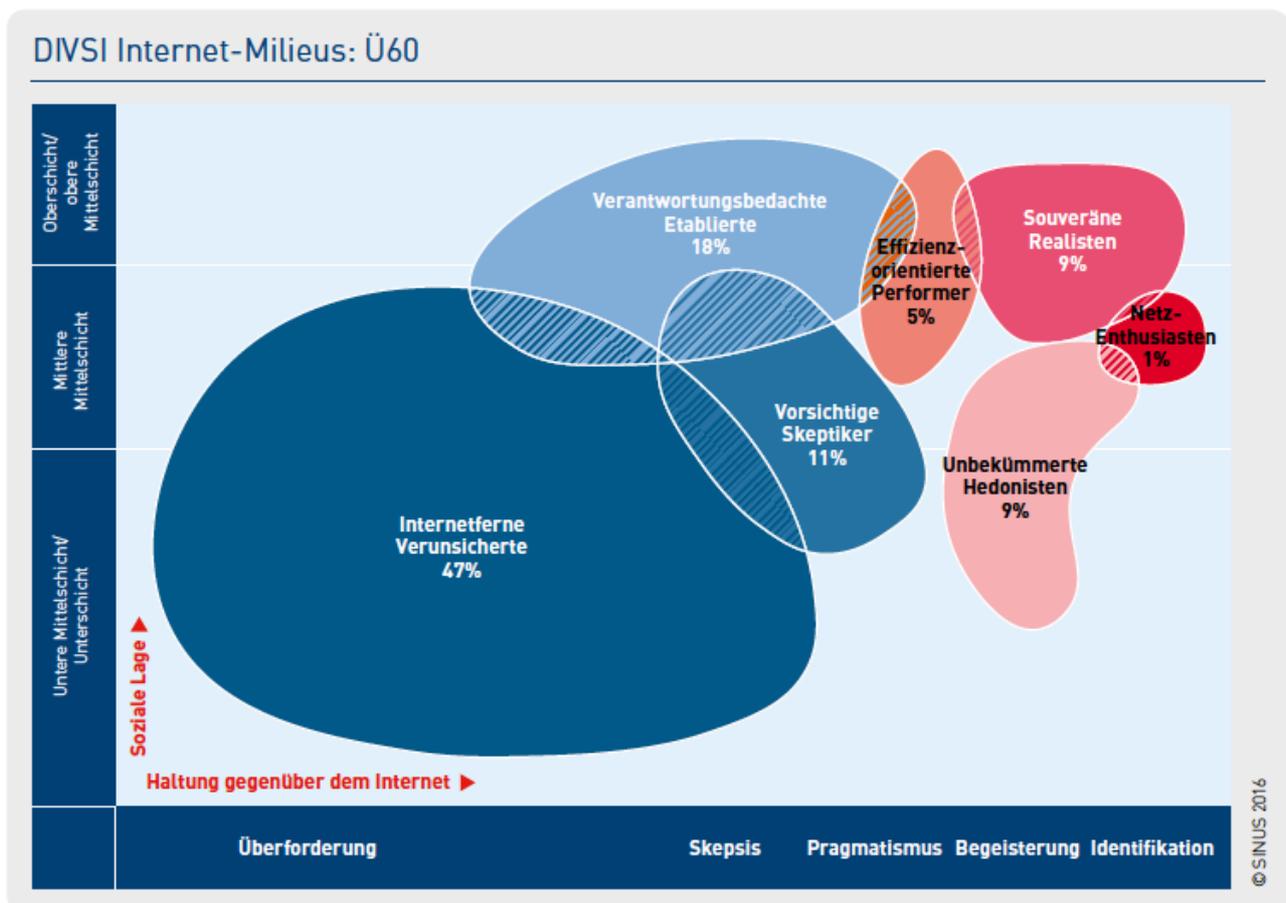
■ **Jenseits zusammenfassender Aussagen über die Gruppe der über 60-Jährigen in Deutschland gibt es wesentliche Unterschiede in ihrem Online-Verhalten und ihren Einstellungen.** Mit Blick auf die Nutzungsintensität zeigen sich vor allem soziodemographische bzw. lebensphasenspezifische Effekte.

- Vor allem Alter, formaler Bildungsgrad und Einkommen haben einen großen Einfluss auf das Internet-Nutzungsverhalten der Ü60er und ihre Einstellungen zum Internet.
- Der Anteil der Offliner ist bei den jüngeren Befragten (60 bis 69 Jahre) deutlich geringer als bei den älteren (über 70 Jahre): 83 Prozent der Offliner sind über 70 Jahre alt.
- 81 Prozent der Offliner verfügen nur über einen einfachen formalen Bildungsgrad; nur 7 Prozent haben einen hohen formalen Bildungsgrad.
- Formal höher Gebildete nehmen sich selbst als deutlich kompetenter im Umgang mit dem Internet wahr als formal geringer Gebildete. Sie nutzen mehr Online-Angebote (z.B. Online-Shopping, Online-Banking oder Chatten) und sind weniger auf die Hilfe anderer angewiesen.
- Das Einkommen der Offliner ist meist niedrig: 71 Prozent haben ein Haushaltsnettoeinkommen von unter 2.000 Euro.
- Nur 9 Prozent der Erwerbstätigen über 60 Jahren sind Offliner, aber 58 Prozent der Rentner und Pensionäre.

■ **Hinsichtlich der Einstellungen zu Vertrauen und Sicherheit im Internet und des übergeordneten Teilhabewunsches ist insbesondere die grundlegende Werthaltung der Menschen maßgeblich.**

- „Internetnahe Segment“ (15 Prozent): Souveräne Intensiv-Nutzer, für die das Internet nicht nur selbstverständliche Infrastruktur, sondern der digitale Lebensstil ein Abgrenzungsmerkmal gegenüber Gleichaltrigen ist (Internet-Milieus: Effizienzorientierte Performer, Souveräne Realisten, Netz-Enthusiasten)

- **Internetfernes Segment (47 Prozent):** Skeptische Internet-Nutzer oder Offliner, die dem Internet eher distanziert gegenüberstehen, Angst vor dem digitalen Wandel haben und sich selbst nicht souverän fühlen, den wahrgenommenen Risiken adäquat begegnen zu können (Internet-Milieus: Internetferne Verunsicherte).
- **Segment mit hohem Teilhabe-Potenzial (38 Prozent):** Internet-Nutzer, die gern mehr online unternehmen würden als sie es bisher tun – teils aus Sicherheitsbedenken, teils aus geringer selbstzugeschriebener Internetkompetenz oder Unbedarftheit. Sie sehen den digitalen Wandel als Chance für die Zukunft, wissen aber nicht, ob sie umfassend teilhaben können oder angesichts bestehender Bedenken/Unsicherheiten wollen (Internet-Milieus: Verantwortungsbedachte Etablierte, Vorsichtige Skeptiker, Unbekümmerte Hedonisten, Souveräne Realisten, Effizienz-orientierte Performer, Netz-Enthusiasten).
- **Die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen sind ähnlich vielfältig wie die der jüngeren Altersgruppen. Entsprechend ist der Grad der digitalen Teilhabe in den verschiedenen Lebenswelten unterschiedlich ausgeprägt. Dabei gibt es eine große Gruppe von 38 Prozent der über 60-Jährigen, die mehr Teilhabe am digitalen Leben wünscht und konkrete Ansatzpunkte aufzeigt, wie dies erreicht werden kann.**



Zusammenfassung und Fazit

Wie die über 60-Jährigen am Internet teilhaben und künftig teilhaben können

Ein großer Teil der über 60-Jährigen in Deutschland ist in der digitalen Welt angekommen. 52 Prozent gehören zu den Onlinern, 15 Prozent in dieser Altersgruppe – das sind immerhin ca. 3,1 Millionen Menschen in Deutschland – sind souveräne Intensiv-Nutzer, die jüngeren Vertretern der sog. „digitalen Avantgarde“ in punkto Online-Kompetenz in nichts nachstehen.

Zudem sehen auch viele Gelegenheitsnutzer und sogar Offliner die Digitalisierung als eine Schlüsselressource für die Zukunft unserer Gesellschaft – unabhängig davon, ob sie selbst im Internet aktiv sind oder Online-Services „mitnutzen“ (z.B. beim Skype-Interview leidenschaftliche Meinungsführer sind, ohne selbst die Verbindung hergestellt zu haben).

Wo aber fängt eigentlich digitale Teilhabe an – und warum ist sie so wichtig?

Der souveräne Umgang mit digitalen Medien und dem Internet bekommt eine immer wichtigere Rolle, wenn es um die Frage nach Chancengerechtigkeit in einer Gesellschaft geht. Wenn Alltagsorganisation und -gestaltung heute immer mehr digital gesteuert wird, bedeutet digitale Teilhabe gleichzeitig auch soziale Teilhabe. Denn „teilzuhaben“ meint die Möglichkeit, an den Infrastrukturen und Angeboten einer Gesellschaft umfassend partizipieren zu können und dadurch ein gleiches Maß an sowohl beruflichen wie auch privaten Chancen zu erlangen. Wer nicht von Online-Infrastrukturen profitieren kann oder möchte, ist von bestimmten Prozessen ausgeschlossen oder muss sich entsprechende Unterstützung organisieren, vor allem wenn Vorgänge nicht mehr in anderer Form durchführbar sind bzw. sein werden.

48 Prozent der über 60-Jährigen sind Offliner. Das sind 10 Millionen Menschen, denen genau diese Teilhabe nicht möglich ist. Gleichzeitig ist vielen Offlinern die Bedeutung des digitalen Wandels bewusst und sie erkennen viele Vorteile, die diese Veränderungen mit sich bringen bzw. für ihre Kinder und Enkelkinder im Alltag bedeuten können. Zu beobachten ist dabei, dass Offliner häufig an die digitale Lebenswelt von Familienmitgliedern oder Bekannten „andocken“, d.h. sie nehmen als „Passiv-Onliner“ an der Online-Welt teil, indem sie andere Menschen bitten, ihnen „Dinge aus dem Netz“ zu beschaffen bzw. etwas online zu erledigen, von dem sie wissen, dass es ohne Internet „viel mühsamer“ ist.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass digitale Teilhabe mehr bedeutet als die Verfügbarkeit eines Online-Zugangs. Sie ist mit der tatsächlichen Nutzung digitaler Medien und Angebote und spezifischen Kompetenzen, aber auch einer generell aufgeschlossenen Haltung zu Fragen der Digitalisierung verbunden sowie mit einem Mindestmaß an selbst zugeschriebener Souveränität im Umgang mit Risiken und Unsicherheiten im Internet. Wie sich dieses Konglomerat an Teilhabevoraussetzungen in der Realität tatsächlich ausprägt, zeigen die DIVSI Internet-Milieus auf besonders anschauliche Weise: Sie machen deutlich, dass in den verschiedenen digitalen Lebenswelten jeweils unterschiedliche Treiber und Hürden den Weg in die digitale Welt erleichtern bzw. erschweren. Dabei lassen sich einerseits Internet-Milieus identifizieren, die umfassend in der digitalen Welt angekommen sind und keine „spezielle Fürsorge“ und erst recht keine „senioren-gerechten“ Angebote benötigen bzw. diese rigoros ablehnen. Hierbei handelt es sich um das internetnahe Segment, dem in Deutschland 15 Prozent der über 60-Jährigen angehören:

- **„Internetnahes Segment“ (15 Prozent):** Souveräne Intensiv-Nutzer, für die das Internet nicht nur selbstverständliche Infrastruktur, sondern der digitale Lebensstil ein Distinktionsmerkmal gegenüber Gleichaltrigen ist (Internet-Milieus: *Effizienzorientierte Performer, Souveräne Realisten, Netz-Enthusiasten*)

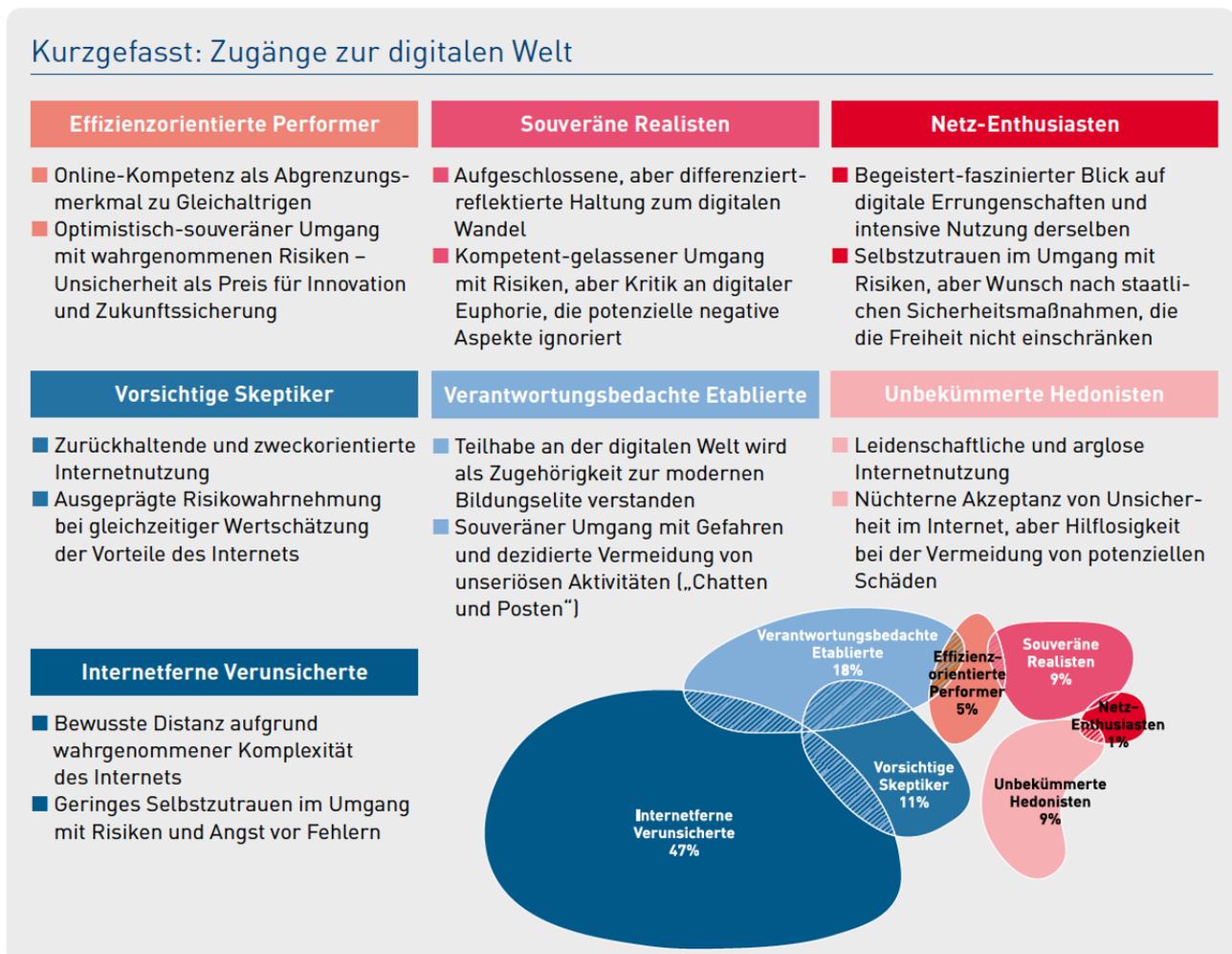
Des Weiteren gibt es ein internetfernes Segment, das weder an den digitalen Entwicklungen teilhaben kann noch möchte. Vertreter dieses Segments sind nicht nur selbst überwiegend Offliner, sondern sehen auch kaum Potenziale in der generellen digitalen Entwicklung, was sich daran zeigt, dass sie auch für die eigenen Kinder/Enkelkinder nicht wünschen, dass diese früh den Zugang zur digitalen Welt erhalten.

- **Internetfernes Segment (47 Prozent):** Zurückhaltende Internet-Nutzer oder Offliner, die dem Internet eher distanziert gegenüberstehen, Angst vor dem digitalen Wandel haben und sich selbst nicht souverän fühlen, den wahrgenommenen Risiken adäquat begegnen zu können (Internet-Milieus: *Internetferne Verunsicherte*).

Konkreter Handlungsbedarf ist in hohem Maße beim Segment der Potential-Zielgruppen angezeigt: An diesen Internet-Milieus wird sich in den nächsten Jahren entscheiden, ob es gelingt, auf die Bedürfnisse von Menschen mit Teilhabewunsch und -anspruch auch entsprechend eingehen zu können:

- **Segment mit hohem Teilhabe-Potenzial (38 Prozent):** Internet-Nutzer, die gern mehr online unternehmen würden als sie es bisher tun – teils aus Sicherheitsbedenken, teils aus selbstzugegebener geringer Internetkompetenz. Sie sehen den digitalen Wandel als Chance für die Zukunft, wissen aber nicht, ob sie umfassend teilhaben können oder angesichts bestehender Bedenken/Unsicherheiten wollen (Internet-Milieus: *Verantwortungsbedachte Etablierte, Vorsichtige Skeptiker, Unbekümmerte Hedonisten*).

Die verschiedenen Zugänge veranschaulicht die folgende Grafik im Überblick:



Teilhaben wollen, aber nicht können: Wie lassen sich die Potenzialgruppen erreichen?

Um die Menschen zu erreichen, die am digitalen Wandel teilhaben wollen, aber nicht können, ergeben sich folgende konkrete Empfehlungen:

- a) Haltungen verstehen:** Es erfordert ein genaues Verständnis der Treiber und Barrieren der Internetnutzung, um Alltagshandeln im Online-Kontext nachvollziehen zu können und nicht pauschal als „Unwillen“ oder Desinteresse zu deuten. Gerade die bei den über 60-Jährigen stärker ausgeprägte Gefahrenwahrnehmung sollte ernstgenommen und nicht als „Überängstlichkeit“ missverstanden werden.
- b) Zugangswege bieten:** Viele über 60-Jährige können sich vorstellen, ihre Online-Aktivitäten zu erweitern. Sie betonen deutlich, dass sie mehr über das Internet lernen möchten. Teilweise fehlen ihnen aber die entsprechenden Zugänge. Auch wenn Online-Angebote gemeinhin gern als „intuitiv und selbsterklärend“ angepriesen werden, muss Akzeptanz dafür geschaffen werden, dass sich nicht jeder neue Kenntnisse über den Weg des Ausprobierens erschließen möchte, sondern Erklärungen wünscht und ein genaues Verstehen der jeweiligen Angebote die Voraussetzung für deren Nutzung ist.
- c) Vertrauen schaffen:** Über 60-Jährige sehen sich selbst als weniger kompetent im Umgang mit dem Internet als jüngere Menschen – obwohl dies mit Blick auf die tatsächlichen Aktivitäten häufig gar nicht der Fall ist, wie die Ergebnisse der Untersuchung zeigen. Sie brauchen vor allem Vertrauen in die eigenen Kompetenzen und mehr Informationen, wie sie sich im Internet vor Gefahren schützen können, ohne auf digitale Teilhabe verzichten zu müssen.