

Digital mobil im Alter_

So nutzen Senioren das Internet.
Zentrale Befunde einer Studie.





Digitale Inklusion von Senioren durch gezielte Unterstützung_

Senioren¹, die das Internet nutzen, erleben dies als Gewinn. Das haben wir im Rahmen der vorliegenden Studie erfahren, aber auch in unseren Schulungen mit älteren Menschen.

Für viele Ältere stellt der Gebrauch digitaler Technologien allerdings nach wie vor eine große Hürde dar. Um auch Senioren zunehmend an den Vorteilen der Digitalisierung teilhaben zu lassen, benötigen sie gezielte Unterstützung. Telefónica Deutschland und die Stiftung Digitale Chancen möchten sich daran beteiligen, die digitale Alterslücke zu verringern.

Die zentralen Lektionen der Studie: „Digital mobil im Alter“

Ziel der vorliegenden Studie war, die Gründe für die fortbestehende digitale Alterslücke zu identifizieren und gleichzeitig aufzuzeigen, welchen Nutzen das Internet Senioren bieten kann. Um möglichst viele Senioren auf dem Weg zur Digitalisierung zu unterstützen und zu begleiten, werden klare Strategien zur digitalen Inklusion benötigt. Die Chancen und Möglichkeiten hierfür sind vielfältig.

01

Für die Nutzung des Internets ist nicht allein das Alter entscheidend. Wichtig sind beispielsweise auch der Grad der Mobilität und die sozialen Kontakte.

02

Mobile Technologien können die Mobilität von Senioren verbessern und ihnen dabei helfen, aktiver am öffentlichen Leben teilzuhaben.

03

Senioren mit wenig Interneterfahrung nutzen eher einfache Anwendungen wie z. B. Spiele und Fahrplanauskünfte. Für komplexe Anwendungen, die Vorteile bei der selbstständigen Alltagsbewältigung bieten (z. B. Online Banking), braucht es mehr Erfahrung.

04

Digitale Kompetenz muss ergänzt werden durch Selbstvertrauen im Umgang mit dem Internet. Senioren können dieses durch geeignete Qualifizierungsangebote gewinnen. Neben technischen Kompetenzen sollten hierbei auch Fähigkeiten zur Problemlösung vermittelt werden.

05

Angebote zur digitalen Weiterbildung müssen an den praktischen Erfahrungen der Senioren und dem dabei empfundenen Nutzen ansetzen.

06

Mit individuellen Beratungsangeboten, die leicht erreichbar sind und sich an den Bedürfnissen von älteren Menschen orientieren, können Senioren auf ihrem Weg in die digitale Welt unterstützt werden.

¹ Redaktionelle Anmerkung: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der Regel nur die männliche Sprachform verwendet. Gleichwohl werden damit beide Geschlechter angesprochen.

Inhalt_

05_ Grußwort

Brigitte Zypries

06_ Einleitung

08_ Anlass der Studie

Die Alterslücke ist noch nicht geschlossen

10_ Ziel der Studie

Anknüpfen an unmittelbare Erfahrungen

12_ Teilnehmende des Projekts

Die befragten Senioren

16_ Nutzung im Überblick

Immer wieder online

20_ Wer nutzt was wozu?

20 Kommunikation: E-Mail, WhatsApp, Skype & Co.

24 Mobilität: Verkehr, Navigation und Reisen

28 Information und Wissen: Online-Medien

30 Unterhaltung und Zeitvertreib:
Spiele online und offline

32 Informationen zu Gesundheit und Behörden

34 Online-Einkauf

36_ Wesentliche Befunde

Erkannte Chancen und deren Nutzung

40_ Lessons Learned

Was aus dem Nutzungsverhalten folgt

48_ Fazit

Ein erfolgreiches Konzept übertragen

50_ Quellenverzeichnis

51_ Impressum

Grußwort

Brigitte Zypries



In den letzten 15 Jahren haben sich die Herausforderungen auf dem Weg zu einem „Internet für alle“ sehr verändert. Am Anfang ging es vor allem um den technischen Zugang zum Internet. Heute hat das Internet in alle Bereiche des Lebens Einzug gehalten. Mittlerweile ist das Netz sehr viel leichter zugänglich. Digitale Inklusion erfordert heute vor allem Kompetenzen bei der Nutzung digitaler Anwendungen. Gefragt ist insbesondere Medienkompetenz. Das Ministerium hat deshalb gern die Schirmherrschaft über die Stiftung Digitale Chancen übernommen und verschiedene Projekte zur Digitalen Integration unterstützt.

Eines dieser Projekte ist das Programm „Tablet-PCs für Seniorinnen und Senioren“, das die Stiftung gemeinsam mit Telefónica Deutschland / E-Plus entwickelt hat. Ziel des Programms ist, auch die ältere Generation an das Internet heranzuführen. Das habe ich persönlich von Anfang an gerne begleitet und bei Veranstaltungen dazu in Senioreneinrichtungen mitgewirkt.

Viele ältere Menschen nutzen die neuen Möglichkeiten der digitalen Welt schon sehr aktiv und selbstbestimmt. Doch rund 20 Prozent der Gesamtbevölkerung nutzen das Internet nach wie vor nicht. Darunter sind vor allem viele ältere Menschen. Die Gründe dafür sind nur teilweise untersucht.

Mich freut es deshalb, dass die Stiftung Digitale Chancen im Rahmen des Projektes „Tablet-PCs für Seniorinnen und Senioren“ in den letzten zwölf Monaten eine wissenschaftliche Begleituntersuchung durchgeführt hat und den Gründen für die Zurückhaltung älterer Menschen im Umgang mit digitalen Angeboten nachgegangen ist. Eine wichtige Erkenntnis ist beispielsweise, dass es gerade die höherschwelligeren Anwendungen wie Online-Einkaufen und Online-Bankgeschäfte sind, die bei Älteren auf Vorbehalte stoßen. Das zeigt, dass wir uns weiter intensiv mit der Frage befassen müssen, wie wir in einer alternden und sich wandelnden Gesellschaft allen Menschen die Chancen der Digitalisierung eröffnen können.

Den beiden Projektpartnern, der Stiftung Digitale Chancen und dem Unternehmen Telefónica, wünsche ich auch künftig viel Erfolg bei der Weiterentwicklung dieses erfolgreichen Projektes. Ihrer gemeinsamen Studie wünsche ich eine breite öffentliche Aufmerksamkeit.

Brigitte Zypries
Bundesministerin für Wirtschaft und Energie

Einleitung

Liebe Leserinnen und Leser,

Mit dem Projekt „Digital mobil im Alter“ setzen sich Telefónica und die Stiftung Digitale Chancen seit fünf Jahren dafür ein, die Senioren an die digitale Welt heranzuführen. Denn auf dem Weg in die zunehmend digitale Gesellschaft verfügen nicht alle Menschen über die gleichen Voraussetzungen. So sind viele ältere Menschen zwar grundsätzlich offen gegenüber digitalen Technologien eingestellt und auch bereit, Neues zu lernen, sie werden jedoch häufig von zahlreichen technologischen Hürden abgeschreckt.

Damit auch ältere Menschen von der zunehmenden Digitalisierung profitieren können, benötigen sie gezielte Unterstützungsangebote.

Ein wichtiger Partner bei der Förderung der digitalen Teilhabe ist dabei die Stiftung Digitale Chancen. Deren satzungsgemäßer Auftrag lautet, den Ausschluss benachteiligter Bevölkerungsgruppen von der Entwicklung zur Informationsgesellschaft zu verhindern sowie auf die Erhöhung der Medienkompetenz in allen gesellschaftlichen Gruppen hinzuwirken.

Als Telekommunikationsanbieter hat Telefónica sich zum Ziel gesetzt, auch Senioren für die digitalen Möglichkeiten zu begeistern und so deren Kompetenzen nach den individuellen Bedürfnissen im digitalen Lebensalltag zu stärken.

Das 2012 begonnene gemeinsame Projekt ‚Digital mobil im Alter – Tablet-PCs für Senioren‘ will die Berührungsängste älterer Menschen mit dem mobilen Internet und der neuen Technik abbauen. Mithilfe von qualifizierten Unterstützungsmaßnahmen wird Senioren vor allem die Nutzung von Tablets im Alltag nähergebracht, damit sie im Alter aktiv und mobil bleiben können.

Unter fachkundiger Begleitung haben Senioren durch dieses Projekt die Möglichkeit, Tablet-PCs auszuprobieren, Erfahrungen mit der Nutzung des Internets zu sammeln und sich so über die damit verbundenen Chancen und möglichen Probleme ein eigenes Urteil zu bilden. Seit dem Projekt-Beginn im Jahr 2012 wurden mehr als 5.000 Senioren erreicht. Telefónica stellt hierzu die Infrastruktur (Tablet-PCs und eine kostenlose Datenflatrate) zur Verfügung, während die Stiftung Digitale Chancen Ausleihe und Begleitung organisiert.





Senioren erobern die digitale Welt mit Tablet-PCs.

Um auf dem Weg zur digitalen Teilhabe für Senioren künftig noch zielgenauer tätig werden zu können, wurde das Projekt 2016/17 durch eine empirische Erhebung ergänzt. Unter der Leitung des wissenschaftlichen Direktors der Stiftung Digitale Chancen, Prof. Dr. Herbert Kubicek, ist eine Studie entstanden, die es Telefónica zusammen mit der Stiftung Digitale Chancen ermöglicht, das Angebot zur Förderung der Medienkompetenz speziell für Senioren gezielt weiterzuentwickeln. Darüber hinaus liefern die mit der Studie gewonnenen Erkenntnisse wichtige Anregungen für politische Entscheidungsträger, die beispielsweise bei der Umsetzung der Digitalen Agenda berücksichtigt werden können.

Die vorliegende Broschüre ist eine redaktionell bearbeitete Zusammenfassung der Befunde, Schlussfolgerungen und Empfehlungen unserer Studie².

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Valentina Daiber
Director Corporate Affairs,
Telefónica Deutschland

Jutta Croll
Vorstandsvorsitzende,
Stiftung Digitale Chancen

² Einen vertiefenden Einblick gibt die Publikation „Nutzung und Nutzen des Internets im Alter. Empirische Befunde zur Alterslücke und Empfehlungen für eine inklusive Digitalisierungspolitik“, die im Vistas-Verlag erscheinen wird. (VÖ: Herbst 2017)

Anlass der Studie

Die Alterslücke besteht weiter_

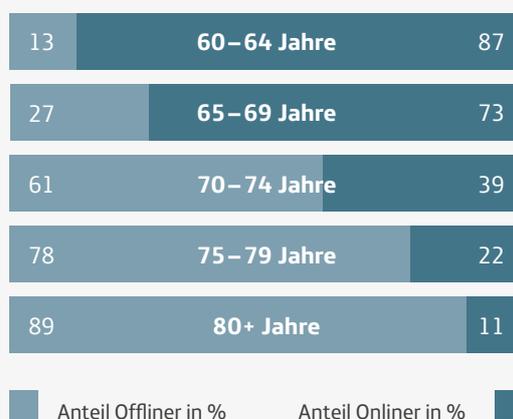
Nach wie vor weisen Studien³ darauf hin, dass das Internet deutlich mehr von jüngeren als von älteren Menschen aktiv genutzt wird. Telefónica und die Stiftung Digitale Chancen haben dies zum Anlass genommen, das Thema ausführlich zu untersuchen.

Zwanzig Jahre nach dem Einzug von Internet und digitaler Kommunikation in die breiten Bevölkerungsschichten gibt es einen beachtlichen digitalen Graben zwischen den Generationen. Während die überwiegende Mehrheit der Menschen unter 60 Jahren in Deutschland aktiv und regelmäßig das Internet nutzt, nimmt etwa jeder Dritte der über 60-Jährigen nicht am digitalen Leben teil (siehe Grafik 01).

Im Detail nehmen die bisher vorliegenden Studien leicht unterschiedliche Zielgruppen in den Blick. So ergab eine Erhebung des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2015, dass in der Altersstufe ab 65 Jahren mit 55 Prozent etwas mehr als jeder Zweite das Internet zu privaten Zwecken nutzt (DESTATIS 2016). Zudem fällt bei einem Vergleich der jährlich von der Initiative D21 veröffentlichten Daten im (N)Onliner Atlas (Initiative D21 2001–2016) auf, dass sich seit 2001 zwar der Abstand zwischen den 60- bis 69-Jährigen und den 14- bis 19-Jährigen verringert hat. Der Abstand zwischen den Menschen ab 70 Jahren und der jüngeren Generation hat sich in derselben Zeit hingegen trotz vielfältiger Bemühungen sogar vergrößert (siehe Grafik 02).

Während die Gründe für die Nichtnutzung von digitalen Medien in den ersten Jahren vor allem die recht hohen Kosten für PCs und Internetzugänge waren, so spiegeln sie heute eher fehlende positive Nutzungserfahrungen wider. Auf die Frage, warum sie sich nicht mit dem Internet beschäftigen, geben Senioren laut DIVSI-Studie⁴ (DIVSI 2016) zu je 54 Prozent an, dass sie in ihrem Alltag kein Internet benötigen und es zu kompliziert sei.

Onliner und Offliner in verschiedenen Altersstufen (Grafik 01)



Quelle: DIVSI 2016

³ Die von uns verwendeten Studien finden sich gesammelt auf Seite 50

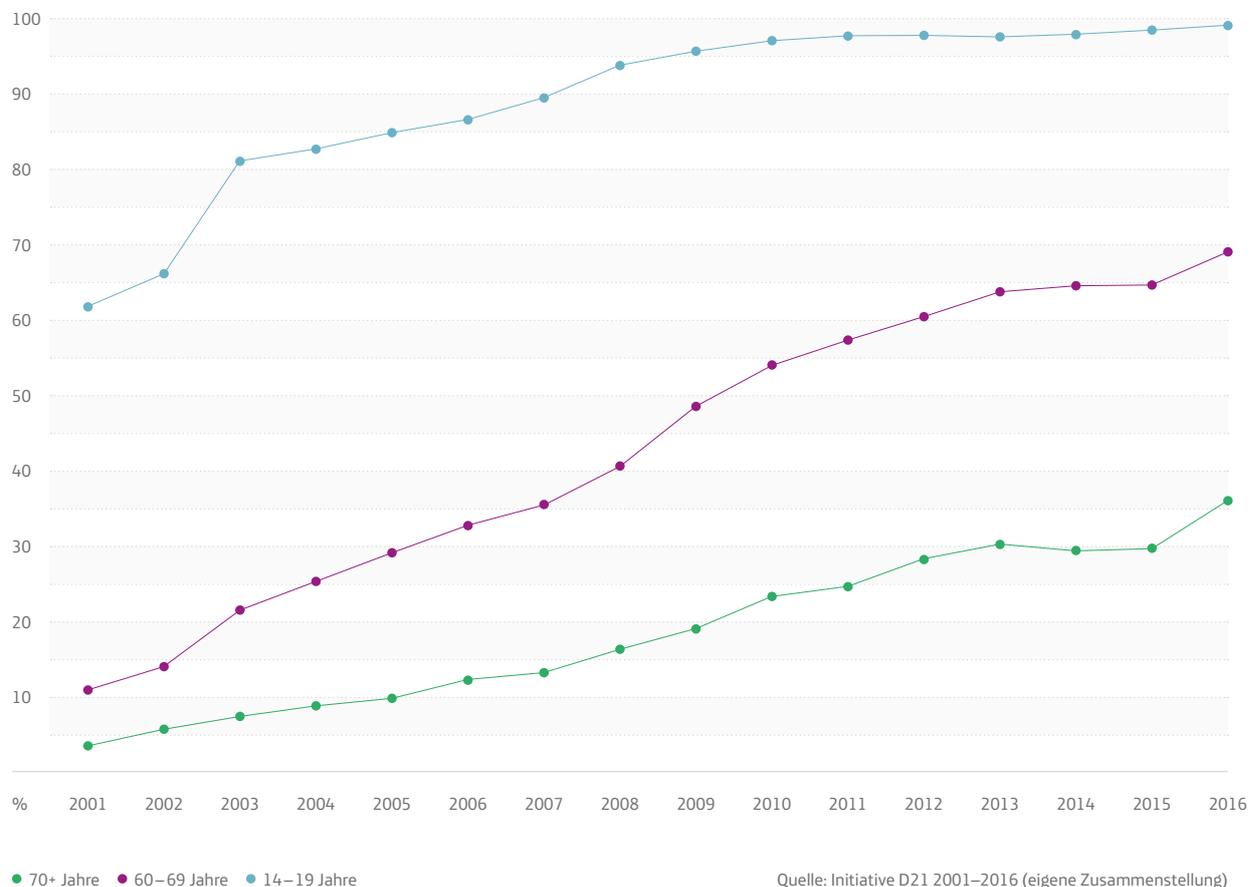
⁴ Studie des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) 2016



Internetnutzung bietet große Vorteile

Angesichts der fortschreitenden Digitalisierung gewinnt die Nutzung des Internets auch im Alter zunehmend an Bedeutung. Ein Blick auf jene Senioren, die das Internet für sich entdeckt haben, macht deutlich, dass diese durch das „Online-Sein“ einen erheblichen Gewinn in ihrem Leben haben. Zu den wesentlichen „Gratifikationen“, also Belohnungen, gehören der stärkere Kontakt zu der Familie und zu Freunden, ein längerer Erhalt der Selbstständigkeit, Möglichkeiten des Zeitvertreibs und des Wissenserwerbs sowie das Einsparen von Wegen.

Entwicklung der digitalen Alterslücke 2001 bis 2016 (Grafik 02)



Ziel der Studie

Anknüpfen an unmittelbare Erfahrungen

Im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Projekts „Digital mobil im Alter“ haben Telefónica und die Stiftung Digitale Chancen im Jahr 2016 eine wissenschaftliche Begleitstudie aufgesetzt, um weitere Erkenntnisse im Hinblick auf die Nutzung und den Nutzen des Internets für Senioren zu gewinnen.

Vorangegangene Studien und Befragungen (z. B. DIVSI 2016) kamen häufig zu dem Schluss, dass viele ältere Menschen digitale Medien nicht nutzen, da sie dies als zu kompliziert und für sich nicht lohnenswert empfinden. Im Rahmen des Programms „Digital mobil im Alter“ sollte dies anhand einer ausführlichen Studie überprüft werden, um sowohl Chancen als auch Hindernisse zu ermitteln, die sich für Senioren bei der Nutzung von digitalen Medien auftun. Dazu wurden in Zusammenarbeit mit verschiedenen Senioreneinrichtungen in vier deutschen Städten rund 300 älteren Menschen für insgesamt acht Wochen

Tablet-PCs mit bereits installierten Applikationen (Apps) zur Verfügung gestellt. Ergänzt wurde dies durch ein medienpädagogisches Begleitangebot. Vor und nach der Ausleihe wurden die Teilnehmenden zu ihren Erwartungen und Erfahrungen befragt. Im Gegensatz zu bereits vorliegenden Studien wurde der Schwerpunkt auf die Gratifikationen (Belohnungen) gelegt, die die Nutzung von digitalen Medien bieten kann, und auf das entsprechende Nutzungsverhalten während der Ausleihphase.

Ausleihe plus Begleitangebot

Im Rahmen der Studie wurden von Mai 2016 bis Mai 2017 insgesamt 30 Senioreneinrichtungen in Berlin, Düsseldorf, Hamburg und München acht Wochen lang mit jeweils bis zu 20 Tablet-PCs mit Internetzugang ausgestattet (siehe Grafik 03). Die Einrichtungen haben sich im Gegenzug dazu verpflichtet, die Geräte an Senioren weiterzureichen und ein mindestens wöchentlich stattfindendes Begleitprogramm anzubieten.

Vorab fand eine erste Einweisung in die Handhabung der Tablet-PCs statt und erste Daten zu den Teilnehmenden wurden erfasst. Neben den üblichen soziodemographischen Angaben wurden hierbei vor allem Fragen zu Vorerfahrungen mit digitalen Medien sowie zu den Erwartungen an die Tabletnutzung gestellt.

Anzahl der teilnehmenden Einrichtungen (Grafik 03)

| | |
|---------------|-----------|
| Berlin | 10 |
| Hamburg | 6 |
| Düsseldorf | 9 |
| München | 5 |
| Gesamt | 30 |

Deutschlandweit nahmen 300 Senioren
an der wissenschaftlichen Begleitstudie teil.



Nach einer achtwöchigen Testphase wurden alle 300 teilnehmenden Senioren sowohl per Fragebogen als auch in kleineren Interviewgruppen ein zweites Mal befragt. Unter anderem wurde dabei detailliert nach der Nutzung des Internets sowie der vorinstallierten Apps gefragt. Darüber hinaus wurden weitere Angaben erhoben zu Wohn- und Familiensituation, sozialen Kontakten, Hobbys und Mobilitätsverhalten. Diese situationsbezogenen Merkmale haben sich im Verlauf der Evaluation als wichtig erwiesen, da sie häufig mit bestimmten Gratifikationen in Beziehung gesetzt werden konnten. Menschen, denen ein enger Kontakt zu ihrer Familie wichtig ist, nutzen beispielsweise häufiger Online Kommunikationsdienste als Menschen mit nur wenigen Angehörigen.

Testimonials verschaffen tiefe Einblicke

Bei den Gruppeninterviews wurden verschiedene Äußerungen der Teilnehmenden auch per Video als sogenannte Testimonials aufgezeichnet. In diesen Kleingruppen wurde mit den teilnehmenden Senioren intensiv über die Nutzung der Tablets sowie dabei erlebte Schwierigkeiten und Lösungen gesprochen. Dabei wurde ein Problem deutlich, dass bei der Befragung von Senioren nicht außer Acht gelassen werden sollte: Immer wieder kam es vor, dass ältere Befragte sich nicht genau an bestimmte Details erinnern konnten und so teilweise andere Gruppenmitglieder oder anwesende Betreuer Angaben ergänzen oder korrigieren mussten. Es ist davon auszugehen, dass dies auch bei den üblichen telefonischen Befragungen teilweise der Fall war, dies aber nicht entdeckt und entsprechend korrigiert werden konnte.

Teilnehmende des Projekts

Die befragten Senioren

Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Senioreneinrichtungen ermöglichte es, methodisch an unmittelbare Erfahrungen der Internetnutzung anzuknüpfen. Besucher bzw. Bewohner wurden zur Teilnahme eingeladen. Dabei haben sich stets diejenigen Senioren zur Teilnahme angemeldet, die ein besonderes Interesse hatten, mehr über die Internetnutzung mit einem Tablet-PC zu lernen und entsprechend motiviert waren, an der Studie mitzuwirken. Das Spektrum der Senioren reichte dabei von absoluten Neulingen bis zu „alten Hasen“, die bereits Interneterfahrungen mitgebracht haben.

Die Stichprobe ist zwar nicht repräsentativ, dennoch kann man sagen, dass unter den Teilnehmenden sowohl Frauen wie Männer unterschiedlichen Alters mit unterschiedlichen Bildungsabschlüssen vertreten waren – Frauen sind in der Studie allerdings überrepräsentiert, da sie häufiger Senioreneinrichtungen aufsuchen als Männer.

Dies schmälert allerdings die Validität der zentralen Aussagen nicht, bei denen es um den Vergleich von Gratifikationen und tatsächlicher Nutzung bei den einzelnen teilnehmenden Senioren geht und nicht um die repräsentative Verteilungen der Nutzung.

Bei den entsprechenden Analysen wird die ungleiche Geschlechterverteilung berücksichtigt.

Die soziodemografischen Daten der teilnehmenden Senioren sind in den folgenden Abbildungen aufgeschlüsselt.

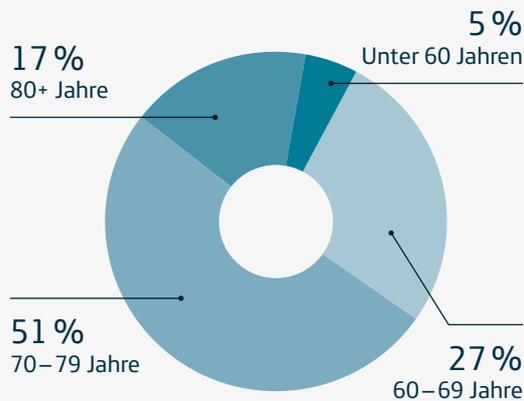
Darüber hinaus haben wir weitere Angaben zu ihren Lebensverhältnissen erfragt, die für die Erklärung von Nutzungsunterschieden relevant sind (vgl. nebenstehenden Kasten).

Weitere Aspekte der Lebensbedingungen, die Einfluss auf die Internetnutzung haben können:

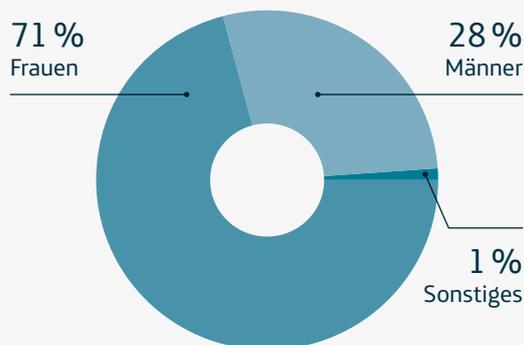
- **94 Prozent** waren berufstätig, **4 Prozent** sind es noch, nur **2 Prozent** waren nie berufstätig
- **87 Prozent** der Befragten leben in einer Privatzimmwohnung, **12 Prozent** in gemeinschaftlichen Wohnformen, Betreutem Wohnen, Seniorensiedlungen und **1 Prozent** in einem Pflegeheim
- **59 Prozent** leben alleine (Ein-Personen-Haushalt)
- **70 Prozent** haben Kinder und **52 Prozent** Enkel oder Urenkel
- **6 Prozent** haben keine Angehörigen
- **57 Prozent** sind eingeschränkt mobil und bleiben überwiegend zu Hause oder bewegen sich nur zu Fuß in der näheren Umgebung
- **24 Prozent** geben an, dass sie Probleme mit dem Sehen oder Hören haben und **13 Prozent** berichten über Gedächtnisprobleme

**Teilnehmerprofil (Verteilung der Befragten)
(Grafik 04)**

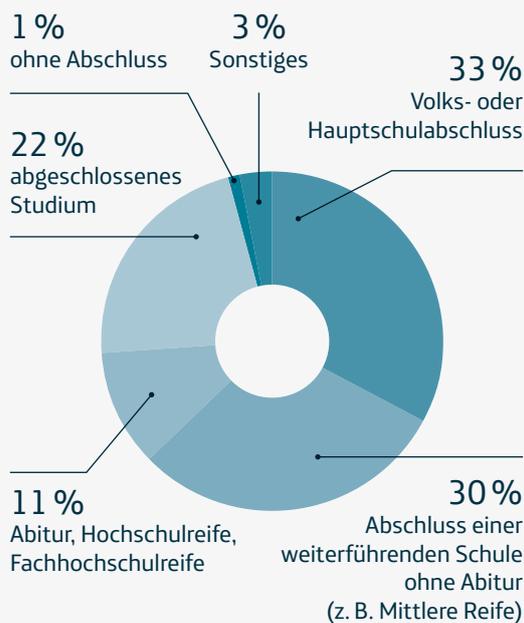
NACH ALTERSGRUPPE n=299



NACH GESCHLECHT n=298



NACH BILDUNGSABSCHLUSS n=295

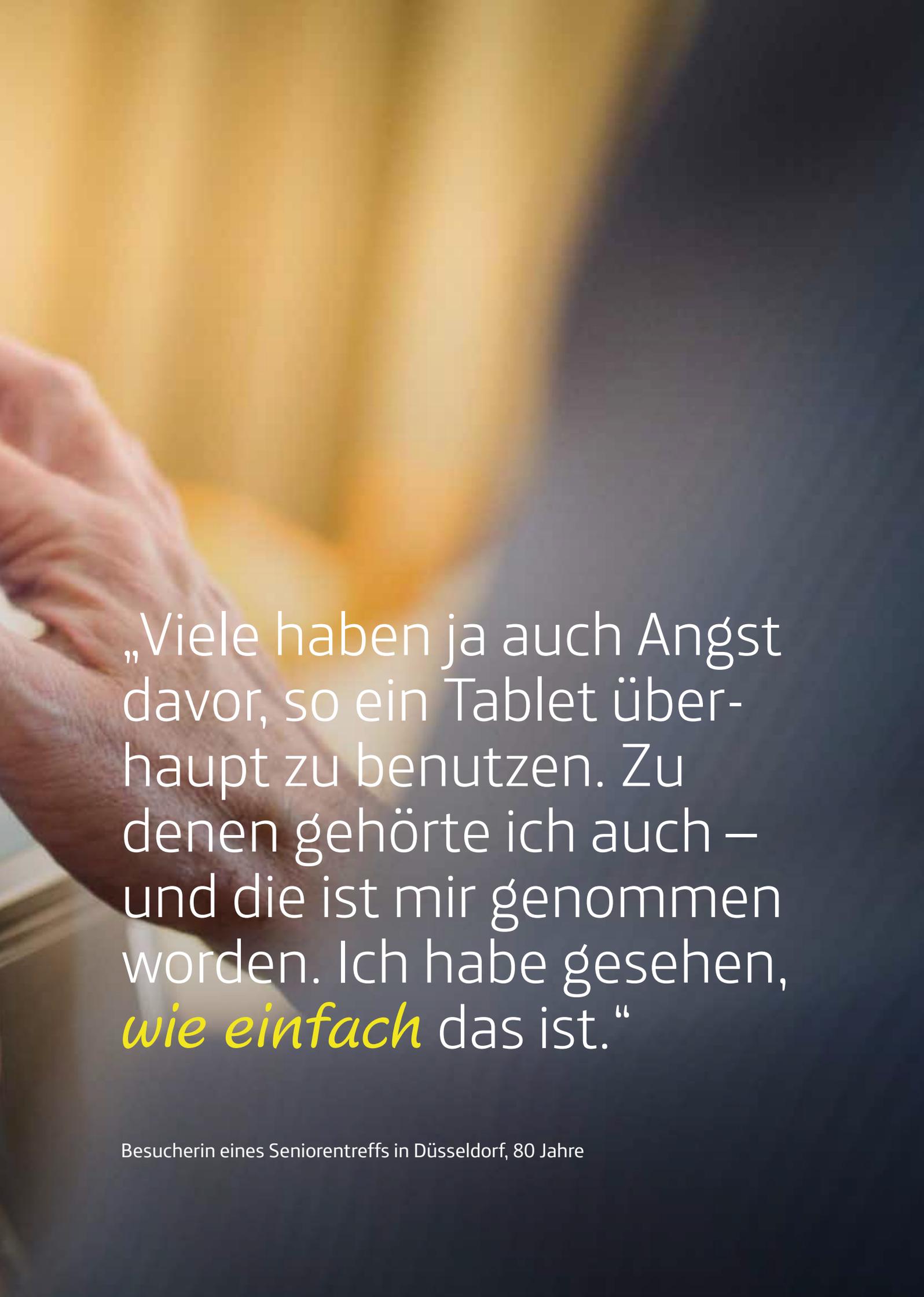


Dialog in Hamburg:
Staatsministerin Aydan Özoğuz unterstützt Senioren bei den ersten digitalen Schritten.

Mit der älteren Generation im Dialog

Nach Abschluss der Projektphase luden die Stiftung Digitale Chancen und Telefónica alle Teilnehmenden in den Städten – Berlin, München, Hamburg und Düsseldorf – zum Seniorendialog ein. Dabei wurden, auch in Anwesenheit von Vertretern aus der Politik, erste Ergebnisse aus den Befragungen vorgestellt und mit den Senioren diskutiert. Außerdem klärten Mitarbeiter der örtlichen Verbraucherzentralen über Risiken und Schutzmaßnahmen beim Online-Einkauf auf; dieses Thema hatte sich in den Interviews als besonders drängend herausgestellt. Bei der Veranstaltung in Hamburg nahm sich die Staatsministerin Aydan Özoğuz, Beauftragte für Migration, Flüchtlinge und Integration, Zeit zum Austausch mit der älteren Generation. In ihrem Grußwort sagte Özoğuz: „Eigentlich ist das Netz noch eine größere Chance für ältere Menschen als für jüngere. Denn alles, was Menschen miteinander vernetzt, ist wahnsinnig hilfreich.“ Sie sei deshalb sehr froh um das Projekt „Digital mobil im Alter“ und glaube, dass man damit noch viel erreichen könne.





„Viele haben ja auch Angst davor, so ein Tablet überhaupt zu benutzen. Zu denen gehörte ich auch – und die ist mir genommen worden. Ich habe gesehen, *wie einfach* das ist.“

Besucherin eines Seniorentreffs in Düsseldorf, 80 Jahre

Nutzung im Überblick

Immer wieder online_

Wie oft und wofür haben die Senioren den Tablet-PC genutzt? Nutzen Männer das Internet anders als Frauen? Und wie hat sich die Bereitstellung von Geräten mitsamt vorab installierter Apps bewährt? Auf all diese Fragen fördert diese Studie wesentliche Erkenntnisse zutage.

Der Großteil der rund 300 Senioren dieser Studie hat das Tablet regelmäßig genutzt: Drei von vier Befragten haben während des 8-wöchigen Zeitraums das Gerät mehrmals die Woche genutzt – nahezu jeder Dritte war täglich online (siehe Grafik 05). Rund ein Viertel der Befragten gab an, auch unterwegs auf das Gerät zurückgegriffen zu haben. Bei Kursen wurde das Tablet von beinahe jedem Zweiten benutzt (siehe Grafik 06).

Ein Blick auf Grafik 07 macht deutlich, dass die Befragten digitale Medien vorrangig für das Versenden von E-Mails sowie für das Abrufen von Fahrplänen oder zur Navigation nutzen. Social-Media-Anwendungen, Blogs oder Foren werden dagegen weniger in Anspruch genommen.

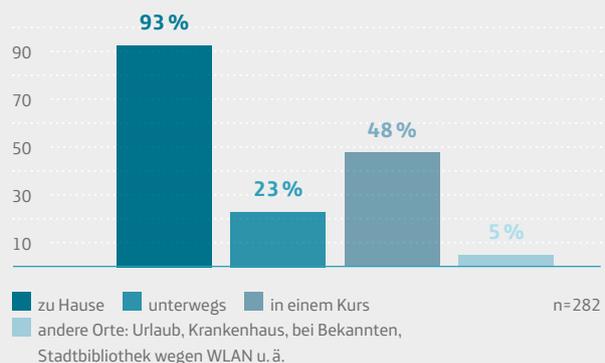
Häufigkeit der Nutzung der Tablet-PCs (Grafik 05)

WIE OFT HABEN SIE IN DEN VERGANGENEN ACHT WOCHEN DEN TABLET-PC GENUTZT? n=286

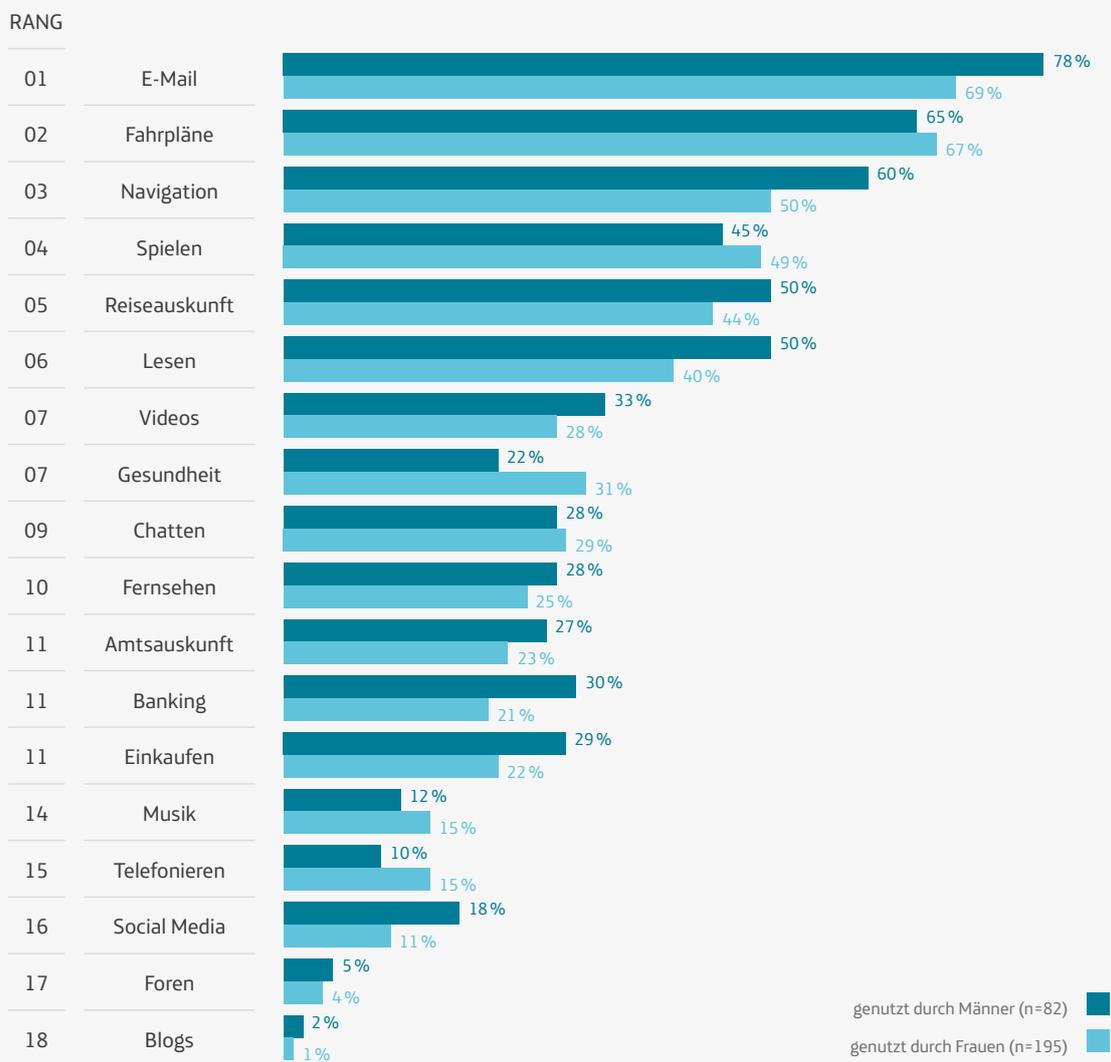
| | |
|--------------------|-----|
| täglich | 30% |
| mehrmals pro Woche | 47% |
| einmal pro Woche | 9% |
| seltener | 13% |
| nie | 1% |



An welchen Orten haben Sie den Tablet-PC genutzt? (Grafik 06)



Häufigkeit der Nennung genutzter Anwendungen unabhängig vom Gerät (Grafik 07)



Geschlechtsspezifische Unterschiede

Betrachtet man die Nutzung der verschiedenen Anwendungen, so wird deutlich, dass ein Großteil eher von Männern als von Frauen genutzt wird. Am offensichtlichsten werden diese Unterschiede in Bezug auf Lesen und Navigation. Während jeder zweite männliche Teilnehmer angab online zu lesen, ist die Rate bei den Frauen mit 40 Prozent deutlich geringer. Eine gleich große Differenz gab es bei der Nutzung von Navigationsanwendungen (60 Prozent Männer, 50 Prozent Frauen). Auch Anwendungen wie Internet-Banking und Online-Einkauf werden öfter von

Männern als von Frauen genutzt. Frauen dagegen rufen im Internet häufiger als Männer Fahrpläne auf, spielen häufiger oder hören Musik. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich beim Abruf von Gesundheitsinformationen. 31 Prozent der Frauen suchen danach, aber nur 22 Prozent der Männer.

Bei den verschiedenen Kommunikationsanwendungen fällt auf, dass Männer häufiger E-Mails schreiben (78 Prozent, Frauen nur 69 Prozent) während Frauen etwas häufiger Video-Telefonie nutzen (15 Prozent ggü. 10 Prozent).

Nutzung der vorinstallierten Apps (Grafik 08)

| ORDNER | ANTEIL NUTZER N = 295 |
|---------------------------|--------------------------|
| Internet | 63 % |
| Google | 62 % |
| Information | 56 % |
| Kamera | 51 % |
| Galerie | 50 % |
| Kommunikation | 48 % |
| Spiele und Training | 45 % |
| Unterhaltung | 44 % |
| Microsoft Apps | 31 % |
| Gesundheit | 29 % |
| Arbeitswerkzeuge | 25 % |
| Eigene Dateien | 24 % |
| Reisen und Transport | 20 % |
| Einkaufen | 17 % |
| Behörden | 17 % |
| Finanzen | 13 % |
| Malen und Bildbearbeitung | 3 % |

Beim Online-Kauf von Waren und Dienstleistungen (30 Prozent der Männer, 22 Prozent der Frauen) sowie der Aktivität in sozialen Netzwerken (18 Prozent vs. 11 Prozent) hatten Männer erneut die Nase vorn.

Vorinstallierte Applikationen (Apps)

Bisherige Erfahrungen aus dem Projekt „Digital mobil im Alter – Tablet-PCs für Senioren“ machen deutlich: Wer sich noch nicht lange im Internet bewegt, hat häufig Hemmungen, Applikationen (Apps) herunterzuladen. Aus diesem Grund fanden die Teilnehmenden für alle von uns untersuchten Kategorien bereits installierte Apps vor. Wie häufig welche Apps genutzt wurden, zeigt Grafik 08. Die Vorinstallation wurde von den Teilnehmenden der Studie ausdrücklich positiv bewertet. Mehrere Senioren erklärten, die vorgefundene Struktur sowie die Zusammenstellung der Apps hätten ihnen die Nutzung vereinfacht. Etwa jeder Dritte (30 Prozent der Frauen und 40 Prozent der Männer) lud zusätzliche Apps auf das Gerät – teilweise bis zu 40. Andere gaben an, dass sie sich dafür eine spezielle Schulung wünschten. Die Bandbreite der zusätzlich installierten Apps reichte von Social-Media-, Verkehrs-, Lexika-, und Fremdsprachen-Angeboten bis hin zu News-Seiten, Spielen und den Websites örtlicher Fußballvereine.

„Die Struktur der Apps hat mir sehr gut gefallen: ganz klar und detailreich, sogar besser als bei meinem eigenen Tablet. Ich könnte mir vorstellen, dass es sinnvoll wäre, wenn so etwas für bestimmte Personengruppen – Jugendliche, Senioren oder Familien – auch bereits vorbereitet zu kaufen wäre.“

Teilnehmer eines Seniorenprojekts in Bremen, 68 Jahre

Die meisten Anwendungen werden eher von Männern genutzt als von Frauen.



Wer nutzt was wozu?

Kommunikation: E-Mail, WhatsApp, Skype & Co. _

In Kontakt bleiben, Kontakt herstellen oder wiederaufnehmen – dazu wird das Internet am häufigsten genutzt. Rund 66 Prozent der Teilnehmenden der Studie sehen das Internet als Chance, mit ihrer Familie, Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben.

Insgesamt 72 Prozent der Befragten senden und empfangen E-Mails – ein Ergebnis, das im Vergleich zu bisher vorliegenden Studien eher am unteren Ende der Skala liegt. Laut Angaben des Statistischen Bundesamtes (DESTATIS 2016) nutzen 89 Prozent der im Internet aktiven Senioren E-Mail-Dienste, laut einer Studie aus dem Jahr 2016 des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI 2016) sind es 87 Prozent.

Deutlich geringer ausgeprägt ist die Nutzung von Social-Media-Diensten. So nehmen lediglich 28 Prozent am Austausch von Kurznachrichten und Fotos durch Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp teil (Kategorie „Chatten“). Nur jeweils 13 Prozent der Senioren dieser Studie nutzten Videotelefonie oder Facebook (siehe Grafik 11). Dies bestätigt die Befunde anderer Studien, laut denen der digitale Graben zwischen Jung und Alt nirgends so tief ist wie bei der Internet-Kommunikation: So nutzten laut Digital-Index 2016 mit 97 Prozent nahezu alle 14- bis 19-Jährigen WhatsApp – gegenüber lediglich 13 Prozent der über 70-Jährigen (Initiative D21 2016, siehe Grafik 09).

Altersunterschiede bei der Nutzung von Social-Media-Diensten (Grafik 09)

Nutzung von Instant-Messaging-Diensten wie WhatsApp



Nutzung von Sozialen Netzwerken (z. B. Facebook, Xing, Google+)



■ 14–19 Jahre ■ 60–69 Jahre ■ 70+ Jahre

Quelle: Initiative D21 2016

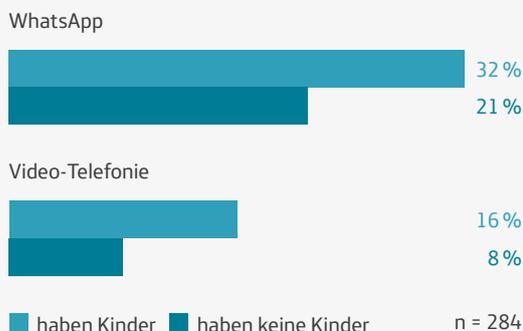
„Ich bin sehr stolz, dass ich mit 86 Jahren noch den Umgang mit WhatsApp gelernt habe. Und auch meine beiden Urenkel freuen sich, dass die Uromi sich das zutraut und das macht. Schön ist, dass ich dadurch mehr mit meiner Familie in Kontakt bin, und nicht mehr nur telefonisch.“

Bewohnerin eines Pflegeheims in Berlin, 86 Jahre

Kinder und Enkel

Die Studie zeigt auch: Wer Kinder und Enkel hat – also Angehörige im „Social-Media-Alder“ – scheint eher zur Nutzung von Social-Media-Diensten motiviert. Unter den Senioren mit Kindern nutzen 41 Prozent Dienste wie WhatsApp oder Skype – gegenüber 27 Prozent derjenigen ohne Kinder. In den Interviews wurde die Kommunikation mit Kindern und Enkeln auch immer wieder als Anreiz angesprochen. Dies wird auch deutlich, wenn man sich die Daten älterer Social-Media-Nutzer ansieht: 32 Prozent der älteren Menschen, die Kinder haben, nutzen WhatsApp im Vergleich zu lediglich 21 Prozent derjenigen ohne Kinder. Video-Telefonie wird von 16 Prozent derjenigen mit Kindern gegenüber nur 8 Prozent der älteren Menschen ohne Kinder genutzt (siehe Grafik 10). Bei Senioren mit Enkelkindern bzw. ohne Enkelkinder sind die Nutzungszahlen vergleichbar.

Nutzer von Social-Media-Diensten mit Kindern bzw. ohne Kinder (Grafik 10)



Nutzer von Kommunikationsdiensten in verschiedenen Studien (Grafik 11)

| RANG | ANWENDUNG | EIGENE BEFRAGUNG (>60) | DIVSI 2016 (>60) | BITKOM 2014 (>65) | ARD/ZDF 2016 (>70) | DESTATIS 2016 (>65) |
|------|---|------------------------|------------------|-------------------|--------------------|---------------------|
| 1 | E-Mails senden und empfangen | 70 % | 87 % | 91 % | 69 % | 89 % |
| 9 | Chatten bzw. (Kurz-)Nachrichten und Fotos verschicken über Instant-Messaging-Dienste (z. B. WhatsApp, Snapchat) | 30 % | 26 % | 26 % | 33 % | — |
| 15 | (Video-)Telefonieren (z. B. Skype) | 14 % | — | 28 % | — | 21 % |
| 16 | Teilnahme in sozialen Netzwerken (z. B. Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn) | 14 % | — | 15 % | 7 % | — |
| 17 | Teilnahme an einem Internetforum (über verschiedene Themen) | 5 % | — | — | 2 % | — |
| 18 | Eigene Inhalte veröffentlichen, z. B. in einem Blog | 1 % | 14 % | — | — | — |

Ehrenamt, Verein und Hobbys

Ein weiterer Anlass für die Nutzung von Kommunikationsdiensten ist die Mitarbeit in einem Verein. Von denjenigen, die das Tablet auch schon mal im Rahmen der ehrenamtlichen Tätigkeit eingesetzt haben, nutzt jeder zweite soziale Netzwerke wie z. B. Facebook. Der Wert aller Befragten liegt bei 13 Prozent. Ehrenamtliche nutzen mit 81 Prozent auch deutlich häufiger E-Mail als der Durchschnitt der Senioren. Auch WhatsApp wird von fast jedem Dritten in dieser Gruppe genutzt. Eher selten genutzt wurde die Chance, auf einem Blog eigene Inhalte zu posten – nämlich nur von jedem fünfundzwanzigsten ehrenamtlich tätigen Teilnehmer. Auf Nachfrage stellte sich hier eine große Unsicherheit darüber heraus, was mit den Beiträgen passieren kann.

Sorge um Sicherheit

Insgesamt zeigt sich bei der Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten eine besondere Vorsicht der Senioren gegenüber der Preisgabe von persönlichen Daten. 65 Prozent der befragten Senioren äußerten Bedenken hinsichtlich Datensicherheit und Internetkriminalität, 63 Prozent sehen ein Problem in Bezug auf Schadprogramme und 54 Prozent äußerten sich besorgt hinsichtlich unerwünschter Spam-Post. Auswirkungen hat dies vor allem auf die

„Ich habe mit meiner Tochter und der Enkelin in der Schweiz telefoniert. Über das Telefon ist das ja wahnsinnig teuer. Das fand ich sehr schön, dass man das über das Internet viel günstiger kann.“

Bewohnerin eines Pflegeheims in Berlin, 85 Jahre

Nutzung von Social-Media-Diensten. Die Verwendung eines E-Mail-Programms bleibt von Sicherheitsbedenken am ehesten unberührt (siehe Grafik 12). Objektiv lässt sich dies nicht begründen – die Risiken unterscheiden sich nicht gravierend, im Hinblick auf Phishing- und Schadsoftware gelten E-Mails sogar als riskanter.

Ein Erklärungsansatz könnte sein, dass Social-Media-Dienste in traditionellen Medien häufiger wegen Datenschutzproblemen problematisiert werden und Senioren selten zwischen Datenschutz und IT-Sicherheit unterscheiden. Auch, dass sie in ihrem Umfeld mehr ältere Menschen treffen, die E-Mails stärker nutzen als Social-Media, könnte eine Rolle spielen. In den Gruppengesprächen berichteten Senioren von positiven Erfahrungen bei der Nutzung von WhatsApp & Co. Da dies nicht mit den geringen Nutzungszahlen übereinstimmt, sollte den Gründen dafür in vertiefenden Umfragen weiter nachgegangen werden. Hilfreich für die Nutzung innovativer Dienste ist unseren Erkenntnissen nach zudem ein größeres Vertrauen in die eigene Problemlösungs- und Medienkompetenz.

Sicherheitsbedenken und Nutzung von Kommunikationsdiensten (Grafik 12)

| DAVON HABEN GENUTZT | SICHERHEITSBEDENKEN SIND EINE SCHWIERIGKEIT (n=161) | SICHERHEITSBEDENKEN SIND KEINE SCHWIERIGKEIT (n=59) |
|--|---|---|
| E-Mails senden und empfangen | 74 % | 78 % |
| Chatten bzw. (Kurz-)Nachrichten und Fotos verschicken über Instant-Messaging-Dienste (z. B. WhatsApp, Snapchat, Skype) | 26 % | 41 % |
| Teilnahme in sozialen Netzwerken (z. B. Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn) | 12 % | 20 % |
| (Video-)Telefonieren (z. B. Skype) | 11 % | 20 % |



Kamera und Galerie

Viele der Senioren haben die Foto-Funktion der ausgeliehenen Tablets intensiv genutzt. Rund jeder zweite Befragte gab an, sowohl die Kamera (51 Prozent) als auch die Galerie (50 Prozent) genutzt zu haben. Unter ihnen nutzen wenige die Funktionen täglich; aber gut jeder Siebte mehrmals die Woche. Auffallend ist, dass unter denen, die die Foto-Funktion genutzt haben, auch viele Menschen im Alter über 70 Jahren sind. Ähnlich wie bei den Nutzern der Kommunikationsanwendungen, liegt die Zahl der Großeltern auch hier über dem Durchschnitt. Dies wurde auch in den Gesprächen immer wieder deutlich: Die Möglichkeit Fotos zu senden und zu empfangen ist für viele ältere Menschen attraktiv, um mit Kindern oder Enkeln in Kontakt zu bleiben. Darüber hinaus berichteten mehrere Teilnehmende, die Foto-Funktionen bei ihrer Kommunikation mit Behörden oder für das Einsenden von Reklamationen verwendet zu haben.

Wer nutzt was wozu?

Mobilität: Verkehr, Navigation und Reisen_

Wie häufig nutzen Senioren Fahrpläne, Navigations-Anwendungen oder Reiseinformationen im Internet? Und inwieweit unterstützen digitale Medien ältere Menschen dabei, länger aktiv und mobil zu bleiben?

Mit diesen Leitfragen betritt die vorliegende Studie Neuland. Bisherige Studien haben sich den Internet-Anwendungen zur Mobilität im Hinblick auf eine alternde Gesellschaft nicht oder nur am Rande gewidmet.

Damit blieb eine Anwendungsart kaum beachtet, die eines genauen Blickes würdig ist. Die Senioren in unserer Untersuchung bewerten Informationen zur Mobilität als ausgesprochen nützlich. Online-Fahrpläne und (Straßen-)Karten liegen mit 66 und 53 Prozent an zweiter und dritter Stelle aller genutzten Anwendungen; Informationen zu Reisen mit 46 Prozent auf Platz 5. Laut Studien des Sta-

tistischen Bundesamtes und BITKOM liegt diese Zahl mit 58 beziehungsweise 65 Prozent sogar noch etwas höher (DESTATIS 2016, BITKOM 2014, siehe Grafik 13).

Internet und Selbstständigkeit

Laut der vorliegenden Studie versprechen sich 60 Prozent der Senioren durch die Nutzung des Internets ein gesteigertes Maß an Selbstständigkeit. Vor allem die Möglichkeit, Fahrpläne online einzusehen und Unternehmungen zu planen, gilt in diesem Zusammenhang für viele als wichti-

Nutzung von mobilitätsbezogenen Anwendungen in verschiedenen Studien (Grafik 13)

| RANG | ANWENDUNG | EIGENE BEFRAGUNG (>60) | DIVSI 2016 (>60) | BITKOM 2014 (>65) | ARD/ZDF 2016 (>70) | DESTATIS 2016 (>65) |
|------|--|------------------------|-------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|
| 2 | Fahrpläne oder Fahrzeiten von öffentlichen Verkehrsmitteln abrufen | 66 % | Keine Angaben – nicht erfragt | | | |
| 3 | Navigation (z. B. Google Maps) | 53 % | — | — | 17 % | — |
| 5 | Informationen zu Reisen und Unterkünften abrufen | 46 % | — | 65 % | — | 58 % |

ger Punkt. Jeder Zweite sieht einen Nutzen des Internets darin, sich mobil in einer neuen Umgebung schneller zurechtzufinden. Navigations-Apps sind in dieser Gruppe für 72 Prozent sogar die zweithäufigste Anwendung hinter E-Mail. Insgesamt nutzte etwa jeder Vierte die zum Thema Mobilität auf den Tablet-PCs installierten Apps. Etwa ebenso viele haben weitere Mobilitäts-Apps heruntergeladen und selbst installiert. Die Bandbreite reichte hierbei von Apps regionaler Verkehrsverbünde über Google Earth bis hin zu Benzinpreisvergleichen.

Persönliche Mobilität

Nicht alle Gruppen nutzen Anwendungen zur Mobilität gleichermaßen. So nimmt die Nutzung ab einem Alter von 80 Jahren deutlich ab (siehe Grafik 15). Auch ein weiterer Zusammenhang mit der persönlichen Mobilität

„Wir sind vor einem Jahr innerhalb Berlins umgezogen. Über das Internet konnten wir uns über den neuen Stadtteil informieren. Und wir haben alles über öffentliche Verkehrsverbindungen herausgefunden. Und dann haben wir uns auch nicht verfahren.“

Bewohnerin einer Seniorenresidenz in Berlin, 76 Jahre

Installierte Apps (u. a.)

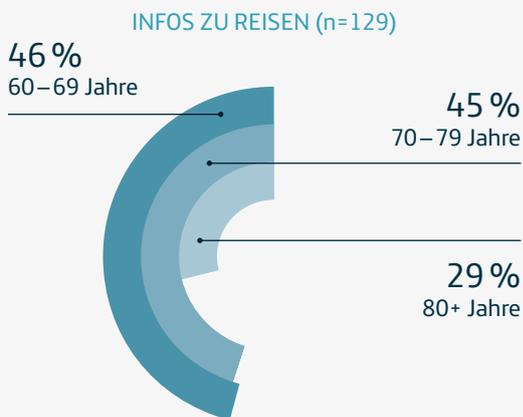
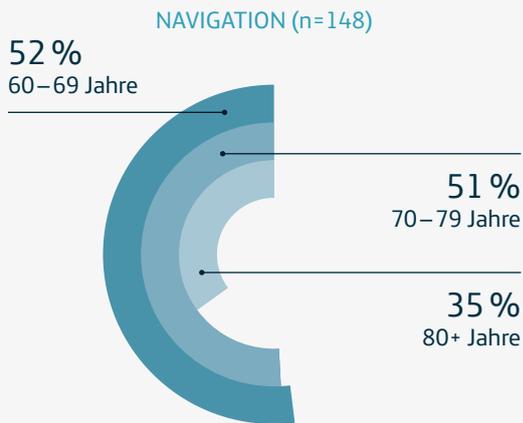
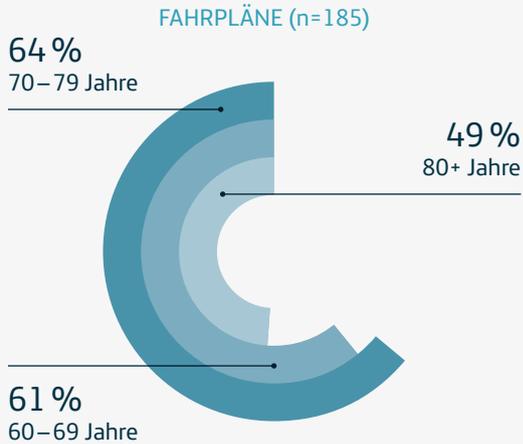
- Ab in den Urlaub, weg.de, check24
- BVG, DB, Rheinbahn, HVV, VRR
- Google Earth
- Benzin-Preis-Blitz

ist erkennbar: Wer öffentliche Verkehrsmittel nutzt oder mit Bahn, Bus oder Flugzeug verreist, liest mit 67 bzw. 68 Prozent auch am häufigsten Fahrpläne im Internet; wer Fernreisen unternimmt oder noch mit dem Fahrrad fährt, nutzt Informationen zu Reisen stärker. Allerdings gilt auch: Jene, die überwiegend zu Hause bleiben oder sich zu Fuß in der näheren Umgebung bewegen, nutzen ebenfalls fast zur Hälfte Karten. Bemerkenswert ist, dass Reiseinformationen sehr viel häufiger von denjenigen genutzt werden, deren Angehörige vorübergehend im Ausland leben. Senioren ohne Angehörige nutzen Fahrpläne deutlich öfter. In Bezug auf das Geschlecht zeigt sich, dass Männer öfter mithilfe des Tablets navigieren als Frauen.

Gratifikation und Nutzung (Grafik 14)

| DAVON HABEN GENUTZT | DAS INTERNET ERMÖGLICHT ES MIR, IM ALTER LÄNGER SELBSTSTÄNDIG ZU BLEIBEN. (TRIFFT ZU + TRIFFT EHER ZU: 69 %) n=178 | DURCH DAS MOBILE INTERNET KANN ICH MICH IN NEUEN UMGEBUNGEN SCHNELLER ZURECHTFINDEN (TRIFFT ZU + TRIFFT EHER ZU: 58 %) n=149 |
|---------------------|--|--|
| Fahrpläne | 71 % | 72 % |
| Infos zu Reisen | 51 % | 54 % |
| Navigation | 58 % | 62 % |

Nutzung mobilitätsbezogener Anwendungen nach Altersgruppen (Grafik 15)

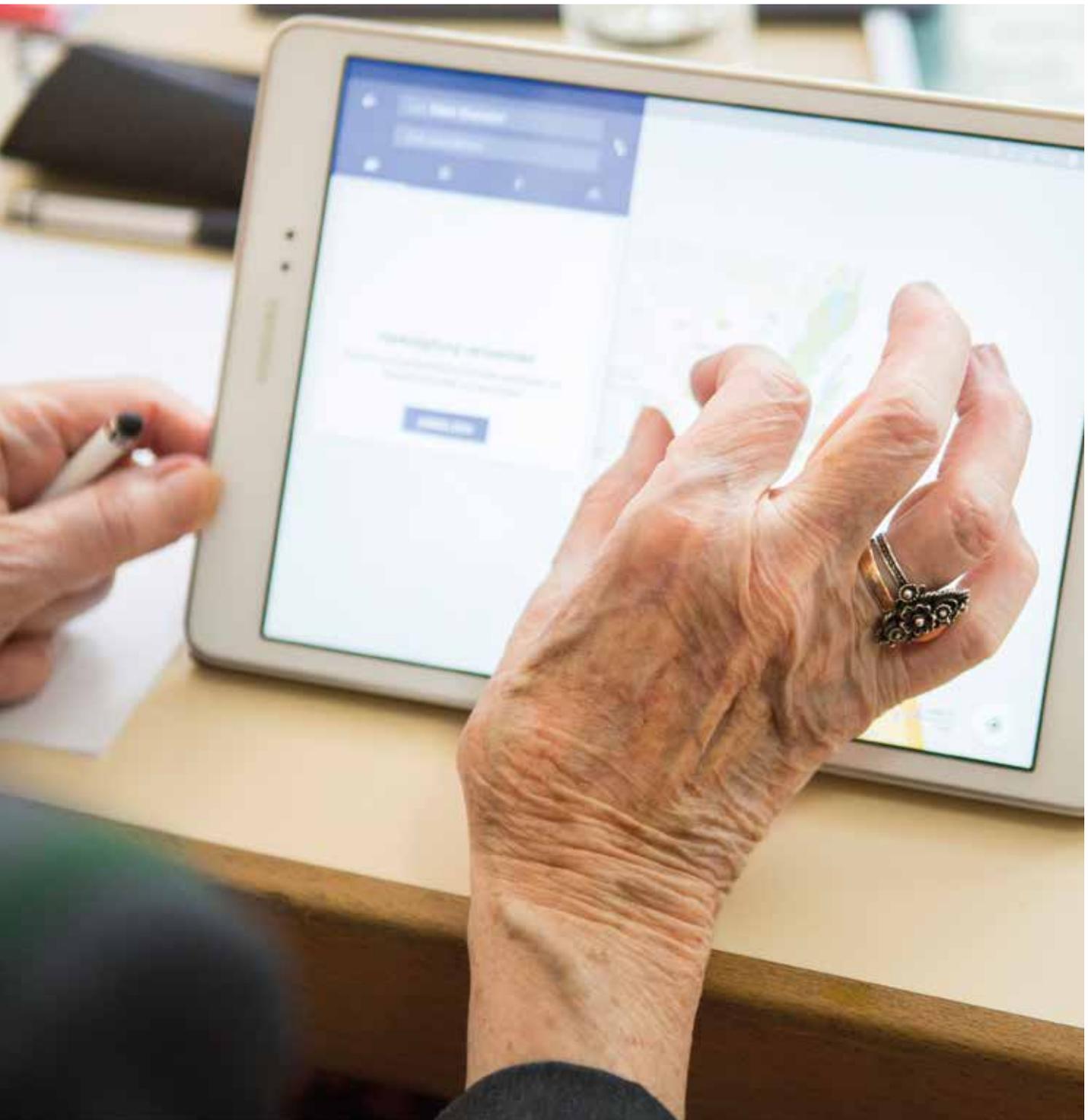


Unterwegs mit dem Tablet-PC

Nutzen ältere Menschen das mobile Internet auch unterwegs? Bei einem nennenswerten Teil trifft dies zu. Rund jeder Vierte (23 Prozent) gab an, den Tablet-PC auch mobil eingesetzt zu haben. Dabei haben mehr als sieben von zehn der Befragten die Möglichkeit zur Navigation ergriffen, beispielsweise über Google Maps. Ein noch größerer Anteil – 82 Prozent – hat das Tablet genutzt, um unterwegs Fahrpläne zu lesen. Vor allem jene, dieangaben Probleme mit dem Gedächtnis zu haben, nutzten größtenteils die Geräte auch unterwegs – 47 Prozent um sich über Fahrpläne zu erkundigen.

Nutzung mobilitätsbezogener Anwendungen nach Orten (Grafik 16)

| AN WELCHEN ORTEN HABEN SIE DEN TABLET-PC GENUTZT? | ZU HAUSE (n=251) | UNTERWEGS (n=65) |
|---|------------------|------------------|
| Fahrpläne | 67 % | 82 % |
| Navigation | 54 % | 75 % |
| Infos zu Reisen | 47 % | 58 % |



„Wenn ich meine Tochter in Erlangen besuchen möchte, zeigt mir das Internet die Route an. Am kürzesten ist es eigentlich über Hannover und Würzburg. Die Alternative über Magdeburg ist aber nur unwesentlich länger; und dafür nicht so viel befahren. Das habe ich im Internet gelernt und das finde ich ganz toll.“

Besucherin eines Seniorentreffs in Hamburg, 78 Jahre

Wer nutzt was wozu?

Information und Wissen: Online-Medien_

Als Informationsmedium ist das Internet innerhalb der älteren Generation fast ebenso verbreitet wie als Kommunikationsmittel. Darauf weisen alle bisherigen Studien hin, laut denen zwischen 64 und 86 Prozent der Senioren online nach Informationen und Inhalten suchen (siehe Grafik 18). In unserer Befragung stimmten sogar bis zu 93 Prozent der Aussage zu, das Internet helfe ihnen dabei, Wissen zu erweitern und Neues zu lernen. Dabei handelt es sich von allen genannten Gratifikationen um den höchsten Wert.

Wir wollten in der Kategorie „Information und Wissen“ vor allem herausfinden, inwieweit klassische Medien und Videokanäle genutzt werden. Untersucht wurde die Online-Nutzung von Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen, von digitalen Fernsehangeboten (via Diensten wie der von Zattoo oder den Mediatheken der TV-Sender) sowie von Videos (etwa via YouTube oder Vimeo).

„Wenn man so wie ich am Tagesgeschehen interessiert ist, kann man sich über das Tablet ganz schnell etwas erklären lassen. In Bruchteilen von Sekunden bekommt man über Wikipedia oder über andere Suchmaschinen Erklärungen. Das ist sehr interessant.“

Bewohner einer Seniorenresidenz in Berlin, 93 Jahre

Vorinstallierte Apps



Vorinstallierte Apps: tagesschau, fragFINN, SPIEGEL ONLINE, SZ.de

Die beliebteste Anwendung in diesem Bereich ist Zeitungen, Zeitschriften oder Magazine online zu lesen. Mehr als jeder dritte (43 Prozent) Studienteilnehmer nutzt diesen Weg (siehe Grafik 18). Etwas mehr als jeder Vierte (27 Prozent) schaut klassische Fernsehkanäle online und eine etwas kleinere Gruppe nutzt YouTube et al. Dabei wurden die Videokanäle unter anderem dazu genutzt, Unterstüt-

zung im Alltag zu bekommen: etwa durch Kochrezepte oder Reparaturanleitungen. In der Liste der am häufigsten genannten Anwendungsarten stehen Printmedien auf Platz 6, Videos auf Platz 7 und Fernsehkanäle auf Platz 10.

Der Schwerpunkt liegt bei den digitalen Ausgaben vertrauter Printmedien und Fernsehsender. Apps von Tagesschau, Spiegel Online und Süddeutsche Zeitung waren bereits vorab installiert; zusätzlich heruntergeladen wurden etwa jene des Focus, der Bild, von regionalen Tageszeitungen und dem ZDF. Kaum verbreitet unter Älteren sind Online-Portale wie web.de oder T-Online; so gut wie keine Rolle spielen Newsletter und Blogs. Bei der Suche nach Informationen ist Google das bevorzugte Medium.

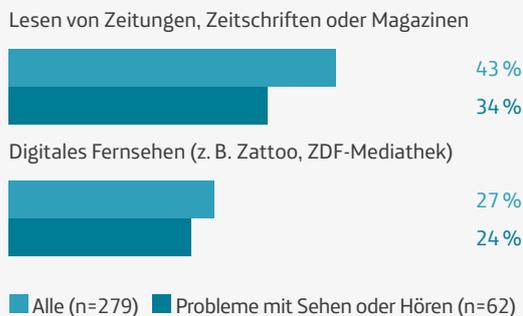
Lesen nimmt mit steigendem Alter ab

Mit zunehmendem Alter lesen Senioren weniger: Liest noch jeder zweite der 60- bis 69-Jährigen, ist es über 80 in etwa jeder Dritte. Eine ähnliche Tendenz zeigt sich bei digitalem Fernsehen und dem Anschauen von Videos. Ein abnehmendes Interesse am öffentlichen Leben sowie zunehmende Probleme mit dem Gedächtnis könnten hierbei eine Rolle spielen.

Unterschiede zwischen den Geschlechtern

In allen Altersgruppen zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Jeder zweite Senior liest online, aber nur 40 Prozent der Seniorinnen. Insbesondere die Magazine Spiegel und Focus sowie regionale Tageszeitungen fanden eine überwiegend männliche Leserschaft. Allerdings findet sich häufig die gleiche Tendenz, etwa bei Der Spiegel, auch bei der gedruckten Ausgabe. Eine Untersuchung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. ergab 2013, dass mit 68 Prozent mehr als zwei Drittel der Spiegel-Lesenden männlich sind (MEEDIA 2013). Bei unserer Untersuchung könnte zudem eine Rolle spielen, dass klassische Frauenzeitschriften seltener Online-Ausgaben bieten. Im Sinne einer Lese-Unterstützung könnte es hilfreich sein – ähnlich wie bei Spielen – eine Liste mit Apps speziell für die Zielgruppe ‚Seniorinnen‘ zusammenzustellen.

Nutzung Internet unabhängig vom Gerät (Grafik 17)



Bildung und Beeinträchtigungen

Der Bildungsabschluss spielt bei der Mediennutzung im Internet ebenso wie in der analogen Welt eine große Rolle: Akademiker lesen häufiger als Menschen ohne abgeschlossenes Studium; sie schauen sich auch öfter Videos an. Befragte mit Gedächtnisproblemen nutzen klassische Online-Medien ebenso oft wie alle Befragten. Probleme mit dem Sehen oder Hören führen aber dazu, dass Zeitungen, Zeitschriften und Magazine online weniger gelesen werden. Von denjenigen, die über solche Probleme berichten, lesen nur 34 Prozent online, unter allen Befragten sind es 43 Prozent. Kaum Unterschiede gibt es bei der Nutzung des digitalen Fernsehens (siehe Grafik 17).

Nutzung digitaler Medien im Internet in verschiedenen Studien (Grafik 18)

| RANG | ANWENDUNG | EIGENE BEFRAGUNG (>60) | DIVSI 2016 (>60) | BITKOM 2014 (>65) | ARD/ZDF 2016 (>70) | DESTATIS 2016 (>65) |
|------|---|------------------------|------------------|-------------------|--------------------|------------------------|
| 6 | Lesen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen | 43 % | 65 % | 79 % | 35 % | 19 % |
| 7 | Videos ansehen (z. B. YouTube oder Vimeo) | 29 % | — | 23 % | 35 % | 23 % |
| 10 | Digitales Fernsehen (z. B. Zattoo, ZDF-Mediathek) | 27 % | — | — | — | 23 % |
| — | Suche nach Informationen und Inhalten | — | 86 % | 81 % | 64 % | 86 % (zu Waren und DL) |

Wer nutzt was wozu?

Unterhaltung und Zeitvertreib: Spiele online und offline_

In der Kategorie ‚Spielen‘ wird die Nutzung von Online-Spielen betrachtet, die auf dem Tablet vorinstalliert wurden, sowie solche, die Senioren alleine oder mit anderen im Internet spielen. Adventure- oder Gewaltspiele, das haben die Interviews ergeben, spielten dabei keine Rolle. Stattdessen wurden Spiele nicht nur zum Zeitvertreib genutzt, sondern auch, um das Gehirn anzuregen, wie etwa Denk- und Quizspiele, Kreuzworträtsel, Stadt-Land-Fluss. Außerdem wurden Kartenspiele online aufgerufen, die offline erlernt wurden, zum Beispiel Skat, Solitaire oder Doppelkopf.

Insgesamt landete „Spielen“ auf Platz 4 der genutzten Anwendungen. Mit 48 Prozent der Senioren gab nahezu jeder Zweite an, in den vergangenen acht Wochen online gespielt zu haben. Das sind weitaus mehr als in anderen Studien, bei denen der Prozentsatz zwischen 9 (DIVSI 2016) und 19 Prozent (DESTATIS 2016) lag (siehe Grafik 19). Ein Zusammenhang mit der Tatsache, dass auf den Tablets Spiele-Apps vorinstalliert waren, liegt nahe.

Vorher-Nachher-Vergleich

Auffallend ist zudem, dass im Vorher-Nachher-Vergleich der am häufigsten genutzten Anwendungen die Nutzung von Spielen bei der Zweitbefragung zugenommen hatte. Gaben vor der Ausleihe 33 Prozent an, Computerspiele zu nutzen, waren es danach 48 Prozent. Und: Die Nutzung von Spielen hält bis ins hohe Alter von über 80 Jahren an. Dabei favorisieren ältere Senioren andere Spiele als jüngere. Unterschiede gibt es auch zwischen Frauen und

Nutzung von Spielen in verschiedenen Studien (Grafik 19)

| RANG | ANWENDUNG | EIGENE BEFRAGUNG (>60) | DIVSI 2016 (>60) | BITKOM 2014 (>65) | ARD/ZDF 2016 (>70) | DESTATIS 2016 (>65) |
|------|-----------|------------------------|------------------|-------------------|----------------------|----------------------|
| 4 | Spielen | 48 % | 9 % | — | 14 % (nur Online) | 19 % (nur Online) |

Männern (vgl. untenstehenden Kästen). Männer luden sich weit häufiger als Frauen zusätzliche Spiele-Apps herunter und installierten diese.

Insgesamt gilt: Jeder der Spielenden scheint etwas Passendes im Internet gefunden zu haben, sei es durch eigene Suche bei Google, durch Hinweise im Begleitprogramm oder auch durch Empfehlungen von anderen Teilnehmenden.

Frauen spielen

FreeCell, Duolingo, Mahjong, Sudoku, Candy Crush, Solitaire, Kreuzworträtsel, 4 Bilder 1 Wort, Rätsel, Labyrinth/Kugelspiel, Word Brain, Hay Day, Quizoid, Pokemon

... und haben selten zusätzliche Spiele-Apps heruntergeladen

Männer spielen

Skat, Doppelkopf und andere Kartenspiele, Kreuzworträtsel, Solitaire, QizzApp, Millionär, Eishockey, Pokemon Go

... und haben dazu auch Apps heruntergeladen

Vorinstallierte Apps



Denkspiele, Stadt Land Fluss, Brain It On!, Kreuzworträtsel, Quizoid, Roll the Ball, 4 Bilder 1 Wort, Angry Birds, Labyrinth Lite

„Es gibt sehr viele Gedächtnis- und Erinnerungsspiele. Und wenn man über 70 ist, muss man ja etwas für sein Gehirn tun. Sudoku zum Beispiel finde ich klasse, das hat mir sehr gut gefallen. Ich spiele gern.“

Besucherin eines Seniorentreffs in Hamburg, 80 Jahre

Kein Einfluss von Bildung und Mobilität

Nicht bestätigt wurde die Annahme, dass Menschen mit weniger sozialen Kontakten dies durch Online-Spiele ausgleichen; ebenso wenig spielen der Bildungsgrad oder das Mobilitäts-Verhalten eine nennenswerte Rolle. Verknüpft wird das Thema Spiele über alle Schichten und sozialen Klassen hinweg mit „Unterhaltung“. Von jenen 63 Prozent, die das Internet für ein geeignetes Medium für „Unterhaltung und Zeitvertreib“ halten, nutzten nahezu zwei Drittel (59 Prozent) Spiele.

Praxis-Tipp

Aus unserer Sicht wäre wünschenswert, unter älteren Menschen stärker mit der Möglichkeit der Unterhaltung durch Spiele zu werben. Auch könnten verschiedene Spielearten oder Spiele – von Rätseln über Karten- bis zu Geschicklichkeitsspielen – anhand einer Liste empfohlen, oder, wie wir es gemacht haben, bereits vorab installiert werden.

Ein weiteres gutes Vorbild ist eine vom Computerspielmuseum Berlin erstellte Liste empfohlener intergenerativer Online-Spiele:



http://peggy-sylopp.net/sharing/IntergenerativeOnline-Spiele_Broschüre.pdf

Wer nutzt was wozu?

Informationen zu Gesundheit und Behörden_

Wer Informationen rund um Gesundheit oder Behörden sucht, wird ebenfalls online fündig. Mehr als jeder vierte ältere Mensch nutzt diese Möglichkeiten – 29 Prozent der von uns Befragten suchten Informationen zu Gesundheitsthemen, 24 Prozent solche von Behörden. In der Rangliste der erfragten Anwendungen entspricht dies den Plätzen 7 und 11. Soweit nach diesen Anwendungen in anderen Studien gefragt wurde, liegen die Anteile der Nutzer dort allerdings deutlich höher (siehe Grafik 20).

Zum Thema Gesundheit fanden die Senioren vier vorinstallierte Apps auf den Tablets. 29 Prozent der Studienteilnehmer verwendeten diese – mehr als zwei Drittel allerdings nur selten. Die meisten Nutzer, die Informationen zu Gesundheitsthemen abrufen, waren weiblich und zwischen 70 und 79 Jahre alt. Weitere Gesundheits-Apps wurden innerhalb der acht Wochen nicht heruntergeladen. Angesichts des Trends hin zu Apps, die persönliche Gesundheitsdaten speichern, überrascht dies ein wenig, verdeutlicht aber auch den Unterschied zwischen der jüngeren und der älteren Generation.

Informationen zu Gesundheit

Gründe für den Abruf von Gesundheitsinformationen im Netz sind nicht nur die Vermeidung von Wegen, sondern auch der Erwerb von Wissen. Nur ein Fünftel der Senioren nimmt die teilweise geringe Glaubwürdigkeit von Informationen im Internet als Problem wahr. Mehr als jeder Dritte sieht darin keine Schwierigkeit und traut sich zu, die Solidität von Informationen einschätzen zu können.

Abruf von Informationen in verschiedenen Studien (Grafik 20)

| RANG | ANWENDUNG | EIGENE BEFRAGUNG (>60) | PRO SENEC-TUTE 2015 (>60) | DIVSI 2016 (>60) | BITKOM 2014 (>65) | ARD/ZDF 2016 (>70) | DESTATIS 2016 (>65) |
|------|--|------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|
| 7 | Informationen über Gesundheitsthemen abrufen | 29 % | 26 % | — | 68 % | — | 74 % |
| 11 | Informationen von Ämtern oder Behörden abrufen | 24 % | 69 % | Keine Angaben – nicht erfragt | | | |

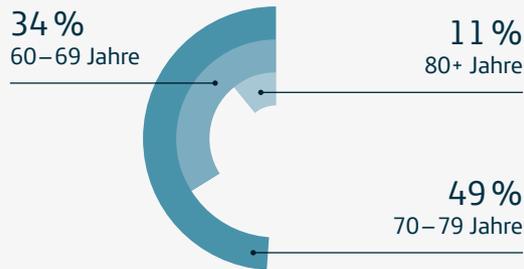
„Im Internet kann man Ärzte suchen und die Öffnungszeiten von einer Praxis. Und man findet Bewertungen von anderen Patienten, also ob die zufrieden waren mit einem Arzt.“

Besucher eines Seniorentreffs in Hamburg, 82 Jahre

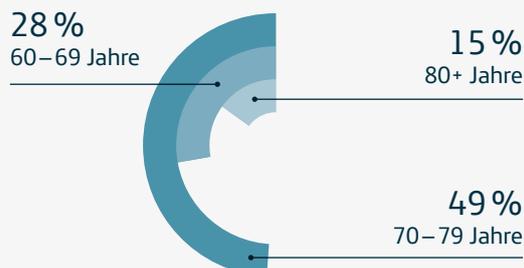
Interessant ist ein Zusammenhang in Bezug auf die Wohnsituation: Von den Befragten die alleine wohnen, haben 60 Prozent Informationen zu Gesundheitsthemen abgerufen, in Mehrpersonenhaushalten haben dies nur 40 Prozent getan (siehe Grafik 22).

Nutzung von Infoangeboten nach Altersgruppen (Grafik 21)

INFORMATIONEN ÜBER GESUNDHEITSTHEMEN ABRUFEN (n=80)



INFORMATIONEN VON ÄMTERN ODER BEHÖRDEN ABRUFEN (n=68)



Vorinstallierte Apps



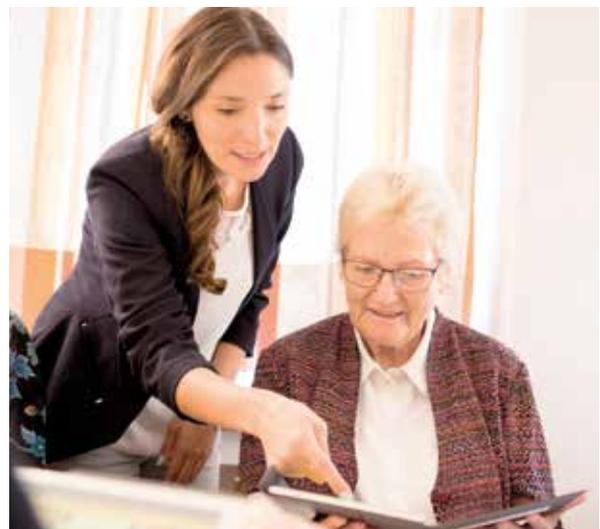
Schrittzähler, Strava, Arztsuche, Apotheke

Informationen zu Behörden

Eine Schere tut sich bei der erwarteten Gratifikation im Zusammenhang mit der Nutzung von Behörden-Informationen auf. Jene 83 Prozent der Befragten die angeben, das Internet erspare viel „Lauferei“, vermuten dies tendenziell auch in Bezug auf Behördengänge. Die Realität sieht jedoch oft anders aus – tatsächlich gibt es kaum Online-Angebote, die einen Weg zu einer Behörde ersparen. Dementsprechend niedrig ist der Prozentsatz der Nutzer solcher Angebote.

Wohnsituation und Nutzung (Grafik 22)

| ANZAHL DER PERSONEN IM HAUSHALT | NUTZEN GESUNDHEITS-INFORMATIONEN |
|---------------------------------|----------------------------------|
| 1 Person (n=45) | 59 % |
| Mehr als 1 Person (n=31) | 41 % |



Wer nutzt was wozu? Online-Einkauf

Bei keiner anderen Anwendung geht die Schere zwischen angenommenem Nutzen und Verhalten so weit auseinander wie beim Online-Einkauf. Auf der einen Seite glauben mehr als acht von zehn Senioren (83 Prozent) das Internet erspare ihnen „Lauferei“ und fast sieben von zehn (69 Prozent) loben, es ermögliche eine längere Selbstständigkeit. Auf der anderen Seite werden Gelegenheiten, sich durch den Einkauf online Wege zu ersparen, nur selten genutzt.

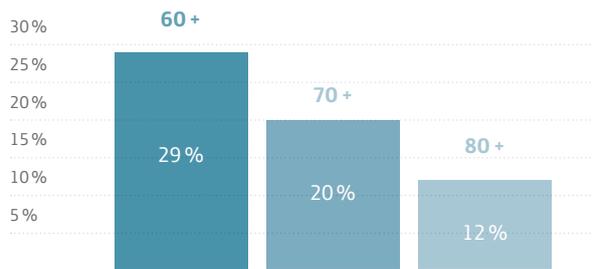
So landete der Kauf von Waren und Dienstleistungen mit 24 Prozent der Nennungen in unserer Befragung lediglich auf Platz 11 der häufigsten Anwendungen. Dieses Ergebnis liegt weit unter denen anderer Studien – in den Umfragen von DIVSI (2016) und BITKOM (2014) gaben 41 beziehungsweise 57 Prozent an, online einzukaufen (siehe Grafik 24).

oder neuen Geräten. Gleichzeitig lassen sich alltägliche Dinge online oft nur schwer einkaufen. Wohn- und familiäre Situation wirkten sich hingegen nicht messbar auf das Kaufverhalten aus.

Über 80-Jährige shoppen selten

Online-Einkauf scheint mit zunehmendem Alter weniger interessant zu sein. Kauft von den 60- bis 69-Jährigen mit 29 Prozent noch fast jeder Dritte über das Internet ein, ist es bei den 80+-Jährigen nur etwa jeder Zehnte (siehe Grafik 23). Die Senioren erklären es folgendermaßen: Mit zunehmendem Alter sinkt der Bedarf an neuer Kleidung

Online-Einkauf bei zunehmendem Alter (Grafik 23)



Online-Einkauf in verschiedenen Studien (Grafik 24)

| RANG | ANWENDUNG | EIGENE BEFRAGUNG (>60) | DIVSI 2016 (>60) | BITKOM 2014 (>65) | ARD/ZDF 2016 (>70) | DESTATIS 2016 (>65) |
|------|-------------------------------------|------------------------|------------------|-------------------|--------------------|--------------------------|
| 11 | Kauf von Waren und Dienstleistungen | 24% | 41% | 57% | 15% | 86% Info zu Waren und DL |

Sicherheit und Online-Einkauf

Mehr als jeder Zweite der online einkauft, schätzt die Sicherheit im Internet skeptisch ein. Unter Senioren die ohnehin Bedenken wegen Datensicherheit und Internetkriminalität hegen, kaufen weit weniger online ein (24 Prozent) als in der Gruppe, die diese Bedenken nicht teilt (39 Prozent) (siehe Grafik 25). Ähnlich wie in der Kategorie „Kommunikation“ gilt: Jene, die trotz Sicherheitsbedenken im Internet einkaufen, werden von einem größeren Vertrauen in ihre Medienkompetenz gestärkt. Für letztere ließ sich hier ein direkter Zusammenhang mit dem Bildungsabschluss nachweisen. Unter den Befragten mit Hauptschulabschluss nennt nur jeder Fünfte (21 Prozent) Online-Einkauf als genutzte Anwendung; unter Akademikern sind es 31 Prozent. Dazu passen die Aussagen zur Einschätzung von Sicherheitsrisiken: Unter denen, die darin ein Problem sehen, sind Personen ohne Abitur weit häufiger vertreten als Menschen mit Hochschulabschluss. Außerdem lässt sich nachweisen, dass Menschen, die das Tablet häufiger nutzen, auch eher online einkaufen.

Online-Einkauf trotz Sicherheitsbedenken (Grafik 25)

| „IST EINE SCHWIERIGKEIT“ | EINKAUFEN | APPS ZUM EINKAUFEN GENUTZT |
|--|-----------|----------------------------|
| Sicherheitsbedenken im Internet (Datensicherheit, Internetkriminalität) n=167 | 23 % | 19 % |
| Finanzieller Schaden, z. B. durch betrügerische E-Mails oder Missbrauch von Bankdaten n=142 | 20 % | 16 % |

Online-Banking

Online-Finanzgeschäfte inklusive Online-Banking werden in dieser Studie nicht näher betrachtet. Zwar landete Online-Banking mit 24 Prozent auf Platz 11 der genannten Anwendungen. Allerdings nutzte keiner der Teilnehmenden das ausgeliehene Tablet für diesen Zweck. Damit hielten sie sich an die gängige Sicherheitsempfehlung, Online-Banking weder in einem fremden WLAN noch auf geliehenen Geräten zu nutzen.

Online-Einkauf und Häufigkeit der Nutzung (Wie oft haben Sie den Tablet-PC genutzt?) (Grafik 26)



HABE ONLINE EINGEKauft (n=64)
NUTZE DEN TABLET-PC

„Ich brauchte einen neuen Kleiderlüfter für meinen Balkon, so einen, bei dem man die Stange ausklappt und die Kleider aufhängt. In Kaufhäusern gibt es so etwas wohl nicht mehr. Also bin ich ins Internet gegangen – im Versandhandel gibt es die noch. Da war das Internet sehr hilfreich.“

Besucherin eines Seniorentreffs in Berlin, 72 Jahre

Wesentliche Befunde

Erkannte Chancen und deren Nutzung

Ein Blick auf die nebenstehende Grafik macht einen zentralen Befund unserer Studie deutlich: Zwischen dem, was Senioren sich vom Internet erhoffen, und dem, was sie online tatsächlich unternehmen, klafft eine Lücke.

Einerseits – das machen die dunklen Balken in Grafik 27 deutlich – stimmen die Senioren auf einer großen Bandbreite sogenannter Gratifikationen zu. Wer online ist, so die Einschätzung, kann sich zum Beispiel „Lauferei“ ersparen, erwirbt Wissen, bleibt länger selbstständig und mobil und findet neue Wege, mit der Familie oder mit Freunden in Kontakt zu bleiben.

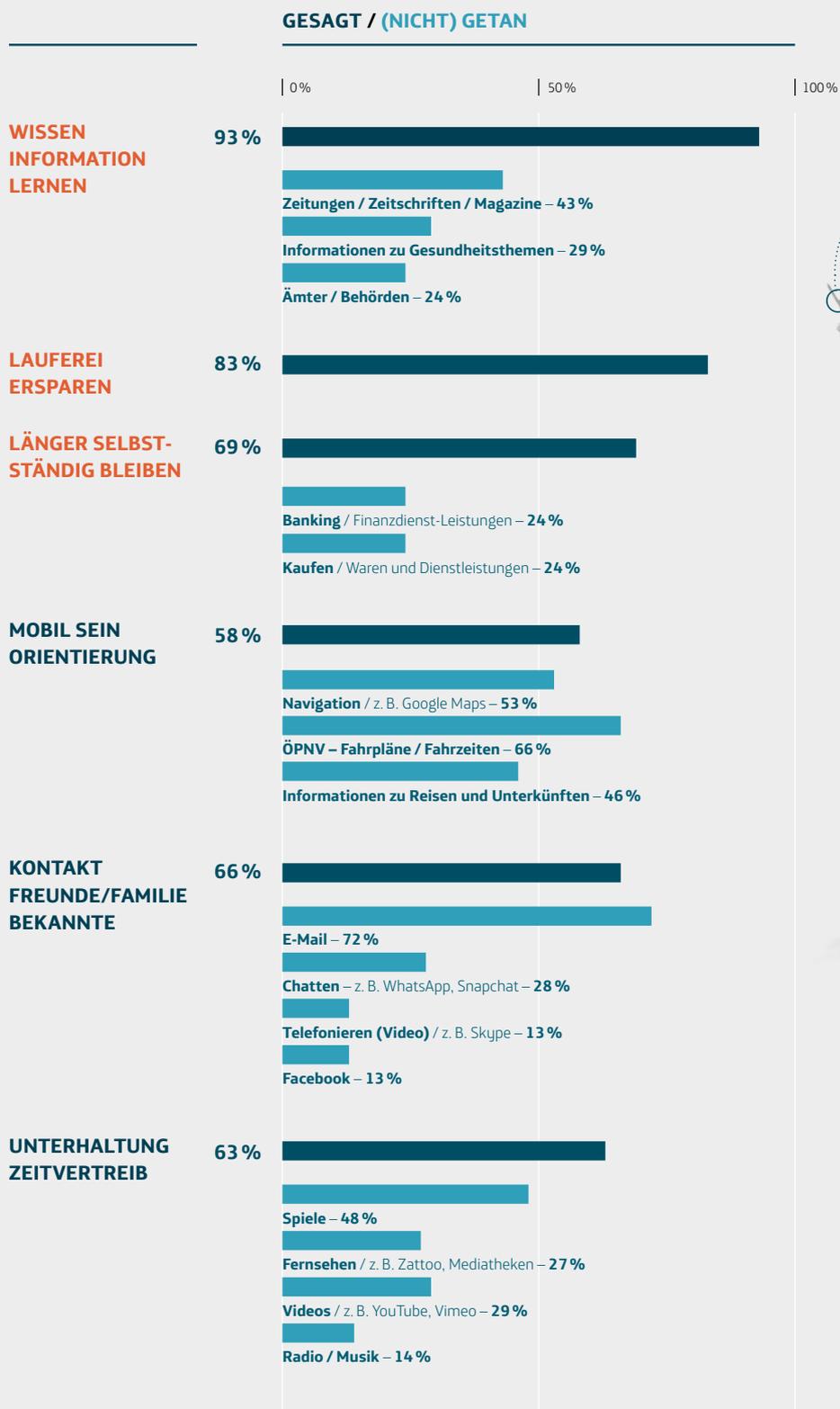
Bringt man nun diese Gratifikationen mit den verschiedenen Anwendungsarten in Verbindung, stellt sich heraus: Die Anwendungen, welche die jeweilige Belohnung zum Ziel haben, werden ganz unterschiedlich stark genutzt. So wird das Bedürfnis im Internet unterhalten zu werden, das etwas mehr als sechs von zehn Senioren hegen, von nahezu ebenso vielen auch befriedigt: 48 Prozent geben an, Online-Spiele zu nutzen. Eine ähnlich hohe Entsprechung findet sich bei dem Bedürfnis nach Kontakt mit der Familie und dem dazugehörigen Verwenden von E-Mail-Programmen sowie dem Erhalt von Mobilität und der Nutzung der einschlägigen Apps.

Anders stellt sich die Lage bei der Gratifikation „Lauferei ersparen“ dar. Hier zeigt sich, dass das Potenzial der ersparten Wege längst nicht ausgeschöpft wird: Rund acht von zehn Senioren sehen diese Chance – aber nicht einmal jeder Vierte vermeidet den realen Gang zum Einkaufen oder zur Bank durch eine Online-Erledigung. Dabei wird auch deutlich, dass vor allem jene Anwendungen gescheut werden, bei denen die Eingabe persönlicher Daten erforderlich ist und/oder finanzielle Transaktionen online stattfinden.

Daraus folgt: Es gibt niedrig- und höherschwellige Angebote im Internet. Während bei ersteren der Grad der Entsprechung zwischen erkanntem Nutzen und realer Nutzung hoch ist, ist dieser bei letzteren noch sehr niedrig ausgeprägt. Dies ist insbesondere deswegen wichtig, weil höherschwellige Angebote häufig die größeren Teilhabechancen eröffnen. Im Sinne einer inklusiven Digitalisierungspolitik wie auch in medienpädagogischen Angeboten sollte dies daher künftig stärkere Beachtung finden.

Welchen Nutzen bietet mir das Internet und welche Anwendungen habe ich genutzt? (Grafik 27)

299 Senioren befragt im Zeitraum Juli 2016 bis April 2017

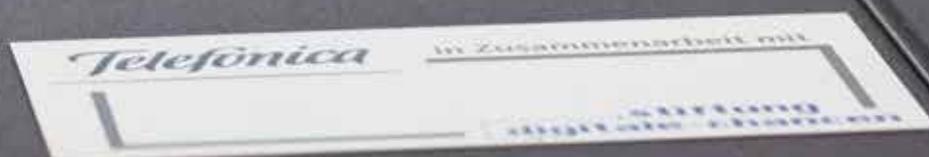


Zwischen dem, was Senioren sich vom Internet erhoffen, und dem, was sie online tatsächlich unternehmen, klafft teilweise eine Lücke.



„Wir möchten uns ganz herzlich bedanken, dass wir dieses Gerät zum Probieren bekommen haben. Wir haben das alle genutzt und haben *vieles gelernt*. Das war ganz große Klasse.“

Bewohnerin einer Seniorenresidenz in Berlin, 89 Jahre



Lessons Learned

Was aus dem Nutzungsverhalten folgt_

Der detaillierte Blick auf das Internet-Verhalten von 300 Senioren macht deutlich: Das Internet bietet insbesondere auch älteren Menschen viele Chancen und Möglichkeiten. Um mehr Älteren den Weg in die digitale Welt zu erleichtern, sind genaues Hinschauen und gezielte Angebote notwendig. Die zentralen Befunde und Schlussfolgerungen dieser Studie:



01

Das Alter beeinflusst die Nutzungsinhalte nicht direkt

Wie bereits bei anderen Studien zur Internetnutzung von Senioren, wurden auch bei der vorliegenden Studie die Teilnehmenden in Altersgruppen eingeteilt – und zwar detaillierter als bisher üblich. Neben 14 Personen unter 60 Jahren haben wir hauptsächlich ab dem 60. Lebensjahr erhoben, ob und wofür das Internet konkret genutzt wird. Dabei hat sich gezeigt, dass das Alter keinen direkten Hinweis auf das Nutzungsverhalten der Senioren gibt. Alle Anwendungen wurden von Teilnehmenden aller Altersgruppen in Anspruch genommen – von den 60- bis 69-Jährigen, bis hin zu den über 80-Jährigen. Die vorhandenen Unterschiede in der Häufigkeit der Nutzung einzelner Anwendungen begründen sich durch andere Merkmale, die zwar grundsätzlich mit dem Alter zusammenhängen, bei dem einen jedoch früher und bei anderen erst später eintreten. Dies gilt insbesondere für:

- geringere Mobilität aufgrund körperlicher Beschränkungen
- weniger soziale Kontakte (durch Todesfälle unter Verwandten und Bekannten)
- Gedächtnisprobleme
- abnehmende Risikobereitschaft

Barrieren stärker berücksichtigen

Diese Barrieren zur Internetnutzung sind – mit jeweils spezifischen Ansätzen – in unterschiedlichem Maße überwindbar.

Um die Chancen auf Erhalt der Mobilität von Senioren mithilfe digitaler Medien optimal zu nutzen und so dem Ziel der digitalen Inklusion ein Stück näher zu kommen, sind genauere Untersuchungen und Programme zur Vermittlung von Medienkompetenz notwendig.

Unsere Befunde legen zudem nahe, in künftigen Studien den Kriterienkatalog zu erweitern und zusätzlich zu demografischen Angaben, Nutzertypen und Milieus, auch die körperliche und geistige Verfassung der Befragten noch detaillierter zu erheben. Damit einher geht eine notwendige Erweiterung des Kompetenzbegriffs.

02

Das Internet unterstützt die Mobilität

Der Titel „Digital mobil im Alter“ drückt eine zweifache Fragestellung aus: Können ältere Menschen mithilfe des Internets in der analogen Welt länger und besser mobil bleiben? Inwieweit ist Mobilität in der digitalen Welt imstande, eingeschränkte körperliche Beweglichkeit zu kompensieren?

Die erste Frage können wir eindeutig bejahen. Die mobilitätsbezogenen Anwendungen – Fahrpläne ebenso wie Karten/Navigation – stehen nach der Verwendung von E-Mail ganz oben auf der Liste der genutzten Anwendungen und Apps. Besonders interessant ist, dass es keine geschlechtsbezogenen und auch keine nennenswerten Unterschiede in den Altersgruppen gibt. Frauen nutzen die Möglichkeit, sich im Internet über den öffentlichen Nahverkehr oder eine Reiseroute zu informieren, beinahe so häufig wie Männer; Menschen zwischen 70 und 79 ebenso oft wie zwischen 60 und 69 Jahren. Erst in der Altersgruppe ab 80 Jahren nimmt die Nutzung ab. Dies ist eine wichtige und zudem neue Erkenntnis – bisherige Studien haben das Mobilitätsverhalten von Senioren im Zusammenhang mit Internet-Anwendungen kaum untersucht.

Das Tablet als Gedächtnisstütze

Eine weitere wichtige Erkenntnis der Studie: Insbesondere das mobile Internet hilft beim Erhalt der Mobilität. So wird es von auffallend vielen Menschen genutzt, die



sich Gedächtnisprobleme attestieren. Auch in Interviews wurde deutlich, dass einige der Befragten sich mit dem Tablet als Navigationshilfe wieder trauten, selbständig aus dem Haus zu gehen. Wer nicht (mehr) aus dem Haus geht, hat wiederum die Möglichkeit, online Waren zu bestellen. Insofern ist das Internet durchaus geeignet, den Umgang mit Hemmnissen der physischen Mobilität zumindest teilweise zu verbessern. Wer allerdings ohnehin körperliche Einschränkungen und/oder wenige soziale Beziehungen hat, wird durch ein Tablet in der analogen Welt nicht notwendigerweise mobiler.

Altersgerechte Inhalte durch Beteiligung

Die Vermeidung von Einsamkeit und Isolation ist ein zentrales Ziel präventiver Altenarbeit. Alle Studien zur Lebensqualität älterer Menschen nennen den Kontakt mit anderen Menschen und die Mobilität im Wohnumfeld als wesentliche Bedürfnisse. Projekte zur Förderung der Teilhabe von Senioren am öffentlichen Leben sind eine Antwort darauf. Noch nicht ausgeschöpft ist in diesem Zusammenhang das Potenzial des mobilen Internets. Um ältere Menschen zunehmend an der Digitalisierung teilhaben zu lassen und auf diesem Weg ihre Mobilität zu verbessern, sollten zum einen die bestehenden Möglich-

keiten, die das mobile Internet bietet, bekannter gemacht werden. Zum anderen sollten spezifische Angebote für diese Altersgruppe noch attraktiver gestaltet werden.

Ein Beispiel dazu liefert die Beteiligung einer Gruppe Bremer Senioren aus dem Projekt „Digital mobil im Alter“. Im Rahmen des von der Europäischen Union unterstützten Projekts „Mobile Age“ hat die Gruppe mit entsprechender Betreuung einen digitalen Stadtteilführer entwickelt (<https://mobileage.ftb-esv.de/bremen>). Darin legten sie den Schwerpunkt auf (für sie) attraktive Plätze und Wege zum Spazierengehen sowie Treffs, an denen sie mit anderen Leuten in Kontakt kommen oder offene Angebote wahrnehmen können. In die Beschreibungen flossen Angaben zu seniorenspezifischen Bedürfnissen ein, etwa an welchen Plätzen es öffentliche Toiletten oder Sitzbänke gibt. Mit den geliehenen Tablets haben sie diese Plätze aufgesucht, die Informationen ermittelt und in eine Datenbank eingegeben. Eine solche Beteiligung führt zu Anwendungen, die speziell für ältere Menschen relevant sind und ist ein vielversprechender Ansatz, um Senioren für das Internet zu interessieren. Angesichts des großen Interesses an mobilitätsbezogenen Anwendungen und einer steigenden Medienkompetenz auch unter Älteren bietet eine solche Zusammenarbeit („Co-Creation“) erhebliches Potenzial für eine inklusive Digitalisierungspolitik.

03

Von niedrig- zu höher-schweligen Anwendungen_

Ein Vergleich der genutzten Anwendungen von erfahrenen und unerfahrenen Internetnutzern zeigt, dass Senioren, die noch relativ unerfahren mit digitalen Medien sind, die Eingabe persönlicher Daten eher vermeiden. Abgesehen von der E-Mail-Nutzung. Bei dieser Gruppe wird das Internet hauptsächlich zur Informationssuche, Navigation oder für Spiele genutzt. Angebote, die eine Registrierung erfordern, wie zum Beispiel Online-Shops, werden dagegen am Anfang eher gemieden. Das gleiche trifft zu auf die Möglichkeit, eigene Blogs zu erstellen. Infolgedessen lässt sich zwischen Anwendungsarten mit niedrigen und höheren Schwellen unterscheiden. In diesem Zusammenhang hat das Projekt in zweierlei Hinsicht Neuland betreten: Zum einen differenziert zu betrachten, inwieweit Senioren niedrig- bzw. höherschwellige Angebote nutzen und zum anderen diese Erkenntnisse in Verbindung zu bringen mit den erwarteten Gratifikationen.

Registrierung ist eine hohe Schwelle

Anwendungen, bei denen man ein Konto einrichten, sich registrieren und bei jeder Nutzung wieder neu anmelden muss, stellen speziell für viele ältere Menschen in mehrfacher Hinsicht ein Hemmnis dar.

Insbesondere ältere Menschen mit Gedächtnisproblemen möchten diese Art von Herausforderung und Risiko nur ungern eingehen.

Die unter Senioren weit verbreitete Nutzung von E-Mail ist zwar auch mit der Einrichtung eines Kontos verbunden, aber durch die Installation eines E-Mail-Programms auf dem eigenen Rechner, fällt die erneute Registrierung und Identifizierung weg. Die Hürde ist in diesem Fall also etwas niedriger. Außerdem scheint das Kommunikationsbedürfnis so groß zu sein, dass an dieser Stelle Mühe investiert wird, die Handhabung zu erlernen. Es hat sich außerdem gezeigt, dass Senioren das Sicherheitsrisiko von E-Mail-Programmen – im Vergleich zum Online-Banking – als relativ gering einschätzen. Warum die Schwelle bei anderen Kommunikationsdiensten, wie etwa WhatsApp, so viel höher ist, sollte genauer untersucht werden.

Die Differenz im Umgang mit niedrig- und höherschwelligen Angeboten stellt für die Vermittlung von Medienkompetenz und damit für die digitale Inklusion eine Herausforderung dar. Höherschwellige Anwendungen eröffnen in der Regel mehr Teilhabechancen – ihre Nichtnutzung verringert diese. Folglich sollten speziell für diese – in der Fachdiskussion als Transaktionen bezeichnet – Angebote die Barrieren sowie geeignete Wege der Vermittlung von Medienkompetenz genauer untersucht und erprobt werden.



04

Digitale Kompetenz braucht Selbstvertrauen

Wie lassen sich die Herausforderungen bei höherschwelligen Anwendungen wie Online-Banking und Shopping überwinden? Die Ü60-Studie des DIVSI kommt zu der Einschätzung, dass ein zentraler Unterschied zwischen der jüngeren und der älteren Generation im Umgang mit Risiken liegt. Zwar werden von beiden Gruppen Risiken bei der Nutzung derartiger Anwendungen gesehen, doch scheinen sich Jüngere eher zuzutrauen damit umgehen zu können, ohne auf die Nutzung ganz oder teilweise verzichten zu müssen. Als wesentlichen Grund dafür vermutet das DIVSI ein unterschiedlich ausgeprägtes Selbstvertrauen im Umgang mit Problemen an sich und so auch mit dem Internet (DIVSI 2016).

Wir stimmen diesen Erkenntnissen zu und sehen als weiteres Indiz dafür den im Rahmen unserer Befragung festgestellten Zusammenhang zwischen der Nutzung von Online-Shops und dem Bildungsabschluss. So geben akademisch gebildete Teilnehmende häufiger an, Waren online zu bestellen als solche ohne Hochschulabschluss. Während eines Studiums wird in der Regel die Kompetenz erworben, sich in neuen Situationen das jeweils erforderliche Wissen anzueignen und anstehende Probleme lösen zu können.

Selbstvertrauen kommt mit der Übung

Internetbezogene Angebote sollten sich dies zu eigen machen und ebenfalls einen Fokus darauf legen, das Selbstvertrauen im Umgang mit dem Internet und die Problemlösungskompetenzen der Senioren zu stärken.

Dabei gilt: Probieren geht über Studieren. So erscheint uns zentral, dass Senioren Gelegenheit bekommen, den Online-Einkauf praktisch – und mehrfach – zu üben.

Wer bisher nicht online bestellt hat, weil er Bedenken gegen die Eingabe persönlicher Daten hat, wird allerdings auch nicht in einem Kurs (an fremden Rechnern und/oder in Anwesenheit fremder Menschen) ein Online-Konto

einrichten, Waren bestellen und unter Umständen auch noch Kreditkartendaten eingeben. Diese Schwelle könnte gesenkt werden, wenn Online-Shops – wie einige Banken es bereits tun – Testkonten einrichten würden. Neben dem Einkauf sollte auch das Erkennen von Fake-Shops und Phishing-Mails sowie mögliche Reaktionen im Falle eines (versuchten) Betrugs seitens Internet-Anbietern in praktischen Übungen gelernt werden.

Erfahrungen aus den Seniorendialogen

Bewährt haben sich zudem zwei Komponenten, die bei den Seniorendialogen im Rahmen des Programms „Digital mobil im Alter“ erprobt und von den Anwesenden positiv bewertet wurden:

1. Aufklärung über vorbeugende Maßnahmen

Am Beispiel der Online-Bestellung von Waren und Dienstleistungen demonstrierten Vertreterinnen von Verbraucherzentralen wie man Phishing-Mails und Fake-Shops (Online-Anbieter von Waren, die nicht die Absicht haben, zu liefern) erkennt. Dort kamen auch Tipps wie jener zur Sprache, per Lastschrift zu zahlen, da diese widerrufbar ist.

2. Informationen zu Kundenrechten

Als sehr wirksam erwiesen sich zudem verbraucherrechtliche Hinweise. Dazu gehörten etwa Informationen zu dem generellen Rückgaberecht ohne Angabe von Gründen bei Online-Käufen. Beruhigend wirkte zudem der Hinweis, dass man sich bei rechtlichen Problemen (auch telefonisch) an die örtlichen Verbraucherzentralen wenden kann.

Insgesamt gilt: Mit technischer Unterstützung ist es insbesondere für die Überwindung der Barrieren bei höherschwelligen Angeboten nicht getan. Allerdings tut sich bei der Verknüpfung von technischer und inhaltlicher Hilfe bei bestehenden Unterstützungsangeboten eine Lücke auf: Computerclubs vermitteln meist nur technische Kompetenzen, Verbraucherzentralen dagegen vor allem verbraucherrechtliches Wissen. Eine Lösung könnte in der Entwicklung gemeinsamer Workshops liegen.

05

Die Förderung digitaler Kompetenz sollte bei Gratifikationen ansetzen_

Medien- und digitale Kompetenz sind die Schlüssel zur Verringerung der Alterslücke in der digitalen Welt. Darin sind sich Experten wie Akteure einig. Ebenso ist bekannt, dass es an der Vermittlung häufig mangelt. So hat der Digital-Index der Initiative D21 herausgefunden, dass es an institutionalisierten Bildungsangeboten weitgehend fehlt – bei einer Gruppe, die sich nur unzureichend selbst ausbilden und bei Problemen helfen kann (Initiative D21 2016). Ein Gesamtkonzept ist daher notwendig. Die Bereitschaft zur Inanspruchnahme der Bildungsangebote wird verstärkt durch Gratifikationen.

Für die Medienbildung von Senioren zählt zu den zentralen Fragen, worin digitale Kompetenzen im Einzelnen bestehen und wie diese am besten vermittelt und erworben werden können. Insbesondere für viele ältere Menschen bedeutet die Auseinandersetzung mit unbekanntem Geräten und Techniken eine große Anstrengung, die viele nur auf sich nehmen möchten, wenn sie eine bestimmte Gratifikation erwarten können.

Nach unseren Befunden wird man ältere Menschen nicht in erster Linie mit den Vorteilen eines Facebook-Accounts



motivieren können, sondern mit den Anwendungen, die hier am häufigsten genannt wurden, und den Gratifikationen, die diese ermöglichen.

Wir sind zu der Überzeugung gekommen, dass es erfolgversprechend ist, wenn Internetkurse für Senioren sich nicht auf die Nutzung bestimmter Geräte (etwa in einem Tablet-Kurs für Senioren) oder das Internet allgemein (Internet für Senioren/Einsteigerkurs) konzentrieren, sondern stattdessen auf einzelne Gratifikationen eingehen, etwa:

- Mit Familie und Freunden in Kontakt bleiben:
E-Mail / WhatsApp / Skype
- Wissen erweitern, auf dem Laufenden bleiben:
Online-Lexika / Online-Fernsehen / Zeitungen lesen
- Unterhaltung und Zeitvertreib: Online-Spiele /
Spiele-Apps

Wer erlebt, wie ein konkretes Bedürfnis befriedigt oder ein bestimmtes Ziel erreicht werden kann, ist am ehesten motiviert seine Vorurteile zu revidieren. Die Zuordnung einzelner Anwendungen zu den verschiedenen Gratifikationen (siehe Grafik 27) liefert hier eine wichtige Hilfestellung.

Ältere brauchen mehr Zeit zum Üben

Wichtig ist auch: Ältere Menschen verarbeiten in derselben Zeit weniger Informationen als jüngere und benötigen daher mehr Zeit zum Üben. Wir empfehlen daher entweder bereits die Konzeption und die Ankündigung eines Lernangebots für Senioren auf ein bis zwei Gratifikationen zuzuschneiden, oder zu Beginn des Kurses gemeinsam bestimmte Schwerpunkte entsprechend der jeweiligen Präferenzen der Teilnehmenden auszuwählen.

06

Mehr individuelle Angebote zur Unterstützung benötigt

Viele teilnehmende Senioren kamen nach eigenen Angaben ohne Probleme mit dem Tablet-PC zurecht. Fast jeder Zweite nannte in der abschließenden Befragung allerdings Schwierigkeiten bei der Tablet-Nutzung. Vom Einschalten des Geräts über die Internetverbindung bis hin zur Navigation.

Zwar wurden diese Punkte bei der Übergabe und im Begleitangebot aufgegriffen, allerdings hat sich gezeigt, dass dies für viele ältere Menschen nicht ausreicht. In den Begleitangeboten sowie bei den Antworten auf die offenen Fragen der Fragebögen wurde deutlich, dass viele ihre Schwierigkeiten nicht so erkennen und benennen können, wie dies Nutzer mit mehr Erfahrungen tun. Wir sprechen in diesem Zusammenhang von unspezifischen Orientierungsproblemen. Diese kommen in Problembeschreibungen zum Ausdruck, wie „aufwendige Suche nach dem Gewünschten“, „Irritationen, wie Dinge sinnvoll gespeichert und geordnet werden können“ oder „unerwünschte Aktivitäten wegen versehentlichen Tippens/Berührens“.

Während es für technische und anwendungsbezogene Probleme meist Lösungswege gibt, die in Handlungsempfehlungen oder seitens einer Hotline vermittelt werden können, ist die Lage bei den unspezifischen Problemen komplexer. Diese bedürfen häufig eines intensiven Dialogs.



Individuelle Hilfestellung ist gefragt

Das wiederum wirft die Frage auf: Wer kann bei solchen unspezifischen Orientierungsproblemen helfen? Auf die Frage, wie sie mit Problemen bei der Tablet-PC-Nutzung umgingen, gaben knapp 60 Prozent an, sich selbst auf die Suche nach der Lösung gemacht zu haben. Etwa jeder Zweite suchte Hilfe bei Kursleitern oder dem Personal der Einrichtung; jeder Fünfte bei anderen Teilnehmenden an dem jeweiligen Begleitangebot. Nur etwas mehr als jeder Fünfte (21 Prozent) zog einen Verwandten oder Bekannten zurate.

Daraus folgt: Es werden Unterstützungsangebote benötigt für Menschen, die nicht an einem Kurs teilnehmen oder die in ihrem Umfeld niemanden haben, den sie bei solchen Problemen kontaktieren können. Von den Befragten unserer Studie hatten lediglich rund zwei von drei Senioren Kinder und nur jeder Zweite Enkel. Doch in nur 18 bis 19 Prozent der Fälle wurden diese überhaupt um Hilfe gebeten. Auch wenn das daran liegen mag, dass es im Rahmen unserer Befragung andere Hilfsmöglichkeiten gab, gilt: Wer eine inklusive Digitalisierungspolitik gestalten will, wird um den Aufbau einer Unterstützungsinfrastruktur nicht herumkommen. Vor allem benötigt werden Sprechstunden, in denen individuelle und unspezifische Probleme im Dialog geklärt und Lösungen aufgezeigt und eingeübt werden können. Internetforen, in denen sich viele Mitglieder der jüngeren Generation Rat holen, sind für Ältere meist keine adäquate Lösung.

Bestehende Angebote ausbauen

Existierende Angebote machen vor, wie es gehen könnte: So gibt es Senioren-Computer-Clubs, Seniorentreffs und auch Wohnheime, in denen fachkundige Berater oder Ehrenamtliche Sprechstunden anbieten. In Bremen zum Beispiel besuchen Studierende der Informatik regelmäßig einen Computerclub und mehrere Seniorenheime. Bei Telefónica helfen beispielsweise in ausgewählten O₂ Shops sogenannte „Gurus“ als Experten bei Fragen rund um Technik, Smartphones, Tablets oder bei den neuesten Apps. Diese Beratung steht selbstverständlich auch kostenlos Senioren zur Verfügung, die keine Kunden bei O₂ sind. All das sind hilfreiche Ansätze. Der Bedarf ist aber weit größer. Zudem sollten ehrenamtliche Betreuer mehr inhaltliche Anleitung und Unterstützung erhalten.

Beratungsstellen auffindbar machen

Eine weitere Herausforderung ist es, solche Hilfsmöglichkeiten auch für jeden gut auffindbar zu machen. Die Stiftung Digitale Chancen bietet seit 18 Jahren einen Service, der Modell stehen könnte: Mit Unterstützung des Bundeswirtschaftsministeriums wurde – zu Zeiten, als längst nicht jeder einen Internet-Anschluss hatte – eine bundesweite Recherche nach öffentlichen Internetzugangsorten durchgeführt. 7.000 Einrichtungen, von Jugendfreizeitheimen über Bibliotheken bis zu Rathäusern, wurden erfasst und mithilfe von Postleitzahlen auffindbar gemacht. Dieses Angebot wird bis heute regelmäßig aktualisiert. Eine Erweiterung um Sprechstunden- und Beratungsangebote (die zu diesem Zweck noch recherchiert werden müssten) könnte einen wichtigen Beitrag zu einer inklusiven Digitalisierungspolitik leisten.



Ältere Menschen benötigen individuelle Unterstützung.

Fazit

Ein erfolgreiches Konzept übertragen_

Im Rahmen der Befragung von rund 300 Senioren ist es gelungen, Gründe für das Fortbestehen der Alterslücke und weitere Schwierigkeiten zu identifizieren und Informationen zu erhalten, wie man diese überwinden kann. Es konnte aufgezeigt werden, welchen Nutzen Senioren durch die Nutzung digitaler Medien haben können, sofern sie ausreichende Unterstützung auf dem Weg dorthin erhalten. Die Ergebnisse machen hinsichtlich der digitalen Integration älterer Menschen Diskussions- wie Handlungsbedarf deutlich und liefern wichtige Ansatzpunkte für eine inklusive Digitalisierungspolitik.

Technische und bedienungsbezogene Hemmnisse der Internetnutzung können mithilfe von Tablet-PCs überwunden werden – das ist ein zentraler Befund dieser Studie. Viele Teilnehmende hätten die Geräte gern behalten. Damit Senioren digitales Selbstvertrauen erlangen, brauchen diese längerfristige Schulungen und spezifische Begleitung. Solange dies fehlt, schrecken Menschen vor dem Erwerb eines eigenen Geräts häufig eher zurück.

Weitere Gründe dafür, dass viele Teilnehmende das kostenfreie Gerät geschätzt haben, sind finanzieller Natur. Immer wieder hörten wir, dass sich Menschen von ihrer Rente und vor allem von der Grundsicherung keinen Tablet-PC nebst Vertrag für den Internetzugang leisten können. Bei Senioren in Wohn- und Pflegeheimen verschärft sich die Lage häufig noch: Im Rahmen der Pflegeversicherung steht allen Leistungsempfängern ein monatliches Taschengeld (offiziell: Entlastungsbetrag) von 100 bis 125 Euro zu. Meist ist das zu wenig, um neben Dingen des täglichen Bedarfs – von Fahrgeld über Kleidung und Geschenke für Angehörige bis zu Eintrittskarten für kulturelle Veranstaltungen – auch noch ein Tablet und einen Internet-Vertrag zu finanzieren.

Die positiven Wirkungen einer Unterstützung beim Einstieg ins Internet identifiziert und nachgewiesen zu haben, ist ein zentraler Erfolg der seit 2012 bewährten Kooperation von Telefónica und der Stiftung Digitale Chancen. Gleichwohl stellt ein solches Unterfangen Akteure aus Wirtschaft, Politik, Stiftungen und Verbänden vor große Herausforderungen. Bei rund 17 Millionen Menschen über 65 Jahren in Deutschland, von denen zwei Drittel zumindest gelegentlich das Internet nutzen, sollten auch die verbleibenden 6 Millionen Menschen die Chance erhalten, den digitalen Einstieg mit einem geeigneten Gerät unter professioneller Anleitung zu versuchen. Weiterhin wären geeignete Finanzierungs- oder Unterstützungsmodelle sinnvoll für all jene, die nach einer erfolgreichen Testphase sich ein eigenes Gerät zulegen möchten.

Benötigt: inklusive Strategien

Gefragt sind inklusive Digitalisierungsstrategien auf kommunaler, Länder- und Bundesebene mit zwei Ansatzpunkten: bei Senioreneinrichtungen und bei älteren Menschen selbst. Ein Vorbild für die Unterstützung von





Ältere Menschen können davon profitieren, wenn sie stärker an die Möglichkeiten des Internets herangeführt werden.

Senioreneinrichtungen könnte das Projekt „Schulen ans Netz“ sein. Telekommunikationsunternehmen und Ministerien begannen vor mehr als 20 Jahren im Rahmen dieses Projekts, Schulen mit Internetanschlüssen und Computern auszustatten und so die Medienkompetenz von Schülern zu erhöhen. Heute steht vor allem die Ausstattung der Schulen mit Tablet-PCs auf dem Programm.

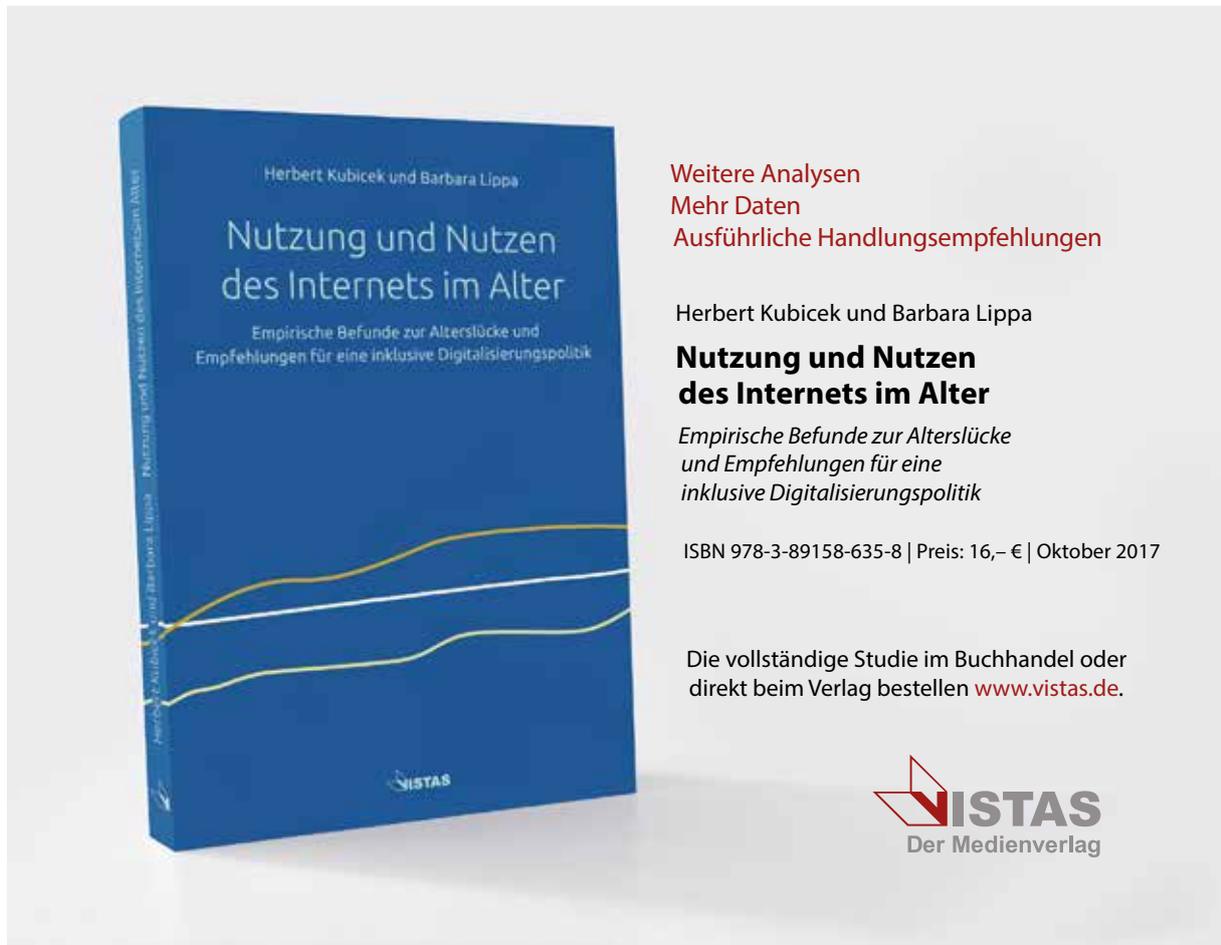
Wünschenswert wären Förderprogramme für Senioreneinrichtungen mit dem gleichen Ansatz unter dem Motto „Senioren ans Netz!“ Wenn Träger von Senioreneinrichtungen eine qualitativ gute Betreuung sowie eine ausreichende WLAN-Ausstattung sicherstellen, könnte ein Set von Leih-Tablets einen großen Schritt zur digitalen Inklusion bedeuten. Der Staat könnte sich an der Finanzierung der betreuenden Infrastruktur beteiligen.

Damit aus positiven Ersterfahrungen dauerhafte Nutzung und aktive Teilhabe an der zunehmend digitalisierten Welt werden kann, ist insbesondere angesichts einer nicht zu unterschätzenden Altersarmut ein zweites Bündel staatlicher Unterstützung notwendig. Zu prüfen ist unserer Ansicht nach in diesem Zusammenhang, Tablet-PCs in die Liste der im Rahmen der Pflegeversicherung finan-

zierten technischen Hilfsmittel einzubeziehen. Mithilfe von Tablets können für ältere Menschen Möglichkeiten geschaffen werden, wieder aktiver am öffentlichen Leben teilzuhaben. Dadurch kann eventuell der Wechsel von einer niedrigen in eine höhere – und für die Gemeinschaft teurere – Pflegestufe verhindert werden.

Ein weiteres Argument liegt in der Chance, die Tablet-PCs in der therapeutischen Arbeit bieten. So machte uns ein Pfleger darauf aufmerksam, dass Tablets auch in der Erinnerungsarbeit erfolgreich eingesetzt wurden.

Die digitale Alterslücke zu verkleinern, ist weiterhin wichtig und bietet Chancen und Möglichkeiten, nicht nur für die Senioren, sondern für die Gesellschaft allgemein. Dabei ist wichtig, dass unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen gemeinsam diese Aufgabe in die Hand nehmen, um gezielt digitale Inklusion für alle Bevölkerungsgruppen, auch für Senioren, leisten zu können. Das Beispiel von Telefónica Deutschland und der Stiftung Digitale Chancen ist hierbei sicherlich ein Baustein. Alle an der Entwicklung beteiligten und zu beteiligenden Akteure laden wir zur Diskussion der hier vorgestellten Erkenntnisse und Empfehlungen ein.



Weitere Analysen
Mehr Daten
Ausführliche Handlungsempfehlungen

Herbert Kubicek und Barbara Lipka

Nutzung und Nutzen des Internets im Alter

*Empirische Befunde zur Alterslücke
und Empfehlungen für eine
inklusive Digitalisierungspolitik*

ISBN 978-3-89158-635-8 | Preis: 16,- € | Oktober 2017

Die vollständige Studie im Buchhandel oder
direkt beim Verlag bestellen www.vistas.de.



Quellenverzeichnis

ARD-ZDF 2016

Koch, Wolfgang; Frees, Beate: Dynamische Entwicklung bei mobiler Internetnutzung, Audios und Videos. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In: Media Perspektiven 9/2016.

Kernergebnisse: www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2016/Kern-Ergebnisse_ARDZDF-Onlinestudie_2016.pdf

BITKOM 2014

Senioren in der digitalen Welt. Präsentation von Johanna Wanka, Bundesministerin für Bildung und Forschung, und Dieter Kempf, BITKOM-Präsident, Berlin 12. Dezember 2014

<https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-PIs/2014/Dezember/141212-BITKOM-Praesentation-Senioren-in-der-Digitalen-Welt-12-12-2014.pdf>

sowie Pressemitteilung: <https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-PIs/2014/Dezember/141212-BITKOM-Vortrag-Kempf-Senioren-in-der-digitalen-Welt-12-12-2014.pdf>

DIVSI 2016

Die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen in Deutschland. Eine Grundlagenstudie des SINUS-Instituts Heidelberg im Auftrag des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg, Oktober 2016: www.divsi.de/wp-content/uploads/2016/10/DIVSI-UE60-Studie.pdf

Initiative D21 2016

D21-Digital-Index 2016. Jährliches Lagebild zur digitalen Gesellschaft: <http://initiated21.de/app/uploads/2017/01/studie-d21-digital-index-2016.pdf>

Initiative D21 2001–2016

Der Verweigereratlas 2001: <http://initiated21.de/publikationen/der-verweigereratlas-2001/>

(N)Onliner Atlas 2002-2012: <http://initiated21.de/studien/D21-Digital-Index-2013-2016>, mit (N)Onliner Atlas 2013-2016: <http://initiated21.de/studien/>

DESTATIS 2016

Private Haushalte in der Informationsgesellschaft. Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien. DESTATIS. Fachserie 15, Reihe 4; Wiesbaden, Dezember 2016:

https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/EinkommenKonsumLebensbedingungen/PrivateHaushalte/PrivateHaushalteKT2150400167004.pdf?__blob=publicationFile

E-Plus und Stiftung Digitale Chancen 2014

E-Plusgruppe in Kooperation mit Stiftung Digitale Chancen (Hrsg.): Tablet PCs für Seniorinnen und Senioren. Untersuchungs- und Erfahrungsbericht 2012 – 2014. <https://www.digitale-chancen.de/tablet pcs/>

MEEDIA 2013

Schröder, Jens: Print-Analyse: der typische Spiegel-Leser (15.01.2013) <http://meedia.de/2013/01/15/print-analyse-der-typische-spiegel-leser/>

PRO SENECTUTE 2015

Seifert, Alexander und Schelling, Hans Rudolf, Institut für Gerontologie der Universität Zürich: Digitale Senioren. Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz im Jahr 2015, hrsg. v. Pro Senectute Schweiz, Mai 2015 ([Download https://www.prosenectute.ch/de/dienstleistungen/publikationen/studien/digitale-senioren.html](https://www.prosenectute.ch/de/dienstleistungen/publikationen/studien/digitale-senioren.html))

IMPRESSUM

Herausgeber

Telefónica Deutschland Holding AG
Valentina Daiber
Director Corporate Affairs
Georg-Brauchle-Ring 23–25, 80992 München

Stiftung Digitale Chancen
Jutta Croll
Vorstandsvorsitzende
Chausseestr. 15, 10115 Berlin

Verantwortlich für den Inhalt

Claudia von Bothmer
Head of Corporate Responsibility
Telefónica Deutschland Holding AG

Verantwortlicher Studienleiter

Prof. Dr. Herbert Kubicek
Wissenschaftlicher Direktor und Mitglied des Vorstands, Stiftung Digitale Chancen

Projektmanagement

Deniz Taskiran, Corporate Responsibility Manager, Telefónica Deutschland
Dorothee Jarchow, Corporate Responsibility Manager, Telefónica Deutschland
Barbara Lippa, Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Stiftung Digitale Chancen

Konzept und Design Format Design Visual Identities GmbH

Druck Reset Grafische Medien GmbH, Hamburg

Bildnachweis

Fernanda Vilela: Titel, S. 2, 7, 9, 11, 14–16, 19, 23, 27, 33, 38/39, 40, 42–44, 46 beide
Rolf Otzipka: S. 13, 47 | Quirin Leppert: S. 49



Die Broschüre „Digital mobil im Alter“ ist abrufbar unter:

www.telefonica.de/studie-internetnutzung-senioren

www.digitale-chancen.de/tabletpcs

Telefónica | O₂

Telefónica Deutschland Holding AG

Georg-Brauchle-Ring 23–25

80992 München

www.telefonica.de

stiftung
digitale-chancen

Stiftung Digitale Chancen

Chausseestr. 15

10115 Berlin

www.digitale-chancen.de