

ARD/ZDF-Offline-Studie 2000

## → Nichtnutzer von Online: Zugangsbarrieren bleiben bestehen

Von *Andreas Grajczyk\** und *Annette Mende\*\**

**Trotz sinkender Tendenz sind immer noch über 70 % der Erwachsenen offline**

Die Ausbreitung des Internets geht in Deutschland mit (fast) unverminderter Geschwindigkeit weiter. Mittlerweile nutzen 28,6 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren zumindest gelegentlich das Internet. Die Zahl der sogenannten Offliner, die 1999 erstmals in einer eigenen Untersuchung der ARD-/ZDF-Projektgruppe Multimedia betrachtet wurde (1), nimmt rasch ab, wenngleich sie auch im Jahr 2000 noch deutlich die der Mehrheit der Bundesbürger darstellen.

**ARD/ZDF-Offline-Studie 2000 ermittelt Zugangsbarrieren zum Internet**

Die vorliegende Studie versteht sich wie im Vorjahr als Komplementärstudie zur ARD/ZDF-Online-Studie (vgl. dazu den Beitrag von Birgit van Eimeren und Heinz Gerhard in diesem Heft). Die Offlineuntersuchung liefert wichtige Hinweise, welche Vorbehalte die Nichtnutzer gegenüber dem Medium Internet haben, wie sich individuelle Zugangsbarrieren manifestieren und mit welchen Maßnahmen diese Barrieren möglicherweise überwunden werden können.

### PC-/Computernutzung

Ungeachtet der Diskussionen um die Konvergenz verschiedener Medien und um zukünftige technische Entwicklungen stellt der PC für die meisten Nutzer weiterhin die technische Basis für den Internetzugang dar. Insgesamt gehen über 90 Prozent der deutschen Internetnutzer PC-gestützt ins World Wide Web. Andere Zugangswege, wie etwa das TV-Gerät, stellen derzeit noch eine Randgröße dar.

**Gewachsener Anteil der Offliner hat keinen PC**

Verwendeten im Jahr 1999 insgesamt 44 Prozent der Offliner einen PC in ihrem beruflichen Alltag oder privat, so ist dieser Wert im Jahr 2000 auf 40 Prozent gesunken. Wird hier nach Altersgruppen differenziert, lässt sich in der Gruppe der 14- bis 39-Jährigen eine Zunahme der PC-Nutzung von 65 auf 70 Prozent feststellen, während sie bei den 40- bis 59-Jährigen von 55 auf 49 Prozent und bei den ab 60-Jährigen von 11 auf 7 Prozent sinkt. Ein differenzierender Blick auf die formalen Bildungsgruppen zeigt bei den Offlinern mit Abitur/Studium eine starke Abnahme der PC-Nutzer von 73 auf 54 Prozent; bei den Offlinern mit Volksschulbildung nimmt der Anteil der PC-Nutzer hingegen von 24 Prozent auf 27 Prozent zu.

19 Prozent der gegenwärtig keinen PC nutzenden Offliner (60 % der Offliner) haben früher einen PC genutzt, dabei 14 Prozent nur beruflich. Bei 4 Prozent besteht momentan kein Interesse mehr an Computern.

Zwar sinkt der Anteil der PC-Nutzer unter den Offlinern von 44 auf 40 Prozent, dafür nimmt unter den Nicht-PC-Nutzern der Anteil der Personen, die in nächster Zeit bestimmt bzw. wahrscheinlich privat einen PC anschaffen wollen, von 11 auf 13 Prozent leicht zu. Wie im Vorjahr sind erhebliche Unterschiede zwischen den Generationen erkennbar (in Klammern die Vorjahreswerte): 39 Prozent (31 %) der 14- bis 39-Jährigen, 15 Prozent (8 %) der 40- bis 59-Jährigen und 5 Prozent (3 %) der ab 60-Jährigen planen den Kauf eines PC. Unterschiede sind auch zwischen den Geschlechtern feststellbar: 16 Prozent (10 %) der Männer und 11 Prozent (11 %) der Frauen wollen bestimmt/wahrscheinlich demnächst einen PC kaufen (vgl. Tabelle 1).

**Interesse an PC-Kauf nach soziodemographischen Gruppen verschieden**

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

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

„Computer wird angeschafft“	Alter in Jahren			gesamt
	14-39	40-59	60 u. älter	
ganz bestimmt	8	9	2	5
wahrscheinlich	31	6	3	8
wahrscheinlich nicht	20	10	8	10
bestimmt nicht	40	75	88	77

1) Teilgruppe: Befragte, die zur Zeit keinen PC nutzen (n=260); davon 14-39 Jahre: n=66; 40-59 Jahre: n=91; über 60 Jahre: n=105.  
Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

Der weitaus größte Teil derer, die das Internet nicht nutzen (87 %) will sich jedoch wie im Vorjahr keinen Computer zulegen. Die meisten Nichtnutzer benötigen weder beruflich noch privat einen Computer oder können sich einfach nicht vorstellen, wofür sie zu Hause einen PC brauchen könnten. Hinzu kommen finanzielle Barrieren, die Befürchtung, soziale Kontakte könnten durch die Computernutzung beeinträchtigt werden und auch, bei den weiblichen und den älteren Offlinern stärker ausgeprägt, Zweifel an der eigenen Kompetenz, mit einem PC umgehen zu können.

**87% der Offliner ohne PC wollen keinen Computer anschaffen**

Wenn ein großer Teil der Offliner sich nicht vorstellen kann, wofür sie den PC zu Hause nutzen können, so bleibt festzuhalten, dass hier auch das Internet in seiner gesamten Funktionalität noch nicht als persönlicher Gewinn erkannt wurde, der die Anschaffung eines Computers rechtfertigt (vgl. Tabelle 2).

### Ansichten zu Online und Internet

Bei der Ausweisung der Ansichten zu Internet und Online wurde wie bei der letzten Erhebung eine Differenzierung zwischen Offlinern, die (nach eigener Einschätzung) keine Vorstellung vom Internet haben (17 % der Gesamtbevölkerung) und Offlinern, die früher schon im Internet waren oder eine Vorstellung davon haben (54 % der Gesamtbevölkerung, davon 9 % ehemalige Internetnutzer), vorgenommen. Wie auch in der Vorgängerstudie haben die jüngeren und formal besser ausgebildeten Nichtnutzer in einem größerem Umfang Vorstellungen vom Internet (vgl. Tabelle 3).

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

\* SWR-Medienforschung, ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia;  
\*\* ORB-Medienforschung, ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia.

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

in %

Ablehnungsgründe	„trifft voll und ganz/ weitgehend zu“
Brauche weder beruflich noch privat einen PC	88
Weiß nicht, wozu ich zu Hause einen PC brauche	83
Keine Zeit/Lust, mich mit einem PC zu beschäftigen	69
PCs sind zu teuer	48
Durch PC-Nutzung werden soziale Kontakte vernachlässigt	47
Traue mir nicht zu, einen PC zu bedienen	43
Halte PCs für gesundheitsschädlich	32
Lehne grundsätzlich alles ab, was mit PCs zu tun hat	27
PCs am Arbeitsplatz genügen mir	25

1) Teilgruppe: Befragte, die sich wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht einen Computer anschaffen werden (n=215).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

### Knapp ein Viertel aller Offliner (17 % der Bevölkerung) will Internetanschluss

Von den Nichtnutzern, die schon früher Interneterfahrung gesammelt haben bzw. eine Vorstellung vom Medium haben, wollen sich 32 Prozent (17 % der Gesamtbevölkerung bzw. 24 % aller Offliner) in nächster Zukunft ganz bestimmt bzw. wahrscheinlich einen privaten Internetanschluss zulegen. Betrachtet man diese 17 Prozent Anschlusswilligen als wahrscheinliches Internetpotential und rechnet sie zu den derzeit 28,6 Prozent Onlinenutzern hinzu, könnte die Internetnutzerschaft schon in naher Zukunft bei knapp 45 Prozent liegen.

Bei den Offlinern, die demnächst ganz bestimmt bzw. wahrscheinlich über einen privaten Internetzugang verfügen, werden vor allem der Zugang zu vielen interessanten Informationen, der Wunsch, den Umgang mit dem Internet zu erlernen und die Faszination der vielen Möglichkeiten als Motive für den zukünftigen Anschluss genannt. Darüber hinaus wird der Wunsch nach Kommunikation per E-Mail sowie die Tatsache, dass das In-

ternet auch im Bewusstsein der Offliner Teil der Medienlandschaft geworden ist, deutlich (vgl. Abbildung 1).

Ein Vergleich mit den Ergebnissen der ARD/ZDF-Online-Studie 2000 zeigt, dass die Anschlussmotive der Onliner gewisse Parallelen zu den Motiven der Offliner aufweisen. Auch hier dominiert die Möglichkeit, über das Internet an interessante Informationen zu gelangen, gefolgt von der Faszination der Möglichkeiten und dem Wunsch, über E-Mail zu kommunizieren.

Von den Offlinern, die früher online waren oder eine Vorstellung vom Internet haben, wollen sich insgesamt 68 Prozent wahrscheinlich bzw. ganz bestimmt in nächster Zukunft keinen Internetanschluss zulegen (37 % der Gesamtbevölkerung), davon 54 Prozent ganz bestimmt nicht (29 % der Gesamtbevölkerung). Der Anteil der besonders entschiedenen Ablehner ist wie im Vorjahr also groß.

**Mehr als ein Drittel der Bevölkerung lehnt Onlineanschluss für die nächste Zukunft ab**

Angesichts des knappen Drittels der Gesamtbevölkerung, die ganz bestimmt in nächster Zukunft nicht online sein wollen, zeichnet sich hier deutlich eine Spaltung der Gesellschaft in Onliner (Zukunftsprognose wie dargelegt knapp 45 %) und entschiedene Ablehner ab. Besonders hoch ist die Zahl der Nicht-Anschlusswilligen unter älteren Menschen. 65 Prozent der 40- bis 59-Jährigen und 90 Prozent der ab 60-Jährigen, die früher das Internet genutzt haben oder eine Vorstellung davon haben, wollen sich wahrscheinlich oder ganz bestimmt nicht in nächster Zukunft ans Internet anschließen. Diejenigen ohne Erfahrung oder Vorstellung vom Internet sind hier nicht eingerechnet, müssten aber vermutlich eher zu den Nicht-Anschlussbereiten gezählt werden. Hier bestätigt sich die schon an anderer Stelle aufgestellte These von der „medialen Klassengesellschaft“: „Unterstellt man die von manchen Prognosen angenommene Entwicklungsgeschwindigkeit im Bereich der Me-

**Droht „mediale Klassengesellschaft“?**

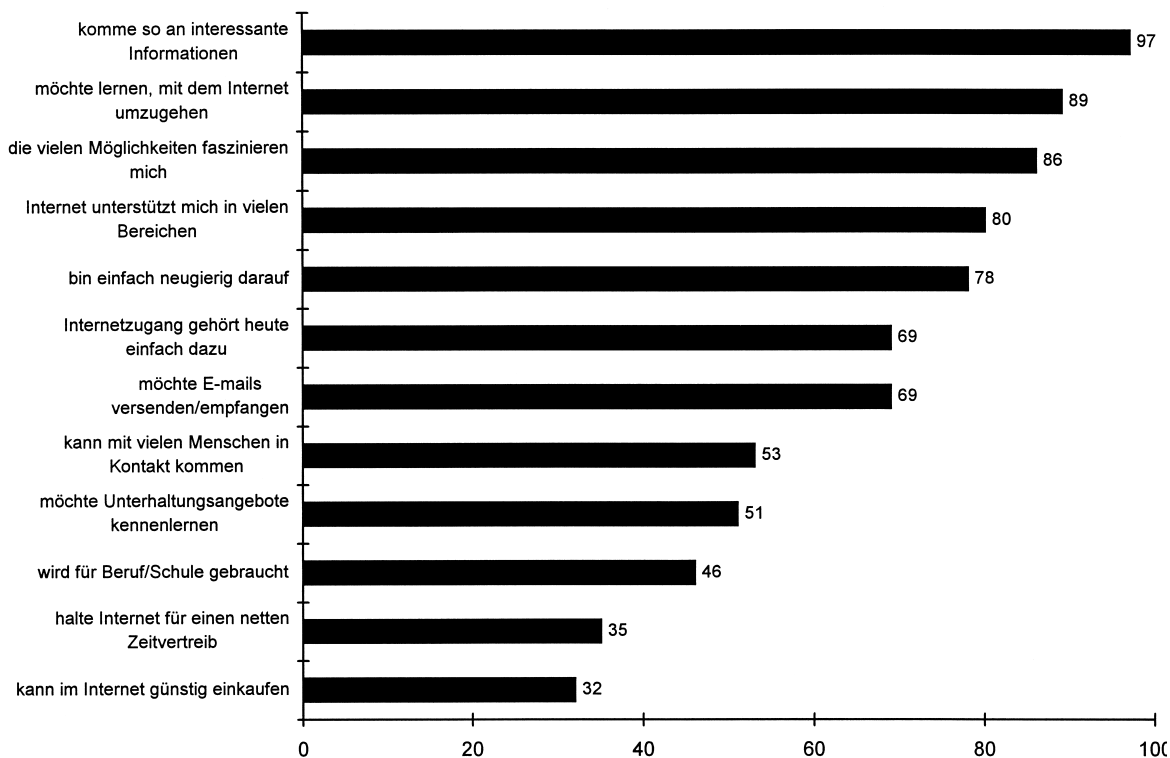
## ③ Struktur der Bevölkerungsgruppe der Offliner

in %

	Bevölkerung gesamt		Pers. ohne Onlinenutzung (Offliner) 2000	
	1999	2000	gesamt	Teilgruppe mit Erfahrungen/ Vorstellungen vom Internet
Personen ohne Onlinenutzung	82	71	100	
davon: früher genutzt	9	6	9	
noch nie genutzt	73	65	91	
Personen, die Online noch nie genutzt haben				
davon: mit Vorstellung vom Internet	50	48	67	
ohne Vorstellung vom Internet	23	17	24	
Offliner mit früherer Onlinenutzung oder Vorstellung vom Internet	59	54	76	100
davon: Anschaffung eines Internetzugangs geplant				
ganz bestimmt	5	7	10	13
wahrscheinlich	9	10	14	19
wahrscheinlich nicht	9	8	11	14
ganz bestimmt nicht	35	29	41	54

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

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



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich bestimmt/wahrscheinlich einen Internetzugang anschaffen werden (n=152).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

dien, radikale technische Umbrüche schon im ersten Jahrzehnt nach der Jahrtausendwende, so wird die bundesdeutsche Gesellschaft zukünftig eine bis dahin nicht gekannte (zusätzliche) mediale Bruchlinie aufweisen: Die zwischen denen der älteren Generation, die die neuen Technologien und Medien mit Gewinn für sich nutzen und denen, die auf Grund mangelnden Wissens, psychologischer Barrieren oder fehlender Hardware der Entwicklung nicht folgen können.“(2)

**Gründe, sich keinen Internetanschluss zuzulegen**

Was sind nun für die Offliner konkret die Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen? Eine großer Teil der befragten Offliner (93%) hält das Informations- und Unterhaltungsangebot der klassischen Medien (Presse, Radio und Fernsehen) für ausreichend. Eine hohe Unterstützung erhalten auch die Statements „Ich brauche das Internet weder beruflich noch privat“ und „Falls ich das Internet brauche, kann ich andere darum bitten.“ Das Kostenargument ist im Vergleich zum Vorjahr etwas weniger stark ausgeprägt, spielt aber nach wie vor eine wichtige Rolle. Besonders bei älteren

Offlinern existiert ferner nach wie vor die Befürchtung, mit dem Internet nicht umgehen zu können. Diese Furcht stellt für viele sicher eine massive Zuwendungsbarriere dar, die es insbesondere auch von öffentlich-rechtlicher Seite abzubauen gilt (vgl. Abbildung 2).

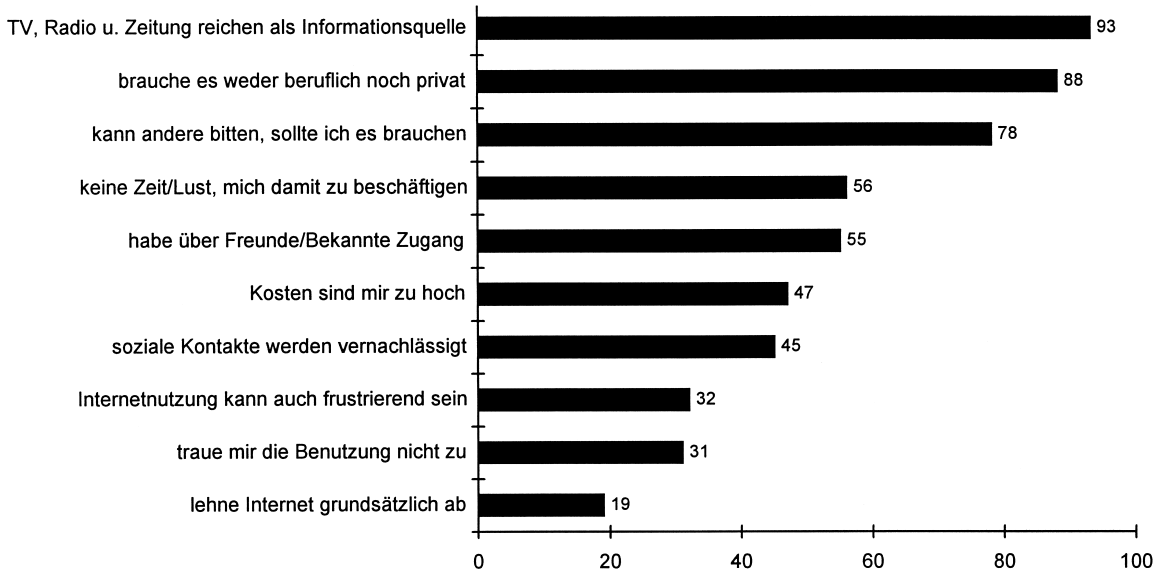
**Generelle Ansichten zu Entwicklung und Konsequenzen des Internets**

Für die Offliner wird das Internet gleichwohl immer mehr zur Normalität in der Medienlandschaft. Nach Meinung derjenigen, die entweder früher online waren oder aber zumindest eine Vorstellung vom Internet haben, wird sich das Internet ebenso in der Gesellschaft etablieren wie die mittlerweile klassischen Medien Fernsehen, Hörfunk und Print. War man sich über diese Zukunftsperspektive des Internets im vergangenen Jahr schon weitgehend einig (90% stimmten damals dieser Prognose zu), so hat es hier gegenüber dem Vorjahr noch einen leichten Zuwachs (auf 93%) gegeben (vgl. Abbildung 3).

Korrespondierend mit dieser auch von den Offlinern unbestrittenen Entwicklungsperspektive des Internets vom Minderheitenmedium hin zum Massenmedium hat die Zahl derjenigen abgenommen (von 38% auf 34%), die meinen, dass die meisten Menschen die neuen Internet-Informationsmöglich-

**Auch Offliner rechnen mit Etablierung des Internets**

**Abb. 2 Offliner<sup>1)</sup>: Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen**  
*"trifft voll und ganz/weitgehend zu", in %*

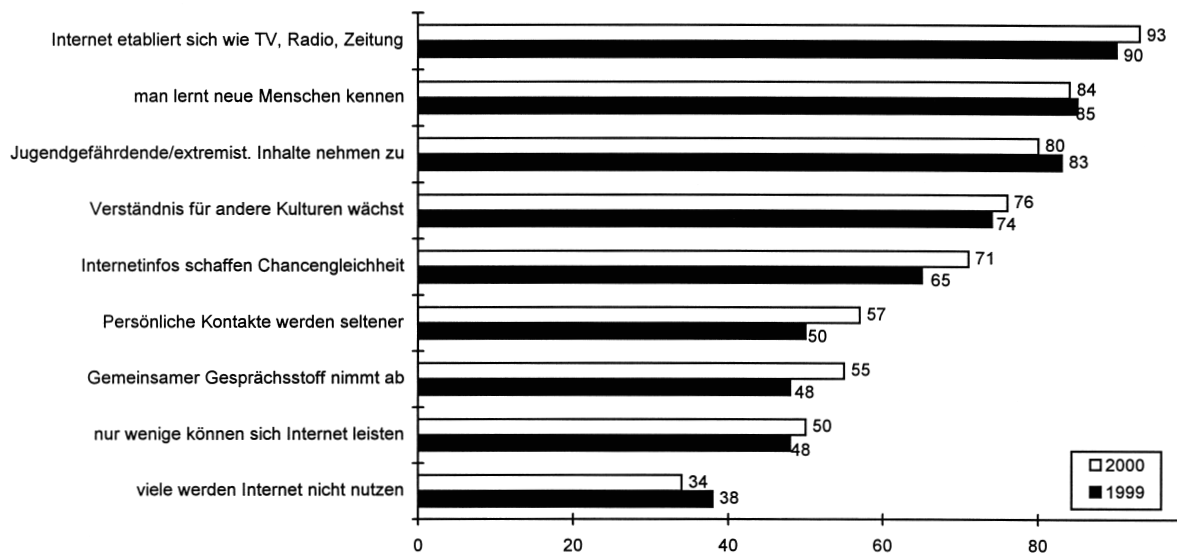


1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht einen Internetzugang anschaffen werden (n=272).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

**Abb. 3 Offliner<sup>1)</sup>: Meinungen zu Konsequenzen der Onlineverbreitung**  
*"trifft voll und ganz/weitgehend zu", in %*



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=407).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

keiten nicht nutzen werden. Auch für Nichtnutzer wird das Internet zu einem „angesagten“ modernen Medium. Es gehört zunehmend zum Standard medialer Ausstattung.

Gruppe sehr häufig anzutreffende Meinung, dass nur wenige finanziell in der Lage sein werden, sich die neuen Internet-Informationsangebote zu leisten, äußerst problematisch. Die Zahl derjenigen, die in den finanziellen Belastungen eine wichtige

**Unverändert sehen viele Offliner Kostenfaktor als Hürde**

Vor diesem Hintergrund der auch von den Offlinern erfolgten und akzeptierten Bedeutungszuweisung an das Internet ist die gerade in dieser

Hürde für die massenhafte Durchsetzung des Internets sehen, ist unvermindert hoch und sogar noch leicht gestiegen (von 48 auf 50 %).

Wenn heute auch bei denen, die (noch) nicht zum Nutzerkreis des Internets gehören, unbestritten ist, dass sich das Internet zu einem Kernmedium der Gesellschaft entwickeln wird, zugleich aber von immerhin jedem Zweiten in den Kosten eine Hürde vermutet wird, dann spiegeln sich hier vermutlich mindestens zwei unterschiedliche Faktoren: Einerseits verheißt die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen absehbar keine Zuwächse in den Einkommen, die ohne weiteres in das neue Medium investiert werden könnten. Außerdem wird mit der Digitalisierung des Fernsehens und der Zunahme des Pay-TV das Medienbudget der Haushalte ohnehin steigen müssen und die Konkurrenz der verschiedenen Medien um eben dieses nicht unbegrenzte Budget wird weiter zunehmen.

**Mehr Offliner sehen Möglichkeit größerer Chancengleichheit durch Internet**

Die Beurteilung der Konsequenzen, die die Entwicklungen des Internets mit sich bringen werden, fällt bei den Offlinern sehr differenziert aus. Sowohl die im Internet liegenden Chancen als auch die damit verbundenen Gefährdungen werden relativ nüchtern und sachlich eingeschätzt. Auf der Habenseite des neuen Mediums stehen für die übergroße Mehrheit neuartige kommunikative Möglichkeiten sowie eine Verbesserung der Chancengleichheit durch universelle Informationsmöglichkeiten. Im Vergleich mit den Ergebnissen des Vorjahres ist die Überzeugung weiter gewachsen, dass durch den über die Onlinedienste ermöglichten gleichen Zugang für alle zu den Informationsangeboten eine größere Chancengleichheit in der Gesellschaft gegeben ist.

**Aber auch Ängste vor Fehlentwicklungen werden 2000 stärker artikuliert**

Aber auch die mit dem Internet verbundenen Ängste vor Fehlentwicklungen in den sozialen Beziehungen werden gegenüber dem Vorjahr stärker artikuliert. Gewachsen ist die Sorge, dass durch das Internet die persönlichen Kontakte der Menschen zurückgehen werden (von 50 % auf 57 %). Auch die gemeinsame Kommunikation sieht man verarmen, weil durch die stärker individualisierte Informationsaufnahme und die damit verbundene stark individuell geprägte Selektion der Inhalte gemeinsame Themen rarer und eine interpersonelle Kommunikation schwieriger werden (von 48 % auf 55 %).

Diese mit der Entwicklung des Internets einhergehenden Befürchtungen betreffen vor allem das soziale Umfeld der Menschen. Dass hier – im Vergleich zu 1999 – gerade die Sorgen und Ängste größer geworden sind, basiert möglicherweise auch auf eigenen Erfahrungen im persönlichen Umfeld dieser Gruppe.

Der Angst vor geringer werdenden sozialen Kontakten und Kommunikationsmöglichkeiten in den direkten Beziehungen der Menschen steht an-

dererseits die Wertschätzung des Internets in seiner globalen Bedeutung und Ausprägung gegenüber. 84 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass man durch das Internet mit Menschen in Kontakt kommt, die man sonst nicht kennen lernen würde. 76 Prozent sehen durch das Internet das Verständnis für Menschen aus anderen Ländern und Kulturen wachsen (vgl. Abbildung 3).

Die Beurteilung der mit dem Internet verbundenen Entwicklungsmöglichkeiten differiert zum Teil in Abhängigkeit von Alter und Bildung der Befragten. Interessant aber ist, dass die grundsätzliche Entwicklungsperspektive des Internets von allen soziodemographischen Gruppen ähnlich eingeschätzt wird. An der Etablierung des Internets als dritter medialer Säule in der Gesellschaft besteht in keiner der Gruppen Zweifel. Deutliche Unterschiede existieren aber in der Beurteilung der finanziellen Belastungen durch das Internet sowie seiner Konsequenzen für das Miteinander der Menschen. Besonders ältere Menschen, Menschen mit geringer formaler Bildung sowie Menschen aus den neuen Bundesländern äußern starke Zweifel daran, ob alle Bevölkerungsgruppen in der Lage sein werden, sich die neuen Internetangebote zu leisten. Die mit der Entwicklung des Internets verbundenen Befürchtungen hinsichtlich negativer Effekte auf die direkten persönlichen Beziehungen werden vor allem von älteren Menschen geäußert.

**Vergleich der Einstellungen von Offlinern und Onlinern**

In der allgemeinen Einschätzung der Bedeutung und der Perspektiven des neuen Onlinemediums gehen die Meinungen der Nichtnutzer und der Nutzer zum Teil erheblich auseinander. Einig sind sich beide Gruppen in der Einschätzung des Internets als Medium der Zukunft, fest etabliert neben Hörfunk, Fernsehen und Print.

Ansonsten ist bei den Onlinern die Sichtweise sehr viel nüchterner und sachlicher als bei den Offlinern. Vor dem eigenen Erfahrungshintergrund hat man ein realistischeres Bild von den im Internet liegenden Potentialen. Onlinenutzer sind sowohl in der Bewertung der positiven Effekte des Internets als auch in der Einschätzung negativer Trends deutlich verhaltener als Nichtnutzer. 64 Prozent der Onliner sehen eine größere Chancengleichheit durch die Informationsmöglichkeiten des Internets (gegenüber 71 % der Offliner). Das Kennen lernen neuer Menschen über das Internet erwarten 74 Prozent der Onliner (gegenüber 84 % der Offliner), von einem gewachsenen Verständnis für Menschen aus anderen Kulturkreisen gehen 64 Prozent der Internetnutzer, aber 76 Prozent der Nichtnutzer aus.

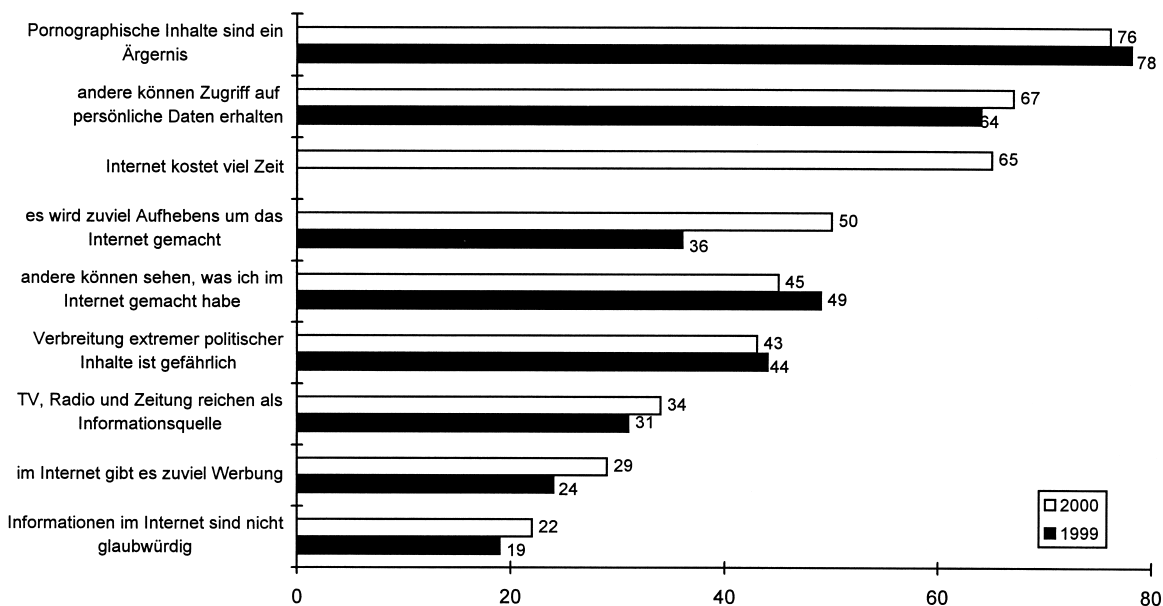
Mögliche negative Entwicklungen werden von den Internetnutzern weniger stark problematisiert. Weniger als die Hälfte sind der Meinung, dass die persönlichen Kontakte durch das Internet geringer würden (gegenüber 57 % der Nichtnutzer). Die Sorge, dass sich der Gesprächsstoff zwischen den Menschen reduziere, teilen nur 30 Prozent (gegenüber 55 % der Nichtnutzer).

**Soziodemographische Kriterien spielen bei Internet-einschätzung eine Rolle**

**Einschätzungen von On- und Offlinern differieren zum Teil beträchtlich**

**Onliner urteilen verhaltener**

**Abb. 4 Offliner<sup>1)</sup>: Einstellungen zum Internet**  
*"trifft voll und ganz/weitgehend zu", in %*



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=407).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

**Größter Unterschied: Für Offliner spielen finanzielle Hürden größere Rolle**

Den deutlichsten Unterschied zwischen beiden Gruppen aber gibt es bei der Einschätzung der finanziellen Belastungen durch das Internet. So ist nur ein Viertel der Onliner der Meinung (gegenüber der Hälfte bei den Nichtnutzern), dass nur wenige Menschen in der Lage sein werden, sich die neuen Internetangebote zu leisten.

**Allgemeine Bewertung der Internetangebote durch Offliner**

**Offliner halten bestimmte Inhalte für gefährlich und sehen Schutz persönlicher Daten bedroht**

Große Unsicherheiten und Vorbehalte gibt es bei den Nichtnutzern in der Bewertung der konkreten Inhalte des Internets sowie des Schutzes persönlicher Daten (vgl. Abbildung 4). Insbesondere die Verbreitung pornographischer sowie extremistischer und jugendgefährdender Inhalte sehen sie mit Sorge. Ähnlich manifest sind auch Befürchtungen, dass durch das Internet persönliche Daten nicht mehr ausreichend geschützt sind. Die Vorstellungen, hier ungewollt ein Stück der persönlichen Anonymität zu verlieren und Informations- und Bedürfnisstrukturen für andere transparent werden zu lassen, sind nach wie vor stark verbreitet. Das Internet wird als etwas angesehen, das sich der allgemeinen Kontrolle entzieht. Dieses Unkontrollierbare wird als eher gefährlich und beängstigend erlebt.

auch ein Grund dafür, dass das Internet von den Offlinern zunehmend als ein professionelles Komplementärmedium zu den tradierten Medien wahrgenommen wird.

Bereits heute ist eine deutliche Mehrheit der Offliner (zwei Drittel) der Meinung, dass die Angebote in Fernsehen, Radio und Zeitung als alleinige Informationsquellen nicht mehr ausreichen. Insbesondere die unter 40-jährigen halten allein die herkömmlichen Informationsmedien schon heute für nicht hinreichend.

Einig sind sich die Offliner darin, dass das Internet viel Zeit kostet. In dieser Sorge um Verlust an Zeit spiegeln sich wohl vor allem die erwarteten Anfangsschwierigkeiten, der vermutete komplizierte technische Gebrauch sowie die fehlenden Nutzungsroutinen wider. Durch die Vertrautheit mit dem neuen Medium und das Erlernen geeigneter Navigations- und Suchstrategien würde sich auch für diese Gruppe Zeitökonomie um- und durchsetzen.

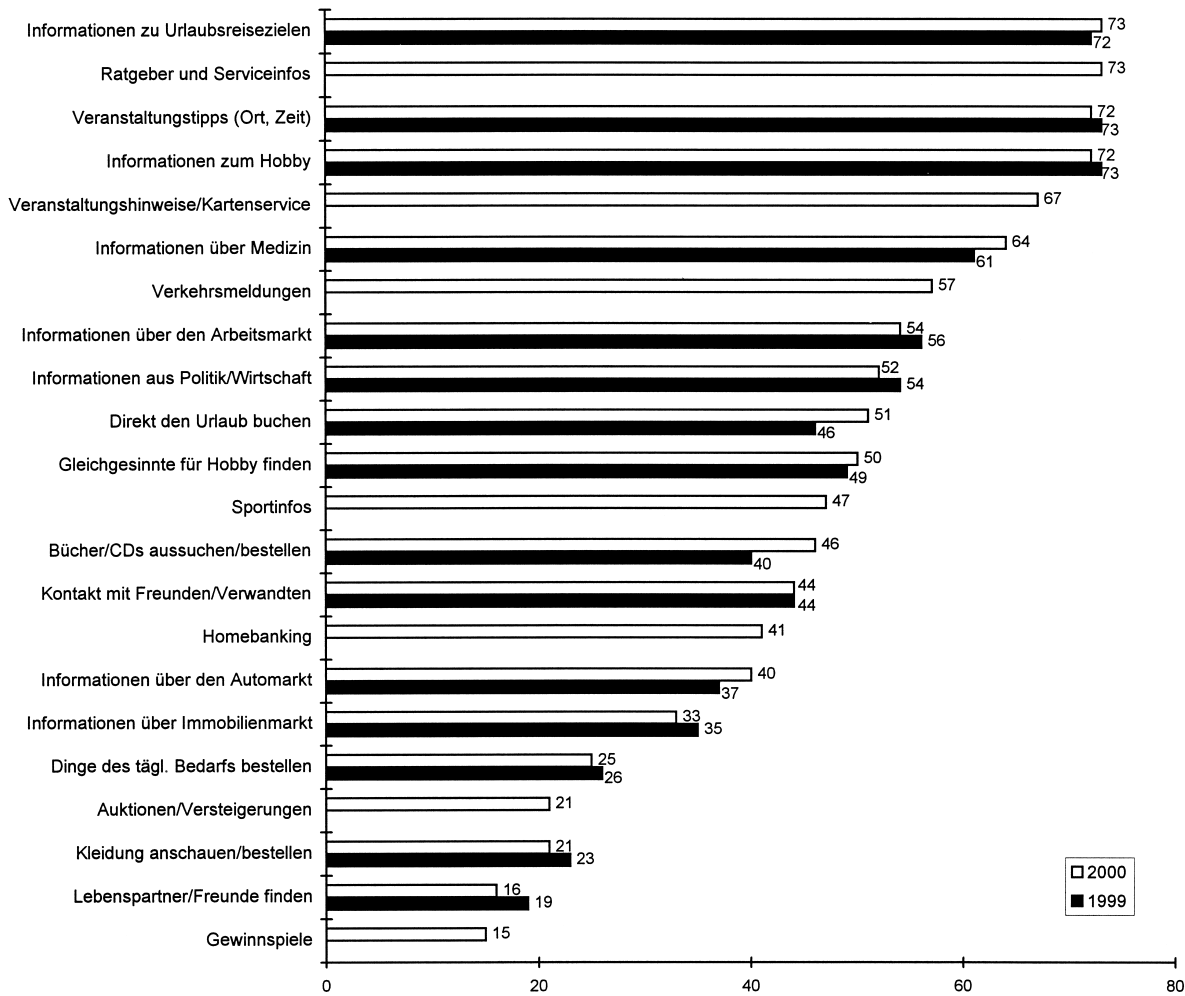
Bei aller Ambivalenz und allen Vorbehalten, die artikuliert werden, zeigen die Offliner keine ausschließlich negativ gefärbte Haltung zum Internet. Auch für die Offliner ist Aufgeschlossenheit gegenüber dem Internet und ein im Grundsatz positives Urteil charakteristisch. Dies schlägt sich auch

**Insgesamt zeigen Offliner keine negative Haltung zum Internet**

**Zwei Drittel halten Informationen im Internet für glaubwürdig**

Grundsätzlich positiv stehen die Offliner den Informationsangeboten im Internet gegenüber. Die übergroße Mehrheit hält die im Internet verbreiteten Informationen für glaubwürdig. In dieser Wertschätzung des Internets als einem seriösen und vertrauenswürdigen Informationsanbieter liegt

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



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=407).  
 Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).  
 Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

darin nieder, dass fast alle glauben, dass seine Bedeutung weiter steigen wird. Zugleich sind sich aber die Offliner auch darin weitgehend einig, dass die anderen Medien neben dem Internet unverändert weiterbestehen werden (92%). In dieser Hinsicht sind die Offliner optimistischer als die Onliner, von denen nur 82 Prozent glauben, dass die traditionellen Medien unverändert weiterexistieren werden.

**Interesse der Offliner an Angeboten im Internet**

Wo liegen für die Nichtnutzer von Online die Attraktivitätspotentiale, die im besten Fall sogar ausschlaggebend für die Installation eines eigenen Internetanschlusses sein könnten? Am stärksten sind die Offliner an Informationen rund um die Freizeit interessiert. Informationen über Urlaubs- und Reiseziele (73%), Ratgeber- und Serviceinformationen

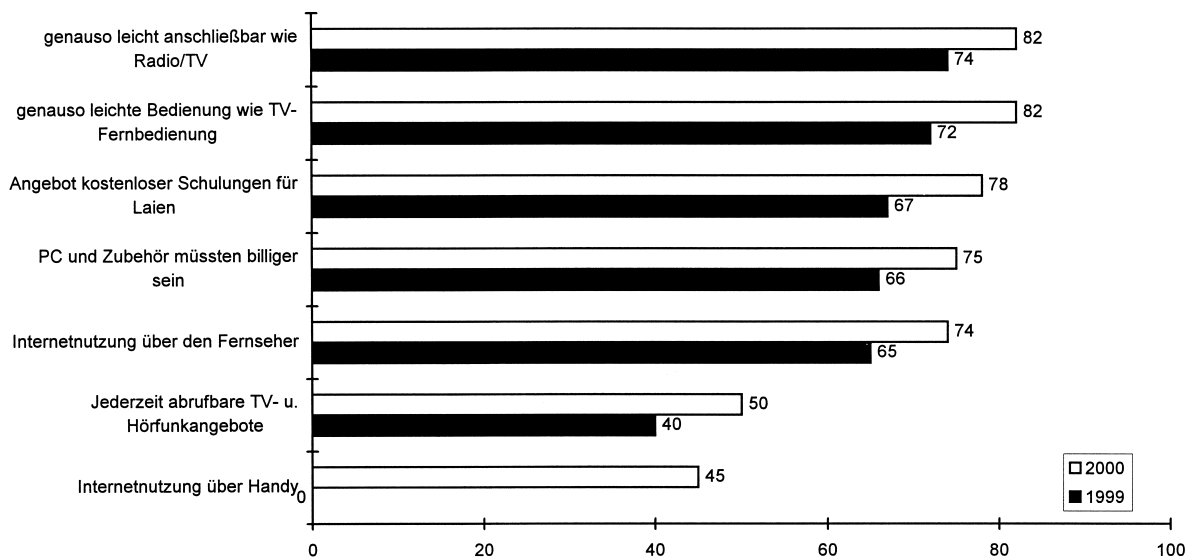
(73%), Veranstaltungshinweise (72%) sowie zielgerichtete Informationen zum eigenen Hobby (72%) stehen auf der Interessenskala ganz oben.

Weniger interessant hingegen scheinen die verschiedenen Möglichkeiten des E-Commerce zu sein. Am Kauf von Büchern, CDs und Kleidung oder der Realisierung des täglichen Einkaufs via Internet besteht ein nur mäßiges Interesse. Auch die Möglichkeiten des Internets für die persönliche Kommunikation werden von dieser Gruppe eher gering geschätzt (vgl. Abbildung 5).

Im Vergleich mit den Ergebnissen des Vorjahres hat sich hier wenig verändert. Im Mittelpunkt des Interesse standen auch damals Onlineangebote, die die direkte Lebenswelt der potentiellen Nutzer betrafen, was durchaus plausibel ist, weil man sich den Nutzwert solcher Informationen am leichtesten vorstellen kann. Das große Spektrum an Möglichkeiten bei der globalen und lokalen Kommunikation, bei E-Commerce und Service, Information und Unterhaltung wird sich erst beim eigenen Gebrauch erschließen.

**Angebote mit Nutzwert für Freizeit und Alltag könnten am ehesten interessieren**

**Abb. 6 Offliner<sup>1)</sup>: Veränderungen, die das Internet interessant machen würden**  
 "bin sehr/etwas interessiert", in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (n=407).

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n=500).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2000.

Das Interesse an den konkreten Onlineangeboten variiert sehr stark in Abhängigkeit vom Alter der Befragten. Insbesondere die unter 40-Jährigen haben ein sehr starkes Interesse an den Informations- und Serviceangeboten des Internets. Aber auch bei ihnen stehen die zahlreichen Offerten rund um die Freizeit im Vordergrund. Sehr viel stärker als andere sind die Jüngeren aber auch am Onlinekauf von Büchern und CDs, am Homebanking, an Onlineauktionen sowie Gewinnspielen interessiert.

**Etwas mehr Offliner als 1999 sehen in inhaltlichem Spektrum mögliches Anschlussmotiv**

Leicht angewachsen ist im Vergleich zu 1999 die Zahl derjenigen, die in dem breiten Spektrum inhaltlicher Angebote und Leistungen des Internets einen Stimulus sehen, selbst online zu gehen (von 31 % im Vorjahr auf jetzt 39 %). Es sind hier insbesondere die unter 40-Jährigen, die Männer sowie die formal besser Gebildeten, für die dies zum entscheidenden Motiv für die Einrichtung eines Onlineanschlusses werden kann. Dabei stehen für diese interessierte Potential keine bestimmten Angebote im Vordergrund, sondern die Komplexität der Möglichkeiten und Leistungen des Internets insgesamt sind für diese künftigen Nutzer reizvoll.

#### Anreize für einen Onlineanschluss

**Leichtere Bedienbarkeit und geringere Kosten könnten Internet für Offliner interessanter machen**

Konkret sehen viele Offliner einen unkomplizierten technischen Zugang sowie eine größere Bedienungsfreundlichkeit als notwendige Voraussetzungen an, damit sich das Internet in der Gesellschaft weiter verbreiten wird. Hier geht es vor allem um den Abbau von technischen Barrieren, um eine mögliche technische Konvergenz von Internet und Fernsehen sowie eine Kostensenkung der PC-Hardware, wobei im Vergleich zu 1999 die Forderungen noch deutlicher artikuliert werden (vgl. Abbildung 6). Für 82

Prozent der Offliner wäre das Internet dann interessant, wenn es genau so leicht anschließbar wäre, wie ein Radio- oder Fernsehgerät (1999: 74 %). Ebenfalls 82 Prozent erwarten vom Internet eine unkomplizierte Bedienung, vergleichbar mit der TV-Fernbedienung (1999: 72 %). Deutlich gewachsen ist auch die Gruppe unter den Offlinern, die sich kostenlose Schulungen für Computer- und Internetlaien wünscht (von 67 % auf nunmehr 78 %).

Attraktiv für Offliner ist zudem eine mögliche Verschmelzung von Internet und TV oder – allerdings begrenzter – von Internet und Handy. 74 Prozent der Befragten geben an, dass das Internet für sie interessanter wäre, wenn man es direkt mit dem Fernsehgerät nutzen könnte (1999: 65 %). Dieser Wunsch nach einer stärkeren Verknüpfung von Internet und Fernsehgerät erscheint plausibel. In fast jedem deutschen Haushalt gibt es einen Fernsehapparat. Das Fernsehen ist das am zeitintensivsten genutzte Medium. Es ist Alltag und vertraut, insofern dürfte für Onlineunerfahrene die Zugangsschwelle zu diesem neuen Medium geringer zu sein, wenn sie direkt an ihre Fernsehkompetenzen anknüpfen könnten.

Die Möglichkeit, Internetangebote über das Handy abrufen zu können, ist dagegen nur für einen kleineren Teil der Offliner (45 %) interessant, was wohl auch damit zusammenhängt, dass der Besitz von Handys in dieser Gruppe mit 49 Prozent relativ gering und deutlich niedriger als bei den Onlinern (68 %) ausfällt.

**Viele wünschen Internetzugang über Fernseher**



Die Möglichkeit, jederzeit Fernseh- und Hörfunkangebote im Internet abrufen zu können, ist nur für jeden zweiten Offliner von Interesse (1999: 40 %). Dies hat unter anderem damit zu tun, dass hier eine weitgehende Zufriedenheit mit der Angebotsvielfalt in Hörfunk und Fernsehen besteht. Nischen- oder Special-Interest-Angebote bieten für diese Gruppe also keine hinreichenden Impulse für einen Internetanschluss. Auch die bislang eher ungenügende technische Qualität (ruckelnde Bilder, lange Ladezeiten, kleiner Bildschirm u.a.) macht den Abruf von Hörfunk und Fernsehen im Internet nicht unbedingt attraktiv.

**Wunsch nach Verbilligung der nötigen Hardware spielt gegenüber 1999 größere Rolle**

Wirkliche Anreize für die Installation eines Internetanschlusses könnten dagegen von einer Verbilligung der Computer-Hardware ausgehen. Drei Viertel der Befragten geben an, dass das Internet für sie interessanter wäre, wenn Computer und alles, was dazu gehört, billiger wären. Auch hier gibt es gegenüber 1999 einen Zuwachs von 66 Prozent auf 75 Prozent.

Interessant ist, dass die im technischen Bereich liegenden Zugangsschwellen zum Internet von allen soziodemographischen Gruppen ähnlich beurteilt werden. Unterschiede gibt es lediglich in der Bewertung des Kostenfaktors. Insbesondere junge Offliner verlangen sehr nachdrücklich eine Reduzierung der Anschaffungskosten für einen PC. Es ist davon auszugehen, dass gerade die Gruppe der 14- bis 39-Jährigen ziemlich genau über den Kostenrahmen der Computer-Hardware informiert ist. Da zugleich in dieser Altersgruppe zukünftig die größten Wachstumsschübe für die Onlineverbreitung zu erwarten sind, gilt es, speziell für diese Gruppe gezielte Kostenanreize zu schaffen.

**Fazit**

**Auch bei Nichtnutzern ist das Internet als zukunftsweisendes Medium anerkannt**

Auch die Offliner sehen das Internet als das Medium der Zukunft, das die Medienlandschaft insgesamt ergänzen, aber auch verändern wird. Es ist ein modernes, „angesagtes“ Medium, das in eine Reihe mit den Print- und den audiovisuellen Medien gestellt wird. Seine Informationen gelten als seriös und verlässlich.

Die Anerkennung des Internets als zukunftsweisendes Medium auch bei denen, die bislang noch außerhalb der Internetwelt stehen, zeigt, wie stark dieses Medium inzwischen gesellschaftlich etabliert ist. Darin spiegelt sich auch der gerade in den letzten Monaten heftig geführte öffentliche Diskurs um dieses Medium, die Diskussionen um die wirtschaftlichen Perspektiven und Chancen der neuen Informationstechnologien finden hier ihren Niederschlag. Auch die täglich zunehmende Angebotsvielfalt des Internets hat stark zur Verankerung dieses Mediums beigetragen. Es gibt heute kaum noch ein Unternehmen, eine Kultureinrichtung, einen Politiker oder Sportclub, der nicht im World Wide Web vertreten ist.

Über den konkreten Gebrauchswert des Internets gibt es bei den Offlinern widersprüchliche und zum Teil diffuse Vorstellungen. Anerkannt ist das Internet in seiner Informationsfunktion. Hierbei interessieren sich die Offliner insbesondere für Informationen, die über eine starke Alltagsrelevanz sowie einen deutlichen Bezug zur konkreten Lebenswelt der Nutzer verfügen.

Sehr ambivalent werden die Kommunikationsmöglichkeiten des Internets beurteilt. Positiv werden die Möglichkeiten gesehen – wenn auch der eigenen Lebenswelt etwas fern –, weltumspannend zu kommunizieren. Zugleich gibt es Befürchtungen, dass sich die Beziehungen innerhalb des unmittelbaren sozialen Umfelds einschränken werden. Es wird ein Verlust in der Qualität der direkten persönlichen Kommunikation befürchtet.

Weitgehend unattraktiv erscheinen die Möglichkeiten von E-Commerce und Onlineshopping. Die Unterhaltungsfunktionen des Internets mit Online-spielen und Chatrooms, mit Musik und Videos spielen für die Offliner fast überhaupt keine Rolle. Hier manifestieren sich möglicherweise Probleme der Anbieter, den Nutzen solcher Anwendungen zu vermitteln.

Der Faktor Kosten stellt für die Offliner eine wesentliche Zugangsbarriere zum Internet dar. Die mit dem Internet verbundenen finanziellen Belastungen sollten nicht unterschätzt werden. Wenn sie möglicherweise für einen Teil der Gesellschaft Entkoppelung und Ausschluss von den modernen multimedialen Entwicklungen bedeuten, dann hätte dies eine Spaltung der Gesellschaft in Teilhaber an den neuen Möglichkeiten der Kommunikationsgesellschaft und Bürger, für die aufgrund ihrer wirtschaftlichen Schwäche eine Teilhabe nicht möglich ist, zur Folge.

Die möglichen Onlinewachstumspotentiale liegen in einem Bündel von Faktoren. Neben dem Grad der gesellschaftlichen Verbreitung und Etablierung als Alltagsmedium ist es vor allem der konkrete Nutzwert des Internets für den einzelnen. Um hier zukünftig weiterhin respektable Zuwachsraten zu erreichen, müssen die Vielfalt und Breite des Internets besser vermittelt und die Nützlichkeit und der Erlebniswert des Internets deutlicher werden.

**Widersprüchliche Vorstellungen über den Gebrauchswert des Internets**

**E-Commerce und Unterhaltungsfunktionen spielen keine Rolle**

**Gesellschaftlich brisant: Kosten verhindern möglicherweise bei vielen Internetteilhabern**

Anmerkungen:

- 1) ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Multimedia: Nichtnutzer von Online: Einstellungen und Zugangsbarrieren. Ergebnisse der ARD/ZDF-Offline-Studie 1999. In: Media Perspektiven 8/1999, S. 415-422.
- 2) Grajczyk, Andreas/Walter Klingler: Mediennutzung der ab 50-Jährigen. Daten zur Nutzung elektronischer Medien und Tageszeiten 1998. In: Media Perspektiven 4/1999, S. 216.

