

Ergebnisse der ARD/ZDF-Offlinestudie 2008

→ Ein Drittel der Deutschen bleibt weiter offline

Von Maria Gerhards* und Annette Mende**

Die Zahl derjenigen, die das Internet nicht nutzen, ist im letzten Jahr weiter zurückgegangen. 2008 sind 34,2 Prozent der Bevölkerung in Deutschland – dies entspricht 22,17 Millionen Erwachsenen (ab 14 Jahre) ohne Internetzugang bzw. -nutzung, 2007 lag der Anteil bei 37,3 Prozent. Damit steigt die Internetnutzung – wenn auch in abgeschwächter Form – weiter an: Der Anteil der Offliner in der Bevölkerung hat sich binnen eines Jahres – in absoluten Zahlen – um rund zwei Millionen verringert.

Untersuchungsanlage

Die ARD/ZDF-Onlinestudie wurde zum nunmehr zwölften Mal im Frühjahr 2008 – zwischen dem 19. März und 27. April – als repräsentative Befragung durchgeführt. Damit stehen nicht nur für die Internetnutzer, sondern parallel auch für die Offliner erneut aktuelle und umfangreiche Daten zur Verfügung, die erlauben, diese Gruppe nicht nur ausführlich hinsichtlich ihrer soziodemografischen Merkmale zu beschreiben, sondern auch hinsichtlich ihrer Motive, sich keinen Internetzugang anzuschaffen. Grundgesamtheit für die Untersuchung war die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in privaten Haushalten mit Telefon in Deutschland. Für die Stichproben der Nutzer und Nichtnutzer des Internets wurden insgesamt 2 590 Personen aus der Grundgesamtheit der bundesdeutschen Erwachsenen gezogen. Die Ausschöpfung der Bevölkerungsstichprobe betrug 70 Prozent, so konnte mit 1 802 Personen – darunter 1 186 Onliner und 616 Offliner – ein vollständiges Interview geführt werden.

Strukturelle Änderungen

Wie eingangs beschrieben, liegt aktuell der Anteil der Nichtnutzer des Internets bei 34,2 Prozent. Der Blick auf die Entwicklung der Internetdurchdringung seit 1997, dem ersten Jahr der Studienreihe, zeigt, dass bereits seit 2003 keine zweistelligen Zuwachsraten mehr zu verbuchen waren, sondern „nur noch“ Zuwachsraten zwischen 3 und 6 Prozent.

Die soziodemografischen Gruppen mit dem höchsten Anteil an Offlinern lassen sich dabei bereits seit Jahren vor allem über das Lebensalter definieren. Auch 2008 sind es erstens die ab 60-Jährigen – hier liegt der Offlineranteil bei 73,6 Prozent –, zweitens die Nicht-Berufstätigen/Rentner mit 66,8 Prozent und schließlich drittens die formal geringer Gebildeten mit 53,3 Prozent (vgl. Tabellen 1 und 2). Im Vergleich zum Vorjahr kam es dabei in diesen drei – sich zum Teil überschneidenden Gruppen –

zu den größten Rückgängen: Um 890 000 auf nun 14,36 Millionen reduzierte sich das Segment der ab 60-jährigen Offliner. Dies entspricht einem Rückgang der Offliner in dieser Altersgruppe um 1,3 Prozentpunkte. Bei den Nicht-Berufstätigen/Rentnern sind 970 000 weniger Offliner zu verbuchen, absolut gesehen bilden sie aber mit 16,16 Millionen immer noch die größte der dargestellten Offlinergruppen. Zu den formal geringer gebildeten Offlinern zählen aktuell 14,84 Millionen, der Rückgang lag bei 1,22 Millionen. Die schwachen Rückgangsraten zwischen 1,6 Prozentpunkten bei den Nicht-Berufstätigen und 2,4 Prozentpunkten bei den formal niedriger Gebildeten sind ein erstes Indiz dafür, dass diese großen Bevölkerungssegmente wenig Dynamik aufweisen und voraussichtlich auch in den kommenden Jahren in übergroßer Mehrheit „offline“ bleiben werden.

Vor allem bei den mittleren Altersjahrgängen ist dagegen der Anteil der Offliner deutlicher abgeschmolzen: Nach dem Rückgang um 6 Prozentpunkte liegt der Anteil der 30- bis 39-jährigen Offliner nun bei 12,1 Prozent, in der Gruppe der 40- bis 49-Jährigen geht der Anteil um 3,5 Prozentpunkte auf 22,7 Prozent zurück und sogar bei den Teenagern ging der ohnehin schon geringe Offlineanteil nochmals zurück, aktuell nutzen nur noch 2,8 Prozent – das entspricht 150 000 Teenagern – kein Internet.

Neben dem Alter bestimmt – wenn auch in abgeschwächter Form – das Geschlecht den Offline-Status. Hier hat sich zwar in den letzten Jahren der deutliche Überhang an Frauen unter den Offlinern abgeschwächt, aber von 2007 auf 2008 hat sich der Abstand zwischen Männern und Frauen wieder etwas vergrößert: Aktuell sind 40,4 Prozent aller Frauen ohne Internetnutzung (minus 2,7%-Punkte) und 27,6 Prozent der Männer (minus 3,5%-Punkte). Damit sind gegenwärtig 61 Prozent der Offliner Frauen und 39 Prozent Männer.

Deutliche Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich weiterer statistischer Merkmale: Die technische Ausstattung der Offlinerhaushalte ist reduzierter, vor allem weniger „digital“. Die größten Unterschiede zeigen sich – erwartbar – beim Besitz von PCs, aber auch bei Digitalkameras, MP3-Playern oder DVD-Playern (vgl. Tabelle 3). Und auch das Handy ist mit 76 Prozent in deutlich weniger Offlinerhaushalten vorhanden als in Onlinerhaushalten, wo der Anteil bei 98 Prozent liegt. Noch markanter zeigen sich die Unterschiede beim persönlichen Handybesitz: 93 Prozent bei den Onlinern stehen hier 60 Prozent bei den Offlinern gegenüber. Wie beschrieben ist dies stark mit dem hohen Alter der Offliner zu begründen, in den überwiegend Ein- oder Zweipersonenhaushalten (70%) fehlen „technische Impulse“, wie sie beispielsweise durch Kinder oder Berufstätige von selber ausgelöst würden.

616 Internet-Nichtnutzer befragt

Anteil der Internet-Nichtnutzer geht weiter zurück

Größte Offlinergruppen unter ab 60-Jährigen, den nicht Berufstätigen und den formal niedriger Gebildeten

In den mittleren Altersgruppen sind nur wenige offline

Frauen immer noch häufiger offline als Männer

Offliner sind technisch schlechter ausgestattet als Onliner

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

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

① **Offliner in Deutschland 2002 bis 2008**

Personen ohne Onlinenutzung, Anteil in %

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Gesamt	55,9	46,5	44,7	42,1	40,5	37,3	34,2
männlich	47,0	37,5	35,8	32,5	32,7	31,1	27,6
weiblich	64,0	54,7	52,7	50,9	47,6	43,1	40,4
14–19 J.	23,1	8,7	5,3	4,3	2,7	4,2	2,8
20–29 J.	19,7	17,5	17,2	14,7	12,7	5,7	5,2
30–39 J.	34,4	26,1	24,1	20,1	19,4	18,1	12,1
40–49 J.	52,2	33,6	30,1	29,0	28,0	26,2	22,7
50–59 J.	64,6	51,1	47,3	43,5	40,0	35,8	34,3
ab 60 J.	92,2	86,0	85,5	81,6	79,7	74,9	73,6
Volksschule/Hauptschule	76,4	66,5	63,9	61,5	62,6	55,7	53,3
weiterführende Schule	45,0	34,1	32,3	29,0	26,5	28,4	24,9
Abitur	21,6	14,7	12,6	15,2	10,0	9,6	8,4
Studium	20,7	20,4	20,6	16,9	16,4	15,7	14,2
berufstätig	40,7	30,0	26,6	22,9	26,0	21,4	18,2
in Ausbildung	18,9	8,9	5,5	2,6	1,4	2,4	1,3
nicht berufstätig	78,7	85,2	77,1	73,7	71,7	68,0	66,4

Basis: Offliner ab 14 Jahren in Deutschland (2008: n=616, 2007: n=680, 2006: n=736, 2005: n=782, 2004: n=808, 2003: n= 800, 2002: n=509).

Quellen: ARD/ZDF-Offlinestudien 2002–2008.

② **Soziodemografische Struktur der Offliner in Deutschland 2005 bis 2008**

Personen ohne Onlinenutzung, Hochrechnung in Mio und Strukturanteile in %

	2005		2006		2007		2008	
	in Mio	Strukturanteil in %						
Gesamt	27,24	100,0	26,25	100,0	24,27	100,0	22,17	100,0
männlich	10,06	36,9	10,20	38,9	9,70	40,0	8,67	39,1
weiblich	17,18	63,1	16,05	61,1	14,57	60,0	13,50	60,9
14–19 J.	0,22	0,8	0,14	0,5	0,22	0,9	0,15	0,7
20–29 J.	1,15	4,1	0,99	3,8	0,45	1,9	0,43	1,9
30–39 J.	2,30	8,4	2,13	8,1	1,88	7,7	1,22	5,5
40–49 J.	3,30	12,1	3,26	12,4	3,10	12,8	2,77	12,5
50–59 J.	4,07	14,9	3,74	14,2	3,37	13,9	3,23	14,6
ab 60 J.	16,23	59,6	16,00	61,0	15,25	62,8	14,36	64,8
Volksschule/Hauptschule	18,79	69,0	18,55	70,7	16,06	66,2	14,84	66,9
weiterführende Schule	6,62	24,3	5,96	22,7	6,48	26,7	5,71	25,8
Abitur	0,75	2,8	0,54	2,1	0,60	2,5	0,55	2,5
Studium	1,08	4,0	1,20	4,6	1,13	4,7	1,07	4,8
berufstätig	7,41	27,2	8,49	32,3	6,97	28,7	5,90	26,6
in Ausbildung	0,15	0,6	0,11	0,4	0,17	0,7	0,11	0,5
nicht berufstätig	19,66	72,2	17,66	67,3	17,13	70,6	16,16	72,9

Basis: Offliner ab 14 Jahren in Deutschland (2008: n=616, 2007: n=680, 2006: n=736, 2005: n=782).

Quelle: ARD/ZDF-Offlinestudien 2005–2008.

Fernsehen dominiert weiterhin den täglichen Mediengriff

Mediennutzung von Onlinern und Offlinern

Obwohl die Internetnutzer im Schnitt nun bereits über acht Jahre im Netz sind und dieses durchschnittlich an fünf von sieben Tagen nutzen, erreicht es noch nicht den Status, den die traditionellen Medien Fernsehen, Radio und Tageszeitung

hinsichtlich der Tagesreichweite aufweisen, und es wird voraussichtlich noch einige Jahre andauern, bis die tägliche Internetnutzung so selbstverständlich ist wie die des Fernsehens, des Radios oder der Tageszeitung. Das Fernsehen dominiert nach wie vor den täglichen Mediengriff: Aktuell sehen, so die vergleichende Selbsteinschätzung der Befragten, 79 Prozent mindestens einmal täglich fern, 69 Pro-

zent hören täglich Radio, 59 Prozent lesen eine Tageszeitung und 39 Prozent nutzen täglich das Internet (vgl. Tabelle 4).

Bei Offlinern höhere Tagesreichweiten für TV und TZ, Radio bei Onlinern und Offlinern auf ähnlichem Niveau

Bei der Differenzierung zwischen Onlinern und Offlinern zeigen sich einige markante Unterschiede: Offliner geben deutlich höhere Tagesreichweiten für Fernsehen und Tageszeitung an: 89 Prozent der Offliner und 74 Prozent der Onliner sehen danach täglich fern, 69 Prozent bzw. 53 Prozent greifen täglich zur Tageszeitung. Lediglich die Tagesreichweiten des Radios liegen mit 71 Prozent bei den Offlinern und 65 Prozent bei den Onlinern nur wenige Prozentpunkte auseinander.

Allerdings ist bei einem Vergleich von Onlinern mit Offlinern zu berücksichtigen, dass sich die Gruppe der Onliner mittlerweile stärker den Strukturen der Gesamtbevölkerung annähert (siehe dazu auch den Beitrag von Birgit van Eimeren und Beate Frees zur Internetverbreitung in diesem Heft), die Gruppe der Offliner hingegen eher „spezieller“ wird. Dies lässt sich bereits mit dem Durchschnittsalter belegen: Das Durchschnittsalter der Gesamtbevölkerung liegt bei 47 Jahren (Basis: ab 14 Jahre), das der Onliner bei 39 Jahren (also minus 8 Jahre) und das der Offliner bei 63 Jahren (plus 16 Jahre).

Bei mittlerer und älterer Generation bislang noch wenige Verschiebungen beim täglichen Medienzugriff feststellbar

Deshalb sollen für den detaillierten Vergleich zwei Altersgruppen – die 30- bis 49-Jährigen und die ab 50-Jährigen – herangezogen werden: Bei den ab 50-jährigen Onlinern und Offlinern fällt auf, dass die Internetnutzer sowohl die Tageszeitung als auch das Radio häufiger im täglichen Zugriff haben als die Offliner – die Differenz beträgt 7 bzw. 6 Prozentpunkte. Umgekehrt verhält es sich beim Fernsehen: Hier geben 91 Prozent der älteren Offliner an, dieses täglich zu nutzen, aber „nur“ 83 Prozent der älteren Internetnutzer.

Bei den 30- bis 49-Jährigen hingegen betreffen die Unterschiede vor allem das Radio: In der mittleren Offlinergeneration nutzt derzeit nach eigenen Angaben jeder Zweite täglich das Radio – bei den Onlinern sind es dagegen 75 Prozent. Betrachtet man die tägliche Nutzung der Tageszeitung, so fallen die Unterschiede bei den 30- bis 49-Jährigen Onlinern mit 51 Prozent und bei den Offlinern mit 53 Prozent nur gering aus.

Der Vergleich zeigt, dass das Internet weder bei den älteren Bundesbürgern noch in der mittleren

③ Haushaltsausstattung der Onliner und Offliner mit technischen Geräten 2008

in %

	Offliner	Onliner
Mobiltelefon, Handy	76	98
CD-Spieler	73	87
DVD-Player	56	88
PC/Computer bzw. Laptop	31	96
Videorecorder	58	67
digitale Kamera	32	72
iPod oder MP3-Player	17	56
Box zum digitalen Empfang von Fernsehprogrammen	17	33
Spielekonsole oder Playstation für den Fernseher	9	36
Festplatten-Recorder	15	23
Fernseher mit digitaler Aufzeichnungsmöglichkeit	15	11
Radio zum Empfang von Programmen über Internet	3	14
elektronischer Organizer	3	12

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nutzen (2008 n=1186) bzw. Online nicht nutzen (2008 n=616).

Quelle: ARD/ZDF-Online/Offlinestudie 2008.

Generation zu deutlichen Verschiebungen oder sogar Abkehr von den traditionellen Medien insgesamt führt, sondern dass die Prozesse sehr viel differenzierter nach Möglichkeiten der Tageseinbindung, nach Hörsituationen usw. zu betrachten sind.

Ergänzt man das Bild um das Verhalten der Teenager – hier kann leider aufgrund der geringen Fallzahlen für die heute 14- bis 19-jährigen Offliner nur der Wert für die Onliner dargestellt werden – zeigen sich hingegen andere Muster: Die Tageszeitung kommt bei ihnen nur noch auf 28 Prozent, das Radio auf 56 Prozent tägliche Nutzung. In dieser Gruppe wird der hohe Stellenwert des Internets deutlich: 69 Prozent geben an, mindestens einmal täglich das Internet zu nutzen. Damit rangiert das Internet bei dieser Altersgruppe nur noch knapp hinter dem Fernsehen, das 72 Prozent nach eigenen Angaben täglich einschalten. Das traditionell andere Medienverhalten der Teenager (siehe auch zum Beispiel die Tonträgernutzung) hat also durch das Internet eine neue und sehr starke Komponen-

Veränderungen betreffen die Jungen: Internet rangiert dicht hinter dem Fernsehen

④ Tägliche Mediennutzung 2008 nach Selbsteinschätzung

mehrmals täglich/täglich, in %

	Gesamt	Gesamt Onliner	Gesamt Offliner	14-19 J. Onliner	30-49 J. Onliner	30-49 J. Offliner	ab 50 J. Onliner	ab 50 J. Offliner
Radio hören	69	71	65	56	75	49	77	69
Fernsehen	79	74	89	72	73	80	83	91
Tageszeitung lesen	59	53	69	28	51	53	80	74
Internet-/Onlinenutzung*	39	59	-	69	55	-	54	-

* Nur bei den Onlinern abgefragt.

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nutzen (2008 n=1186) bzw. Online nicht nutzen (2008 n=616).

Quelle: ARD/ZDF-Online/Offlinestudie 2008.

⑤ **Dauer der täglichen Mediennutzung 2008 nach Selbsteinschätzung**

in Min.

	Gesamt	Gesamt Onliner	Gesamt Offline	14-19 J. Onliner	30-49 J. Onliner	30-49 J. Offline	ab 50 J. Onliner	ab 50 J. Offline
Radio hören	167	164	171	96	172	162	184	174
Fernsehen	153	139	178	128	135	144	146	188
Tageszeitung lesen	39	35	48	24	34	31	45	53
Internet-/Onlinenutzung*	83	126	-	157	114	-	93	-

* Nur bei den Onlinern abgefragt.

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nutzen (2008 n=1186), bzw. Online nicht nutzen (2008 n=616).

Quelle: ARD/ZDF-Online/Offlinestudie 2008.

te erhalten. Allerdings kann hier eine Frage nicht beantwortet werden: Ob diese Phänomene insbesondere bei den Jüngeren alters- bzw. lebensabschnittsbedingt sind oder ob sie sich in den weiteren Lebensabschnitten verfestigen.

**Medienzeitbudget:
Internet wird
offenbar stark
additiv genutzt**

Um dieser Frage stärker nachzugehen, wurden alle Befragten, Offliner wie Onliner, gebeten, auch die Dauer ihres täglichen Medienkonsums für die vier Medien Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet vergleichend selbst einzuschätzen. Dabei zeigt sich: Obwohl sich das Medienset je nach Altersgruppe und Internetnutzung deutlich unterscheidet, schlägt sich das nicht in allen Altersgruppen in entsprechenden Unterschieden der so erhobenen Nutzungsdauer nieder. Offliner ab 50 Jahren schätzen ihren Fernsehkonsum mit durchschnittlich 188 Minuten 42 Minuten höher ein als die Onliner dieser Altersgruppe (vgl. Tabelle 5). Aber: Beim Radio liegen die beiden Gruppen nur 10 Minuten auseinander, Offliner geben hier 174 Minuten an. Und schließlich lesen sie im Mittel 53 Minuten Zeitung – und damit nur 8 Minuten länger, als dies die Onliner ab 50 Jahren tun. Addiert man die geschätzte Internetnutzungsdauer hinzu, so zeigt sich, dass die älteren Internetnutzer rund 53 Minuten mehr Zeit mit Medien verbringen als die Offliner, die Internetnutzung findet also ein Stück additiv statt.

Deutlicher unterscheiden sich die Selbsteinschätzungen der 30- bis 49-Jährigen: Bei etwa ähnlichem Zeitbudget für die Tageszeitung hören Onliner rund 10 Minuten länger Radio, beim Fernsehen hingegen geben die Offliner an, dies knapp 10 Minuten länger zu tun. Bei den Onliner kommt zudem das Internet mit 114 Minuten Nutzungsdauer hinzu. Addiert man die Medienbudgets und lässt außer Acht, dass dahinter auch parallele Nutzungsvorgänge stehen können, verbringen die 30- bis 49-jährigen Onliner rund zwei Stunden mehr Zeit mit Medien, als dies die Offliner dieser Altersgruppe tun.

Typologie der Offliner

Eine Darstellung der Offliner und die Fokussierung auf deren vergleichsweise hohen Altersdurchschnitt als maßgeblichen Grund für ihre Nichtnutzung des Internets muss jedoch hinsichtlich der da-

hinter liegenden Motive, Einstellungen und Lebensumstände zumindest überprüft, wenn nicht differenziert betrachtet werden. Dazu wurde im Jahr 2004 eine Offlinertypologie mit insgesamt fünf Typen entwickelt, die nicht nur den „Verweigerungsgrad“, sondern auch Motive der Nichtnutzung beschreiben: Die „Desinteressierten“ und die „Ablehnenden“ zählen dabei zu den internetfernsten Typen, hinzu kommen die „Distanzierten“, die dem Internet ebenfalls eher kritisch gegenüber stehen, und schließlich die „Nutzungsplaner“ und die „Erfahrenen“.

Mittlerweile entfallen auf die Desinteressierten mit einem Anteil von 22,6 Prozent unter den Offlinern – dies entspricht 5,01 Millionen – und die Ablehnenden mit einem Anteil von 29,3 Prozent (6,49 Millionen) etwas über die Hälfte der Offliner (vgl. Tabelle 6). Die Desinteressierten und die Ablehnenden sind mit durchschnittlich 70 bzw. 64 Jahren älter als die drei anderen Gruppen, weisen niedrigere formale Bildungsabschlüsse auf und sind mehrheitlich in Rente. Es ist nicht davon auszugehen, dass in diesen Gruppen zukünftig deutliche Steigerungsraten bei der Onlinenutzung registriert werden können. Weiteres Charakteristikum der Desinteressierten ist, dass sie angeben, keinerlei Vorstellung davon zu haben, was das Internet ist oder was man im bzw. mit dem Internet alles machen kann. Die Ablehnenden verfügen zwar über Vorstellungen, neun von zehn werden sich aber in absehbarer Zeit keinen Internetzugang anschaffen.

Ein weiteres Viertel der Offliner ist zum Typ der Distanzierten zu zählen. Sie stellen mit 5,37 Millionen den zweitgrößten Offlinertyp, sind im Schnitt 61 Jahre alt, zwei Drittel sind weiblich. Ihre Anschaffungsbereitschaft ist ebenfalls niedrig, rund 22 Prozent von ihnen zählen aber immerhin zu den Computernutzern.

Die für eine Prognose spannendste Gruppe, die Nutzungsplaner, stellen mit 2,67 Millionen 12,1 Prozent der Offliner. Sie ist von 2007 auf 2008 um 470 000 Millionen bzw. 3,2 Prozentpunkte gewachsen und bildet damit nicht mehr den zahlenmäßig kleinsten Offlinertyp. Dieser Typ ist mit durchschnittlich 55 Jahren der jüngste, und die Anteile der Frauen und Männer sind mit 53 zu 47 Prozent relativ ausgeglichen. Dieser Typ unterscheidet sich am deutlichsten von den anderen: Von den Nut-

**Desinteressierte
und Ablehnende
machen gut die
Hälfte der Offliner
aus**

**Nutzungsplaner und
Erfahrene stehen
Internet am wenigsten
fern**

⑥ Offlinertypen 2007 und 2008

in %

	Desinteressierte		Ablehnende		Distanzierte		Nutzungsplaner		Erfahrene	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Anteil in %	19,8	22,6	28,6	29,3	28,5	24,2	8,9	12,1	14,1	11,8
Hochrechnung in Mio	4,80	5,01	6,90	6,49	6,90	5,37	2,20	2,67	3,40	2,62
männlich	29	48	40	32	47	33	46	47	37	44
weiblich	71	52	60	68	53	67	54	53	63	56
14-49 J.	17	10	13	17	18	26	59	33	44	26
50-69 J.	21	33	50	42	46	36	34	55	52	57
ab 70 J.	62	57	38	41	37	38	7	12	5	17
Ø Alter	67	70	65	64	63	61	49	55	50	57
Volksschule/Hauptschule	85	85	75	76	59	60	38	47	55	46
weiterführende Schule	13	11	20	19	29	31	58	47	34	39
Abitur	1	1	1	1	3	3	1	2	5	7
Studium	2	3	3	4	8	6	3	4	6	9
berufstätig	14	19	18	16	24	29	66	48	57	39
in Ausbildung	-	-	-	-	-	-	-	-	3	4
nicht berufstätig/arbeitslos/										
Hausfrau/-mann	10	4	8	14	12	9	17	12	15	6
Rentner/in	75	78	73	69	65	61	17	40	25	51

Basis: Offliner ab 14 Jahren in Deutschland (2008: n=616, 2007: n=680).

Quelle: ARD/ZDF-Offlinestudien 2007 und 2008.

zungsplanern ist knapp die Hälfte berufstätig. Und sie verfügen über das höchste Haushalts-Nettoeinkommen unter den Offlinern. Weiteres Unterscheidungsmerkmal ist, dass in rund der Hälfte der Haushalte der Nutzungsplaner drei oder mehr Personen leben, in 13 Prozent der Haushalte sind die Kinder noch unter 14 Jahre alt. Sowohl Berufstätigkeit als auch Kinder im Haushalt sind Merkmale, die die Kontaktchance mit dem Internet deutlich erhöhen, und sie haben daher einen maßgeblichen Einfluss auf die Anschaffungsabsicht.

Den fünften Typ bilden die Erfahrenen. Dies sind, wie der Name bereits andeutet, jene Offliner, die in der Vergangenheit schon mal das Internet genutzt haben, dabei je hälftig am Arbeitsplatz und zu Hause – diese Nutzung liegt im Schnitt aber eineinhalb Jahre zurück. Ihr Anteil unter den Offlinern liegt mit 2,62 Millionen bei 11,8 Prozent. Sie sind mit durchschnittlich 57 Jahre der zweitjüngste Offlinertyp und weisen die höchsten Anteile an Abiturienten und Akademikern auf. Die Gruppe der „Ex-Onliner“ ist erneut kleiner geworden, von 2007 auf 2008 um 780 000; ein Beleg dafür, dass immer weniger ihren Internetzugang bzw. die Internetnutzung aufgeben. Bei denjenigen, die sich vorübergehend oder auch langfristig vom Internet abkehren, ist vor anderen Argumenten ausschlaggebend, dass ihnen die Angebote aus den traditionellen Medien ausreichen und sie das Internet weder beruflich noch privat brauchen.

Die Nutzungsplaner können für eine Schätzung zukünftiger Onlinenutzung herangezogen werden. Die 2007 bekundete Anschaffungsabsicht lag bei 1,63 Millionen (entspricht Bevölkerungsanteil von

2,5%), die dies „ganz bestimmt“ und weitere 1,82 Millionen (2,8%), die es „wahrscheinlich“ vorhatten (vgl. Tabelle 7). (1) Tatsächlich sind knapp zwei Millionen online gegangen, dies sind damit 54 Prozent der Planer.

2008 liegt der Anteil der Nutzungsplaner etwas höher: 4,2 Prozent der Bevölkerung planen, sich „ganz bestimmt“ und weitere 1,8 Prozent „wahrscheinlich“ einen Internetanschluss zuzulegen, das sind zusammen rund 3,89 Millionen Personen. Geht man nun erneut davon aus, dass etwa jeder zweite auch tatsächlich zu einem Internetnutzer wird, so wären dies bis zum Frühjahr 2009 weitere 1,94 Millionen. Damit würden 2009 noch rund 20 Millionen Personen ohne Internetnutzung sein – eine nach wie vor relevante Gruppe in der Bevölkerung. Groß ist unter diesen der Anteil, der angibt, überhaupt keine Vorstellung vom Internet zu haben. Aktuell sind es 7,7 Prozent der Bevölkerung bzw. rund 5 Millionen.

Einstellungen der Offliner

Was bedeutet es für die Offliner, das Internet nicht zu nutzen? Den Onlinern erscheinen sie vermutlich ausgegrenzt von vielen mittlerweile wie selbstverständlich genutzten und lieb gewonnenen Vorteilen im Alltag und Beruf – sicherlich würde die übergroße Mehrheit der Onliner es auf Nachfrage als nachteilig beschreiben, das Internet nicht nutzen zu können. Inwieweit Offliner dies als Manko oder sogar Ausgrenzung empfinden, wird seit 1997 durch unterschiedliche Itembatterien erhoben.

Anteil der Nutzungsplaner 2008 leicht gestiegen

⑦ **Offliner in Deutschland: Frühere Nutzung/Vorstellung vom Internet 1999 bis 2008**

in %

	Bevölkerung gesamt									
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Personen ohne Onlinenutzung, davon:	82,3	71,4	61,2	55,9	46,5	44,7	42,1	40,5	37,3	34,2
früher genutzt (eigene Zugangsmöglichkeit)	8,6	6,4	6,6	6,4	7,4	5,6	8,7	6,8	5,3	4,0
noch nie genutzt (eigene Zugangsmöglichkeit)	73,7	65,0	54,6	49,5	39,1	39,1	33,4	33,7	32,0	30,2
Personen, die Online noch nie genutzt haben, davon:										
mit Vorstellung vom Internet	50,4	48,4	37,5	35,3	30,9	30,4	26,3	27,3	24,6	22,4
ohne Vorstellung vom Internet	23,2	16,6	17,1	14,3	8,1	8,7	7,1	6,4	7,4	7,7
Offliner mit Erfahrungen/Vorstellung vom Internet	59,0	54,8	44,1	41,6	38,4	36,0	35,0	34,1	29,9	26,5
davon: Anschaffung eines Internetzugangs geplant:										
ganz bestimmt	4,9	6,9	6,9	3,9	3,4	2,9	4,2	3,4	2,5	4,2
wahrscheinlich	9,7	10,6	7,0	5,2	5,4	4,3	4,0	3,5	2,8	1,8
wahrscheinlich nicht	8,9	7,9	5,4	5,5	3,9	3,5	3,0	3,2	2,4	1,8
ganz bestimmt nicht	35,5	29,4	24,8	27,1	25,6	25,2	23,8	23,7	21,8	18,3
Teilgruppe mit Erfahrungen/Vorstellung vom Internet	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
davon: Anschaffung eines Internetzugangs geplant*:										
ganz bestimmt	8,0	13,0	16,0	9,0	9,0	8,0	12,0	9,9	8,4	16,0
wahrscheinlich	16,0	19,0	16,0	13,0	14,0	12,0	11,4	10,3	9,5	7,0
wahrscheinlich nicht	15,0	14,0	12,0	13,0	10,0	10,0	8,6	9,5	7,9	6,7
ganz bestimmt nicht	60,0	54,0	56,0	65,0	67,0	70,0	68,1	69,4	72,9	69,1

* Auf 100 Prozent fehlend = „weiß nicht“

Basis: Offliner ab 14 Jahren in Deutschland (2008: n=616, 2007: n=680, 2006: n=736, 2005: n=782, 2004: n=808, 2003: n=800, 2002: n=509, 2001: n=512, 2000: n=500, 1999: n=501).

Quellen: ARD/ZDF-Offlinestudien 1999-2008.

Vier Hauptargumente gegen Internetanschluss seit Jahren stabil

Zunächst zu den angeführten Gründen, sich keinen Internetzugang anzuschaffen. Die über Jahre hinweg stabilen vier Hauptargumente, das Internet nicht zu nutzen, lauten: „Die Informations- und Unterhaltungsangebote von Presse, Radio und Fernsehen reichen mir aus“ (95% Zustimmung), „Ich brauche das Internet weder beruflich noch privat“ (90%), „Ich habe weder Zeit noch Lust mich mit dem Internet zu beschäftigen“ (81%) und „Ich gebe mein Geld eher für andere Anschaffungen aus“ (81%) (vgl. Abbildung 1). Diese Gründe sind im Vergleich zum Vorjahr relativ stabil, etwas mehr Zustimmung gibt es 2008 für das Argument „habe weder Zeit noch Lust, mich mit dem Internet zu beschäftigen“ (plus 5%-Punkte).

Den weiteren Ablehnungsgründen wird nicht so deutlich zugestimmt – mit 60 Prozent Zustimmung folgt als nächstes „durch die Internetnutzung werden soziale Kontakte vernachlässigt“ (plus 7%-Punkte). Dieses Argument hat damit am stärksten zugelegt – ein mögliches Indiz dafür, dass Offliner dies subjektiv wahrnehmen, oder aber – und dies muss offen bleiben – es beschreibt Vorurteile, die auch dazu dienen, sich ein Stück davor zu „schützen“, dass online zu sein nur positive Effekte hat.

Am unteren Ende der Liste rangieren die beiden folgenden Argumente: „habe niemanden, der mir den Einstieg ins Internet erleichtert“ – dies führt lediglich jeder fünfte an – und „ich traue mir die Benutzung des Internets nicht zu“ (38%).

Neben den Gründen, die gegen das Internet sprechen, wird auch jährlich erhoben, was denn für die Anschaffung eines Internetzugangs spricht. Basis bilden hier nur diejenigen, die entweder früher online waren oder eine Vorstellung vom Internet haben. Und auch hier zeigt die Fortschreibung der Daten eine große Kontinuität, wobei sich unter den ersten fünf Motiven die Reihenfolge verändert hat. Mit einem Zuwachs von 8 Prozentpunkten rangiert das Argument „ein Internetzugang gehört heutzutage einfach dazu“ mit 74 Prozent Zustimmung nun auf Platz zwei (vorher Platz 5) (vgl. Abbildung 2). Angeführt wird die Liste von dem Motiv „kann so an interessante Informationen herankommen“ (77% Zustimmung, plus 6%-Punkte). Auffällig sind zwei Verschiebungen, die andeuten, dass auch Offliner wahrnehmen, womit sich Internetnutzer im Netz beschäftigen, was sie dort nutzen: Mit einem Plus von 10 Prozentpunkten platzierte sich das Argument „möchte Unterhaltungsangebote im Internet kennen lernen“ nunmehr im Mittelfeld (48%). Auf der anderen Seite verliert das Argument „bin einfach neugierig auf das Internet“ 9 Prozentpunkte und rangiert 2008 bei 47 Prozent.

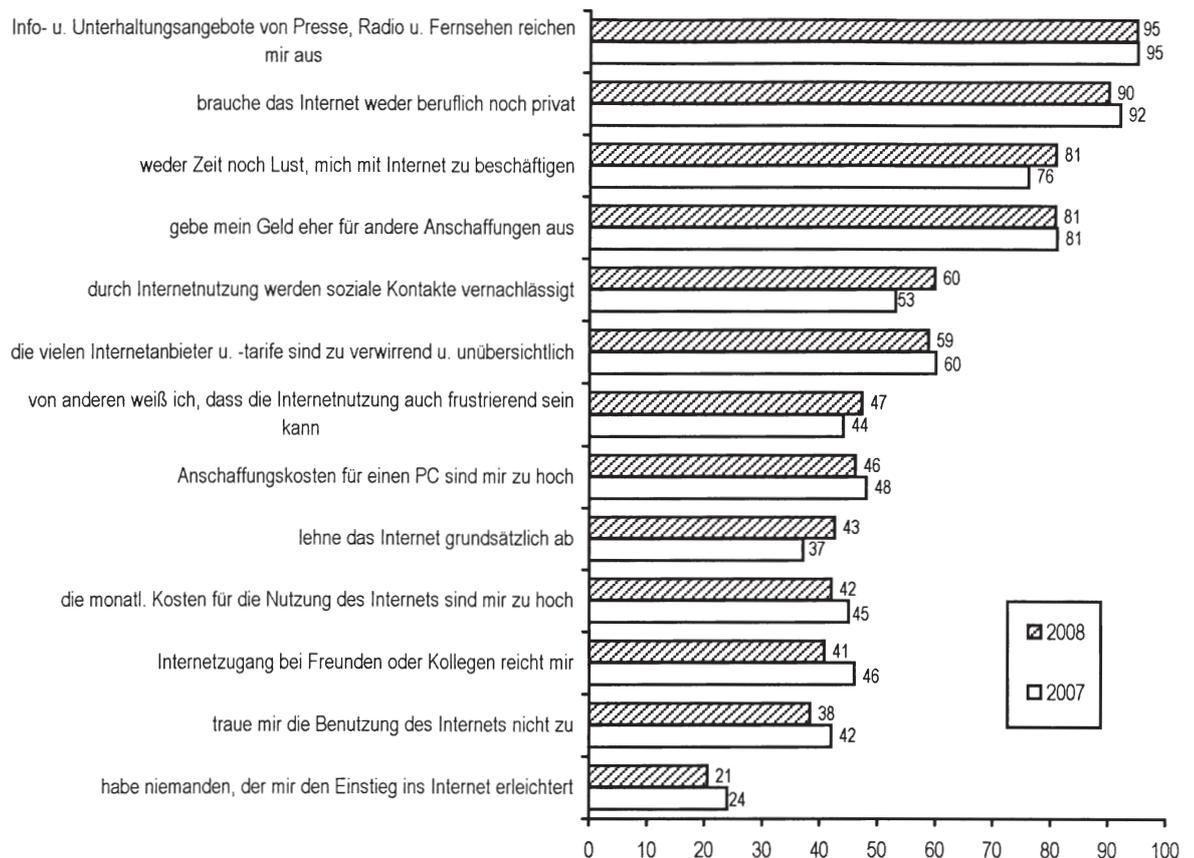
Betrachtet man diese Anschaffungsgründe aus Sicht der beiden Offlinertypen Nutzungsplaner und Erfahrene, so zeigt sich, dass einige Gründe von den Planern deutlich stärker angeführt werden als von den Erfahrenen, die ja bereits Erfahrungen mit dem Internet gesammelt haben: Am deutlichsten ist dieser Unterschied bei dem Argument „die vielen Möglichkeiten faszinieren mich“ – hier liegt der Zustimmungsgang der noch Internetunerfahrenen

Argumente für Internetanschluss ebenfalls mit relativ stabilen Zustimmungsraten

Planer schätzen die Möglichkeiten des Internets deutlich höher ein als Erfahrene

Abb. 1 Offliner¹⁾: Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen 2007 und 2008

trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung vom Internet haben und die sich bestimmt nicht/wahrscheinlich nicht einen Internetzugang anschaffen werden (2008: n= 362, 2007: n=441).

Basis: Offliner ab 14 Jahren in Deutschland (2008: n= 616, 2007: n=680).

Quelle: ARD/ZDF-Offlinestudien 2007 und 2008.

bei 81 Prozent, bei den Erfahrenen sind es 48 Prozent. Ganz offensichtlich schätzen die Nutzungsplaner damit die Möglichkeiten deutlich höher ein als die Erfahrenen dies in ihrem „Blick zurück“ tun.

Sicherheitsbedenken nehmen stark zu

Für die Offliner entwickeln sich Sicherheitsbedenken zunehmend zu einer relevanten Einstiegshürde in die Onlinewelt. Die Bedenken wegen Datensicherheit und Schutz der Privatsphäre haben im vergangenen Jahr stark zugenommen. Knapp 80 Prozent der Offliner befürchten, dass sich Unbefugte im Netz Zugang zu ihren persönlichen Daten verschaffen könnten (vgl. Abbildung 3). Es ist hier insbesondere die mittlere Generation der 40- bis 59-Jährigen, die für diese Risiken hoch sensibilisiert ist. Knapp 28 Prozent dieser berufsaktiven Gruppe sind nach wie vor offline. Die Internet-Wachstumsrate liegt bei ihnen – verglichen mit 2007 – bei unter 3 Prozent.

Angst vor Suchtpotenzial des Internets wächst ebenfalls

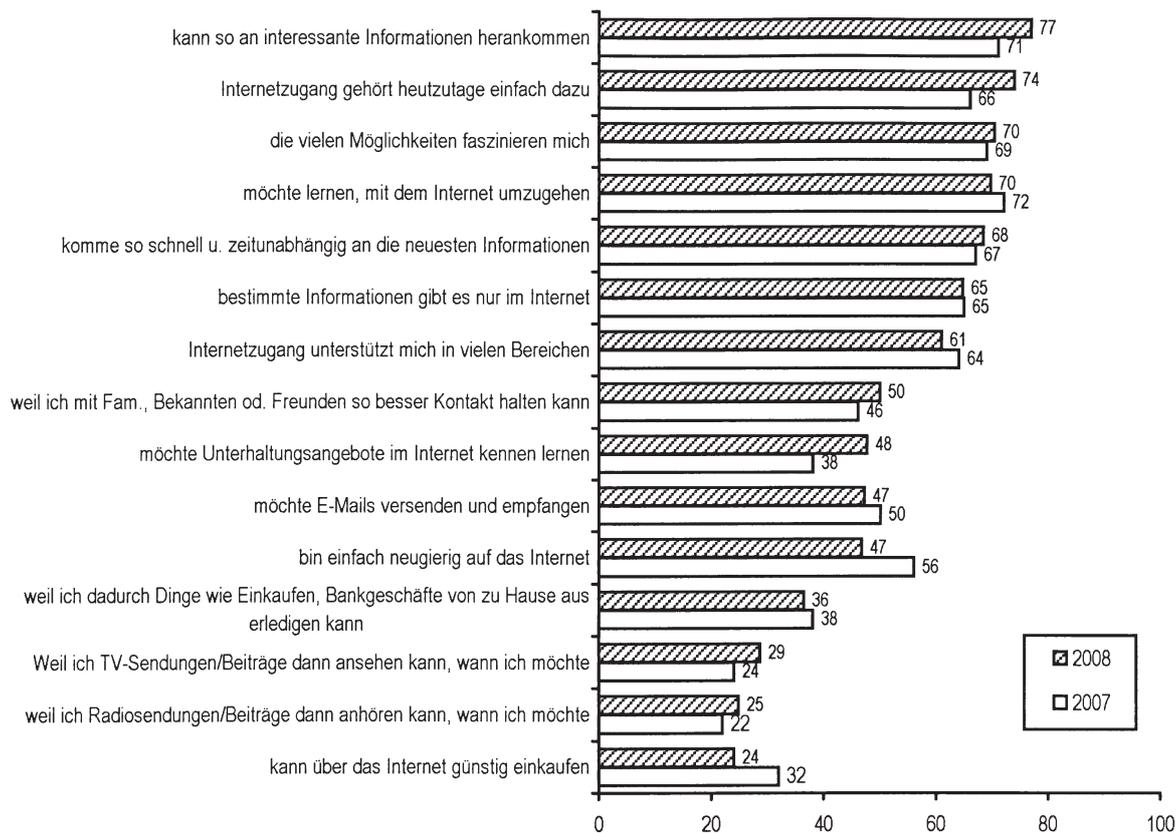
Kern der Distanzierung vom Netz bildet in dieser Gruppe neben der mangelnden Datensicherheit das angeblich hohe Suchtpotenzial des Netzes. Die Sorge, von den Onlineangeboten aufgesogen zu werden, ist in den vergangenen Jahren trotz aller Debatten um Medienkompetenz und die Entwick-

lung sinnvoller Nutzerstrategien weiter gewachsen. Insbesondere bei den Nutzungsplanern entwickelt sich die Furcht vor einer Internetsucht zu einer ernsthaften Zugangsbarriere. Fast neun von zehn Nutzungsplanern glauben, dass das Internet wie eine Sucht sein kann. Etwas gelassener gehen die Erfahrenen mit diesem Thema um. Hier sind es 75 Prozent, die Suchtgefahren sehen.

Obwohl das Internet gerade als nachrichtliche und informationelle Quelle immer wichtiger wird, kann es mit dieser Schlüsselleistung die Offliner nach wie vor wenig überzeugen. Mehr als 70 Prozent meinen, dass das Internet verzichtbar sei, weil die klassischen Medien Radio, Fernsehen und Print als Informationsquellen vollkommen ausreichen. Diese Zufriedenheit mit den tradierten Medienangeboten sowie das fehlende Erleben von Informationsdefiziten sind besonders für die ab 60-jährigen Offliner charakteristisch. Für sie ist das Netz ein im Alltag etabliertes, in seinen Angeboten durchaus glaubwürdiges Medium. Persönlich relevante Anreize, sich dieses auch zu erschließen, gibt es nicht.

Informationsleistung des Internets überzeugt nach wie vor wenig

Abb. 2 Offliner¹⁾: Gründe für die Anschaffung eines Internetzugangs 2007 und 2008
stimme voll und ganz/weitgehend zu, in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung vom Internet haben und die sich ganz bestimmt/wahrscheinlich einen Internetzugang anschaffen werden (2008: n=109, 2007: n=98).
 Basis: Offliner ab 14 Jahren in Deutschland (2008: n=616, 2007: n=680).

Quelle: ARD/ZDF-Offlinestudien 2007 und 2008.

Das mangelnde Interesse wird in dieser Generation auch durch die Begrifflichkeiten rund um das Internet verstärkt. Vor allem die Älteren bemängeln, dass das Internet an eine Sprache gekoppelt ist, die sie gar nicht mehr verstehen. Immerhin zwei Drittel der ab 60-jährigen Offliner fühlen sich durch die spezifische Begriffswelt des Netzes ausgegrenzt.

In der kleiner werdenden Gruppe der Offliner verstärken sich die Vorbehalte

Insgesamt nehmen die problematischen Seiten des Internets in den Einstellungen der Offliner großen Raum ein. Obwohl das Internet immer mehr alle Bereiche der Gesellschaft durchdringt und auch für die Offliner zu den medialen Realitäten gehört, verstärken sich tendenziell ihre Vorbehalte gegenüber dem Netz. Seit Jahren wird die Suchtgefahr durch das Netz sehr stark thematisiert. Weiter manifestiert hat sich auch die Meinung, dass das Internet sehr viel Zeit verschlingt. Dahinter verbirgt sich auch die Unsicherheit, für eine immer komplexere Netzwelt mit ihrer unüberschaubaren Angebotsvielfalt nicht mit geeigneten Nutzungsroutinen und Suchstrategien ausgerüstet zu sein.

Den deutlichsten Zuwachs gegenüber 2007 aber gab es bei der Sorge, dass die persönlichen Daten im Netz nicht ausreichend geschützt sind. 62 Pro-

zent der Offliner gehen davon aus, dass andere nachvollziehen können, was sie im Netz gemacht haben. Dies sind 9 Prozentpunkte mehr als 2007, der höchste Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr. Zu dieser Entwicklung beigetragen haben sicherlich auch die Diskussionen um die scheinbar untilgbaren digitalen Spuren und mögliche Verfallsdaten für die im Netz gespeicherten Informationen. Auch das zum Teil hemmungslose Ausbreiten persönlicher Daten und Befindlichkeiten im Netz ist aus Sicht der Offliner nicht unbedingt eine Referenz für das Internet.

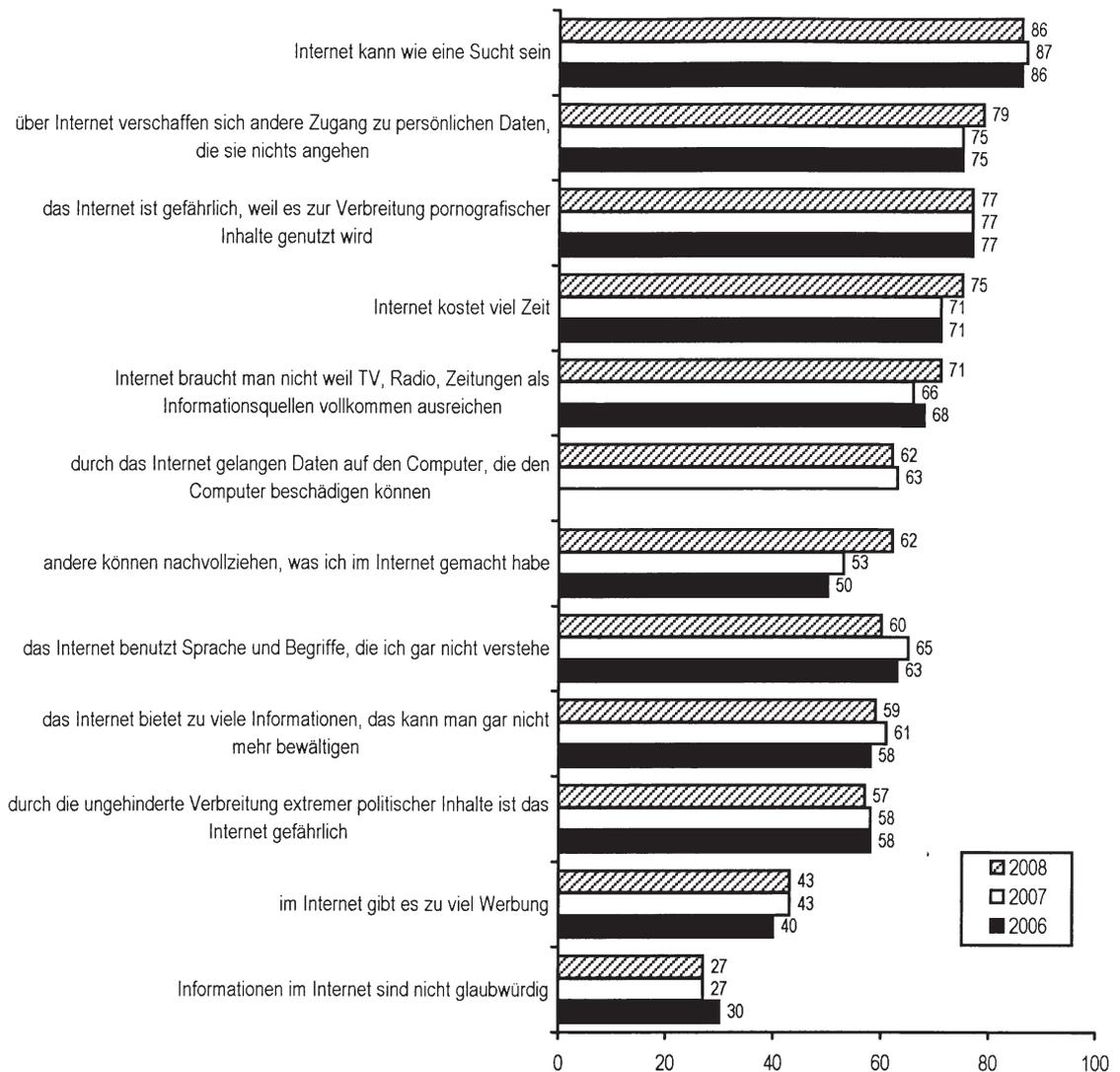
Unter den Offlinertypen sind es vor allem die Erfahrenen, die die Datensicherheit im Netz als nicht ausreichend beurteilen. 80 Prozent der Erfahrenen kritisieren, dass sich hier Unbefugte Zugang zu persönlichen Daten verschaffen könnten. Auch mit der technischen Sicherheit und Funktionalität des Computers waren die Erfahrenen nicht zufrieden. 80 Prozent bemängeln, dass durch das Internet Daten auf den PC gelangen könnten, die zu einer Beschädigung des Computers führen.

Die Informationen im Internet werden nur von einem kleinen Segment der Offliner als wenig glaubwürdig angesehen. Insbesondere jüngere Offliner haben hier kaum Vorbehalte. Wichtige Infor-

Besonders die Erfahrenen bemängeln die Daten- und technische Sicherheit

Abb.3 Offliner¹⁾: Einstellungen zum Internet 2006 bis 2008

stimme voll und ganz/weitgehend zu, in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online waren oder eine Vorstellung vom Internet haben (2008: n=477, 2007: n=545, 2006: n=620).
Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2008: n=616, 2007: n=680, 2006: n=736).

Quelle: ARD/ZDF-Offlinestudien 2006-2008.

mationsanbieter im Netz sind auch bei den Offlinern die renommierten Printmarken sowie die Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender. Das Image des seriösen, kompetenten Informationsanbieters wird auf die Onlinewelt übertragen. Problematischer sind für die Offliner hingegen die bislang ungekannten Datenmengen des Netzes. Diese Flut an Angeboten und Informationen erzeugt Unsicherheit. Die Offliner brauchen hier Orientierungs- und Navigationshilfen, um angesichts der überbordenden Datenströme sinnvoll auswählen und sortieren zu können.

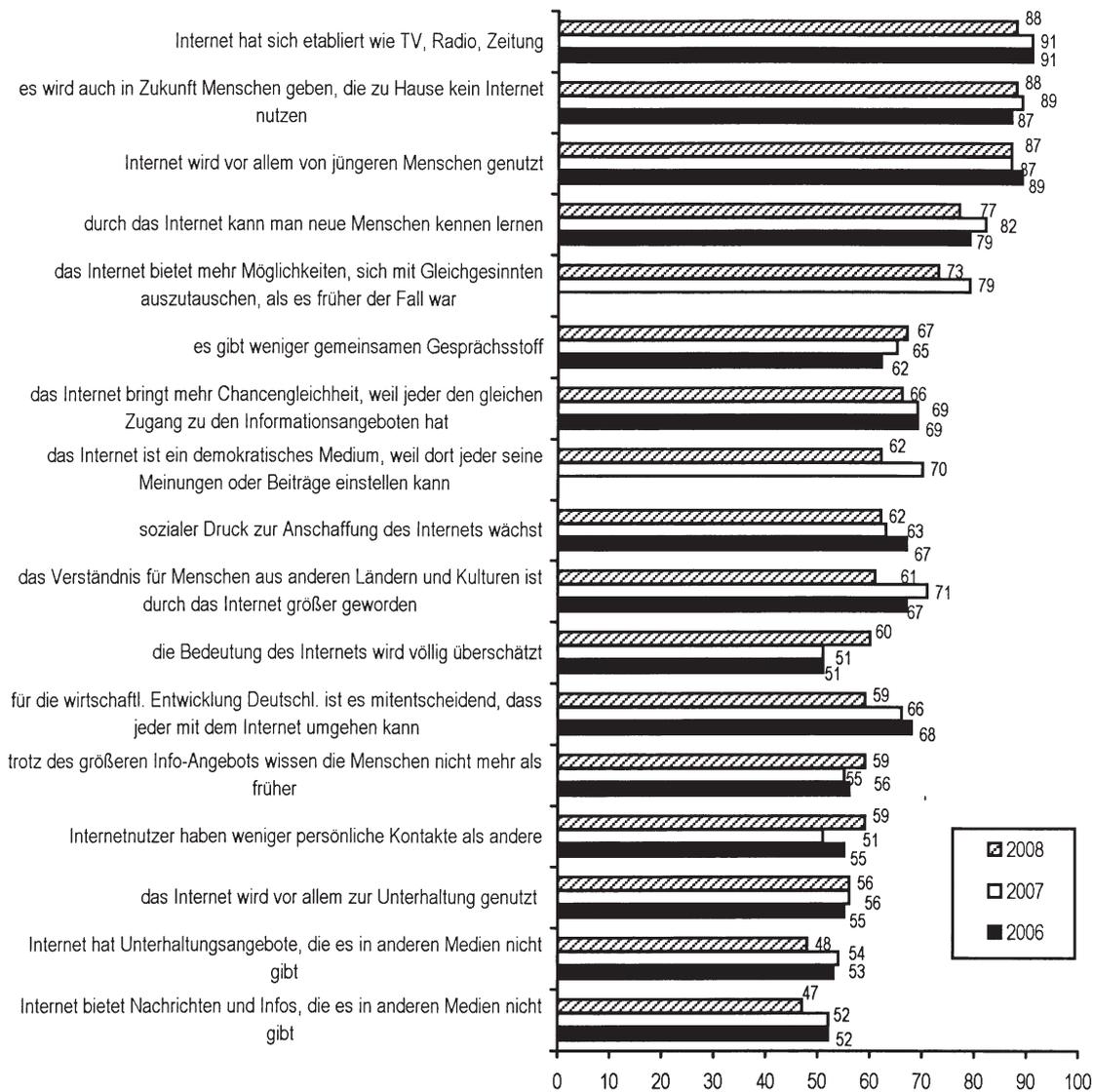
Konsequenzen der weiteren Verbreitung des WorldWideWeb

Die Chancen und Potenziale des Netzes werden von den Offlinern im Jahr 2008 verhaltener beurteilt als in den Vorjahren. Während soziale Netzwerke wie Facebook, StudiVZ oder auch der Ableger für

ältere User, MeinVZ, immer populärere Onlinetreffpunkte werden, wächst bei den Offlinern die Skepsis, über das Netz ihr soziales Umfeld zu erweitern, neue Freunde kennen zu lernen. Nur noch 73 Prozent der Offliner sind der Meinung, dass das Internet mehr Möglichkeiten bietet, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen (vgl. Abbildung 4). Das ist ein Rückgang um 6 Prozentpunkte gegenüber 2007. Auch hier ist es die Generation der 40- bis 59-Jährigen, die diese Chancen, über das Internet ihre sozialen Beziehungen zu stärken, weniger sieht. Lediglich 68 Prozent anerkennen diesen sozialen Aspekt. Auch ähnlich gelagerte Parameter wie das Kennenlernen neuer Menschen durch das Internet oder ein wachsendes Verständnis für Menschen anderer Länder oder Kulturen haben an Attraktivität

Chancen und Potenziale des Netzes verhaltener beurteilt als früher

Abb. 4 Offliner¹⁾: Meinungen zu Konsequenzen der Onlineverbreitung 2006 bis 2008
stimme voll und ganz/weitgehend zu, in %



1) Teilgruppe: Befragte, die früher Online waren oder eine Vorstellung vom Internet haben (2008: n=477, 2007: n=545, 2006: n=620).
 Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2008: n=616, 2007: n=680, 2006: n=736).

Quelle: ARD/ZDF-Offlinestudien 2006-2008.

bei den Offlinern verloren. Überhaupt scheint sich in dem Maße, wie das Internet zum Alltagsmedium avanciert ist, seine Leistungskraft für die Offliner eher etwas abzuswächen. Die Demokratieressourcen des Netzes werden von knapp zwei Dritteln der Offliner gesehen. Für 66 Prozent (minus 3%-Punkte) ist das Internet ein Medium, das Chancengleichheit fördert, weil alle den gleichen Informationszugang haben. Noch etwas geringer fällt die Bewertung der demokratischen Strukturen des Netzes aus. 62 Prozent der Offliner (minus 8%-Punkte) halten das Internet für ein demokratisches Medium, weil dort jeder seine Meinung oder eige-

ne Beiträge einstellen kann. Diese Möglichkeiten des Netzes, eine Plattform für eine kritische, unabhängige Öffentlichkeit zu bilden, sind in der Wahrnehmung der Offliner deutlich zurückgegangen. Besonders distanziert und zweifelnd urteilen hier die ab 60-Jährigen.

Einzig die Nutzungsplaner sind hier von einer gewissen positiven Spannung getrieben. Fast 90 Prozent von ihnen erwarten, durch das Internet neue Menschen kennen zu lernen. Sie möchten teilhaben an diesem aus ihrer Sicht jungen und modernen, aber auch demokratischen Medium. Immerhin 80 Prozent der Nutzungsplaner goutieren die demokratischen Strukturen des Netzes, das Einstellen persönlicher Meinungen oder Beiträge.

Nutzungsplaner beurteilen Internetpotenziale günstiger

Angst vor Verlust persönlicher Kontakte nimmt zu

Gewachsen sind bei den Offlinern die Vorbehalte gegenüber dem Internet als Killer direkter persönlicher Kontakte sowie seiner Bedeutung in der Gesellschaft. Nach 15 Jahren WorldWideWeb meinen immerhin 60 Prozent (plus 9%-Punkte gegenüber 2007), dass die Bedeutung des Internets völlig überschätzt werde. Interessanterweise sind es insbesondere die jüngeren und mittleren Altersgruppen, die diese Position vertreten. Möglicherweise ist diese Bewertung sowohl Alltagserfahrung in einer online-basierten Medienwelt als auch Schutzschild für die eigene Distanz.

Für knapp 60 Prozent der Offliner (plus 8%-Punkte gegenüber 2007) bedeutet die Internetnutzung auch eine Reduzierung persönlicher Kontakte. Dieser Anstieg ist einerseits vermutlich den Diskussionen um die rasant steigenden virtuellen Freundschaften im Netz mit geschuldet. Andererseits basiert er offenbar auch auf den persönlichen Realitäten. Es sind vor allem die Erfahrenen, die den Rückgang persönlicher Kontakte konstatieren.

Die Offliner verfolgen die Entwicklungen des Internets durchaus mit Interesse und Wissen. Die Mehrwerte dieses Mediums insbesondere im Kommunikations- und Informationsbereich sind auch für die Offliner interessant. Die an dieses Medium gekoppelten Unsicherheiten und Gefährdungen aber scheinen zu wachsen. Die attraktiven Benefits werden weniger sichtbar.

Wissen um die digitalen Entwicklungen

Wissen um Bedeutung web-spezifischer Begriffe eher rückläufig

Die Entwicklungen in der digitalen Welt hinterlassen bei den Offlinern ebenfalls ihre Spuren. Zumindest die auch in den klassischen Medien allgegenwärtigen Begriffe von Web 2.0 bis Bloggen erreichen die Welt der Offliner, meist aber nur deren Peripherie. Die Inhalte bleiben weitgehend unbekannt. Interessant ist, dass bei den Offlinern die Gruppen gewachsen sind, die bestimmte Begriffe schon mal gehört haben. Das Wissen um die Bedeutung der digitalen Sprachschöpfungen aber stagniert eher bzw. ist rückläufig. Am bekanntesten sind Termini wie Viren, Suchmaschine oder Musikbörse. Begriffe wie diese können durch ihre assoziativen Bilder in die persönlichen Wissensbestände eingeordnet werden.

Kaum vorgedrungen in die Begriffswelt der Offliner sind die an das Netz gebundenen Applikationen und Entwicklungen, die völlig neue Formen von Information und Unterhaltung, von Kommunikation und Vernetzung beschreiben. Während die Videonutzung bei den Onlinern im vergangenen Jahr stark angestiegen ist, können die Offliner mit dem Begriff YouTube nach wie vor wenig anfangen (vgl. Tabelle 8). Auch Termini wie Weblogs oder Blogs, ein Thema, mit dem sich insbesondere die Printmedien im vergangenen Jahr intensiv auseinandergesetzt haben, sind den Offlinern weitgehend unbekannt. Lediglich 4 Prozent wissen um die Bedeutung der Begriffe, weitere 16 Prozent haben schon mal davon gehört.

Bemerkenswert ist, dass die Kenntnisse um die Entwicklungen im Netz in einem fast linearen Zusammenhang mit dem Alter stehen. Grundsätzlich gilt, je jünger die Offliner sind, um so eher haben

Ⓑ Offliner: Bekanntheit verschiedener Begriffe aus dem Internet 2007 und 2008

in %

	weiß, was es bedeutet		schon mal gehört		höre erstmals davon	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Viren	54	40	26	37	20	24
Suchmaschine	32	26	28	37	40	38
Musikbörse	18	15	34	42	48	43
Spam	7	7	12	10	81	83
Community	5	6	21	22	74	72
Wikipedia	4	6	7	9	89	85
Weblogs oder Blogs	3	4	15	16	82	79
Web 2.0	2	4	12	14	86	82
YouTube	3	3	8	11	89	86
Podcasting	1	2	12	10	87	88
Second Life	4	2	12	11	84	86
Vodcasting	2	2	10	10	88	88

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2008: n=616, 2007: n=680).

Quelle: ARD/ZDF-Offlinestudien 2007 und 2008.

sie Vorstellungen von den Begrifflichkeiten des Netzes. Einem Drittel der unter 40-jährigen Offliner sind zumindest Blogs nicht gänzlich unbekannt; YouTube erzielt bei ihnen sogar einen Bekanntheitswert von 40 Prozent.

Vor dem Hintergrund, dass auch Onliner ein eher lückenhaftes Wissen um die multimedialen Entwicklungen im Netz haben, deren Protagonisten und Treiber vor allem die junge Generation ist, sind diese Ergebnisse nicht überzubewerten. Es sollte nach Wegen gesucht werden, die eine nachhaltige Wissenskopplung der Offliner von den Entwicklungen und Fazilitäten des Netzes verhindern. Sprachliche Barrieren produzieren eine weitere Kluft zwischen den Onlinern und Offlinern.

Interesse an neuen mobilen Entwicklungen

Mobilität und Mediennutzung ist für die Offliner ein durchaus reizvolles Thema; mobile Mediennutzung trifft bei ihnen auf eine interessierte Offenheit. 40 Prozent der Offliner finden die Möglichkeit, Radioprogramme mobil empfangen zu können, nützlich. Auch hier zeigen sich die 40- bis 59-jährigen Offliner gegenüber den neuen mobilen Entwicklungen am stärksten aufgeschlossen. Jeder Zweite von ihnen ist an einem mobilen Radioempfang interessiert.

Deutlich verhaltener ist das Interesse, überall unterwegs Fernsehprogramme zu empfangen. Dafür können sich lediglich 15 Prozent der Offliner begeistern. Damit sind die Potenziale für die mobile Mediennutzung bei den Offlinern etwas geringer als bei den Onlinern. Mit Interessensbekundungen von 23 Prozent für das Unterwegsfernsehen und von 53 Prozent für den mobilen Radioempfang müssen auch die Onliner für diese neuen technischen Empfangswege noch gewonnen werden.

Offliner haben durchaus Interesse an mobiler Mediennutzung

Auf mobilen TV-Endgeräten wird vor allem traditionelles Fernsehprogramm erwartet

Auf den mobilen Fernsehminigeräten oder Handys erwarten die Offliner vor allem das traditionelle Fernsehprogramm. 45 Prozent möchten bevorzugt das herkömmliche Fernsehprogramm nutzen. Mobilität wäre damit nur ein zusätzlicher Auspielweg, um die gewohnten Programminhalte flexibler empfangen zu können. An eigens für die Mobilnutzung produzierten oder konfigurierten Angeboten artikulieren die Offliner ein deutlich geringeres Interesse. An der mobilen Übertragung speziell ausgewählter kompletter Sendungen des normalen Fernsehprogramms sind lediglich 11 Prozent der Offliner interessiert. 9 Prozent haben Interesse an speziell für eine mobile Fernsehnutzung produzierten Angeboten wie kurze Filme.

Hier fehlen schlicht die Erfahrungen mit neuen, die Spezifik der mobilen Endgeräte sowie der Nutzungssituation berücksichtigenden Fernsehangeboten. Aber auch das an die traditionelle Fernsehnutzung gekoppelte Erleben von Gemeinschaftlichkeit, von Kommunikation und sozialer Verknüpfung lässt die mobile Nutzung der traditionellen Angebote als sehr attraktiv erscheinen.

Fazit

Skepsis gegenüber Internet hat sich 2008 verstärkt

Im Jahr 2008 sind bei den Offlinern „Schattenseiten“ des Netzes wieder relativ stark in den Fokus der Bewertung gerückt. Fragen des Datenschutzes als Zugangsbarriere haben sich verfestigt. Auch die Wissenskluft zwischen Offlinern und Onlinern wächst. Ein Arbeitspapier der Europäischen Kommission zur Europäischen i2010-Initiative „An der Informationsgesellschaft teilhaben“ geht davon aus,

dass nutzergerechte Informations- und Kommunikationstechnologien unverzichtbar sind. Zugleich wird eingeschätzt, dass auf diesem Gebiet nur geringe Fortschritte erzielt wurden. (2)

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass die Offliner die Entwicklungen in der Onlinewelt durchaus wahrnehmen, sich mit ihnen auseinandersetzen, auch wenn sie nicht Teil des Prozesses sind. Das Internet ist als Informations- und Kommunikationsmedium anerkannt, seine Durchdringung der Gesellschaft auch für die Offliner eine Realität. Dass der „Offline-Status“ dabei nicht als Nachteil bzw. Mangel gesehen wird, belegen erneut die diesjährigen Ergebnisse. Diese Einschätzung basiert nicht allein auf mangelnder Erfahrung oder Vorurteilen. Distanz und Skepsis gegenüber dem Internet sind bei den „erfahrenen“ Offlinern deutlicher ausgeprägt als bei den Nutzungsplanern. Um die vielfachen Zugangsbarrieren zu minimieren, muss aus Sicht der Offliner viel getan werden: Angefangen bei den Themen Sicherheit und Datenschutz bis hin zur letztlich entscheidenden Frage des Mehrwerts für sie.

In dem Maße, in dem Offliner die Chancen und Möglichkeiten des Netzes, seine Stärken und Gefährdungen realistisch einschätzen können, werden sie auch besser in der Lage sein, sich das Netz für ihre Bedürfnisse nutzbar zu machen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Gerhards, Maria/Annette Mende: ARD/ZDF-Offline-Studie 2007. Offliner 2007: Zunehmend distanzierter, aber gelassener Blick aufs Internet. In: Media Perspektiven 8/2007, S. 379-392.
- 2) Vgl. ec.europa.eu/information_society/activities/inclusion/docs/i2010_initiative/comm_native_com_2007_0694_f_de_acte.pdf.

