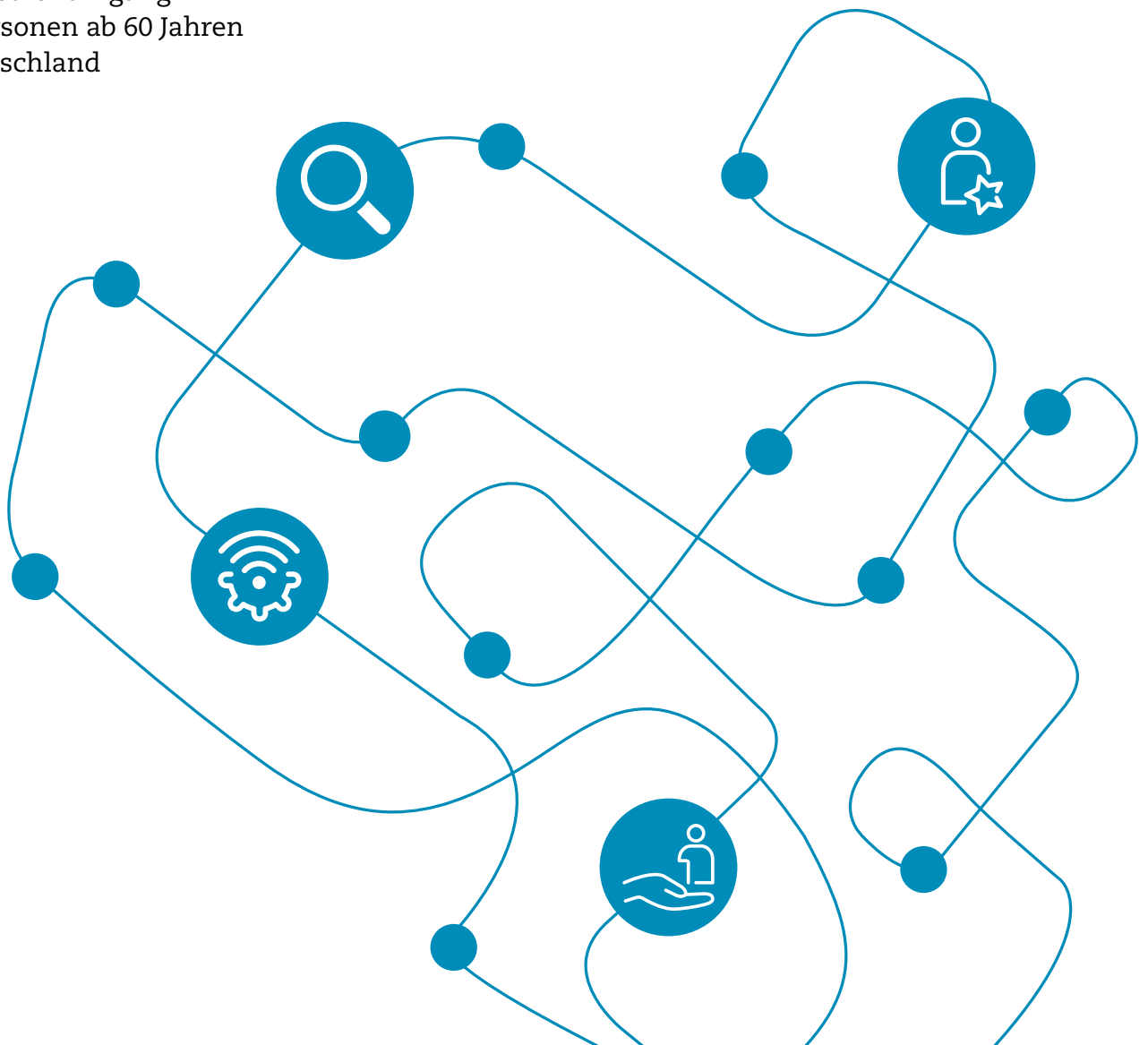
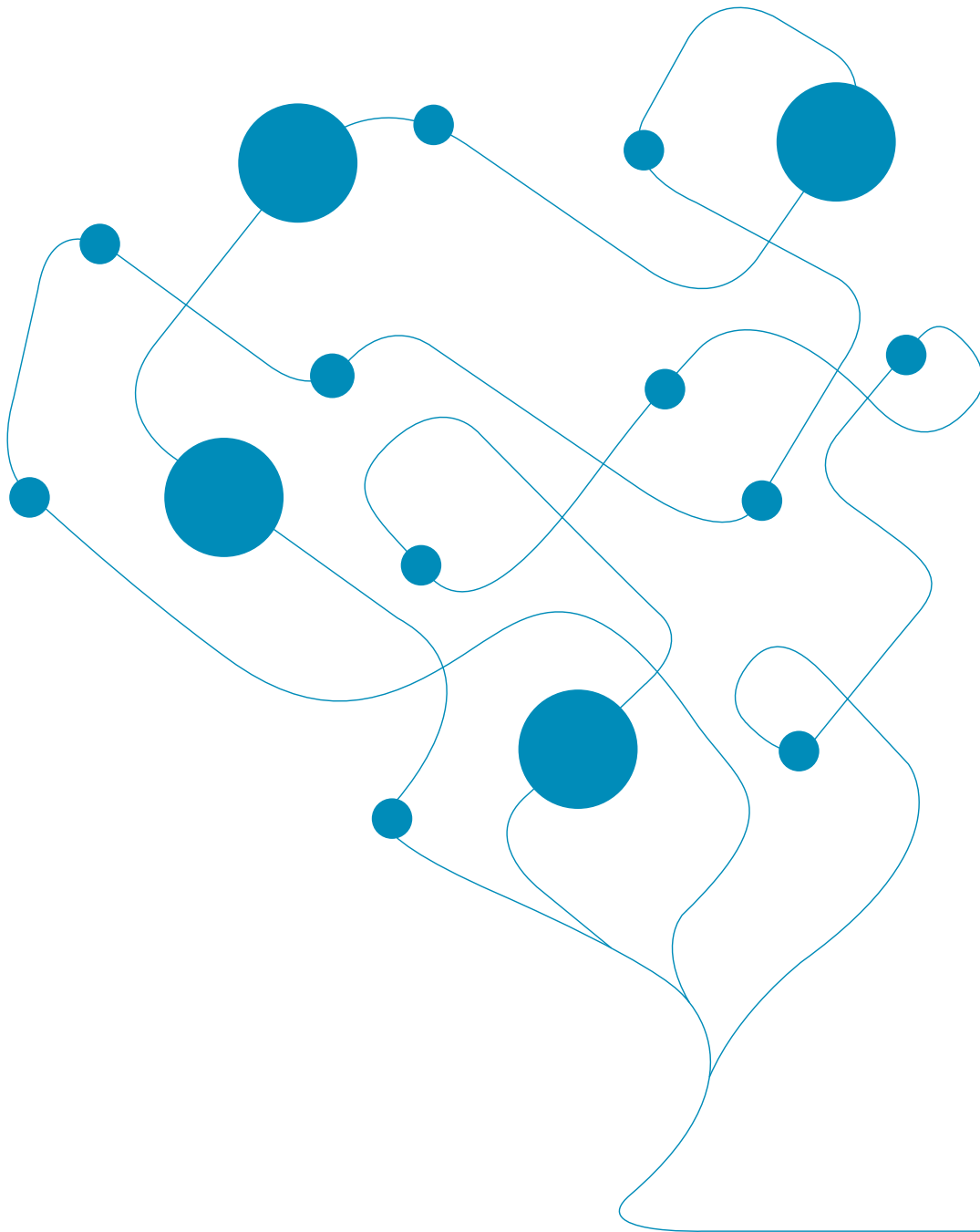


SIM-Studie 2021












Senior*innen, Information, Medien

Basisuntersuchung
zum Medienumgang
von Personen ab 60 Jahren
in Deutschland





*„Erstmals repräsentatives Datenmaterial
des mpfs zur Mediennutzung von älteren
Personen in Deutschland“*

1.		Seite 02	Einführung und Methode
2.		Seite 06	Medienausstattung und Mediennutzungszeit
3.		Seite 15	Internetnutzung
4.		Seite 31	Offliner*innen: Warum das Internet nicht genutzt wird
5.		Seite 36	Informationsverhalten
6.		Seite 50	Digitale Kompetenzen 6.1 Selbsteingeschätzte Kenntnisse zu Informations- und Kommunikationstechnologien 6.2 Selbstwirksamkeit in Bezug auf das Internet
7.		Seite 59	Umgang mit Technik 7.1 Technikbiografie 7.2 Technikeinstellung
8.		Seite 64	Soziale Eingebundenheit 8.1 Gesellschaftliche Entfremdung 8.2 Soziale Einsamkeit 8.3 Nachbarschaftliche Beziehungen und soziale Teilhabe
9.		Seite 70	Wahrnehmung von Alter und Gesundheit 9.1 Wahrnehmung des eigenen Älterwerdens 9.2 Gesundheit und körperliche Einschränkungen 9.3 Lebenszufriedenheit
10.		Seite 76	Zusammenfassung
11.		Seite 82	English Summary



1. Einführung und Methode

Viele Aspekte unseres Alltags sind digital, von der privaten Kommunikation, über Informationen zum Tagesgeschehen bis hin zu Verwaltungsvorgängen und Terminvergaben. Diese weltweite Entwicklung hat einen weiteren Schub bekommen. Durch die pandemiebedingten Kontakteinschränkungen wurden in den vergangenen Monaten weitere Lebensbereiche auf die Schnelle digitalisiert. Arztbesuche per Videokonferenz, der Impfnachweis auf dem Smartphone und die Anmeldung für eine Veranstaltung oder nur der Besuch eines Cafés sind aktuelle Beispiele, hierzu ist nun oft ein Smartphone oder zumindest ein Online-Zugang notwendig. Was sich für viele als selbstverständlicher Teil des Alltags darstellt, ist für diejenigen, die bislang wenig Berührung mit Technik hatten, durchaus eine Herausforderung. Auch Generationen, die bereits länger aus dem Berufsleben ausgeschieden sind, können oft auf weniger technische Erfahrungen zurückgreifen. Es ist offensichtlich, dass der Megatrend Digitalisierung eines besonderen Blickes auf die ältere Generation bedarf und hierbei deren Perspektive berücksichtigt werden muss.

Die besondere Bedeutung dieser Thematik spiegelt sich auch im Achten Altersbericht der Bundesregierung wider. Dieses periodische Berichtswerk wurde 2018 mit der Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Seniorenpolitik unter den Bedingungen der Digitalisierung beauftragt und 2020 veröffentlicht. Die Sachverständigenkommission dokumentiert im Bericht „Ältere Menschen und Digitalisierung“ die aktuelle Situation und zeigt Optionen, welche Rolle die Digitalisierung in allen Lebensbereichen, vom Wohnen und der Quartiersentwicklung über soziale Beziehungen bis zur Mobilität und medizinischen Aspekten, einnehmen kann.¹

Vor diesem Hintergrund hat der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) — eine Kooperation der Medienanstalten von Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz — gemeinsam mit einer Arbeitsgruppe Gerontologie der Universität Heidelberg und der Katholischen Hochschule Freiburg eine Studie zur Mediennutzung von älteren Personen aufgelegt. Mit der vorliegenden Studie „Senior*innen, Information, Medien“ (SIM) wird erstmals eine bundesweite Basisuntersuchung mit der Zielgruppe „Seniorinnen und Senioren“ zu dieser Thematik umgesetzt.

¹ Achter Altersbericht: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/ministerium/berichte-der-bundesregierung/achter-altersbericht>



Die SIM-Studie bietet Daten zum aktuellen Medienumgang älterer Personen ergänzt um die Perspektive der Altersforschung

Die SIM-Studie bildet als Querschnittsuntersuchung den aktuellen Medienumgang älterer Personen in Deutschland ab und ergänzt diese Daten um die Perspektive der Altersforschung. Diese Studie steht in der Tradition der Studienreihen „KIM“ (Kindheit, Internet, Medien) und „JIM“ (Jugend, Information, Medien), die seit über zwanzig Jahren ein aktuelles Bild zur Mediennutzung bieten. Die vorliegende Studie ist als Basisstudie zu verstehen, die die wesentlichen Parameter zur Mediennutzung der älteren Generation unter gerontologischen Aspekten darlegt. Sie orientiert sich hierbei an der Studie „SAMS“ (Senioren, Alltag, Medien in Stuttgart), die vom mpfs 2016 in Stuttgart im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Projektes „Kommmit“ (Kommunikation mit intelligenter Technik) durchgeführt wurde.²

Ziel der Studienreihen ist es, der Praxis Basisdaten zur generationenspezifischen Mediennutzung hinsichtlich digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien zu bieten. Dementsprechend werden ausgewählte Ergebnisse aufgearbeitet und im vorliegenden Bericht kompakt allen Interessierten zugänglich gemacht. Über diesen praxisorientierten Studienbericht hinaus erfolgen im Nachgang vertiefende wissenschaftliche Auswertungen aus der mediengerontologischen Forschung. Konkrete Themen der Untersuchung sind insbesondere die Mediennutzung und -ausstattung, unter Berücksichtigung der Offliner*innen und der Onliner*innen, sowie das alltägliche Informationsverhalten. Ergänzt wird diese Medienbetrachtung um Einstellungen und Erfahrungen sowie gerontologische Aspekte wie der allgemeine Gesundheitszustand, die Lebenszufriedenheit und die soziale Einbettung.

Unterschiede zwischen Vergleichsgruppen wie z.B. nach Alter, Geschlecht oder Bildungsstatus werden berichtet, wenn diese im Sinne wissenschaftlicher-statistischer Analysen bedeutsam sind (Signifikanz- und Effektanalysen).

Für die vorliegende SIM-Studie wurde im Zeitraum vom 22. März bis 31. Mai 2021 eine repräsentative Stichprobe von n=3.005 Zielpersonen befragt. Grundgesamtheit für die Untersuchung war die deutschsprachige Bevölkerung in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland im Alter ab 60 Jahren inklusive hochaltriger Personen, also ohne Altersgrenze nach oben. Die Stichprobe wurde hinsichtlich der Merkmale Alter und Geschlecht (insbesondere auch Personen über 80 Jahre) sowie die Berufstätigkeit und die Bildung repräsentativ quotiert (Quelle: ma Audio 2020/II) und bietet damit ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit hinsichtlich des Geschlechts, des Bildungsstatus sowie der zwei Altersgruppen 60 bis 79 Jahren sowie Personen ab 80 Jahren. Um eine repräsentative Verteilung von Stadt und Land realisieren zu können, wurde die Stichprobe zusätzlich nach drei Gebietsgrößenklassen (BIK) quotiert: Stadtregionen (bis mind. 100.000 Einwohner*innen), Mittelzentren (25.000 bis unter 100.000 Einwohner*innen) und Unterzentren (bis unter 25.000 Einwohner*innen).

² Weitere Informationen zu Kommmit: <https://www.lfk.de/medienkompetenz/seniorinnen-und-senioren/kommit>



Die Daten wurden anhand folgender Merkmale gewichtet: Alter x Geschlecht, Alter x Bildung, Bildung, Bundesland, BIK, Haushaltsgröße, Wochentag des Interviews. Basis für die Gewichtung war die MA Tranche Audio 2020 II. Die telefonische Befragung wurde computergestützt durchgeführt (CATI). Die durchschnittliche Länge des Interviews lag bei etwa 30 Minuten. Um möglichst viele ältere Personen zu erreichen, wurde im Rahmen der Telefonbefragung eine kombinierte Festnetz- und Mobilfunkstichprobe (ADM Dual Frame) angewandt. Die Feldarbeit und Datenprüfung erfolgte durch die Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH (GIM) in Wiesbaden.

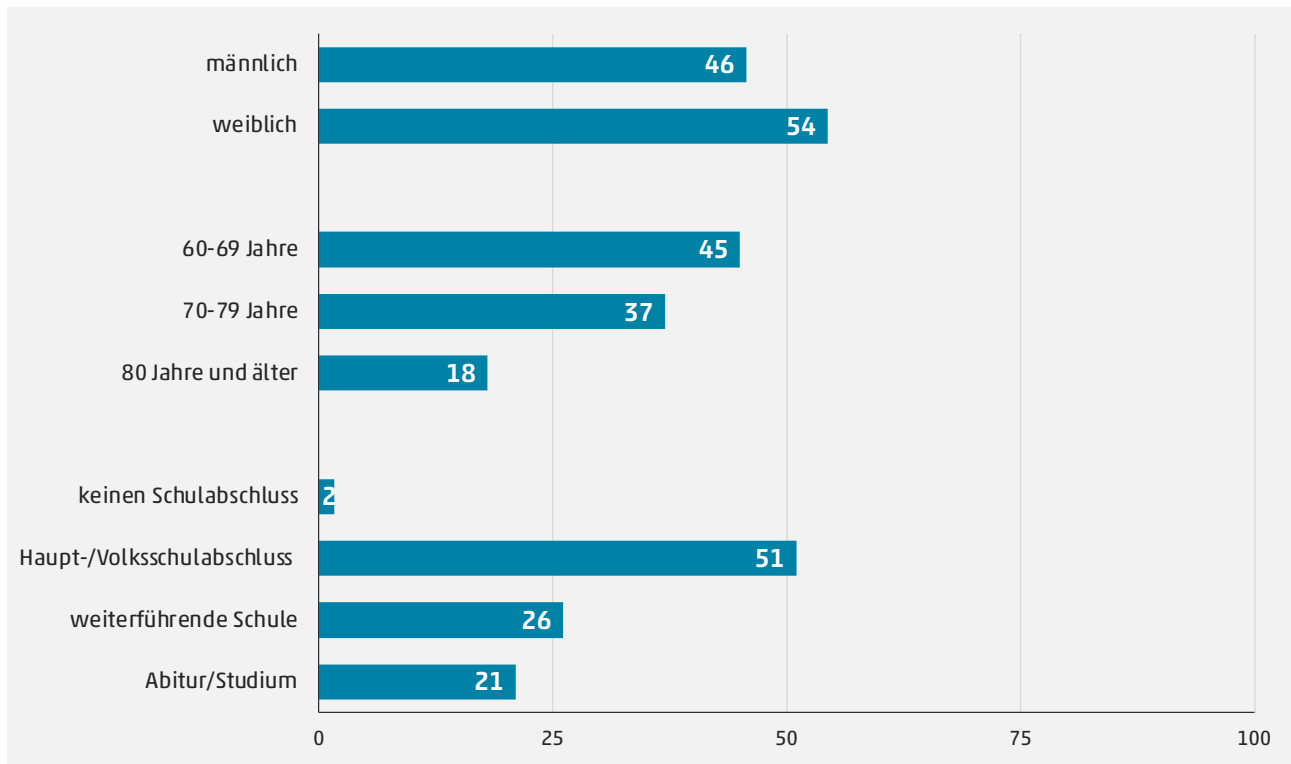
Die Befragten der SIM-Studie sind zu 54 Prozent Frauen und zu 46 Prozent Männer. Um den unterschiedlichen Phasen des Alters gerecht zu werden, sind die Ergebnisse je nach Fragestellung in verschiedene Altersgruppen zusammengefasst. Was die Bildung betrifft hat etwa die Hälfte der Befragten (51 %) eine geringe formale Bildung, also einen Haupt- bzw. Volksschulabschluss, 26 Prozent haben einen mittleren Schulabschluss (weiterführende Schule) und 21 Prozent haben Abitur bzw. ein Studium abgeschlossen. Zwei Prozent haben keinen Schulabschluss. Bei der Betrachtung der Bildung ist zu bedenken, dass die Schul- und Ausbildungssituation der hier vorliegenden Generationen nicht mit den heutigen Möglichkeiten und Bildungsstandards zu vergleichen ist.

Zu beachten ist, dass die Altersgruppe der ab-60-Jährigen in ihren soziodemografischen Ausprägungen heterogen ist. Aufgrund der Altersverteilung ist der Anteil der Personen ab 80 Jahren deutlich kleiner als der der jüngeren Personengruppen im Alter von 60 bis 69 Jahren und 70 bis 79 Jahren. Durch die Konzeption der Studie für ältere Personen mit einer nach oben offenen Altersgrenze sind auch Hochaltrige berücksichtigt. Sieben Prozent der Stichprobe sind 85 Jahre und älter.

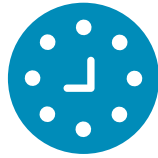
Mit zunehmendem Alter nimmt nicht nur der Anteil der nicht mehr Berufstätigen zu, auch der Anteil an Frauen und alleinlebenden Personen steigt an. Insgesamt sind 16 Prozent der Befragten berufstätig. Bis 65 Jahre stehen über drei Viertel (77 %) der Bevölkerung noch in einem Arbeitsverhältnis. Manche arbeiten noch darüber hinaus (65-69 Jahre: 16 %, 70-74 Jahre: 4 %). Diese Heterogenität der älteren Menschen zeigt, dass in dieser Phase viele einschneidende Veränderungen der Lebenssituation stattfinden.



Soziodemografie SIM-Studie 2021



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

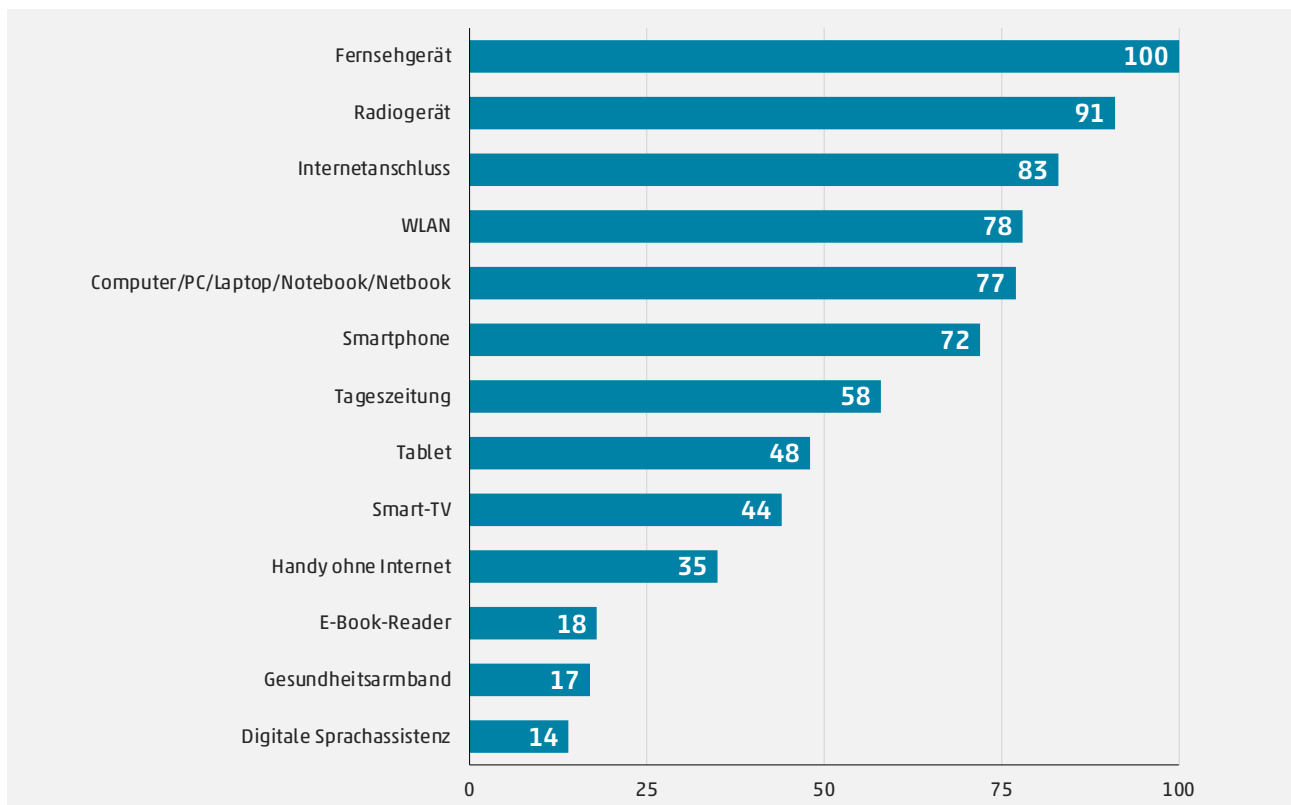


2. Medienausstattung und Mediennutzungszeit

Ältere verfügen über ein vielfältiges Medienrepertoire

Um zu klären, über welche technischen Optionen die befragten Personen verfügen, wurden sie anhand einer vorgegebenen Liste zur Medienausstattung in ihrem Haushalt befragt. Neben Geräten, die Zugang zu verschiedenen Medieninhalten ermöglichen, wurde auch die Verfügbarkeit eines Zeitungsabonnements erfragt.

Medienausstattung im Haushalt



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Demnach besitzen Ältere ein vielfältiges Medienrepertoire: In allen Haushalten ist ein Fernsehgerät vorhanden, auch ein Radiogerät (nicht Autoradio) gehört mit 91 Prozent bei fast allen zur Grundausstattung. Ferner haben 83 Prozent einen Internetanschluss, mit 78 Prozent verfügen die Meisten auch über ein drahtloses, lokales Netzwerk (W-LAN).



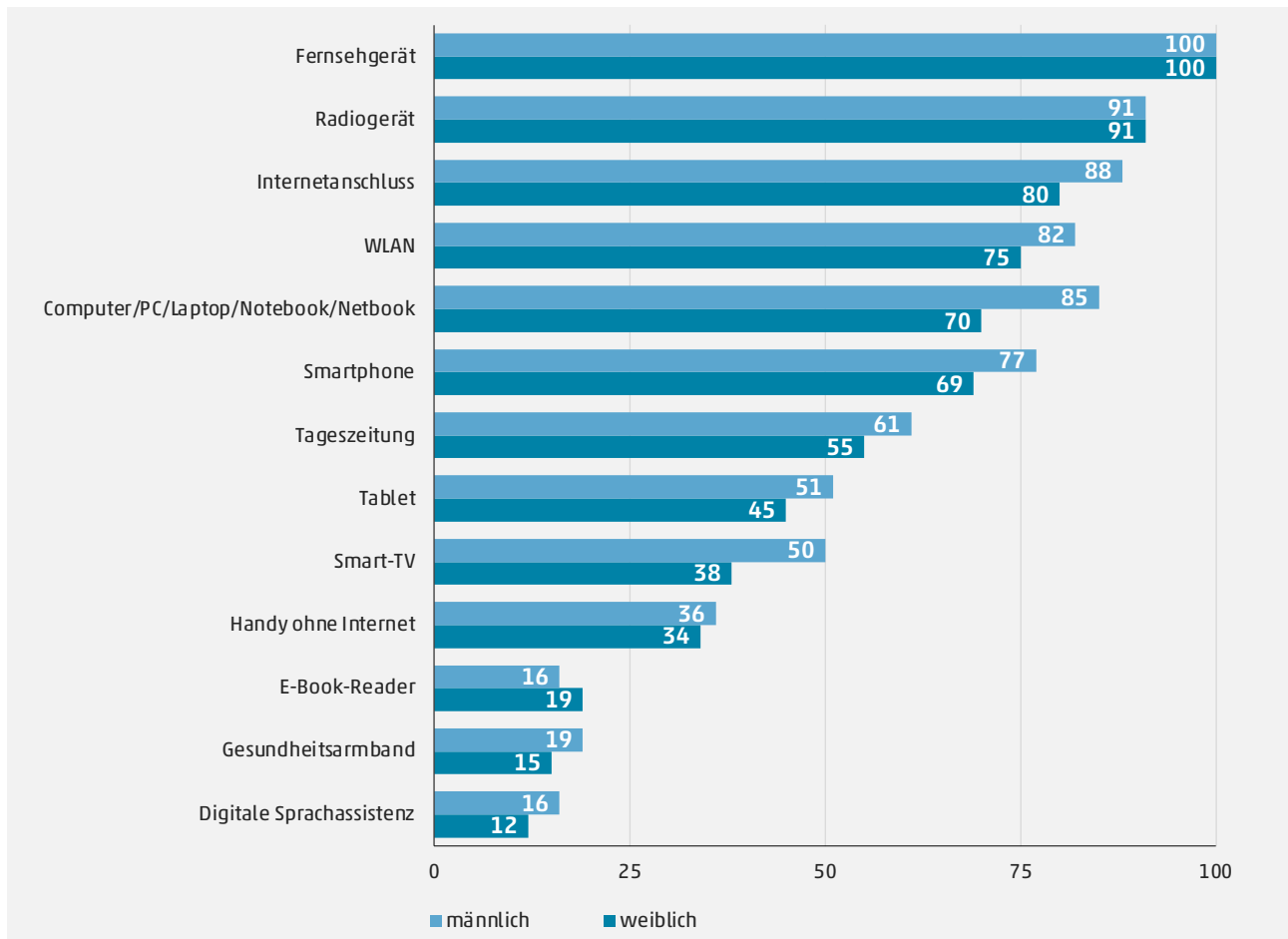
In fast drei Viertel der Haushalte ist ein Smartphone vorhanden

Im Besitz eines Computers (PC/Laptop/Notebook/Netbook) sind drei Viertel der Haushalte (77 %). Ein Smartphone mit umfangreichen Computer-Funktionalitäten ist bei 72 Prozent der Haushalte vorhanden, gut jede/-r Dritte hat ein herkömmliches Handy ohne Internet (35 %). In der befragten Altersgruppe hat die Tageszeitung einen hohen Stellenwert, denn mit 58 Prozent verfügt über die Hälfte der Haushalte über eine solche. Hierbei herrscht eindeutig die gedruckte Zeitung vor (54 %), neun Prozent haben ein digitales Abo. Mit 48 Prozent ist in fast jedem zweiten Haushalt ein Tablet vorhanden. Etwas weniger als die Hälfte der älteren Personen (44 %) verfügt über ein Smart-TV. Über die Verbindung des Fernsehers mit dem Internet ist damit der Zugriff auf Live-Streams, Mediatheken und Apps von TV-Streaming-Diensten möglich.

Eher selten finden sich in den Haushalten der Älteren tragbare Lesegeräte für digital gespeicherte Buchinhalte, sogenannte E-Book-Reader (18 %). Auch Gesundheitsarmbänder, (z.B. Fitness-Tracker oder Smartwatch) sind mit 17 Prozent oder Digitale Sprachassistenten mit 14 Prozent (z.B. Alexa, Siri) weniger häufig in den Haushalten der befragten Personen vorhanden. Da diese Angabe deutlich unter der Besitzrate des Smartphones liegt, die in der Regel einen Sprachassistenten beinhalten, ist davon auszugehen, dass diese Funktionen vielen nicht bekannt oder bewusst sind oder ausschließlich an entsprechende Geräte gedacht wurde.

Männer verfügen über ein breiteres Medienrepertoire (im Durchschnitt 5,4 Geräte) als Frauen (4,9). Mit Ausnahme des E-Book-Readers weisen sie zu allen einzelnen Geräten höhere Anteile auf als Frauen. So besitzen Männer eher einen Computer als Frauen (Männer: 85 %, Frauen: 70 %). Auch in Bezug auf den Besitz eines Smart-TV (Frauen: 38 %, Männer 50 %), bei der Ausstattung mit einem Smartphone (Frauen: 69 %, Männer: 77 %) und einem Tablet (Frauen: 45 %, Männer: 51 %) zeigen sich diese Unterschiede.

Medienausstattung im Haushalt



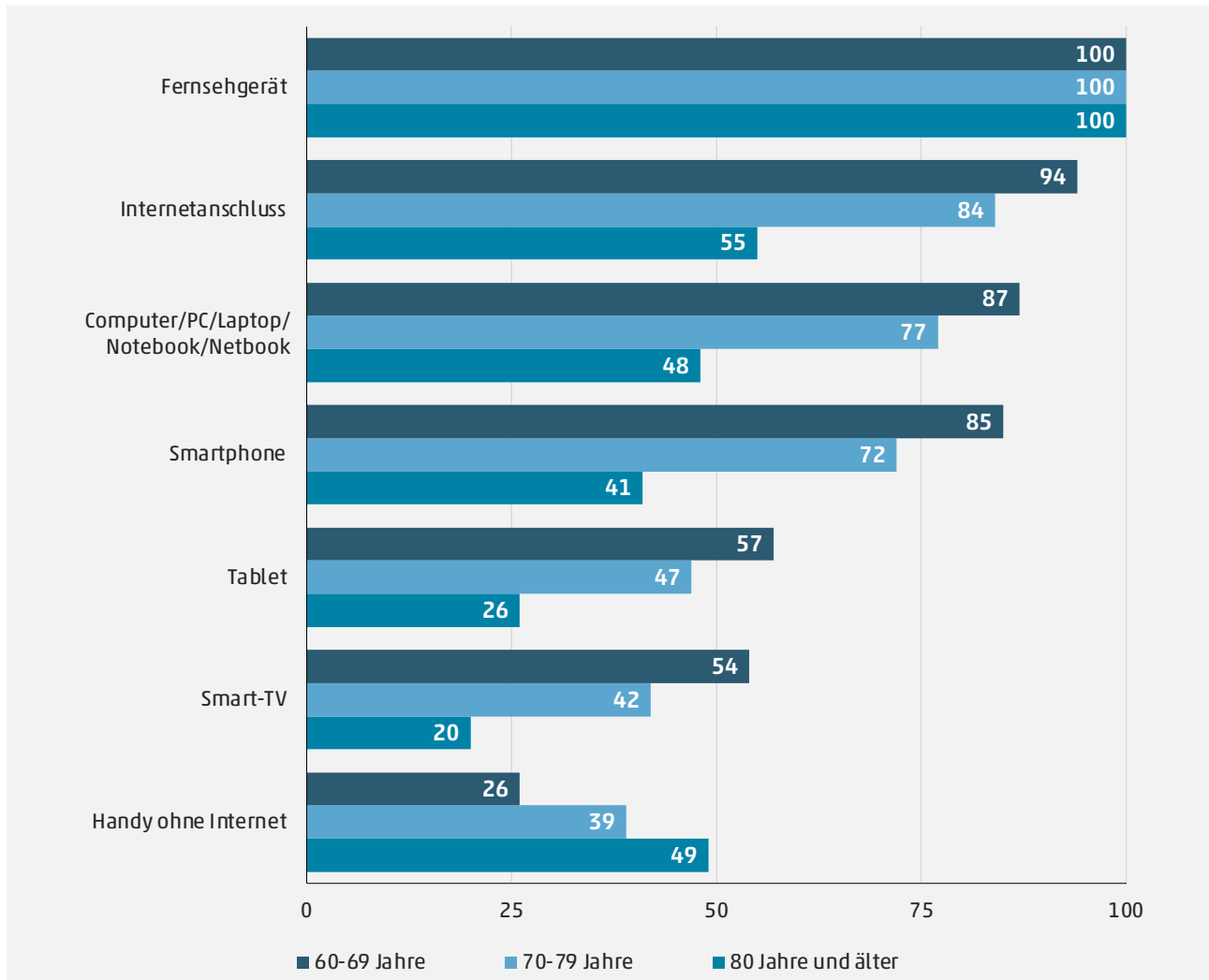
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Mit steigendem Alter nimmt das Medienrepertoire ab. So beträgt die durchschnittliche Anzahl unterschiedlicher Medien im eigenen Haushalt in der Altersgruppe 60-69 Jahre 5,6 in der Gruppe 70-79 Jahre 5,1 und dann ab 80 Jahren deutlich weniger mit 4,0. Insbesondere gilt dies für den Besitz eines Computers (Computer/PC/Laptop/Notebook/Netbook), die Besitzrate sinkt von 87 Prozent bei den 60- bis 69-Jährigen auf weniger als die Hälfte bei den Haushalten ab 80 Jahren (48 %). Auch das Smartphone ist mit 41 Prozent in der Altersgruppe über 80 Jahren deutlich seltener als bei den 60- bis 69-Jährigen (85 %) vorhanden. Im höheren Alter ist auch der Besitz von Tablet und Smart-TV geringer. Die ältere Altersgruppe verfügt dafür häufiger noch über ein herkömmliches Handy ohne Internet. Gleichermäßen verhält es sich mit dem Abo einer Tageszeitung: Je älter eine Person ist, desto eher hat sie eine Tageszeitung abonniert – und zwar in Printform (60-69 Jahre: 45 %, 80 Jahre und älter: 68 %). Die digitale Version wird hingegen eher von Jüngeren abonniert. Unabhängig vom Alter haben alle Befragten ein Fernsehgerät, was die zentrale Bedeutung dieses Mediums bei älteren Personen belegt.



Medienausstattung im Haushalt

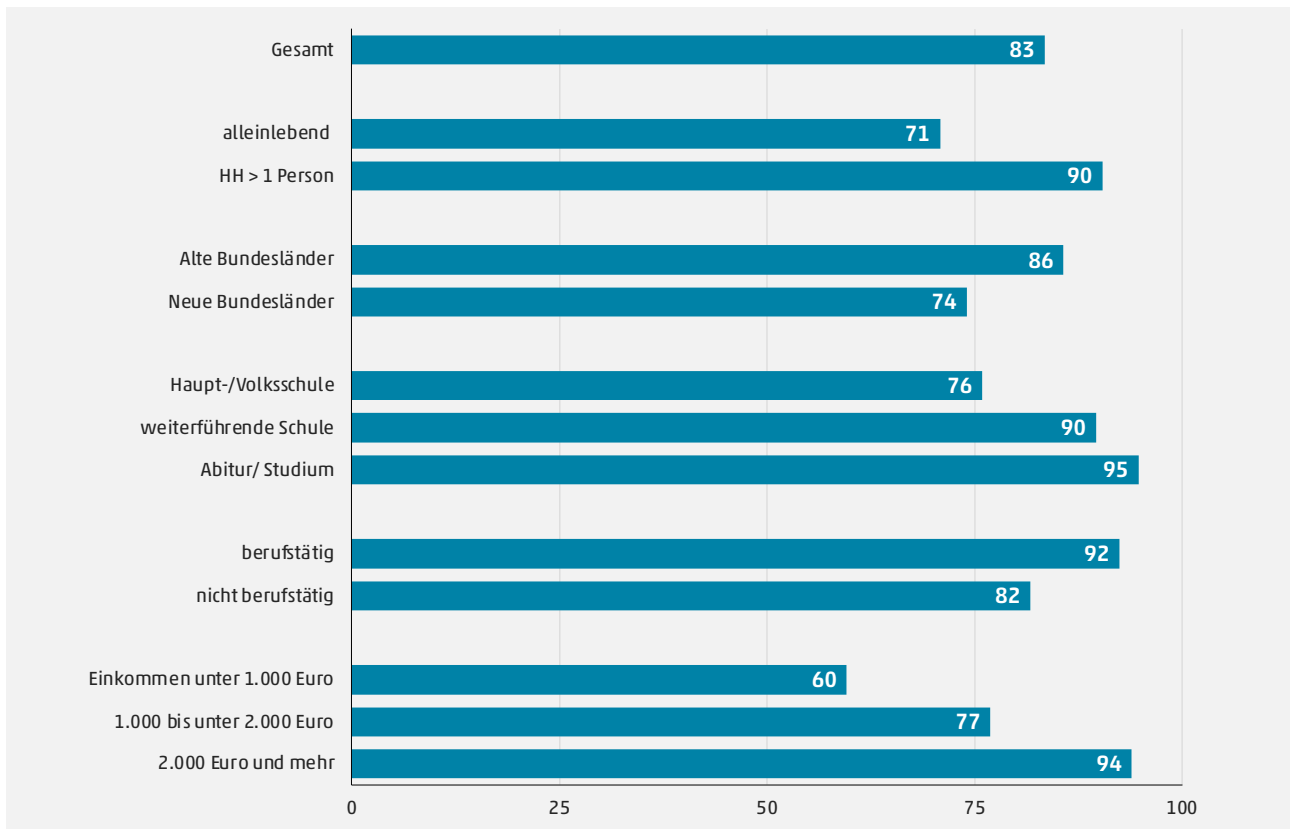
– Auswahl –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Nimmt man den Internetanschluss als Voraussetzung für die stationäre Onlinenutzung zuhause genauer in den Blick, so zeigt sich, dass neun von zehn Mehrpersonenhaushalten online sind aber nur 71 Prozent der Alleinlebenden. Die Anschlussrate ist in den alten Bundesländern mit 86 Prozent höher als in den neuen Bundesländern (74 %). Auch mit zunehmendem Bildungsgrad sowie der Berufstätigkeit steigt die Verfügbarkeit eines Internetanschlusses im Haushalt. Deutliche Unterschiede zeigen sich beim verfügbaren Einkommen: nur sechs von zehn Personen mit einem verfügbaren Nettoeinkommen unter 1.000 Euro sind online. Bei Personen, die über 2.000 Euro zur Verfügung haben, sind es 94 Prozent.

Internetanschluss im Haushalt vorhanden



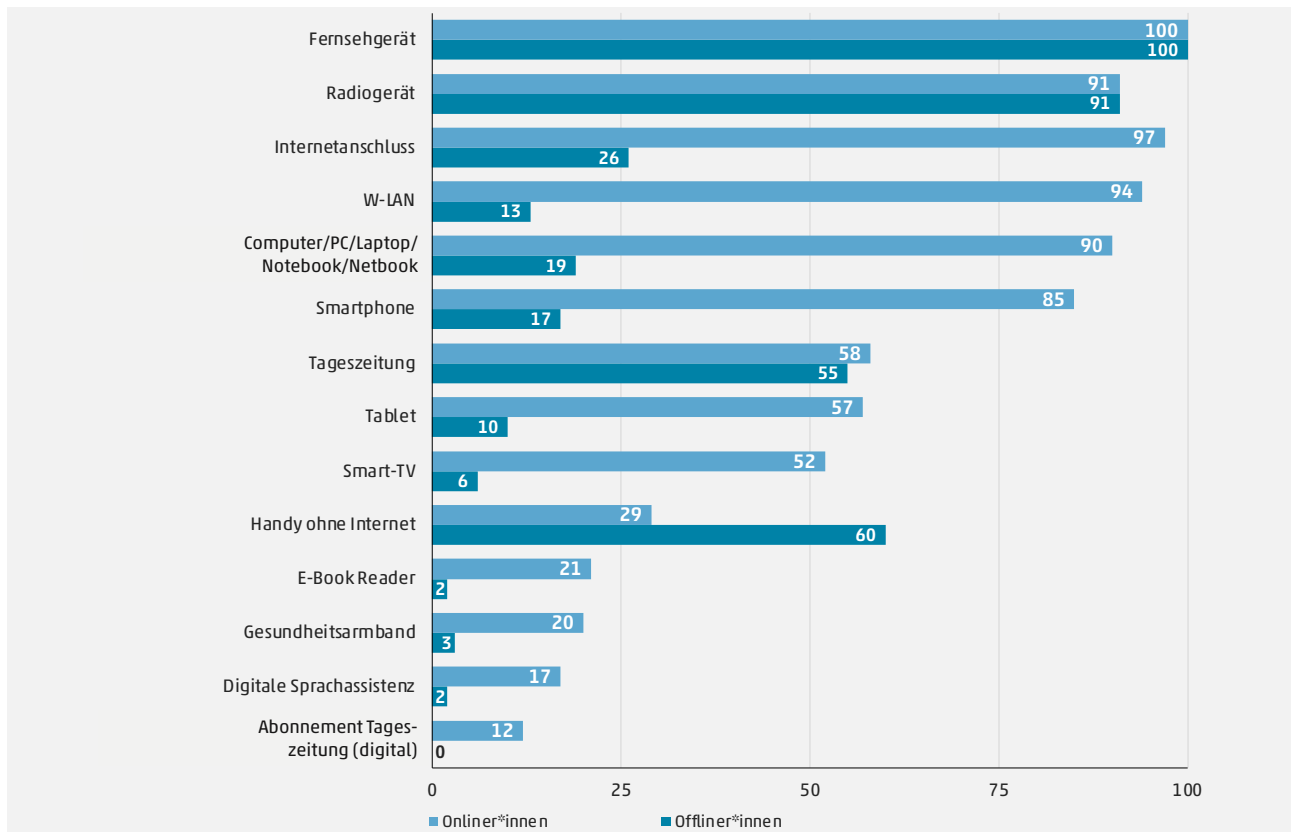
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Differenziert man die Medienausstattung im Haushalt nach Personen, die selbst das Internet mindestens einmal im Monat nutzen (Onliner*innen) und Personen, die selbst kein Internet nutzen (Offliner*innen), so zeigen sich enorme Unterschiede im Medienportfolio. Mit Ausnahme der klassischen Massenmedien Fernsehen, Radio und Tageszeitung verfügen Onliner*innen zu allen anderen abgefragten Geräten über deutlich höhere Versorgungsgrade im Haushalt als Offliner*innen; dies gilt in besonderer Weise für digitale Geräte wie Smartphone, Tablet, Computer/PC, E-Book-Reader oder auch Gesundheitsarmbänder. Einzige Ausnahme ist ein Handy ohne Internetempfang; 60 Prozent der Offliner*innen besitzen solch ein älteres digitales Gerät, bei den Onliner*innen sind es nur 29 Prozent. Bemerkenswert ist zudem, dass sehr wohl auch Offliner*innen zu Hause über einen Internetzugang und über digitale Geräte verfügen können – immerhin 26 Prozent der Offliner*innen haben zu Hause einen Internetzugang, 17 Prozent ein Smartphone und zehn Prozent ein Tablet. Dies deutet darauf hin, dass möglicherweise der Partner oder die Partnerin oder andere Familienghörige im Haushalt die Geräte nutzen. Dabei sind unter den Offliner*innen 62 Prozent Frauen, die zu Hause über einen Internetzugang verfügen, diesen selbst aber nicht nutzen.



Insgesamt ist unter Offliner*innen das Medienportfolio deutlich eingeschränkter als unter Onliner*innen: Offliner*innen besitzen in ihren Haushalten im Durchschnitt 3,1 Medien, Onliner*innen 5,6 Medien.

Medienausstattung im Haushalt

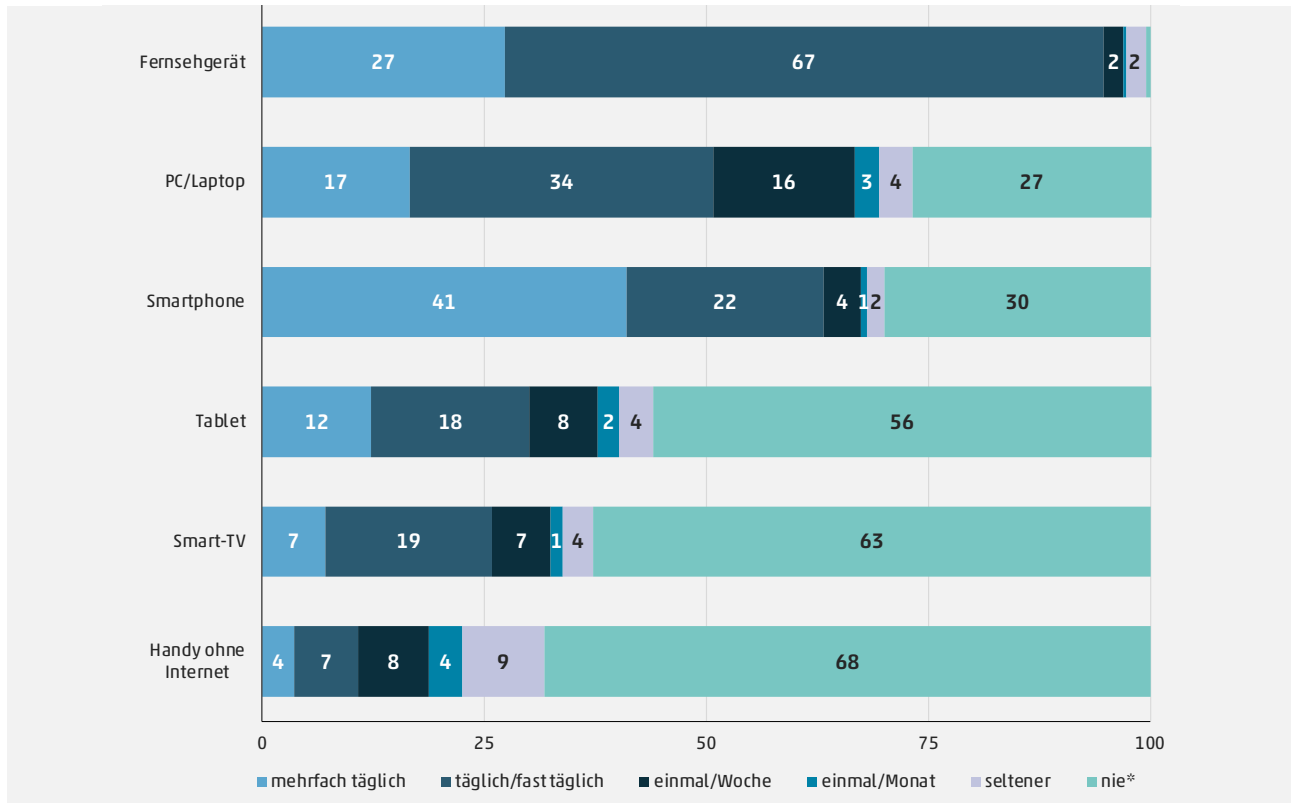


Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Ein Blick auf die Nutzungshäufigkeit zeigt die Alltagsrelevanz der Medienbeschäftigung. Am häufigsten wird der Fernseher genutzt, 94 Prozent der befragten Personen sehen jeden oder fast jeden Tag fern. Auch das Smartphone wird von 63 Prozent der Personen ab 60 Jahren täglich genutzt, von zwei Fünfteln sogar mehrmals täglich (41 %). Jede/-r Zweite nutzt täglich einen Computer (PC/Laptop/Notebook/Netbook, 51 %). Knapp jede/-r Dritte ein Tablet (30 %). Ein Smart-TV wird von einem Viertel der befragten Personen (26 %) täglich verwendet, wohingegen ein Handy ohne Internet mit elf Prozent täglicher Nutzung deutlich weniger im Einsatz ist. Insgesamt zeigen die Daten, dass das Fernsehen eine große Rolle im Tagesablauf innehat und wenn ältere Menschen Geräte zur Internetnutzung besitzen, diese dann auch sehr häufig verwenden. Die Smartphone-nutzung „mehrmals täglich“ von 41 Prozent spricht auch für eine hohe Alltagsintegration des Smartphones. Allerdings ist zu bedenken, dass 30 Prozent nie ein Smartphone benutzen, bzw. keines zur Verfügung haben.

Nutzungshäufigkeit verschiedener Geräte im Haushalt

– Auswahl –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, *=nutze nie + Gerät nicht vorhanden, Basis: alle Befragten, n=3.005

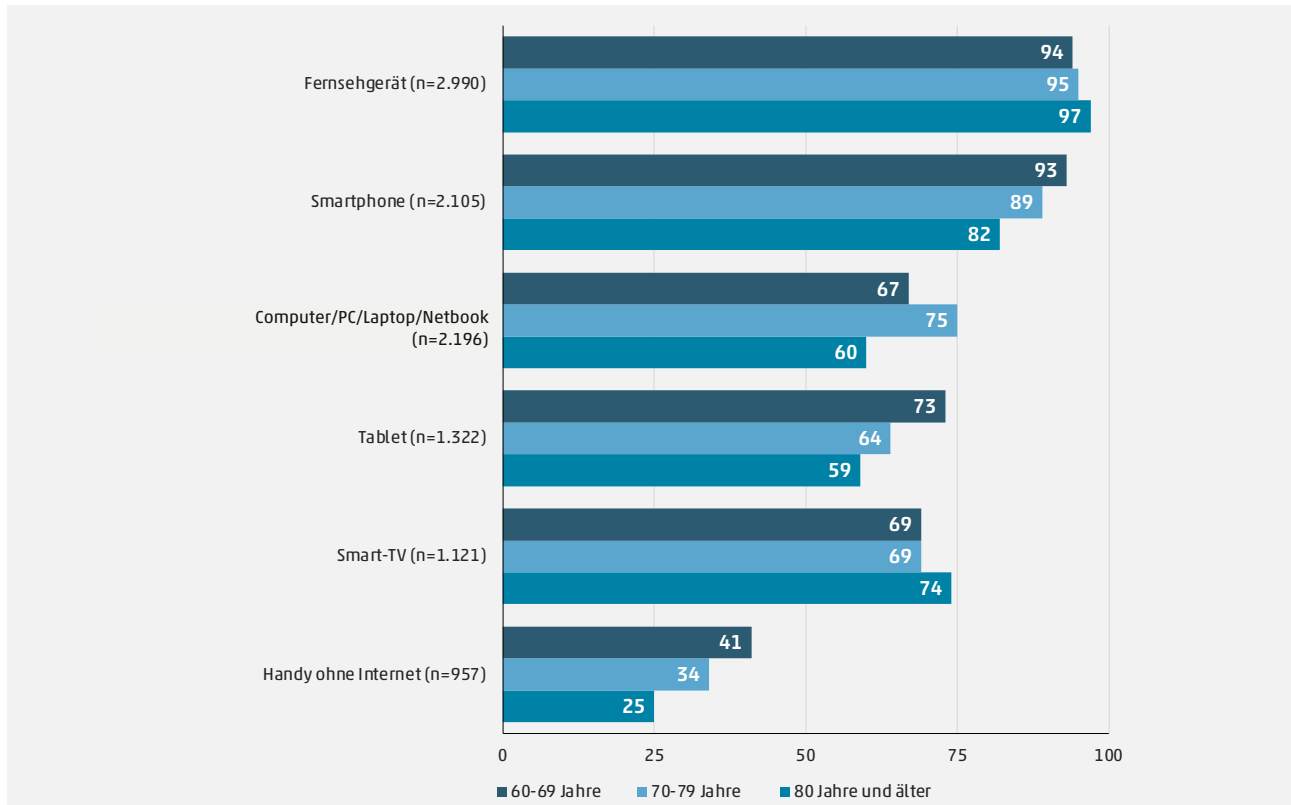
Betrachtet man ausschließlich die Nutzer*innen, also diejenigen, die die Geräte zumindest selten verwenden, so zeigen sich interessante Aspekte im Altersverlauf. Mit Ausnahme der Fernsehgeräte (mit oder ohne Internetanschluss), die von den Personen über 80 Jahren häufiger genutzt werden, nimmt die tägliche Nutzung mit zunehmendem Alter ab. Besonders deutlich ist dies beim Tablet, dem Handy ohne Internet oder Smartphone. Auch Computer werden von den ältesten Nutzer*innen deutlich weniger häufig genutzt.

Mit Ausnahme des klassischen Fernsehgeräts (ohne Internetzugang), das von Frauen wie Männern gleich häufig genutzt wird, zeigen sich bei allen Medien bedeutende Unterschiede zwischen Frauen und Männern in der alltäglichen Nutzung. So wird das Smartphone von Frauen mit 92 Prozent häufiger genutzt als von Männern mit 88 Prozent. Die weiteren Geräte werden hingegen von Männern häufiger eingesetzt. Hinsichtlich der täglichen Nutzung eines Computers (PC/Laptop/Notebook/Netbook) verwenden dies 75 Prozent der Männer und 64 Prozent der Frauen. Tablet, Smart-TV sowie Handy ohne Internet werden ebenfalls jeweils häufiger von Männern als von Frauen genutzt.



Tägliche Nutzung verschiedener Geräte im Haushalt

– Auswahl, auf Basis der jeweiligen Nutzer*innen –



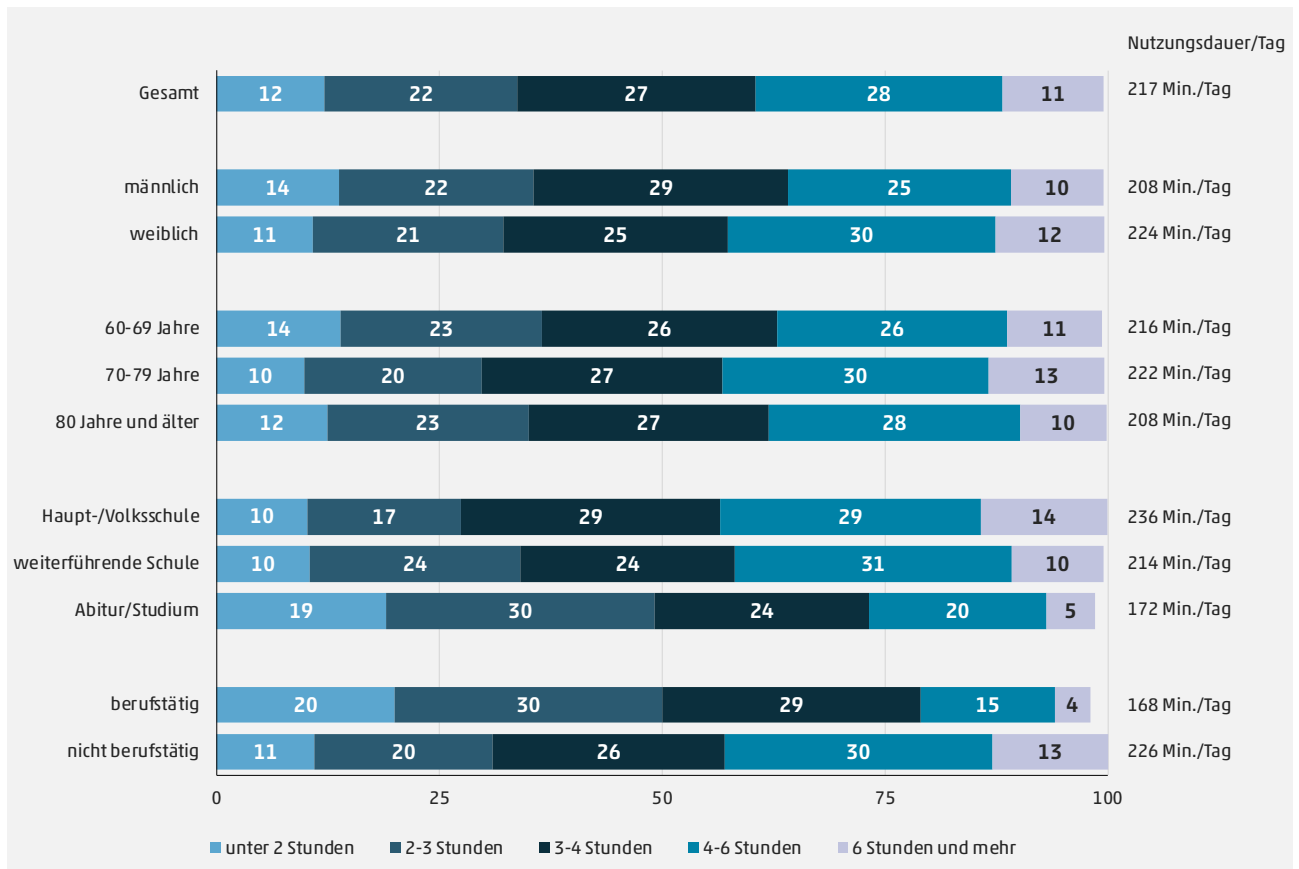
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die das jeweilige Gerät im Haushalt haben

Beim Fernsehen wurde ergänzend zur Nutzungshäufigkeit auch die tägliche Nutzungsdauer (in Stunden und Minuten) untersucht. Fernsehen hat im Alltag älterer Personen einen festen Platz, jede zehnte Person verbringt nach eigenen Angaben täglich sechs Stunden und mehr vor dem Fernseher, mehr als jede/-r Vierte (28 %) immerhin noch zwischen vier und sechs Stunden. Nach eigenen Angaben der Befragten wird im Durchschnitt 217 Minuten pro Tag ferngesehen. Frauen sehen mit 224 Minuten pro Tag etwas länger fern als Männer mit 208 Minuten. Die verschiedenen Altersgruppen zeigen kaum Unterschiede in der täglichen Nutzungsdauer. Einen größeren Einfluss hat hingegen die Lebenssituation: Während berufstätige Ältere im Schnitt 168 Minuten täglich fernsehen, verbringen nicht-berufstätige Personen 226 Minuten pro Tag vor dem Fernseher. Die größten Unterschiede finden sich bei einer differenzierten Betrachtung der Bildungsgruppen. Je höher der Schulabschluss, desto geringer die tägliche Nutzungsdauer des Fernsehgerätes. Während Personen mit Abitur/Studium lediglich 172 Minuten pro Tag fernsehen, sind dies bei Personen mit Hauptschul- oder Volksschulabschluss 236 Minuten pro Tag.

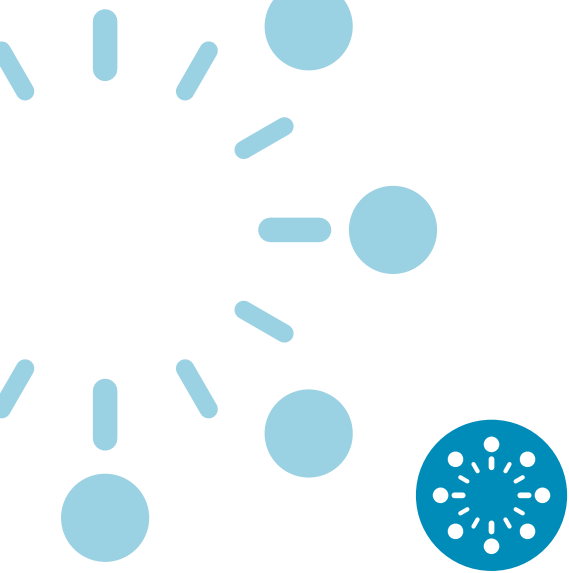
Ältere Personen schauen im Durchschnitt 217 Minuten pro Tag fern



Dauer Fernsehnutzung pro Tag



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005 (Differenz zu 100 % = sehe nie fern)



3. Internetnutzung

Betrachtet man den Anteil der Personen, die zumindest seltener das Internet nutzen, also diejenigen, die man als Onliner*innen bezeichnen kann, so sind gut vier Fünftel der Personen ab 60 Jahren online (81 %). Der Blick auf die Altersgruppen zeigt: 92 Prozent der Personen zwischen 60 und 69 Jahren, 82 Prozent zwischen 70 und 79 Jahren und 51 Prozent ab 80 Jahren sind Onliner*innen. Differenziert man hierbei die Altersgruppe der über 80- und über 85-Jährigen ergibt sich folgendes Bild: Während noch 60 Prozent der Personen zwischen 80 und 84 Jahren in Deutschland das Internet nutzen, sind es in der Altersgruppe ab 85 Jahren lediglich 36 Prozent. Insbesondere bei Personen im hohen Alter nimmt der Anteil der Onliner*innen damit deutlich ab, zwei Drittel der Personen über 85 Jahren agieren nicht oder zumindest nicht selbstständig in der digitalen Welt. Es ist davon auszugehen, dass seit letztem Jahr, bedingt durch die Corona-Pandemie, der Nutzer*innenkreis in dieser Personengruppe einen Schub bekommen hat und durch das Nachwachsen internetaffiner Altersgruppen in den nächsten Jahren weiter zunehmen wird (siehe hierzu vergleichbare Studien wie die ARD/ZDF-Onlinestudie von 2021).

Blickt man auf geschlechtsspezifische Unterschiede, zeigt sich, dass Männer über 60 Jahre mit 86 Prozent deutlich häufiger das Internet nutzen als Frauen mit 77 Prozent. Vor allem ab dem 80. Lebensjahr nehmen die Unterschiede zwischen den Geschlechtern deutlich zu. Während im Alter zwischen 80 und 84 Jahren 53 Prozent der Frauen und 70 Prozent der Männer online sind, sind es ab dem 85. Lebensjahr nur noch 22 Prozent der Frauen und 57 Prozent der Männer.

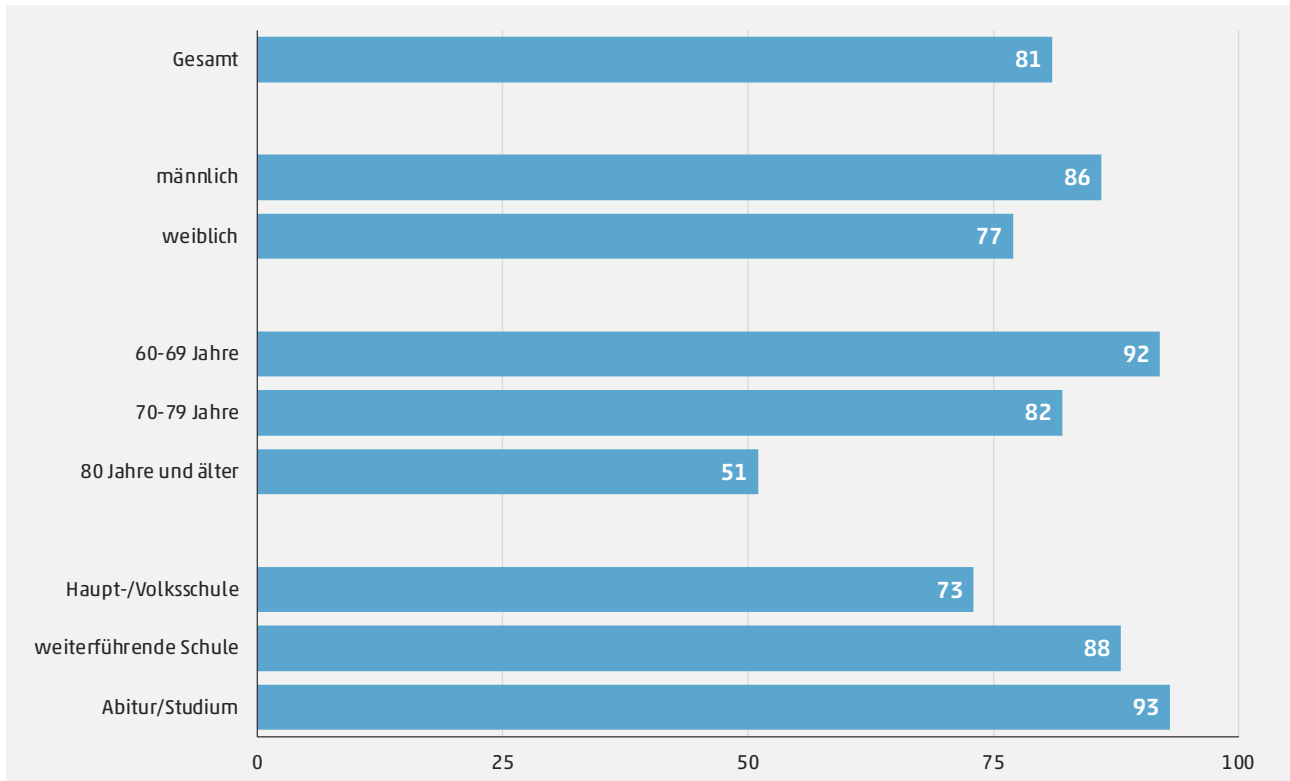
Ein Faktor für die Beschäftigung mit dem Internet ist der formale Bildungsgrad. Die Daten der SIM-Studie zeigen, dass mit einem höheren Bildungsabschluss der Anteil der Onliner*innen zunimmt. 93 Prozent der Personen ab 60 Jahren mit Abitur oder Studium sind online, 88 Prozent mit weiterführenden Schulabschlüssen, aber lediglich 73 Prozent der Personen mit einem Volks- oder Hauptschulabschluss.

Je höher der Bildungsgrad, desto eher wird das Internet genutzt



Anteil Onliner*innen der Bevölkerung ab 60 Jahren

– Nutzung zumindest selten –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Bei der genaueren Betrachtung der Häufigkeit der Internetnutzung zeigen die Ergebnisse der SIM-Studie die Alltagsrelevanz des Internets: Drei Viertel aller Befragten nutzen das Internet mindestens einmal in der Woche (76 %). Zwei Drittel der Personen ab 60 Jahren (66 %) sind täglich oder fast täglich online, 38 Prozent sogar mehrfach täglich (38 %). Dabei begünstigt der Besitz eines Smartphones eine höhere Nutzungsfrequenz des Internets. Hier nutzen 82 Prozent das Internet (fast) täglich, jede/r Zweite (50 %) sogar mehrmals täglich.

Neben dem Bildungsgrad hat auch das Einkommen deutliche Auswirkungen auf die Größe des Nutzerkreises und die Häufigkeit der Onlinenutzung. Während 92 Prozent der Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen über 2.000 Euro zumindest selten im Internet aktiv sind (88 % mindestens einmal in der Woche), sind dies in der Einkommensgruppen zwischen 1.000 Euro und 2.000 Euro noch 72 Prozent (67 % mindestens einmal in der Woche) und lediglich 59 Prozent in der Gruppe mit einem Einkommen unter 1.000 Euro (51 % mindestens einmal in der Woche).

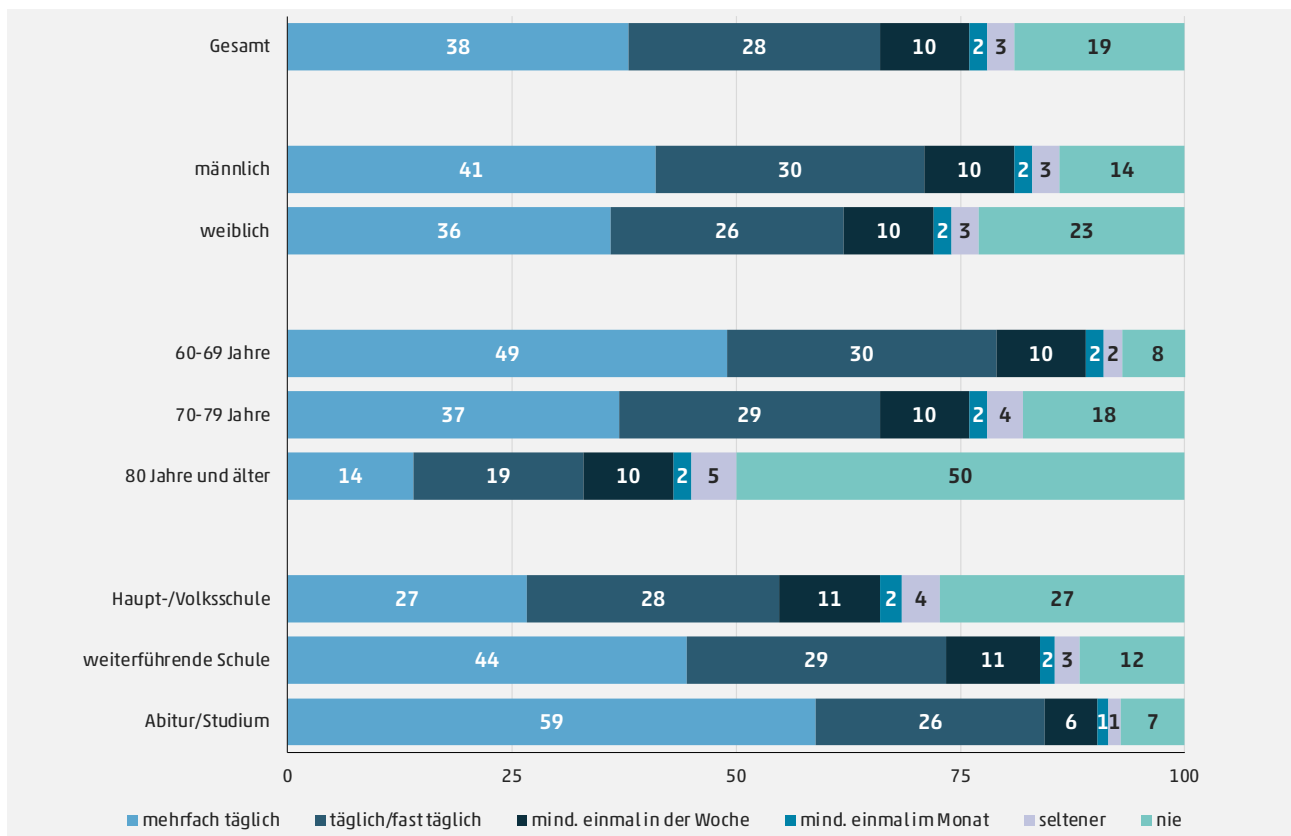
Hinsichtlich der Nutzung des Internets zeigen sich im Vergleich zwischen den alten und neuen Bundesländern deutliche Unterschiede:



83 Prozent der Personen über 60 Jahre in West- und 72 Prozent in Ost-Deutschland sind Onliner*innen.

Dabei hängen diese soziodemografischen Merkmale miteinander zusammen und führen zu kumulierten Effekten: Von den älteren nicht-alleinlebenden Männern aus den alten Bundesländern und mit hohen Bildungs- und Einkommensstatus nutzen bereits 97 Prozent das Internet; von den älteren alleinlebenden Frauen aus den neuen Bundesländern und mit niedrigen Bildungs- und Einkommensstatus sind es nur 37 Prozent. Es gibt also eine große digitale Spaltung innerhalb der Altersgruppe 60 Jahre und älter.

Häufigkeit Internetnutzung

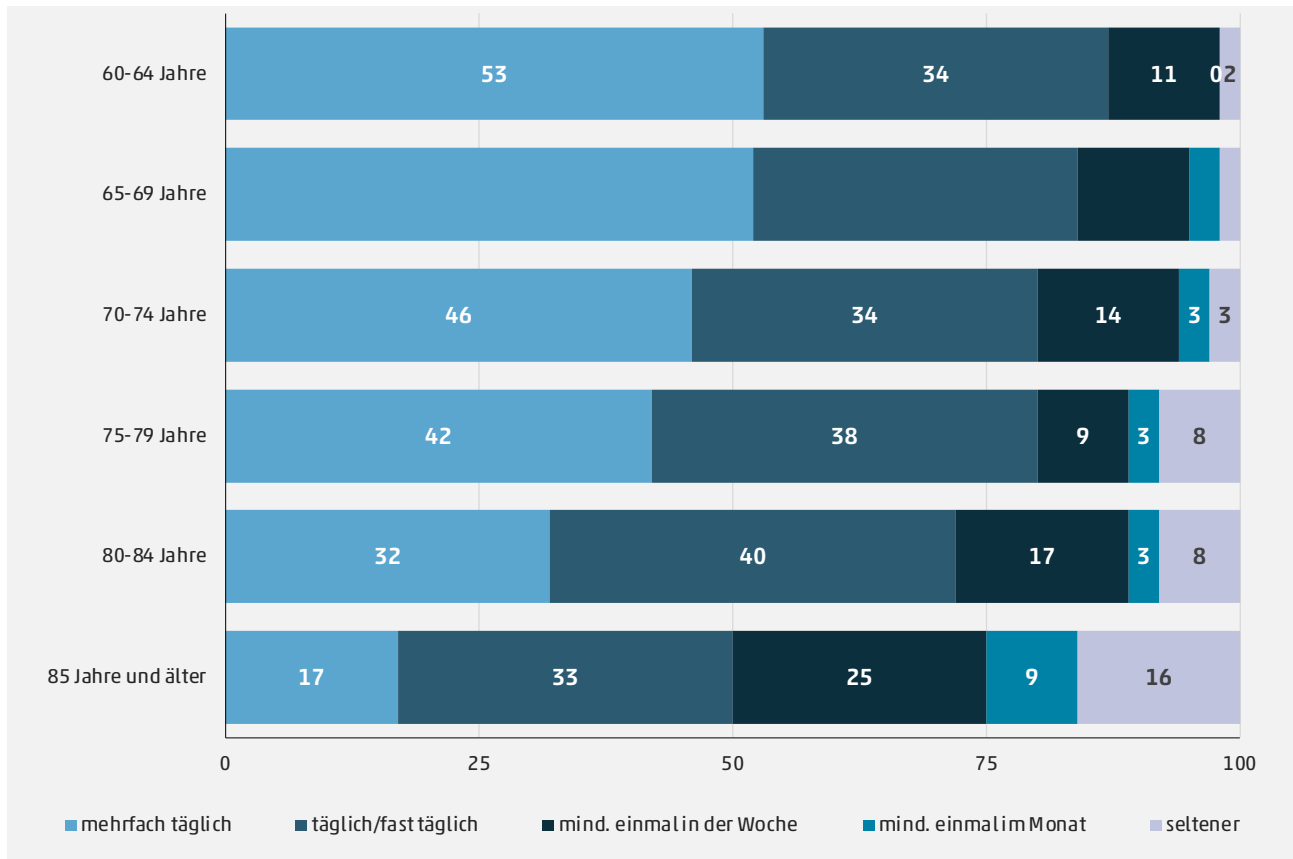


Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Betrachtet man die Häufigkeit der Nutzung nur für die Gruppe der Onliner*innen, dann zeigen die Studiendaten, dass die Nutzungsintensität mit dem Alter abnimmt. 85 Prozent der 60- bis 69-jährigen, 80 Prozent der 70- bis 79-jährigen und zwei Drittel der über 80-jährigen Onliner*innen sind täglich im Netz aktiv, unabhängig vom Zugangsggerät. Auch bei der engeren Betrachtung der Nutzung des Internets mehrfach täglich bestätigt sich diese Tendenz (60-69 Jahre: 53 %, 70-79 Jahre: 45 %, über 80 Jahre: 28 %).

Häufigkeit Internetnutzung

– nur Onliner*innen –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

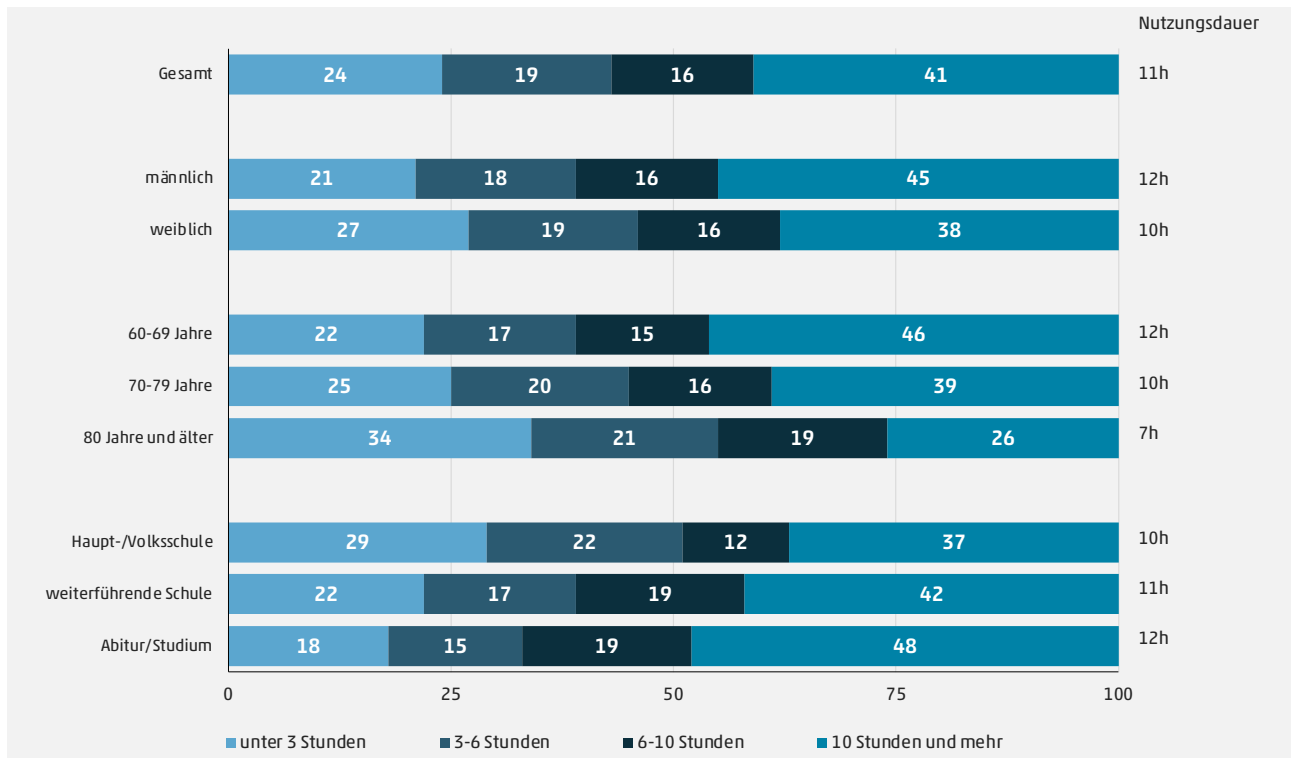
Was die Nutzungsdauer betrifft, verbringen die Onliner*innen ab 60 Jahren pro Woche nach eigener Einschätzung etwa 11 Stunden im Internet. Männer sind mit zwölf Stunden pro Woche etwas länger mit Onlineaktivitäten beschäftigt als Frauen mit zehn Stunden. Mit zunehmendem Alter nimmt neben der Nutzungsfrequenz auch die wöchentliche Nutzungsdauer der Onliner*innen ab: Während 60-bis 69-jährige Onliner*innen³ nach eigener Schätzung 12 Stunden pro Woche mit Aktivitäten im Netz verbringen, sind dies bei den 70-bis 79-Jährigen zehn Stunden und sieben Stunden bei den über 80-jährigen Onliner*innen.

³ Bei der Betrachtung der selbst eingeschätzten Nutzungszeit werden nur die Nutzer*innen dargestellt, die zumindest einmal im Monat online sind.



Dauer Internetnutzung pro Woche

– nur Onliner*innen, Nutzung mindestens einmal im Monat –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens einmal im Monat nutzen, n=2.337

Mit Blick auf die Studienergebnisse hinsichtlich der Aspekte Zugang, Häufigkeit und Dauer zeigt sich jedoch, dass größere Unterschiede zwischen den Geschlechtern hauptsächlich im Zugang zum Internet zu verorten sind und weniger in der Intensität der tatsächlichen Nutzung.

Nutzung von Onlineangeboten

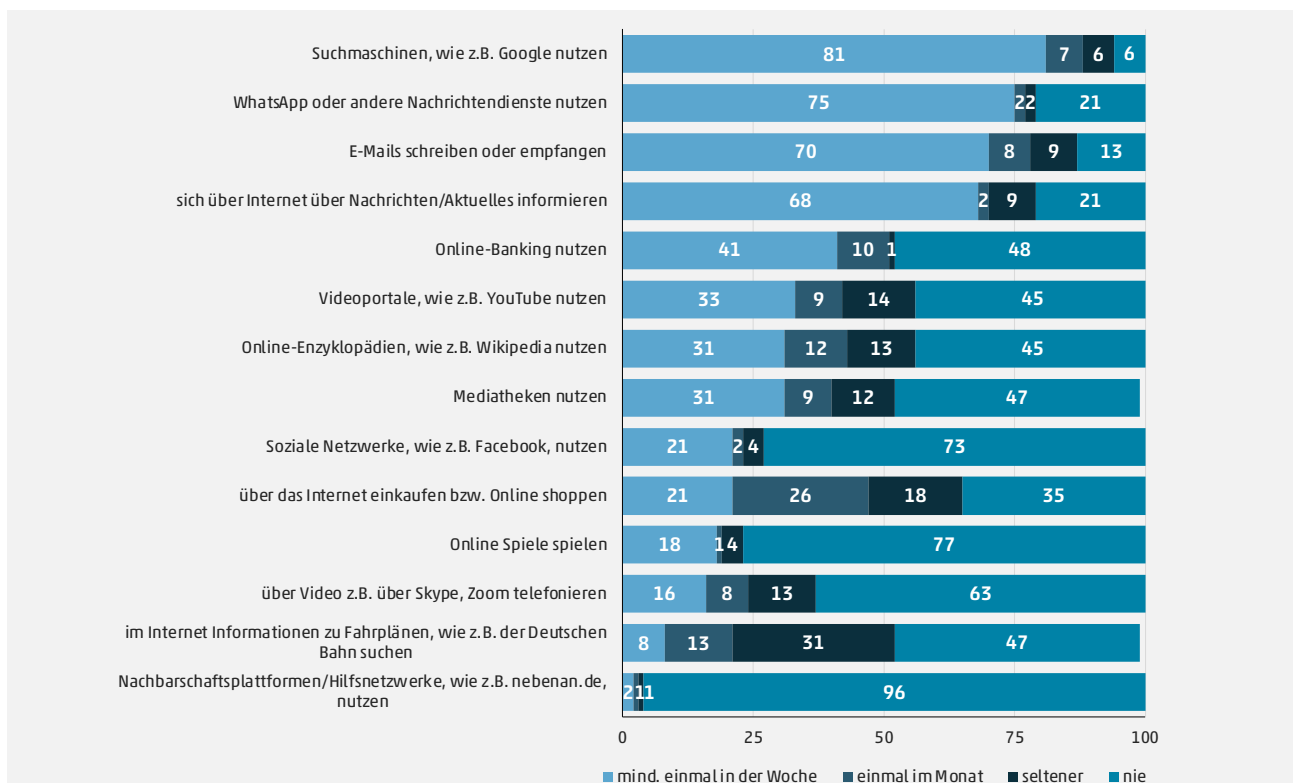
In der weiteren Betrachtung der Internetnutzung beschreiben wir ausschließlich die Onliner*innen, also diejenigen Personen, die das Internet zumindest selten nutzen – und zwar unabhängig von Ort, Dauer oder Zugangsgerät. Unter „Internetnutzung“ werden alle online-basierten Anwendungen und Aktivitäten verstanden, wie z.B. das Schreiben oder Empfangen von E-Mails, die Nutzung von Instant Messengern (z.B. WhatsApp), das Suchen von Informationen mit Hilfe einer Suchmaschine (z.B. Google), aber auch das Anschauen von Online-Videos in Mediatheken oder auf Videoplattformen. Um zu klären, welche Tätigkeiten im Netz wie häufig genutzt werden, wurde daher die Nutzungshäufigkeit anhand konkreter Tätigkeiten abgefragt. Wie in der Grafik dargestellt, nutzen Onliner*innen eine breite Palette an Onlineanwendungen, mit denen jeweils verschiedene Motive und Bedürfnisse verbunden sind.



Auffällig ist an dieser Stelle, dass auch bei der Betrachtung der Onliner*innen viele Online-Tätigkeiten mehrheitlich keine Anwendung finden. Online zu sein bedeutet bei älteren Personen demnach nicht, dass damit auch das gesamte Spektrum des Internets genutzt wird. Auch bei den genutzten Angeboten ist dann die Frage, wie häufig diese Anwendungen in den Alltag integriert sind. Diese Alltagsrelevanz von Online-Tätigkeiten wird nun anhand der Nutzungshäufigkeit dargestellt.

Genutzte Internetangebote

– nur Onliner*innen –



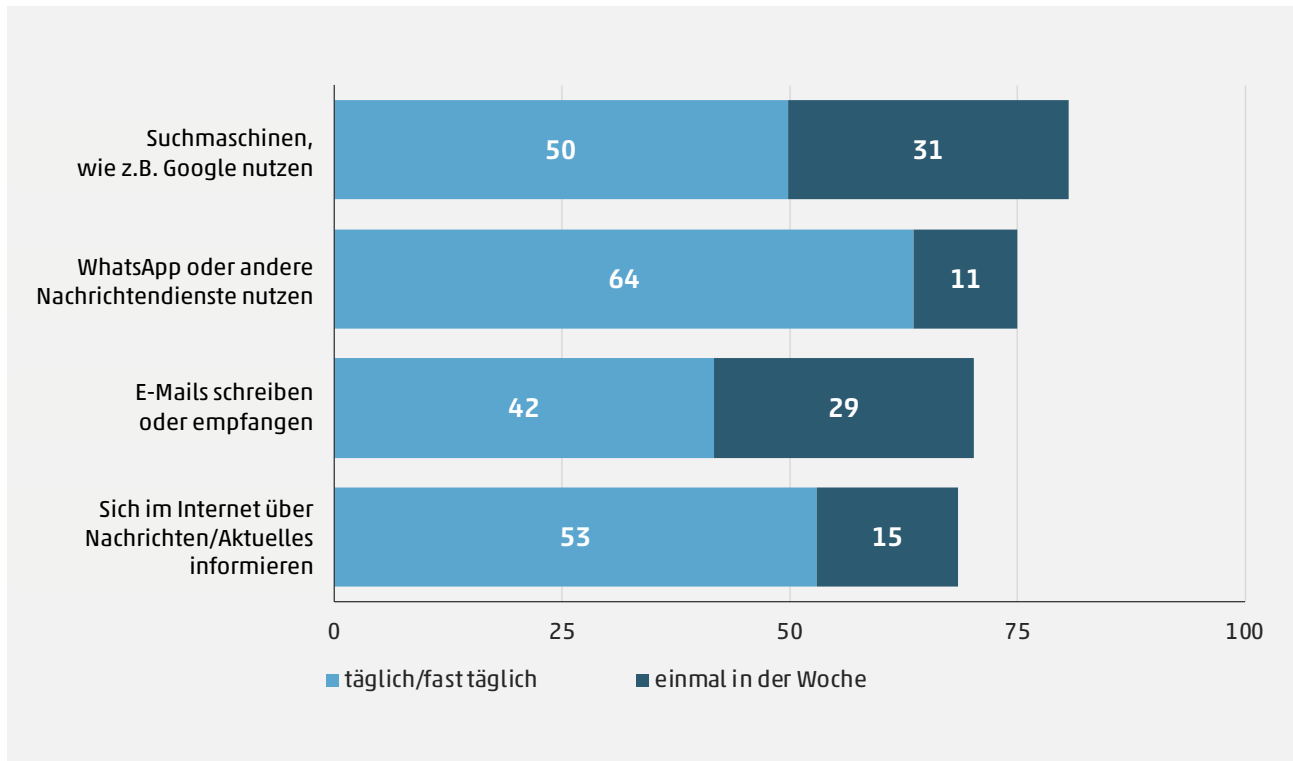
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

Die wichtigsten Onlineaktivitäten sind die Gewinnung von Informationen im Netz sowie der Austausch von Informationen, kurz: Kommunikation. Mindestens einmal in der Woche nutzen 81 Prozent der Onliner*innen Suchmaschinen, 75 Prozent WhatsApp oder andere Nachrichtendienste, 70 Prozent schreiben oder empfangen E-Mails und 68 Prozent informieren sich im Internet über Nachrichten/Aktuelles. Betrachtet man diese vier häufigsten Aktivitäten auch hinsichtlich ihrer täglichen Nutzung, visualisiert die nachfolgende Grafik, dass diese Nutzungsformen stark in den Alltag integriert sind und zu einem großen Anteil dann auch täglich genutzt werden. An erster Stelle steht hier die Nutzung von WhatsApp und anderen Messengern, die von knapp zwei Drittel der Onliner*innen täglich genutzt werden (64%). Mehr als jede/-r Zweite (53%) informiert sich täglich über das aktuelle Geschehen im Internet.



Nutzungsfrequenz Internetangebote – Top 4

– nur Onliner*innen –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

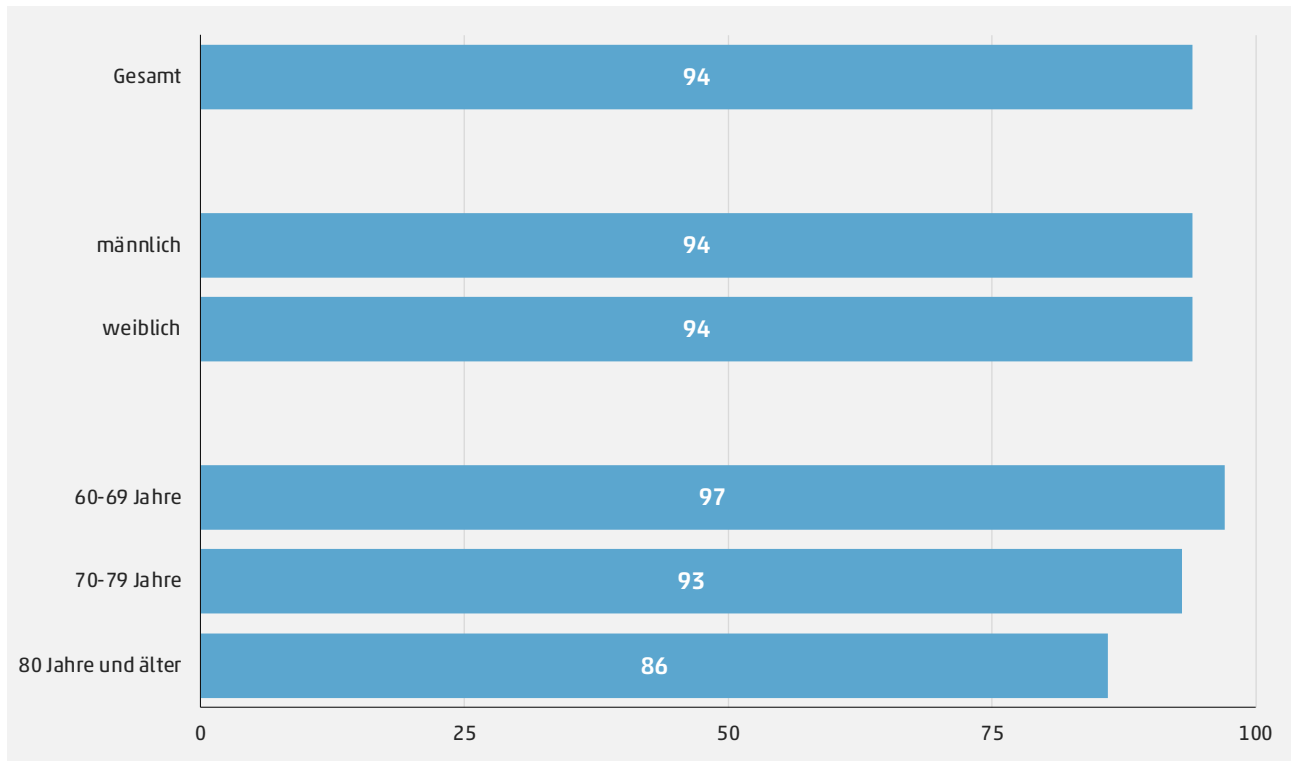
Informationen aus dem Internet beziehen: Google, Wikipedia und Co.

Die Nutzung von Suchmaschinen ist über alle Altersgruppen hinweg die häufigste Onlineaktivität

Die Studienergebnisse machen deutlich, dass das Suchen von Informationen über das Internet zu den wichtigsten Internetaktivitäten von Onliner*innen ab 60 Jahren gehört. Mit 94 Prozent der Onliner*innen nutzen fast alle (60-69 Jahre: 97 %, 70-79 Jahre: 93 %, ab 80 Jahre: 86 %) zumindest selten Suchmaschinen, wie z.B. Google.

Suchmaschinen, wie z.B. Google nutzen

– nur Onliner*innen, Nutzung zumindest selten –



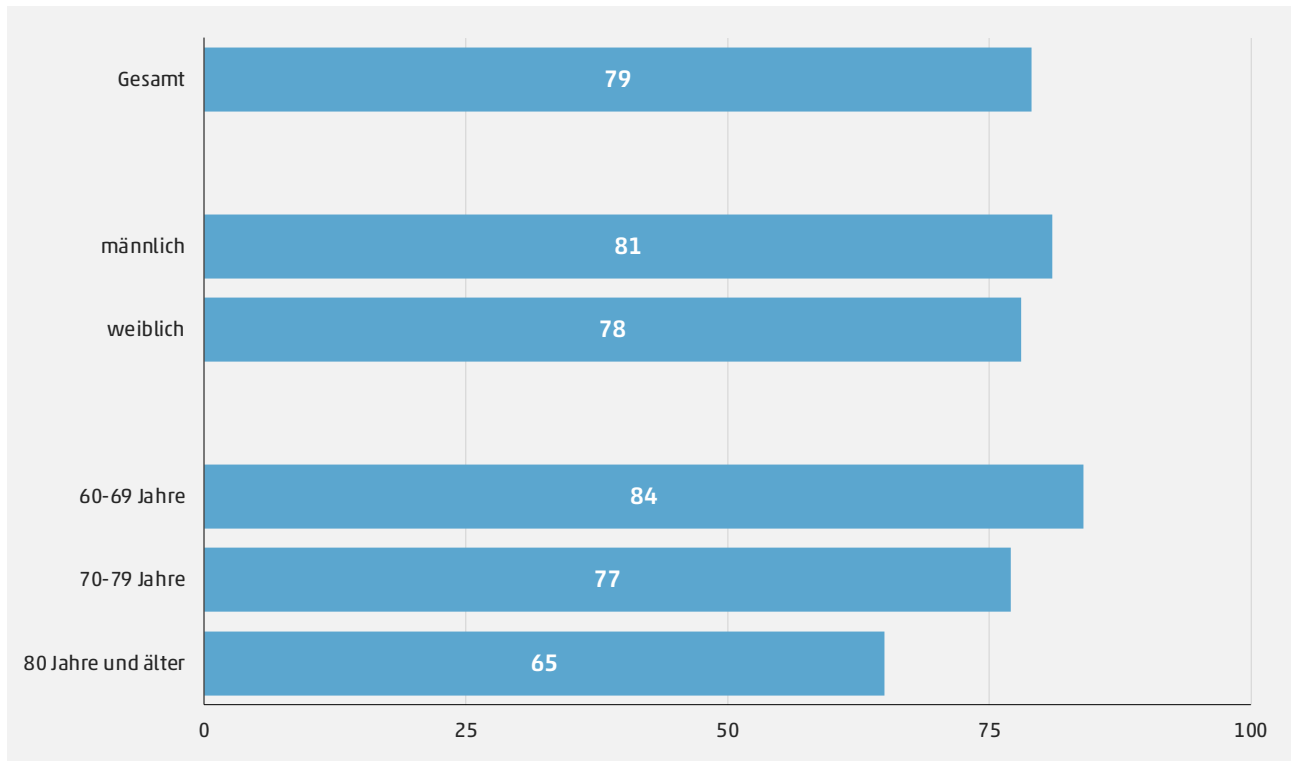
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

Vier Fünftel (81 %) aller Befragten geben an, dass sie mindestens einmal in der Woche eine Suchmaschine nutzen. Blickt man auf die wöchentliche Nutzung nach Altersgruppen ergibt sich folgendes Bild: 85 Prozent der Onliner*innen im Alter zwischen 60 und 69 Jahren, 79 Prozent der Onliner*innen zwischen 70 und 79 Jahre und 65 Prozent der Personen über 80 Jahren nutzen mindestens wöchentlich Suchmaschinen. Mit 47 Prozent fällt der wöchentliche Nutzerkreis bei den Onliner*innen ab 85 Jahren deutlich geringer aus. Welche zentrale Rolle Suchmaschinen beim Surfen im Internet haben, offenbaren auch die täglichen Nutzungszahlen: Jede/-r zweite Onliner/-in ab 60 Jahren nutzt täglich Google oder andere Anbieter zur Recherche von Informationen (60-69 Jahre: 55 %, 70-79 Jahre: 48 %, über 80 Jahre: 31 %). Deutlich geringer ist hingegen die Nutzung bei Onliner*innen über 85 Jahren: Nur 18 Prozent verwenden täglich eine Suchmaschine. Dieses Beispiel unterstreicht anhand der häufigsten Internetanwendung, dass mit zunehmendem Alter die Nutzungsintensitäten der Onliner*innen zurückgehen.



Sich im Internet über Nachrichten/Aktuelles informieren

– nur Onliner*innen, Nutzung zumindest selten –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

Obwohl das Internet mit klassischen und gewohnten Informationsmedien wie dem Fernsehen, der Zeitung oder dem Radio in Konkurrenz steht, nutzen 79 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren das Internet dazu, sich über Nachrichten/Aktuelles zu informieren. 68 Prozent informieren sich mindestens einmal pro Woche im Internet über das aktuelle Zeitgeschehen. Sich im Internet über Nachrichten/Aktuelles zu informieren, sind Aktivitäten, die über die verschiedenen Altersgruppen hinweg eine große Bedeutung aufweisen: So nutzen 72 Prozent der Onliner*innen zwischen 60 und 69 Jahren, zwei Drittel der Onliner*innen zwischen 70 und 79 Jahren (67 %) und 56 Prozent der über 80-jährigen Onliner*innen mindestens einmal in der Woche die Möglichkeit, sich im Internet über die Nachrichtenlage zu informieren. Der formale Bildungsgrad und das Geschlecht haben keine wesentliche Auswirkung auf die Häufigkeit der Nutzung von Nachrichtenportalen und -diensten im Internet.



Auch Online-Enzyklopädien sind für Onliner*innen über 60 Jahren eine wichtige Informationsquelle: 55 Prozent nutzen zumindest selten Wikipedia und Co. für Recherchen im Internet, 31 Prozent sogar mindestens einmal in der Woche. Dabei zeigen sich nur geringe Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Bei den 60- bis 69- und 70- bis 79-Jährigen nutzen jeweils etwa ein Drittel (32 %) Online-Enzyklopädien mindestens einmal wöchentlich, bei den Onliner*innen über 80 Jahren ist es jede/-r Fünfte (20 %). Größere Unterschiede zeigen sich jedoch in der Nutzung durch Personen mit unterschiedlichen Bildungsgraden: Nur bei 17 Prozent der Onliner*innen mit einem Volks- oder Hauptschulabschluss sind Wikipedia und Co. mindestens einmal in der Woche eine Anlaufstelle zur Informationssuche. Zum Vergleich: 33 Prozent der Onliner*innen, die eine weiterführende Schule besucht haben und 54 Prozent der Onliner*innen mit Abitur oder Studium nutzen mindestens einmal wöchentlich eine Online-Enzyklopädie.

Über die Hälfte aller Befragten Onliner*innen über 60 Jahren (53 %) nutzt die Möglichkeit über das Internet an Informationen zu Fahrplänen, wie z.B. der Deutschen Bahn, zu gelangen. Acht Prozent aller Onliner*innen suchen sogar mindestens einmal in der Woche hiernach. Zugleich nimmt die Nutzung von Fahrplanauskünften über das Internet mit zunehmendem Alter nur leicht ab (70-79 Jahre: 51 % und ab 80 Jahren: 45 %).

Mit anderen in Kontakt bleiben: Instant Messenger, E-Mail und Videotelefonie

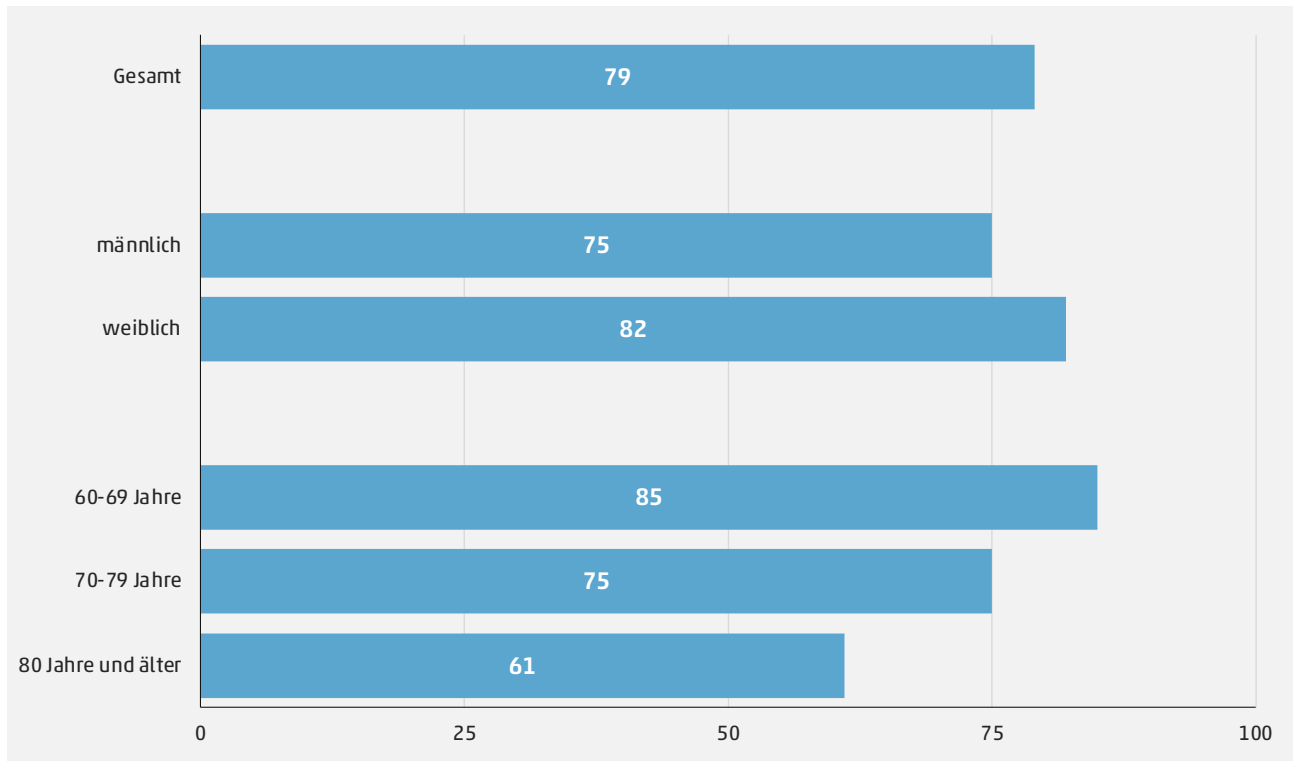
Instant Messenger (Kurznachrichtendienste) sind Programme üblicherweise für Smartphones und Tablets, aber auch teilweise für Laptops oder Desktop-PCs, die es ermöglichen, Nachrichten, Sprachdateien, Bilder und Videos zum Beispiel an Familienangehörige, Freunde und Bekannte zu verschicken. Programme wie WhatsApp, Signal oder Threema erlauben es, nahezu in Echtzeit mit anderen in Kontakt zu bleiben; auch Videotelefonie und Sprachanrufe sind darüber möglich. Instant Messenger spielen auch bei Personen ab 60 Jahren eine große Rolle bei der Internetnutzung. Vier Fünftel (79 %) der Onliner*innen nutzen diese Dienste zumindest selten. Ein Großteil davon hat die Nutzung von Messengern dann auch in den Alltag integriert, zwei Drittel der Onliner*innen (64 %) nutzen täglich Nachrichtendienste wie WhatsApp.

64 Prozent der Onliner*innen über 60 Jahren nutzen täglich Instant Messenger



WhatsApp oder andere Nachrichtendienste nutzen

– nur Onliner*innen, Nutzung zumindest selten –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

Zugleich zeigt sich, dass die Häufigkeit der Nutzung von Instant Messengern mit zunehmendem Alter zwar tendenziell abnimmt, aber auch im hohen Alter noch eine Rolle spielt: nahezu jede/-r zweite Onliner*in über 80 Jahren nutzt täglich solche Dienste (43 %), auch bei den Personen über 85 Jahren ist es noch jede/-r dritte Onliner*in (32 %). Zum Vergleich: Bei Onliner*innen zwischen 60-69 Jahren liegt der Anteil an täglicher Nutzung bei 71 Prozent, zwischen 70 und 79 Jahren bei 59 Prozent.

Dabei sind es vor allem ältere Frauen, die diese digitale Kommunikationsform häufiger verwenden. 82 Prozent der Onlinerinnen ab 60 Jahren nutzen einen Instant Messenger, 70 Prozent sogar mindestens täglich; hingegen liegt der männliche Nutzerkreis bei 75 Prozent und bei den täglichen Nutzern bei 57 Prozent.

Der formale Bildungsstatus hat indes keine Auswirkung auf die Nutzung von Instant Messengern. Wohingegen die Onliner*innen ab 60 Jahren, die ein höheres Einkommen haben, häufiger solche Dienste nutzen (unter 1.000 Euro: 61 %, 1.000 bis 2.000 Euro: 78 %, über 2.000 Euro: 81 %).



Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse, wie sehr diese Internetanwendung bereits fest im Lebensalltag ältere Onliner*innen integriert ist. Offen bleibt indes die Frage, inwiefern die Nutzung digitaler Kommunikationsdienste ein durch die Pandemie beeinflusster Effekt ist und ob sich dies weiter etabliert. Zu beobachten ist, ob dadurch andere etablierte Formen der Kommunikation, wie z.B. Telefonieren oder Face-to-Face-Kommunikation langfristig beeinflusst werden.

Bei den verwendeten Diensten ist das zu Facebook/Meta gehörende WhatsApp mit 93 Prozent der mit Abstand am meisten verbreitete Instant Messenger unter den befragten Onliner*innen. Zwei Prozent nutzen den Dienst Telegram und jeweils ein Prozent nutzt den amerikanischen Instant Messenger Signal oder den kostenpflichtigen Dienst Threema aus der Schweiz.

Das Schreiben und Empfangen von E-Mails hat über alle Altersgruppen hinweg eine hohe Relevanz

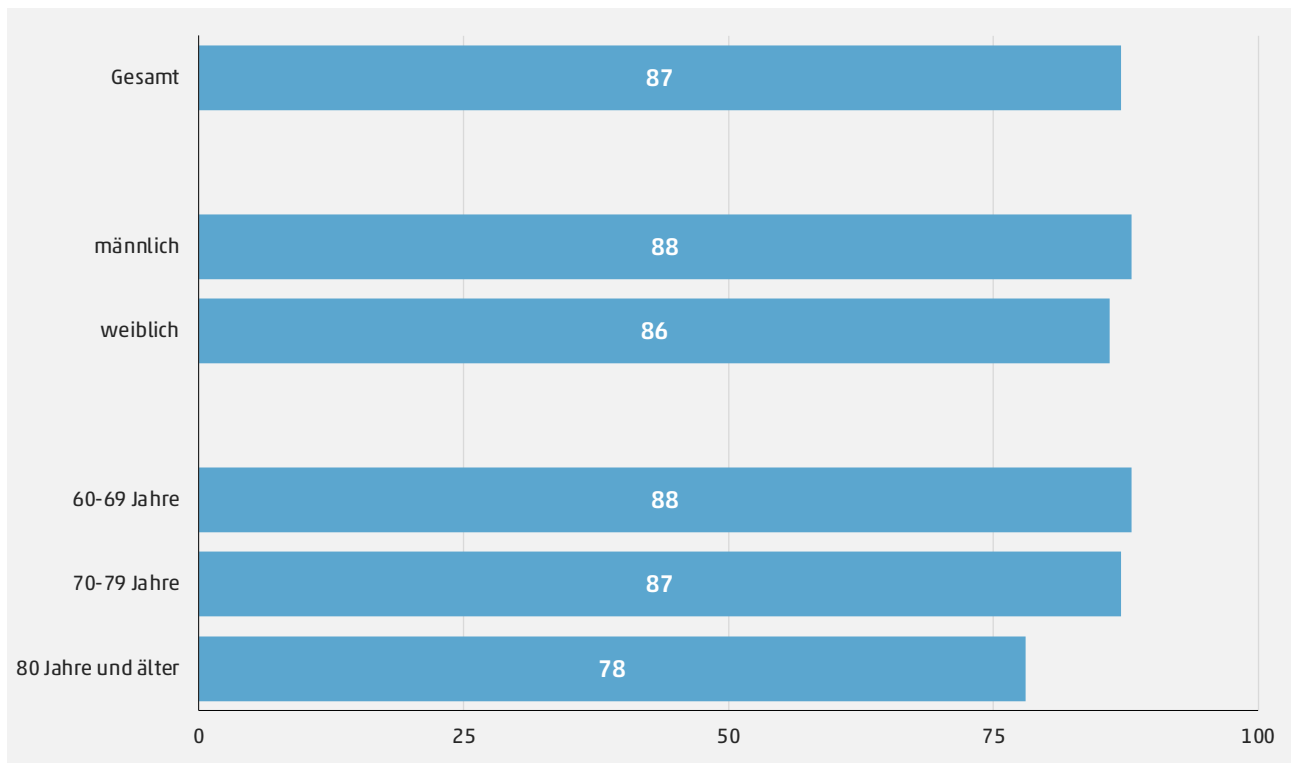
Neben der Nutzung von Instant Messengern spielt das Schreiben und Empfangen von E-Mails eine zentrale Rolle in der Kommunikation: Insgesamt nutzen 87 Prozent aller Onliner*innen E-Mails zumindest selten, 70 Prozent schreiben oder empfangen mindestens einmal in der Woche digitale Post. Dabei finden sich keine Unterschiede zwischen Männern und Frauen im Umfang des Nutzerkreises (Frauen 86 %, Männer 88 %). Jedoch zeigt sich, dass Männer mit 75 Prozent deutlich häufiger mindestens wöchentlich E-Mails verschicken oder abrufen als Frauen mit 66 Prozent, die tägliche Nutzung liegt bei 48 Prozent bzw. bei 36 Prozent.

Mit Blick auf die Altersgruppen und die wöchentliche Nutzung ist zu erkennen, dass das Schreiben und Empfangen von E-Mails auch über alle Altersspannen hinweg eine hohe Relevanz aufweist (mindestens einmal in der Woche: 60-69 Jahre: 72 %, 70-79 Jahre: 70 %, ab 80 Jahren: 61 %); erst ab dem 85. Lebensjahr nimmt die Nutzung deutlich ab (47 % wöchentliche Nutzung). Hingegen nimmt der tägliche Nutzerkreis mit dem Alter kontinuierlich ab: Während noch jede/-r zweite Onliner*in im Alter zwischen 60 und 69 Jahren täglich E-Mails schreibt oder liest (47 %), sind es bei den 70- bis 79-Jährigen etwas über ein Drittel (38 %) und bei Personen ab 80 Jahren etwa ein Viertel (25 %). Nochmals deutlich nimmt der tägliche Nutzerkreis in der Gruppe ab 85 Jahren ab: Nur jede/-r Fünfte kommuniziert täglich via E-Mail (19 %).



E-Mails schreiben oder empfangen

– nur Onliner*innen, Nutzung zumindest selten –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

Eine weitere Form der Online-Kommunikation ist die Videotelefonie. 37 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren nutzen diese Möglichkeit, zum Beispiel via Skype oder Zoom, mit anderen in Kontakt zu bleiben, 16 Prozent nutzen dies mindestens wöchentlich, lediglich drei Prozent täglich. Über die Altersgruppen hinweg bleibt die Nutzung relativ konstant: 40 Prozent im Alter von 60 bis 69 Jahren und jeweils jede/-r Dritte im Alter von 70 bis 79 bzw. ab 80 Jahren (33 %) nutzen zumindest selten Programme, die Videotelefonie ermöglichen. Inwieweit diese Zahlen durch die Corona-Pandemie und den hieraus resultierenden Kontaktbeschränkungen beeinflusst sind, lässt sich aufgrund fehlender Vergleichswerte nicht bestimmen.

Unterhaltungsmöglichkeiten im Internet nutzen: Mediatheken, Videoportale und Onlinespiele

53 Prozent aller Onliner*innen über 60 Jahren nutzen Mediatheken

Das Internet bietet eine Fülle an Unterhaltungsmöglichkeiten. Die meisten öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanstalten bieten zum Beispiel Mediatheken im Internet an, in denen Filme, Serien und Sendungen auf Abruf bereitstehen. Dabei gehen die Onlineangebote in aller Regel weit über die reine Möglichkeit hinaus, verpasste Sendungen erneut im



Internet zu schauen. Mediatheken stehen als On-Demand-Angebot einerseits in Konkurrenz zum linearen TV-Programm, bieten andererseits aber viele weitere Angebote. Mit Vorab-Premieren, Livestreams, Zusatzmaterialien und extra für die Mediathek produzierten Formaten, bieten viele Sender eine große Auswahl an Videos, die ausschließlich im Internet zu finden sind. 53 Prozent aller Onliner*innen über 60 Jahren nutzen zumindest selten Mediatheken im Internet, 31 Prozent mindestens einmal in der Woche und neun Prozent sogar täglich. Mit Blick auf die Nutzung durch die verschiedenen Altersgruppen zeigt sich jedoch, dass mit zunehmendem Alter die Nutzungshäufigkeit von Mediatheken deutlich zurückgeht: 37 Prozent der Onliner*innen zwischen 60 und 69 Jahren, 28 Prozent der Onliner*innen zwischen 70 und 79 Jahren und 16 Prozent der Onliner*innen ab 80 Jahren nutzen mindestens einmal die Woche eine Mediathek.

Videoportale, wie zum Beispiel YouTube, unterscheiden sich von Mediatheken dahingehend, dass neben redaktionell aufbereitetem Content, zum Beispiel von privaten oder öffentlich-rechtlichen Sendern, auch Videoinhalte von privaten Nutzer*innen, Organisationen wie Parteien, Vereinen, Initiativen etc. und gewerblichen Anbieter*innen zu finden sind. Die Studienergebnisse zeigen, dass insgesamt 55 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren Videoportale nutzen. Die wöchentliche Nutzung liegt im Schnitt aller Altersgruppen bei 32 Prozent, die tägliche Nutzung bei 12 Prozent. Ähnlich wie bei Mediatheken nimmt aber auch bei Videoportalen die Nutzung im hohen Alter deutlich ab: So nutzen 38 Prozent der Onliner*innen zwischen 60 und 69 Jahren, 29 Prozent der Onliner*innen zwischen 70 und 79 Jahren und 16 Prozent der Onliner*innen ab 80 Jahre mindestens einmal die Woche ein Videoportal.

Egal ob per App auf dem Smartphone oder über den Browser am Laptop: 23 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren nutzen die Möglichkeit zu Onlinespielen. 18 Prozent spielen mindestens einmal in der Woche; täglich oder fast täglich wenden sich elf Prozent Onlinespielen zu. Mit Blick auf die zumindest wöchentliche Nutzung nach verschiedenen Altersgruppen ergeben sich nur wenige Unterschiede (60-69 Jahre: 20 %, 70-79 Jahre: 16 %, Personen ab 80 Jahren: 15 %). Während bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen Computerspiele häufiger von Jungen und jungen Männern genutzt werden, nutzen in der Altersgruppe ab 60 Jahren Frauen mit 27 Prozent häufiger Onlinespiele als Männer (19 %).

Dinge des Alltags übers Netz organisieren: Onlineshopping und Onlinebanking

Die Möglichkeiten, Einkäufe über das Internet zu erledigen, sind vielfältig. Neben der großen Auswahl und zahlreichen Vergleichsmöglichkeiten ist die Lieferung bis vor die Haustür ein zentraler Vorteil vom Onlineshopping. Das Interesse am Einkaufen im Internet ist bei Onliner*innen über 60 Jahren groß: 65 Prozent nutzen generell die Möglichkeit, Waren oder

55 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren nutzen Videoportale

23 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren nutzen Onlinespiele

Zwei Drittel der Onliner*innen über 60 Jahren bestellen Waren oder Dienstleistungen im Netz



Dienstleistungen über das Netz zu bestellen. Mindestens einmal im Monat betreiben 47 Prozent Onlineshopping (einmal in der Woche: 21 %, täglich/fast täglich: 2 %). Männer kaufen häufiger Waren oder Dienstleistungen über das Internet ein als Frauen (mindestens einmal im Monat: Männer: 53 %, Frauen: 40 %). Das Alter spielt beim Onlineshopping ebenfalls eine Rolle, denn die Nutzung nimmt mit steigenden Lebensjahren deutlich ab: 53 Prozent der Onliner*innen im Alter von 60 bis 69 Jahren, 44 Prozent zwischen 70 und 79 Jahren und 25 Prozent der Onliner*innen über 80 Jahren (80-84 Jahre: 26 %, über 85 Jahre: 20 %) kaufen mindestens einmal im Monat im Internet ein.

Bankgeschäfte über das Internet (Onlinebanking) tätigt jede/-r zweite Onliner*in ab 60 Jahren (52 %) zumindest selten, 40 Prozent sogar mindestens einmal in der Woche. Wöchentlich nutzen 45 Prozent der Onliner*innen zwischen 60 und 69 Jahren, 38 Prozent der Onliner*innen zwischen 70 und 79 Jahren und jede/-r Vierte der Personen ab 80 Jahren Onlinebanking (80-84 Jahre: 27 %, über 85 Jahre: 21 %). Der Nutzerkreis an Onlinebanking von Männern (55 Prozent) und Frauen (49 Prozent) unterscheidet sich nicht besonders, jedoch deren Nutzungsintensität: So nutzen 46 Prozent der Onliner mindestens wöchentlich Onlinebanking, bei den Onlinerinnen sind es 35 Prozent. Zudem finden sich keine Unterschiede zwischen Stadt und Land. Obwohl viele Banken im ländlichen Raum keine Filialen mehr betreiben, zeigen die Studiendaten keine höhere Nutzung von Onlinebanking durch Onliner*innen über 60 Jahren im ländlichen Raum.

Digitale Gemeinschaften: Soziale Netzwerke und Nachbarschaftsplattformen

Soziale Netzwerke, wie zum Beispiel Facebook, spielen bei der Internetnutzung älterer Personen eine untergeordnete Rolle: 27 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren nutzen diese Plattformen zumindest selten. Das mit großem Abstand am meisten von Onliner*innen ab 60 Jahren genutzte Soziale Netzwerk ist mit 80 Prozent Facebook (zum Vergleich: Instagram 3 %). Interessant ist, dass elf Prozent der Onliner*innen auch Messengerdienste wie bspw. WhatsApp als Soziales Netzwerk angeben. Die Kommunikation im persönlichen Umfeld wird somit als soziales Netzwerk im wörtlichen Sinn verstanden. Mindestens einmal in der Woche beschäftigen sich 22 Prozent mit solchen Diensten, dabei zeigen sich kaum Unterschiede zwischen Frauen und Männern (Frauen: 22 %, Männer: 21 %). Mit steigendem Alter nimmt die Nutzungshäufigkeit ab: So nutzen 26 Prozent der 60- bis 69-Jährigen, 19 Prozent der 70- bis 79-Jährigen und 12 Prozent der Personen ab 80 Jahren (80-84 Jahre: 13 %, über 85 Jahre: 7 %) mindestens einmal in der Woche Soziale Netzwerke.

Spezielle Nachbarschaftsplattformen, wie bspw. nebenan.de, werden von Onliner*innen über 60 Jahren in Deutschland sehr selten genutzt. Nur vier Prozent geben an, dass sie überhaupt spezielle Nachbar-



schaftsplattformen verwenden und lediglich zwei Prozent nutzen diese mindestens einmal in der Woche. Möglicherweise werden Kommunikationsbedürfnisse im persönlichen und nachbarschaftlichen Umfeld auch über Messengerdienste wie WhatsApp abgewickelt. Für zukünftige Erhebungswellen wird sich zeigen, ob solche Nachbarschaftsplattformen speziell auch für ehrenamtlich engagierte ältere Personen wie auch für alleinlebende oder mobil eingeschränkte Personen eine relevante Online-Anwendung werden könnten. Fachleute wie die Altenberichtscommission gehen davon aus, dass kommunale und nachbarschaftliche Sorgestrukturen für die zukünftige Versorgung und Pflege älterer Personen an Bedeutung gewinnen werden.⁴

Eine Übersicht über die wöchentliche Nutzung einzelner Internetanwendungen nach Geschlecht, Alter und Bildung zeigt folgende Tabelle:

Nutzung von Internetanwendungen

– mindestens einmal in der Woche –

	Gesamt	Frauen	Männer	60-69 Jahre	70-79 Jahre	ab 80 Jahre	80-84 Jahre	ab 85 Jahre	HS/VS	WFS	Abi/ Studium
E-Mails schreiben oder empfangen	70	66	75	72	70	61	66	47	61	73	85
Suchmaschinen, wie z.B. Google, nutzen	81	78	83	85	79	65	71	47	75	82	90
sich im Internet über Nachrichten/Aktuelles informieren	68	65	72	72	67	56	60	45	62	71	78
über das Internet einkaufen bzw. Online shoppen	21	16	27	25	19	9	9	6	18	22	25
Online-Enzyklopädien, wie z.B. Wikipedia, nutzen	31	29	33	32	32	20	19	21	17	33	54
Videoportale, wie z.B. YouTube, nutzen	32	26	38	38	29	16	16	16	30	31	38
WhatsApp oder andere Nachrichtendienste nutzen	75	79	71	82	72	53	58	39	75	76	74
Soziale Netzwerke, wie z.B. Facebook, nutzen	22	21	22	26	19	12	13	7	24	22	18
Onlinespiele spielen	18	23	13	20	16	15	16	10	18	22	13
über Video, z.B. über Skype, Zoom telefonieren	16	15	16	17	15	13	15	8	11	17	24
Mediatheken nutzen	31	29	34	37	28	16	16	15	25	33	41
im Internet Informationen zu Fahrplänen, wie z.B. der Deutschen Bahn, suchen	8	7	9	8	8	8	8	9	6	8	12
Online-Banking nutzen	40	35	46	45	38	25	27	21	32	45	52
Nachbarschaftsplattformen/Hilfsnetzwerke, wie z.B. nebenan.de, nutzen	2	2	1	2	2	1	2	0	1	2	3

Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

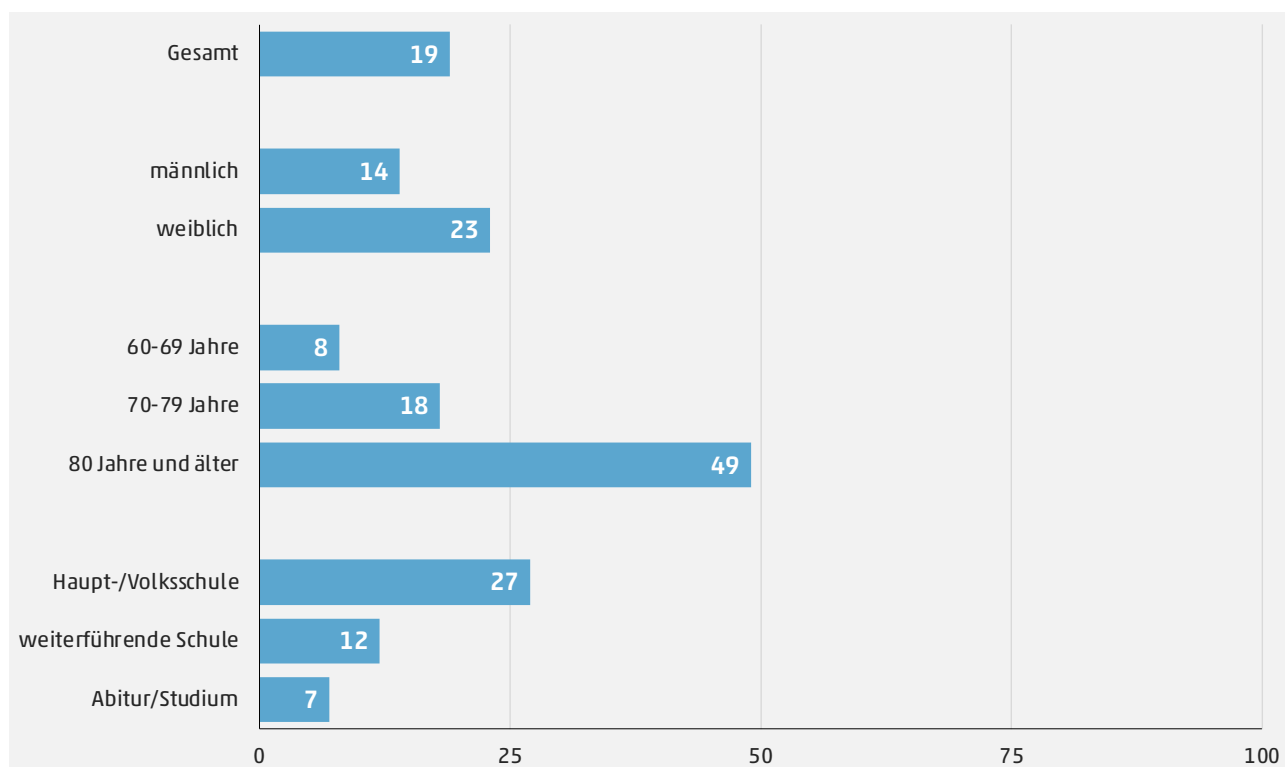
HS/VS = Haupt-/Volksschule, WFS = Weiterführende Schule

⁴ BMFSFJ (2016). Siebter Altersbericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland: Sorge und Mitverantwortung in der Kommune - Aufbau und Sicherung zukunftsfähiger Gemeinschaften und Stellungnahme der Bundesregierung.

4. Offliner*innen: Warum das Internet nicht genutzt wird

Auch wenn die vorangegangenen Kapitel gezeigt haben, dass bereits für viele ältere Personen das Internet Teil des Alltages ist, wird doch deutlich, dass es in allen Altersgruppen Personen gibt, die nicht online sind oder Onlineanwendungen nicht nutzen und damit auch nicht davon profitieren können. Nach den Ergebnissen der SIM-Studie zählt in Deutschland jede/r Fünfte über 60 Jahren (19 %) zu den sogenannten „Offliner*innen“, d.h. sie nutzen das Internet aus verschiedenen Gründen nicht. Angemerkt werden muss an dieser Stelle aber, dass 26 Prozent der Offliner*innen einen Internetzugang im Haushalt haben, d. h. es ist davon auszugehen, dass eine andere Person im Haushalt das Internet nutzt – nur eben sie selbst nicht. Dies korrespondiert mit der Zustimmung von 31 Prozent der befragten Personen zur Aussage, dass sie keinen Internetzugang zu Hause benötigen, da sie über Dritte Informationen aus dem Internet beziehen (können). Daraus ist zu schließen: Offliner*in sein heißt eben nicht automatisch, dass sie von der digitalen Welt ausgeschlossen sind.

Anteil der Offliner*innen in der Bevölkerung ab 60 Jahren



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005



Frauen ab 60 Jahren sind mit 23 Prozent deutlich häufiger offline als Männer mit 14 Prozent. Deutlich ist ferner zu erkennen, dass mit zunehmendem Alter auch die Anzahl an Personen steigt, die das Internet nicht nutzen. Während in der Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen lediglich acht Prozent und in der Gruppe der 70- bis 79-Jährigen 18 Prozent Offliner*innen sind, nutzt knapp die Hälfte (49 %) der ab 80-Jährigen das Internet nicht. Einen wesentlichen Einfluss auf die Nutzung des Internets hat zudem der Bildungshintergrund. Während nur sieben Prozent der Personen ab 60 Jahren mit einem Abitur oder Studium das Internet nicht nutzen, sind 27 Prozent der Personen mit einem Haupt- oder Volksschulabschluss offline (Weiterführende Schule: 12 %). Ähnlich verhält es sich beim Haushaltsnettoeinkommen: 41 Prozent der Personen ab 60 Jahren mit einem niedrigen Einkommen (unter 1.000 Euro pro Monat) und 28 Prozent mit einem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.000 und 2.000 Euro sind Offliner*innen. Bei den Personen über 60 Jahre mit einem hohen Einkommen (2.000 Euro und mehr) sind dies lediglich acht Prozent.

Betrachtet man die Gruppe der Offliner*innen zeigt sich, dass zwei Drittel dieser Gruppe Frauen sind, drei Viertel (76 %) haben formal niedrige Bildung und 61 Prozent sind alleinlebende Personen. Zudem sind 46 Prozent der Offliner*innen 80 Jahre und älter; dabei liegt deren Anteil an der Gesamtgruppe 60 Jahre bei lediglich 18 Prozent.

Gründe, warum das Internet nicht genutzt wird

Warum das Internet nicht genutzt wird, kann viele Gründe und Motive haben. In der SIM-Studie wurde mit verschiedenen Aussagen versucht dieses Spektrum abzudecken, um die Hindernisse für die Internetnutzung zu erfragen. An erster Stelle steht hierbei der mangelnde Bedarf: Auf die Frage, warum sie das Internet nicht nutzen, antwortet mit 88 Prozent ein Großteil der Offliner*innen, dass ihnen die Informations- und Unterhaltungsangebote von Presse, Radio und Fernsehen ausreichen. Diese Begründung betrifft vor allem die beiden älteren Altersgruppen. 94 Prozent der Offliner*innen zwischen 70 und 79 Jahren und 89 Prozent der Personen ab 80 Jahre stimmen dieser Aussage „voll und ganz zu“ oder „eher zu“. In der jüngsten Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen sind es noch 74 Prozent. Hier zeigt sich eine starke Bindung der älteren Offliner*innen und insbesondere der Personen ab 70 Jahre an die traditionellen Massenmedien. Sie sind mit diesen Massenmedien sozialisiert und habitualisiert worden und es wird daher auch kein persönlicher Mehrwert durch das Internet und seine Anwendungen wahrgenommen.

Ein weiterer wichtiger Grund ist, dass das Internet weder beruflich noch privat gebraucht wird und entsprechend kein Nutzen in der Zuwendung zum Internet gesehen wird. 81 Prozent aller Offliner*innen stimmen dieser Aussage „voll und ganz“ oder „eher“ zu. Hierzu finden sich auch keine Unterschiede zwischen den Altersgruppen und nach Geschlecht.



Für 66 Prozent der befragten Offliner*innen sind fehlende Zeit und mangelnde Lust ausschlaggebende Gründe für die Nichtnutzung des Internets. Wenngleich hier ein deutlicher Unterschied zwischen den verschiedenen Altersgruppen besteht: 60- bis 69-Jährige stimmen dieser Aussage nur mit 55 Prozent „voll und ganz“ oder „eher“ zu, die Zustimmung bei älteren Offliner*innen ist höher (70-79 Jahre: 71 %, ab 80 Jahre: 66 %).

42 Prozent der Offliner*innen geben zudem an (Zustimmung „voll und ganz“ und „trifft eher zu“), dass sie sich die Benutzung des Internets nicht zutrauen. Mit steigendem Alter stimmen mehr Personen dieser Aussage zu, wobei eine stärkere Zustimmung ab dem 80. Lebensjahr zu verzeichnen ist (60-69 Jahre: 35 %, 70-79 Jahre: 38 %, älter als 80 Jahre: 47 %).

Bei den Sicherheitsbedenken zeigt sich ein geteiltes Bild: 39 Prozent der Offliner*innen stimmen der Aussage „Das Internet ist mir zu unsicher“ „voll und ganz“ bzw. „eher“ zu.

31 Prozent der Offliner*innen geben zudem an, dass es ihnen „voll und ganz“ oder „eher“ ausreicht zum Beispiel bei Freunden, Verwandten und Bekannten ins Internet zu gehen und sie deshalb keinen Anschluss zu Hause benötigen.

Auch das persönliche Umfeld spielt bei der (Nicht-)Nutzung des Internets eine Rolle: 29 Prozent aller Offliner*innen stimmen der Aussage „voll und ganz“ oder „eher“ zu, dass sie niemanden haben, der ihnen den Einstieg ins Internet erleichtert und 19 Prozent sehen keinen Bedarf, da sie niemanden im persönlichen Umfeld haben, der das Internet nutzt.

Körperliche Einschränkungen spielen als Hemmnis der Internetnutzung eine untergeordnete Rolle. Mit elf Prozent stimmen nur sehr wenige Offliner*innen der Aussage „voll und ganz“/„eher“ zu, dass sie aufgrund körperlicher Probleme, zum Beispiel beim Sehen oder in der Fingermotorik, das Internet nicht nutzen. Probleme mit dem Gedächtnis sind für 14 Prozent aller Offliner*in (Zustimmung „voll und ganz/eher“) ein Grund zur Nichtnutzung des Internets.

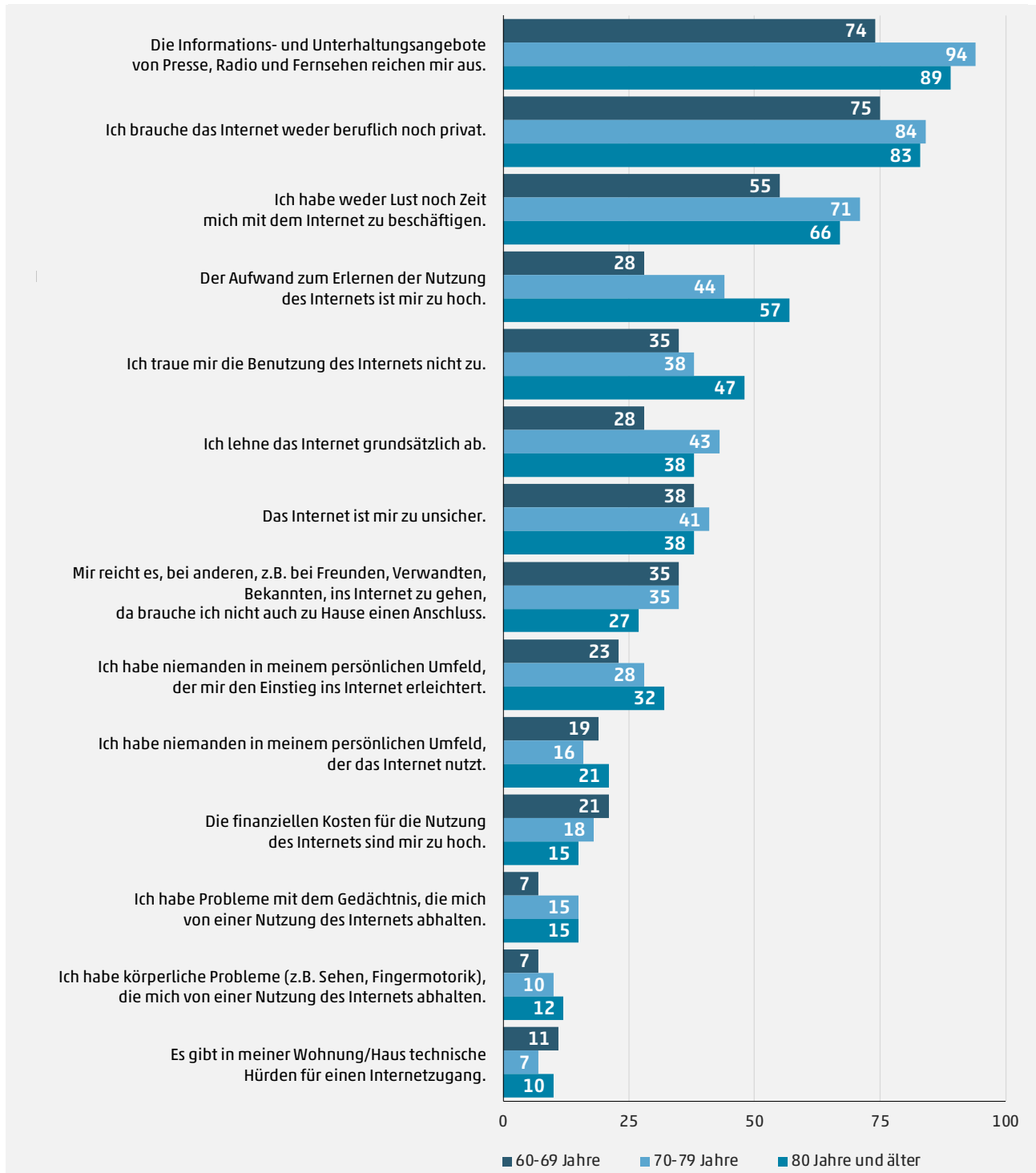
Dass die finanziellen Kosten für das Internet zu hoch sind, dieser Aussage stimmen nur 17 Prozent der Offliner*innen „voll und ganz“ oder „eher“ zu. Allerdings liegt der Anteil bei Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1.000 Euro bei 34 Prozent. Probleme der Verfügbarkeit eines Internetzugangs sind für die meisten (91 % trifft „gar nicht“ oder „teils/teils“ zu) der Offliner*innen kein Grund sich nicht dem Internet zuzuwenden.

Die Ergebnisse zeigen auf, dass mit zunehmendem Alter weniger die persönliche Einstellung gegenüber dem Internet und der digitalen Welt kritischer und distanziert wird. Der Hauptgrund ist, dass aus Sicht der Betroffenen kein Bedarf besteht, bzw. kein konkreter Nutzen gesehen wird. Mehrheitlich besteht auch eine Einstiegshürde, die zu überwinden man keine Zeit und keine Lust hat. Insbesondere bei den Offliner*innen ab 80 Jahren mangelt es dann auch besonders an sozialen Unterstützungsressourcen (zum Einstieg in das Internet) und am Zutrauen, dies noch zu schaffen.



Offliner*innen: Warum das Internet nicht genutzt wird

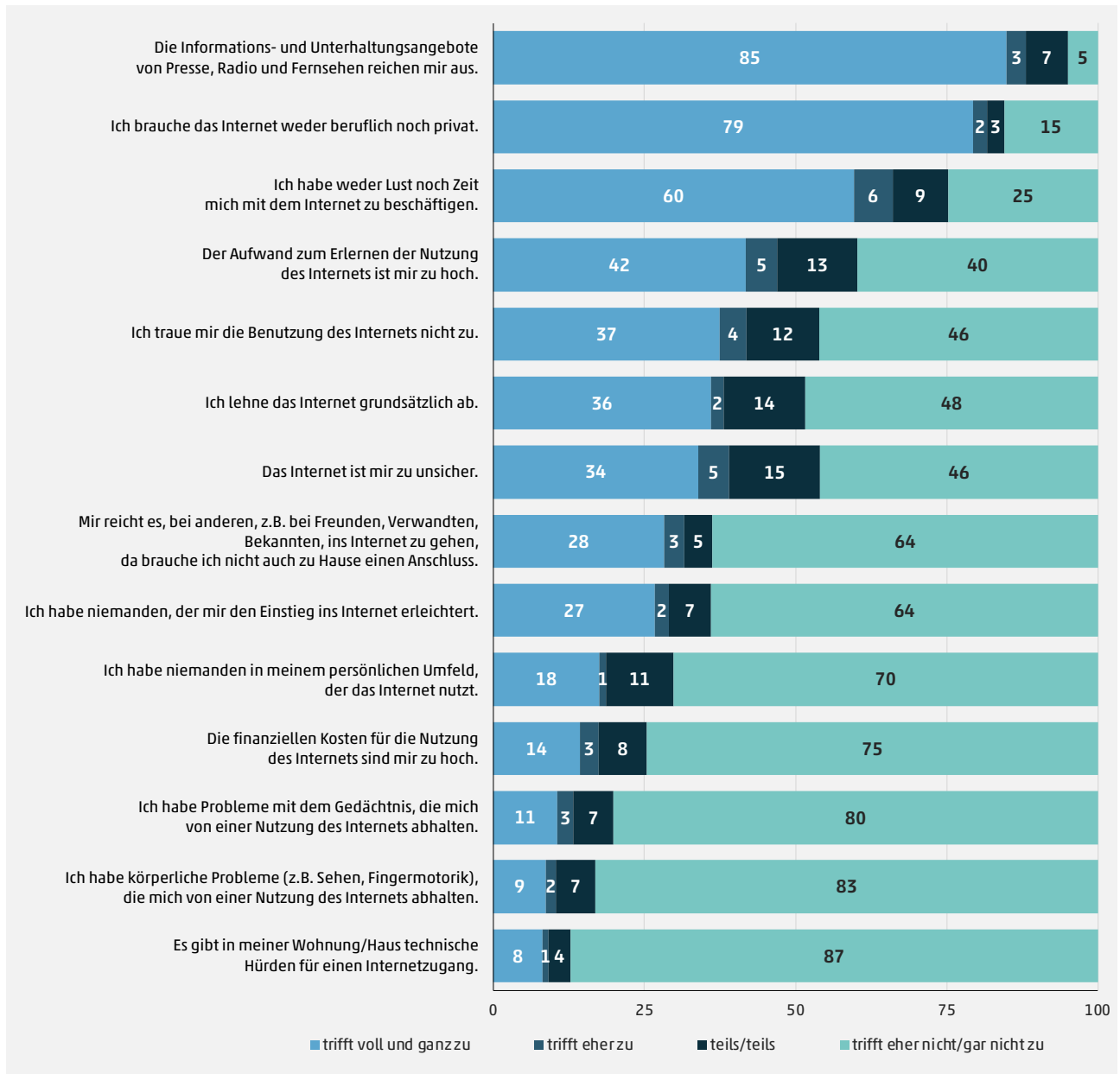
– trifft eher zu / trifft voll und ganz zu –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die das Internet nie nutzen, n=571



Offliner*innen: Warum das Internet nicht genutzt wird



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die das Internet nie nutzen, n=571



5. Informationsverhalten

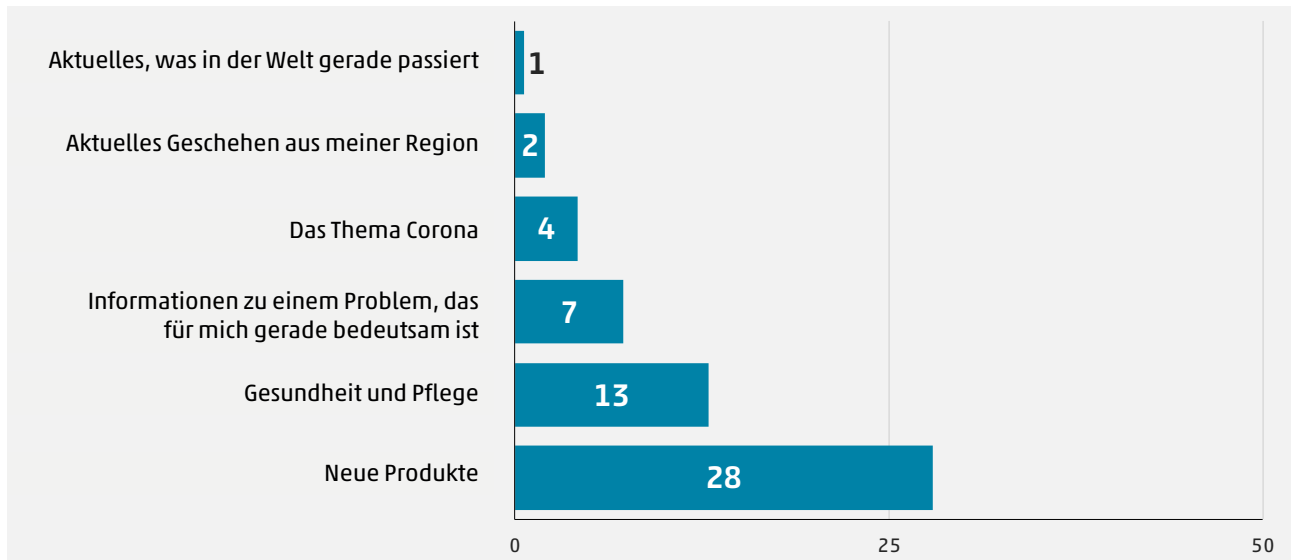
Um die Relevanz der einzelnen Medien im Alltag besser einordnen zu können, wurden die Befragten gebeten, zu vorgegebenen Themenbereichen anzugeben, wo bzw. bei wem sie sich am ehesten zu diesen Aspekten informieren. Neben den Mediengattungen Fernsehen, Radio, Internet, Zeitung und Zeitschriften gab es die Möglichkeit, Personen aus dem Umkreis wie Partner*in, Familie und Freunde, Nachbarn und Bekannte und sonstige Informationsquellen zu benennen. Sofern das Thema generell keine Relevanz hat, konnte die Angabe „interessiert mich nicht, informiere mich hierzu nicht“ angegeben werden. Das Spektrum der Informationen ging vom aktuellen Weltgeschehen („Aktuelles was in der Welt gerade passiert“), über Regionales („aktuelles Geschehen aus meiner Region“), zu aktuellen persönlichen Fragestellungen („Informationen zu einem aktuellen Problem, das für mich gerade bedeutsam ist“), allgemeine Themen wie „Gesundheit und Pflege“, konkrete Informationen zu Corona und generell Informationen über neue Produkte.

Zuerst wurde geklärt, wer sich überhaupt zu den Themen informiert, bzw. wer an diesen Themenbereichen kein Interesse zeigt. So gut wie alle informieren sich zum aktuellen Weltgeschehen und zum Regionalgeschehen. Vier Prozent haben kein Interesse an dem Thema „Corona“ und sieben Prozent informieren sich nicht zu persönlichen Problemstellungen. 13 Prozent haben kein Informationsbedürfnis zum Thema „Gesundheit und Pflege“ und gut jede/-r Vierte zeigt kein Interesse an neuen Produkten. Abgesehen vom Thema „neue Produkte“ lässt sich also insgesamt ein sehr hohes Informationsinteresse feststellen.



Informationsverhalten – Gesamt

– Informiere mich hierzu nicht / interessiert mich nicht –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

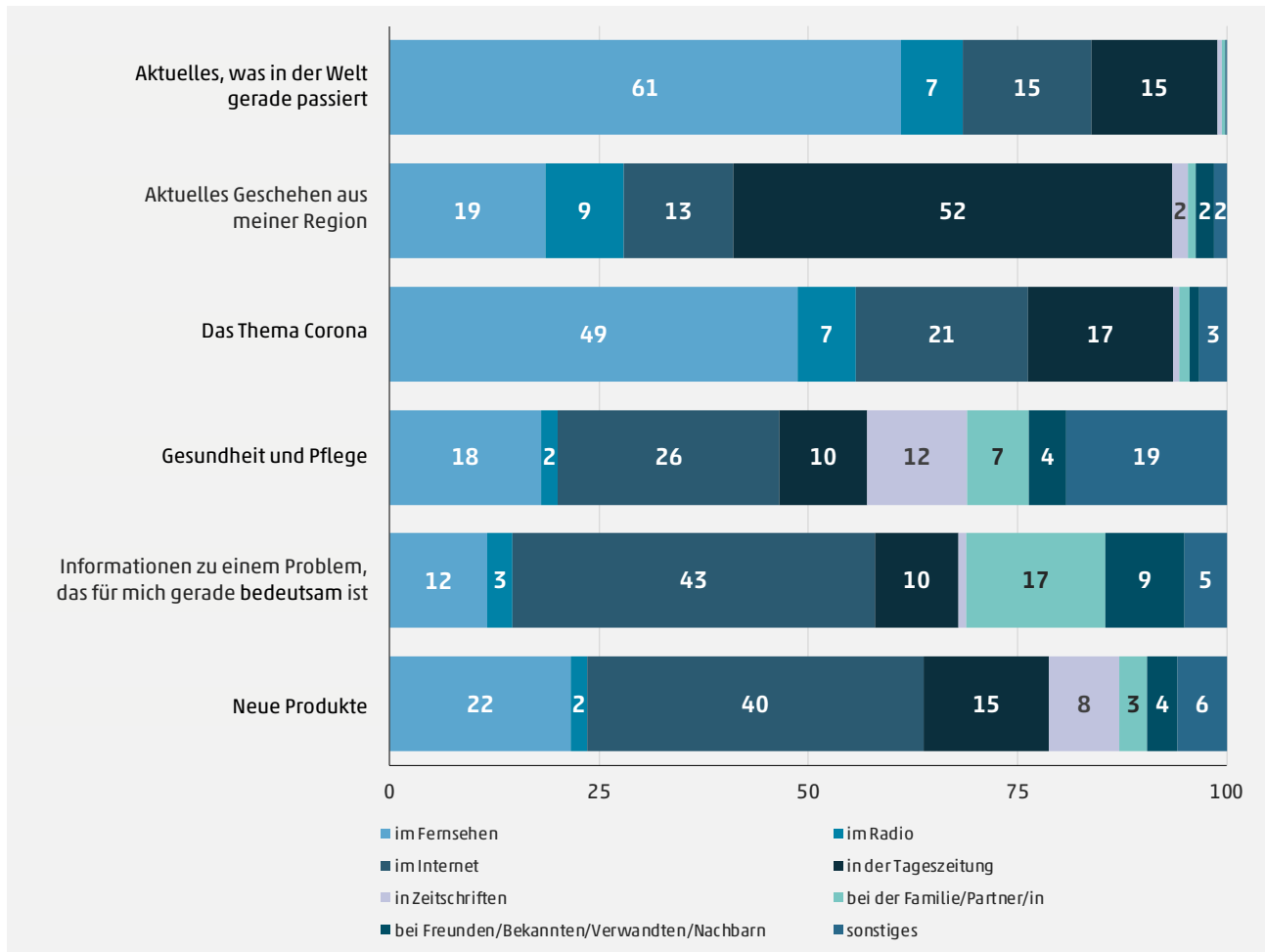
Betrachtet man im Folgenden nur diejenigen, die sich für die jeweiligen Themen interessieren, so zeigt sich erneut, dass Medien auch im Alltag von Personen über 60 Jahren eine zentrale Rolle spielen. Für die Mehrheit der Befragten werden für alle Bereiche mediale Angebote als erste Wahl genannt. Je nach Thema wird eine unterschiedliche Zuschreibung der Medien deutlich. Das Fernsehen ist vor allem beim aktuellen Weltgeschehen (61 %) und beim Thema „Corona“ (49 %) wichtigste Informationsquelle, für jede/-n Fünften ist das Fernsehen bei neuen Produkten (22 %) sowie regionalen Themen (19 %) die erste Wahl. Jede/-r Sechste informiert sich im Fernsehen über Gesundheit und Pflege (18 %).

Knapp jede/-r Zehnte informiert sich zum regionalen Tagesgeschehen eher über das Radio (9 %), je sieben Prozent beziehen ihre Informationen zu Corona und dem allgemeinen Weltgeschehen primär aus dem Hörfunk.



Informationsverhalten – Interessierte

– Informiere mich am ehesten zu ... –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für das Thema interessieren

Das Internet spielt vor allem bei persönlichen Problemlagen (43 %) und bei der Information zu neuen Produkten (40 %) eine Rolle, zwei Fünftel informieren sich hierzu am ehesten im Internet. Auch bei Gesundheitsthemen (26 %) ist das Internet eine relevante Informationsquelle. Jede/-r Fünfte (21 %) informiert sich zur Corona-Situation an erste Stelle über das Internet. Etwas weniger beziehen ihre Informationen zum Tagesgeschehen (15 %) oder zu Regionalem (13 %) primär aus dem Internet.

Die Tageszeitung spielt ihre regionale Nähe aus: über die Hälfte der Befragten (52 %) bezieht ihre Informationen zum regionalen Tagesgeschehen aus der Tageszeitung, auch beim Thema „Corona“ (17 %) und dem aktuellen Weltgeschehen (15 %) wird die Tageszeitung herangezogen. Kaum eine Rolle spielen hingegen Zeitschriften, nur beim Thema „Gesundheit und Pflege“ nutzen 12 Prozent am ehesten Zeitschriften als Informationsquelle, für acht Prozent sind diese bei der Information zu neuen Produkten die erste Wahl.



Neben medialen Informationsangeboten spielen vereinzelt auch das persönliche Umfeld und sonstige Quellen eine Rolle. Die Familie ist vor allem eine Infoquelle bei aktuellen Problemlagen (17 %), dem Thema „Gesundheit und Pflege“ (7 %) sowie vereinzelt bei Informationen zu neuen Produkten (9 %). Bei aktuellen Problemlagen können neun Prozent auf Personen im Umfeld, wie Freunde oder Nachbarn, zugreifen. Die Familie ist vor allem bei aktuellen Problemlagen (17 %), dem Thema „Gesundheit und Pflege“ (7 %) sowie vereinzelt bei Informationen zu neuen Produkten (9 %) eine Informationsquelle. Bei medizinischen Themen sind dann auch sonstige Quellen relevant, jede/-r Fünfte greift hier auf andere Informationsquellen zurück. Hier handelt es sich vermutlich um medizinisches oder pharmazeutisches Fachpersonal oder Beratungsstellen.

Die Top 3 der am ehesten genutzten Informationsquellen

Das Internet ist bei allen Themenbereichen unter den Top 3 der am ehesten genutzten Informationsquellen

Betrachtet man zu jedem Thema jeweils die Top 3 der am ehesten genutzten Informationsquellen, so fällt auf, dass bei allen Themenbereichen das Internet in dieser Auswahl vertreten ist: Bei den Themen „Gesundheit und Pflege“, „Informationen zu einem Problem, das für mich gerade bedeutsam ist“ und „neue Produkte“ steht das Internet bereits an erster Stelle und wird als Hauptinformationsquelle genutzt. Auch das Fernsehen hat weiterhin einen hohen Stellenwert und findet sich bei allen Themen unter den drei relevantesten Quellen, beim aktuellen Weltgeschehen und Corona sogar auf dem ersten Platz. Die Tageszeitung ist die relevanteste Informationsquelle für das regionale Geschehen.

Am ehesten genutzte Informationsquellen – Top 3

	Top 1	Top 2	Top 3
Aktuelles, was in der Welt gerade passiert	TV	Internet Tageszeitung	
Aktuelles Geschehen aus meiner Region	Tageszeitung	TV	Internet
Gesundheit und Pflege	Internet	sonstige Quellen	TV
Das Thema Corona	TV	Internet	Tageszeitung
Informationen zu einem Problem, das für mich gerade bedeutsam ist	Internet	Familie	TV
Neue Produkte	Internet	TV	Tageszeitung



Informationsverhalten nach Altersgruppen

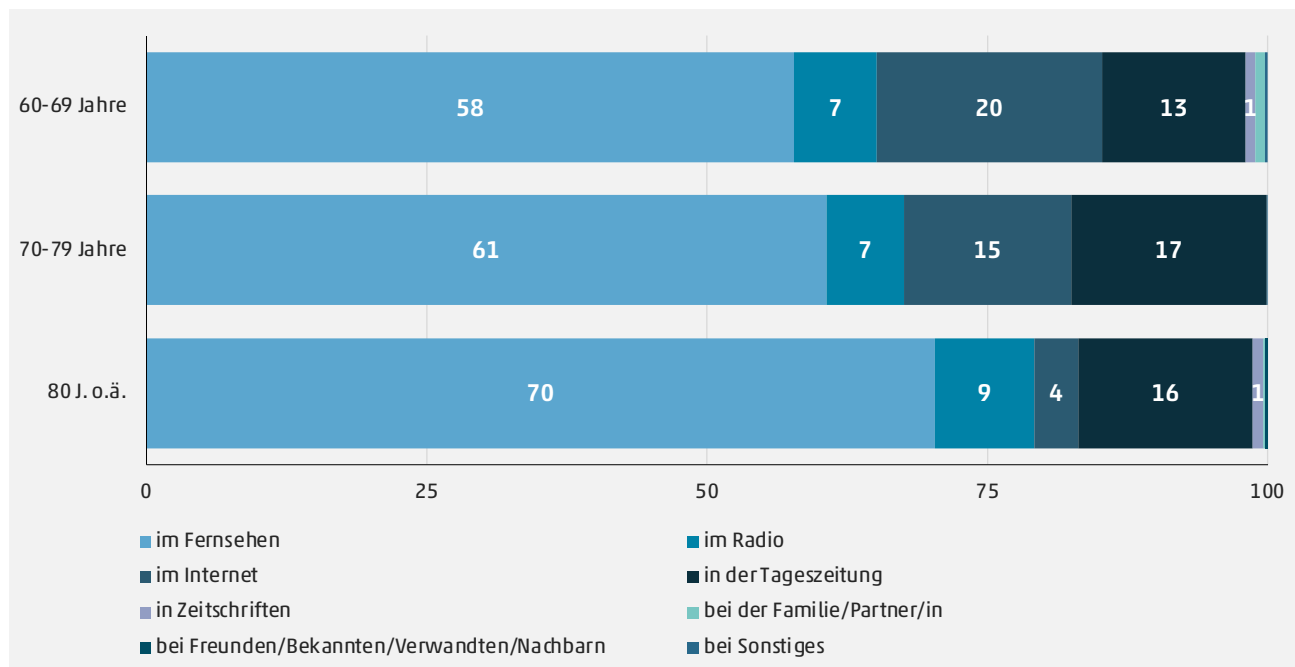
Betrachtet man die einzelnen Informationsvorlieben differenzierter, bspw. nach dem Alter, zeigen sich teilweise deutliche Unterschiede in den Informationsgewohnheiten älterer Personen.

Beim aktuellen Weltgeschehen dominiert in allen Altersgruppen das Fernsehen als wichtigste Informationsquelle

Bei der „Information zum aktuellen Weltgeschehen“ dominiert bei allen Altersgruppen deutlich das Fernsehen, bei den 60- bis 69-Jährigen kommt an zweiter Stelle bereits das Internet, auch die Tageszeitung hat bei diesem Thema Relevanz und ist bei den ab 70-Jährigen für etwa jede/-n Sechsten die erste Wahl.

Informationsverhalten aktuelles Weltgeschehen – Alter

– Informiere mich am ehesten zu „Aktuelles was in der Welt gerade passiert“ –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für das aktuelle Weltgeschehen interessieren, n=2.988

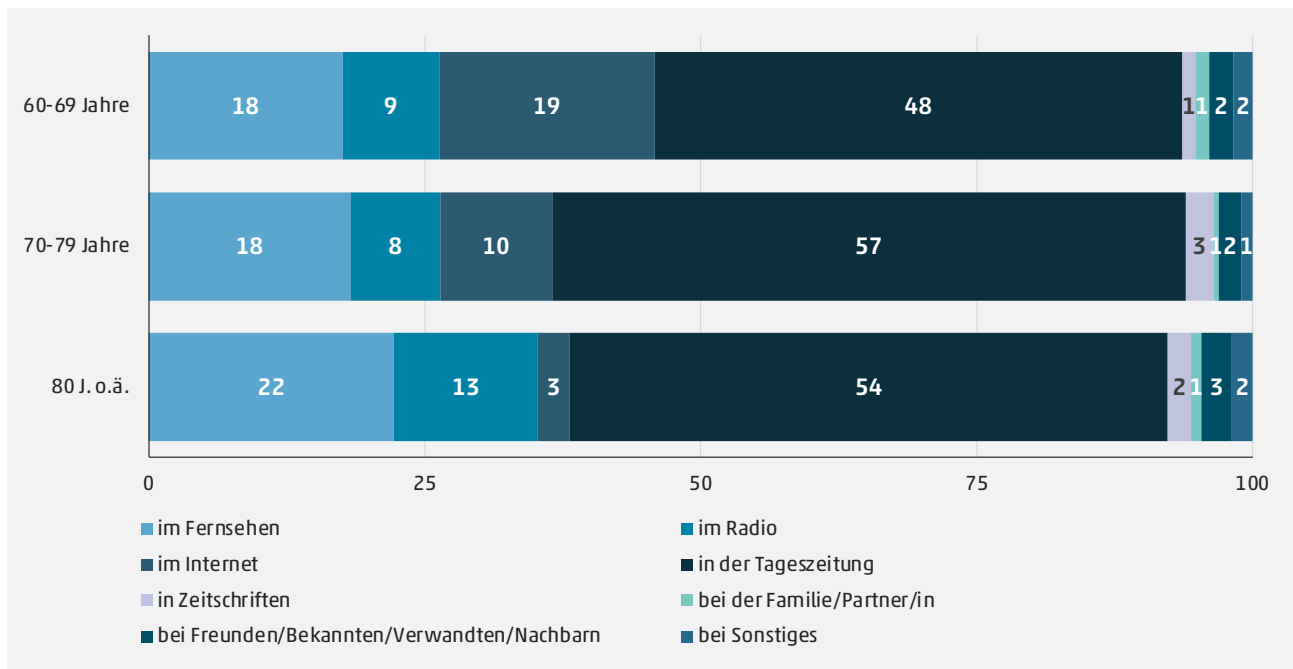


Bei regionalen Themen ist die Tageszeitung die wichtigste Informationsquelle

Bei „regionalen Themen“ dominiert in allen Altersgruppen die Tageszeitung als wichtigste Informationsquelle, bei den 60- bis 69-Jährigen kommt dann bereits an zweiter Stelle das Internet, gefolgt vom Fernsehen und Radio. Bei den Befragten ab 80 Jahren haben klassische Medien wie Fernsehen und Radio eine höhere Relevanz, das Internet spielt hier kaum eine Rolle.

Informationsverhalten Regionales – Alter

– Informiere mich am ehesten zum „aktuellen Geschehen in der Region“ –



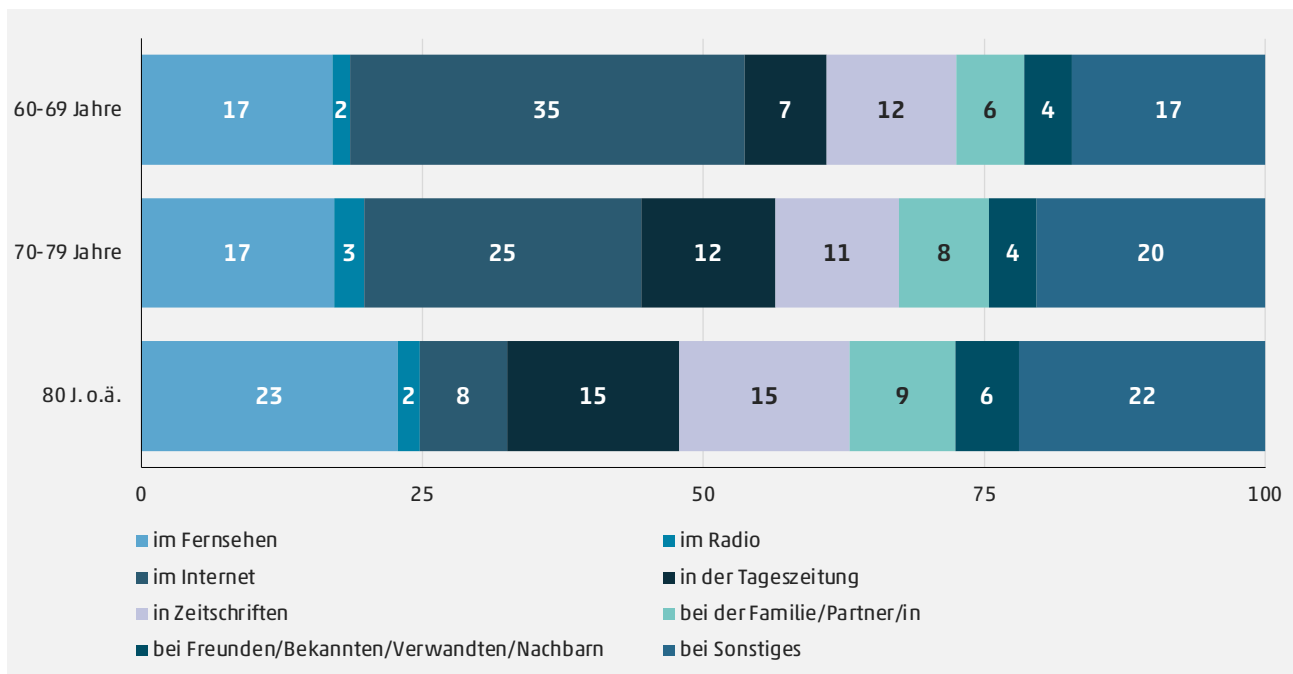
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für das aktuelle Geschehen in der Region interessieren, n=2.944,



Für den Themenbereich „Gesundheit und Pflege“ spielen dann auch nicht-mediale Informationsquellen, wie Freunde und Familie oder sonstige Quellen (dies sind voraussichtlich Professionelle aus dem Gesundheitssektor, wie Ärzt*innen oder Beratungsstellen) eine wichtigere Rolle. Zudem zeigt sich eine große Dynamik im Altersvergleich. Bei den 60- bis 69-Jährigen steht an erster Stelle eindeutig das Internet, gefolgt vom Fernsehen und sonstigen Informationsquellen. Bei den ab 80-Jährigen stehen sonstige Quellen und das Fernsehen gemeinsam an der Spitze, gefolgt von Tageszeitungen und Zeitschriften.

Informationsverhalten – Themen

– Informiere mich am ehesten zum Thema „Gesundheit und Pflege“ –



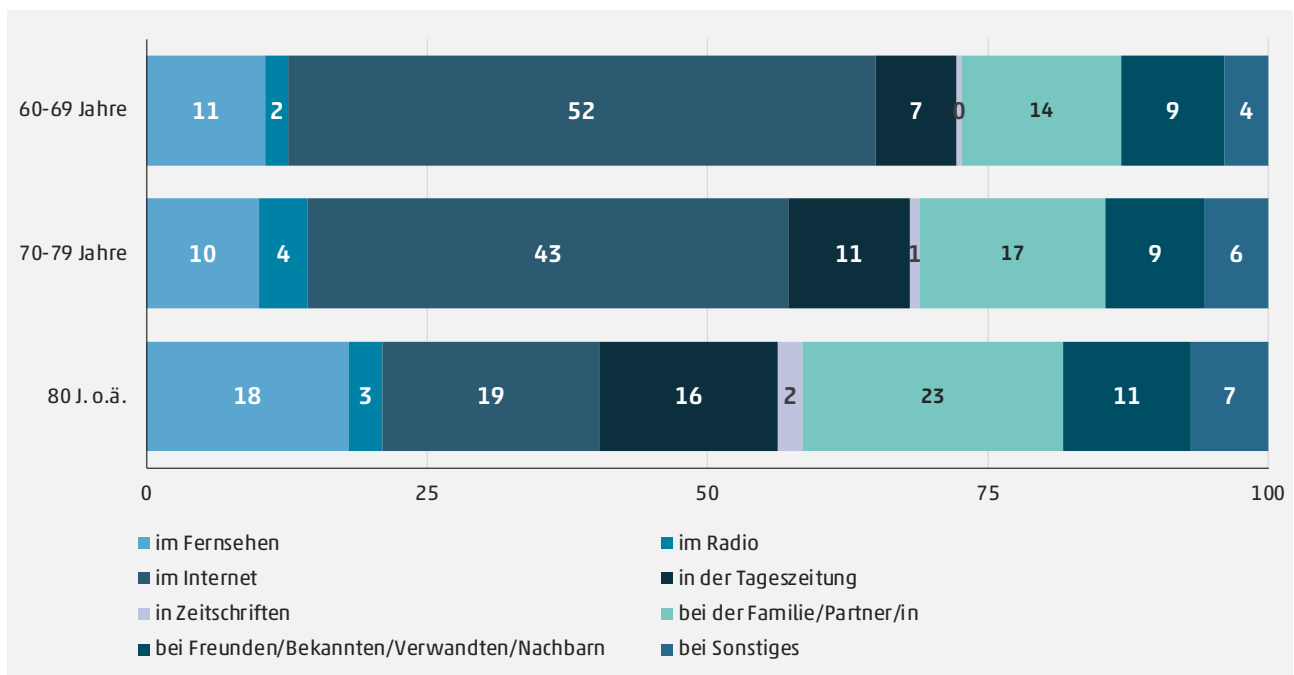
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für Pflege und Gesundheit interessieren, n=2.616



Bei der Suche nach Informationen zu einem aktuell persönlich bedeuten- den Problem zeigen sich je nach Alter große Unterschiede: Die Personen über 80 Jahren wenden sich hierbei eher an Familienangehörige oder den/ die Partner/-in aber bereits an zweiter Stelle informiert sich dann jede/-r Fünfte vorwiegend im Internet. Bei der jüngsten Altersgruppe ist dann eindeutig das Internet die relevanteste Quelle für Informationen zur aktuellen Problemlösung.

Informationsverhalten – Themen

– Informiere mich am ehesten zu „einem aktuellen Problem, das für mich gerade bedeutsam ist“ –



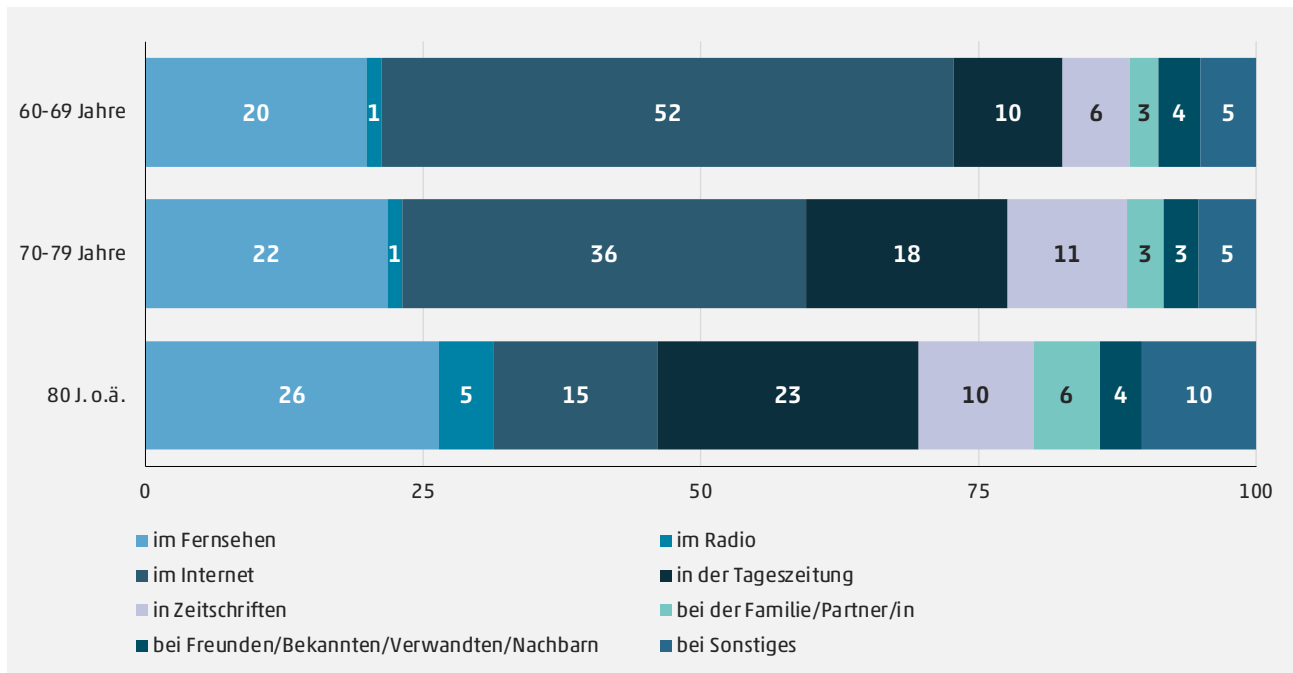
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich zu einem aktuellen Problem informieren, n=2.786



Bei der Information zu neuen Produkten ist eindeutig das Internet die erste Wahl bei Bedarf an Produktneugigkeiten. Bei den Personen unter 70 Jahren informiert sich hierzu sogar jede/-r Zweite primär im Internet, zwischen 70 und 79 Jahren ist es noch mehr als jede/-r Dritte (36 %) nur bei Personen ab 80 Jahren steht mit 26 Prozent das Fernsehen an erster Stelle, gefolgt von Tageszeitung (23 %) und dem Internet (15 %).

Informationsverhalten – Themen

– Informiere mich am ehesten zu „neuen Produkten“ –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für neue Produkte interessieren, n=2.166

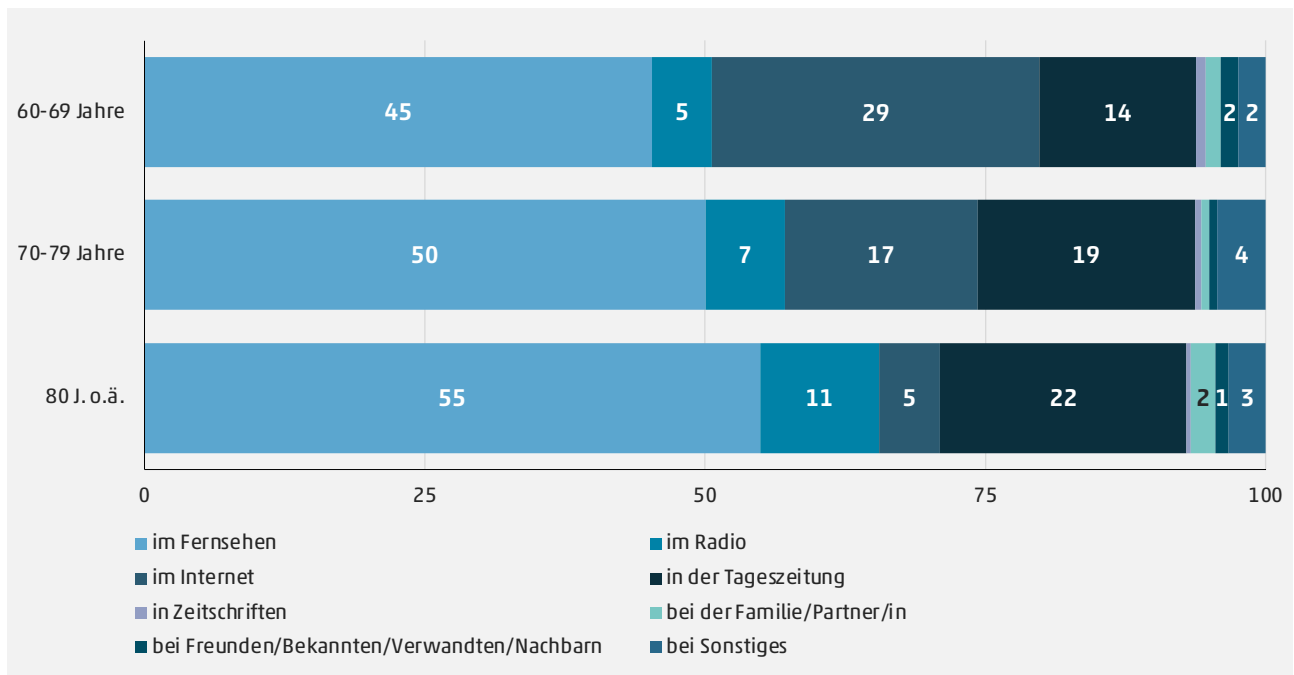


Zum Thema Corona ist das Fernsehen das Medium der ersten Wahl

Informieren sich ältere Personen zum Thema Corona, ist eindeutig das Fernsehen das Medium der ersten Wahl, eine hohe Relevanz hat auch die Tageszeitung: etwa jede/-r Fünfte über 80 Jahren (22 %) und zwischen 70 und 79 Jahren (19 %) und etwa jede/-r Siebte unter 70 Jahren findet Informationen zu Corona vorwiegend in seiner Zeitung. Das Internet wird vor allem von den Jüngeren herangezogen, hier informiert sich fast jede/-r Dritte online über die aktuelle Coronasituation (29 %).

Informationsverhalten – Themen

– Informiere mich am ehesten zum Thema „Corona“ –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für Corona interessieren, n=2.878

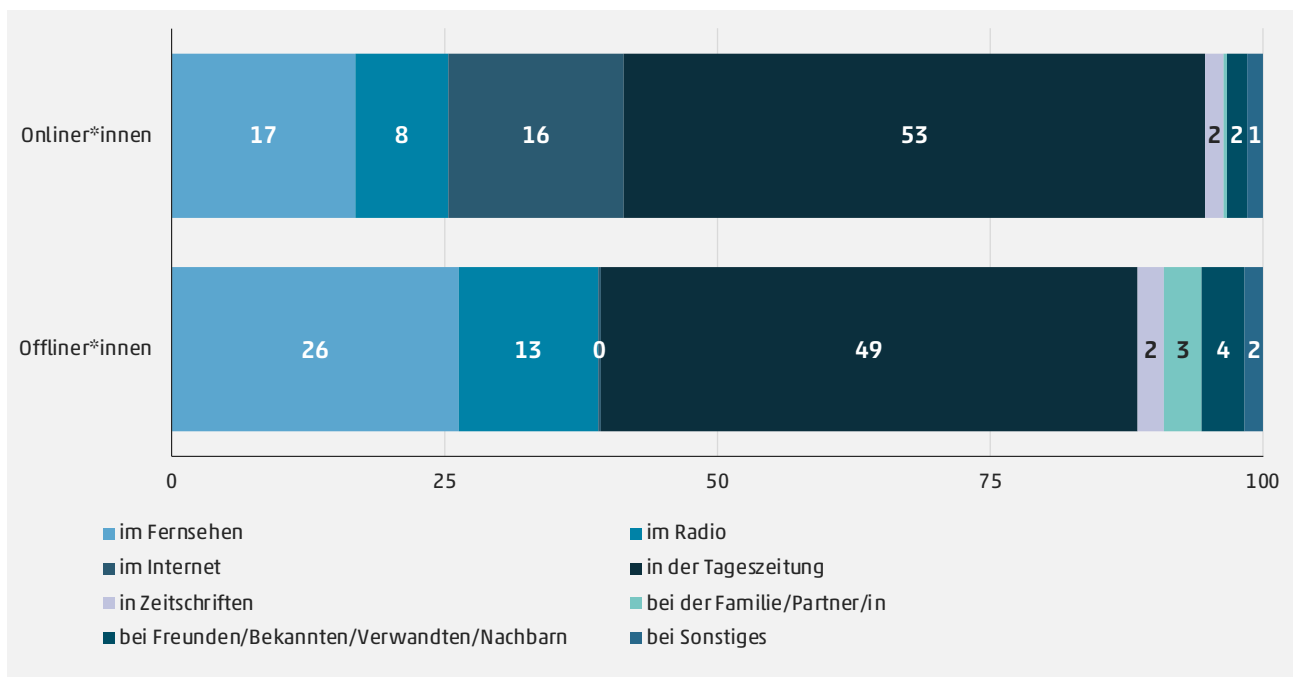


Informationsverhalten Offliner*innen vs. Onliner*innen

Ein Vergleich der Off- und Onliner*innen zeigt, dass bei regionalen Themen die Nutzung des Internets vor allem zu Lasten des Fernsehens und zu einem kleineren Teil auch zu Lasten von Informationsquellen aus dem persönlichen Umfeld geht.

Informationsverhalten Regionales

– Informiere mich am ehesten zum „aktuellen Geschehen in der Region“ –



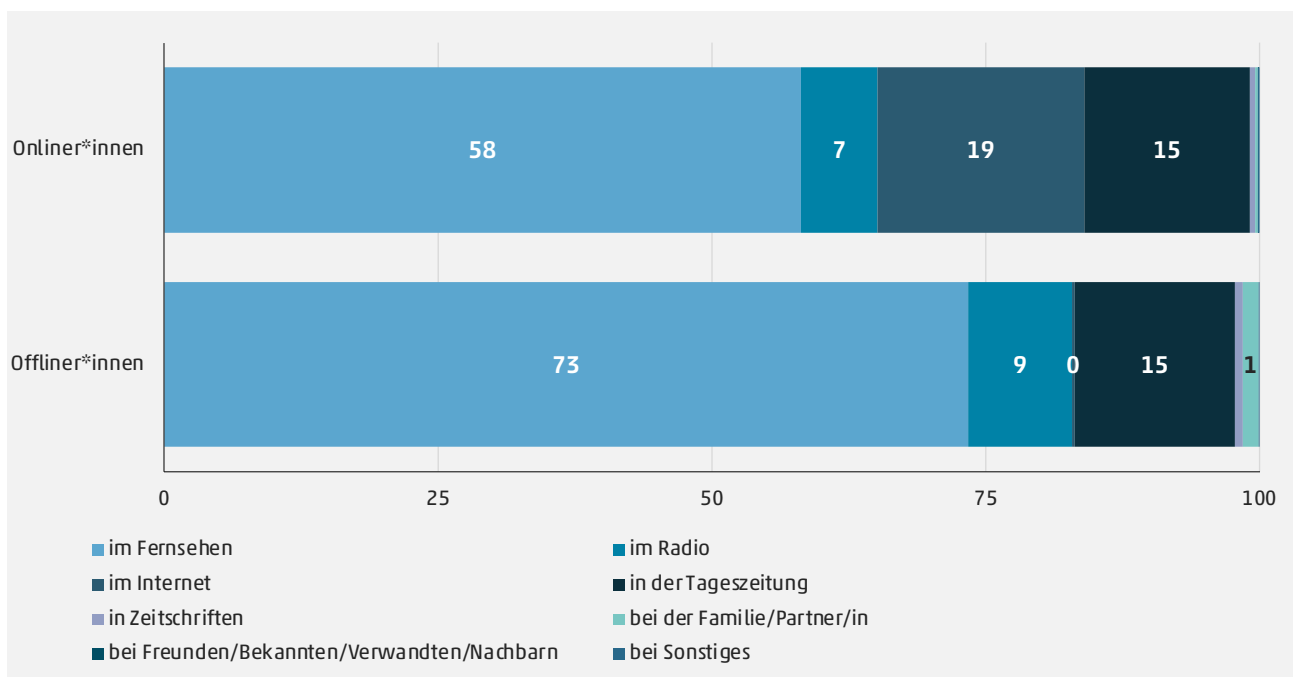
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für das aktuelle Geschehen in der Region interessieren, n=2.944



Betrachtet man Off- und Onliner*innen im Vergleich bei der Information zum allgemeinen Weltgeschehen, so wird deutlich, dass die informierende Nutzung des Internets fast ausschließlich zu Lasten des Fernsehens geht. Während drei Viertel der Offliner*innen sich über das Weltgeschehen im Fernsehen informieren, sind es bei den Onliner*innen nur noch 58 Prozent. Die Tageszeitung wie das Radio haben bei Off- wie Onliner*innen vergleichbare Werte.

Informationsverhalten aktuelles Weltgeschehen

– Informiere mich am ehesten zu „Aktuelles was in der Welt gerade passiert“ –



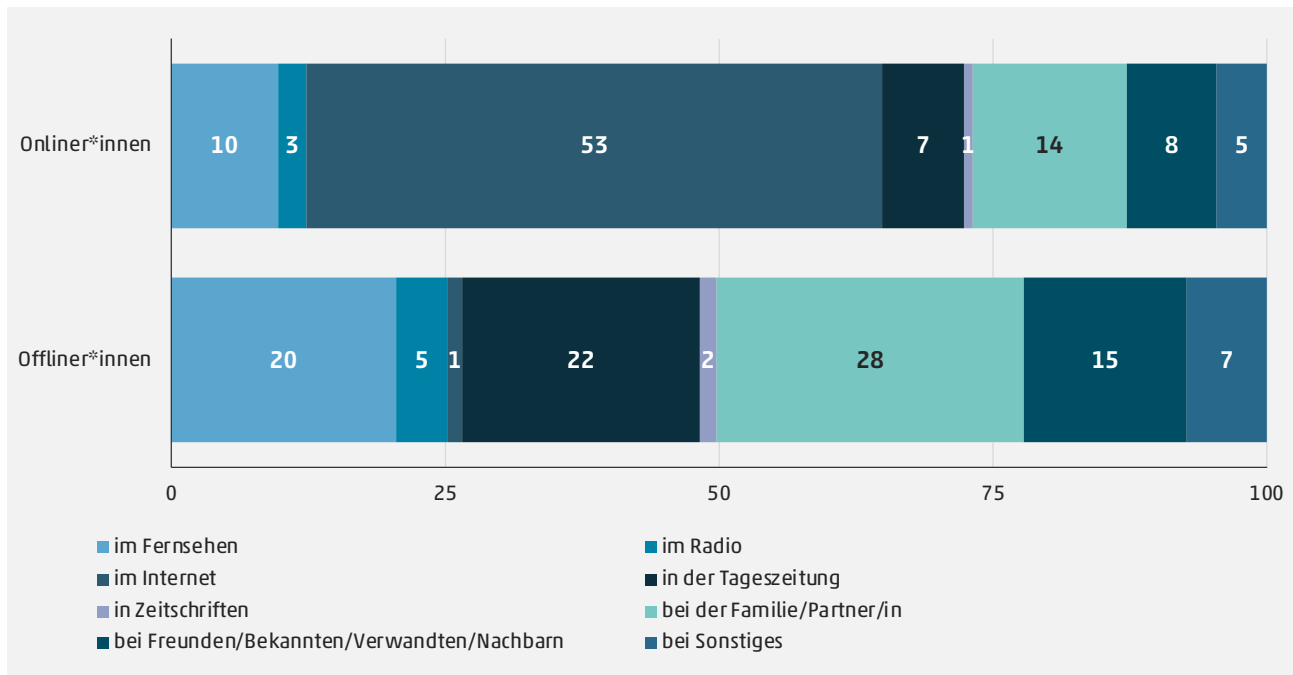
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für das aktuelle Weltgeschehen interessieren, n=2.988



Bei aktuellen, persönlichen Problemen dominiert bei den Onliner*innen mit Abstand das Internet (53 %) als relevanteste Informationsquelle. Bei den Offliner*innen sind dann die Familie (28 %), die Tageszeitung (22 %) und das Fernsehen (20 %) die wichtigsten Quellen.

Informationsverhalten – Themen

– Informiere mich am ehesten zu „einem aktuellen Problem, das für mich gerade bedeutsam ist“ –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich zu einem aktuellem Problem informieren, n=2.786

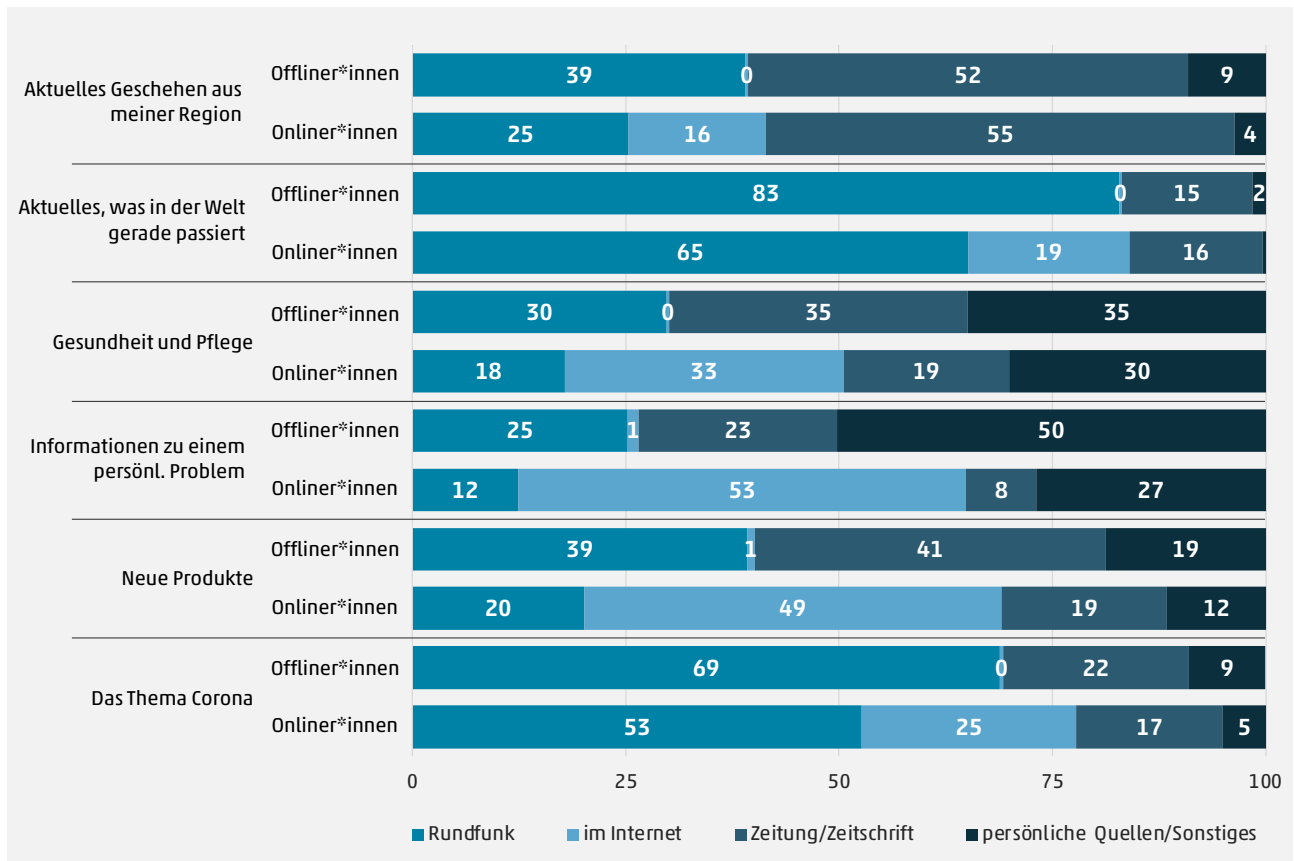
Die Befunde zur Nutzung von Informationsquellen verdeutlichen, dass ältere Menschen in einer ausgeprägt medialen Alltagswelt leben; Fernsehen, Internet, Radio und Tageszeitung dominieren das Informationsverhalten, während personenbezogene Quellen zu keinem der abgefragten Themen die oberste Priorität darstellen. Dabei wird das Informationsverhalten im Alter zunehmend auch digitaler. Wenn es um Fragen wie Gesundheit und Pflege, neue Produkte oder allgemeinen Probleme geht, steht das Internet bei den Onliner*innen an erster Stelle.

Eine Übersicht über alle Themenbereiche im Vergleich zeigt zumindest in der aktuellen Befragung zwischen Offliner*innen und Onliner*innen in der Tendenz die Transformation von klassischen Medien Rundfunk und Print hin zum Internet. Je nach Themenspektrum ist dies unterschiedlich ausgeprägt.



Informationsverhalten – Themen

– Informiere mich am ehesten zu ... –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die sich für das jeweilige Thema interessieren

Bei Offliner*innen wird das Informationsverhalten durch das Leitmedium Fernsehen sowie durch weitere klassische Massenmedien wie Radio und Printmedien dominiert. Zudem spielen personenbezogene Quellen wie Familie, Freunde, Bekannte oder auch sonstige Personen aus dem Gesundheits-, Dienstleistungs- und Verwaltungsbereich im Alltag der Offliner*innen eine relevantere Rolle, insbesondere wenn es um aktuelle Probleme geht. Hingegen wird bei den Onliner*innen das Informationsverhalten bereits stark durch das Internet geprägt, auch wenn es themenspezifische Schwerpunkte gibt und das Internet (noch) nicht zu allen Bereichen an erster Stelle steht. Insgesamt wird sowohl bei Off- wie Onliner*innen bei den tagesaktuellen Themen die starke Bedeutung des Fernsehens als Fenster zur Welt und Lieferant tagesaktueller Nachrichten deutlich. Auch die Tageszeitung ist in dieser Generation eine wichtige Quelle. Dabei zeigen die querschnittlichen Vergleichsdaten mit den Offliner*innen, dass die Nutzung des Internets als Informationsquelle zu Lasten klassischer Massenmedien und personenbezogener Quellen gehen könnte. Um allerdings solche Transformationsprozesse von analogen zu digitalen Informationsquellen evidenzbasiert nachweisen zu können, bedarf es längsschnittlicher Methoden.



6. Digitale Kompetenzen

6.1 Selbsteingeschätzte Kenntnisse zu Informations- und Kommunikationstechnologien

Der kompetente und souveräne Umgang mit modernen Informations- und Kommunikationstechnologien und der digitalen Welt stellt für Jung und Alt eine Herausforderung dar. Medienkompetenz umfasst dabei nicht nur technische Fähigkeiten der Handhabung und Navigation von digitalen Geräten. Es gehören auch kritische und reflexive Elemente zur Einschätzung von Chancen und Risiken der eigenen Mediennutzung dazu und Wissen und Kenntnisse über privaten Datenschutz, Datensicherheit und Datenqualität.

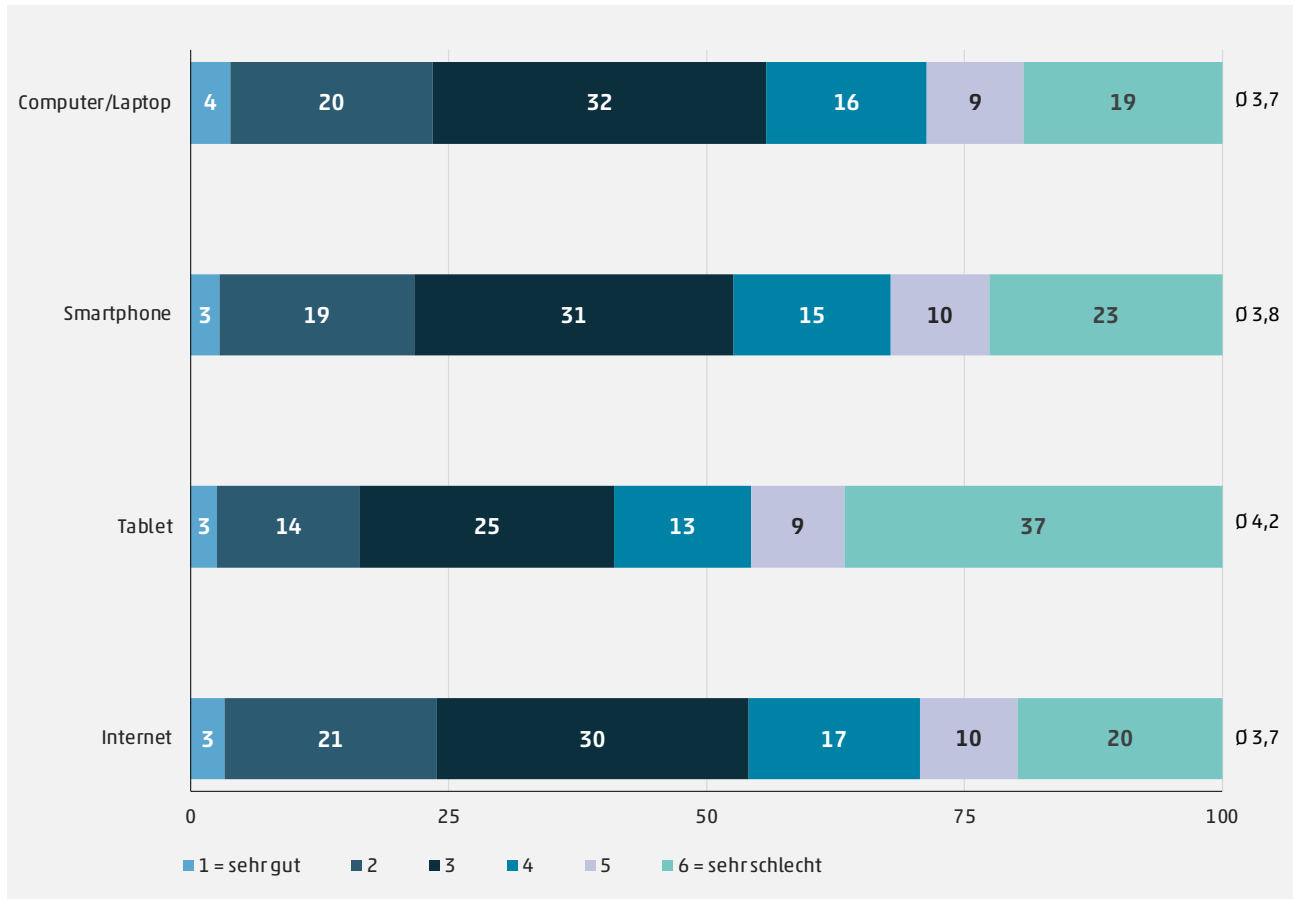
Insbesondere ältere Generationen, die in einer Welt ohne Digitalisierung groß wurden und auch oft keine berufsbezogenen Erfahrungen damit sammeln konnten, tun sich schwer, sich digitale Medienkompetenzen anzueignen. Dies zeigen auch die Befunde zu den selbsteingeschätzten Kenntnissen und Kompetenzen in Bezug auf das Internet und digitale Zugangsgeräte. Hierzu wurden alle Personen befragt, wie gut sie sich mit digitalen Medien bzw. Geräten auskennen, indem sie sich Schulnoten zwischen 1 (sehr gut) und 6 (sehr schlecht) geben sollten.

Das Ergebnis offenbart, dass in der Altersgruppe ab 60 Jahren noch große Defizite und Unsicherheiten im Umgang mit digitalen Geräten vorliegen. Erst jede vierte Person attestiert sich gute oder sehr gute Kenntnisse im Umgang mit einem Computer oder Laptop zu haben (24 %); ähnlich liegen die Anteile zum Smartphone (22 %) und zu den Internetkenntnissen (24 %). Noch geringer liegt der Anteil in Bezug auf das Tablet mit 17 Prozent, dies könnte daran liegen, dass die Medienausstattung mit Tablets geringer ist als bei Smartphones und somit die Funktionen und Geräte weniger bekannt sind. Umgekehrt gibt fast jede zweite Person an (46 %), schlechte oder sehr schlechte Kenntnisse zu diesem Gerät zu besitzen. Zu den anderen Geräten und zum Internet sind es etwa drei von zehn Personen, die sich solch ein schlechtes Niveau bescheinigen. Entsprechend fällt auch die Durchschnittsnote für das Tablet mit 4,2 am schlechtesten aus; das Smartphone erhält die Note 3,8, der Computer und das Internet jeweils eine 3,7. Diese Bestandsaufnahme belegt den enormen Bedarf an weiteren, kontinuierlichen und nachhaltigen Bildungsangeboten für ältere Menschen. Die Ergebnisse geben aber auch einen Hinweis darauf, dass diese digitalen Geräte und Medien Defizite in der Zugänglichkeit und Bedienerfreundlichkeit haben.

Es bestehen im Umgang mit dem Internet und digitalen Geräten größtenteils geringe Kenntnisse; dies gilt besonders für das Tablet

Subjektive Kenntnisse zur Bedienkompetenz

– Bewertung nach Schulnoten 1-6 –



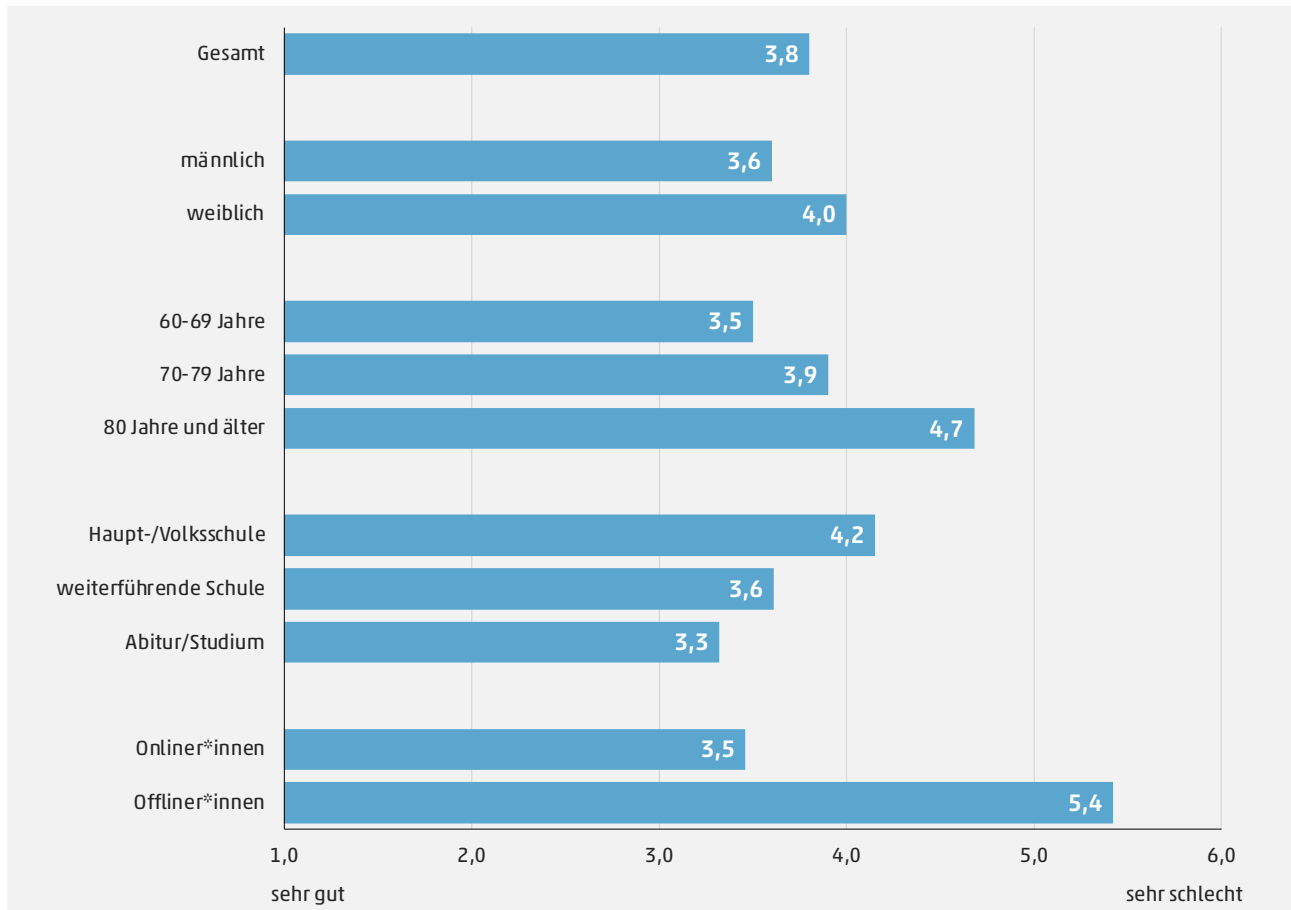
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Männer, junge Ältere und Personen mit hohem Bildungsstatus sowie Onliner*innen schätzen ihre Kompetenzen in Bezug auf das Internet und digitale Geräte deutlich höher ein

Ein differenzierter Blick auf die befragten Personen demonstriert, wie heterogen das Alter auch in Bezug auf digitale Kenntnisse ist. Denn entlang soziodemografischer Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildungs- und Einkommensstatus zeigen sich enorme Unterschiede. So sind es wiederum die jungen Alten zwischen 60 und 69 Jahren, Männer und Personen mit hohen Bildungs- und Einkommensstatus, die sich ein deutlich besseres Kompetenzniveau attestieren als ihre Vergleichsgruppen – und dies trifft für alle untersuchten digitalen Geräte und Medien zu. Entsprechend deutlich fallen auch die unterschiedlichen Kompetenzniveaus in diesen Personengruppen aus, wenn man aus den Selbsteinschätzungen zum Internet, Computer, Smartphone und Tablet einen Durchschnittswert berechnet – sozusagen als Richtwert für die subjektiven Kenntnisse zu Informations- und Kommunikationstechnologien insgesamt.

Subjektive Kenntnisse zur Bedienkompetenz aller Informations- und Kommunikationstechnologien

– Bewertung nach Schulnoten 1-6, Durchschnitt –

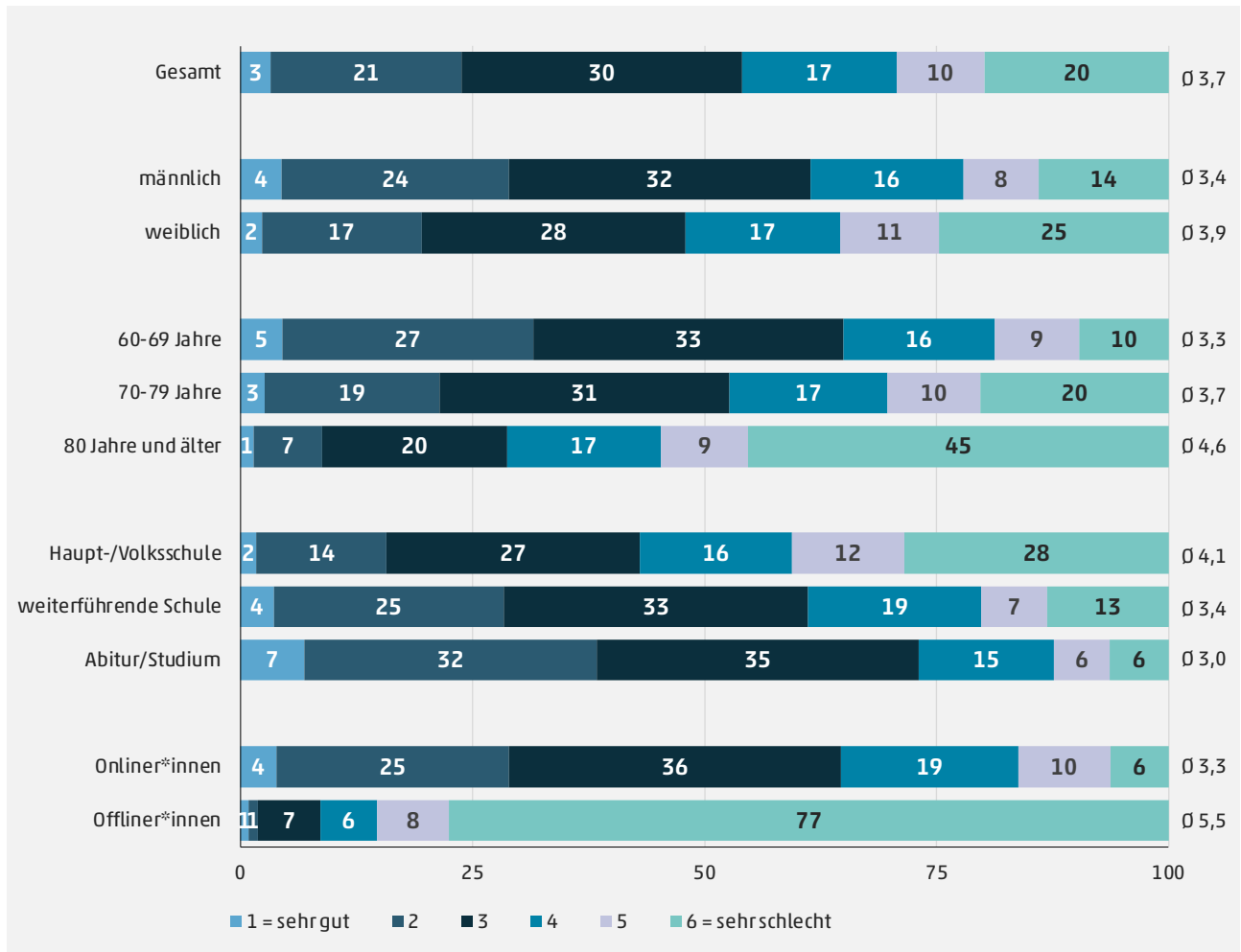


Quelle: SIM 2021, Angabe des Mittelwerts, Basis: alle Befragten, n=3.005

Diese Unterschiede sollen nochmals am Beispiel Internet konkretisiert werden: Während die Durchschnittsnote der selbsteingeschätzten Kenntnisse in Bezug auf das Internet bei den 60- bis 69-Jährigen bei 3,3 liegt, fällt der Wert bei den 80- bis 89-Jährigen um eine ganze Note schlechter aus (4,6). Ähnlich groß ist die Differenz zwischen den Bildungsgruppen: Die Personengruppe mit Abitur gibt sich eine Note von 3,0, hingegen Personen mit Hauptschul- oder Volksschulabschluss von 4,1. Es sind also die besonders internetaffinen Personengruppen, die über vergleichsweise hohe digitale Kenntnisse verfügen. Entsprechend fallen auch die Unterschiede zwischen Internetnutzer*innen (Note 3,3) und Nichtnutzer*innen (Note 5,5) sehr deutlich aus. Dabei muss konstatiert werden, dass selbst unter den Onliner*innen 16 Prozent angeben, dass sie ihre Kenntnisse als schlecht oder sehr schlecht einschätzen und nur 29 Prozent als gut oder sehr gut. D.h. selbst innerhalb der älteren Personen, die bereits das Internet nutzen, finden sich große Unterschiede in den selbsteingeschätzten Kenntnissen bezüglich des Internets.

Subjektive Kenntnisse in Bezug auf das Internet

– Bewertung nach Schulnoten 1-6 –



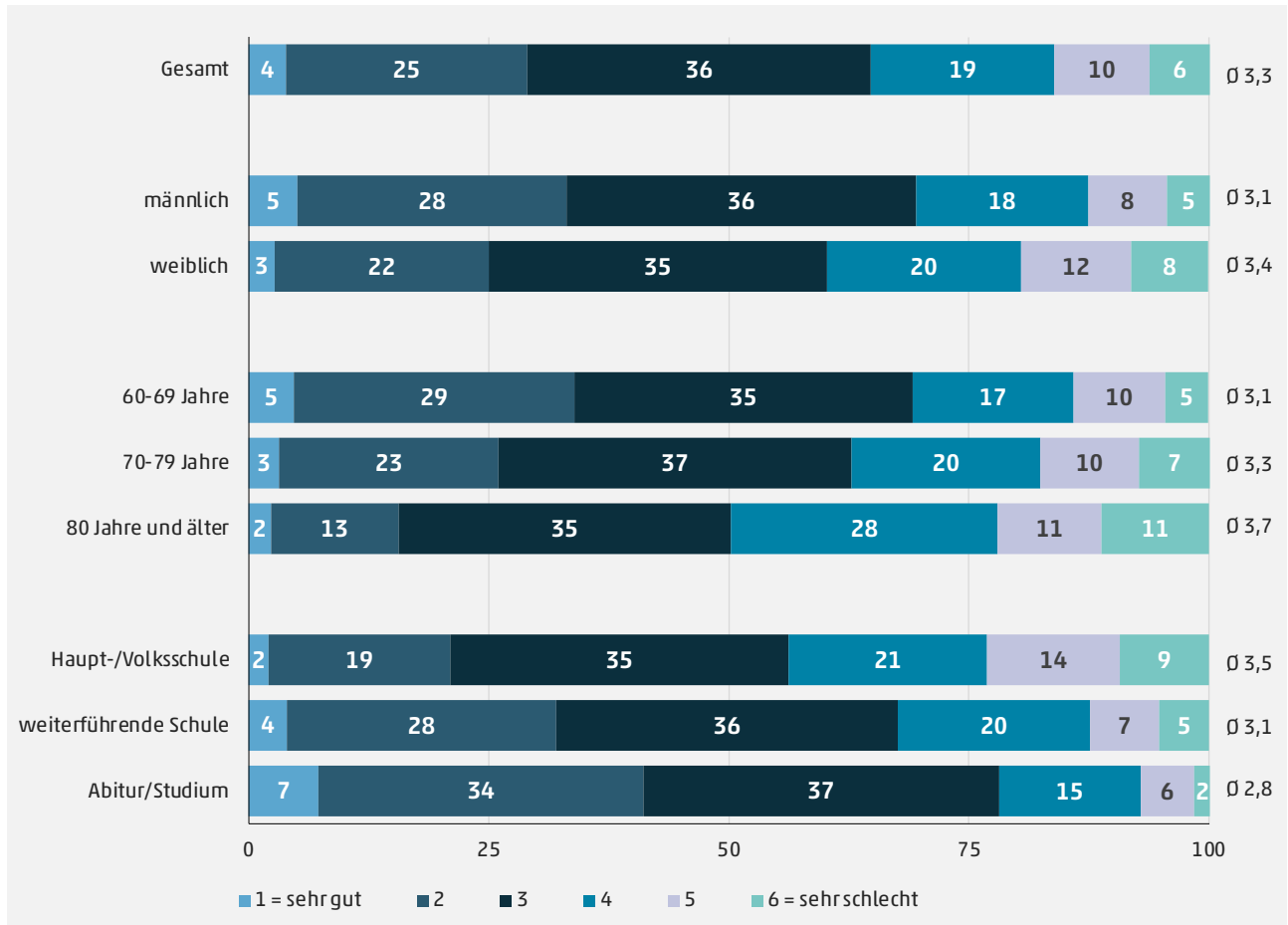
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Auch innerhalb der Gruppe der Onliner*innen weisen junge Ältere, Männer und Personen mit hoher Bildung deutlich höhere Internetkenntnisse auf

Gleichwohl besteht bei Personen, die bereits das Internet nutzen und die einen formal hohen Bildungsstatus besitzen, eine relativ hohe Internetkompetenz: der Durchschnittswert liegt bei 2,8, wobei 41 Prozent angeben, dass sie über gute oder sehr gute Kenntnisse verfügen und lediglich acht Prozent über schlechte oder sehr schlechte Kenntnisse. Ebenso sind es unter den Onliner*innen die jüngeren Älteren und Männer, die sich ein relativ hohes Kompetenzniveau attestieren (jeweils 3,1 als Durchschnittsnote). Deutlich schlechter liegen die selbsteingeschätzten Internetkenntnisse bei den älteren Onlinerinnen (3,4), den Onliner*innen mit formal niedrigem Bildungshintergrund (3,5) und besonders bei den Onliner*innen ab 80 Jahren (3,7) – lediglich 15 Prozent verfügen hier über gute oder sehr gute Kenntnisse.

Onliner*innen: Subjektive Kenntnisse in Bezug auf das Internet

– Bewertung nach Schulnoten 1-6 –

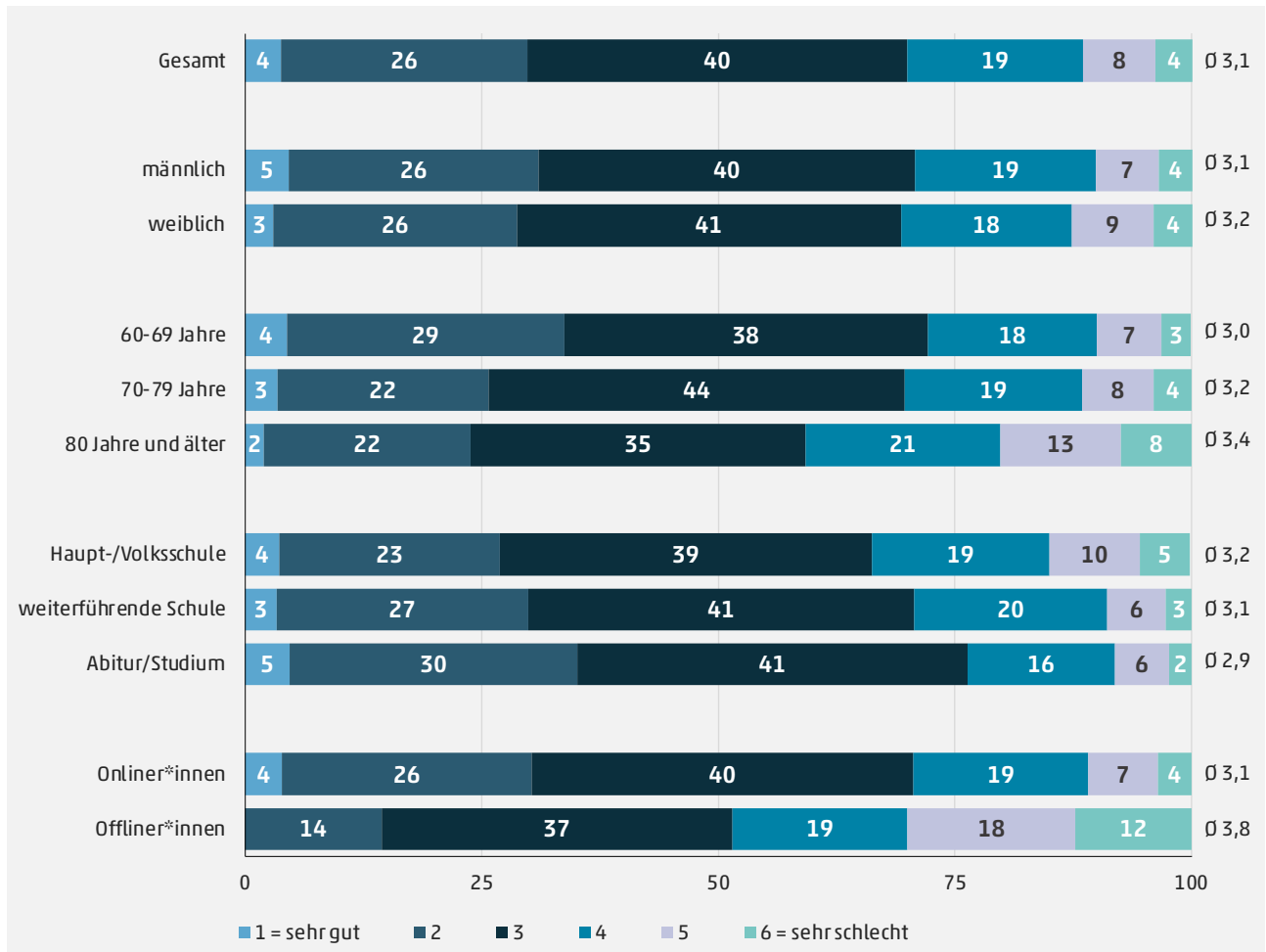


Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434

Ebenso verhält es sich mit den Kenntnissen zum Smartphone, wenn man nur die Personen betrachtet, die dieses digitale Gerät mindestens selten nutzen. Insgesamt besteht auch hier noch ein größerer Bildungsbedarf, wenn unter der Gruppe der Smartphone-Nutzer*innen nur 30 Prozent angeben, dass sie über gute oder sehr gute Kenntnisse verfügen. Hier sind es erneut die Personen zwischen 60 und 69 Jahren (Durchschnittsnote 3,0) und Personen mit einem hohen Bildungsstatus (2,9), die sich ein deutlich besseres Kompetenzniveau bescheinigen als Personen ab 70 Jahren und Personen mit geringerer formaler Bildung. Bemerkenswert ist jedoch, dass es keinen bedeutsamen Unterschied zwischen Männern (3,1) und Frauen (3,2) gibt.

Subjektive Kenntnisse in Bezug auf das Smartphone

– Bewertung nach Schulnoten 1-6, Smartphone-Nutzer*innen –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Personen, die das Smartphone mindestens seltener nutzen, n=2.106

Zusammenfassend kann man festhalten, dass es unter den älteren Menschen eine große Spannweite an digitalen Kenntnissen und Kompetenzen gibt, wobei vor allem internetaffine Gruppen, wie Personen zwischen 60 und 69 Jahren, Personen mit hohem Bildungs- und Einkommensstatus und Männer sich ein relativ hohes Kompetenzniveau bescheinigen. Dabei zeigen weitere Auswertungen, dass mit Zunahme des Nutzungsumfangs die selbst eingeschätzten digitalen Kenntnisse und Kompetenzen steigen.

Allerdings zeigen die Ergebnisse auch, dass es selbst unter den Nutzer*innen von Informations- und Kommunikationstechnologien wie dem Internet, Computer, Smartphone und Tablet noch größere Kompetenzdefizite gibt.

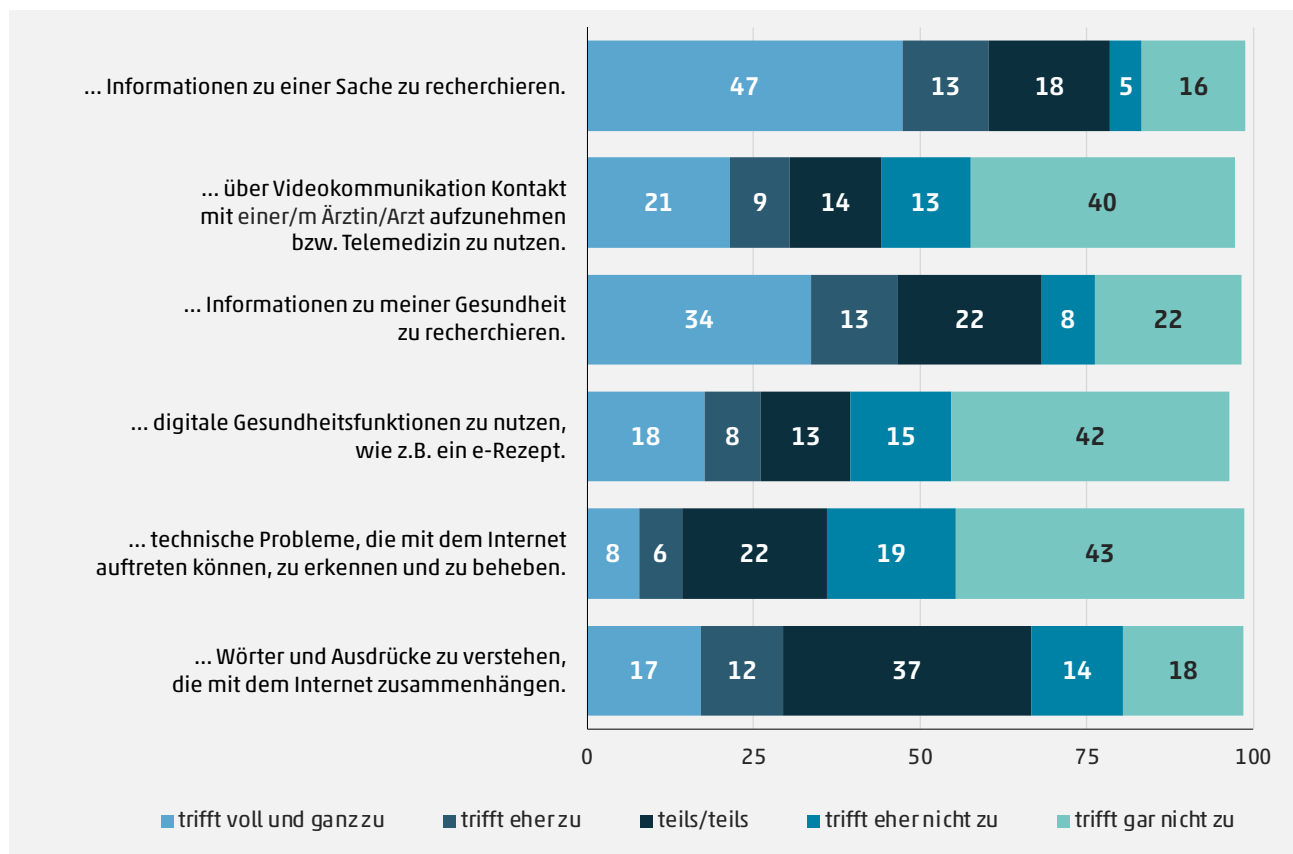
6.2 Selbstwirksamkeit in Bezug auf das Internet

Neben der Selbsteinschätzung von Kompetenzen und Kenntnissen spielt bei der Nutzung von digitalen Geräten und Medien auch das Zutrauen bzw. die Selbstwirksamkeit eine große Rolle. Die Selbstwirksamkeit beschreibt die subjektive Überzeugung aufgrund der eigenen Kompetenzen verschiedenste Herausforderungen bewältigen zu können. Hiermit sind somit nicht die konkreten Fähigkeiten oder das Wissen gemeint, sondern das Selbstvertrauen, verschiedenste Probleme bewältigen zu können. Diese Überzeugung kann auch deswegen entscheidend sein, weil das bloße Wissen im Umgang mit Technologien schnell veraltet ist. Schon das nächste Update eines Programms kann neue Funktionen hinzufügen, oder alte entfernen. Es zeigt sich, dass diese wichtige Ressource mit Bezug zum Internet mit dem steigenden Alter abnimmt. Gleichzeitig gewinnt die Selbstwirksamkeit für den Umgang mit modernen Technologien an Bedeutung, je älter die Person wird. Demnach bestimmt die eigene Selbstwirksamkeit maßgeblich, ob sich ein älterer Erwachsener überhaupt zutraut, das Internet zu nutzen, aber auch welche Bereiche im Internet für ihn infrage kommen.

Im Kontext des Internets spricht man von der Internetselbstwirksamkeit. Moderne Technologien wie das Internet sind jedoch derartig komplex geworden, dass nicht eine Form der Selbstwirksamkeit vorliegt, sondern dies je nach Bereich im Internet deutlich variieren kann. Daher wurden die Personen gefragt, ob sie sich grundlegende Funktionen zutrauen (z.B. „Ich traue mir zu, im Internet Informationen zu einer Sache zu recherchieren“), oder ob sie sich zutrauen, gesundheitsbezogene Aktivitäten mit dem Internet durchzuführen (z.B. „Ich traue mir zu, über Videokommunikation Kontakt mit einer/m Ärztin/Arzt aufzunehmen bzw. Telemedizin zu nutzen“).

Selbstwirksamkeit

– Ich traue mir zu im Internet ... –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Es bestehen bei der Nutzung des Internets oftmals Unsicherheiten, insbesondere im Bereich der digitalen Gesundheit

Es wird deutlich, dass sich die Fragen zur Internetselbstwirksamkeit zwischen den Bereichen und Aufgaben unterscheiden. Hinsichtlich der Recherche von Informationen trauen sich 60 Prozent diese Tätigkeiten zu („trifft voll und ganz“ und „eher zu“) und 47 Prozent ebenfalls die Recherche von Gesundheitsinformationen. Eine Videokommunikation mit einer/m Ärztin/Arzt würden sich noch 30 Prozent zutrauen, ebenso 26 Prozent sich digitale Gesundheitsfunktionen wie eine elektronische Patientenakte (e-Pa) im Netz zu nutzen. Internetspezifische Begrifflichkeiten zu verstehen geben 29 Prozent an und lediglich 14 Prozent trauen sich zu, selbst technische Probleme lösen zu können. Umgekehrt liegt der Anteil, die sich das gar nicht oder eher nicht zutrauen, bei 62 Prozent. Und auch zu den gesundheitsbezogenen Bereichen wie videobasierte Kontaktaufnahme mit einer/m Ärztin/Arzt oder die Nutzung von Gesundheitsfunktionen wie einer e-Pa, trauen sich über die Hälfte der Personen ab 60 Jahren nicht zu.

Diese Befunde verdeutlichen, dass in Bezug auf das Internet im Allgemeinen und insbesondere auch in Bezug auf digitale Gesundheit noch ein großer Bedarf an Information und Unterstützung besteht.

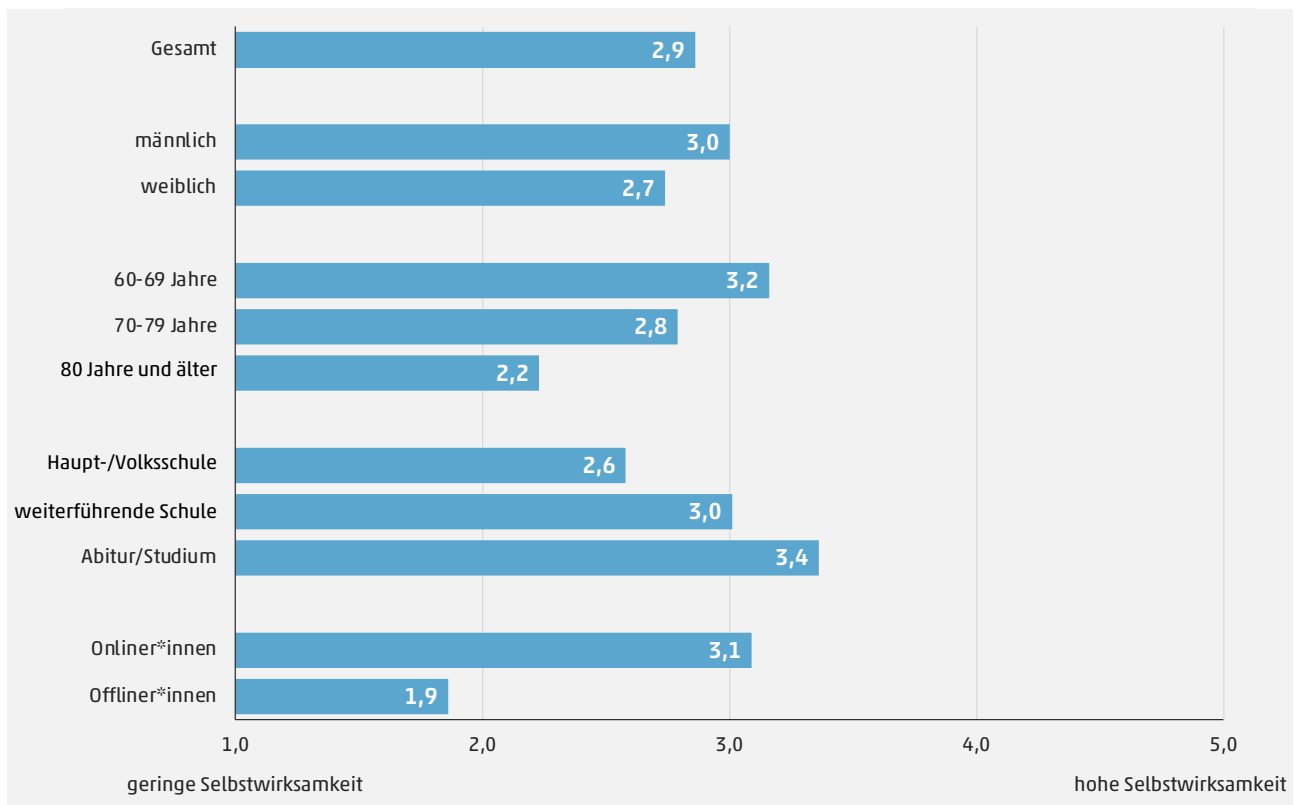
Die Selbstwirksamkeit im Internet unterscheidet sich deutlich nach Alter, Geschlecht und Bildungsstatus

Es stellt sich die Frage, wie die Internetselbstwirksamkeit über verschiedene Gruppen, wie Onliner*innen und Offliner*innen, Männern und Frauen oder verschiedene Altersgruppen, verteilt ist. Daher werden die Fragen zusammengefasst und die Durchschnittswerte angegeben. Ein Wert von 1 steht für eine sehr niedrige Selbstwirksamkeit, der Wert 5 für eine sehr hohe Selbstwirksamkeit. Dabei ergibt sich für die Gesamtgruppe der Personen ab 60 Jahren ein eher mittelmäßiges Niveau an Selbstwirksamkeit (2,9). Männer weisen im Vergleich zu Frauen eine höhere Internetselbstwirksamkeit auf (3,0 zu 2,7). Deutlicher unterscheidet sich die Internetselbstwirksamkeit mit dem Lebensalter. Die Personen im Alter zwischen 60 und 69 Jahren verfügen hierbei über die höchste Internetselbstwirksamkeit (3,2). Ein deutlicher Abfall zeigt sich bereits in der Gruppe der 70- bis 79-Jährigen (2,8) und der stärkste Rückgang ist in der Gruppe ab 80 Jahren zu verzeichnen (2,2). Diese Fähigkeiten und Kenntnisse scheinen zudem mit dem Bildungsniveau zusammenzuhängen. Je höher der Bildungsabschluss, desto höher ist die Internetselbstwirksamkeit ausgeprägt (hohes Bildungsniveau 3,4; niedriges Bildungsniveau 2,6).

Die mit Abstand geringste Selbstwirksamkeit findet sich unter den Offliner*innen mit 1,9. Dies verdeutlicht, dass Erfahrungen im Umgang mit dem Internet entscheidend sind, um die Internetselbstwirksamkeit zu steigern.

Selbstwirksamkeit – Mittelwert über alle Fragen

– Skala 1-5 –



Quelle: SIM 2021, Angabe des Mittelwertes, Basis: alle Befragten, n=3.005

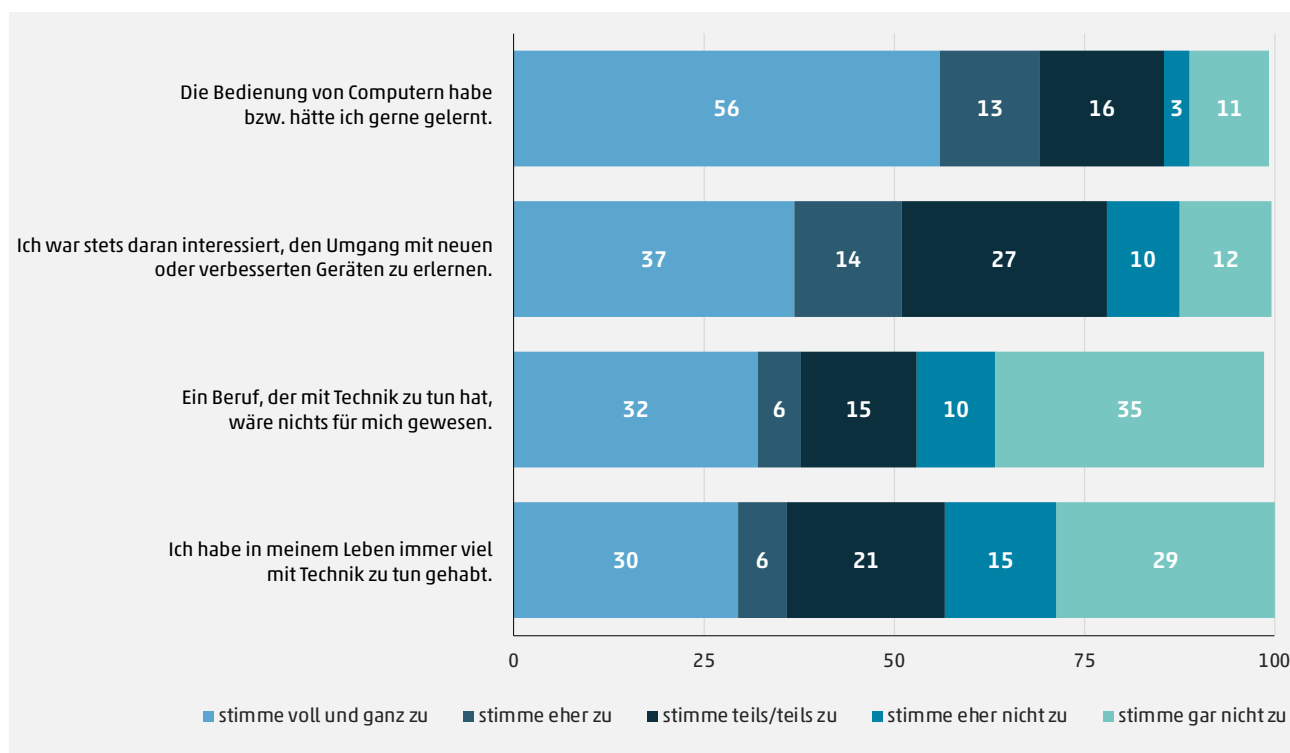


7. Umgang mit Technik

7.1 Technikbiografie

Die Technikbiografie erfasst den lebenslangen Umgang mit Technologien. Hier beantworteten die Personen Aussagen wie „Ich habe in meinem Leben immer viel mit Technik zu tun gehabt“ oder „Ein Beruf, der mit Technik zu tun hat, wäre nichts für mich gewesen“. Für ältere Menschen ist die Technikbiografie entscheidend, da moderne Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) in gewissen Teilen des Lebens keine Rolle spielte. Die Kindheit, die Jugend und das spätere Berufsleben spielen aber eine wichtige Rolle, wenn es um den Aufbau von Kompetenzen im Umgang mit dem Internet geht. Zudem stehen diese lebenslangen Erfahrungen mit Technologien im Zusammenhang mit bedeutsamen Ressourcen wie der Selbstwirksamkeit. Somit wirken diese biografischen Erfahrungen bis in die Gegenwart und bestimmen, welche Funktionen des Internets genutzt und welche nicht genutzt werden.

Technikbiografie



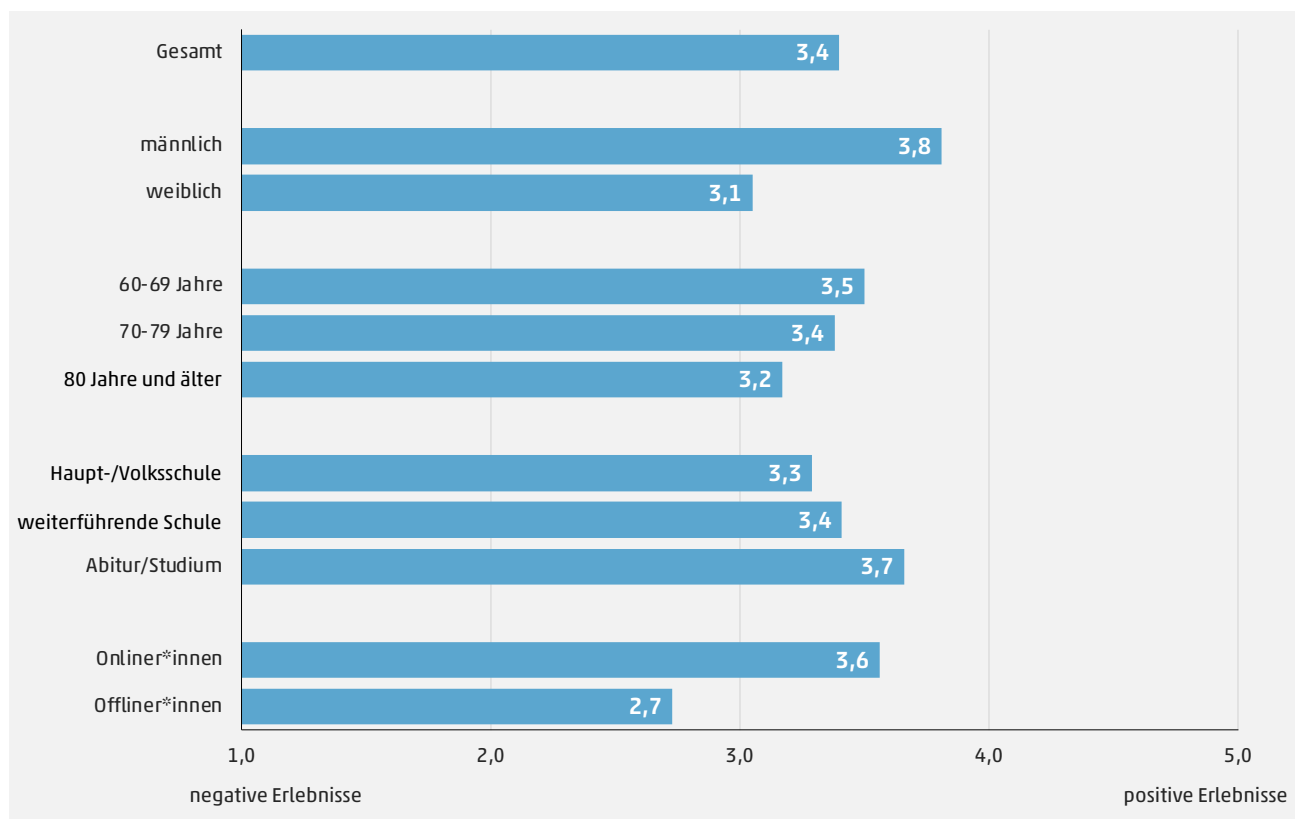
Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Insbesondere Onliner*innen, Ältere und Männer weisen aufgrund ihrer Biografie höhere Erfahrungen und Zugänge zur Technik auf

Die Fragen verweisen auf ein sehr heterogenes Bild. Es finden sich sowohl große Gruppen, die bestätigen, im Leben viel mit Technologien zu tun gehabt zu haben und gleichzeitig viele, die dies vollständig verneinen. So haben/hätten 69 Prozent gerne den Umgang mit dem Computer gelernt, 51 Prozent waren stets daran interessiert, den Umgang mit neuen oder verbesserten Geräten zu erlernen und für 45 Prozent wäre sogar ein Beruf mit Technik infrage gekommen. Hier existiert jedoch auch eine größere Gruppe von 38 Prozent, für die dies nicht infrage gekommen wäre. Und auch der Umgang mit Technik über das gesamte Leben ist äußerst heterogen. Wo 36 Prozent zustimmen, im Leben viel mit Technik konfrontiert gewesen zu sein, geben 44 Prozent an, dass dies nicht der Fall gewesen ist.

Technikbiografie – Mittelwert über alle Fragen

– Skala 1-5 –



Quelle: SIM 2021, Angabe des Mittelwertes, Basis: alle Befragten, n=3.005

Anschließend wurden alle Fragen zusammengefasst, um einen allgemeinen Eindruck zu technikbiografischen Erfahrungen zu erhalten. Ein Wert von 1 entspricht äußerst negativen lebenslangen Erfahrungen im Umgang mit Technik, wohingegen der Wert von 5 sehr positiven Erlebnissen entspricht.⁵ Dabei ergibt sich für die Gesamtgruppe der Personen ab 60 Jahren ein Niveau von 3,4, was auf einen äußerst heterogenen lebenslangen

⁵ Bei entgegengesetzten Antworten wurde der inverse Wert berechnet.



Umgang mit Technologien verweist. Somit existieren sowohl Gruppen, die Technologien lebenslang vermieden haben, als auch ein großer Anteil, die ein breites Interesse zeigen.

Hinsichtlich des Geschlechts wird sichtbar, dass Männer (3,8) im Vergleich zu Frauen (3,1) eine deutlich positivere Technikbiografie angeben. Dies lässt sich vermutlich auf die technische Sozialisierung im Berufsleben zurückführen, die Männer häufiger erlebten als Frauen, die in älteren Geburtskohorten noch häufiger als Hausfrau tätig waren. Aber auch Stereotype, wonach Technik als Männerdomäne angesehen wird, könnten diese Unterschiede erklären.

Der Vergleich zwischen verschiedenen Altersgruppen legt ebenfalls Unterschiede offen. Die 60- bis 69-Jährigen berichten die positivsten biografischen Erfahrungen (3,5), in der Gruppe der 70- bis 79-Jährigen nimmt dies leicht ab (3,4) und im Alter ab 80 Jahren wird es deutlich negativer (3,2). Dies kann als Hinweis gesehen werden, dass sich die unterschiedlichen Geburtskohorten und damit die spätere Sozialisation mit Computertechnologien dahingehend auswirkt, dass ältere Personen eine negativere Technikbiografie angeben.

Dass sich die Technikbiografie vermutlich in der Nutzung des Internets niederschlägt, zeigen die Unterschiede zwischen Onliner*innen und Offliner*innen. Onliner*innen berichten mit einer 3,6 demnach eine wesentlich positivere Technikbiografie, als dies bei Offliner*innen mit einem Mittelwert von 2,7 der Fall ist.

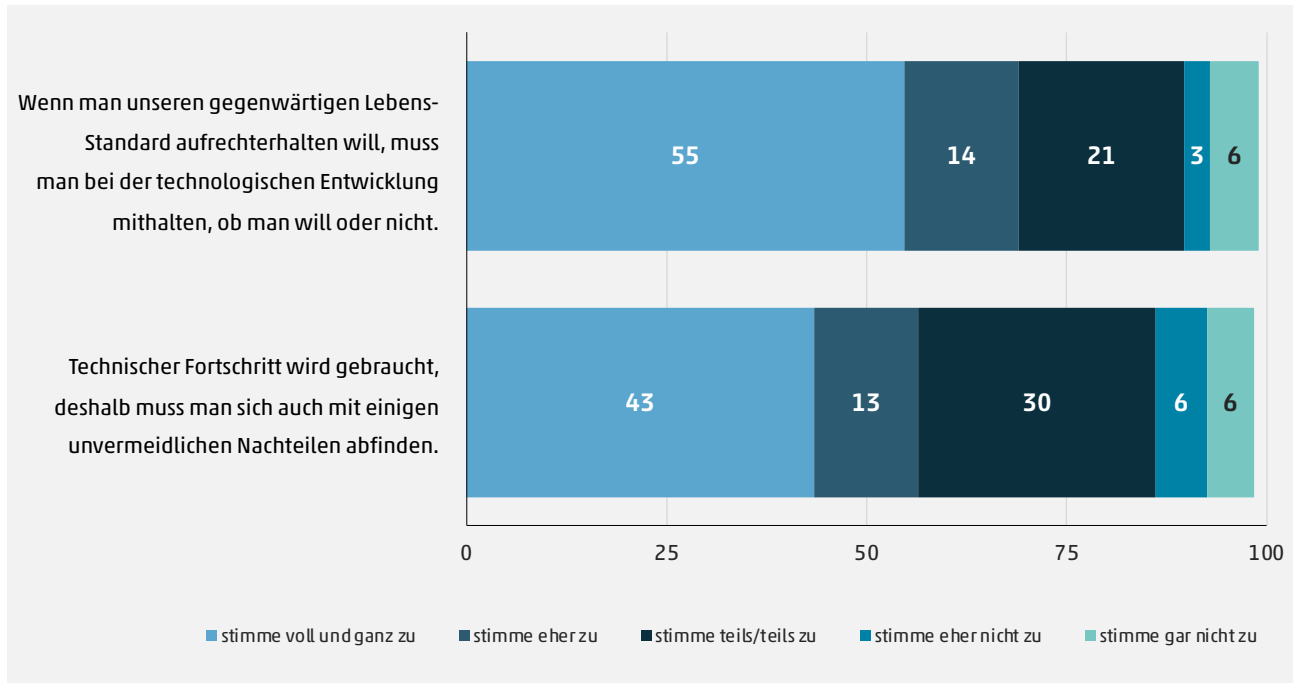
7.2 Technikeinstellung

Mit der Technikeinstellung wurde erfasst, wie die Personen zu Technologien im Allgemeinen stehen und wie wichtig Technologien für den gesellschaftlichen Fortschritt sind. Die Personen beantworteten Aussagen wie „wenn man unseren gegenwärtigen Lebensstandard aufrechterhalten will, muss man bei der technologischen Entwicklung mithalten, ob man will oder nicht“.

Demnach stimmen 56 Prozent zu (voll und ganz/eher), dass technologischer Fortschritt gebraucht wird, auch wenn damit Nachteile einhergehen. Weitere 30 Prozent stimmen diesem teilweise zu. Nur 12 Prozent sehen dies nicht so. 69 Prozent sehen den technischen Fortschritt als unvermeidbar an, um unseren Lebensstandard aufrechtzuerhalten. Nur neun Prozent stimmen dieser Aussage nicht zu.

Überwiegend positive Technikeinstellung und Offenheit bei älteren Menschen

Technikeinstellung – Gesamt



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

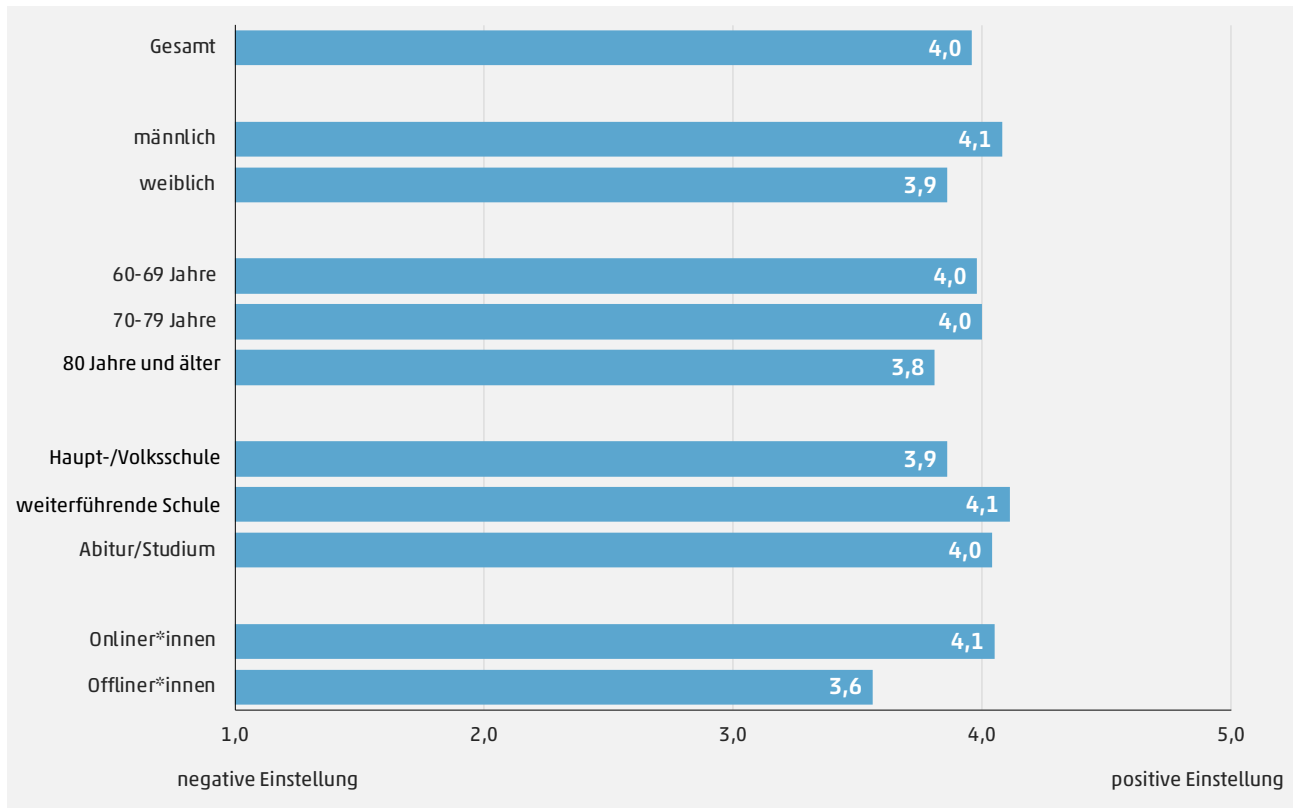
Offliner*innen besitzen ein deutlich geringeres Ausmaß an Technikoffenheit

Mit Blick auf die Gruppenvergleiche bestätigt sich die positive Einstellung gegenüber Technologien. Ein Wert von 1 gibt eine sehr negative Einstellung zu Technologien wieder, ein Wert von 5 steht wiederum für eine sehr positive Sichtweise. Dabei ergibt sich für die Gesamtgruppe der Personen ab 60 Jahren ein Einstellungsniveau von 4,0, wodurch deutlich wird, dass ältere Menschen insgesamt Technologien gegenüber sehr aufgeschlossen sind. In der Tendenz weisen Männer (4,1) im Vergleich zu Frauen (3,9) eine geringfügig positivere Einstellung gegenüber Technologien auf. Der Vergleich zwischen den Altersgruppen zeigt, dass sich die Einstellung gegenüber Technologien nicht zwischen den 60- bis 69-Jährigen (4,0) und den 70- bis 79-Jährigen (4,0) unterscheidet, sich jedoch eine im Vergleich negativere Einstellung ab 80 Jahren zeigt (3,8). Die größte Diskrepanz findet sich hinsichtlich der Nutzung oder Nichtnutzung des Internets. Während Onliner*innen ein hohes Ausmaß an Technikoffenheit aufweisen (4,1) zeigen Offliner*innen den mit Abstand niedrigsten Wert auf (3,6). Dabei gilt es zu bedenken, dass 46 Prozent der Offliner*innen 80 Jahre und älter sind und folglich aus einer Technikgeneration stammen, wo es größtenteils weder im beruflichen noch im privaten Kontext Bezugspunkte zu digitalen Technologien gab.



Technikeinstellung – Mittelwert über alle Fragen

– Skala 1-5 –



Quelle: SIM 2021, Angabe des Mittelwertes, Basis: alle Befragten, n=3.005

Die Befunde verweisen darauf, dass die Einstellung gegenüber der Rolle von Technik in der Gesellschaft stark damit verbunden ist, ob selbst ein Zugang zum Internet besteht. Die folgenden Fragen zum Obsoleszenz-erleben, also der gesellschaftlichen Einbindung, vertiefen diesen Aspekt.



8. Soziale Eingebundenheit

8.1 Gesellschaftliche Entfremdung

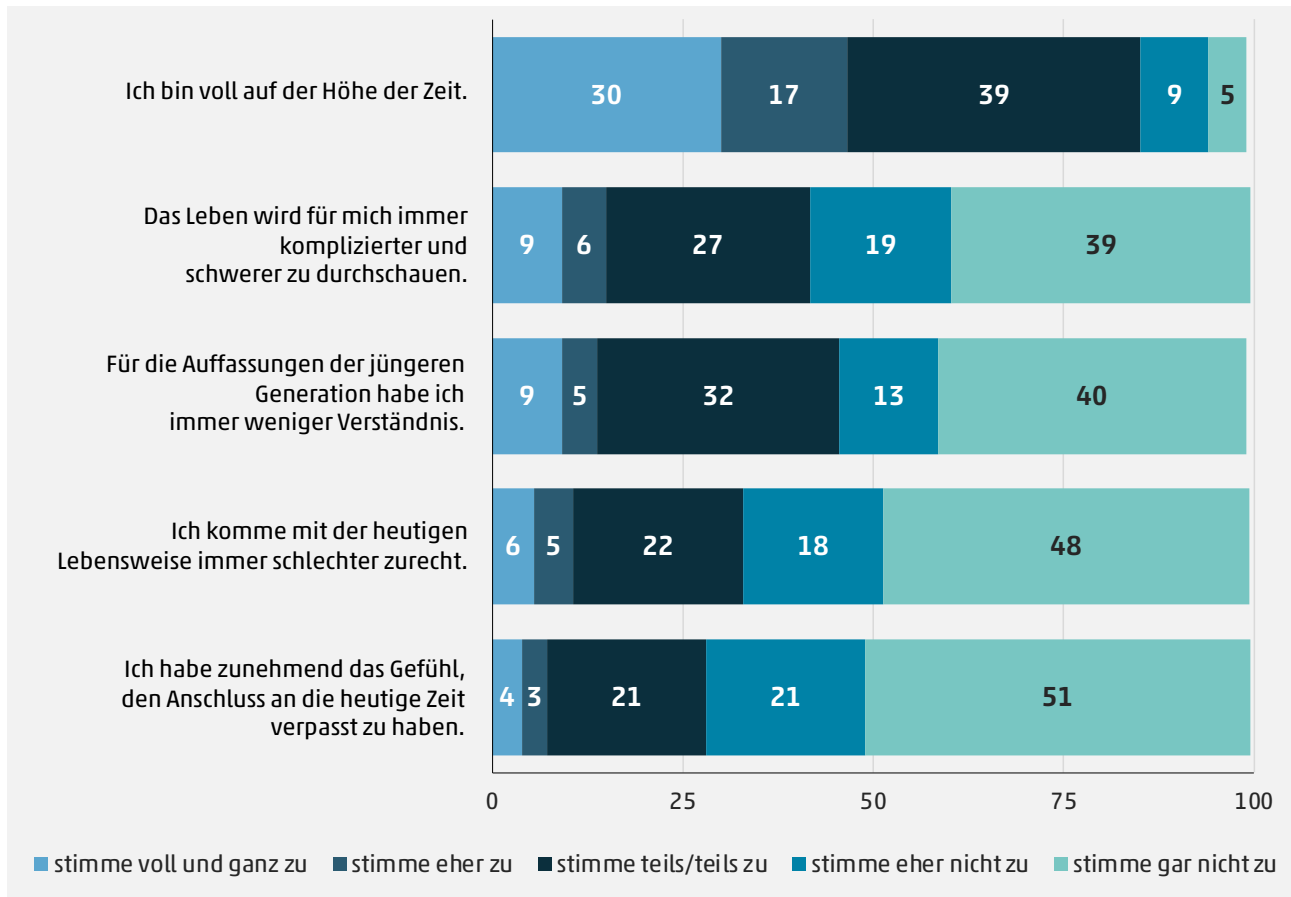
Ältere Menschen, die kein Internet nutzen und weniger Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet mitbringen, sind häufiger von digitaler Exklusion betroffen. Wer keinen Zugang zur digitalen Welt hat oder nur eingeschränkte Möglichkeiten mitbringt, kann auch eine geringere gesellschaftliche und soziale Teilhabe erleben, da zunehmend viele Lebensbereiche von der Digitalisierung verändert werden. Dieses sogenannte Obsoleszenzerleben erfasst Orientierungs- und Entfremdungsängste, die sich aus diesem gesellschaftlichen Wandel ergeben. In der SIM-Studie wurde dies mit Statements wie bspw. „Ich habe zunehmend das Gefühl, den Anschluss an die heutige Zeit verpasst zu haben“ oder „Ich komme mit der heutigen Lebensweise immer schlechter zurecht“ erfragt.

Ein Großteil der älteren Menschen fühlt sich gesellschaftlich integriert

Die Fragen offenbaren, dass es eine große Gruppe älterer Personen gibt, die sich weiterhin als Teil der gesellschaftlichen Entwicklung sehen. Die meisten älteren Erwachsenen ab 60 Jahren geben an, den Anschluss an die heutige Zeit gehalten zu haben (72 %), mit der heutigen Lebensweise zurecht zu kommen (66 %), empfinden ihr Leben nicht komplizierter oder schwerer zu durchschauen (58 %) und haben überwiegend Verständnis für die jüngere Generation (53 %). Somit geben auch knapp die Hälfte der älteren Personen an, auf der Höhe der Zeit zu sein (47 %). Auch wenn diese positiven Einschätzungen überwiegen und somit die meisten älteren Erwachsenen nicht das Gefühl haben, durch den gesellschaftlichen Wandel abgehängt zu sein, existieren trotzdem Gruppen, die dem nicht in vollem Umfang zustimmen können. Hinsichtlich aller fünf Fragen existiert eine kleine Gruppe von sieben bis 15 Prozent (stimme voll und ganz/eher zu), die sich als ausgeschlossen erlebt und Entfremdungen erfährt. Weitere 21 bis 39 Prozent erleben solche Ausgrenzungen zumindest teilweise (stimme teils zu).



Obsoleszenz



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Die Zusammenfassung aller Fragen und der Vergleich nach Alter, Geschlecht und Bildung tragen dazu bei, dieses Bild zu schärfen. Der Wert von 1 stellt ein insgesamt sehr geringes Entfremdungserleben dar, wohingegen ein Wert von 5 für ein sehr hohes Erleben von Obsoleszenz steht. Der durchschnittliche Wert von 2,2 verweist darauf, dass ältere Menschen nicht per se unter Entfremdungs- und Orientierungsängsten leiden. Dennoch lohnt ein differenzierter Blick auf einzelne Personengruppen.

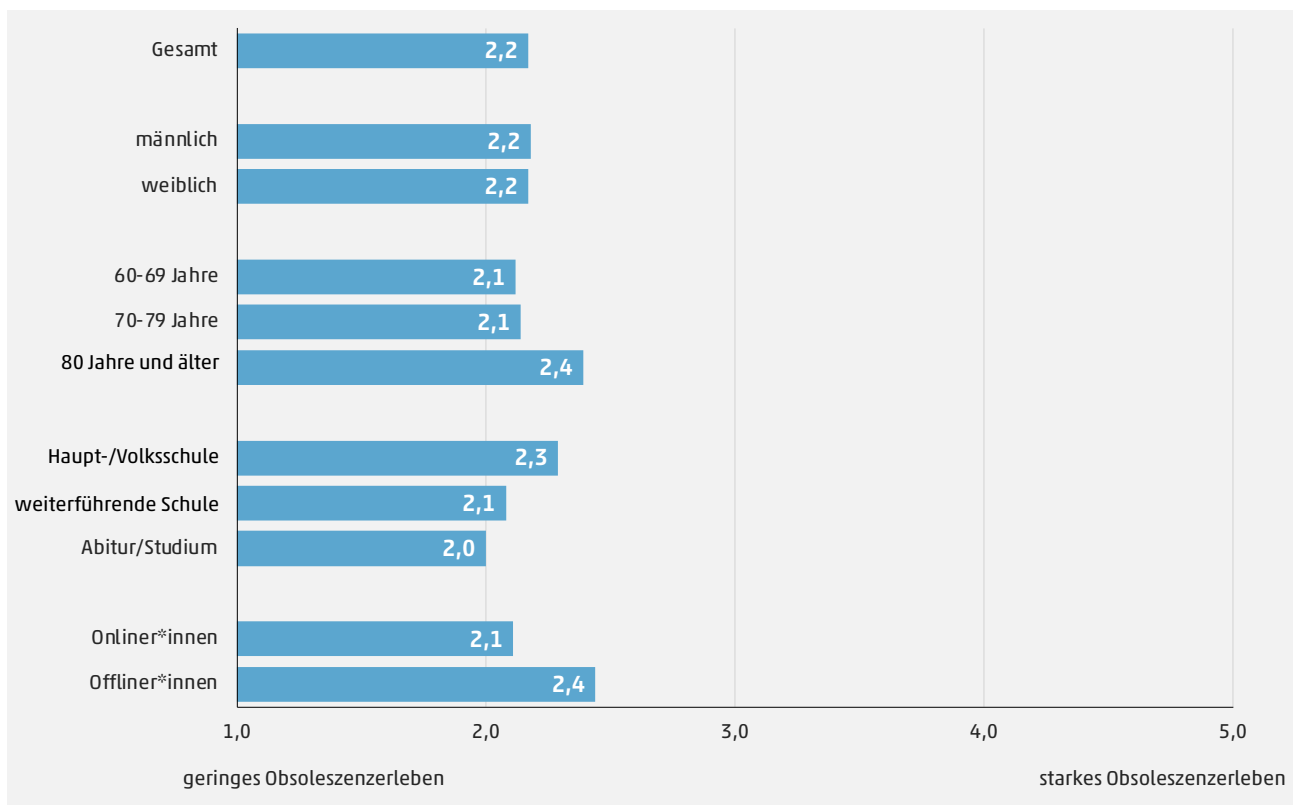
Besonders Personen, die kein Internet nutzen, zeigen ein erhöhtes Gefühl von gesellschaftlicher Ausgrenzung

Hier zeigt sich zunächst, dass mit einem Wert von 2,2 kein Unterschied zwischen Männern und Frauen festgestellt werden kann, jedoch werden mit dem steigenden Alter signifikante Differenzen deutlich. Ein niedriges Erleben von Obsoleszenz kennzeichnet die Gruppe der 60- bis 69- und 70- bis 79-Jährigen, die sich mit einem Wert von 2,2 nicht unterscheiden. Ab einem Alter von 80 Jahren geben die Personen jedoch an, stärkere Orientierungs- und Entfremdungsängste aufgrund des gesellschaftlichen Wandels zu empfinden (2,4). Mit Blick auf die Bildung zeigt sich, dass vor allem bei Personen mit einem niedrigen Schulabschluss

geringfügig höhere Obsoleszenzwerte auftreten (2,3), die jedoch bei einem höheren Bildungsniveau stetig abnehmen. Hinweise darauf, dass die Digitalisierung und der Zugang zum Internet zu einem Gefühl der Ausgrenzung beitragen, zeigt der Vergleich zwischen Onliner*innen und Offliner*innen. Demnach berichten besonders Offliner*innen (2,4) deutlich mehr Entfremdungen zu erleben, als dies bei Onliner*innen der Fall ist (2,1).

Obsoleszenz – Mittelwert über alle Fragen

– Skala 1-5 –



Quelle: SIM 2021, Angabe des Mittelwertes, Basis: alle Befragten, n=3.005

8.2 Soziale Einsamkeit

Einsamkeit ist besonders zu Zeiten der Pandemie ein großes Thema geworden, da durch die zum Teil sehr umfangreichen und zeitlich andauernden coronabedingten Maßnahmen direkte Kontakte und Begegnungen stark eingeschränkt werden mussten. Das galt in besonderem Maße für pflegebedürftige ältere Menschen, die in stationären Einrichtungen der Altenhilfe untergebracht waren.

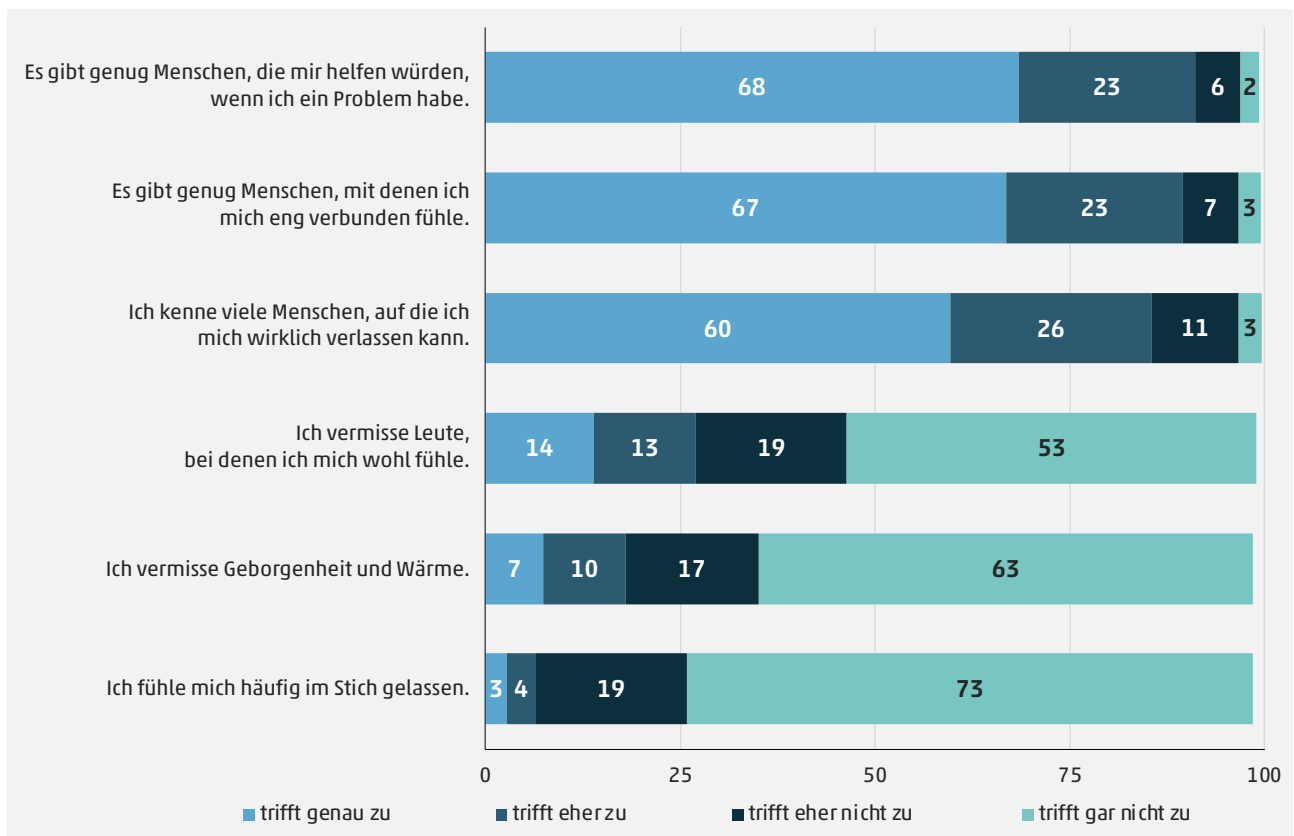
Die Befragung dieser Studie fand inmitten der Phase statt, als in Deutschland Personen ab 60 Jahren eine Impfpriorisierung hatten und sich somit auch der Lebensalltag dieser Personengruppe begann, zu entspannen. Bezüglich der persönlichen Einschätzung der sozialen Eingebundenheit bzw. Einsamkeit muss zudem angeführt werden, dass die einzelnen



Überwiegende Mehrheit der älteren Menschen fühlt sich sozial eingebunden

Fragen nicht so sehr situativ auf Befindlichkeiten gerichtet waren, sondern eher auf konstitutive personenbezogene Einschätzungen. Insofern wundert es nicht, dass über zwei Drittel der Personen ab 60 Jahren überhaupt keine soziale Einsamkeit verspüren. So stimmen z.B. 91 Prozent (68 % trifft genau zu, 23 % trifft eher zu) der Aussage zu: „Es gibt genug Menschen, die mir helfen würden, wenn ich Probleme habe“ und 90 Prozent: „Es gibt genügend Menschen, mit denen ich mich eng verbunden fühle“. Lediglich acht bzw. zehn Prozent stimmen diesen beiden Aussagen nicht zu (trifft gar nicht zu, trifft eher zu). Auch stimmen 17 Prozent der Frage zu „Ich vermisse Geborgenheit und Wärme“, während 63 Prozent dem gar nicht zustimmen und weitere 17 Prozent eher nicht zustimmen. Hier wären Vergleichsdaten vor oder nach der Pandemie aufschlussreich, um diese Ergebnisse besser einordnen zu können.

Soziale Einsamkeit – Gesamt



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005 (Differenz zu 100 % = weiß nicht)

Die Vergleiche hinsichtlich des Geschlechts, der Altersgruppen, des Bildungsgrades oder der Nutzung oder Nichtnutzung des Internets verwiesen auf keine größeren Unterschiede hinsichtlich der sozialen Eingebundenheit. Einzig unter den alleinlebenden Personen findet sich ein erhöhter Anteil, die sich nicht ausreichend sozial eingebunden fühlen: So meinen



29 Prozent von ihnen, dass sie Wärme und Geborgenheit vermissen würden (13 % trifft genau zu, 16 % trifft eher zu); hingegen empfinden dies bei Personen, die in größeren Haushalten leben, lediglich 12 Prozent (4 % trifft genau zu, 8 % trifft eher zu) – wobei hier offenbleibt, inwiefern diese Unterschiede pandemiebedingt sind.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die befragten älteren Menschen in Deutschland auch unter erschwerten Bedingungen wie der Covid19-Pandemie größtenteils eine hohe soziale Eingebundenheit aufweisen, die zudem weitestgehend unabhängig von soziodemografischen Merkmalen zu sein scheint.

8.3 Nachbarschaftliche Beziehungen und soziale Teilhabe

Im Alter gewinnt der Wohnraum und das unmittelbare Wohnumfeld an Bedeutung – die außer-häusliche Mobilität geht zurück und die Identität und das Gefühl der Verbundenheit mit der eigenen Wohnung und dem Quartier nimmt zu. Daher spielen im Alltag älterer Menschen neben der sozialen Eingebundenheit auch gute nachbarschaftliche Beziehungen und die Möglichkeiten zur sozialen Teilhabe eine große Rolle.

Die Befunde weisen insgesamt eine sehr hohe Zufriedenheit der älteren Menschen mit ihrer Nachbarschaft auf. 69 Prozent stimmen voll und ganz zu, dass sie mit ihren persönlichen Kontakten zu ihrer Nachbarschaft zufrieden sind, weitere 12 Prozent sind eher zufrieden. Eher oder ganz unzufrieden sind lediglich fünf Prozent. Dabei finden sich innerhalb der soziodemografischen Merkmale wie Geschlecht, Alter, Bildung, Einkommen keine relevanten Unterschiede.

Anders verhält es sich mit der Einschätzung zur sozialen Teilhabe. Hier liegt das Zufriedenheitsniveau deutlich niedriger, 46 Prozent geben an, dass sie voll und ganz zufrieden sind mit den Möglichkeiten, an öffentlichen Aktivitäten im Wohnviertel teilnehmen zu können; weitere 12 Prozent sind eher zufrieden. Demgegenüber stehen 20 Prozent mit einer Unzufriedenheit (voll und ganz 12 %, eher 8 %). Diese Befunde zeigen, dass es älteren Menschen nicht immer leichtfällt, in ausreichendem Maße soziale Teilhabe im direkten Umfeld zu erfahren.

Dies gilt in besonderem Maße für Personen im hohen Alter, von denen nur 37 Prozent angeben, dass sie mit den Möglichkeiten zur sozialen Teilhabe voll und ganz zufrieden sind. Hinsichtlich des Geschlechts zeichnet sich eine Tendenz ab, wonach Frauen häufiger unzufrieden (eher nicht 8 %, gar nicht 14 %) mit den Möglichkeiten der sozialen Partizipation im Wohnviertel sind als Männer (eher nicht 7 %, gar nicht 9 %). Beides lässt sich erklären durch die sogenannte Feminisierung und Singularisierung im Alter, wonach im Alter ab 80 Jahren der Anteil an alleinlebenden Frauen stark zunimmt – und damit auch die Hindernisse zunehmen, am gesellschaftlichen Leben teilnehmen zu können. Eine deutlich geringere Zufriedenheit mit der sozialen Teilhabe zeigen

Bei über drei Viertel der älteren Menschen besteht eine sehr hohe Zufriedenheit mit den nachbarschaftlichen Beziehungen

58 Prozent der älteren Menschen sind zufrieden hinsichtlich ihrer sozialen Teilhabe

Internetaffine Gruppen wie junge Ältere, Männer, Personen mit hohem Bildungs- und Einkommensniveau sind zufriedener hinsichtlich ihrer sozialen Teilhabe

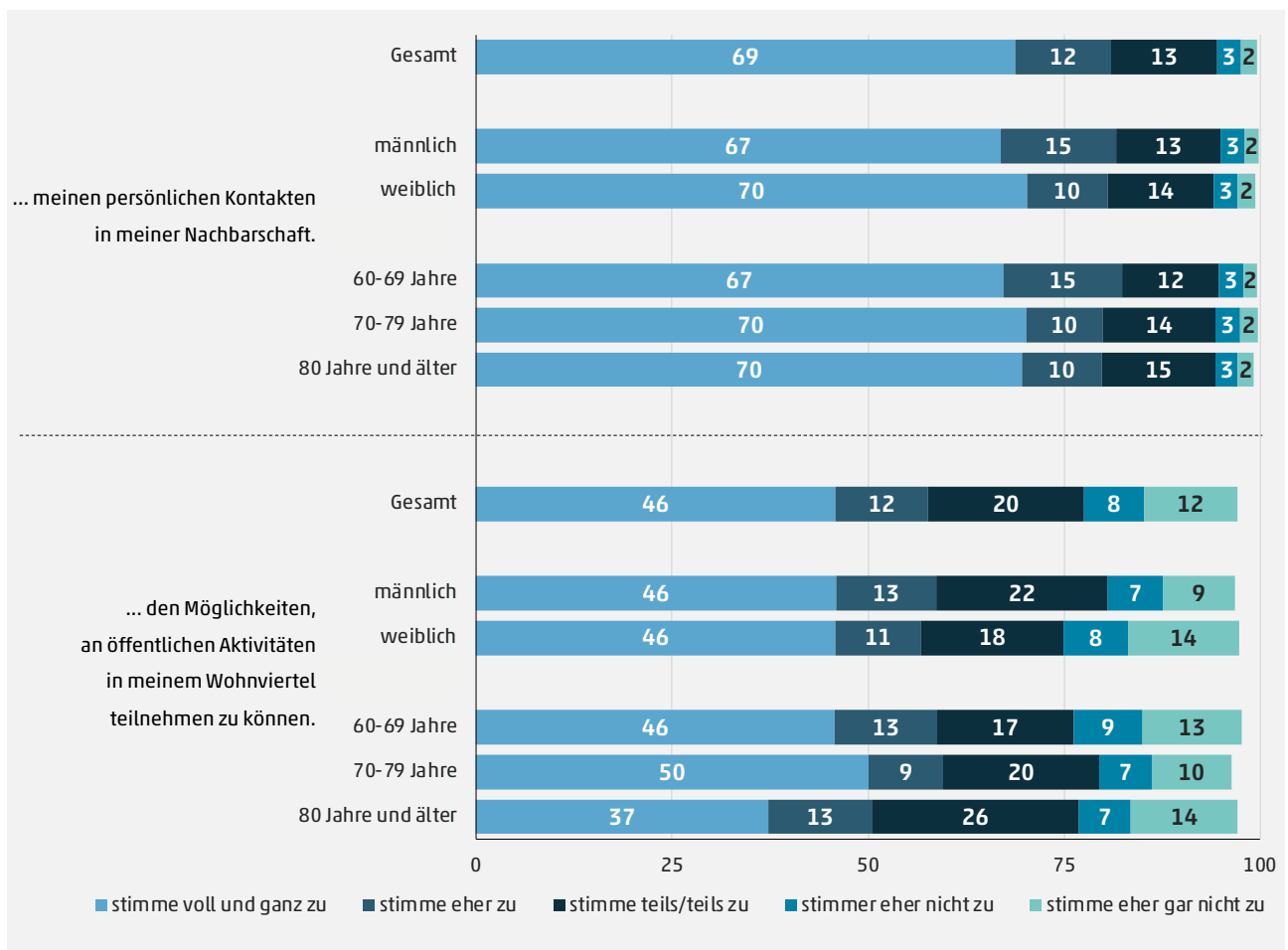


zudem Personen mit niedrigem Bildungs- und Einkommensstatus – alles Personengruppen, die auch eine erhöhte Distanz zum Internet aufweisen. Folgerichtig weist die Gruppe der Offliner*innen eine deutlich niedrigere Zufriedenheit hinsichtlich sozialer Teilhabe auf (eher nicht 7 %, gar nicht 16 %).

Mit Blick auf die Nutzung des Internets zeigt sich, dass Offliner*innen eine höhere Zufriedenheit mit ihren persönlichen Kontakten angeben (74 % volle Zustimmung) als Onliner*innen (68 % volle Zustimmung), wobei sich beide Gruppen durch eine hohe Zufriedenheit auszeichnen. Bei der Frage zur Teilhabe an öffentlichen Aktivitäten dreht sich das Bild. Hier geben häufiger Onliner*innen an, mit den Möglichkeiten der Teilhabe (47 % volle Zustimmung) sehr zufrieden zu sein, wohingegen mit 41 % der Offliner*innen hier etwas weniger voll zustimmen.

Nachbarschaftliche Beziehungen und soziale Teilhabe

– Ich bin zufrieden mit ... –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005 (Differenz zu 100 % = weiß nicht/ keine Angabe)



9. Wahrnehmung von Alter und Gesundheit

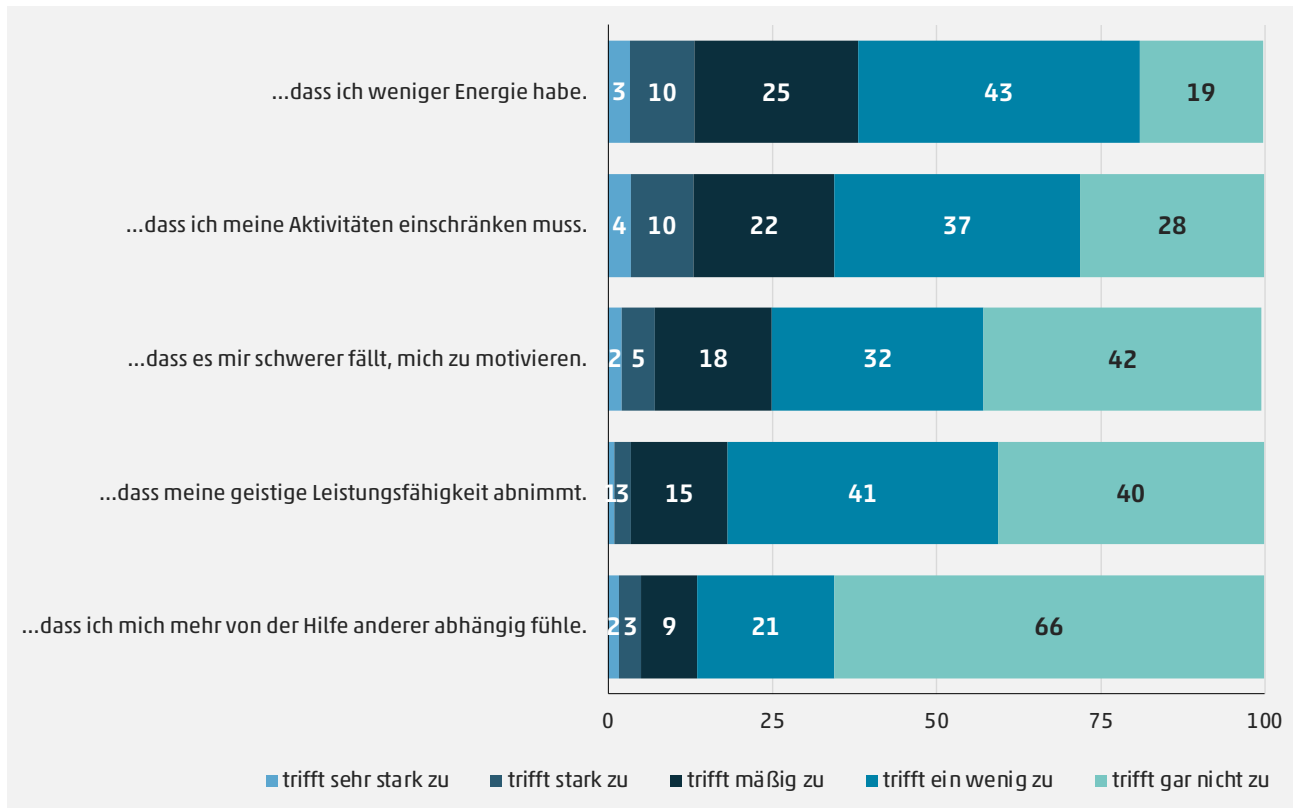
9.1 Wahrnehmung des eigenen Älterwerdens

Jede Lebensphase ist durch Gewinne wie Verluste geprägt. Die Gewinne überwiegen vor allem in der Kindheit, wenn täglich neue körperliche oder geistige Fähigkeiten dazugewonnen werden, wohingegen Verluste in dieser Phase kaum eine Rolle spielen. Mit dem zunehmenden Alter verändert sich dieses Gleichgewicht und Verluste (z.B. weniger Freiheiten, schlechtere Gesundheit, weniger soziale Kontakte) werden präsenter. Eine positive Sicht auf das eigene Alter und Älterwerden geht dabei mit vielfältigen positiven Effekten einher. Mittlerweile konnte aufgezeigt werden, dass Personen, die sich jünger fühlten, u.a. eine höhere Lebenszufriedenheit und positivere Gesundheit aufweisen oder auch länger leben. Wenig ist jedoch bisher bekannt, wie sich die Digitalisierung auf das Älterwerden auswirkt, und ob der Zugang zum Internet auch die Wahrnehmung von Gewinnen und Verlusten verändert. Dazu wurden die Verluste, die mit dem Altern einhergehen können, untersucht. Hier wurde bspw. gefragt „Mit meinem zunehmenden Alter bemerke ich, dass meine geistige Leistungsfähigkeit abnimmt“ oder „Mit meinem zunehmenden Alter bemerke ich, dass ich mich mehr von der Hilfe anderer abhängig fühle“.



Wahrnehmung des eigenen Älterwerdens

– Mit zunehmendem Alter bemerke ich, ... –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

Für die meisten spielen altersbedingten Verluste keine große Rolle

Die Fragen fokussieren altersbedingte Verlusterfahrungen, wobei eine deutliche Tendenz dahingehend zu erkennen ist, dass diese Verluste keine oder eine geringe Rolle im Leben einnehmen. Ein Großteil der älteren Personen fühlt sich aufgrund des eigenen Älterwerdens nicht abhängig von anderen (87 %) oder nimmt keine Einschränkungen bei der geistigen Leistungsfähigkeit wahr (81 %). Auch die Selbstmotivation und der Eigenantrieb wird von den meisten als nicht beeinträchtigt erlebt (74 %) und knapp zwei Drittel haben auch nicht das Gefühl weniger Energie aufgrund des Alters zur Verfügung zu haben (62 %).

Die Zusammenfassung der Fragen und der Vergleich nach Gruppen kann dazu beitragen, altersbedingte Verlusterfahrungen zu verorten. Ein Wert von 1 gibt an, dass die Person gar keine Verlusterfahrungen aufgrund ihres Alterns erlebte, wohingegen ein Wert von 5 die Wahrnehmung von sehr starken Verlusten beschreibt. Die Gesamtgruppe berichtet einen Wert von 2,0, was zunächst darauf verweist, dass altersbedingte Verlusterfahrung keine prägende Rolle im Alter einnehmen. Mit einem Wert von 2,0 zeigen sich keine Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Unterschiede finden sich jedoch mit dem steigenden Alter.

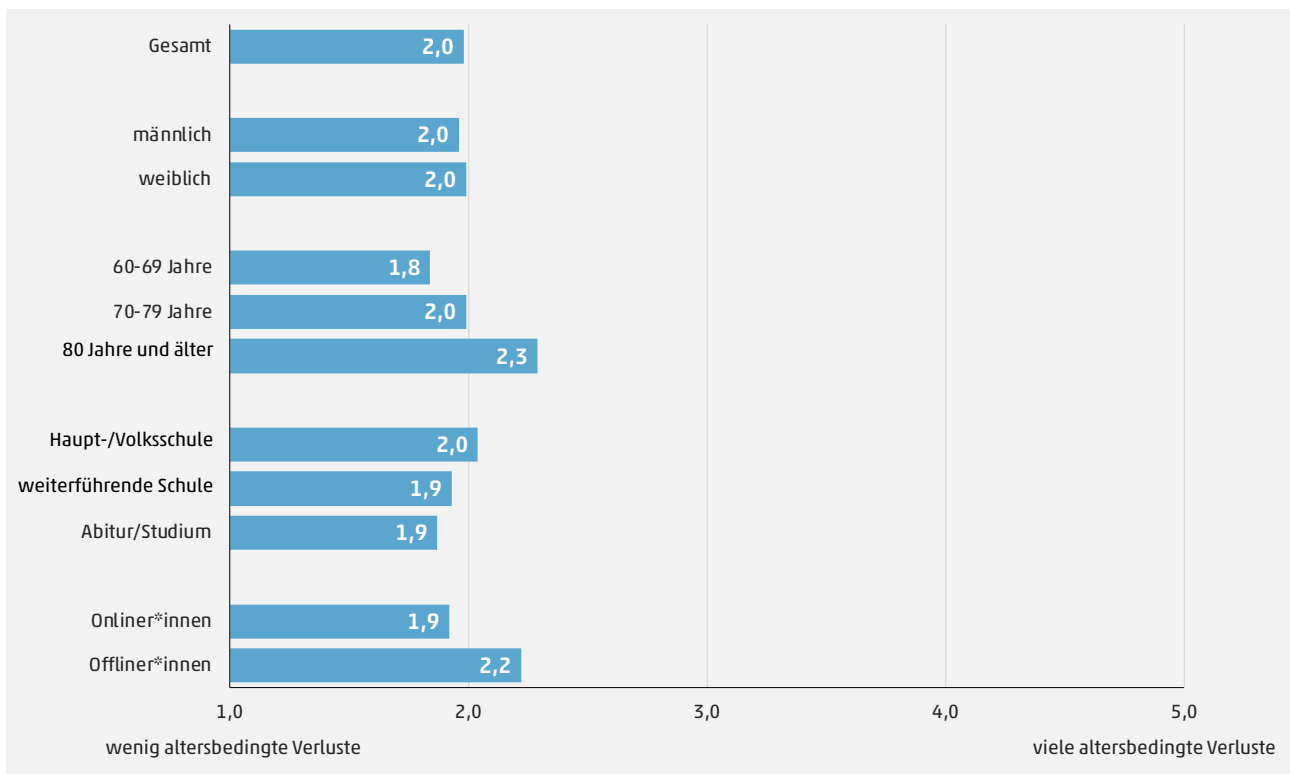


Körperliche und psychologische Verluste werden insbesondere bei Personen ab 80 Jahren und Offliner*innen wahrgenommen

Die 60- bis 69-Jährigen geben den niedrigsten Wert an (1,8), dieser steigt bei den 70- bis 79-Jährigen an (2,0) und nimmt ab 80 Jahren nochmals deutlich zu (2,3). Es finden sich Hinweise, dass diese Verlusterfahrungen auch mit dem Zugang und der Nutzung des Internets zusammenhängen können. So erleben Offliner*innen deutlich mehr Verluste aufgrund ihres Alters (2,2) als Onliner*innen (1,9). Hierbei muss berücksichtigt werden, dass Offliner*innen auch häufiger über 80 Jahre sind. Doch zeigen weiterführende Analysen, dass diese Unterschiede auch in der Altersgruppe ab 80 Jahren bestehen bleiben: Offliner*innen weisen deutlich häufiger altersbedingte Verlusterfahrungen auf als Onliner*innen.

Wahrnehmung des eigenen Alterwerdens – Mittelwert über alle Fragen

– Skala 1-5 –



Quelle: SIM 2021, Angabe des Mittelwertes, Basis: alle Befragten, n=3.005



9.2 Gesundheit und körperliche Einschränkungen

Folgend sollen einige Befunde zum Gesundheitsstatus beleuchtet werden. Dabei stellte sich auch die Frage, inwiefern gesundheitliche Einschränkungen den Zugang und die Nutzung digitaler Medien behindern oder sogar verhindern – vor allem, da die mangelnde Zugänglichkeit und Bedienerfreundlichkeit von digitalen Geräten, insbesondere von Smartphones, im Alter ein Problem darstellen können.

*Gesundheitliche Einschränkungen finden sich vermehrt im hohen Alter und bei Offliner*innen*

Bei Betrachtung der Gesamtgruppe aller befragten Personen ab 60 Jahren ergibt sich eine Gesamtdurchschnittsnote von 2,8 – sozusagen ein „befriedigend“. Dabei schätzen neun Prozent ihre Gesundheit als sehr gut ein, etwas über ein Drittel als gut (35 %) und ein weiteres Drittel als befriedigend (34 %); zehn Prozent beurteilen ihre Gesundheit als schlecht (8 %) oder sehr schlecht (2 %). Hierbei muss man bedenken, dass die befragte Population eine gewisse Gesundheitsselektion darstellt, da für die Telefonbefragung kognitive wie auch sensorische Voraussetzungen (Hören, Motorik) gegeben sein müssen.

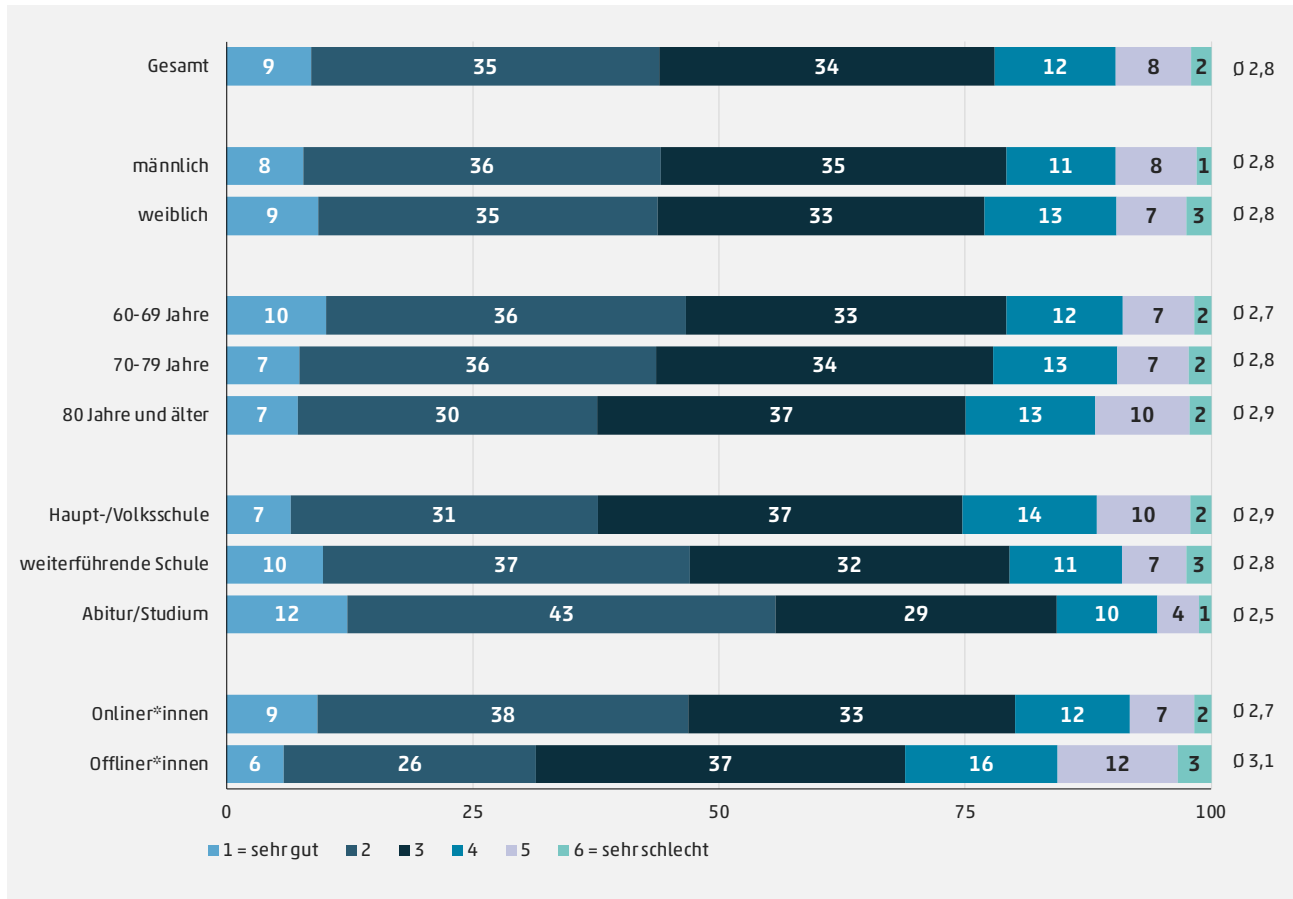
Bemerkenswert ist hierbei, dass nicht nur im hohen Alter deutliche Einbußen im Gesundheitsniveau konstatiert werden können, sondern auch entlang der Bildungsgruppen und der Zuordnung, ob man das Internet nutzt oder nicht nutzt. So geben in der Altersgruppe ab 80 Jahren nur noch 37 Prozent an, dass sie ihre Gesundheit als gut (30 %) oder sehr gut (7 %) einschätzen, bei den Personen mit formal hoher Bildung sind es hingegen 55 Prozent – diese Personengruppe hat auch insgesamt den besten Durchschnittswert mit 2,5. Den schlechtesten Gesamtwert hat dabei die Personengruppe, die kein Internet nutzt mit 3,1. Hier attestieren sich auch nur 32 Prozent einen guten (26 %) oder sehr guten (6 %) Gesundheitsstatus und weitere 15 Prozent einen (sehr) schlechten Gesundheitszustand.

Dies belegt, dass sich unter Offliner*innen verstärkt gesundheitlich eingeschränkte, sprich vulnerable Personengruppen subsumieren. Weitere Auswertungen bestätigen diesen Befund. So liegen die Durchschnittswerte der Offliner*innen hinsichtlich des Sehens, Hörens, der Motorik und des Gedächtnisses deutlich unter dem Niveau der Onliner*innen. Und während für die Gesamtgruppe der Personen ab 60 Jahre der Anteil an Personen mit einem Pflegegrad bei (lediglich) sechs Prozent liegt, sind es bei den Onliner*innen nur vier Prozent, aber bei den Offliner*innen, bedingt durch deren Alters- und Bildungsstruktur bei 16 Prozent. Dennoch gaben im Kapitel 4 nur elf Prozent an, dass körperliche Einbußen der Grund für die Nichtnutzung des Internets sei.



Subjektive Gesundheit

– Bewertung nach Schulnoten 1-6 –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

9.3 Lebenszufriedenheit

Abschließend soll auf die allgemeine Lebenszufriedenheit im Alter eingegangen werden. Die Frage lautete hierzu: "Wenn Sie an Ihre gesamte aktuelle Lebenssituation denken, wie zufrieden sind Sie im Moment damit?"

Die Befunde zeigen auf, dass unter den befragten Personen ab 60 Jahren eine insgesamt hohe Lebenszufriedenheit besteht; zwei Drittel bewerten ihre Lebenssituation als sehr gut (23 %) oder gut (41 %) und lediglich drei Prozent als schlecht und ein Prozent als sehr schlecht. Dabei finden sich kaum Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Hinsichtlich des Lebensalters zeigt sich, dass Personen ab 80 Jahren ein geringfügig niedrigeres Niveau an Lebenszufriedenheit angeben (Durchschnittswert 2,4) als die Vergleichsgruppe der 70- bis 79-Jährigen (Durchschnittswert 2,2) und der 60- bis 69-Jährigen (Durchschnittswert 2,3). Diese Ergebnisse

Nur vier Prozent haben eine geringe allgemeine Lebenszufriedenheit



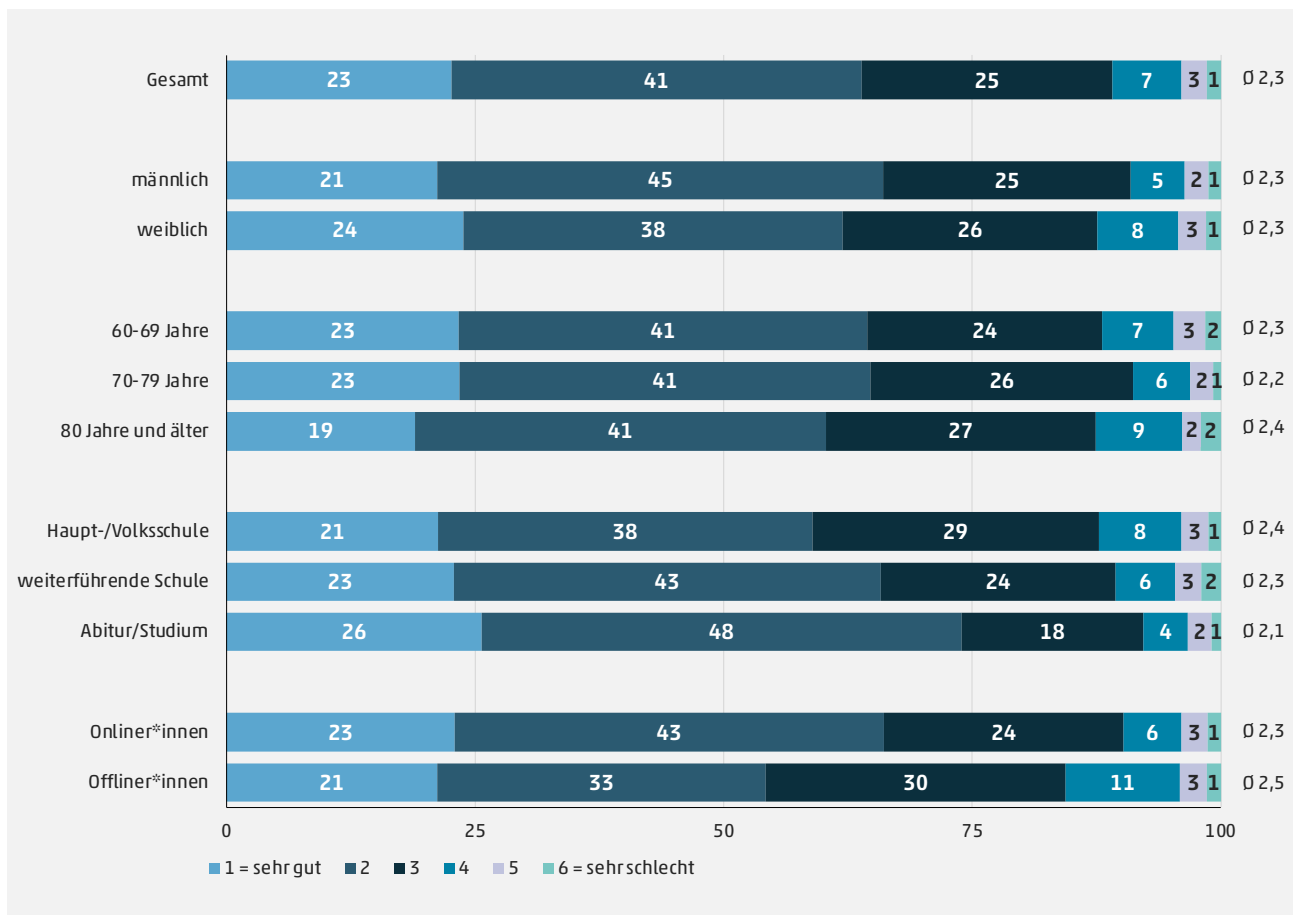
verweisen auf das Wohlbefindens-Paradoxon, wonach auch im höheren Alter das Wohlbefinden aufrecht gehalten wird, selbst wenn die Anzahl an Einschränkungen und erlebten Verlusten zunehmen.

Bemerkenswert ist zudem, dass besonders bei dem Personenkreis, der kein Internet nutzt, die Lebenszufriedenheit am geringsten ausfällt (Durchschnittswert 2,5); lediglich 54 Prozent geben an, dass ihre aktuelle Lebenssituation gut oder sehr gut ist – wiederum ein Hinweis, dass sich hier Personengruppen wiederfinden, die in besonderer Weise durch soziale Ausgrenzung und Gesundheitseinschränkungen gefährdet sind. Demgegenüber weisen Personen mit formal hoher Bildung das höchste Niveau an Lebenszufriedenheit auf (Durchschnittswert 2,1); drei Viertel (74 %) beschreiben ihre aktuelle Lebenssituation als sehr gut (26 %) oder gut (48 %).

Unzufriedenheit betrifft vermehrt das hohe Alter, Personen mit geringen Bildungsstatus und Offliner*innen

Lebenszufriedenheit

– Bewertung nach Schulnoten 1-6 –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005



10. Zusammenfassung

Mit der vorliegenden Studie Senior*innen, Information, Medien (SIM) hat der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) – eine Kooperation der Medienanstalten von Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz – gemeinsam mit einer Arbeitsgruppe Gerontologie der Universität Heidelberg und der Katholischen Hochschule Freiburg eine Studie zur Mediennutzung von älteren Personen aufgelegt. Als Querschnittsuntersuchung bildet die SIM-Studie den aktuellen Medienumgang älterer Personen in Deutschland ab und ergänzt diese Daten um die Perspektive der Altersforschung.

Für die SIM-Studie 2021 wurde im Zeitraum vom 22. März bis 31. Mai 2021 eine repräsentative Stichprobe von n=3.005 deutschsprachigen Personen ab 60 Jahren befragt. Die Stichprobe wurde hinsichtlich der Merkmale Alter und Geschlecht (insbesondere auch Personen ab 80 Jahren) sowie Berufstätigkeit, Bildung und Gebietsgrößenklassen repräsentativ quotiert.

Ältere besitzen ein vielfältiges Medienrepertoire: In allen Haushalten ist ein Fernsehgerät vorhanden, auch ein Radiogerät (nicht Autoradio) gehört bei fast allen zur Grundausstattung. 83 Prozent der Personen ab 60 Jahren haben einen Internetanschluss, mit 78 Prozent verfügen die meisten Befragten auch über ein drahtloses, lokales Netzwerk (W-LAN). Im Besitz eines Computers (PC/Laptop/Notebook/Netbook) sind drei Viertel der Haushalte. Ein Smartphone mit umfangreichen Computer-Funktionalitäten ist bei 72 Prozent der Haushalte vorhanden, gut jede/-r Dritte hat ein herkömmliches Handy ohne Internet (35 %). Mit 58 Prozent verfügt über die Hälfte der Haushalte über eine Tageszeitung. Meist ist dies die gedruckte Zeitung (54 %), neun Prozent haben ein digitales Abo. Mit 48 Prozent ist in fast jedem zweiten Haushalt ein Tablet vorhanden. Etwas weniger als die Hälfte der älteren Personen (44 %) verfügt über ein Smart-TV. Eher selten finden sich in den Haushalten E-Book Reader (18 %). Auch Gesundheitsarmbänder, (z.B. Fitness-Tracker oder Smartwatch) sind mit 17 Prozent oder Digitale Sprachassistenten mit 14 Prozent (z.B. Alexa, Siri) weniger häufig in den Haushalten der befragten Personen vorhanden.

Was die Nutzungshäufigkeit betrifft, wird am häufigsten der Fernseher genutzt, 94 Prozent der befragten Personen sehen jeden oder fast jeden Tag fern. Das Smartphone wird von 63 Prozent der Smartphone-Nutzer*innen ab 60 Jahren täglich genutzt, von zwei Fünfteln sogar mehrmals täglich (41 %). Jede/-r Zweite nutzt täglich einen Computer (PC/Laptop/Notebook/Netbook, 51 %). Knapp jede/-r Dritte ein Tablet (30 %). Ein Smart-TV wird von einem Viertel der befragten Personen (26 %) täglich verwendet.



Fernsehen hat im Alltag älterer Personen einen festen Platz, jede zehnte Person verbringt nach eigenen Angaben täglich sechs Stunden und mehr vor dem Fernseher, mehr als jede/-r Vierte (28 %) immerhin noch zwischen vier und sechs Stunden. Nach eigenen Angaben der Befragten wird im Durchschnitt 217 Minuten pro Tag ferngesehen.

81 Prozent der Personen ab 60 Jahren nutzen zumindest selten das Internet und zählen damit zu den Onliner*innen. Dabei finden sich im Zugang zum Internet große Unterschiede entlang soziodemografischer Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildungs- und Einkommensstatus sowie Haushaltsgröße. Je jünger die Befragten sind, desto eher sind diese auch online: 92 Prozent der Personen zwischen 60 und 69 Jahren, 82 Prozent zwischen 70 und 79 Jahren und 51 Prozent ab 80 Jahren sind Onliner*innen. Männer über 60 Jahren nutzen mit 86 Prozent eher das Internet als Frauen mit 77 Prozent. Diese soziodemografischen Merkmale hängen miteinander zusammen und führen zu kumulierten Effekten: Von den älteren nicht-alleinlebenden Männern aus den alten Bundesländern und mit hohen Bildungs- und Einkommensstatus nutzen bereits 97 Prozent das Internet; von den älteren alleinlebenden Frauen aus den neuen Bundesländern und mit niedrigen Bildungs- und Einkommensstatus sind es nur 37 Prozent. Dies verdeutlicht, dass in der Altersgruppe ab 60 Jahren weiterhin eine große digitale Spaltung besteht.

Die Häufigkeit der Nutzung zeigt dann die Alltagsrelevanz des Internets: Drei Viertel aller Befragten nutzen das Internet mindestens einmal in der Woche (76 %). Zwei Drittel der Personen ab 60 Jahren (66 %) sind täglich oder fast täglich online, 38 Prozent sogar mehrfach täglich. Was die Nutzungsdauer betrifft, verbringen die Onliner*innen ab 60 Jahren pro Woche nach eigener Einschätzung etwa elf Stunden im Internet. Männer sind mit zwölf Stunden pro Woche etwas länger mit Onlineaktivitäten beschäftigt als Frauen mit zehn Stunden. Wie schon beim Zugang zum Internet differiert auch die Nutzungsbreite von Internetanwendungen entlang dieser soziodemografischen Merkmale.

Bezüglich der genutzten Internetanwendungen zeigt die SIM-Studie sehr deutlich, dass Onliner*innen über 60 Jahren in Deutschland ein breites Spektrum an Diensten nutzen. Dabei spielen vorrangig Information (Nutzung von Suchmaschinen, Lesen von Nachrichten und aktuellem Zeitgeschehen) und Kommunikation (E-Mail-Verkehr, Nachrichtendienste wie WhatsApp) eine zentrale Rolle in der Internetnutzung.

Mindestens einmal in der Woche nutzen 81 Prozent der Onliner*innen Suchmaschinen, 75 Prozent WhatsApp oder andere Instant Messenger, 70 Prozent schreiben oder empfangen E-Mails und 68 Prozent informieren sich im Internet über Nachrichten/Aktuelles. Bei der täglichen Nutzung steht an erster Stelle die Nutzung von WhatsApp und anderen Messengern, die von knapp zwei Drittel der Onliner*innen täglich genutzt werden (64 %). Mehr als jede/-r Zweite (53 %) informiert sich täglich über das aktuelle Geschehen im Internet.

Was die unterhaltenden Aspekte betrifft, nutzen 53 Prozent aller Onliner*innen über 60 Jahre zumindest selten Mediatheken im Internet,

31 Prozent mindestens einmal in der Woche. Videoportale wie YouTube nutzen 55 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren. Auch Gaming findet bei älteren Personen ihre Zielgruppe: 23 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren nutzen zumindest selten die Möglichkeit zu Onlinespielen.

Soziale Netzwerke wie Facebook spielen bei der Internetnutzung älterer Personen eine untergeordnete Rolle: 27 Prozent aller Onliner*innen ab 60 Jahren nutzen diese Plattformen zumindest selten. Das mit großem Abstand am meisten von Onliner*innen ab 60 Jahren genutzte Soziale Netzwerk ist mit 80 Prozent Facebook.

Relevanter sind Transaktionen: 65 Prozent der Onliner*innen über 60 Jahren nutzen generell die Möglichkeit, Waren oder Dienstleistungen über das Netz zu bestellen. Mindestens einmal im Monat betreiben 47 Prozent Onlineshopping. Jede/-r zweite Onliner*in tätigt zumindest selten Bankgeschäfte über das Internet.

Etwa jede/-r Fünfte ab 60 Jahren nutzt nach eigenen Angaben nie selbst das Internet und zählt somit zu den Offliner*innen. Frauen (23 %) sind deutlich häufiger offline als Männer (14 %). Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil, so dass bei den Personen ab 80 Jahren jede/-r Zweite offline ist (49 %). Ein wichtiger Faktor ist der Bildungshintergrund. Während nur sieben Prozent der Personen ab 60 Jahren mit einem Abitur oder Studium das Internet nicht nutzen, sind dies 27 Prozent der Personen mit einem Haupt- oder Volksschulabschluss. Ähnlich verhält es sich beim Haushaltsnettoeinkommen: 41 Prozent der Personen ab 60 Jahren mit einem Einkommen unter 1.000 Euro pro Monat sind Offliner*innen. Bei den Personen mit einem hohen Einkommen über 2.000 Euro sind dies acht Prozent.

Neben der Unterscheidung, ob Personen generell On- oder Offliner*innen sind, tritt jedoch die Frage auf, wie sich Onliner*innen in ihrer Nutzungshäufigkeit, in den genutzten Internetdiensten und -anwendungen unterscheiden und zu welchen Zwecken Onlinedienste genutzt werden. Wichtig ist hierbei zu beachten, dass die Binnendifferenzierung der Gruppe der Onliner*innen zum Beispiel nach dem Grad ihrer Aktivität im Internet und ihrer Kompetenzen nicht aus dem Blick gerät und entsprechend der Dynamik der technischen Entwicklung auch für Onliner*innen passende Bildungs- und Begleitangebote vorgehalten werden.

Der Hauptgrund offline zu sein ist, dass aus Sicht der Betroffenen kein Bedarf besteht, bzw. kein konkreter Nutzen gesehen wird. Mehrheitlich besteht auch eine Einstiegshürde, die zu überwinden man keine Zeit und keine Lust hat. Insbesondere bei den Offliner*innen ab 80 Jahren mangelt es dann auch besonders an sozialen Unterstützungsressourcen und am Zutrauen, dies noch zu schaffen. Um eine weitere digitale Spaltung zu vermeiden, gilt es sich besonders um diese Personengruppe zu bemühen, mögliche, konkrete Vorteile des Internets darzulegen und sie beim Einstieg zu begleiten.

Alle Befragten wurden hinsichtlich ihres Informationsverhaltens befragt, anhand konkreter Themen wurde die jeweils primäre Informa-



tionsquelle erfasst. Dabei verweisen die Befunde auf einen digitalen Transformationsprozess bei älteren Menschen im Umgang mit Informationen. Für die Mehrheit der Befragten werden für alle Bereiche mediale Angebote als erste Wahl genannt. Betrachtet man jedoch zu jedem Thema jeweils die Top 3 der am ehesten genutzten Informationsquellen, so fällt auf, dass bei allen Themenbereichen das Internet in dieser Auswahl vertreten ist. Bei den Themen „Gesundheit und Pflege“, „Informationen zu einem Problem, das für mich gerade bedeutsam ist“ und „neue Produkte“ steht das Internet bereits an erster Stelle und wird als Hauptinformationsquelle genutzt. Auch das Fernsehen hat weiterhin einen hohen Stellenwert und findet sich bei allen Themen unter den drei relevantesten Quellen, beim „aktuellen Weltgeschehen“ und „Corona“ sogar auf dem ersten Platz. Die Tageszeitung ist die relevanteste Informationsquelle für das „regionale Geschehen“.

Die Befunde zu alterspsychologischen Aspekten wie digitale Kompetenzen, Umgang mit Technik, soziale Eingebundenheit und Wahrnehmung von Alter und Gesundheit zeigen zum einen, dass es zu diesen Kriterien innerhalb der Gruppe älterer Menschen große Unterschiede gibt, insbesondere entlang soziodemografischer Merkmale wie Alter bzw. das Geburtsjahr, Bildung und Geschlecht. Zum anderen beeinflussen alterspsychologische Kriterien den Zugang und die Nutzung digitaler Geräte und des Internets.

Dabei stehen Zugang und Nutzung in unmittelbarem Zusammenhang mit digitalen Kompetenzen. Insgesamt liegt bei den befragten älteren Menschen das selbsteingeschätzte Kompetenzniveau in Bezug auf das Internet und auf digitale Geräte wie Smartphone, Tablet und Computer auf einem niedrigen Niveau. Nur etwa jede vierte Person attestiert sich zumindest gute Kenntnisse im Umgang mit dem Internet, einem Computer/Laptop oder einem Smartphone zu haben; lediglich 17 Prozent sind es in Bezug auf das Tablet. Dabei weisen digitalaffine Personengruppen wie junge Ältere, Männer und Personen mit hohem Bildungsstatus überdurchschnittliche Kenntnisse zu Informations- und Kommunikationstechnologien auf und besitzen auch eine höhere Selbstwirksamkeit das Internet zu nutzen. Entsprechend verfügen Onliner*innen gegenüber Offliner*innen über ein deutlich höheres Kompetenzniveau. Aber auch innerhalb der Nutzer*innengruppen finden sich entlang soziodemografischer Merkmale große Unterschiede in den Kompetenzniveaus. So sind unter den Onliner*innen Personen zwischen 60 und 69 Jahren, Männer und Personen mit hoher Bildung die Internetkenntnisse am stärksten ausgeprägt. Unter den Nutzer*innen eines Smartphones bestehen hierzu nur Unterschiede zwischen den Alters- und Bildungsgruppen, nicht aber zwischen Männern und Frauen.

Die Nutzung des Internets unter den älteren Menschen ist vielfältig, sind doch viele Anwendungen und Aufgaben kompliziert und stellen insbesondere ältere Menschen vor besondere Herausforderungen. Entsprechend variiert die Internetselbstwirksamkeit nicht nur allgemein



zwischen den distinkten Personengruppen Alter, Geschlecht und Bildung, sondern auch in Bezug auf den wahrgenommenen Schwierigkeitsgrad einer Onlineaufgabe. So trauen sich 60 Prozent aller befragten Personen zu, basale Aufgaben im Internet, wie die Recherche von Informationen, erledigen zu können; spezielle Recherche zu Gesundheitsinformationen trauen sich 47 Prozent zu. 30 Prozent würden sich eine Videokommunikation mit einer/m Ärztin/Arzt zutrauen und nur 14 Prozent geben an, selbst technische Probleme lösen zu können.

Diese Befunde verdeutlichen, dass für ältere Menschen in Bezug auf die Vermittlung grundlegender und erweiterter digitaler Kompetenzen, wie auch spezifisch hinsichtlich der Vermittlung digitaler Gesundheitskompetenzen, ein großer Bedarf an Bildungsmaßnahmen und -angeboten besteht.

Ältere Menschen besitzen eine überwiegend positive Technikeinstellung und Offenheit, auch wenn die Technikbiografie sehr heterogen ausfällt. Besonders Onliner*innen, junge Ältere und Männer weisen – oftmals berufsbedingt – höhere Erfahrungen und Zugänge zur Technik auf. Auch die Befunde zur Technikeinstellung verdeutlichen, dass keineswegs im Alter – und auch nicht im hohen Alter – eine grundsätzliche Ablehnung gegenüber der Digitalisierung besteht. Jedoch weisen Offliner*innen in ihrer Biografie deutlich geringere technische Erfahrungen auf und zeigen ebenso eine geringere Offenheit gegenüber Technik. Dies erklärt zum Teil auch die unterdurchschnittliche Verbreitung des Internets im hohen Alter, da diese aus einer Generation stammen, wo es vergleichsweise wenig biografiebezogene Erfahrungen mit Technik und mit der Digitalisierung gibt.

Da die digitale Transformation in der Gesellschaft weiter voranschreitet, könnte dies zur Folge haben, dass internetdistanzte Personenkreise sich nicht nur digital ausgegrenzt, sondern auch gesellschaftlich entfremd-

et fühlen. Die Befunde aus der SIM-Studie geben hierzu Hinweise, insofern Personen im hohen Alter und besonders Offliner*innen ein deutlich erhöhtes Ausmaß an Orientierungs- und Entfremdungsängsten aufweisen. Jedoch zeigt nur eine kleine Gruppe ein solches Erleben von Obsoleszenz. Insgesamt betrachtet geben lediglich sieben Prozent an, dass sie zunehmend das Gefühl haben, „den Anschluss an die heutige Zeit verpasst zu haben“; mit 72 Prozent widerspricht die große Mehrheit dieser Aussage.

Demzufolge fühlt sich der Großteil der älteren Menschen gesellschaftlich gut eingebunden, was durch weitere Befunde belegt werden kann. So sind 81 Prozent mit ihren nachbarschaftlichen Beziehungen zufrieden und jeweils über 90 Prozent stimmen zu, dass es genug Menschen gibt, „die mir helfen würden, wenn ich Probleme habe“ und „mit denen ich mich eng verbunden fühle“. Hier finden sich entlang der Personengruppen keine bedeutsamen Unterschiede; lediglich alleinlebende Personen weisen – evtl. auch pandemiebedingt - ein erhöhtes Ausmaß an sozialer Einsamkeit auf.

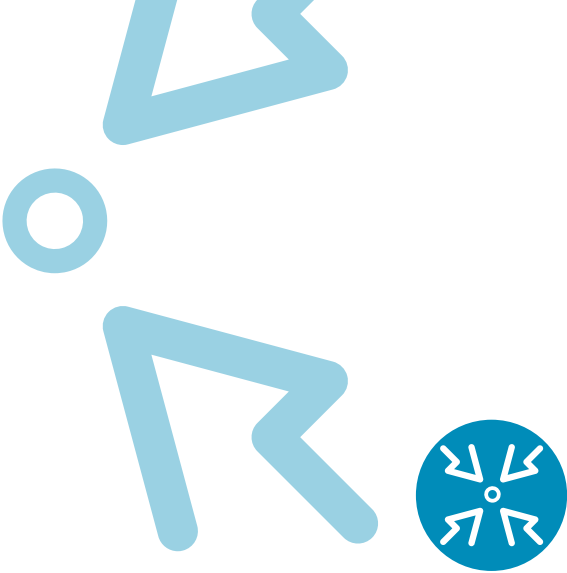
Unterschiede finden sich jedoch in Bezug auf die soziale Teilhabe im Alter. Insgesamt geben 58 Prozent der befragten Personen an, dass sie



mit ihren Möglichkeiten, an öffentlichen Aktivitäten im Wohnviertel teilnehmen zu können, zufrieden sind. Doch sind 20 Prozent nicht mit diesen Möglichkeiten zufrieden; wobei vor allem Personen ab 80 Jahren, mit niedrigem Bildungs- und Einkommensstatus, Alleinlebende, Frauen und somit wiederum Offliner*innen, ein deutlich geringeres Ausmaß an Zufriedenheit an sozialer Teilhabe berichten.

Abschließend stellt sich die Frage, inwiefern in Bezug auf die Digitalisierung sowie den Zugang zum Internet und digitalen Medien auch Gesundheitsaspekte, die Lebenszufriedenheit und die Wahrnehmung des Älterwerdens eine Rolle spielen. In der Tat zeigen besonders technikdistantere Gruppen wie Personen im hohen Alter und Personen mit formal niedrigem Bildungsstatus ein unterdurchschnittliches Gesundheitsniveau; jedoch bestehen zwischen Männern und Frauen keine relevanten Unterschiede. Entsprechend sind unter den Offliner*innen gesundheitliche Einschränkungen deutlich ausgeprägter vorhanden – wenngleich auf einem insgesamt niedrigen Niveau: Etwa ein Drittel der Offliner*innen attestiert sich einen guten oder sehr guten Gesundheitsstatus (32 %; Onliner*innen: 47 %) und 15 Prozent einen schlechten oder sehr schlechten Gesundheitszustand (Note 5 und 6; Offliner*innen: 9 %). In ähnlicher Weise nehmen Personen ab 80 Jahren und Offliner*innen in deutlich verstärktem Ausmaß körperliche und psychologische Verluste mit dem Alter wahr. Und auch die allgemeine Lebenszufriedenheit ist in diesen Personengruppen, wie auch bei Personen mit geringen Bildungsstatus, deutlich verringert. Die Ergebnisse deuten demzufolge darauf hin, dass es im Alter einen Zusammenhang zwischen Gesundheit, Lebenszufriedenheit und Wahrnehmung des Älterwerdens und dem Zugang und der Nutzung zu Internet und digitalen Geräten gibt. Hierzu stehen weitere wissenschaftliche Analysen an.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der ersten SIM-Studie, dass die Generation der Personen über 60 Jahren in Bezug auf Zugang und Nutzung des Internets und digitaler Anwendungen sehr heterogen ist. Diese Heterogenität beruht auf soziodemografischen Merkmalen wie Alter, Bildung-, Einkommensstatus, Geschlecht und Haushaltsgröße und damit zusammenhängend auch auf psychologischen Einflussfaktoren wie z.B. Selbstwirksamkeit, Technikbiografie, Technikeinstellung und Obsoleszenz. Darüber hinaus zeigen die Ergebnisse der SIM-Studie, dass in Bezug auf der Vermittlung digitaler Kompetenzen, Bildung und Souveränität im Alter ein großer Unterstützungsbedarf besteht. Dabei gilt es Bildungs-, Beratungs- und Begleitungsangebote zielgruppenspezifisch auszurichten um die heterogenen Bedarfe, Bedürfnisse, Vorkenntnisse, Interessen und Lebenslagen berücksichtigen zu können. Hierbei zeigt sich, dass nicht nur die Offliner*innen Unterstützung benötigen, auch bei den Onliner*innen gibt es weiterhin Bedarf an Informationen und Beratung. Auch wenn zu erwarten ist, dass der Anteil der älteren Personen, die das Internet nicht nutzen, weiter geringer werden wird, gibt es angesichts der dynamischen technischen Entwicklungen auch auf lange Sicht einen kontinuierlichen Unterstützungsbedarf.



11. English Summary

This present study “Senior*innen, Information, Medien (SIM) [Senior citizens, Information, Media] is provided by the Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) [Media Educational Research Association Southwest] – a cooperation of media authorities of Baden-Württemberg and Rhineland-Palatinate, together with a ‘Gerontology’ work group of the Universität Heidelberg and the Katholische Hochschule Freiburg and reflects how older people use the media. The SIM-study as a cross section survey demonstrates how older people in Germany currently handle media; the perspective of gerontology supplements this data.

For a period between March 22 and May 31 2021, a representative selection of n=3.005 German-speaking persons from the age of 60 were interviewed at random for this SIM-study. This random selection was carried out representatively regarding those features as age and gender (especially in respect of persons over the age of 80) as well as professional activities, education and size of areas.

Older people have a wide variety of media devices: All households have a television set, and a radio (not car radio) is a standard equipment in almost all households. 83 per cent of people aged 60 and above have internet connection, and 78 per cent of most of the interviewed persons also have a wireless local network (W-LAN). Three quarters of households own a computer (PC/Laptop/Notebook/Netbook). A smartphone with extensive computer functions exists in 72 per cent of the households, a third owns a standard mobile phone without internet connection (35 %). More than half of the households (58 %) receive a daily paper. Most of the time this is a printed version (54 %), nine per cent of them have a digital subscription. Nearly every second household (48 %) owns a tablet. Slightly less than half of the older people (44 %) own a SmartTV. E-book readers (18 %) are however rarely found in the households. Health bracelets (e.g. fitness tracker or smartwatch) exist in 17 per cent of the households of the interviewed persons and only 14 per cent have a smart speaker (e.g. Alexa, Siri).

Television is most frequently used by 94 per cent of the interviewed persons, watching TV every day or almost every day. The smartphone is used by 63 per cent of smartphone users aged 60 and above every day, two-fifth use it even several times a day (41 %). Every second person uses a computer (PC/Laptop/Notebook/Netbook, 51 %) daily; almost every third person a tablet (30 %). A quarter of the interviewed persons (26 %) uses a smart-TV on a daily basis.



Television is firmly incorporated into the daily life of older people as every tenth person watches TV six hours and more a day according to their own statement; more than every fourth person (28 %) still between four and six hours. According to their own statements they watch television on average 217 minutes a day.

81 per cent of persons aged 60 and above use the internet rarely and they belong to the group of online users. But there are great differences in accessing the internet in respect of socio-demographic features such as age, gender, education and status of income as well as size of household. The younger the interviewees, the more they are online: 92 per cent of the persons aged between 60 and 69 are online, 82 per cent of those between 70 and 79, and 51 per cent of the persons over 80 years. 86 per cent of men aged 60 and above use the internet in comparison to only 77 per cent of women. The socio-demographic features are combined here and have a cumulative effect: Of the older men not living on their own from the old federal states with a high degree of education and a high status of income 97 per cent use the internet; of the older women living on their own in the new federal states with a lower education and lower income only 37 per cent use the internet. It is obvious that there is a large digital gap within the group of persons aged 60 and above.

The frequency of use now reflects the everyday relevance of the internet: Three quarters of the interviewees use the internet at least once a week (76 %). Two thirds of those aged 60 and above (66 %) are online daily or almost daily, sometimes even several times per day (38 %). Regarding the period of use – the online users aged 60 and above spend about eleven hours online per week according to their own statement. Men are slightly more active online with 12 hours per week compared to women who spend ten hours online. As mentioned before regarding the access to the internet, here, too, the use of the internet differs along the socio-demographic features.

With regard to the used internet applications, the SIM-study shows very distinctly that online users in Germany aged 60 and above use a wide range of services. And here above all information (using search engines, reading news and current affairs) as well as communication (e-mail traffic, messenger services such as WhatsApp) play a central role when using the internet. 81 per cent of online users use search engines at least once a week, 75 % WhatsApp or other Instant Messenger services, 70 per cent write or receive e-mails and 68 per cent inform themselves about current news via the internet. The daily use of WhatsApp and other messenger services come first, being used by nearly two thirds of online users (64 %). More than every second (53 %) person gets their information on current affairs daily from the internet.

Regarding entertaining aspects, 53 per cent of those online users above 60 only rarely use the media library, 31 per cent at least once a week. Video sharing platform such as YouTube are used by 55 per cent of



all online users aged 60 and above. Gaming, too, has its target group within the older generation: 23 per cent of all aged 60 and above use the opportunity for gaming at least rarely.

Social networks such as Facebook do not play an important role with the older people using the internet: 27 per cent of all online users aged 60 and above rarely use those platforms. The social network used by most of the online users aged 60 and above by far is Facebook with 80 per cent.

Transactions, too, play a role. In general 65 per cent of the online users aged 60 and above use the possibility of ordering goods or services online. 47 per cent shop online at least once a month. Every second online user rarely carries out bank business via the internet.

According to their own statement, every fifth aged 60 and above never uses the internet and is thus part of the group of offline users. Women (23 %) are distinctly more frequently offline than men (14 %). The percentage increases with age so that every second person (49 %) aged 80 and above is offline. An important factor is the educational background. While only seven per cent of persons aged 60 and above with a background of A-levels or degree courses do not use the internet, 27 per cent of those with a lower school leaving education do not use the internet. There is a similar situation in respect of a household net income: 41 per cent of persons aged 60 and above with an income of below 1000 Euros per month are offline, whereas it is only 8 per cent of those with a high income of above 2000 Euros.

Apart from differentiating whether persons in general are online or offline users, the questions arise how online users differ in their frequency of using the internet and internet applications and to what purpose online services are used. Here it is important that the differentiation of the group of online users is not overlooked, for example, regarding the level of their activity in the internet and their competence and are used. Regarding the dynamic of technical development and new services, suitable educational and accompanying offers are required for the online users as well as for offliners.

The main reason to be offline from the point of view of those affected is that there does not exist a need or specific benefit. For most of them there is also this initial hurdle to overcome, which they do not have time for or are not keen on doing. The offline users aged 80 and above in particular lack the social support and the confidence to manage this hurdle. In order to avoid a further digital divide, it is particularly necessary to look after this group of persons, to present to them possible specific advantages of the internet and to accompany them during the starting phase.

All interviewees were questioned about their behaviour in obtaining information and, by referring to specific topics, their relevant primary source of information was recorded. Here the findings show



evidence of a digital transformation process regarding older people and how they handle information. The majority of those questioned named medial offers of all sections to be their first choice. If one looks at the top 3 preferred sources of information on every subject it becomes apparent that the internet is represented amongst the top 3 on every single subject. And in respect of topics such as “Health and Care”, “Information on a problem that is important to me at present”, and “new products”, the internet is even the top runner and is used as main source for information.

But television is still of great importance and is among the three most relevant sources and even ranks on first place regarding “current world affairs“ and “Corona“. The daily newspaper is the most relevant source of information for “regional news“.

With regard to the used internet applications, the SIM-study shows very distinctly that online users in Germany aged 60 and above use a wide range of services. And here above all information (using search engines, reading news and current affairs) as well as communication (e-mail traffic, messenger services such as WhatsApp) play a central role when using the internet.

The findings on gerontological aspects regarding digital competence, dealing with technology, being socially connected and perception of age and health show on the one hand that there are huge differences of these criteria within the group of older people especially with a view to socio-demographic features such as age or year of birth, education and gender. On the other hand gerontological criteria influence access and use of digital devices and the internet.

But access and use are directly connected with digital competences. The self-assessed level of competence of the interviewed older people regarding the internet and digital devices such as smartphone, tablet and computer is altogether on a low level. Only one in four persons says to have at least a good comprehension of how to handle the internet, a computer/laptop or a smartphone; only 17 per cent say the same in respect of a tablet. : Groups of persons with a high interest in digital issues such as the young-elderly, men and persons with a high degree of education show above-average knowledge of information and communication technologies and also have a higher degree of self-efficacy to use the internet. Accordingly, users have a distinctly higher level of competence compared to non-users. But even within the groups of users there exist great differences in the level of competence with a view to socio-demographic features. Along this line of online users between the age of 60 and 69, men and persons with a high level of education, internet knowledge is at its highest level. Among the groups of users of smartphones, a difference only exists between the age groups and those of different levels of education, not, however, between men and women.



Older people use the internet in a manifold of ways but many applications and tasks are complicated and are a challenge in particular for older people. Accordingly, the self-efficacy of the internet does not only vary generally between distinctive groups of persons in age, gender and education but also with reference to the perceived level of difficulty of an online task. In this respect 60 per cent of all persons interviewed are confident to carry out simple tasks on the internet, such as a research for information; only 47 per cent feel confident to research specific information on health issues. 30 per cent would be comfortable to have a video communication with a physician and only 14 per cent say that they can solve technical problems themselves.

These findings emphasise the great requirement for educational measures and offers for older people regarding the need to learn basic and extended digital competences as well as regarding digital health competences.

In general older people have a positive attitude towards technology and openness, even if the technological biography is rather heterogeneous. In particular the young-elderly and men show – often – due to their profession - rather better experiences and openness to technologies. The findings regarding the attitude towards technology emphasise that there is no basic objection in the older people towards digitalisation – even at an advanced age. However, the biography of offline users show distinctly less technical experience and thus also a reduced openness towards technologies. This explains in part also the below average use of the internet by persons of an advanced age as they come from a generation where comparably little experience could be obtained regarding the technology of digitalisation.

As the digital transformation within society is advancing further, this could be a reason that persons with low internet knowledge may not only feel digitally outcast but be socially alienated. The findings of the SIM-study give an indication that persons of an advanced age and in particular those offline users feel highly anxious of losing orientation and being alienated. However, only a small group shows Such a feeling of obsolescence: only seven per cent say that they increasingly feel “to have lost touch with current times“, but a majority of 72 per cent contradict this statement.

It follows that the larger part of older people feel well integrated socially which can be evidenced by further findings. Accordingly, 81 per cent are content with their neighbourly relationships and well over 90 per cent agree that there are enough people “who would help me should I have any problems“, and “with whom I feel closely connected“. There are no significant differences throughout the groups of persons; only people living on their own show – owed perhaps also to the pandemic – a higher degree of social neglect.



There are however differences regarding social life in old age. Altogether 58 per cent of those interviewed say that they are content with the offers to take part in public activities in their immediate residential area. However, 20 per cent are not satisfied with these possibilities; whereby especially persons above 80, with a low level of education and income, those living on their own, women and again offline users say that they are distinctly unsatisfied with their social involvement.

Finally the question remains how health aspects, contentment of life and the perception of aging could play a role regarding digitalisation and access to the internet as well as digital media. In fact, particularly technically distant groups of persons of an advanced age and those with a low level of education have a health level below average; but there are no relevant differences between men and women. Accordingly, health restrictions are more pronounced among the offline users – even if only on an altogether low level: about one third of those offline confirm that they are of (very) good health (in total: 44 %) and a further 15 per cent to be in (very) bad health (in total: 10 %). Similarly, persons aged 80 and above and offline users perceive an increased loss of physical and psychological abilities with advanced age. Also, the general satisfaction with life in this group of persons as well as with those of a lower level of education is considerably reduced. The results point to the fact that in advanced age there is a connection between health, satisfaction with life and perception of growing older and the access and use of the internet and digital devices. Further scientific analyses will be carried out to this end.

In all, the results of the first SIM-study shows that the generation of persons aged 60 and above is very heterogeneous regarding access and use of the internet and digital applications. This heterogeneity is based on socio-demographic features such as age, level of education and income, gender and size of household and thus also on psychological influences such as for example, self-efficacy, technical biography, attitude towards technology and obsolescence. Beyond that the findings of the SIM-study indicate that there is a great requirement for support to convey digital competences, education and sovereignty in old age. In order to prepare this it is important to arrange for offers in education, consultation and support directed specifically to the target groups in order to consider heterogeneous requirements, needs, existing knowledge, interests and life situations. Here it shows that not only offline users need support but also online users still have a requirement for information and advice. Even if it is expected that the percentage of older people not using the internet reduces further, there is still a continuous requirement in the long run for support in face of the dynamic technical developments.

SIM-Studie 2021

Senior*innen, Information, Medien

Basisuntersuchung zum Medienumgang älterer Personen ab 60 Jahren



Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Medienanstalt Rheinland-Pfalz. Der mpfs untersucht seit über 20 Jahren die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen mit den Studienreihen KIM und JIM. Die Basisuntersuchung SIM (Senior*innen, Information, Medien) bietet erstmals repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von älteren Personen.



Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) mit Sitz in Stuttgart ist eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland und sorgt im Südwesten für Medienvielfalt. Zu ihren Aufgaben zählen u. a. die Zulassung und Aufsicht der privaten Radio- und Fernsehveranstalter, die Förderung der privaten Rundfunksender im Land, die Kontrolle des Jugendschutzes im Rundfunk und im Internet sowie Medienpädagogik und Medienforschung. Die Vermittlung von Medienkompetenz an Ältere ist ein aktueller Schwerpunkt der LFK. Die LFK leitet die Geschäftsstelle des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs).



Medienanstalt Rheinland-Pfalz

Mediale Teilhabe für alle Menschen in Rheinland-Pfalz ist unser Ziel. Mit unseren Schwerpunkten Bürgermedien, Medienkompetenz, Medienförderung und Medienregulierung wollen wir alle Bürger*innen qualifizieren, stark machen, unterstützen und schützen. So sichern wir Medien- und Meinungsvielfalt. Wir fördern die digitale Kompetenz älterer Personen im Rahmen zahlreicher Projekte, Kooperationen und Initiativen. In der Medienanstalt Rheinland-Pfalz ist die Geschäftsstelle der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest zuhause, für die wir zusammen mit der LFK und dem SWR Trägerin sind.



Institut für Angewandte Forschung an der Katholischen Hochschule Freiburg (IAF)

– vertreten durch Institutsleiterin Prof. Dr. Ines Himmelsbach –
Das Institut für Angewandte Forschung (IAF) bündelt und koordiniert als wissenschaftliche Einrichtung seit 1996 sämtliche Forschungsaktivitäten der Katholischen Hochschule Freiburg (KH Freiburg). Als gemeinnütziges Institut finanziert sich das IAF aus Drittmitteln zur Forschungsförderung und für Entwicklungsaufträge. Im Fokus steht die angewandte Forschung mit Schwerpunkten in den Bereichen Gerontologie, Bildung, Sozialisation und Ethik. Durch die Professur von Michael Doh (seit März 2021) ist als weiterer Forschungsschwerpunkt die digitale Transformation im Sozial- und Gesundheitswesen hinzugekommen. Hierunter zählen mediengerontologische Forschungsfragen zur digitalen Inklusion, digitalen Bildung und zur sozialen Teilhabe älterer Menschen. Zusammen mit Mario R. Jokisch (Institut für Gerontologie, IfG) und Prof. Dr. Hans-Werner Wahl, Dr. Anna Schlomann (Netzwerk Altersforschung) an der Universität Heidelberg bilden sie ein Fachgremium für die SIM-Studie.

Herausgeber

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

Geschäftsstelle

c/o Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Thomas Rathgeb
Reinsburgstr. 27
70178 Stuttgart

Telefon 0711-66 99 131

Fax 0711-66 99 111

E-Mail info@mpfs.de

www.mpfs.de

In Kooperation mit:

Katholische Hochschule Freiburg,
vertreten durch die Rektorin
Prof. Dr. Stephanie Bohlen

Studienleitung

Thomas Rathgeb (LFK)
Prof. Dr. Michael Doh (KH Freiburg)

Stuttgart, Februar 2022

Autor*innen

Thomas Rathgeb (LFK)
Prof. Dr. Michael Doh (KH Freiburg)
Dr. Florian Tremmel (Medienanstalt RLP)
Mario R. Jokisch (IfG)
Ann-Kathrin Groß (LFK)

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Louisa Scheling (IfG)

Papier

Igepa, SoporSet Premium Offset
aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft

Herausgeber

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Reinsburgstraße 27 | 70178 Stuttgart

Leitung

Thomas Rathgeb (LFK) & Thomas Schmid (Medienanstalt RLP)

LFK • Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg

 Medienanstalt
Rheinland-Pfalz

In Kooperation mit

KATHOLISCHE
HOCHSCHULE FREIBURG
CATHOLIC UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES FREIBURG

