

Von den Onlinern lernen, die (N)Onlinern überzeugen.

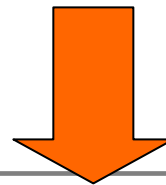
Studie zur Computerausstattung der Generation 50plus

Kurzfassung der Ergebnisse

April 2006

Untersuchungsinteresse der Studie

- **WIE** nutzen die bereits medienaktiven Angehörigen der Generation 50plus Computer und Internet?
- **WIE** ist die Generation 50plus ausgestattet und **WARUM** beschäftigt sie sich mit PC und Internet?
- **WELCHE** Wünsche haben sie selbst als aktive Nutzende an die Qualität dieser Medien?



Wir wollen aus diesen Erfahrungen lernen, um ein attraktives Medienspektrum und attraktive Dienstleistungen für die (N)Onliner der Generation 50plus zu entwickeln.

Von den Onlinern lernen, die (N)Onliner überzeugen

Herausgeber: Intel Deutschland GmbH in Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

Befragungszeitraum: 1. Oktober bis 20. November 2005

Befragte: 1.120 aktive Nutzerinnen und Nutzer der Generation 50plus

Verbreitung des Fragebogens

Info-Mails an

- 940 Frauen- und Gleichstellungsstellen
- 350 Weiterbildungsträger, die sich jemals an den Projekten 50plus und Frauen ans Netz beteiligt hatten

Briefe an

- 85 Projekte und Initiativen mit Papierfragebogen

Website: (online und Papierausdruck)

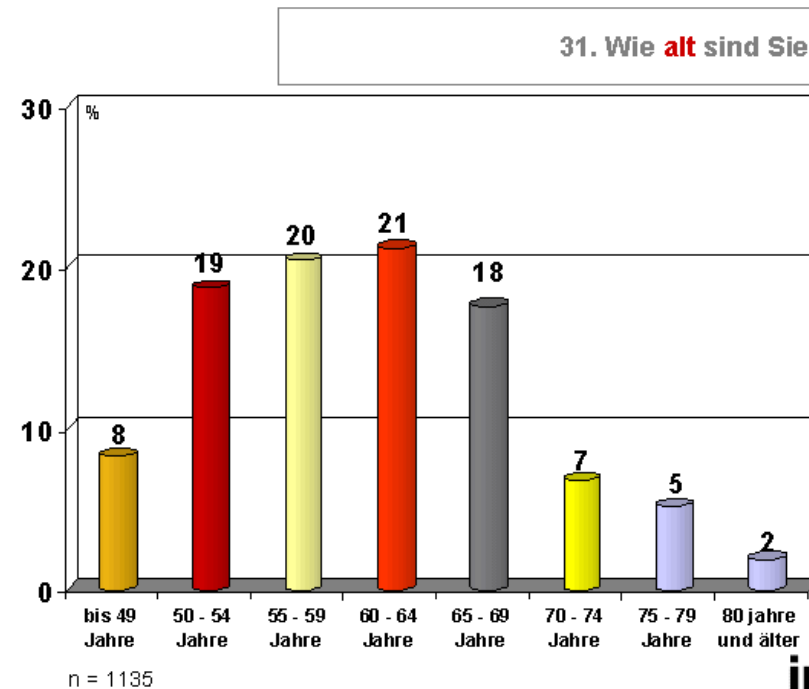
- www.50plus-ans-netz.de
- www.frauen-ans-netz.de
- www.bagso.de
- www.feierabend.de
- www.salzgitter.de
- www.verdi.de
- www.land-ohne-barrieren.de/Aktuelles/80,0,0,0,1.html Projekt für Barrierefreiheit im Internet

Newsletter:

- 2.190 Frauen-ans-Netz-Newsletter
- Treffpunkt PC in Berlin mit Hinweis, dass sie diesen in ihren Räumen ausfüllen können

Stichprobe: Soziodemografische Daten

- 47 % Frauen und 53 % Männer.
- 78 % der Befragten sind zwischen 50 und 69 Jahre alt.
- 30 % sind voll berufstätig und fast 60 % sind nicht berufstätig. Vier Fünftel der Nicht-Berufstätigen sind in Rente oder Vorruhestand.
- Bildungsabschluss und Einkommen liegen über den Bundesdurchschnitt.
- 99 % der Befragten nutzen den Computer und 97 % das Internet.

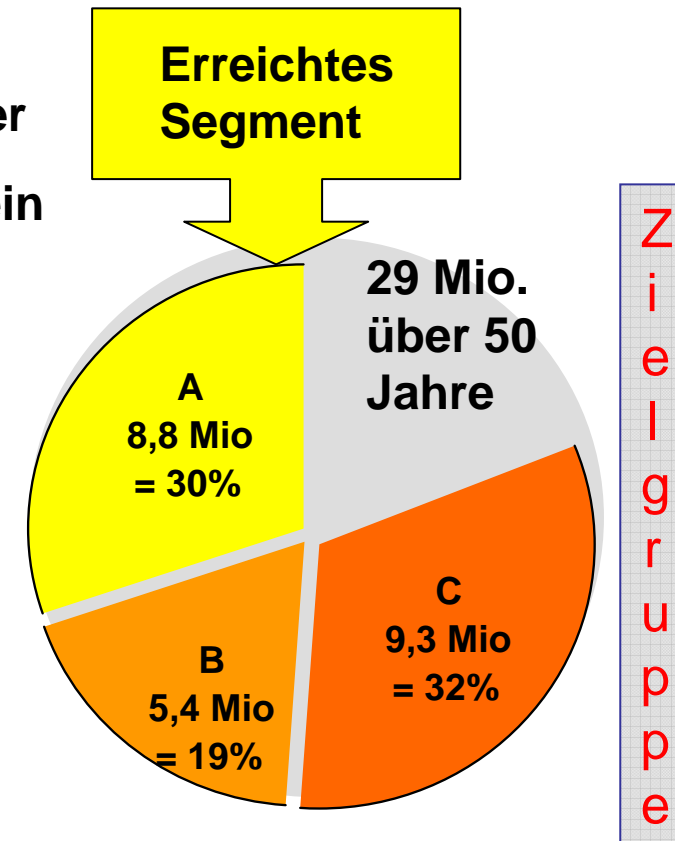


intel.

- Von 1.120 Fragebögen wurden nur 164 in Papierformat ausgefüllt, alle anderen online, was auf eine gute Medienkompetenz hinweist.

Stichprobe versus Gesamtzielgruppe

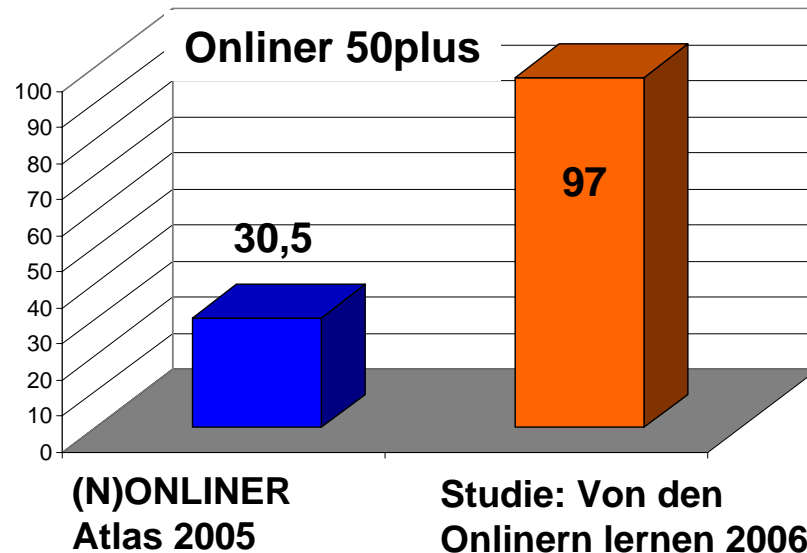
- 8,8 Mio. von insgesamt 29 Mio. Menschen über 50 Jahre nutzen das Internet. Das ist gerade ein Drittel der Generation 50plus. Sie gehen überwiegend schmalbandig ins Internet (A),
- 5,4 Mio. besitzen einen Computer, nutzen aber das Internet nicht (B),
- 9,3 Mio. haben weder Computer noch Internetanschluss, sind aber der neuen Technologien gegenüber aufgeschlossen (C).



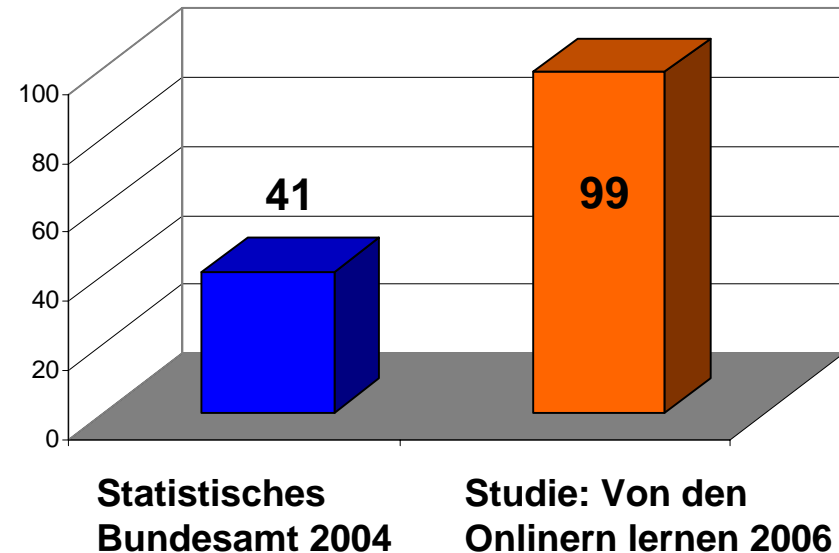
Quelle: (N)ONLINER Atlas 2005, TNS Infratest und Initiative D21; Statistisches Bundesamt 2004, Produkte und Dienstleistungen für mehr Lebensqualität im Alter, Institut Arbeit und Technik 2004, Eigene Berechnung aufgrund Basis: 29 Mio. Menschen über 50 Jahre

Stichprobe: Vergleich mit Zielgruppe

Internet-Nutzung ab 50



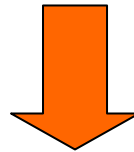
Computer-Besitz ab 55



Die Internet- und Computer-Nutzung zeigt deutlich, dass mit dieser Studie ein bestimmter Ausschnitt aus der Zielgruppe 50plus erreicht wurde. Ziel war es, die schon mit Medienkompetenz ausgestattete Generation 50plus nach ihren Motiven, ihrer Ausstattung und ihren Wünschen zu befragen.

Ergebnisse der Studie

- Die Mehrheit der Generation 50plus ist bisher nicht im Netz und viele verfügen über keinen Computer. Die Studie zeigt, dass wenn erst einmal die Vorteile der neuen Medien erkannt werden, sie nicht mehr aus dem Alltag der Älteren wegzudenken sind.
- Die aktiven Nutzerinnen und Nutzer haben eine hochwertige Hardware- und Softwareausstattung. Jeder zweite Rechner ist jünger als zwei Jahre und 62 % haben einen Arbeitsspeicher, der 512 MB oder größer ist. Sie besitzen langjährige Medienerfahrung und gehen breitbandig ins Internet.



Hier geht es zukünftig um ein hoch kompetentes Potenzial, das auch andere bei dem Eintritt ins Netz und bei der PC-Nutzung unterstützen kann.

Ergebnisse der Studie

- **Die befragten Nutzerinnen und Nutzer legen großen Wert auf aktuelle und hochwertige Ausstattung. Sie bewegen sich aktiv online, fast 80% surfen sogar täglich.**
- **Service und Beratung vor als auch nach dem Kauf von Hard- und Software, einfache Bedienung sowie Hilfen bei Softwareproblemen sind klare Wünsche an die Anbieter von Produkten und Dienstleistungen.**
- **Die gesellschaftliche Teilhabe und die Versorgung mit Dienstleistungen sehen zwei Drittel der Befragten für Menschen ohne Zugang zu den neuen Medien als gefährdet.**

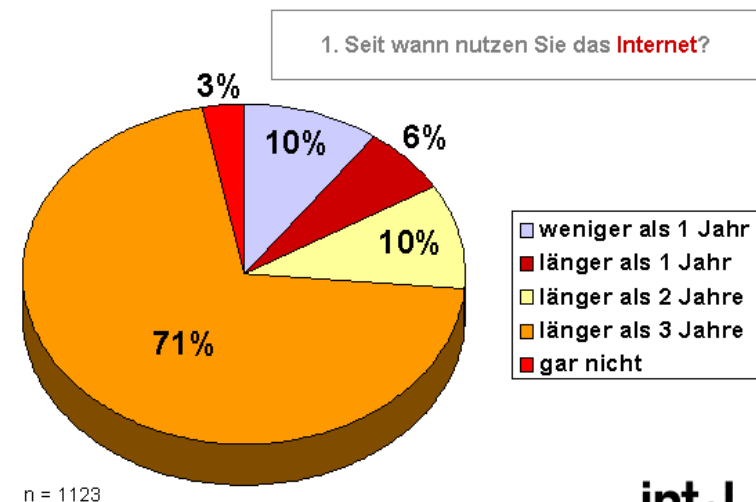


Es lohnt sich für Unternehmen sehr viel stärker, die Generation in die Entwicklung von Produkten und Services einzubeziehen, als dies bisher umgesetzt wird, denn die 50plus Nutzerinnen und Nutzer können sehr klar definieren, welche Wünsche sie an Produkte und Dienstleistungen haben.

Nutzungserwerb und Nutzungserfahrung

- Für viele der Befragten ist der Computer und das Internet fester Bestandteil des Alltags geworden.
- Die Befragten sind langjährige Nutzerinnen und Nutzer und haben Erfahrungen und Kompetenzen mit den neuen Medien gesammelt. Seit drei Jahren nutzen 82 % der befragten Generation 50plus den Computer und 71 % das Internet.
- Das Internet wird mit wachsenden Kenntnissen häufiger genutzt.

„Der Computer ist ein Stück von meinem Leben.“



Nutzungserwerb und Nutzungserfahrung

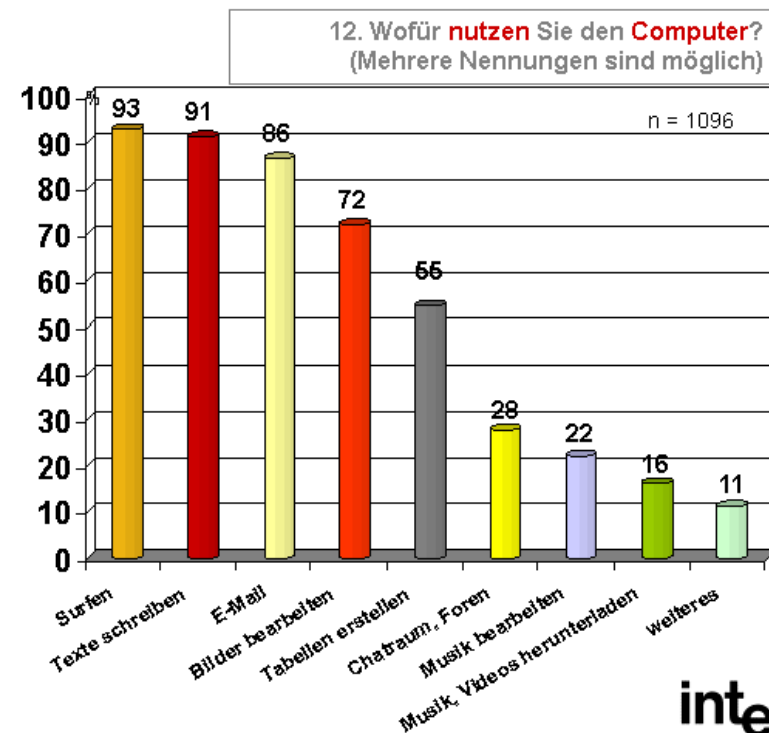
Wie nutzen die Onliner der Generation 50plus das neue Medium?

- Die Befragten surfen gerne, schreiben Texte, kommunizieren per E-Mail und bearbeiten Bilder, Fotos und Videos.

Vielfältiger Einsatz der Medien:

- Weiterbildung, lernen und studieren,
- Freizeit, Hobby und weil es Spaß macht,
- Beruf und Nebentätigkeit,
- Verein und Ehrenamt,
- Kreativität ausleben durch Schreiben, Bild- und Videobearbeitung.

„Das Internet ist eine tolle Verbindung zur Außenwelt!!!“



intel.

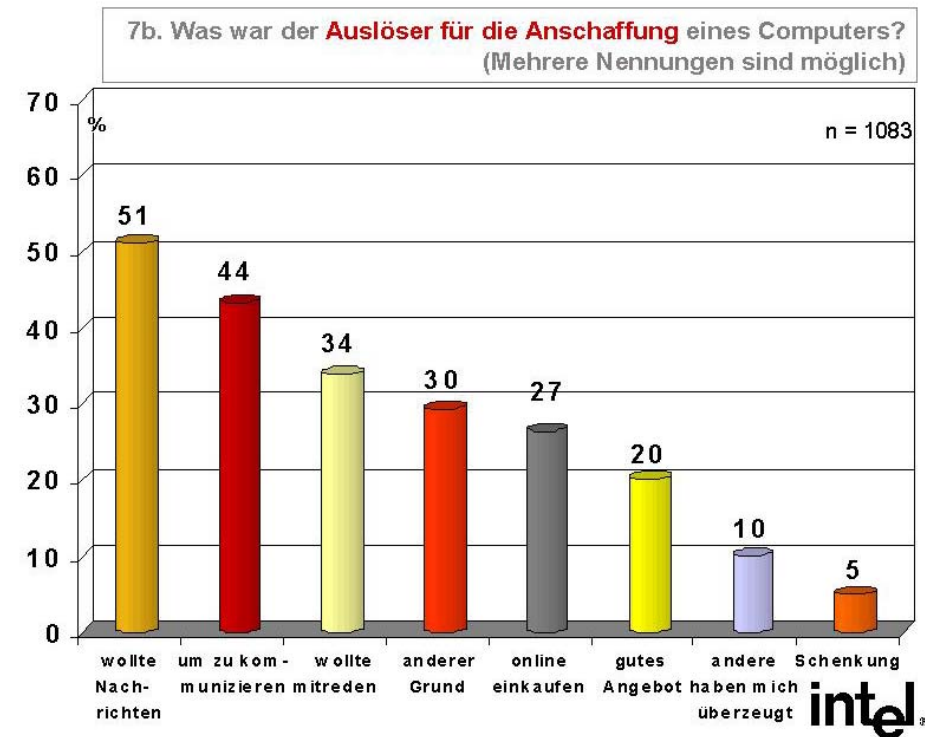
Nutzungserwerb und Nutzungserfahrung

Motive für die Anschaffung eines Computers sind:

- Aktuelle Informationen aus dem Netz
- Kommunikation mit Freunden und Kindern
- Mitreden können

„Überall heißt es: Weiteres unter www.xyz.de.“

Für Computerneulinge oder wenig Erfahrene ist „mitreden zu können“ sogar der wichtigste Grund, sich einen Computer zuzulegen. Diese Gruppe fühlt sich ohne Computer immer stärker gesellschaftlich ausgegrenzt. Zunehmend häufiger lesen sie den Hinweis, dass weitere Informationen im weltweiten Netz zu finden sind.

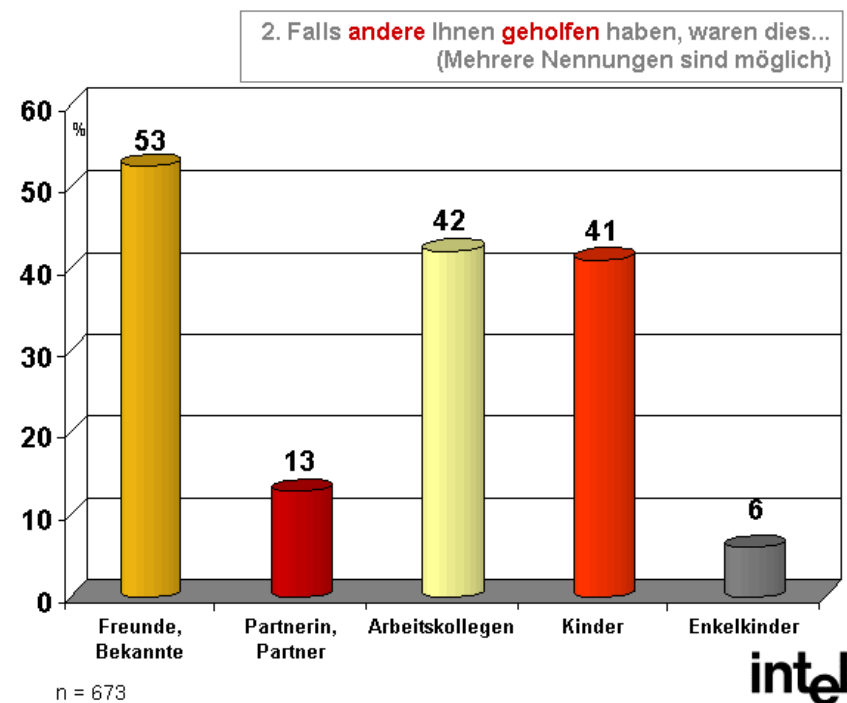


Nutzungserwerb und Nutzungserfahrung

Erwerb von Medienkompetenz

- Die Kompetenzen im Umgang mit PC und Internet werden aus unterschiedlichen Quellen bezogen: Selbststudium (66 %), Hilfe durch andere (60 %) und Kursangebote (40 %).
- Neben Freunden und Bekannten helfen Arbeitskollegen und Kinder im Umgang mit PC und Internet.
- Gelernt wird überwiegend in der Freizeit (75 %), im beruflichen Kontext (50 %) und natürlich im Ehrenamt (10 %).

„Ich möchte auch noch mit 69 etwas für meine geistige Fitness tun.“



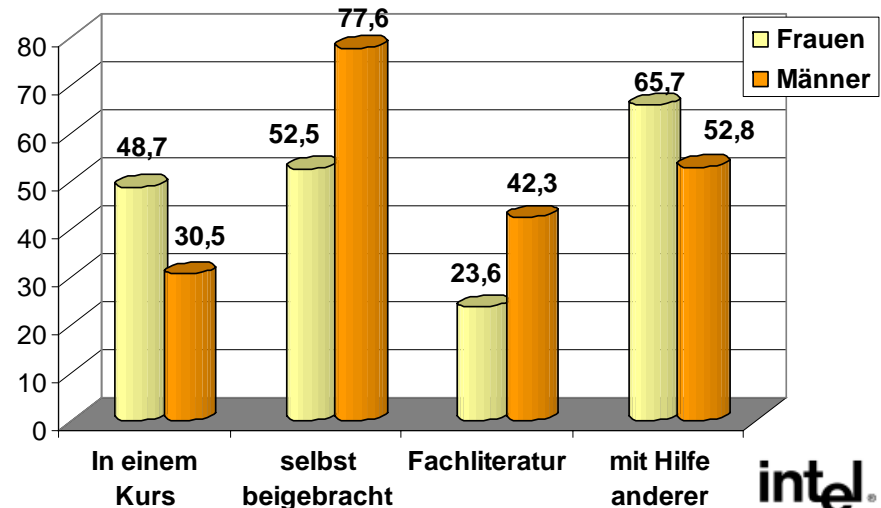
Nutzungserwerb und Nutzungserfahrung

Beim Erwerb von Medienkompetenz gibt es Unterschiede:

- bei Frauen und Männern: Frauen bringen sich den Umgang mit PC und Internet selbst bei oder gehen in einen Kurs. Wenn Sie andere um Unterstützung bitten, fragen sie ihre Kinder oder Freunde.
- Männer bevorzugen das Selbststudium und nutzen dabei verstärkt Fachliteratur. Männer lassen sich von Freunden und Arbeitskollegen helfen.
- Die Neueinsteigenden und wenig Erfahrenen lernen bevorzugt in Kursen.

„Computer - um Neues zu lernen, den Geist wach zu halten.“

2. Wie haben Sie sich Ihre Kenntnisse angeeignet?



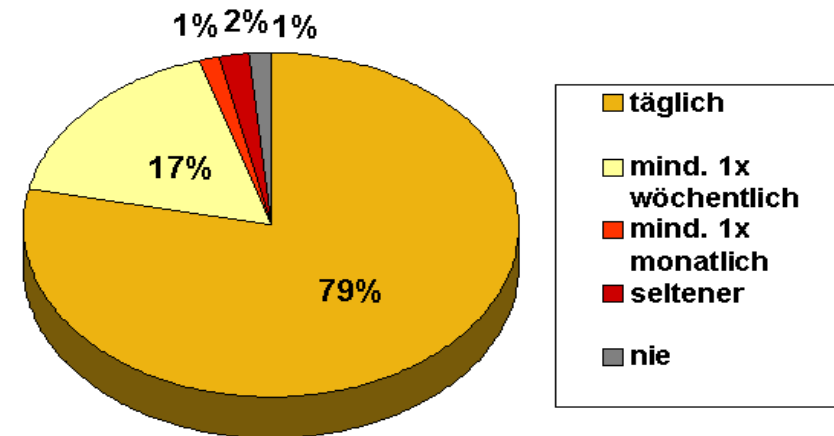
Nutzungserwerb und Nutzungserfahrung

Aktive Nutzer und Nutzerinnen des Internets

- „Die Welt nach Hause holen“, das ist für viele heute tägliche Realität. 79 % der Befragten surfen täglich, weitere 17 % mindestens einmal die Woche.
- Nur insgesamt 4 % gehen selten oder gar nie ins Internet.

„Weil man ab 50 plus immer auf dem LAUFENDEN SEIN sollte!“

25. Wie häufig **nutzen** Sie derzeit das **Internet**?



n = 1117

intel®

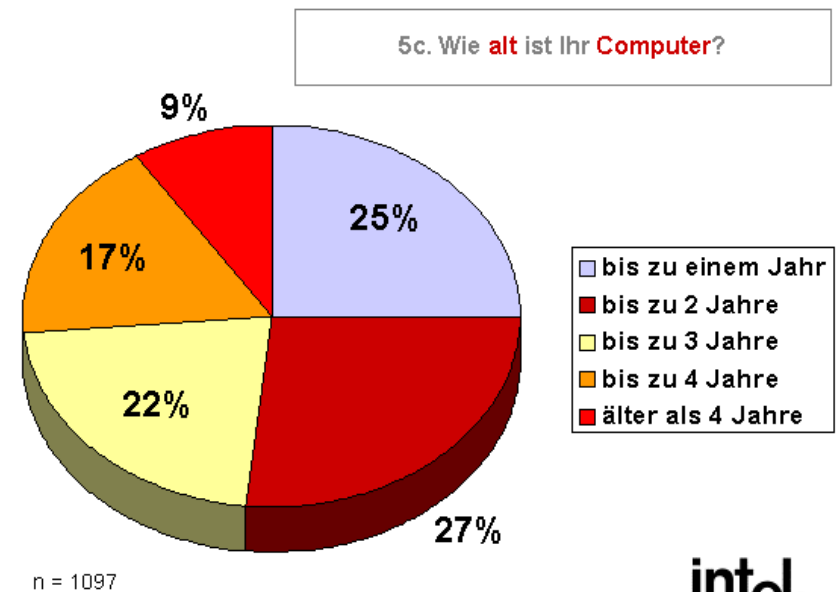
Technische Ausstattung

Abgelegte Computer von ihren Kindern oder Enkeln? - Nicht bei den aktiven Onlinern!

40 % der Befragten haben sich innerhalb des letzten Jahres einen Computer zugelegt und 45 % einen höherwertigen Internet-anschluss.

Die Rechner der aktiv Nutzenden sind relativ neu. Über die Hälfte der Befragten besitzt einen Computer, der jünger als 2 Jahre ist. Nur knapp ein Zehntel verfügt über einen Rechner, der älter als 4 Jahre ist.

„Ich bin technisch neugierig und will im Alter nicht versauern.“



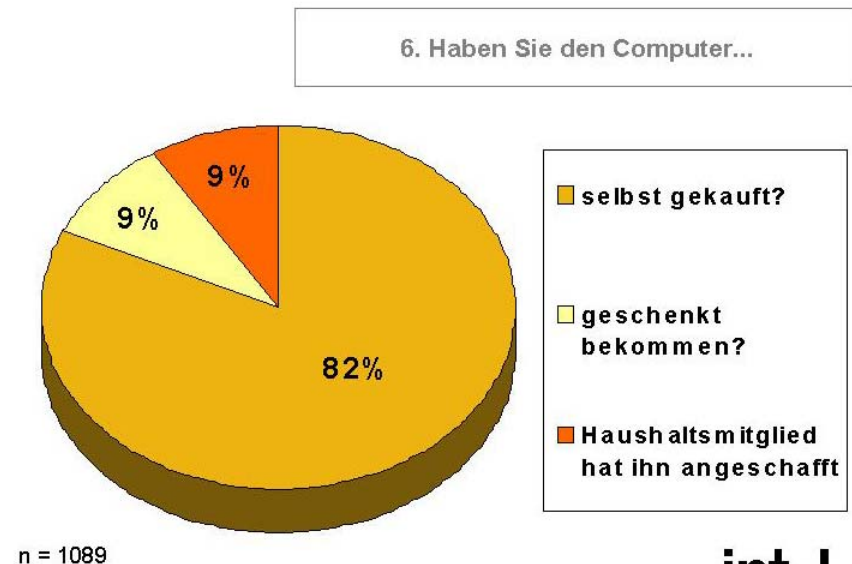
intel.

Technische Ausstattung

Geschenkt oder selbst gekauft?

- Entgegen der Meinung, viele der Generation 50plus werden beschenkt, haben vier fünftel der Befragten ihren Computer selbst erworben und nur 9 % haben ihn geschenkt bekommen.
- Ausnahme ist die Gruppe der 75 bis 79-Jährigen, denn über ein Drittel erhielt einen Rechner als Geschenk. Auch die 70 bis 74-Jährigen wurden mit 17 % noch häufig beschenkt.
- Frauen wird häufiger ein Computer geschenkt als Männern (13 % versus 6 %).

„Der Computer ist heute ein unverzichtbares Hilfsmittel.“



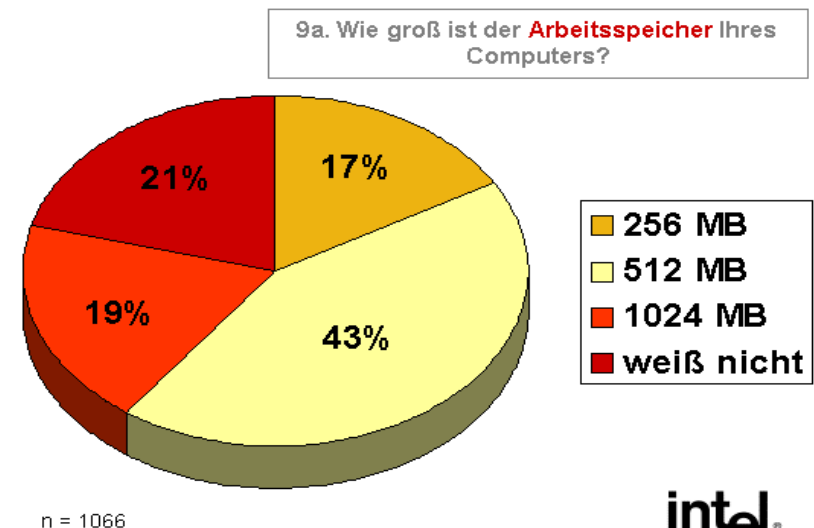
intel®

Technische Ausstattung

Die Kapazität des Arbeitsspeichers ist erstaunlich hoch. 43 % der Befragten gab an, einen 512 MB Arbeitsspeicher zu besitzen und sogar fast ein Fünftel verfügt über 1024 MB.

Fazit: Viele der aktiven Nutzerinnen und Nutzer besitzen einen relativ neuen Computer mit einer hochwertigen Ausstattung.

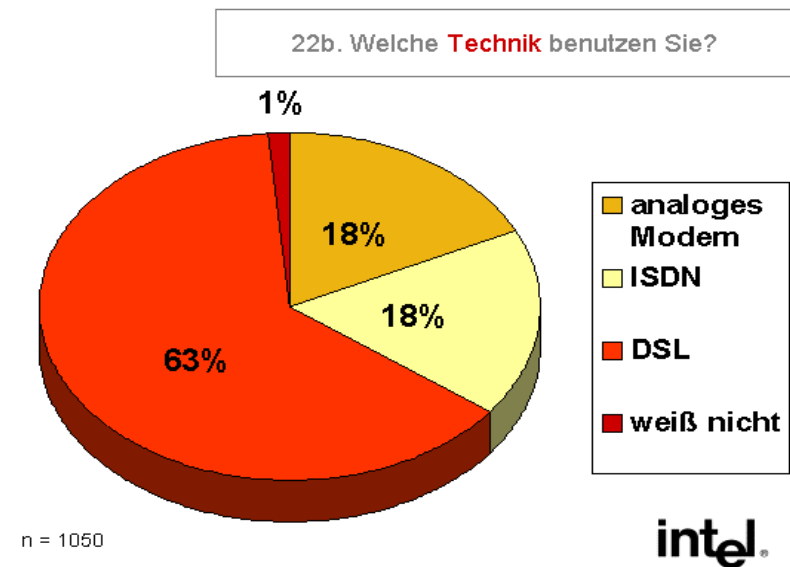
„Weil es die Informationsquelle ist, weil ich mailen kann, weil ich Musik, Bilder und Videos speichern kann.“



Technische Ausstattung

- Für die aktiven Onliner in der Generation 50plus ist DSL der meist genutzte Internetzugang. 63 % der Befragten nutzen ihn. Bei der Gruppe, die einen höherwertigen Anschluss planen (7 %), möchte 90 % einen DSL-Zugang.
- Mit zunehmender Medienerfahrung wird mit DSL gesurft.
- Die Befragten sind gut informiert über ihre Ausstattung, nur etwa 20 % bis 30 % konnten Fragen zur technischen Ausstattung nicht beantworten.

„Unser Leben ohne PC ist oft umständlich geworden.“



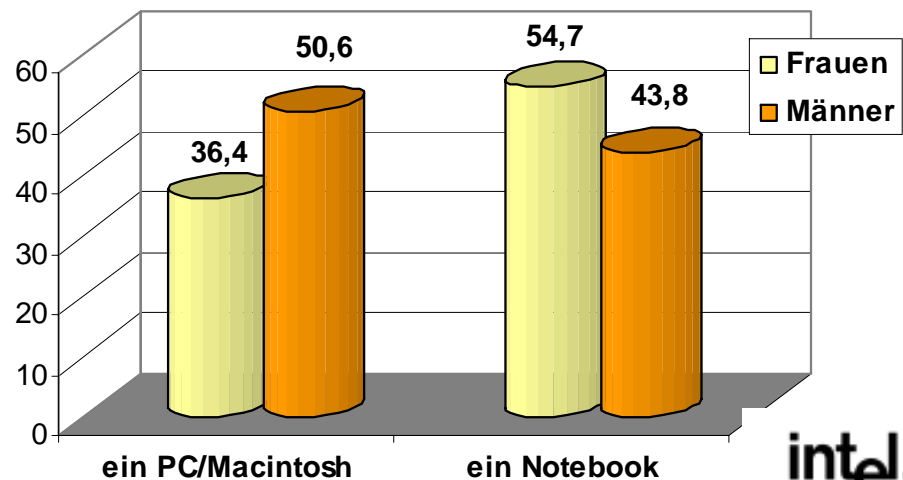
Technische Ausstattung

Lieber einen PC oder ein Laptop?

- Diese Frage beantworten Frauen und Männer unterschiedlich. Liegt bei Frauen eindeutig der Laptop im Trend, bevorzugen Männer eher einen PC als einen Laptop.
- Bei der Gruppe mit weniger als einem Jahr Medienerfahrung, ist der Laptop interessanter (60 %).

„Mich fasziniert, was man damit machen kann.“

19. Was wäre für Sie beim Neuerwerb interessanter?

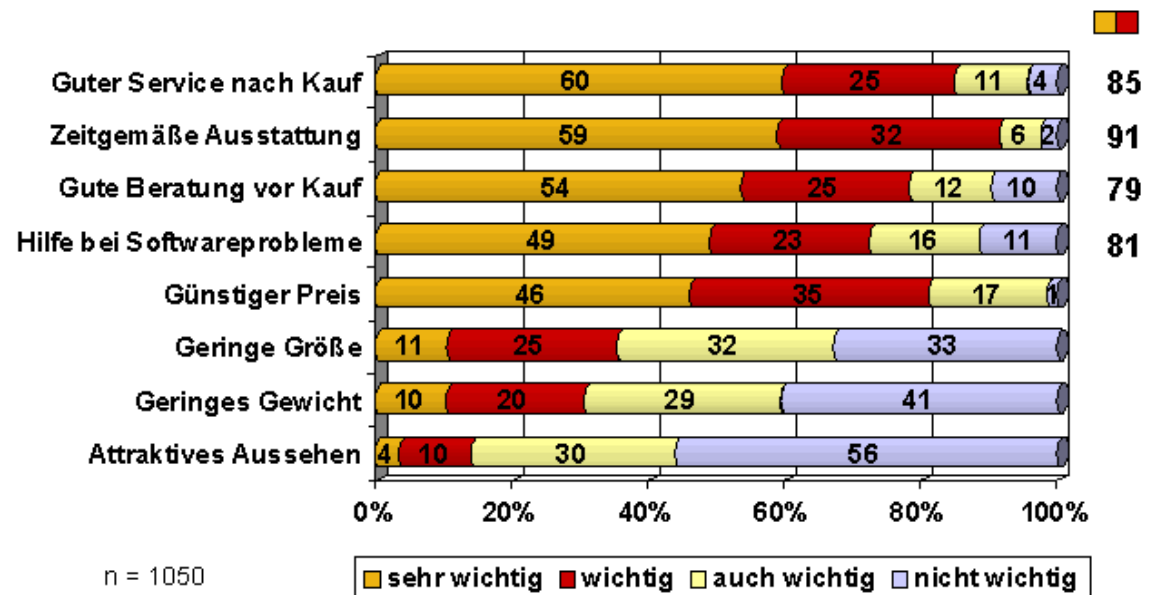


Wünsche der Generation 50plus

„Die Bedienungsanleitung sollte verständlich sein und vom Umfang her nicht einer Brockhaus Enzyklopädie gleichen“.

Gleich nach einer zeitgemäßen Ausstattung für die Generation 50plus wird ein guter Service nach dem Kauf als „sehr wichtig“ und „wichtig“ eingestuft. Ein günstiger Preis sowie eine gute Beratung sind weitere Wünsche der Befragten.

16. Was ist Ihnen beim Kauf eines Computers wichtig?



Wünsche der Generation 50plus

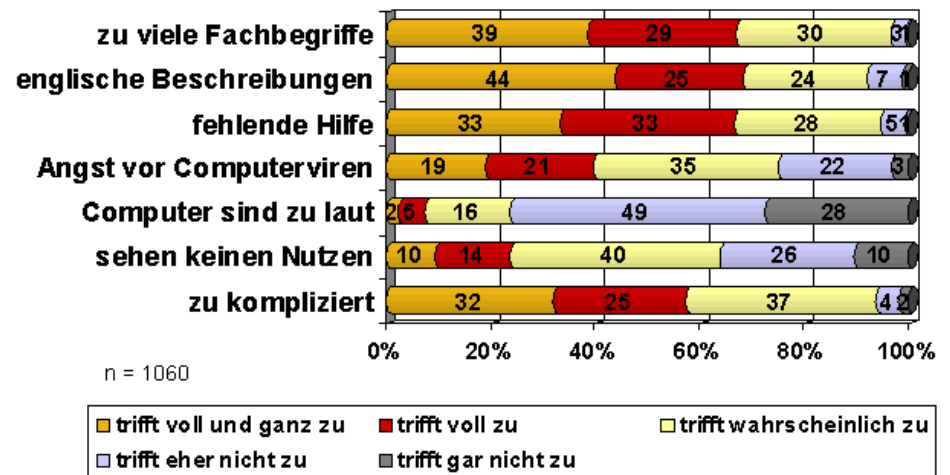
Die wichtigsten Hinderungsgründe, sich einen Computer anzuschaffen, sehen die aktiven Nutzerinnen und Nutzer in:

- zu vielen Fachbegriffen,
- englischen Beschreibungen,
- der Kompliziertheit der Computer,
- fehlender Hilfe.

Die Angst vor Computerviren spielt eher eine untergeordnete Rolle.

„Einfache Bedienung, idiotensicher.“

28. Was glauben Sie **hindert** Menschen sich einen **Computer zu kaufen**?



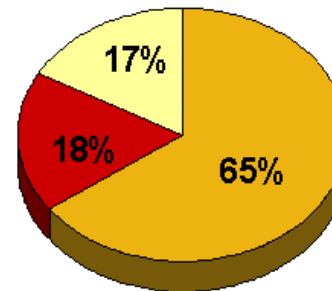
Digitale Integration

„Weils ohne halt nicht geht!“

- Viele der Befragten sehen **Nachteile für diejenigen Menschen, die nicht online sind.**
- Sie sehen Benachteiligungen sowohl im gesellschaftlichen Leben (65 %) als auch bei der Versorgung mit Dienstleistungen (71 %).
- Nur 17 % bzw. 15 % meinen, dass dies noch einige Zeit dauern wird.

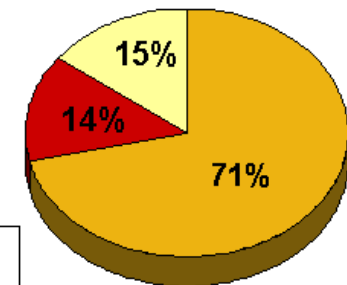
29. Glauben Sie, dass zukünftig Menschen die **keinen Computer** haben, in unserer **Gesellschaft benachteiligt** werden?

Weil Sie am **gesellschaftlichen Leben** nicht mehr in vollem Umfang teilhaben können

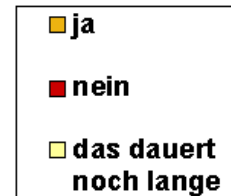


n = 1126

Weil Sie **bestimmte Dienstleistungen** gar nicht mehr in Anspruch nehmen können



n = 1110



Motive für Computernutzung: O-Töne aus der Studie

- „Der Computer ist ein Stück von meinem Leben.“
- „Mein Aktionsradius wird dadurch größer.“
- „Mittlerweile notwendiger Standard, um zeitnah Informationen überprüfen zu können, Wissenslücken füllen zu können, Bankgeschäfte abzuwickeln, Informationen schnell und kostengünstig austauschen zu können.“
- „Ich mit meinen 5 + 6 Jahre alten Enkeln mithalten wollte.“
- „Es einfach gut für meine kleinen grauen Gehirnzellen ist.“
- „Ich eine Neugierige bin.“
- „Das WWW ist eine unermessliche Fundgrube des Wissen. Damit hole ich mir die Welt nach Hause.“
- „Mein Sohn sagte: Mutter, wenn du nicht ein Analphabet werden willst, lerne computern.“
- „Weil ich als pflegender Ehepartner Abwechslung brauche.“
- „Ich es als Kommunikationsmittel brauche, da schwerhörig ...“



**Kompetenzzentrum
Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.**

Birgit Kampmann | Cornelia Lins

Fon: 0521-106 73 63

Fax: 0521-106 71 54

E-Mail: lins@kompetenzz.de

Wilhelm-Bertelsmann-Straße 10

33602 Bielefeld