

ARD/ZDF-Offline-Studie 2001

→ Nichtnutzer von Online: Internet für den Alltag (noch) nicht wichtig

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

Auch in den letzten zwölf Monaten hat sich die Zahl der Internetnutzer in Deutschland rasch vergrößert. Mittlerweile sind knapp 39 Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren zumindest gelegentliche Onlinenutzer. Bei gleichbleibenden Zuwachsraten ist in spätestens zwei Jahren in Deutschland mit einer ungefähren Gleichverteilung von Internetnutzern und -Nichtnutzern (den so genannten Offlinern) zu rechnen.

2001: 61 % der Bevölkerung sind Offliner

Wenngleich sich die Zahl der Offliner in den letzten zwei Jahren also erheblich verringerte (von rund 82% im Jahr 1999 auf ca. 61% 2001), repräsentieren sie momentan immer noch die Mehrheit der bundesrepublikanischen Bevölkerung. Diese Nichtnutzer des Internets sind, wie in den beiden Vorjahren, Gegenstand der ARD/ZDF-Offline-Studie, die als Komplementärstudie zur ARD/ZDF-Online-Studie konzipiert ist (vgl. dazu den Beitrag von Birgit van Eimeren, Heinz Gerhard und Beate Frees in diesem Heft). Durch die parallele Untersuchungsanlage ergänzen sich die Ergebnisse beider Studien. Die Offline-Studie gibt dabei Aufschluss über die Einstellungen der Nichtnutzer zum Internet, fragt nach der Zahl der Offliner, die kurz vor dem Schritt in die Onlinewelt stehen und liefert wichtige Hinweise darauf, welche Vorbehalte die Nichtnutzer gegenüber dem Medium Internet haben, wie sich individuelle Zugangsbarrieren manifestieren und mit welchen Maßnahmen diese Barrieren überwunden werden können.

PC-/Computernutzung

**PC wichtigstes
Zugangsgerät zum
Internet**

Für die meisten Nutzer stellt weiterhin der Computer bzw. der PC die technische Basis für den Internetzugang dar. Im Jahr 2001 gehen insgesamt 82 Prozent der deutschen Internetnutzer ausschließlich PC-gestützt ins WorldWideWeb. 16 Prozent nutzen auch das Mobiltelefon als gerätetechnische Basis für den Onlinezugang. Andere Zugangswege, wie etwa das Fernsehgerät, stellen derzeit immer noch eine Randgröße dar. Die technische Konvergenz hat also – bezogen auf Internet und TV-Gerät – für die breite Nutzerschaft noch nicht stattgefunden.

Der Anteil der Offliner, die einen Computer in ihrem beruflichen Alltag oder privat nutzen, ist im Vergleich zum Jahr 2000 stabil bei 40 Prozent geblieben. Ein differenzierender Blick auf die einzelnen Altersgruppen zeigt bei den 14- bis 59-jährigen einen leichten Rückgang des Anteils der Computernutzer von 59 auf 58 Prozent, bei den 14- bis 39-jährigen von 70 auf 62 Prozent, wohingegen bei den ab 60-jährigen der Prozentwert von 7 auf 16 Prozent ansteigt.

Nach formaler Bildung betrachtet, wird bei den Offlinern mit Abitur/Studium eine Zunahme des Anteils der PC-Nutzer von 54 auf 65 Prozent ausgewiesen. Der Anteil der Personen, die eine weiterführende Schule besuchten, fällt hingegen leicht. Lag der Wert im Jahr 2000 bei 48 Prozent, werden in 2001 nur 45 Prozent verbucht. In der Gruppe der Offliner mit Volks- bzw. Hauptschulbildung steigt der Anteil der Computernutzer von 27 auf 29 Prozent.

16 Prozent derer, die derzeit keinen PC nutzen, haben früher einen Computer verwendet, wobei 7 Prozent angeben, diesen nur beruflich benötigt zu haben. Bei 5 Prozent besteht momentan kein Interesse mehr an Computern, bei 3 Prozent war es nicht der eigene PC und 2 Prozent geben an, aus Zeitmangel derzeit keinen Computer zu verwenden.

Der Anteil unter den Offlinern, die keinen Computer verwenden, sich aber demnächst privat bestimmt oder wahrscheinlich einen PC anschaffen wollen, steigt von 13 Prozent auf 17 Prozent. Wie im Vorjahr sind hier erhebliche Unterschiede zwischen den Generationen erkennbar (in Klammern die Vorjahreswerte): 46 Prozent (39%) der 14- bis 39-jährigen, 17 Prozent (15%) der 40- bis 59-jährigen und 5 Prozent (5%) Prozent der ab 60-jährigen planen den Kauf eines PC (vgl. Tabelle 1). Die Werte für Frauen und Männer gleichen sich hingegen an: 19 Prozent der Männer und 17 Prozent der Frauen (2000: 16 bzw. 11%) wollen einen PC demnächst bestimmt/wahrscheinlich kaufen.

Der weitaus größte Teil der Offliner ohne Computer zu Hause (83%) will sich jedoch wie im Vorjahr keinen Computer zulegen (vgl. Tabelle 2). Die meisten Offliner können sich einfach nicht vorstellen, wofür sie zu Hause einen PC brauchen könnten, benötigen weder beruflich noch privat einen Computer oder haben keine Zeit oder nicht die Motivation, sich mit einem Computer zu beschäftigen. Hinzu kommt die Befürchtung, soziale Kontakte könnten durch die Computernutzung beeinträchtigt werden. Viele der 14- bis 39-jährigen geben auch an, der PC am Arbeitsplatz sei ausreichend (55%).

Die im Jahr 2000 noch oft von weiblichen und älteren Offlinern bekundete Befürchtung, den Computer nicht bedienen zu können („ich traue mir nicht zu, einen Computer zu bedienen“), hat ein Jahr später für diese Gruppen weniger Bedeutung. Bei den weiblichen Offlinern sinkt der Wert von 52 auf 37 Prozent und bei den älteren Offlinern von 49 auf 40 Prozent.

40% der Offliner nutzen PC beruflich oder privat

17% der Offliner ohne PC wollen sich privat Computer anschaffen

Befürchtung, einen PC nicht bedienen zu können, spielt geringere Rolle als 2000

* SWR-Medienforschung, ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia;

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

① Offliner und ihre Absichten zur Anschaffung eines Computers*Online-Nichtnutzer ab 14 Jahren, die derzeit keinen PC nutzen, in %*

Computer wird angeschafft	Alter		40-59 J.		60 J. u. älter		gesamt	
	14-39 J.	2000	2001	2000	2001	2000	2001	2000
ganz bestimmt	8	15	9	7	2	0	5	5
wahrscheinlich	31	31	6	10	3	5	8	12
wahrscheinlich nicht	20	17	10	8	8	3	10	7
bestimmt nicht	40	37	75	75	88	93	77	76

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2001: n=512, 2000: n=500);

Teilgruppe: Befragte, die zur Zeit keinen PC nutzen (2001: n=292, 2000: n=260); davon 14-39 Jahre: 2001: n=59, 2000: n=66; 40-59 Jahre: 2001: n=86, 2000: n=91; über 60 Jahre: 2001: n=147, 2000: n=105.

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

② Offliner: Gründe, sich keinen Computer anzuschaffen*in %*

Ablehnungsgründe	trifft voll und ganz/ weitgehend zu	
	2000	2001
Weiß nicht, wozu ich zu Hause einen PC brauche	83	72
Brauche weder beruflich noch privat einen PC	88	71
Keine Zeit/Lust, mich mit einem PC zu beschäftigen	69	64
Durch PC-Nutzung werden soziale Kontakte vernachlässigt	47	51
PCs sind zu teuer	48	45
Traue mir nicht zu, einen PC zu bedienen	43	35
Halte PCs für gesundheitsschädlich	32	29
PCs am Arbeitsplatz genügen mir	25	25
Lehne grundsätzlich alles ab, was mit PCs zu tun hat	27	25

Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2001: n=512, 2000: n=500);

Teilgruppe: Befragte, die sich wahrscheinlich nicht/bestimmt nicht einen Computer anschaffen werden (2001: n=281, 2000: n=215).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

Zwei Gruppen von Offlinern – mit und ohne Vorstellungen vom Internet**Offliner 2001: Anschlusswillige und Ablehner**

Für die Ausweisung der Ansichten zu Internet und Online wurde, wie bei der letzten Erhebung, unterschieden zwischen Offlinern, die (aufgrund eigener Einschätzung) keine Vorstellung vom Internet haben (17% der Gesamtbevölkerung) und Offlinern, die früher schon im Internet waren oder eine Vorstellung davon haben (44% der Gesamtbevölkerung, davon 7% ehemalige Internetnutzer) (vgl. Tabelle 3). Wie auch in den Vorgängerstudien haben die jüngeren und formal besser ausgebildeten Nichtnutzer in einem größerem Umfang Vorstellungen vom Internet.

Auch 2001 will knapp ein Viertel aller Offliner Internetanschluss

Von den Nichtnutzern, die schon früher Interneterfahrung gesammelt haben bzw. eine Vorstellung vom Medium haben, wollen sich 32 Prozent (das sind 14% der Gesamtbevölkerung bzw. 24% aller Offliner) in nächster Zukunft ganz bestimmt bzw. wahrscheinlich einen privaten Internetanschluss zulegen. Die Gruppe dieser Anschlusswilligen machte im Jahr 2000 noch 17 Prozent der Gesamtbevölkerung aus. Von diesen 17 Prozent Anschlusswilligen des Jahres 2000 sind 60 Prozent tatsächlich Onliner geworden. Der Anteil der Internetnutzer stieg damit bis 2001 um 10,2 Prozentpunkte auf aktuell 38,8 Prozent.

Geht man für das laufende Jahr von der gleichen Anschlussquote aus, würde die Internetnut-

zerschaft 2002 bei 47 Prozent liegen. Ließen sich alle 14 Prozent Anschlusswilligen in der Gesamtbevölkerung ans Netz anschließen, wären im nächsten Jahr knapp 53 Prozent der Bundesbürger ab 14 Jahren online.

Von den Offlinern, die demnächst ganz bestimmt bzw. wahrscheinlich über einen privaten Internetzugang verfügen, werden vor allem der Zugang zu vielen interessanten Informationen, der Wunsch, den Umgang mit dem Internet zu erlernen und die generelle Neugier aufs Internet als Motive für den zukünftigen Anschluss genannt (vgl. Abbildung 1).

Wie im Vorjahr wollen sich von den Offlinern, die früher online waren oder eine Vorstellung vom Internet haben, insgesamt 68 Prozent wahrscheinlich bzw. ganz bestimmt in nächster Zukunft keinen Internetanschluss zulegen (30% der Gesamtbevölkerung), davon 56 Prozent ganz bestimmt nicht (24% der Gesamtbevölkerung). Der Anteil der besonders entschiedenen Ablehner ist wie im Vorjahr sehr groß.

Gründe der Offliner für Anschaffung eines Internetzugangs**Anteil der Internetablehner mit 68 % der Offliner wie im Vorjahr sehr groß**

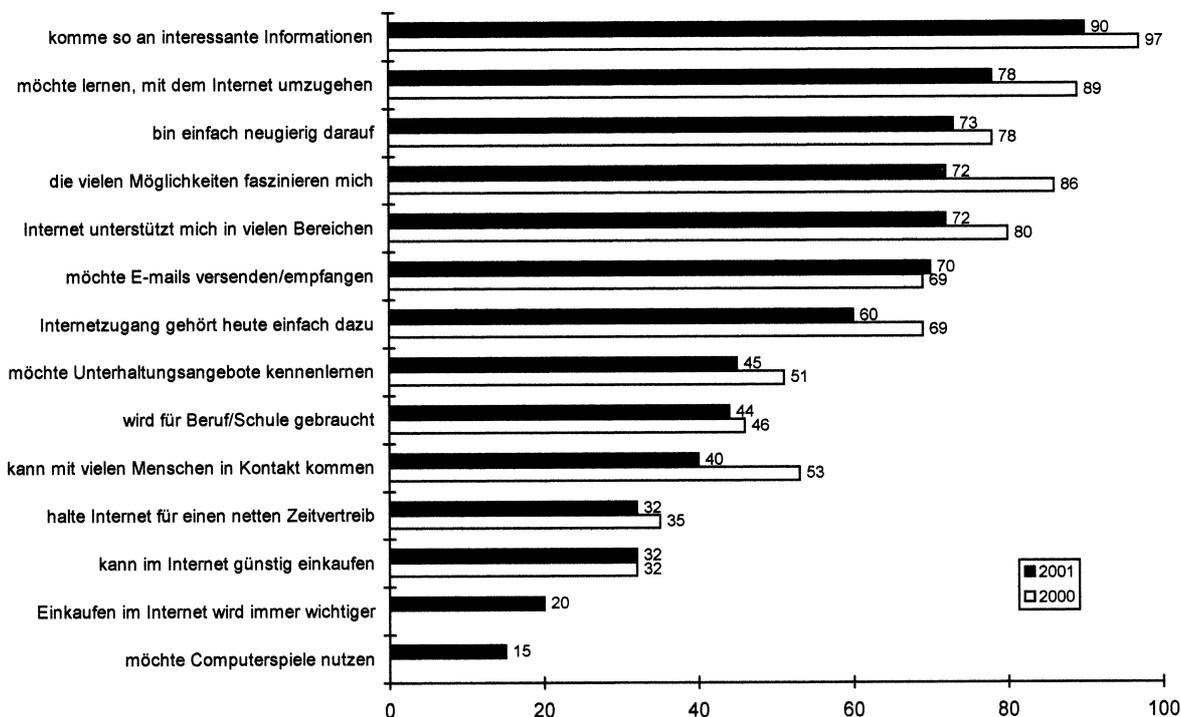
③ Struktur der Bevölkerungsgruppe der Offliner

in %

	Bevölkerung gesamt		Pers. ohne Onlinenutzung (Offliner) 2001		Teilgruppe mit Erfahrungen/ Vorstellungen vom Internet	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
Personen ohne Onlinenutzung	71	61	100	100		
davon: früher genutzt	6	7	9	11		
noch nie genutzt	65	54	91	89		
Personen, die Online noch nie genutzt haben						
davon: mit Vorstellung vom Internet	48	37	67	61		
ohne Vorstellung vom Internet	17	17	24	28		
Offliner mit früherer Onlinenutzung oder Vorstellung vom Internet	54	44	76	72	100	100
davon: Anschaffung eines Internetzugangs geplant						
ganz bestimmt	7	7	10	12	13	16
wahrscheinlich	10	7	14	12	19	16
wahrscheinlich nicht	8	6	11	9	14	12
ganz bestimmt nicht	29	24	41	40	54	56

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

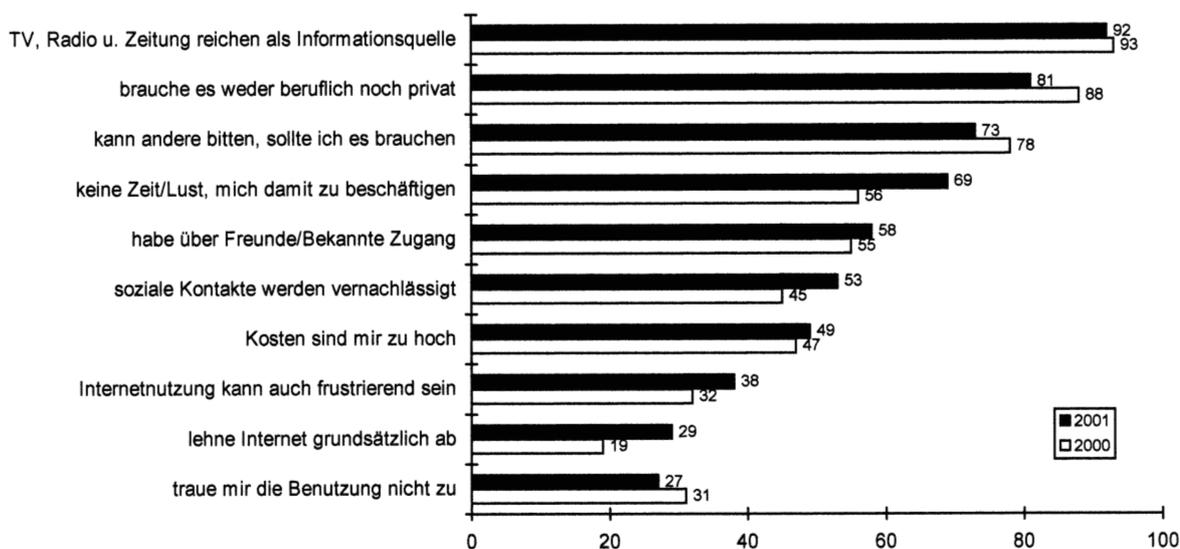
Abb. 1 Offliner: Gründe für die Anschaffung eines Internetzugangs
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2001: n=512, 2000: n=500);
Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich bestimmt/
wahrscheinlich einen Internetzugang anschaffen werden (2001: n=128, 2000: n=152).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

Abb. 2 Offliner: Gründe, sich keinen Internetzugang anzuschaffen
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (2001: n=512, 2000: n=500);
Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben und die sich bestimmt nicht/wahrscheinlich nicht einen Internetzugang anschaffen werden (2001: n=259, 2000: n=272).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

Mittelfristig Teilung der Gesellschaft in Onliner und Ablehner wahrscheinlich

Die nach wie vor große Zahl der Onlineverweigerer bestätigt die im letzten Jahr geäußerte Vermutung, dass eine Teilung der Gesellschaft in Onliner, die das neue Medium mit Gewinn für sich nutzen, und entschiedene Ablehner des Internets, die auf Grund mangelnden Wissens, psychologischer Barrieren oder fehlender Hardware der Entwicklung nicht folgen wollen oder können, zu erwarten ist. (1)

Besonders hoch ist die Zahl der Nicht-Anschlusswilligen nach wie vor bei den Älteren, wenngleich die Ablehnung in dieser Gruppe etwas geringer wurde. 59 Prozent der 40- bis 59-Jährigen (65% im Jahr 2000) und 79 Prozent der ab 60-Jährigen (90% im Jahr 2000), die früher das Internet genutzt haben oder eine Vorstellung davon haben, wollen sich wahrscheinlich oder ganz bestimmt nicht in nächster Zukunft ans Internet anschließen lassen. Diejenigen ohne Erfahrung oder Vorstellung vom Internet sind hier, wie im Vorjahr, nicht eingerechnet, müssten aber vermutlich eher zu den Nicht-Anschlussbereiten gezählt werden.

Gründe für Verzicht auf Internetzugang

Auch im Jahr 2001 wurden die Offliner nach den Gründen befragt, sich keinen Internetzugang anzuschaffen. Hier zeigt sich im Wesentlichen die gleiche Ablehnungshierarchie wie im Vorjahr. Ein großer Teil der befragten Offliner (92%, 93% im Jahr 2000) hält das Informations- und Unterhaltungsangebot der klassischen Medien (Presse, Radio und Fernsehen) für ausreichend. Eine hohe Unterstützung erhalten auch die Statements „Ich brauche das Internet weder beruflich noch privat“ und „Falls ich das Internet brauche, kann ich andere darum bitten.“ Das Argument zu hoher Kosten ist im Vergleich zum Vorjahr wieder etwas stärker ausgeprägt (49%, 47% im Jahr 2000), ist also nach

wie vor ein wichtiger Ablehnungsgrund (vgl. Abbildung 2). Hier wird vor allem in den neuen Bundesländern mit 65 Prozent ein hoher Wert ausgewiesen (alte Bundesländer 44%).

Besonders bei älteren Offlinern existiert weiterhin die Befürchtung, mit dem Internet nicht umgehen zu können („ich traue mir die Bedienung des Internets nicht zu“). 40 Prozent der ab 60-Jährigen stimmen dieser Aussage voll und ganz bzw. weitgehend zu. Dagegen sind die Vorbehalte von weiblichen Offlinern im Jahr 2001 mit 27 Prozent deutlich niedriger als im Vorjahr (38 Prozent).

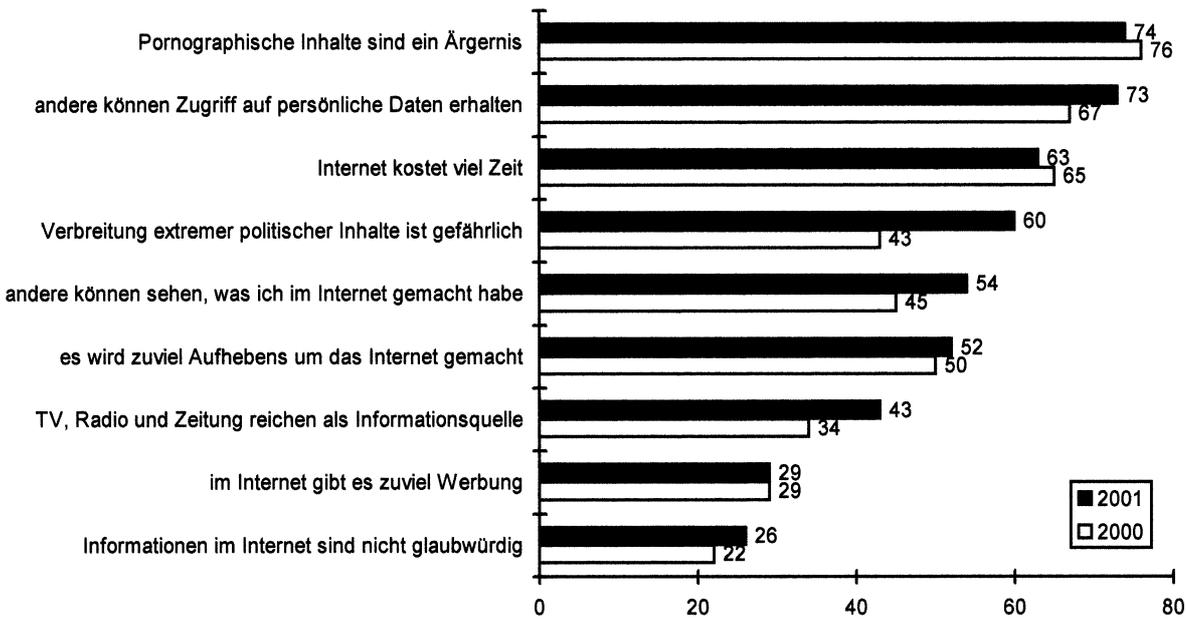
Einstellungen der Offliner zum Internet

Bei den Nichtnutzern des Internets existieren mittlerweile sehr manifeste Vorstellungen und Bilder über die Inhalte und die Gefährdungen des WorldWideWeb. Näher betrachtet werden im Folgenden die Einstellungen derjenigen Offliner, die früher Online genutzt oder eine Vorstellung davon haben (72% der Offliner). Insbesondere die ungebremste und unkontrollierte Einspeisung von Informationen wird von diesen Offlinern problematisiert. Stark angestiegen im Vergleich zum Vorjahr ist die Sorge um die Verbreitung extremer politischer Inhalte im Internet. Waren im letzten Jahr 43 Prozent der befragten Offliner der Meinung, dass die Verbreitung extremer politischer Inhalte im Internet gefährlich sei, so ist diese Zahl mittlerweile auf 60 Prozent angestiegen. Auch die im Internet verbreiteten pornographischen Inhalte sind für knapp drei

Vor allem Ältere fürchten, mit dem Internet nicht umgehen zu können

Besorgnis um Verbreitung extremer politischer Inhalte im Netz im Vergleich zu 2000 stark gestiegen

Abb. 3 Offliner: Einstellungen zum Internet
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n= 2001: 512, 2000: 500); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2001: n=387, 2000: n=407).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

Viertel ein Ärgernis. In diesen Einstellungen zum Internet dokumentieren sich in starkem Maße wohl auch gesellschaftliche Diskussionen um die Informationsfluten im Netz und die Möglichkeiten der Gesellschaft, hier kontrollierend und schützend einzugreifen (vgl. Abbildung 3).

Sorge um Datensicherheit im Web ebenfalls gewachsen

Ebenfalls zugenommen haben bei den Offlinern mit Erfahrungen bzw. Vorstellungen zu Online die Unsicherheiten hinsichtlich des Datenschutzes im Internet. 73 Prozent (gegenüber 67% im Vorjahr) glauben, dass andere Menschen durch das Internet Zugriff auf ihre persönlichen Daten erhalten können. Auch die Furcht, dass andere Internetnutzer die eigenen Informations- und Navigationswege verfolgen könnten, ist deutlich angewachsen. Waren im letzten Jahr 45 Prozent der Befragten der Meinung, dass andere sehen können, was sie im Internet gemacht haben, so teilen inzwischen 54 Prozent der Offliner diese Sorge.

Glaubwürdigkeit des Internets bei Offlinern gesunken

Von 22 auf 26 Prozent angewachsen ist die Gruppe derjenigen, die die Informationen im Internet für nicht glaubwürdig hält. 1999 zweifelten gar nur 19 Prozent der Offliner an der Glaubwürdigkeit der Informationen im Internet. Hier zeigt sich – im Vergleich der letzten drei Untersuchungen – wenn auch kein rapider, so doch ein kontinuierlicher und schleicher Glaubwürdigkeitsverlust des Internets bei denjenigen, die über Onlineerfahrung verfügen bzw. eine Vorstellung vom Medium haben. Diese Entwicklungen führen bei ihnen auch zu

einer gewissen Abkehr vom Internet und zu einer stärkeren Rückbesinnung auf die tradierten Medien. Waren 1999 lediglich 31 Prozent der Offliner mit Erfahrungen der Meinung, dass Fernsehen, Radio und Zeitung als Informationsquelle ausreichen, so sind es mittlerweile 43 Prozent.

Mit diesem Ergebnis korrespondiert auch ein weiterer Befund der Studie. Mehrheitlich sind die Offliner der Meinung, dass zuviel Aufhebens um das Internet gemacht wird. Diese Zahl ist von 36 Prozent 1999 auf 52 Prozent im Jahr 2001 angewachsen.

Auch das Internet als Zeitfaktor spielt eine starke Rolle. Fast zwei Drittel der Befragten waren der Meinung, dass das Internet zuviel Zeit kostet. Relativ unproblematisch wird die Werbung im Internet gesehen. 29 Prozent waren der Meinung, dass es zu viel Werbung im Internet gibt. Diese Zahl ist gegenüber dem Vorjahr unverändert geblieben.

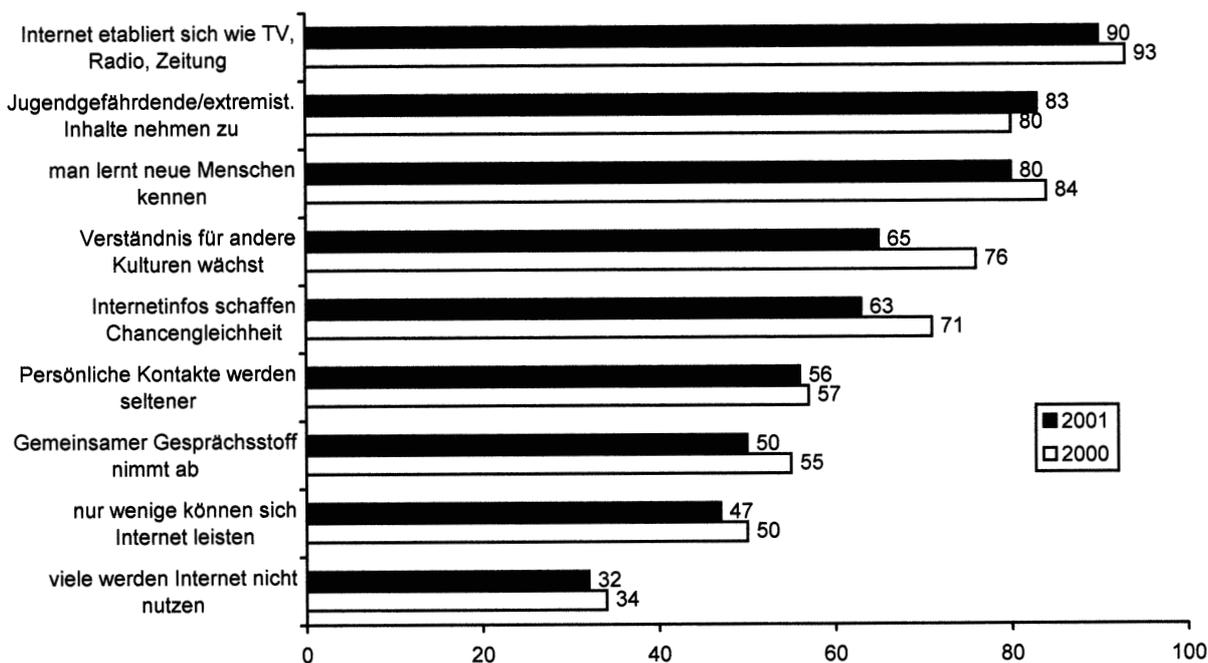
Die Ergebnisse machen deutlich, dass die Offliner das Internet in sehr grundsätzlichen Dimensionen in Zweifel ziehen. Wenn die Sorge um die Qualität der im Internet verbreiteten Informationen wächst und man sich zugleich als Nutzer in seiner Persönlichkeit und Anonymität nicht ausreichend geschützt sieht, dann geht es hier um sehr grundsätzliche Images des neuen Mediums.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die Auffassungen und Bewertungen des Internets in den verschiedenen Altersgruppen weitgehend konsistent sind. Die Sorge um die Verbreitung extremer politischer Inhalte ist bei den jungen Offlinern genauso verbreitet wie bei den Älteren. Besonders

Offliner ziehen Internet in sehr grundsätzlichen Dimensionen in Zweifel

Besorgnisse zum Internet in allen Altersgruppen ähnlich

Abb. 4 Offliner: Meinungen zu Konsequenzen der Onlineverbreitung
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n= 2001: 512, 2000: 500); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2001: n=387, 2000: n=407).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

deutlich werden von den jüngeren Nichtnutzern Fragen der Sicherheit der persönlichen Daten artikuliert. Insofern lassen sich die Ergebnisse der Studie nicht dahingehend interpretieren, dass sich in den gewachsenen Vorbehalten gegenüber dem Internet vor allem die Unsicherheiten der älteren, dem Medium ohnehin eher distanziert gegenüberstehenden Generation manifestieren. Eher spiegeln diese Ergebnisse bei den Offlinern ganz reale Probleme des Mediums Internet wider. Was den Offlinern aber fehlt, ist die Möglichkeit, Entwicklungen des Internets vor dem Hintergrund eigener Erfahrungen mit dem Medium zu bewerten und gegebenenfalls zu relativieren.

Ansichten der Offliner zu Entwicklung und Bedeutung des Internets

Welche generelle Bewertung erfährt das Internet vor dem Hintergrund der gewachsenen Sorge der Offliner um seine Inhalte und um den Schutz der persönlichen Daten seiner Nutzer? Mit der festen Etablierung des Internets in der Medienlandschaft rechnen auch seine Nichtnutzer. Neun von zehn (auch hier wieder diejenigen mit Vorstellungen vom Internet bzw. Erfahrungen) Offlinern sind der Meinung, dass sich das Internet in der Gesellschaft ebenso etablieren wird wie die klassischen Medien Print, Hörfunk und Fernsehen, die Zustimmungswerte dazu sind seit 1999 konstant sehr hoch. Damit ist auch bei den Nichtnutzern von Online die Zukunftsperspektive des Internets klar umrissen (vgl. Abbildung 4).

Für die Offliner gehört das Internet unbestritten zu den zukunftsträchtigen Medien. Es verfügt auch aus ihrer Sicht über große Chancen und Entwicklungspotenziale. 80 Prozent der Offliner sind der Meinung, dass man durch das Internet mit Menschen in Kontakt kommt, die man sonst nicht kennen lernen würde. 65 Prozent glauben, dass durch das Internet das Verständnis für Menschen aus anderen Ländern und Kulturen wachse. Auch von einer größeren Chancengleichheit durch die Informationsmöglichkeiten des universellen Mediums Internet gehen 63 Prozent der Befragten aus. Damit werden die neuartigen Möglichkeiten des Internets von den Offlinern durchaus gesehen und auch anerkannt. Die Erwartungen erscheinen aber teilweise deutlich gedämpfter als noch vor einem Jahr. Damals waren 84 Prozent der Befragten der Meinung, dass das Internet neue kommunikative Möglichkeiten eröffne, heute stimmen noch 80 Prozent dem Statement zu, dass man durch das Internet neue Menschen kennen lerne.

Noch stärker sind der Glaube an eine Förderung der Chancengleichheit oder eine interkulturelle Verständigung durch das Internet gesunken. Im letzten Jahr glaubten noch 71 Prozent der Offliner, dass durch die unbeschränkten Zugriffsmöglichkeiten auf Informationen auch Ungleichheiten in per-

Positive Möglichkeiten des Internets werden anerkannt, aber auf niedrigerem Niveau als 2000

Fördert Internet Chancengleichheit und Toleranz? Weniger Offliner glauben daran

Auch Offliner erwarten Etablierung des Internets

sönlichen Entwicklungschancen abgebaut werden. Diese Auffassung teilen jetzt nur noch 63 Prozent. Auch die Vorstellung, über das Internet eine größere Toleranz und Verständigung mit anderen Kulturen zu entwickeln, ist deutlich (von 76% im Jahr 2000 auf 65%) zurückgegangen.

Gefahren werden weiterhin betont

Diese Verringerung der Wertschätzung des Internets in seiner globalen Bedeutung geht einher mit einer nach wie vor sehr starken Betonung der Gefahren, die vom Internet ausgehen. Die hier betrachteten Offliner mit Vorkenntnissen und Erfahrungen zu Online sind vor allem besorgt, dass durch das Internet die Verbreitung von jugendgefährdenden und extremistischen Inhalten weiter zunehmen wird. Mit 83 Prozent der Befragten ist dieser Wert sehr hoch; er ist im Vergleich zum Vorjahr weiter gewachsen. Dies korrespondiert mit dem bereits erwähnten Ergebnis zur Frage der Verbreitung extremer politischer Inhalte im Netz, die 2001 deutlich mehr Offliner als im Vorjahr für gefährlich halten.

Die Befürchtungen, dass sich durch die Entwicklung des Internets die Sozialbeziehungen der Menschen stark verändern, haben zwar im Verlauf des letzten Jahres nicht weiter zugenommen, sind aber nach wie vor sehr stark ausgeprägt. Eine deutliche Mehrheit der Nichtnutzer (56%) ist nach wie vor der Meinung, dass persönliche Kontakte zwischen den Menschen bei Internetnutzern seltener auftreten. Auch die persönliche Kommunikation erscheint durch das Individualmedium Internet begrenzter. Immerhin jeder zweite Offliner glaubt, dass durch die stärkere Individualisierung der Informationsselektion der gemeinsame Gesprächsstoff zwischen den Menschen abnehmen werde. Gegenüber dem Vorjahr aber ist diese Furcht vor sozialen Fehlentwicklungen etwas zurückgegangen (von 55% auf 50%).

Noch knapp die Hälfte hält Kosten für relevanten Faktor

Auch der Kostenfaktor Internet hat sich im Vergleich zur 2000er Studie etwas relativiert. Zwar ist immer noch fast die Hälfte der Offliner der Meinung, dass nur wenige finanziell in der Lage sein werden, sich die neuen Internetinformationsangebote zu leisten, ihr Anteil ist aber von 50 Prozent auf 47 Prozent etwas zurückgegangen. Mit diesen Ansichten korrespondiert auch die Haltung zur Verbreitung des neuen Mediums. 32 Prozent der Offliner glauben immer noch, dass die meisten Menschen die neuen Internetinformationsmöglichkeiten nicht nutzen werden (dies ist gegenüber 34% im Jahr 2000 ein leichter Rückgang).

Wenn Kostenargumente bei den allgemeinen Ansichten zum Internet in diesem Jahr etwas weniger deutlich artikuliert werden, heißt dies aber nicht, dass für die Offliner selbst die finanziellen Hürden oder Belastungen, die möglicherweise die Anschaffung des Internets erschweren, abgenommen hätten. Die notwendigen finanziellen Budgets

stellen für die Offliner, wie Abbildung 2 gezeigt hat, nach wie vor eine gewichtige Hürde für die Erlangung eines eigenen Internetzugangs dar. Zugleich scheint sich aber bei den Offlinern die Erkenntnis durchzusetzen, dass für große Teile der Gesellschaft der Kostenfaktor nicht so eminent ist, dass er einer weiteren Verbreitung des Internets entgegensteht.

Interessant ist, dass sich die Beurteilung der Entwicklung des Internets durch die verschiedenen soziodemografischen Gruppen weiter angenähert hat. In der Einschätzung der Potenziale des Internets, aber auch möglicher Fehlentwicklungen stimmen die unterschiedlichen Gruppen weitgehend überein. Von der Durchsetzung des Internets als gleichberechtigtem Medium sind die verschiedenen Generationen gleichermaßen überzeugt.

Die Problematisierung der finanziellen Belastungen durch das Internet nimmt mit zunehmendem Alter ab. Für die älteren Offliner ist das Kostenargument etwas weniger relevant als für die jüngeren. So glauben 44 Prozent der über 60-Jährigen, dass nur wenige finanziell in der Lage sein werden, sich die Internetangebote zu leisten, während es bei den 14- bis 39-Jährigen immerhin 50 Prozent sind. Hierin dürften sich unterschiedliche Einkommensverhältnisse dieser beiden Altersgruppen widerspiegeln.

Am deutlichsten ausgeprägt sind Unterschiede in der Bewertung des Internets zwischen den Menschen aus den alten und den neuen Bundesländern. In den neuen Bundesländern trifft man sehr viel häufiger auf die Meinung, dass sich viele die neuen Informationsmöglichkeiten finanziell nicht leisten können (59% in den neuen Ländern gegenüber 44% in den alten). Aber auch die an das Internet geknüpften Erwartungen sind im Osten stärker ausgeprägt. So erhoffen sich 70 Prozent eine größere Chancengleichheit (gegenüber 61% im Westen). Auch die Erwartung, über das Internet neue Menschen kennenzulernen oder auch ein größeres Verständnis für andere Länder und Kulturen zu entwickeln, ist bei den Offlinern in den neuen Bundesländern deutlich stärker ausgeprägt als bei denen in den alten Bundesländern.

Vergleich der Einstellungen von Offlinern und Onlinern

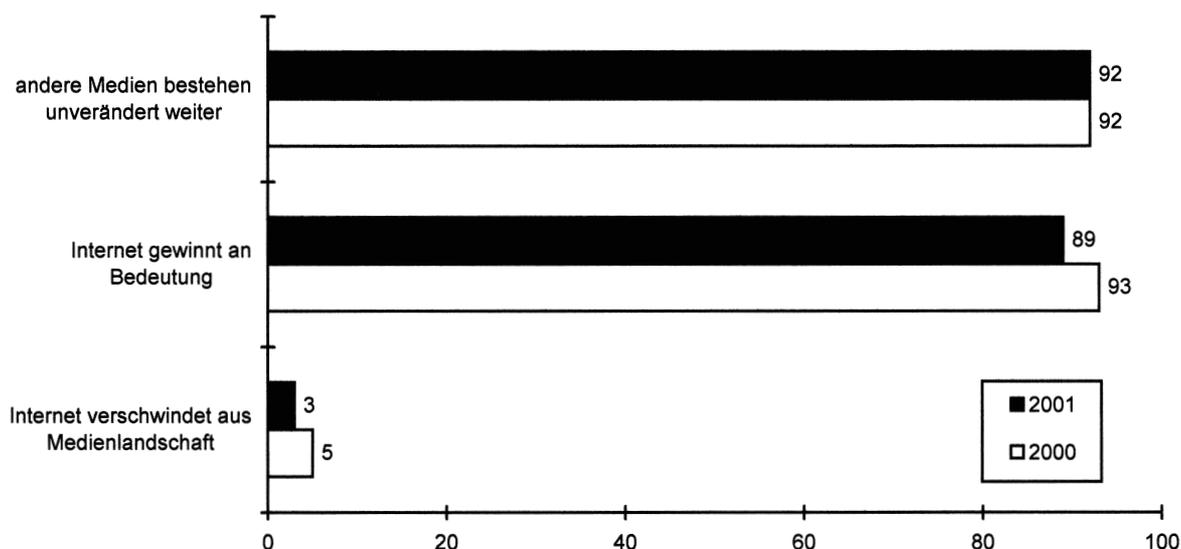
Grundsätzlich stimmen Onliner und Offliner in der Zukunftsfähigkeit des Internets überein, in seiner gleichberechtigten Etablierung neben den tradierten Medien Hörfunk, Fernsehen und Print. Onliner und Offliner sind sich einig, dass die Internetangebote in ihrer Bedeutung weiter steigen werden. 92 Prozent der Onliner und 89 Prozent der Offliner gehen von einem weiteren Bedeutungszuwachs des Internets aus. Die steigende Relevanz des Internets führt nach Ansicht der Offliner nicht zu einem essenziellen Rückgang der traditionellen Medien. Hier gehen Onliner wie Offliner von einer hohen Komplementarität und keiner Verdrängung der klassischen Medien durch das neue Medium Internet aus. 89 Prozent der Onliner und

Beurteilungen der Altersgruppen haben sich angeglichen

Unterschiede in der Internetbewertung von Offlinern in alten und neuen Bundesländern

Onliner wie Offliner erwarten gleichberechtigte Etablierung des Internets neben klassischen Medien

Abb. 5 Offliner: Zukunftserwartungen ans Internet
trifft voll und ganz/weitgehend zu, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n= 2001: 512, 2000: 500); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2001: n=387, 2000: n=407).
Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

92 Prozent der Offliner stimmen dem Statement zu, dass die anderen Medien neben dem Internet unverändert weiterbestehen werden (vgl. Abbildung 5).

Erwartung von mehr Chancengleichheit: Bei Onlinern gestiegen, bei Offlinern gesunken

Interessant ist, dass die Onliner in den letzten Jahren die im Internet liegenden Potenziale für die Realisierung größerer Chancengleichheit durch Demokratisierung von Information immer stärker sehen und anerkennen. War es vor vier Jahren nur etwa die Hälfte der Internetnutzer, die mit dem Internet auch eine größere Chancengleichheit verbanden, so sind es mittlerweile zwei Drittel aller Onliner. Das ist dieselbe Größenordnung wie bei den Offlinern, die 2001 zu 65 Prozent mehr Chancengleichheit erwarten. Während aber der Zustimmungswert bei den tatsächlichen Internetnutzern in den letzten Jahren gestiegen ist, ist er bei den Offlinern rückläufig (2000: 71 %).

Bei anderen Statements differieren die Meinungsbilder in beiden Gruppen erkennbar. Weniger Onliner (ca. 75 %) als Offliner (80 %) erwarten, dass man durch das Internet neue Menschen kennen lernt. Hier spielen vielleicht die tatsächlichen Erfahrungen eine Rolle. Immerhin 69 Prozent der Onliner sehen durch das Internet das Verständnis für Menschen aus anderen Kulturen und Ländern wachsen, also etwas mehr als bei den Offlinern (65 %). Einer möglichen Verarmung der direkten personellen Kommunikation stimmen die Online-nutzer eher nicht zu. Weniger als die Hälfte (44 %) glaubt, dass persönliche Kontakte bei Internetnutzern seltener auftreten; weniger als ein Drittel fürchtet um abnehmenden gemeinsamen Gesprächsstoff. Beide Befürchtungen werden dagegen wie dargestellt auch 2001 noch von mehr als der Hälfte der Offliner gehegt.

Auch der Kostenfaktor spielt bei den Onlinern eher eine untergeordnete Rolle. Inzwischen glauben weniger als ein Drittel, dass finanzielle Gründe eine Hürde im Zugang zu den Informationsangeboten des Internets sein könnten.

Kostenfaktor bei Onlinern weniger bedeutend

Mit 77 Prozent sind die Onliner zwar zu einem geringeren Anteil als die Offliner (83 %) überzeugt, dass jugendgefährdende und extremistische Inhalte im Internet zunehmen werden. Aber ihre diesbezüglichen Befürchtungen sind im Vergleich zum Vorjahr um 6 Prozent deutlich gestiegen. Eine überwältigende Mehrheit sowohl derjenigen, die das Internet nutzen, als auch der Nichtnutzer sind also von diesem Gefahrenpotenzial des Mediums Online überzeugt.

Welche Images verbinden Onliner und Offliner mit dem Medium Internet? Wie unterscheidet es sich in dieser Frage von den klassischen Medien Fernsehen, Radio, Tageszeitung? Befunde dazu liefert die achte Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in deren Rahmen im Sommer 2000 insgesamt 5 000 repräsentativ ausgewählte deutsch sprechende Personen ab 14 Jahren befragt wurden. Die Studie „ermittelt Images, Akzeptanz und Bindungsstärke für einzelne Medien und im Intermediavergleich, Funktionsverschiebungen zwischen den Medien sowie Veränderungen im Stellenwert, der den Medien von den Nutzern zugewiesen wird“. (2)

Studie Massenkommunikation 2000 weist markante Unterschiede zwischen Onlinern und Offlinern aus

④ **Offliner und Onliner: Medienimages im Vergleich**

trifft am ehesten zu auf ..., in %

	Fernsehen		Radio		Tageszeitung		Internet	
	Onliner	Offliner	Onliner	Offliner	Onliner	Offliner	Onliner	Offliner
anspruchsvoll	18	41	9	14	42	31	31	14
modern	10	42	4	9	2	6	84	43
zukunftsorientiert	11	38	3	6	3	10	84	45
vielseitig	21	51	6	12	9	18	63	19
unterhaltend/ unterhaltsam	65	70	23	24	2	4	10	2
aktuell	28	48	17	18	23	23	32	10
informativ	21	40	10	15	34	36	35	9
glaubwürdig	21	41	14	17	49	37	16	4
sympathisch	32	49	31	31	16	17	21	2

Basis: 5 017 Erwachsene ab 14 Jahren; Offliner: n=3 619; Onliner: n=1 397.

Quelle: Massenkommunikation 2000.

84 % der Onliner, aber nur 43 % der Offliner weisen Internet das Image „modern“ zu

Die auftretenden Unterschiede zwischen Offlinern und Onlinern in den Imagezuschreibungen, von denen hier einige näher beschrieben werden, betreffen dabei nicht nur das Medium Internet. Die Nutzung des Internets hat auch Auswirkungen auf die bestehenden Images der anderen Medien. So ist für 42 Prozent der Offliner das Fernsehen das Medium, auf welches am ehesten die Aussage „ist modern“ zutrifft, bei den Onlinern sind es nur 10 Prozent. In beiden Gruppen erhält aber das Internet hier im Medienvergleich die höchsten Prozentwerte, wenn auch auf sehr unterschiedlichem Niveau (Onliner 84%, Offliner 43%) (vgl. Tabelle 4).

Kriterien vielseitig, unterhaltend, informativ: Unterschiede zwischen Onlinern und Offlinern

Bezogen auf das Medium Internet ist der Unterschied zwischen Onlinern und Offlinern auch in der Imagezuschreibung „ist vielseitig“ besonders groß. Während 63 Prozent der Onliner angeben, auf das Internet treffe am ehesten diese Aussage zu, sind es bei den Offlinern nur 19 Prozent. Die Zuschreibung „ist unterhaltend“ trifft für beide Gruppen am ehesten auf das Fernsehen – mit großem Vorsprung vor dem Hörfunk – zu. Hier hat selbst bei den Onlinern das Internet kaum das Image eines Unterhaltungsmediums. Es kann bei den Onlinern aber als Informationsmedium den ersten Platz erzielen, gefolgt von der Tageszeitung und dem Fernsehen. Für die Offliner ist hingegen das Fernsehen das Medium, auf das am ehesten die Beschreibung „ist informativ“ passt, gefolgt von Tageszeitung, Radio und dann erst dem Internet.

Kriterium sympathisch: Geringe Zustimmungswerte für Internet

Die vergleichsweise rationale, informationsorientierte, weniger gefühlsgesteuerte Nutzung des Mediums Internet kommt auch in den geringen Werten für die Aussage „ist sympathisch“ zum Ausdruck. Nur für 21 Prozent der Onlinernutzer ist das Internet das sympathischste Medium; hier erzielen Fernsehen und Radio höhere Werte. Bei den Online-Nichtnutzern sind es sogar nur 2 Prozent, die das Internet sympathisch finden.

Welche Faktoren könnten das Internet für Offliner interessanter machen?

Von welchen Faktoren könnten nach Ansicht der Offliner relevante Impulse für die weitere Verbreitung des Internets in der Gesellschaft ausgehen? Könnte eine Kostenreduzierung einen weiteren Schub in den Nutzungsraten auslösen oder ist verstärkt an technischen Vereinfachungen in der Bedienbarkeit zu arbeiten?

Insgesamt erscheint das Internet den Offlinern immer noch als ein Medium, das einen hohen technischen Sachverstand voraussetzt. Gegenüber dem letzten Jahr werden aber die Zugangshürden weniger hoch eingeschätzt, und die Wahrnehmung eines komplizierten technischen Handlings hat sich doch etwas relativiert. 71 Prozent der Offliner wünschen sich, dass das Internet genau so leicht anschließbar sei wie ein Radio- oder Fernsehgerät (2000: 82%). Für 68 Prozent wäre das Internet interessant, wenn es genau so leicht zu bedienen wäre wie die TV-Fernbedienung (2000: 82%). Auch das Angebot kostenloser Schulungen könnte den Offlinern helfen, ihre vermutete technische Unerfahrenheit abzubauen. 67 Prozent würden solche kostenfreien Schulungsangebote begrüßen (gegenüber 78% im Vorjahr) (vgl. Abbildung 6).

Auch eine mögliche Konvergenz von Internet und Fernsehgerät erscheint vielen Offlinern als sehr attraktiv. In ihrer Vorstellung verbindet sich eine Verschmelzung von Internet und Fernsehen mit einem unkomplizierteren Zugang zum Internet sowie einer größeren Bedienungsfreundlichkeit. Eine Internetnutzung über den Fernseher würde für 61 Prozent der Befragten die Zugangsschwellen zum Internet deutlich reduzieren (2000: 74%).

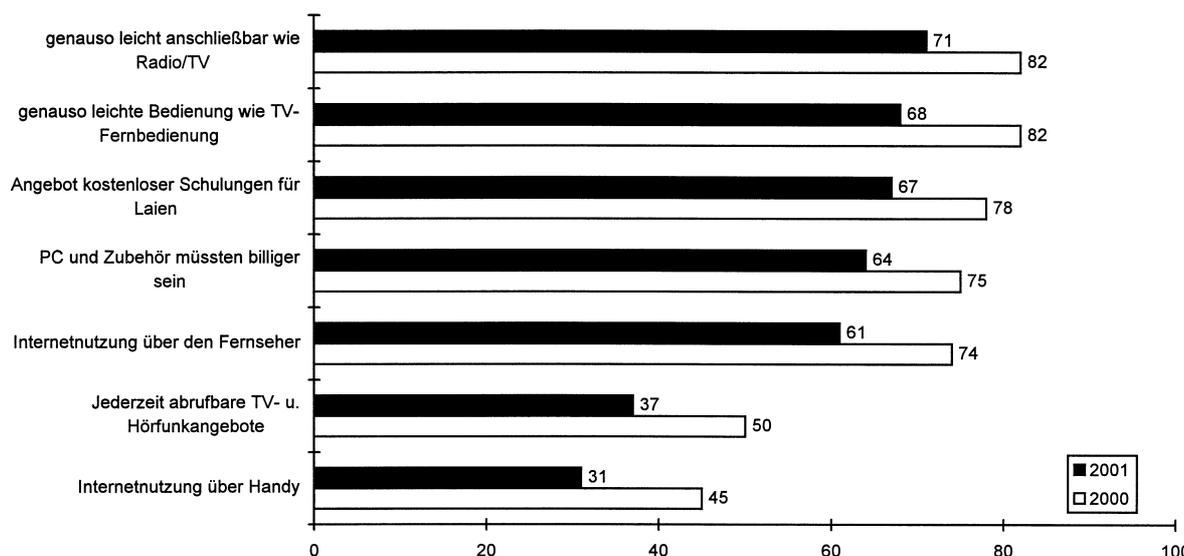
Auch die Verbilligung von Computerhardware und -software hätte unzweifelhaft positive Effekte auf die Bereitschaft der Offliner, sich einen eigenen Internetzugang zuzulegen. Immerhin fast zwei Drittel der Nichtnutzer meinen, dass eine Kostenreduzierung für PCs und deren Zubehör ein Anreiz für eine Internetinstallation sein könnten. Auch

Lösungen für technische Hürden und Bedienungsschwierigkeiten wären hilfreich

Viele wünschen Internetzugang über Fernseher, aber weniger als im Vorjahr

Verbilligung nach wie vor wichtiger Anreiz, aber auf niedrigerem Niveau als 2000

Abb. 6 Offliner: Veränderungen, die das Internet interessant machen würden
bin sehr/etwas interessiert, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n= 2001: 512, 2000: 500); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2001: n=387, 2000: n=407).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

dieser Wert hat sich im Vergleich zum Vorjahr von 75 Prozent auf 64 Prozent reduziert.

Festgehalten werden kann: Wichtige Impulse für eine weitere Internetverbreitung gehen nach Meinung der Offliner nach wie vor von niedrigeren Anschaffungskosten für die technischen Neuerungen sowie einer stärkeren Anpassung des technischen Handlings an die im Umgang mit dem Fernsehen erworbenen Kompetenzen aus. Demgegenüber bleiben solche Entwicklungen wie die Möglichkeit, jederzeit attraktive Hörfunk- und Fernsehangebote im Internet abrufen zu können oder auch die Nutzung des Internets über das Handy, vorerst ohne nennenswerte Wirkungen auf die Offliner. Der Abruf von Fernseh- und Hörfunkangeboten ist für 37 Prozent der Offliner von Interesse; der Zugang zum Internet über das Handy für 31 Prozent.

Vor allem für jüngere wäre leichtere Handhabung und Verbilligung wichtiger Anreiz

Die Forderungen nach Aufhebung der im technischen bzw. finanziellen Bereich liegenden Zugangsbeschränkungen zum Internet werden mit besonderem Nachdruck von der Gruppe der 14- bis 39-Jährigen artikuliert. Es ist davon auszugehen, dass in dieser Gruppe nach wie vor das größte Potenzial für weitere Wachstumsraten im Onlinebereich liegt. Auch wenn heute schon in der Gruppe der 14- bis 39-Jährigen fast zwei Drittel online sind, so ist zugleich davon auszugehen, dass es auch in dieser Gruppe zukünftig weitere deutliche Steigerungsraten geben wird. Allein vor dem Hintergrund, dass bei einer Mehrheit dieser Altersgruppe das Internet mittlerweile Standard ist, wächst auch der soziale Druck auf die Offliner, sich diesen Entwicklungen anzupassen. Insofern könnten gerade für diese Gruppe kostengünstige Offerten sowie ein Abbau technischer Zugangsschwellen von größtem Interesse sein.

Diese Differenzierung bedeutet aber auch, dass für die Älteren hier sehr viel weniger Anreize liegen, für sie auf diesen Feldern auch weniger Anreize geschaffen werden können, um das Interesse an dem neuen Medium Internet zu wecken und sie zu aktiven Nutzern werden zu lassen.

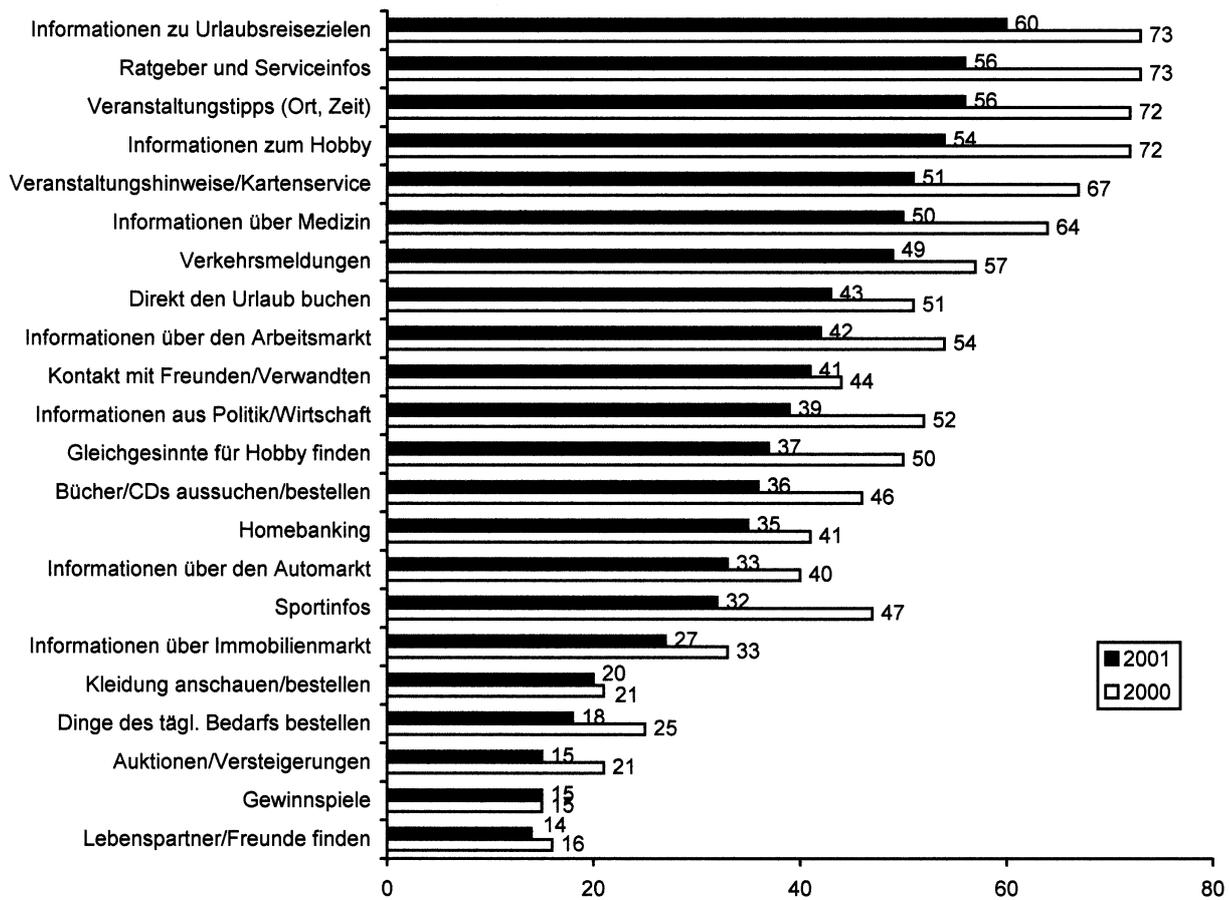
Interesse an Angeboten im Internet

In den Vorstellungen der Offliner bietet das Internet durchaus eine Fülle von Informationen an, die für sie von Interesse sein können. Sie werden auch als sehr attraktiv bewertet, haben aber bisher noch kein tatsächliches Initial zur Teilhabe an der Internetwelt ausgelöst.

Im Mittelpunkt des Interesses der Offliner – wiederum derjenigen mit Vorstellungen bzw. Erfahrungen zu Online – stehen nach wie vor Informationen aus dem Bereich von Freizeit und Urlaub. Dieser zentrale Befund stimmt auch mit den Ergebnissen des Vorjahres überein. Das Ranking der Interessen der Offliner ist relativ stabil. Verändert aber hat sich der Grad der persönlichen Interessiertheit. Für die Offliner im Jahr 2001 erscheint die Nutzung bestimmter Internetangebote weniger reizvoll als noch in den Vorjahren. Das Interesse an den verschiedenen Informationsofferten ist insgesamt rückläufig. Mit 60 Prozent am stärksten interessiert sind die Offliner an Informationen über Urlaubs- und Reiseziele. Des Weiteren artikulieren die Nichtnutzer mehrheitlich ein Interesse an Ratgeber- und Serviceinformationen (56%), sie möchten heraus-

Onlineangebote mit Alltagsrelevanz im Zentrum des Interesses

Abb. 7 Offliner: Interesse an Angeboten im Internet
bin sehr/etwas interessiert, in %



Basis: Befragte ab 14 Jahren in Deutschland, die Online nicht nutzen (n= 2001: 512, 2000: 500); Teilgruppe: Befragte, die früher Online genutzt haben oder eine Vorstellung von Online haben (2001: n=387, 2000: n=407).

Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001.

finden, wo und wann interessante Veranstaltungen stattfinden (56%), nützliche Informationen zum eigenen Hobby abfragen (54%), aktuelle Veranstaltungshinweise und Kartenservice nutzen (51%) sowie Informationen über Medizin und Heilmethoden bekommen (50%). Damit stehen – wie in den Vorjahren – im Fokus des Interesses Onlineangebote, die eine hohe Alltagsrelevanz haben und unmittelbar verwertbar sind für die Gestaltung des persönlichen Lebens (vgl. Abbildung 7).

dung oder Waren des täglichen Bedarfs zu nutzen oder an Onlineauktionen teilzunehmen. An Gewinnspielen im Internet sind 15 Prozent der Befragten interessiert. 14 Prozent können sich vorstellen, über das Internet ihren Lebenspartner bzw. neue Freunde zu finden.

Aktuelle Nachrichten und Info weniger interessant

Weniger wahrgenommen wird das Internet von den Offlinern in seiner Funktion als Anbieter aktueller Nachrichten und politischer Informationen (39%). Auch die Möglichkeiten, sich hier aktuell über den Arbeitsmarkt zu informieren, einen neuen Arbeitsplatz zu finden, trifft bei den Offlinern auf ein eher geringeres Interesse (42%).

Die Interessen der Offliner variieren zum Teil sehr stark in Abhängigkeit vom Alter. Bei den unter 40-Jährigen stehen vor allem Informationen zu interessanten Veranstaltungen, aber auch zum Arbeitsmarkt im Vordergrund. Ältere Onlineinteressierte suchen vor allem nach Service- und Ratgeberinformationen, nach Verkehrsmeldungen sowie nach medizinischen Angeboten. Informationen zum Urlaub sowie zum eigenen Hobby stehen bei beiden Gruppen ganz oben in der Interessenshierarchie.

Interessen variieren nach Altersgruppen

Funktion als elektronischer Marktplatz und Kontaktbörse für Offliner wenig reizvoll

Kaum reizvoll erscheint den Offlinern das Internet als elektronischer Marktplatz oder als Börse zum Kennen lernen von Freunden oder Lebenspartnern. Weniger als 20 Prozent der Offliner können sich vorstellen, das Internet zum Einkauf von Beklei-

Für die Offliner ist insgesamt zu konstatieren, dass das Interesse an den vielfältigen Angeboten des Internets über alle Altersgruppen hinweg nachlässt. Dies schlägt sich auch in sich abschwächenden Anschaffungsstimuli nieder. Sahen im letzten Jahr noch knapp 40 Prozent der Nichtnutzer mit Vorstellungen von Online in den Angebotsweiten des Internets einen Anreiz für die Installation eines

Attraktivität der Onlineangebote für Nichtnutzer 2001 eher gesunken

eigenen Anschlusses, so hat sich in diesem Jahr mit 27 Prozent das Interessentenpotenzial deutlich reduziert.

Die stärksten Wachstumsraten versprechen für die Zukunft noch die unter 40jährigen sowie die höher Gebildeten. Aber auch in diesen Gruppen sind es mittlerweile keine Mehrheiten, für die die inhaltlichen Möglichkeiten des Internets ein starker Motivationsfaktor für einen eigenen Onlinezugang sein könnten.

Fazit

Das Internet hat sich auch in den Vorstellungen der Offliner als ein zukunftssträchtiges Medium etabliert. Auch die Nichtnutzer von Online gehen davon aus, dass das Internet an Bedeutung gewinnen und sich als gleichberechtigtes Medium wie die klassischen Medien Hörfunk, Fernsehen und Print etablieren wird. Dies führt jedoch nicht zwangsläufig dazu, dieses Medium selbst nutzen zu wollen.

Vorbehalte: Gefahr durch extremistische Inhalte, Zweifel an Datensicherheit

In einigen Punkten haben sich die Vorbehalte der Offliner gegenüber dem Internet im Vergleich zum Vorjahr verstärkt. So ist die Besorgnis um die Gefährlichkeit im Internet verbreiteter extremer politischer Inhalte deutlich gestiegen. Ebenfalls gewachsen ist die Sorge um die Datensicherheit im Web.

Größerer Anteil der Offliner bezweifelt Glaubwürdigkeit von Internetinhalten

Ein gutes Viertel der Offliner hegt mittlerweile Zweifel an der Glaubwürdigkeit im Internet verbreiteter Inhalte, deutlich mehr als vor zwei Jahren. Zu diesem Bild eines schleichenden Glaubwürdigkeitsverlustes des Internets passt, dass im Jahr 2001 deutlich mehr Offliner als 1999 der Meinung waren, die klassischen Medien Fernsehen, Radio und Zeitung reichten als Informationsquelle aus.

Pragmatische Hürden verlieren etwas an Relevanz

Bei eher auf einer pragmatischen Ebene liegenden Zugangshindernissen wie Zahlungsbereitschaft oder technische Bedienbarkeit tendieren die Entwicklungen etwas ambivalent. Der Kostenfaktor ist für die Hälfte der Offliner immer noch ein starkes Argument, ihre Nichtteilhabe am Internet zu begründen. Zugleich aber hat sich das Gewicht einer weiteren Verbilligung der technischen Komponenten für künftiges Wachstum etwas reduziert. Auch die Vereinfachung der technischen Bedienbarkeit ist zwar immer noch eine relevante Forderung der Online-Nichtnutzer, ihre Bedeutung aber hat sich im Gesamtkontext möglicher Wachstumsfaktoren verringert.

Möglichkeiten des Internets haben bei Offlinern etwas Faszination verloren

Insgesamt hat das Medium Internet bei den Offlinern etwas an Attraktivität und Faszination eingebüßt. Das Interesse an der Vielfalt der inhaltlichen Angebote der Internetwelt ist gesunken. Vermutlich decken die traditionellen Medien die Informationsbedarfe der Offliner hinreichend und zufriedenstellend ab.

Komplex von Faktoren für Internetabstimmungsverantwortlich

Offliner zu sein, rührt heute aus einem Komplex sehr unterschiedlicher Faktoren. Man trifft bei ihnen kaum auf eine direkte Ablehnung des Internets, eher sind hier Indifferenz oder Desinteresse

charakteristisch. Für die Offliner gibt es (noch) keinen wirklich drängenden Bedarf, sich die Vorteile und Potenziale des Internets anzueignen, sie selbst aktiv zu nutzen. Das Internet wird in dieser Gruppe noch nicht gebraucht als ein notwendiges Handwerkszeug für den Job oder die Schule, das Studium. Auch als Informationsanbieter oder neues Unterhaltungsmedium erscheint es verzichtbar. Die persönliche Kommunikation kommt ohne E-Mail aus.

Durch die Distanz der Offliner zu den neuen Entwicklungen im Kommunikationsbereich entkoppeln sie sich zunehmend und möglicherweise auch langfristig von wichtigen Formen gesellschaftlicher Informationsvermittlung und Kommunikation. In dem Maße, wie sich eine solche Entwicklung manifestiert, wächst auch das Risiko einer Zerteilung der Gesellschaft in Onliner und Offliner. Die beiden Gruppen unterscheiden sich vor allem in solchen sozioökonomischen Variablen wie sozialer Status, Alter und Bildung.

Prognosen, wie sich die weitere Verbreitung des Internets entwickeln wird, sind schwer zu wagen. Sehr unterschiedlich sind die Einflussfaktoren, die am Ende die weitere Verbreitung bestimmen werden. In dem äußerst dynamischen und hochkomplexen Mediensystem werden vor allem Notwendigkeiten, die aus Arbeit und Beruf resultieren, sowie ein bestimmter sozialer Anpassungsdruck entscheidend sein für die weitere gesellschaftliche Durchsetzung des Internets. Für die Offliner muss sich die Nützlichkeit und der Erlebniswert des Internets erschließen. Solange die Offliner die Vorteile dieses neuen Mediums für ihre Lebenswelt noch nicht entdeckt haben, solange die Integration des Internets in ihren Alltag kein Mehr an Bedürfnisbefriedigung oder sozialer Anerkennung verspricht, solange wird das Internet zwar auch bei den Offlinern als hochakzeptiert und modern gelten, aber es wird einer Medienwelt angehören, die noch nicht die eigene geworden ist.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Grajczyk, Andreas/Annette Mende: Nichtnutzer von Online: Zugangsbarrieren bleiben bestehen. ARD/ZDF-Offline-Studie 2000. In: Media Perspektiven 8/2000, S. 350-358.
- 2) Vgl. Ridder, Christa-Maria/Bernhard Engel: Massenkommunikation 2000. Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. Ergebnisse der 8. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung. In: Media Perspektiven 3/2001, S. 102-125.

Weitere Internetverbreitung schwer zu prognostizieren

