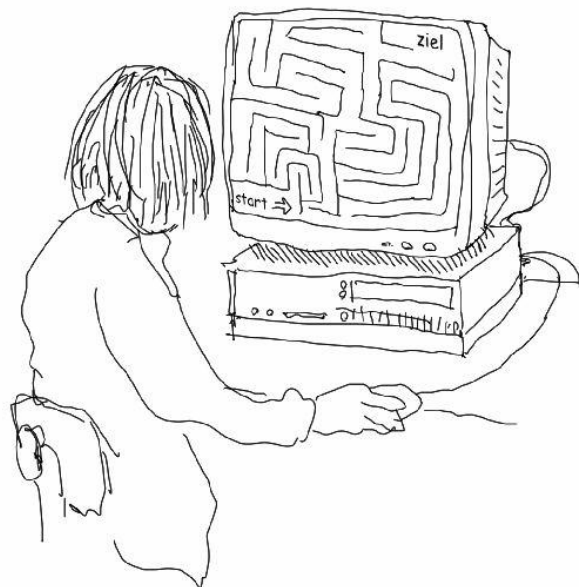


Thema des Monats März 2010

Neue Medien für ältere Menschen



Impressum:

Inhalte und Gestaltung: Marlen Holnick

Sozialverband VdK Rheinland-Pfalz e. V., Kaiserstraße 62, 55116 Mainz

E-Mail: rheinland-pfalz@vdk.de

Internet: www.vdk.de/rheinland-pfalz

© Sozialverband VdK Rheinland-Pfalz, Februar 2010

Die Inhalte wurden sorgfältig erarbeitet. Es kann jedoch keine Gewährleistung für Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit übernommen werden.

Die in dieser Informationsmappe verwendeten männlichen Bezeichnungen dienen ausschließlich der besseren Lesbarkeit und gelten ausdrücklich für beide Geschlechter. Eine Diskriminierung weiblicher Personen wird damit nicht beabsichtigt.

Inhaltsverzeichnis

I. Medien	4
II. Zielgruppe Ältere	4
III. Allgemeines Medienverhalten der Altersgruppe 50plus	5
IV. Analyse der Internetnutzer 2009	6
V. Allgemeine Bedeutung des Internets	7
VI. Bedeutung des Internets für Ältere	7
VII. Beispiele für altersspezifische Internetseiten	8
VIII. Medienkompetenz vermitteln und verbessern	8

I. Medien

Unsere Gesellschaft entwickelt sich zur Mediengesellschaft. Medien sind aus der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Fast jeder nutzt sie, fast jeden Tag. Medien sind ein Abbild der Realität und sie prägen diese gleichzeitig mit.

Zu den klassischen Medien der öffentlichen Kommunikation gehören Fernsehen, Bücher, Filme, Radio (Hörfunk), Zeitungen und Zeitschriften. Kommunikation findet jedoch auch beim Arzt und in der Apotheke, im Fitnessstudio oder im Sportverein sowie zu Hause statt.

Der Begriff „Neue Medien“ wird in Deutschland seit etwa 30 Jahren verwendet und kennzeichnet mittlerweile Verfahren der Informationsverarbeitung und -verbreitung, die auf neuen Technologien beruhen. Hierzu werden das Internet, Computerspiele und der Bereich der Telekommunikationsdienste gezählt. Dass das Internet zu den neuen Medien gezählt wird, kommt zum einen daher, weil es erst seit den 90er Jahren für die Allgemeinheit tauglich ist. Zum anderen liegt es daran, dass die Technik heutzutage sehr kurzen Entwicklungszyklen unterliegt und sich daher schnell verändert. Diejenigen, die sich der neuen Medien bedienen wollen, müssen sich dem anpassen. Aber auch die Medien müssen sich den Benutzern anpassen.

II. Zielgruppe Ältere

Medien und Rente haben mitunter mehr miteinander gemeinsam, als es vielleicht auf den ersten Blick zu vermuten ist. Die Deutsche Rentenversicherung muss sich seit einigen Jahren mit den Auswirkungen des demografischen Wandels auseinandersetzen. Das bedeutet, dass immer mehr Deutsche immer älter werden und gleichzeitig weniger Junge nachwachsen. Somit steigt auch die Anzahl von Rentenbeziehern.

Wie reagieren die Medien auf die Situation der Altersverschiebung? Computer und Internet als neue Medien sind vor allem im Arbeitsleben wichtig, sodass die Forschung und Entwicklung bislang vermehrt den jüngeren Altersgruppen Aufmerksamkeit geschenkt hat. Aber auch die älteren Menschen stellen einen immer größer werdenden Anteil der so genannten Mediengesellschaft dar. Die Älteren werden nicht nur immer älter, sie sind auch vielfach sehr konsumfreudig. Daher stellen sich auch die Medien zunehmend auf diese Zielgruppe ein. Zukünftig sollen sich die älteren Menschen in der immer stärker medial und technisch orientierten Gesellschaft noch besser zurechtfinden.

Der Ruhestand sollte seitens der Gesellschaft keineswegs mit Unproduktivität gleichgesetzt werden. Zudem ist nicht verallgemeinernd davon auszugehen, dass sich jeder ältere Mensch mit den neuen Medien schwer tut. Die Verbindung von Alter und Medien sollte nicht negativ stigmatisiert sein. Im Zusammenhang mit dem Problem des demografischen Wandels wird immer auf das Phänomen der Überalterung hingewiesen. Nur selten wird der Begriff der Unterjüngung verwendet, der die gesellschaftliche Realität in einem anderen Licht darstellt.

Im Rahmen der Analyse des Mediennutzungsverhaltens von älteren Menschen ist allerdings zunächst hinsichtlich der Definition von Alter zu differenzieren. Inzwischen setzt sich langsam eine Differenzierung dahin gehend durch, dass beispielsweise vom 3. und 4. Lebensalter gesprochen wird. Das 3. Lebensalter umfasst dabei die gesellschaftliche Teilnahme der aus der Erwerbswelt Ausgeschiedenen, das 4. Lebensalter setzt etwa ab dem 80. Lebensjahr an. Als Senior wird ein älterer Mensch bezeichnet, der sich im Ruhestand befindet. Es geht somit nicht um ein bestimmtes Alter, sondern eher um eine Lebensphase, den Ruhestand. Das gesetzliche Renteneintrittsalter ist derzeit ab dem 65. Lebensjahr, ab dem Jahr 2012 mit dem 67. Lebensjahr. Zahlreiche Studien zum Thema Mediennutzung von Älteren orientieren sich jedoch an der Altersgrenze ab 50 Jahren, da es bei der Analyse des Medienverhaltens um ältere Menschen im Allgemeinen und nicht speziell um Personen in der nachberuflichen oder nachfamiliären Phase geht.

Altern ist ein mehrdimensionaler Prozess, der neben dem kalendarischen Aspekt auch in körperliche, psychische, soziale und subjektive Faktoren zu untergliedern ist. Die Gruppe „ältere Menschen“ ist keine homogene Gruppe. Sie unterscheidet sich auch innerhalb der Gruppe in Alter, Geschlecht, Bildung, Gesundheitszustand, Mobilität, sozialer Lage, verfügbarer Zeit, Kompetenzen und Interessen.

Medien können älteren Menschen eine gewisse Sicherheit im Lebensalltag bieten. So können zeitlich fixierte und periodisch erscheinende Medien wie beispielsweise eine Wochenzeitung im Übergang in den Ruhestand helfen, Zeit zu strukturieren und dem Alltag einen gewissen Rhythmus zu geben. Flexible Medien wie beispielsweise die Internetnutzung passen sich hingegen den persönlichen Zeitschemata an.

III. Allgemeines Medienverhalten der Altersgruppe 50plus

Medium	Regelmäßige Nutzung in Prozent
Fernsehen	99,6 %
Zeitung lesen	98,1 %
Zeitschriften lesen	97,2 %
Radio hören	94,4 %
Bücher lesen	76,5 %
Onlinedienste nutzen	25,4 %
Video-/Computer spielen	8,2 %

(Medienanalyse 2008)

Wenngleich das Leben von älteren Menschen in den Medien in den letzten Jahren zunehmend berücksichtigt wird, ist doch festzustellen, dass das Stereotyp von agilen, dynamischen Älteren dominiert. Insbesondere Medienproduktionen für das Fernsehen präsentieren die Älteren zumeist als ewig jung Aussehende und Aktive, altersspezifische Probleme bleiben außen vor. Aber auch Sendungen für die Allgemeinheit der älteren Menschen, wie beispielsweise Abende der Volksmusik, haben inzwischen eine feste Stellung auf dem medialen Markt eingenommen. Mit steigendem Alter nehmen die persönlichen Kontakte ab und die Fernsehnutzung erreicht eine zentrale Funktion. Hieran orientieren sich auch die Angebote der Medienverantwortlichen.

Medienstudien belegen, dass ältere Menschen allerdings auch überdurchschnittlich oft Zeitung lesen. An den lokalen Teil der Tageszeitung haben laut einer Umfrage die Älteren ab 60 Jahren die engste Bindung. Die lokale Zeitung fungiert als Vermittler der Nahwelt, die die Älteren kennen oder auch noch persönlich erfahren können. Während Männer vornehmlich Artikel über die Bereiche Sport, Politik und Wirtschaft lesen, bleiben die so genannten bunten Seiten den Frauen vorbehalten. Diese Aufteilung entspricht den Studien für Fernsehprogramme.

Für die personale Kommunikation muss auch das Telefon mit einbezogen werden, das von den Älteren fast jeden Tag genutzt wird.

Das Internet wird jedoch unterdurchschnittlich häufig genutzt. Das bedeutet, dass die etablierten Medien nach wie vor die wichtigsten und extensiv genutzten Kommunikationsmittel für Information, Unterhaltung, Abwechslung und Kontakt zur Außenwelt sind. Dennoch findet sich im Internet inzwischen eine Fülle von altersspezifischen Informationen für Senioren.

IV. Analyse der Internetnutzer 2009

Alter	Internetnutzer
14- bis 29-Jährige	96,1 %
30- bis 49-Jährige	84,2 %
Über 50-Jährige	44,7 %

Der Anteil aller Internetnutzer ist in Deutschland 2009 auf 67,1 Prozent angestiegen, im Jahr 2008 waren es noch 65,8 Prozent. 43,5 Millionen der bundesdeutschen Erwachsenen nutzen das Internet.

Laut (N)Onliner-Atlas 2009 sind etwa 55 Prozent der über 50-Jährigen und damit mehr als 18 Millionen Menschen in Deutschland noch keine Internetnutzer. Angesichts der zunehmenden Bedeutung des Internets ist diese Zahl sehr hoch, wengleich die Anzahl der älteren Internetnutzer in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen hat. Die vollständige Integration Älterer in die Informationsgesellschaft ist also noch nicht vollzogen.

Auch im Vergleich zu anderen europäischen Ländern, wie beispielsweise Dänemark oder die Niederlande, wird das Internet durch ältere Menschen verhältnismäßig wenig genutzt.

Allerdings gibt es bei den Internetnutzern ab dem Alter von 50 Jahren auch innerhalb Deutschlands große regionale Unterschiede. Während beispielsweise Sachsen-Anhalt und Brandenburg bei dieser Bevölkerungsgruppe eher die Schlusslichter hinsichtlich der Internetnutzung sind, liegen Schleswig-Holstein und Hessen ganz vorn.

Außerdem sind auch extreme geschlechtsspezifische Unterschiede zu berücksichtigen. In der Altersgruppe ab 70 Jahren stellen Frauen zwar in Deutschland etwa 55 Prozent, aber nur ein Viertel von ihnen nutzt das Internet. Der überwiegende Teil der älteren Internetnutzer ist somit männlich. Allerdings sollte für alle älteren Menschen ein Anreiz geschaffen werden, dass sie durch entsprechende Angebote Erfahrungen im Umgang mit dem Internet sammeln beziehungsweise vorhandenes Wissen ausbauen können. In diesem Medienbereich werden zukünftig von der älteren Generation die größten Wachstumspotentiale ausgehen.

V. Allgemeine Bedeutung des Internets

Die neuen Medien, wie das Internet, haben direkte und indirekte Auswirkungen auf den Lebensalltag des Einzelnen sowie die Gesamtgesellschaft. Zunehmend werden auch Alltagsvorgänge per Internet erledigt: Versenden von elektronischer Post (E-Mail), Online-Banking (Bankgeschäfte über das Internet), Online-Ausleihen bei Bibliotheken, Online-Bestellungen beispielsweise in Katalogen, Online-Buchungen von Reisen sowie Weiterbildungen an virtuellen Hochschulen und Volkshochschulen. Der Begriff Electronic-Banking - beziehungsweise die Synonyme E-Banking, Online-Banking, Tele-Banking und Elektronisches Bankgeschäft (E-Bank) - bezeichnen Bankgeschäfte, die in elektronischer Form abgewickelt werden.

Das Internet gibt Menschen die Möglichkeit, sich unabhängig von Wohnort und Lebenssituation umfassend weltweit über alle Themen des persönlichen Interesses, wie beispielsweise Gesundheitsfragen, politische Ereignisse sowie wirtschaftliche oder ökonomische Angelegenheiten, zu informieren. Via elektronischer Post (E-Mail) oder durch eine Beteiligung an virtuellen Diskussionsforen ist ein Austausch und eine Zusammenarbeit sowohl innerhalb einer Altersgruppe als auch generations- und altersübergreifend möglich.

VI. Bedeutung des Internets für Ältere

Wenn man den Suchbegriff „Senioren“ bei der Suchmaschine Google eingibt und Seiten aus Deutschland in den Blick nimmt, kommt man derzeit auf über 9 Millionen Treffer. Diese Zahl sagt allerdings nichts über deren Qualität aus. Dennoch verdeutlicht diese Trefferzahl, dass das Internet bei den Älteren an Bedeutung gewinnt.

Wenn für ältere Menschen aus finanziellen, technischen oder sonstigen Gründen ein Internetanschluss zu Hause nicht möglich ist, besteht inzwischen auch die Möglichkeit, ein Internet-Café aufzusuchen. An vielen Orten gibt es bereits Internet-Cafés für Senioren. Nicht zuletzt aus Gründen der Praktikabilität nutzen jedoch die meisten Älteren, wie auch der überwiegende Teil der Jüngeren, das Internet von zu Hause aus. Insbesondere bei einer eingeschränkten Mobilität kann das Internet diese bis zu einem gewissen Grad kompensieren. Zudem kann das Internet das Gefühl vermitteln, auch im Alter noch offen für die Zukunft und für Neues zu sein sowie am gesellschaftlichen Leben teilzuhaben.

Zwar wird das Internet inzwischen auch von den Älteren für Alltagsgeschäfte genutzt, die Art und Weise der Nutzung unterscheidet sich jedoch gegenüber den jüngeren Menschen. In den meisten Fällen suchen die Älteren zielgerichtet nach bestimmten Informationen, eine ziellose Suche erfolgt nur sehr selten. Insbesondere ältere Nutzerinnen wägen nach einer ersten „Schnupperphase“ persönlichen Nutzen (informative und kommunikative Gewinne) und Kosten (Lernaufwand, zeitlicher, technischer und finanzieller Aufwand) ab, bevor sie das Internet dauerhaft nutzen oder sich für einen Internetanschluss entscheiden.

Am meisten wird das Versenden von elektronischer Post (E-Mail) bzw. das Bildtelefon (z. B. Skype) von den Älteren genutzt, um mit der Familie oder Gleichgesinnten zu kommunizieren.

VII. Beispiele für altersspezifische Internetseiten

Auf folgenden Websites sind interessante und allgemein hilfreiche Informationen zu finden:

- www.bmfsfj.de (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend)
- www.senioreninformation.de/
- www.vision50plus.de
- www.senioren-ratgeber.de
- www.seniorenportal.de

Auch der Sozialverband VdK bietet Internetinteressenten eine Plattform. Unter der Internet-Adresse www.vdktv.de können sich Interessierte über 100 Filmbeiträge unter anderem zu den Themen Sozialpolitik und -recht, Barrierefreiheit, Sport und Gesundheit.

Um sich mit anderen auszutauschen, können außerdem folgende Netzwerke interessant sein:

- www.senioren-initiativen.de
- www.seniorennet.de
- www.seniorentreff.de
- www.feierabend.de
- www.forum-fuer-senioren.de
- www.senioren-online.net/
- www.senioren-lernen-online.de

Hier kann ein Austausch über Internetprobleme stattfinden, indem Lösungsvorschläge angeboten oder gemeinsam erarbeitet werden. Dieser stellt eine gute Möglichkeit dar, die Medienkompetenz zu stärken. Aber auch über andere Lebensbereiche ist die virtuelle Kommunikation möglich.

VIII. Medienkompetenz vermitteln und verbessern

Da in der Informationsgesellschaft den neuen Medien eine besondere Bedeutung zukommt, werden der Erwerb von Medienkompetenz und barrierefreie Zugänge zunehmend zu einer wichtigen Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe.

Meistens mangelt es bei der geringen Internetnutzung nicht an Informationen über den Nutzen, sondern an konkreten Erfahrungsmöglichkeiten.

Viele ältere Menschen haben Angst, bei der Bedienung eines Computers etwas falsch zu machen. Im Gegensatz zu Jüngeren sind sie oft unsicher und befürchten, dass es zu unberechenbaren Kosten, zu Löschungen von Daten oder sonstigen technischen Problemen kommt.

Um ältere Menschen für das Internet zu gewinnen ist es wichtig, dass die Internetseiten in einer verständlichen Form, mit entsprechenden Bildern und sachgerechten

Informationen aufbereitet sind. Es ist erforderlich, dass das Internet und die entsprechenden Programme zur Vermeidung von Viren, Passwortklau, Betrug und anderen Delikten benutzerfreundlich sind. Auch die Funktionalität und die Handhabung von Internetprogrammen müssen einfach und leicht erlernbar gestaltet werden. Bei der Entwicklung barrierefreier Software sowie bei der Gestaltung barrierefreier Internetangebote müssen die Belange der älteren Zielgruppe berücksichtigt werden. Ängste und Unsicherheiten müssen abgebaut werden.

Grundkenntnisse zur Internetnutzung können in Kursen vermittelt werden. So kann eine Medienkompetenz anhand von Alltagsthemen wie Einkaufen, Reisen, Finanzen, Gesundheit oder Sicherheit erlernt werden. Diverse Dienstleistungen, Versicherungen, Pharmazie, Kosmetik, Gesundheit, Sport, Freizeit allgemein, Autos, Immobilien und Reisen sind laut Marktforschung die bevorzugt nachgefragten und demnach beworbenen Produkte.

Durch eine aktivierende Medienarbeit mit Älteren, d.h. die Produktion von Medien durch Ältere selbst, kann eine Kompetenz für die Internetnutzung erreicht werden, wie sie beispielsweise vor einigen Jahren und auch heute noch für Zeitungen oder offene Kanäle in Hörfunk und Fernsehen entstanden ist.

Es sollten Maßnahmen, insbesondere seitens des Staates, ergriffen werden, Wirtschaft und Gesellschaft für die Auswirkungen des demografischen Wandels zu sensibilisieren und auf die Potenziale der älteren Generation hinzuweisen. Die Bundesregierung ergreift zwar zunehmend Maßnahmen, um die Medienkompetenz von älteren Menschen zu erhöhen. Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend führt Projekte wie „Online-Kompetenz für die Generation 50plus“ durch, um die Medienkompetenz der älteren Menschen zu verbessern sowie zu stärken. Es handelt sich hierbei um ein Aktionsbündnis aus Politik, Wirtschaft, Interessenvertretungen und Medien. In einem Projekt „Nutzerfreundlichkeit und Barrierefreiheit“ werden einheitliche Qualitätskriterien für die Verwaltungen entwickelt, sodass jede Behörde die Nutzungsfreundlichkeit ihrer Internetangebote selbst überprüfen kann. Zudem fördert die Bundesregierung die Erstellung und kostenlose Verteilung des Wegweisers durch die digitale Welt für ältere Bürger durch die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen – BAGSO.

Ziel sollte es jedoch auch durch längerfristige Maßnahmen und Projekte sein, dass Senioren ihre Scheu und Vorbehalte vor dem Computer und dem Internet überwinden und die neuen Medien als bequeme, jederzeit verfügbare und flexible Option für Kontakte, Besorgungen und Dienstleistungen ansehen.

Solange allerdings das Internet kein Mehr an Bedürfnisbefriedigung ermöglicht, mag es zwar unter den Älteren als modern gelten, aber es bleibt außerhalb der gewohnten und überschaubaren Tätigkeitsfelder. Zudem sind auch für die älteren Menschen – wie für einen Großteil der Bevölkerung – die Kontakte zu Freunden und Bekannten wichtiger als virtuelle Medien, solange sie dazu in der Lage sind.

Nicht alle Menschen müssen ins Internet, aber alle, die Interesse daran haben, sollen die Möglichkeit erhalten.