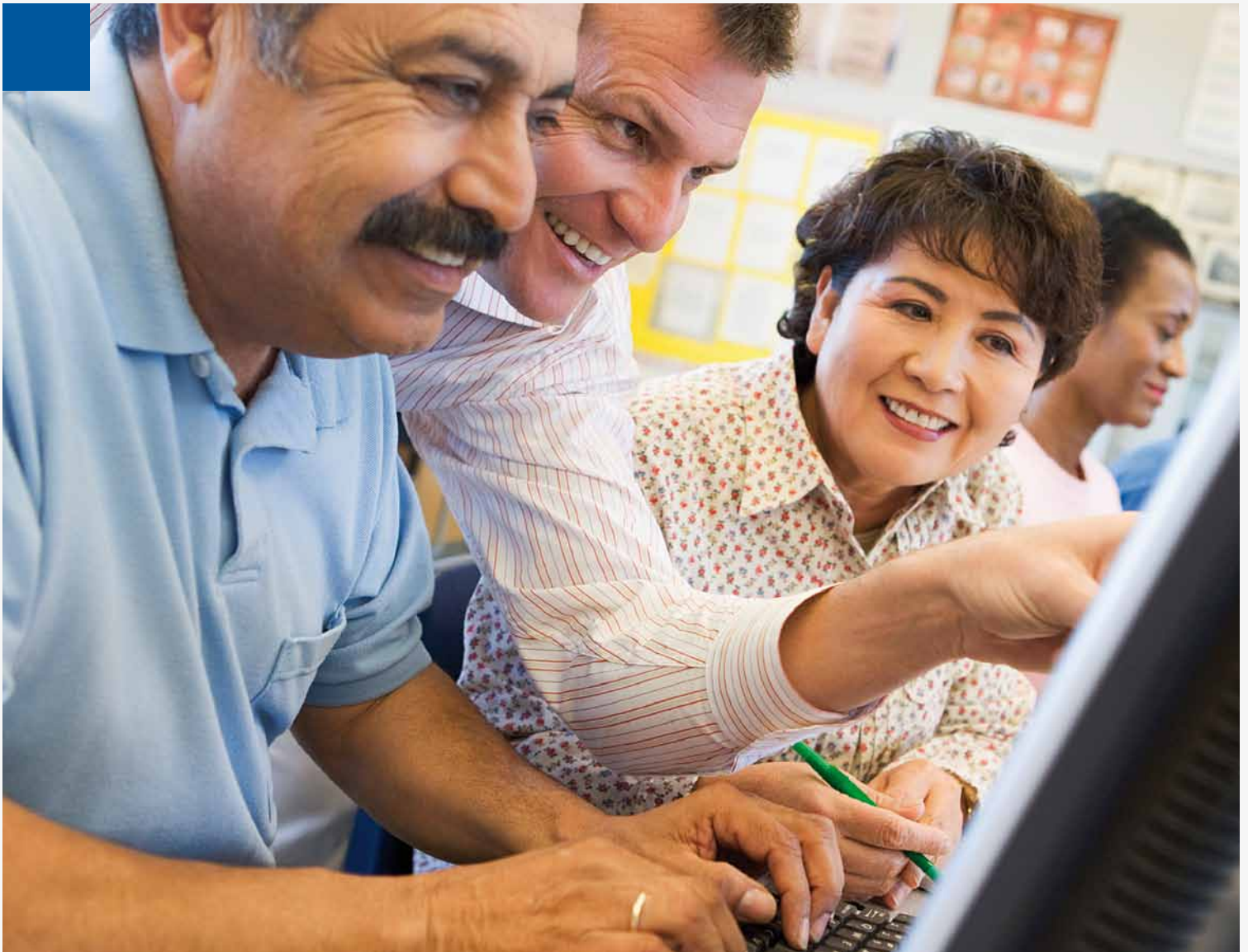


# IM BLICKPUNKT: Älter werden mit Medien





## Älter werden mit Medien

Unser Alltag medialisiert sich zunehmend. Über 60 Prozent der Arbeitsplätze in Deutschland sind Computerarbeitsplätze. Zugleich steigt der Anteil älterer Bevölkerungsgruppen kontinuierlich an. 2010 ist bereits jede(r) fünfte Bürger(in) in Nordrhein-Westfalen mindestens 65 Jahre alt. Die Lebenserfahrenen stellen die am stärksten wachsende Gruppe der Internet-User, und speziell auf sie zugeschnittene Websites und weitere Medienangebote verlassen das Nischendasein. Kaum ein Mobilfunkgeräte-Shop kommt noch ohne Telefone aus, die unkompliziert zu bedienen sind. Der Markt für Senioren boomt.

Was können Medien im und für das Alter leisten, und warum sind einige Gruppen der Älteren von ihrer Nutzung ausgeschlossen, ohne es zu wollen? Wie funktioniert das Alter(n) mit Medien? Was bietet das Internet für ältere Menschen? Und mit welchen technischen und sozialen Entwicklungen ist zu rechnen?

**IM BLICKPUNKT: Älter werden mit Medien** beschäftigt sich mit diesen Fragen und bietet Tipps zu beispielhaften Initiativen und Projekten, insbesondere mit Blick auf Medien im Digital- und Onlinebereich.

## Älter, nicht alt

Was ist „das Alter“? Aufgrund der demographischen Veränderungen in unserer Gesellschaft wird sich der Anteil der über 65-Jährigen in Nordrhein-Westfalen nach Prognosen bis zum Jahr 2030 auf rund ein Drittel der Bevölkerung erhöhen. Während früher die nachberufliche Lebensphase, in der die Menschen ihre Erwerbstätigkeit altersbedingt abgeschlossen oder zeitlich reduziert haben, oft mit „dem Alter“ gleichgesetzt wurde, hat sich dieser Zusammenhang aufgrund der arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen der vergangenen Jahre immer weiter gelockert. Dank des medizinischen Fortschritts ist die Lebenserwartung in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich gestiegen: Ein heute 65-jähriger Mann kann statistisch gesehen von

weiteren 17 Jahren Lebenszeit ausgehen, Frauen von 20 Jahren. Alle diese Aspekte führen dazu, dass das Thema Alter als Lebensphase an Bedeutung gewinnt, während das biografische Alter („ich bin 50, ich bin 60, ich bin 70“) als Beschreibungsmerkmal für den Einzelnen an Aussagekraft verliert. Von besonderer Bedeutung wird künftig die Frage sein, wie der individuelle (mediengestützte) Zugang zu Finanz- und Bildungsressourcen erfolgt.

Die Zielgruppe der Älteren erscheint im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen deutlich uneinheitlicher, bezeichnet sie doch neben traditionellen Adressaten, die auf Hilfe und Unterstützung angewiesen sind, auch „Silver Surfer“ oder andere als dynamisch und aktiv empfundene Personen. Das Leben im Alter bewegt sich zwischen unterschiedlichen Extremen, die Arbeits- und Lebensformen werden vielgestaltiger, und eine zunehmende Zahl an Menschen wird älter, aber immer weniger „alt“.

Dies schlägt sich auch in den von den Medien gezeichneten Altersbildern nieder, die mit gesonderten Publikationen für die Zielgruppe(n) der Älteren einhergehen. Industrie und Werbung stellen sich auf diese Veränderung ein, ältere Menschen werden in ihrer Bedeutung als Wirtschaftsfaktor und Wachstumsmarkt begriffen, zumal sie – bei zum Teil noch steigenden Einkommen – mehr Kaufkraft versprechen als der Markt der Jüngeren. Trotz Wirtschafts- und Finanzkrise verfügt die Generation 60+ laut der GfK-Studie „Wirtschaftsfaktor 60plus“ über ein Drittel der Kaufkraft in Deutschland. Gleichzeitig steigt aber auch die Gefahr der Altersarmut, vor der die Kirchen, Sozial- und Wohlfahrtsverbände warnen: Vielen Älteren geht es im Vergleich zu früheren Generationen vergleichsweise gut, aber eben längst nicht allen. Auch hier ist die Bandbreite der unterschiedlichen Lebenssituationen, in denen sich ältere Menschen befinden, groß.

## Medien nutzen

Was leisten Medien (im Alter) und wie werden sie genutzt? Medien dienen der Information, der Kommunikation, der Unterhaltung und der gesellschaftlichen



Teilhabe. Sie helfen, den Alltag zu strukturieren, etwa wenn die Arbeit als strukturierendes Element wegfällt. Programmschemata sind oftmals Lebensschemata; die morgendliche Radiosendung gehört für einige ebenso zum Frühstück wie die Fernsehnachrichten zum Abendbrot.

Festzustellen ist, dass Ältere neuen Medien kritisch(er) gegenüberstehen und sich nur selten neue Mediennutzungsformen aneignen: Wer als Berufstätiger von ausgedehnter Lektüre oder anderen zeitaufwendigen Mediengenüssen träumt, befriedigt diese später nicht, nur weil genügend Zeit dafür zur Verfügung steht. Das erlernte Mediennutzungsverhalten ist oft zu mächtig. Dies gilt ebenso für veränderte „Umgangsformen“ mit Medien: Viele Ältere vollziehen intellektuell zwar nach, dass Texte durch Digitalmedien heute oft und einfach verändert werden können, übernehmen dies aber nicht als praktisch handlungsleitend für sich selbst. Sie sind mit Schreibwerkzeugen wie Füllern und Schreibmaschinen aufgewachsen, die Korrekturen nur bedingt zulassen.

Dieses Verhalten ist so charakteristisch, dass es als Beschreibungsmerkmal für Ältere generell herangezogen und etwa von „generationsspezifischen Medienpraxiskulturen“ (Burkhard Schäffer) gesprochen wird. Auch wenn diese im Wandel sind, sind sie aktuell als Merkmale zu betrachten, die Generationen fundamental unterscheiden.

### Wie sieht die Mediennutzung heute konkret aus?

Noch nimmt die Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften bis ins höhere Alter (70+) zu. Ebenso werden Fernseh- und – weniger stark – Radionutzung mit zunehmendem Alter intensiviert. Im Gegenzug dazu steigt die Computernutzung bis Ende zwanzig stark an, um dann kontinuierlich abzunehmen (laut ARD „Medien Basisdaten“ 2009).

Bei der Onlinenutzung des Computers gehen die größten Wachstumspotenziale auch weiterhin von der älteren Generation aus: Bei den über 50-Jährigen liegt der Anteil der Internet-Nutzerinnen und -Nutzer mittlerweile bei 40,7 Prozent. Andererseits hat sich

2009 der Trend der vergangenen Jahre, dass vor allem Frauen sowie Menschen ab 60 hier „aufholen“, nicht fortgesetzt. Auch 2009 nutzt die übergroße Mehrheit (72,9 Prozent) der Generation 60+ das Internet nicht.

Grundsätzlich steht im Alter mehr Zeit zur Verfügung. Allerdings ist das Mediennutzungsverhalten Älterer keineswegs homogen und verändert sich (immer) noch. Ältere Menschen nutzen Medien nicht nur passiv, sondern teils auch aktiv, je nach Informationsinteressen und Bedürfnissen. Hier bietet das Internet ganz neue Chancen mit seinem quasi unbegrenzten Zugang zu Informations-, Wissens- und Bildungsangeboten. Gerade für diejenigen älteren Menschen, die mobil eingeschränkt sind, zeigen sich viele Vorteile. Aber nicht nur für sie, sondern für alle Älteren gilt:

- Die Kommunikation per E-Mail und Chat ergänzt – neben Brief und Telefon – die Möglichkeiten des Kontakts auch mit weiter entfernt lebenden Verwandten und Bekannten.
- Eine umfassende Information mithilfe des Internets ermöglicht die Teilhabe am öffentlichen Geschehen.
- Durch Orientierungsangebote werden Gesundheitsthemen, Verbraucherinformationen und andere relevante Hinweise verbreitet.
- Eine Fülle von Onlinetexten, Kursen und Lehrgängen ermöglicht eine Weiterbildung auch in der Nacherwerbsphase.
- Die aktive Teilnahme an öffentlichen Diskursen fördert die gesellschaftliche Partizipation.
- Onlineangebote etwa für Bankgeschäfte, Reisen oder Einkäufe können den Alltag erleichtern.

## Barrieren

Ältere Menschen suchen online mehrheitlich Informationen. Eine Zuwendung allein aus „Spaß“ findet anders etwa als bei den eigenen Fernsehgewohnheiten eher nicht statt. Wenn der Mehrwert nicht klar ist – das „Warum“ der Computer- und Onlinenutzung –, wird häufig auf andere, vertraute Medien ausgewichen.





Einen hohen Stellenwert hat im Alter die Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen. Dies wirkt sich auch auf die Mediennutzung der Älteren aus, etwa im medial vermittelten Austausch mit anderen oder in der Recherche für gemeinsame (Freizeit-)Aktivitäten – wenn ihnen diese Nutzungsmöglichkeiten auf angemessene Weise nahegebracht wurden.

Es zählt jedoch nicht nur der tatsächliche oder vermeintliche Mehrwert: Eine wichtige Ursache für die Nichtnutzung neuer Medien ist immer noch der mangelnde Zugang, bedingt etwa durch das Ausscheiden aus dem aktiven Arbeitsleben. Weitere Zugangsprobleme entstehen durch nicht ausreichende finanzielle Mittel für Hard- und Software oder auch durch Berührungsängste und ein Überforderungsgefühl durch zu viel Information („wo finde ich was?“). Sinkende Nutzungskosten (Stichwort „flatrates“) führen zwar zur Entlastung, wirken mit ihrem teils undurchsichtigen „Tarifdschungel“ aber oft verwirrend.

Nicht alle Produkte werden als angemessen akzeptiert. Zwar lehnen viele ältere Menschen ein Produkt ab, wenn sie es als nicht für sie, sondern für jüngere Zielgruppen gemacht empfinden. Dies kann etwa dann passieren, wenn ihnen die Produktästhetik fremd bleibt. Die gleiche Reaktion kann aber auch entstehen, wenn sie Angebote als zu sehr für sie gemacht und daher als ausgrenzend empfinden. Seniorenhandys, die mit hellem Display und großen Tasten ausgestattet sind, wurden deshalb lange Zeit nicht unter dieser Bezeichnung verkauft.

Auch körperlich bedingte Einschränkungen spielen eine Rolle: Lässt die Sehstärke nach, werden zu kleine Schrifttypen zum Problem. Oder eine mangelhafte Ergonomie der Geräte, wie etwa zu kleine Bedientasten, erschwert die Handhabung.

Verständnisprobleme entstehen durch schwer verständliche Bedienungsanleitungen, deren ausführliche Version oft nur online verfügbar ist. Technische Mängel werden tendenziell als Bedienfehler, also als „selbstverschuldet“ (fehl)interpretiert, auch wenn ihre Ursache woanders liegt. Diese negative Erwartungshaltung hat Folgen: Viele ältere Menschen nei-

gen generell zur Zurückhaltung oder sogar Angst gegenüber neuen Technologien und glauben, dass ihre Nutzung zu schwierig sein könnte. Sie fühlen sich durch eine unzulängliche Technik in ihrer Auffassung bestätigt.

Hinzu kommen Befürchtungen, dass die zunehmende mediale Durchdringung aller Bereiche zu kommunikativer Verarmung führen könne. Stattdessen wird das unmittelbare „menschliche Miteinander“ höher geschätzt als eine intensive Beschäftigung mit Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten.

Auch die „Offenheit“ des Mediums löst Bedenken aus: Einige ältere Menschen haben Angst, sich „im Internet zu verlieren“, dauernd neue Dinge zu entdecken und dabei die Zeit zu vergessen. Ältere Menschen haben mit Computer und Internet keine „gemeinsame Geschichte“ und dadurch keine emotionale Bindung wie etwa zu anderen Medien.

## Teilhaben

Warum sollten ältere Menschen heute online gehen? Sie finden im Netz zunächst einmal ihre Interessenvertretungen, von denen sich einige gezielt mit dem Computer- und Internetbereich auseinandersetzen, wie etwa die **Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen** (BAGSO). Sie vertritt über ihre 101 Mitgliedsorganisationen mehr als zwölf Millio-

## Ein gutes Beispiel

### Der „Silver Surfers‘ Day“

Seit dem Jahr 2001 begeht Großbritannien jährlich den „Silver Surfers‘ Day“, der ganz im Zeichen der digitalen Integration Älterer steht. Im Jahr 2010 haben jenseits des Ärmelkanals über 1500 Veranstaltungen und Aktionen am „Silver Surfers‘ Day“ stattgefunden – in Onlinecentern, Bibliotheken und verschiedenen Einrichtungen für Senioren. Im Vordergrund stand (und steht jedes Jahr) der praktische Mehrwert der Onlinemedien im Alter.

[www.silversurfersday.net](http://www.silversurfersday.net)

## Quellen

- ARD „Medien Basisdaten“ 2009  
[www.ard.de/intern/basisdaten/](http://www.ard.de/intern/basisdaten/)
- Heinz Bonfadelli (2009): Medien und Alter: Generationen aus Sicht der Kommunikationswissenschaft. In: Harald Künemund und Marc Szydlík: Generationen. Multidisziplinäre Perspektiven, Wiesbaden, 149-169.
- Harald Gapski (2009) (Hrsg.): Jenseits der digitalen Spaltung. Gründe und Motive zur Nichtnutzung von Computer und Internet. Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen, Band 9, München / Düsseldorf.
- Barbara Gehrke unter Mitarbeit von Marja Sabaß, Lars Gräßer und Monika Pohlschmidt (2008): Ältere Menschen und Neue Medien. Entwicklungschancen für künftige Medienprojekte für Frauen und Männer mit Lebenserfahrung in Nordrhein-Westfalen. Gefördert vom Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen, Marl.

nen ältere Menschen in Deutschland. Ein Mitglied der BAGSO ist in NRW besonders populär: Dem Verein **Zwischen Arbeit und Ruhestand** (ZWAR) gehören derzeit rund 12.000 ältere Menschen ab 50 an.

Das Internet-Portal [www.50plus.nrw.de](http://www.50plus.nrw.de) ermöglicht älteren Menschen einen Zugang zu allen Informationen, die für ein aktives Älterwerden hilfreich und interessant sein können. Im Sinne der Partizipation haben Ältere dabei die Möglichkeit, das Portal selbst mitzugestalten und ihre Interessen einzubringen.

Die Adresse [www.forum-seniorenarbeit.de](http://www.forum-seniorenarbeit.de) vernetzt die gemeinwesenorientierte Seniorenarbeit in Nordrhein-Westfalen und bietet praxisnahe Arbeitsmaterialien und internetbasierte Lerneinheiten.

### Projekte und Programme

Zahlreiche Projekte erleichtern älteren Menschen den Weg ins Internet:

- Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) richtet sich mit der Initiative **Internet erfahren** an Menschen, die das Internet bislang nicht oder nicht ausreichend kompetent genutzt haben und damit von den beruflichen und sozialen Chancen der digitalen Medien ausgeschlossen sind.
- Mit dem Programm **Erlebnis Internet** sollen älteren Menschen ihre ersten Erfahrungen mit dem Internet ermöglicht werden. Multiplikator(inn)en aus Bereichen wie Seniorenarbeit, Verbands- und Vereinswesen, Wohlfahrt und Unternehmen werden gefördert, damit diese die Möglichkeiten digitaler Medien im Kontext der persönlichen Interessen und Bedürfnisse Älterer zeigen und gemeinsam mit ihnen erfahren können.
- Netzerfahrene Personen werden mit dem Programm **Internet-Patinnen und -Paten: Erfahrung teilen** qualifiziert: Sie sollen in ihrer persönlichen Lebensumwelt individuelle Möglichkeiten aufzeigen und gemeinsam mit denen, die noch unerfahren sind, das Internet erkunden. Das Kompetenzzentrum Diversity-Technik-Chancengleichheit in Bielefeld führt das Programm durch und kooperiert hierbei mit der Postbank.

- Die Stiftung Warentest hat eine eigene Reihe mit dem Titel **PC-Schule für Senioren** entwickelt, die anschaulich den Umgang mit dem Computer für verschiedene Einsatzgebiete erklärt: „Das Internet clever nutzen“, „Hilfe, mein Computer streikt“, „Freunde finden im Internet“ lauten die Titel einzelner Ausgaben.  
[www.test.de/shop/buecher-spezialhefte/bildung-soziales/sp0205000/](http://www.test.de/shop/buecher-spezialhefte/bildung-soziales/sp0205000/)
- Die Broschüre **Wegweiser durch die digitale Welt – für ältere Bürgerinnen und Bürger** richtet sich an Internet-Einsteiger und kann kostenfrei über die BAGSO bezogen werden.  
[www.bagso.de/aktivitaeten\\_wegweiser.html](http://www.bagso.de/aktivitaeten_wegweiser.html)

Auch Möglichkeiten zur eigenen Mediengestaltung gibt es: Das jährlich stattfindende Bundesfestival Video zeigt persönliche Ideen und deren filmische Umsetzung. „Und Action!“ heißt es beim Wettbewerb **Video der Generationen** für Filmemacher(innen) ab

## Links

- Wettbewerb „Video der Generationen“  
[www.video-der-generationen.de](http://www.video-der-generationen.de)
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO)  
[www.bagso.de](http://www.bagso.de)
- Verein „Zwischen Arbeit und Ruhestand“ (ZWAR)/ ZWAR Zentralstelle NRW  
[www.zwar.org](http://www.zwar.org)
- Programm „Internet-Patinnen und -Paten“  
[www.kompetenz.de/Projekte/Internet-Patenschaften](http://www.kompetenz.de/Projekte/Internet-Patenschaften)
- Projekt „Internet erfahren“  
[www.internetpaten.info](http://www.internetpaten.info)  
[www.internet-erfahren.de](http://www.internet-erfahren.de)
- „Mitgestalten und Mitentscheiden – Ältere Menschen in Kommunen“  
[www.aktiv-im-alter.net](http://www.aktiv-im-alter.net)  
[www.forum-seniorenarbeit.de](http://www.forum-seniorenarbeit.de)
- Kommerzielle Online-Netzwerke  
[www.feierabend.de](http://www.feierabend.de) | [www.platinnetz.de](http://www.platinnetz.de)  
[www.seniorentreff.de](http://www.seniorentreff.de)

## Quellen

- Anja Hartung, Bernd Schorb, Daniela Küllertz und Wolfgang Reißmann (2009): Alter(n) und Medien. Theoretische und empirische Annäherungen an ein Forschungs- und Praxisfeld, TLM Schriftenreihe der Thüringer Landesmedienanstalt (Hrsg.), Berlin.
- Studie „Wirtschaftsfaktor 60plus“ der Gesellschaft für Konsumforschung  
[www.gfk-verein.de/download/Wirtschaftsfaktor60plus.pdf](http://www.gfk-verein.de/download/Wirtschaftsfaktor60plus.pdf)

50 Jahren sowie Teams von Jugendlichen und Senioren. Der Wettbewerb wird vom Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF) im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend veranstaltet.

### Kommerzielle Angebote

Nach einer aktuellen Studie ist knapp ein Viertel der deutschen Internet-Surfer regelmäßig in sozialen Onlinenetzwerken unterwegs, bei der Gruppe der Jugendlichen liegt der Anteil sogar dreimal so hoch. Diese Netzwerke sind aber nicht nur für Jüngere attraktiv.

- In Deutschland sind 120.000 von 4,3 Millionen **Facebook**-Mitgliedern über 50 Jahre alt. Über 150.000 Senior(inn)en sind Mitglied im **Feierabend-Netzwerk**; weitere Netzwerke heißen **platinnetz.de** oder **seniorentreff.de** – der zumeist kommerzielle Markt ist groß.
- Auf der Veranstaltungsplattform **Vital in Deutschland** für Menschen ab 50+ können Interessierte Angebote ihrer Kommunen aus den Bereichen Bürgerservice, Ehrenamt, Freizeit, Reisen, Sport, Bildung und Kultur finden. Die Auswahl der Inhalte ist für Menschen ab 50 Jahren zusammengestellt, die in der Region Nordrhein-Westfalen nach Serviceinformationen und Freizeitangeboten suchen. Nach erfolgreicher Testphase soll das Portal mit deutschlandweiten Angeboten erweitert werden.  
[www.vitalindeutschland.de](http://www.vitalindeutschland.de)

## Medien im Alter

Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen haben je eigene Zugänge zu aktuellen Technologien. Was für den einen (etwa arbeits- oder interessenbedingt) zum normalen Technikalltag gehört, ist für den anderen neu, modern und unbekannt.

Auch im Alter bietet die (aktive) Mediennutzung erhebliche Partizipationspotenziale. Wichtig ist nur,

dass die Möglichkeiten der aktiven Mediennutzung mit den tatsächlichen Interessen und Bedürfnissen der Älteren abgeglichen werden: Warum sollte man etwas erlernen und nutzen, was im jeweiligen Lebenskontext nicht hilft? Wichtig ist es auch, zu akzeptieren, wenn Ältere nicht alle Medien für sich nutzen wollen. Was im Arbeitsleben geboten und mittlerweile nahezu unumgänglich ist, muss nicht automatisch für die Zeit danach gelten. Damit die Möglichkeit der grundsätzlichen Teilhabe aller jedoch zukünftig vorhanden ist, müssen entsprechende, attraktive Zugänge entwickelt werden.

Dabei hilft zunehmend die Technologie: Bedienkonzepte entstehen, inspiriert durch die Computerspiele- und Telekommunikationsindustrie, die sich wegbewegen von der Dateneingabe durch Computermäuse und Tastaturen. Die Gestensteuerung der Computerspielkonsole Wii oder auch die berührungsempfindliche Oberfläche (engl. „Touchpad“) eines iPhones oder eines iPads machen es vor: Ein einfacher „Handgriff“ genügt, um die gewünschte Anwendung aufzurufen.

## Impressum

Diese Broschüre ist mit Mitteln der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen entstanden. Sie kann kostenlos unter [www.grimme-institut.de/imblickpunkt](http://www.grimme-institut.de/imblickpunkt) heruntergeladen werden.

### Redaktion:

Grimme-Institut  
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH  
Eduard-Weitsch-Weg 25 • D-45768 Marl  
Tel: +49 (0) 2365 9189-0 • Fax: +49 (0) 2365 9189-89  
E-Mail: [info@grimme-institut.de](mailto:info@grimme-institut.de)  
Internet: [www.grimme-institut.de](http://www.grimme-institut.de)

### Bildquellen:

Monkey Business (Titelbild), Infinite XX (S. 1 u. 2),  
Yuri Arcurs (S. 1, 3 u. 4) / alle fotolia.com

Stand: August 2010