

# **Internet für Senioren**

*Anspruch und Wirklichkeit seniorengerechter Webseiten*

## **DIPLOMARBEIT**

zur Erlangung des Magistergrades der  
Sozial- und Wirtschaftswissenschaften  
an der Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften  
der Universität Wien

eingereicht von  
Daniela Feuersinger

Wien, Juni 2004

## Inhaltsverzeichnis:

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>THEORETISCHER RAHMEN .....</b>	<b>6</b>
2.1	DEMOGRAPHISCHE ENTWICKLUNG .....	6
2.1.1	<i>Veränderung der Bevölkerungsstruktur .....</i>	6
2.1.2	<i>Auswirkungen der Entwicklung .....</i>	12
	GRUNDLEGENDE INFORMATION ÜBER DAS INTERNET .....	14
2.1.3	<i>Entstehung und Grundlagen .....</i>	14
2.1.4	<i>Funktionsweise und Dienste .....</i>	15
2.1.5	<i>Soziologie des Internets .....</i>	16
2.1.6	<i>Technische Möglichkeiten heute und morgen .....</i>	19
2.2	DIE INFORMATIONSGESELLSCHAFT .....	22
2.2.1	<i>Das Informationszeitalter und das Internet .....</i>	23
2.2.2	<i>Digitale Klüfte .....</i>	24
2.2.3	<i>Chancen und Risiken .....</i>	25
2.3	BEGRIFFSDEFINITION „SENIOREN“ .....	28
2.3.1	<i>Die Bedeutung des Alter(n)s .....</i>	28
2.3.2	<i>Definition des Begriffs und der Zielgruppe Senioren .....</i>	30
2.3.3	<i>Heterogenität der Senioren .....</i>	31
2.4	RELEVANTE MERKMALE DER ZIELGRUPPE SENIOREN .....	32
2.4.1	<i>Finanzielle Situation .....</i>	32
2.4.2	<i>Konsum- und Freizeitverhalten .....</i>	33
2.4.3	<i>Physiologische und psychologische Verfassung .....</i>	34
2.4.4	<i>Exkurs: Die Entwicklung des Seniorenmarketings .....</i>	36
2.5	DEFINITION SENIORENGERECHTER FAKTOREN FÜR INTERNETSEITEN .....	37
2.5.1	<i>Bedienbarkeit des Internet für Senioren .....</i>	38
2.5.2	<i>Richtlinien für seniorenrechtliche Webseiten .....</i>	40
2.5.3	<i>Faktoren für seniorenrechtliche Webseiten .....</i>	43
<b>3</b>	<b>EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>45</b>
3.1	DIFFUSIONSTHEORIE .....	45
3.2	INTERNETNUTZUNG DER SENIOREN .....	48
3.2.1	<i>Diffusionsprozess .....</i>	48
3.2.2	<i>Internetnutzung je Geschlecht .....</i>	50
3.2.3	<i>Internetnutzung je Altersgruppe .....</i>	52
3.2.4	<i>Interessen Online .....</i>	54

3.2.5	<i>Motive und Barrieren der Internetnutzung</i> .....	56
3.3	ANGEBOTSSEITE: INTERNET-MAPPING .....	59
3.3.1	<i>Erfassung der Seniorenplattformen im Internet</i> .....	59
3.3.2	<i>Analyse der Internetangebote</i> .....	60
3.3.2.1	Klassifizierung.....	60
3.3.2.2	Nicht-kommerzielle Angebote.....	61
3.3.2.3	Semi-kommerzielle Angebote.....	63
3.3.2.4	Kommerzielle Angebote .....	64
3.4	INHALTSANALYSE.....	65
3.4.1	<i>Inhaltliche Analyse der Angebote</i> .....	65
3.4.2	<i>Technische Analyse der Angebote</i> .....	68
3.4.3	<i>Auswertung der Ergebnisse</i> .....	71
3.4.4	<i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i> .....	78
<b>4</b>	<b>LITERATUR</b> .....	<b>81</b>
<b>5</b>	<b>ANHANG</b> .....	<b>84</b>
5.1	ABSOLUTE ZAHLEN DER TABELLEN UND GRAFIKEN .....	84
5.2	BILDVERZEICHNIS.....	88

## 1 Einleitung

Die demographische Entwicklung, die sich im deutschsprachigen Raum Europas abzeichnet, zeigt eine zunehmende Überalterung der Bevölkerung. Infolge sinkender Geburtenraten und gleichzeitiger Erhöhung der Lebenserwartung nimmt der Anteil der über 60jährigen außerordentlich stark zu.

Publikationen wie „Hoffnung Alter“, „Die Generation 60 plus“ oder „Seniorenmarketing“ weisen auf ein steigendes Interesse der Wirtschaft und Wissenschaft an der älteren Generation hin. Während in der Fachliteratur noch über die richtige Kategorisierung und Ansprache älterer Menschen diskutiert wird, verwenden Medien und Marketing viele neue Bezeichnungen für Senioren als Zielgruppe: „Master Consumers“, „Best Agers“ oder „Wollies“ (Well Income Old Leisure People).<sup>1</sup>

Die Zeit nach der Erwerbstätigkeit hat sich vom inaktiven Lebensausklang zum aktiven Lebensabschnitt gewandelt. Senioren erobern alle Lebensbereiche. Sie betreiben neue Hobbys, wie Reisen, Sport oder Kunst, erfüllen sich langgehegte Wünsche und starten manchmal sogar eine Sprachausbildung oder ein Studium. Beispielsweise verkauft Harley Davidson immer mehr Motorräder an über 50jährige.

Trotz der Vielfalt an Aktivitäten gibt es einen Bereich, der vielen älteren Menschen noch fremd ist: das Internet.

In einer Gesellschaft, in der Kommunikation und Information untrennbar mit dem Internet verbunden sind, entsteht durch den geringen Prozentsatz an Senioren, die „online“ sind, eine Kluft zwischen den Generationen. Diese Spaltung, in den Medien gerne als „Digital Divide“ bezeichnet, hat mehrere Gründe: mangelnde Ausbildung, finanzielle Barrieren, Angst vor der Technik oder mangelndes Interesse. Aber auch die vorhandenen, nur teilweise seniorentauglichen Angebote im Internet erschweren den Zugang für die ältere Generation.

---

<sup>1</sup> Eine Ausführliche Diskussion der Bezeichnung und Definition von Senioren folgt in Kap. 3.4.1

Da es bisher noch kaum Forschungsarbeiten über eine seniorenrechtliche Aufbereitung von Informationen im Internet gibt, hat sich diese Diplomarbeit zum Ziel gesetzt, das Internet für Senioren zu analysieren. Dabei stehen folgende Forschungsfragen im Mittelpunkt:

- Wie interessant, bzw. wie wichtig ist das Internet für welche Senioren?
- Welche Möglichkeiten und Angebote gibt es für Senioren im Internet?
- Erfüllen Seniorenplattformen den Anspruch der Senioren-tauglichkeit?

Basis für die Beantwortung dieser Fragen stellt der theoretische Rahmen in Kapitel 2 dar. Es wird auf die Bevölkerungsentwicklung und ihre Auswirkungen eingegangen, grundlegende Informationen über das Internet aufbereitet und der Begriff, die Zielgruppe und die Merkmale der Senioren definiert, um anschließend nötige Faktoren und Eigenschaften seniorenrechtlicher Internetseiten herauszuarbeiten.

In Kapitel 3, der empirischen Untersuchung, wird zuerst auf die bestehende Internetnutzung der Senioren eingegangen. Anschließend werden die wichtigsten Internetplattformen im deutschsprachigen Raum beschrieben und durch eine Inhaltsanalyse auf die im Kapitel 2 gewonnenen Faktoren geprüft und ausgewertet. In der Zusammenfassung werden mit Hilfe der gesammelten Ergebnisse Antworten auf die zuvor gestellten Forschungsfragen gegeben.

Im Anhang der Arbeit befindet sich ein Literatur-, Link- und Bilderverzeichnis der besuchten Seniorenplattformen.

## **Dank**

Meinem Betreuer Univ. Prof. Dr. Henrik Kreutz danke ich für die freundliche Unterstützung, meinen Eltern für ihr Vertrauen, meinem Partner, der mich über alle Nebenwirkungen der Diplomarbeit hinwegbrachte und allen Freunden für Ideen, Korrekturen und guten Zuspruch.

## **2 Theoretischer Rahmen**

### **2.1 Demographische Entwicklung**

Das erste Kapitel, die demographische Entwicklung beschreibt die Veränderung der Bevölkerungsstruktur in Deutschland, Österreich und der Schweiz und analysiert anschließend die Auswirkungen dieser Entwicklung.

#### **2.1.1 Veränderung der Bevölkerungsstruktur**

Die Bevölkerung in den deutschsprachigen Ländern wird im Durchschnitt immer älter. Was aber sind die Ursachen für demographische Veränderungen in einem Land?

Mit der Entwicklung moderner Industriegesellschaften ist das Alter als eigene Lebensphase entstanden. Dafür waren zwei Voraussetzungen nötig, einerseits die demographische Entwicklung mit der Zunahme der Lebenserwartung und andererseits die Etablierung des Wohlfahrtsstaates mit seinem Pensions- und Rentensystemen.

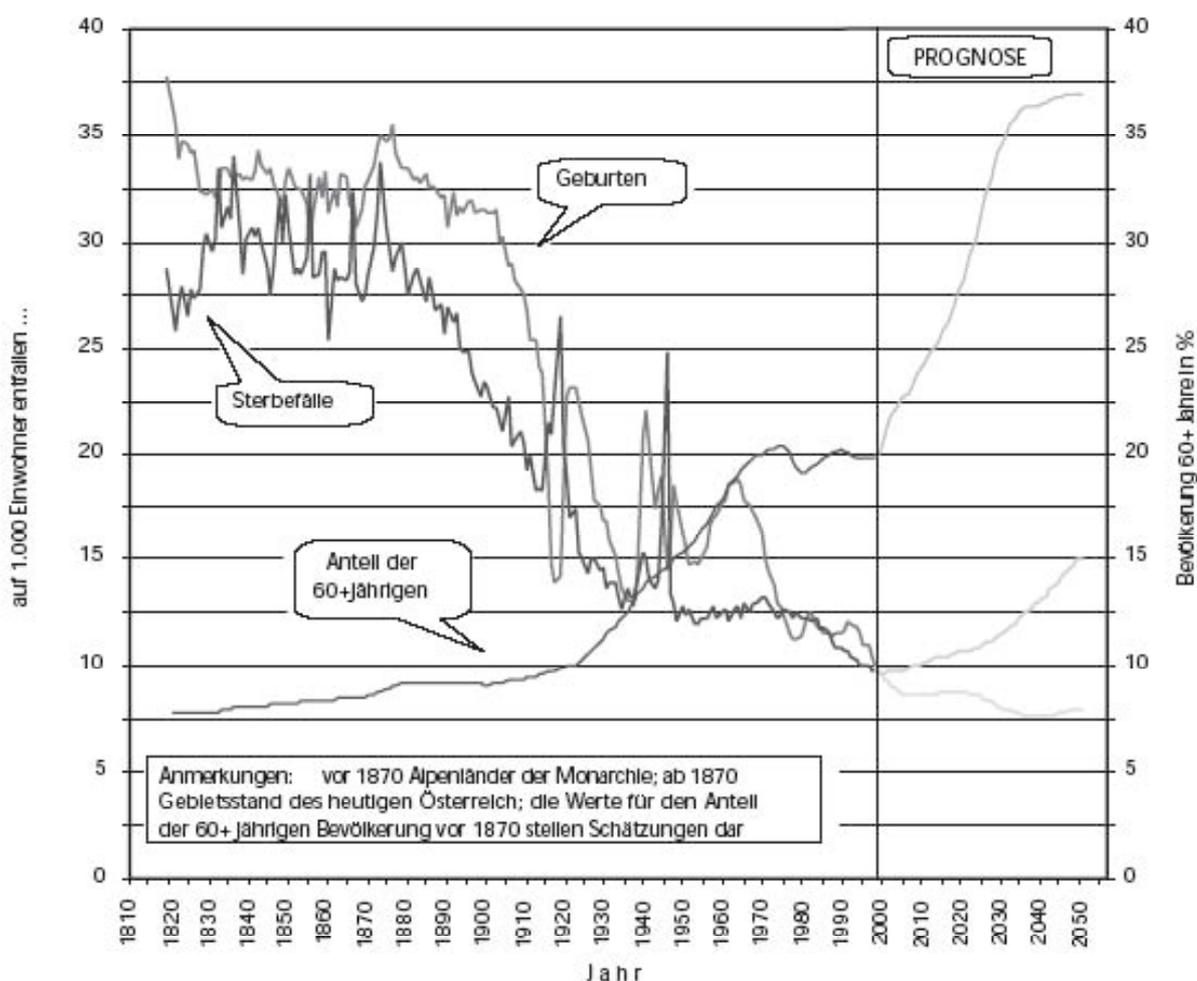
Wenn man die demographischen Aspekte der Bevölkerungsentwicklung näher betrachtet, haben diese unterschiedliche Ursachen.

Jede langfristige Veränderung der Altersstruktur einer Bevölkerung beruht auf verschiedenen Faktoren, wie die Entwicklung der Geburtenrate (Fertilität), die Anzahl der Sterbefälle (Mortalität) und der Zu- und Abwanderung (Migration). Die Überalterung einer Gesellschaft hängt vor allem vom Rückgang der Kinderzahl pro Frau, erst in zweiter Linie von der steigenden Lebenserwartung ab. Selbst wenn es eine permanente Zuwanderung junger Menschen gibt, kann diese, langfristig gesehen, wenig an der Bevölkerungsentwicklung ändern.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>vgl. Kytir, Münz, Demographische Rahmenbedingungen, in: Seniorenbericht 2000, BMSG, S. 22f

Wie in der folgenden Grafik zu erkennen ist, ist die Geburtenrate von 35 Geburten pro Jahr je 1000 Einwohner im Jahr 1880 auf knapp 10 Geburten pro 1000 Einwohner im Jahr 2000 gefallen. Im fast gleichen Ausmaß ist auch die Sterberate zurückgegangen. Der einzige Graph, der ansteigt, ist der Anteil der über 60 Jährigen gemessen an der Gesamtbevölkerung. Diese Entwicklung ist die logische Schlussfolgerung, da es immer weniger Kinder gibt, und weniger (alte) Menschen sterben.<sup>3</sup>



Quellen: Glaser 1979; Demographisches Jahrbuch Österreichs; Bevölkerungsvorausschätzung 1998 bis 2050 des ÖSTAT (mittlere Variante)

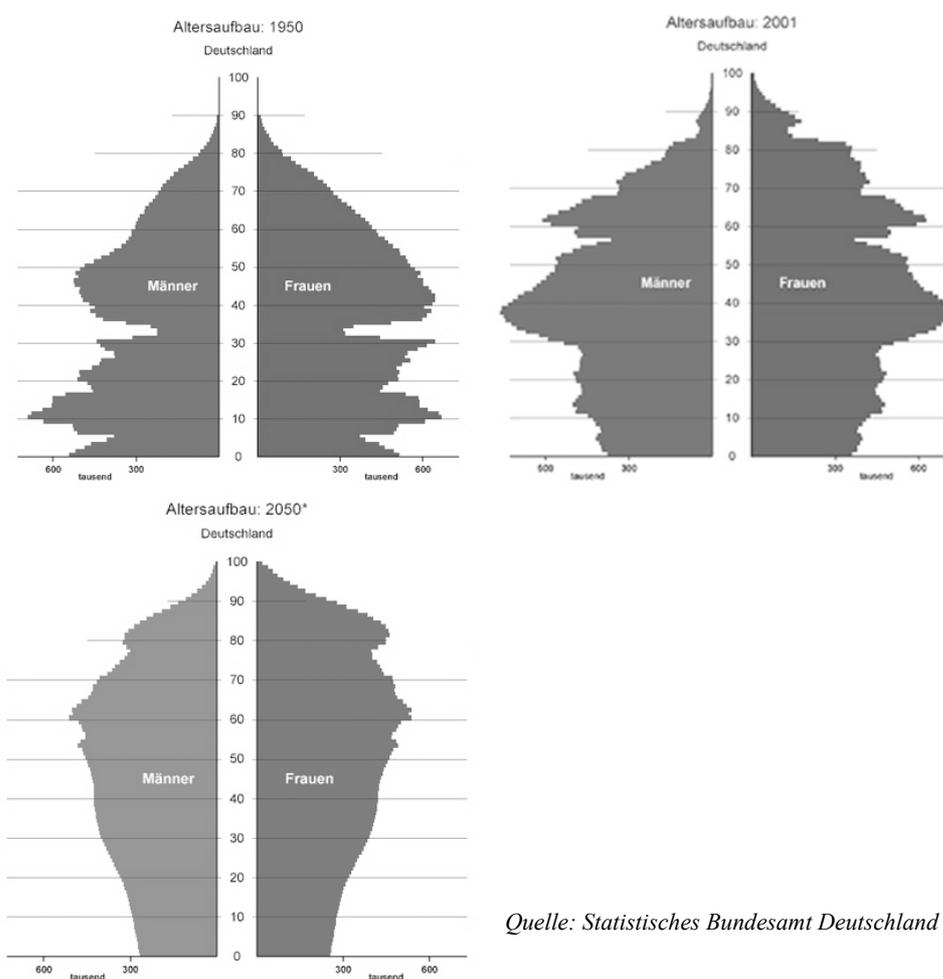
Der Rückgang der Sterblichkeit und der Kinderzahlen wird als „demographischer Übergang“ bezeichnet, da das Altern einer Bevölkerung zeitlich verschoben ist.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> vgl. Kytir, Münz, Demographische Rahmenbedingungen, in: Seniorenbericht 2000, BMSG, S. 23

<sup>4</sup> vgl. Kytir, Münz, Demographische Rahmenbedingungen, in: Seniorenbericht 2000, BMSG, S. 22f

Besonders anschaulich wird die demographische Entwicklung, nimmt man die Altersaufbau-Pyramiden zu Hilfe. Wie aus den drei Grafiken, die Deutschland, Österreich und die Schweiz betreffen, erkennbar wird, wandelt sich die Form der einstmaligen Alterspyramide von 1900 zu einer Urnenform im Jahr 2050 um. Besonders ausdrucksstark ist der Begriff Urne für die demographische Entwicklung, transportiert er doch die Angst vor der Überalterung der Bevölkerung und die damit verbundenen Probleme.

### Altersaufbau Deutschland im Vergleich der Jahre 1950, 2001 und 2050<sup>5</sup>

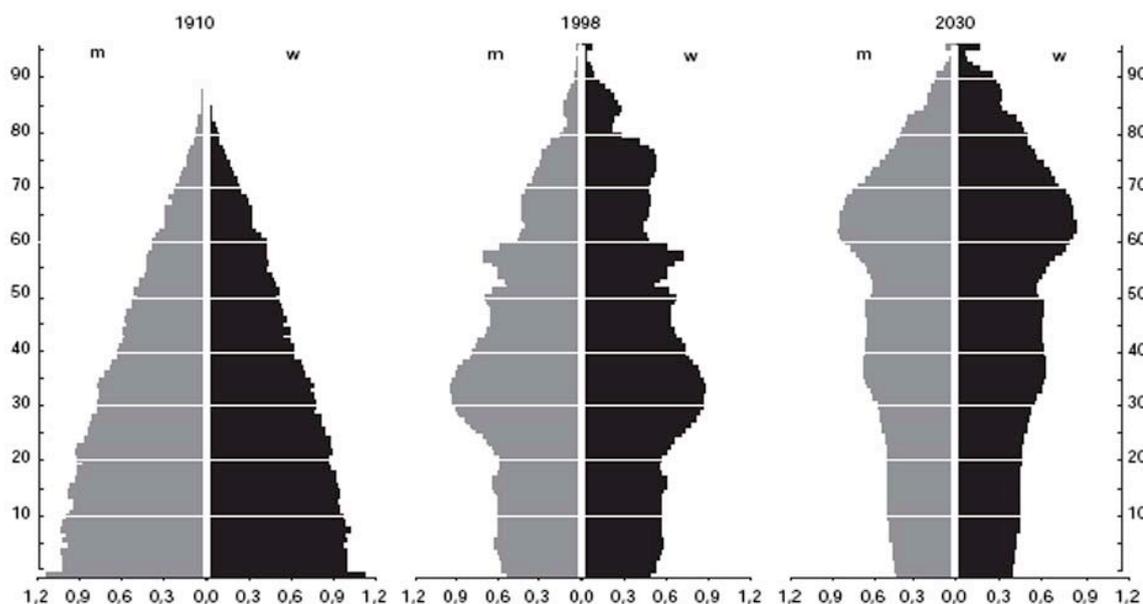


In Deutschland wird sich das zahlenmäßige Verhältnis zwischen älteren und jüngeren Menschen in den nächsten Jahrzehnten weiterhin erheblich verschieben: Im Jahr 2050 wird

<sup>5</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Bevölkerung – Alterspyramiden, Statistisches Bundesamt Deutschland 2003, <http://www.destatis.de/basis/d/bevoe/bevoegra2.htm>, gesehen am 12. April 2004

die Hälfte der Bevölkerung älter als 48 Jahre und ein Drittel über 60 Jahre sein. Die Einwohnerzahl in Deutschland wird selbst bei den angenommenen Zuwanderungssalden aus dem Ausland abnehmen. Zu einem langfristigen Bevölkerungsrückgang kommt es, weil in Deutschland, wie schon seit 30 Jahren, auch in den nächsten 50 Jahren stets mehr Menschen sterben werden, als Kinder zur Welt kommen. Wegen des zu unterstellenden anhaltend geringen Geburtenniveaus wird die aktuelle jährliche Geburtenzahl von ca. 730 000 auf etwa 560 000 im Jahr 2050 sinken und dann nur noch halb so hoch sein wie die Zahl der jährlich Gestorbenen. Das „Geburtendefizit“ wird etwa 580 000 betragen.<sup>6</sup>

### Altersaufbau Österreich im Vergleich der Jahre 1910, 1998 und 2030<sup>7</sup>



Quelle: Seniorenbericht 2000, BMSG

Während um die Jahrhundertwende noch mehr als die Hälfte der Österreichischen Bevölkerung unter 30 Jahre alt war, stieg die Anzahl der über 60 Jährigen zwischen 1923 und 1970 von ca. 650 000 auf 1,5 Mio. Personen an, während die Zahl der Kinder praktisch unverändert blieb. In den folgenden drei Jahrzehnten bis 1998 wuchs die Zahl der älteren

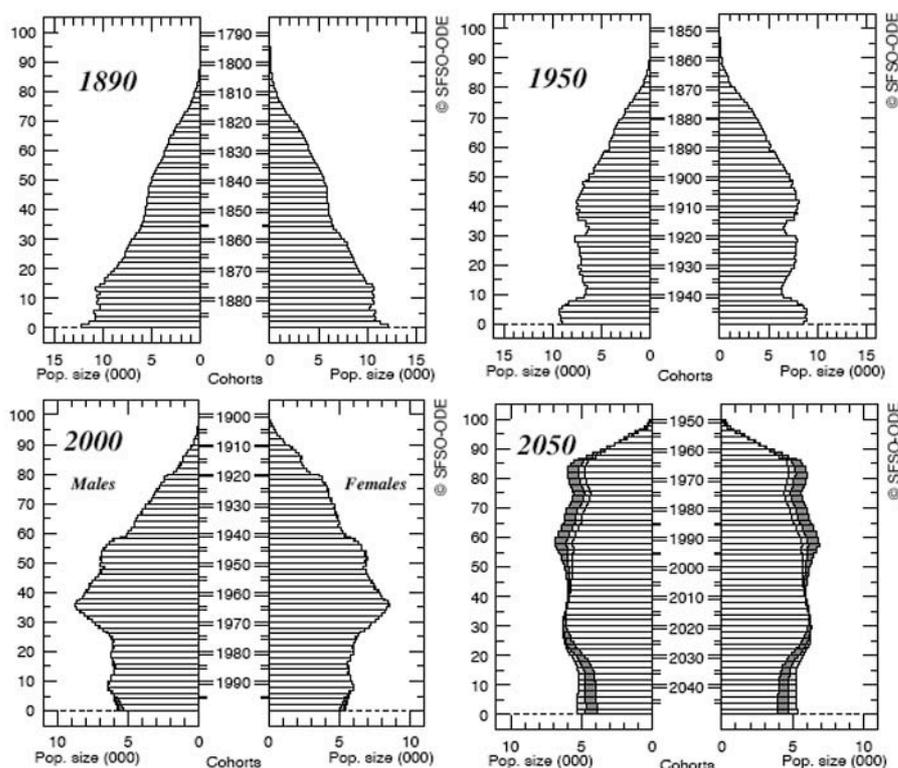
<sup>6</sup> vgl. Bevölkerung – Alterspyramiden, Statistisches Bundesamt Deutschland 2003,

<http://www.destatis.de/basis/d/bevoe/bevoegra2.htm>, gesehen am 12. April 2004

<sup>7</sup> vgl. Kytir, Münz, Demographische Rahmenbedingungen, in: Seniorenbericht 2000, BMSG, S. 28

Menschen kaum, nur der Anteil der 20-59 Jährigen stieg auf 4,6 Mio., während sich die Zahl der Kinder beinahe um 500 000 reduzierte. Bei einer voraussichtlich gleich bleibenden Einwohnerzahl sieht die Bevölkerungsprognose für das Jahr 2030 eine deutlich gealterte Struktur voraus. Dann werden ca. 2,9 Mio. über 60 Jährige in Österreich leben.<sup>8</sup>

### Altersaufbau Schweiz im Vergleich der Jahre 1890, 1950, 2000 und 2050<sup>9</sup>



Quelle: Swiss Federal Statistical Office

Zwischen 1860 und 1997 stieg der Bevölkerungsstand in der Schweiz von 2,5 Mio. auf 7,1 Mio. Einwohner an. Die Phasen starker Zunahme waren zwischen 1890 - 1910 und 1945 - 1970. Dem steht die Zeit der Weltkriege mit einer Stagnation gegenüber. Zwischen 1930 und 1965 wuchs die Altersgruppe der 60jährigen und Älteren um das 3,3-fache, jene der 80jährigen und Älteren um das Zehnfache. Bis ins Jahr 2050 dürfte in diesen Altersgruppen noch eine Vervielfachung um den Faktor 1,6 bis 2,7 eintreten.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> vgl. Kytir, Münz, Demographische Rahmenbedingungen, in: Seniorenbericht 2000, BMSG, S. 26f

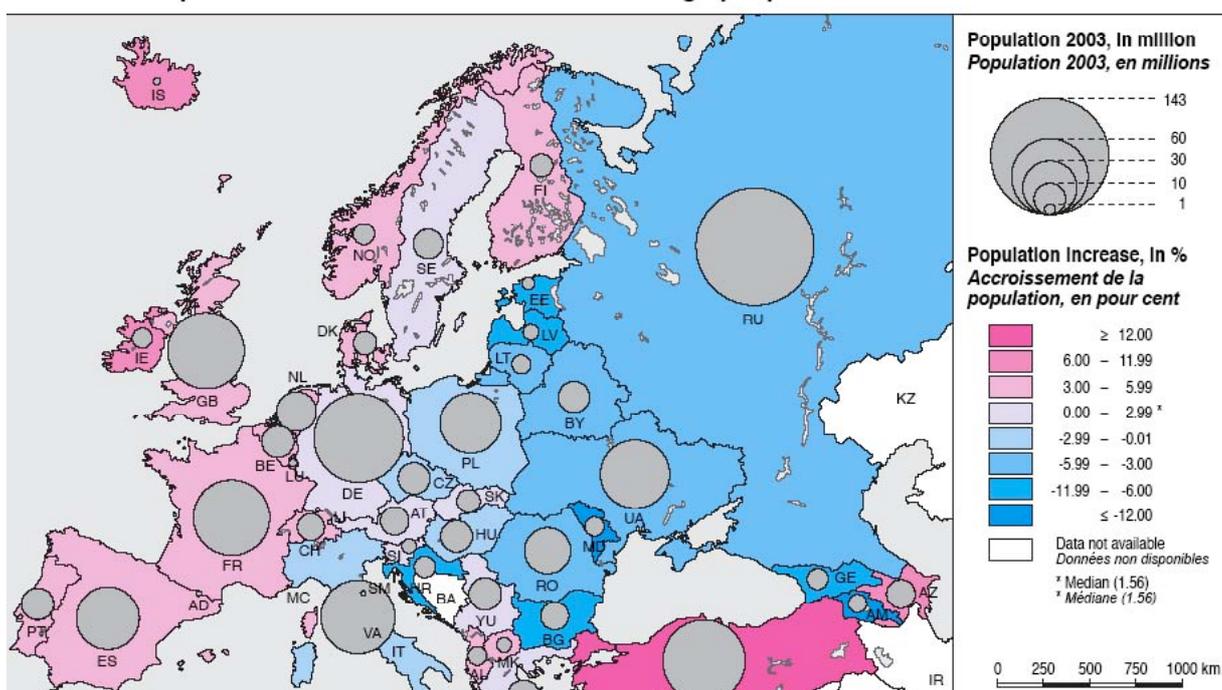
<sup>9</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Two centuries of Swiss demographic history, SFSO, S 30ff

<sup>10</sup> vgl. Two centuries of Swiss demographic history, SFSO, S. 13ff

Gut zu erkennen ist auch, dass in der Schweiz die Bevölkerungspyramide im Jahr 2050 eine Zylinderform annehmen wird, dass heißt, dort wird die Bevölkerung auch in 50 Jahren noch nicht so stark überaltert sein, wie in Deutschland oder Österreich. Hauptgrund für die Entwicklung in der Schweiz ist die nicht so stark fallende Geburtenrate wie in den anderen Ländern.

Dazu kurz ein Blick auf die gesamt europäische Bevölkerungsentwicklung<sup>11</sup>

**Map 1** Population around 2003 and population increase between 1995 and 2003  
**Carte 1** Population vers 2003 et accroissement démographique entre 1995 et 2003



Quelle: Statistik Schweiz

Während in Deutschland, Österreich, Schweden, Tschechien usw. das Bevölkerungswachstum fast stagniert, liegt das prozentuelle Wachstum in Frankreich, Spanien, Portugal, Groß Britannien, Norwegen, Finnland und der Schweiz noch bei 3 bis 6 Prozent. Riesig erscheint das Wachstum dazu in der Türkei und Irland. Gegenpol zur westeuropäischen Entwicklung stellen die östlichen Länder dar, sie durchleben aktuell eine starke Bevölkerungsverkleinerung.

<sup>11</sup> vgl. Statistik Schweiz, Aktuelle Bevölkerungsentwicklung in Europa, Karte 1 auf

[http://www.statistik.admin.ch/stat\\_ch/ber01/europe\\_cartes\\_de/europe\\_karten.htm](http://www.statistik.admin.ch/stat_ch/ber01/europe_cartes_de/europe_karten.htm), gesehen am 14. April 2004

### 2.1.2 Auswirkungen der Entwicklung

Wie wirkt sich nun diese im vorangegangenen Kapitel 2.1.1 beschriebene demographische Entwicklung aus?

Strukturwandel der Gesellschaft

Der Zeitpunkt, wo mehr Menschen über 60 als unter 30 Jahre alt sind, rückt näher. Das Altern unserer Gesellschaft hat eine grundlegende Strukturveränderung zur Folge. Inwieweit es aber zu einem sozialstrukturellen Wandel kommt, ist noch nicht vorhersehbar.<sup>12</sup>

Verschiedene Konzepte (z.B. Tews 1990) gehen gleichzeitig von einem qualitativen Strukturwandel des Alters aus, wie die Verjüngung des Alters, Entberuflichung, Feminisierung des Alters und Hochaltrigkeit. Eine besondere Bedeutung hat auch die Individualisierung und Pluralisierung der Lebensformen und Lebensläufe.<sup>13</sup>

Alter(n) hat sich in unserer Gesellschaft vom individuellen und sozialen zum gesellschaftlichen Problem entwickelt. Die Vergesellschaftung des Alter(n)s stellt sich heute als unzureichend gelöst und somit als neu zu bewältigende Aufgabe, als Herausforderung und Problem aller gesellschaftlicher Ebenen dar: Politik, Wirtschaft, Kultur, Institutionen des Arbeitsmarktes, Betriebe, Familie sozialstaatliche Institutionen und Menschen in verschiedenen Lebensphasen müssen sich damit auseinandersetzen. Zusammengefasst stehen in der deutschen und internationalen Debatte dieser Entwicklung drei Aspekte als deutliche Kennzeichen im Vordergrund:

1. Flexibilisierung des Übergangs in den Ruhestand (Verlängerung der möglichen und Verkürzung der notwendigen Lebensarbeitszeit)
2. Formen der praktikablen, leistbaren, und legitimationsfähigen sozialen Sicherung und Versorgung im Alter
3. eine neue Kultur des dritten Lebensalters<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> vgl. Backes, Clemens, Alter(n) und Gesellschaft im Strukturwandel der Modernisierung, S. 7

<sup>13</sup> vgl. ebenda, S. 7f

<sup>14</sup> vgl. Backes, Clemens, Alter(n) und Gesellschaft im Strukturwandel der Modernisierung, S. 10ff

## Zukunft des Alter(n)s

Wenn die heute 15 bis 30 Jährigen einmal über 60 sind, rechnet Rosenmayr mit einer Verlängerung des mittleren Alters. Da die sozialen und ökonomischen Zugänge zur Medizin, einschließlich der Prophylaxe und Rehabilitation zunehmen und ständig neue Heilungsmöglichkeiten entdeckt werden, verschiebt sich das Kranksein auf das Lebensende („Kompression der Morbidität“ - Fries 1983). Ausdrücklich warnt Rosenmayr jedoch, dass die Gesundheit, Aktivität und Quantität des Alters proportional zu ihrem politischen Einfluss steigen werden. Auch erlaubt eine noch so deutliche demographische Entwicklung keine soziologischen Prognosen. Wir wissen nur, dass die „Neuen Alten“ mit hoher Wahrscheinlichkeit physisch viel gesünder sein werden, vor allem die Wohlhabenden unter ihnen, und sie daher selbstständiger, aktiver und autarker bis ins hohe Alter sein können als heute.<sup>15</sup>

Bereits beobachtbar ist in den USA, aber auch in England und Frankreich, eine Stadtflucht der älteren Menschen. So weit es ihnen möglich ist, suchen die „Neuen Alten“ den Rückzug aufs Land, wo sie sich weniger von Lärm, Hast und Umweltschädigungen als in der Stadt belästigt fühlen. Wenn dies auch in den deutschsprachigen Ländern Europas eintritt, wird eine strukturelle Umgestaltung bzw. Anpassung der Dörfer notwendig sein.

Durch die gesundheitlichen Verbesserungen entstehen neue Möglichkeiten und Freiheiten für ältere Menschen, ihr Selbstverständnis wird positiver, ihre Durchsetzungsfähigkeit steigt und ihre Handlungsspielräume wachsen. Weiters ist zu erwarten, dass sie kommunikativer werden und an Mitteilungsfähigkeit gewinnen. Je mehr dies alles zunimmt, desto besser stehen die Chancen eines offenen, generationsübergreifenden Dialogs über die bereits jetzt vorhandenen politisch-ökonomischen Konflikte einer überalternden Gesellschaft. Die heutige Wissens- und Informationsgesellschaft hat sich ihren Schwerpunkt in technischen Innovationen gesetzt und beachtet die Erfahrungen von gestern wenig. Dadurch wird allen Menschen der Druck auferlegt, sich mit der Technik vertraut zu machen und mithalten zu müssen. Gerade aber bei den älteren Menschen sollte der Umgang mit der neuen Technik besonnen begonnen werden, und es sollten nicht allzu hohe, unerreichbare, Ziele gesetzt werden.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> vgl. Rosenmayr, Älter werden als Erlebnis, S. 116ff

<sup>16</sup> vgl. Rosenmayr, Älter werden als Erlebnis, S. 119ff

## Grundlegende Information über das Internet

Beginnen möchte ich dieses Kapitel mit einer kurzen, einfachen Definition des Internet aus dem Einsteigerbuch „Internet - Leichter Einstieg für Senioren“:

*„Das Wort Internet vereint die zwei Silben inter (für zwischen) und net (für Netz). Es handelt sich also um ein grenzüberschreitendes (oder internationales) Netzwerk. Ein Netzwerk verbindet mehrerer Computer miteinander – beim Internet sind daher Computer verschiedener Länder untereinander verbunden. Dadurch lassen sich Daten zwischen ihnen austauschen.“ (Born, 2003)<sup>17</sup>*

### 2.1.3 Entstehung und Grundlagen<sup>18</sup>

Zu den Grundvoraussetzungen der Entstehung des Internet zählen vor allem die Möglichkeit zur Datenübertragung via Telefonleitung, die Bell Systems in den USA 1958 mit ihrem Data-Phone-Service ermöglichte und die Verbreitung von Computern, wie zum Beispiel dem IBM-System 360 der ab 1965 erstmals weltweit ausgeliefert wurde.

Als offizielle Geburtsstunde des Internet wird die Inbetriebnahme des ARPAnet im Jahr 1969 gesehen. Gegründet wurde die Advanced Research Project Agency (ARPA) 1958 in den USA als Reaktion auf die russischen militärischen Erfolge mit dem ersten Satelliten Sputnik, der 1957 ins All geschossen wurden. Ziel war es, ein Kommunikationsnetzwerk zu schaffen, das russischen Angriffen während des Kalten Krieges standhalten sollte. 1964 empfahl Paul Baran von der Public Policy Institution RAND Corporation eine vernetzte Struktur, bei der sämtliche Kommunikationseinheiten unabhängig voneinander und gleichzeitig als „Zentrale“ operieren können. Jede dieser Einheiten sollte in der Lage sein, Nachrichten zu versenden, zu empfangen oder weiterzuleiten. Diese Nachrichten sollten in kleine adressierte Pakete unterteilt werden und es sollte ihnen keine Route vorgegeben werden. Da sich die Nachrichten ihren eigenen Weg suchen konnten, war es unerheblich, ob Teile des Systems ausfielen oder zerstört wurden. Auf Basis dieses Konzepts begann die dem Pentagon unterstellte ARPA 1968 mit der Umsetzung eines funktionstüchtigen Netzwerkes. Der erste Rechner wurde an der UCLA (University of California, Los Angeles) instal-

---

<sup>17</sup> vgl. Born, Internet - Leichter Einstieg für Senioren, S. 14

<sup>18</sup> vgl. Becker, Die Politik der Infosphäre, S. 12 - 25

liert und mit einem Rechner am Stanford Research Institut der Stanford University verbunden. Bis Dezember bildeten bereits vier Rechner (Knoten) das Netzwerk, das vom Pentagon ARPAnet getauft wurde. Als 1972 das ARPAnet auf der 1. Internationalen Konferenz für Computer und Kommunikation in Washington D.C. vorgestellt wurde, waren schon 37 Rechner miteinander vernetzt.

Um eine plattformübergreifende (Windows, Macintosh, Unix) Kommunikation zu ermöglichen, wurden ab 1977 einheitliche Protokolle (z.B.: TCP/IP - Transmission Control Protocol/Internet Protocol) im ARPAnet eingeführt.

Anfang der 80er Jahre entstand schließlich das „Internet“, für das das ARPAnet als Backbone (engl. Rückgrat) fungierte. Wegen der Öffnung des Internet für immer mehr Unternehmen und Rechner, spaltete sich das Milnet (Military Network) der USA ab.

1991 startete, ausgehend vom CERN (European Organization for Nuclear Research) in Genf, das World Wide Web. Bisher war das Internet nur über Kommandozeileingabe nutzbar, mit dem WWW wurde eine leicht bedienbare, grafische Benutzeroberfläche eingeführt und entwickelt.

#### **2.1.4 Funktionsweise und Dienste**

Das Internet stellt ein Kommunikationssystem dar, ein globales Rechnernetzwerk, das sich aus tausenden einzelner, voneinander unabhängiger Computer bzw. Netzwerke zusammensetzt. Die Besonderheit des Internet im Gegensatz zu anderen Medien liegt einerseits in seiner Heterogenität (sämtliche elektronische Kommunikationswege können genutzt werden) und andererseits in der Möglichkeit zur bidirektionalen Kommunikation (der Sender kann Empfänger sein und umgekehrt).<sup>19</sup>

Der Datentransfer im Internet funktioniert nach einer Client-Server-Architektur. Wenn von einem Rechner aus Daten angefordert werden (Client), dann wird diese Anfrage von einem Rechner, auf dem die Daten gespeichert sind bzw. zur Verfügung gestellt werden, bearbeitet und wenn möglich beantwortet (Server). Bevor Daten versandt werden, ist es notwendig, diese in Pakete zu unterteilen (je nach Datenmenge unterschiedlich viele). Diese Pakete haben ein „Etikett“ (Header), auf dem die Zieladresse und der Absender gespeichert

---

<sup>19</sup> vgl. Becker, Die Politik der Infosphäre, S. 26 - 43

sind, enthalten den gewünschten Inhalt und besitzen eine Prüfsumme, die sicherstellt, dass alle Pakete einer Sendung vollständig ankommen. Auf dem Weg durchs Internet kommen diese Pakete an Stationen vorbei, so genannten Router, eine Art Vermittlungsstelle, die Pakete je nach Zieladresse weiterleiten.<sup>20</sup>

Die fünf Standarddienste des Internet sind:<sup>21</sup>

- Electronic Messaging (E-Mail)  
Versand von elektronischen Nachrichten.
- Telnet  
Telnet ermöglicht Usern den direkten Zugriff auf andere Computer im Netzwerk.
- File Transfer Protocol (FTP)  
FTP wird für die Übertragung von Dateien zwischen Computern verwendet.
- Hypertext Transmission Protocol (HTTP) bzw. World Wide Web (WWW)  
HTTP ist ein Kommunikationsprotokoll zwischen Webserver und Webbrowser, das im WWW für die Übertragung von Webseiten verwendet wird.
- Usenet / Newsgroups  
Als Usenet wird die Gesamtheit aller Newsgroups bezeichnet. Newsgroups sind Diskussionsforen bzw. schwarze Bretter im Internet, sie existieren fast zu jedem beliebigen Thema und können moderiert und unmoderiert sein.

### 2.1.5 Soziologie des Internets

Nachdem die technischen Komponenten des Internet bestimmt sind, geht es darum, es soziologisch zu betrachten. Hierzu werden die Erörterungen von Stefan Weber herangezogen.

Als Internet versteht Weber alle Kommunikationen, die technisch gesehen zumindest zwei dislozierte<sup>22</sup> Computer erfordern, die miteinander ver-/gekoppelt sind, das heißt in einer technischen Verbindung stehen.

---

<sup>20</sup> vgl. Becker, Die Politik der Infosphäre, S. 26 - 43

<sup>21</sup> vgl. ebenda, S. 26 - 43

<sup>22</sup> dislozieren (Latein = dislocare) = verlagern, verteilen; auseinander legen. vgl. Wahrig Fremdwörterlexikon auf <http://www.wissen.de>, gesehen am 10. März 2004

Darunter fallen Anwendungen wie E-Mail, das WWW, Chat oder Newsgroups.

In seinen Reflexionen versucht er zu erörtern, ob das Internet ein Medium ist und ob es als System bezeichnet werden kann.

Ein Medium muss Aspekte der Mitte, des Mittels, der Vermittlung und des Vermittelten enthalten, um im medienwissenschaftlichen Sinn ein Medium zu sein. Medium als Mitte bedeutet, es muss eine Schnittstelle, ein Bindeglied der Kommunikation sein – somit erfüllt das Internet den ersten Aspekt. Medien als Mittel müssen Träger oder Kanäle von Informationen sein – auch das ist das Internet. Im Mittelpunkt der Vermittlung steht die Übertragung selbst – wiederum ein Punkt für das Internet. Das Vermittelte ist der Inhalt, der Rohstoff der transportiert wird – auch das trifft auf das Internet zu. Zusammenfassend kann man ein Medium als Ort der Vermittlung von Vermitteltem auf Basis technischer Mittel beschreiben. Daraus folgt, dass das Internet mit all seinen Ausprägungen in unterschiedlichen Gewichtungen alle vier Aspekte erfüllt.<sup>23</sup>

Bei der Frage ob das Internet als soziologisches System bezeichnet werden kann, muss man sich vorweg für eine (der vielen) Betrachtungsweisen von Systemen entscheiden. Es gibt offene und geschlossene Systeme, wobei Luhmann in seiner Systemtheorie nur von operational geschlossenen Systemen ausgeht, die nichts anderes sind, als die Differenz von Systemen und Umwelt. Der klassische Systembegriff der Sozialwissenschaften geht dagegen davon aus, dass das Ganze mehr als die Summe seiner Teile sein muss. Weber entschließt sich schließlich, das World-Wide-Web nicht komplett als autopoetisches<sup>24</sup> System zu verstehen, sondern die inhaltliche von der strukturellen Ebene zu trennen. Die Inhalte des WWW schätzt er als selbstreferenzielles System ein, da die Anzahl der neuen Links proportional stärker steigt als die Anzahl der neuen Seiten. Auf der Ebene der Struktur sieht er im Internet ein zunehmend heteropoetisches System, das immer stärker von der Umwelt bzw. der Wirtschaft gesteuert wird.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> vgl. Weber, Medien - Systeme – Netze, S. 21 - 28

<sup>24</sup> autopoetisch = das eigenen Schaffen / Wirken betreffend. vgl. Wahrig Fremdwörterlexikon auf <http://www.wissen.de>, gesehen am 10. März 2004

<sup>25</sup> vgl. Weber, Medien - Systeme – Netze, S. 47 - 53

Nicht sinnvoll scheint es, das Internet als eigenes soziales System abzukapseln, da seit der Verbreitung des Internet in den 90er Jahren fast alle sozialen Systeme beeinflusst wurden. Ob in der Wissenschaft, der Wirtschaft, der Politik, der Religion, den Massenmedien, der Kunst, dem Recht, der Bildung/Erziehung oder der Familie, kaum ein gesellschaftlicher Bereich hat sich nicht das Internet zu nutze gemacht oder ist vom Internet vereinnahmt worden.<sup>26</sup>

Im Anschluss an die Soziologie des Internet erfolgt jetzt noch ein Blick auf elektronische Gemeinschaften im WWW.

Was kennzeichnet elektronische Gemeinschaften wie Foren, Newsgroups, Mailgroups und Computerkonferenzen im Internet?

Als Voraussetzung für die Entstehung unzensurierter, egalitärer, virtueller Gemeinschaften gilt die prinzipielle Möglichkeit für jeden Teilnehmer netzwerkgebundener Kommunikation in das mediale Geschehen eingreifen zu können.<sup>27</sup>

*„Das Internet ist keine Einheit, sondern repräsentiert in verschiedener Hinsicht Vielheit, Pluralismus. Es besteht aus vielen Netzen, aus vielen Knotenpunkten, ohne ein Zentrum zu haben. Es lässt wie keine andere Medium, den Pluralismus von Standpunkten, Meinungen und Wissensperspektiven zu. Es lebt von der Initiative der Teilnehmer am Netz, von der Kreativität seiner Nutzer. In dieser Hinsicht ist es das postmoderne Phänomen schlechthin, weil es im Netz keine totalitären Instrumente mehr gibt, die Kontrolle über das Denken ausüben können.“ (Bollmann/Heibach, 1996, 473)<sup>28</sup>*

Elektronische Gemeinschaften sind selbst organisierte Netzwerke und haben ihre eigenen Regeln und Normen. Medienhistorisch gesehen werden elektronische Gemeinschaften als „Substitute verloren gegangener öffentlicher Orte“ der Kontaktaufnahme und Kommunikation, wie die Salons und Kaffeehäuser des 18. Jahrhunderts, gewertet.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> vgl. Weber, Medien - Systeme – Netze, S. 89 - 91

<sup>27</sup> vgl. Gräf, Krajewski, Soziologie des Internets, S. 128 - 131

<sup>28</sup> vgl. ebenda, S. 128 - 131

<sup>29</sup> vgl. Gräf, Krajewski, Soziologie des Internets, S. 128 - 131

Wie in realen Gemeinschaften, gibt es im Internet nicht nur Gesetze, an die man sich halten muss, sondern auch Höflichkeitsregeln, Benimmregeln, Nettiquette genannt. Auf vielen Webseiten, vor allem in Foren, können Verstöße dem Administrator gemeldet werden, der sie anschließend löscht. Ein sehr schlimmer Verstoß wäre beispielsweise Propaganda für nationalsozialistische Inhalte. Zu einem kleinen Teil kontrolliert sich das Internet damit selbst, zumindest die elektronischen Gemeinschaften tun dies in gewissem Ausmaß.

### **2.1.6 Technische Möglichkeiten heute und morgen**

Es ist schwer eine Grenze zu ziehen, zwischen dem, was heute schon möglich ist, und dem was bald möglich sein wird. Die Entwicklung geht so schnell voran, dass man nie sicher sein kann, ob nicht die angepriesene technische Errungenschaft schon irgendwo auf der Welt umgesetzt und in Betrieb ist.

Umgesetzt sind schon die ersten E-Government-Anwendungen, also staatliche und verwaltende Aufgaben die per Internet erledigt werden können. Die Möglichkeiten gehen dabei von dem einfachen Ausdrucken von Formularen bis zur Online-Steuererklärung. Es scheint nur noch eine Frage der Zeit, bis Volksbefragungen oder gar Abstimmungen digital ausgeführt werden. Schon allgegenwärtig ist die Zukunft des Internet im Bankwesen. Nicht nur bestehende Institute und Versicherungsunternehmen bieten die Abwicklung ihrer Geschäfte online an, sondern es entstehen auch Banken, die nur noch über Internet verfügbar sind, keine Filialen besitzen und deshalb ihren Kunden bessere Konditionen und Zinsen anbieten können. Durch die möglichen Personaleinsparungen, wenn Aktionen online erledigt werden, bieten viele Firmen für Internet-Transaktionen billigere Tarife an. Als Beispiel sei die Österreichische Bundesbahn genannt, die den Online-Ticketkauf um 5 Prozent billiger als am Bahnhofsschalter anbietet. Aber gerade diese einerseits positiven Vergünstigungen für Internet-Anwender benachteiligen andererseits Nicht-Anwender enorm. Gerade für die Gruppe der Senioren, die noch zu einem großen Teil nicht „online“ sind, ergeben sich dadurch finanzielle und soziale Nachteile. Immer mehr Geschäfte stellen in der Werbung und auch im Verkauf auf das Internet um. Vielfach wird bei klassischen Zeitungsinseraten oder Ankündigungen von Veranstaltungen auf die Angabe einer Postadresse bzw. Telefonnummer verzichtet und nur noch eine E-Mail Adresse und / oder eine Inter-

net-Adresse bekannt gegeben. Somit wird allen Menschen, die keinen Internetzugang haben, die Kontaktaufnahme unmöglich gemacht.

Aber nicht nur die Anwendungsmöglichkeiten des Internet, wie Online-Shopping, Online-Rechtsberatung, Online-Gesundheitsberatung usw. entwickeln sich laufend weiter, auch die Technik an sich bleibt nicht stehen. Lange waren Fernsehen und Internet zwei unterschiedliche Dinge. Jetzt ist „Fernsehen über das Internet“ und umgekehrt „Internet über das Fernsehen“ möglich. Die ersten Versuche werden auch schon mit „Internet aus der Steckdose“ gemacht, wie Powerline, das nun von der EU gefördert werden soll.<sup>30</sup> Auch stehen in Österreich schon die ersten Telefon-Terminals mit Internet anstatt der alten Telefonzellen. Diese „Multimedia Stations“ ermöglichen einen Breitbandzugang zum Internet, SMS-Versand, E-Mail-Versand und Bildtelefonie.<sup>31</sup>

Weltweit steigt vor allem die verfügbare Bandbreite einzelner Internet-Anbindungen. Sind in Europa noch 1Mbit Leitungen für private Haushalte überdurchschnittlich dimensioniert, so werden in Asien bereits 30Mbit-Zugänge für Privatpersonen zu sehr günstigen Preisen angeboten.

Wenn auch kaum abzuschätzen ist, wie schnell und wohin sich das weltweite Internet entwickelt, so ist doch eines klar, es wird in Zukunft kaum noch Bereiche geben, wo man es nicht verwenden kann oder muss. Für die Jugend ist dies bereits selbstverständlich. Studenten, die selbst kein Internet haben, müssen sich beispielsweise für Anmeldungen zu verschiedenen Universitätskursen an Internetcafes oder die auf der Universität bestehenden Internet-Terminals wenden.

### Altern in technisierten Gesellschaften

Die moderne Gesellschaft ist eine technisierte Gesellschaft. Technik erleichtert und / oder erschwert verschiedene Bereiche unseres Lebens. Die sozialwissenschaftliche Technikforschung zeigt deutlich, dass die Technik nicht ein für sich alleine stehender Faktor in der Gesellschaft ist, sondern viel mehr die Gesellschaft beeinflusst. Die Technik hat im Alltag

---

<sup>30</sup> vgl. Torge Löding, Heise online, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/42634>) gesehen am 04.05.04

<sup>31</sup> vgl. Else Drews, Telekom Presse, [http://www.telekom-presse.at/archiv/artikel\\_liste\\_4560.html](http://www.telekom-presse.at/archiv/artikel_liste_4560.html), gesehen am 04.05.04

einen fixen Platz eingenommen und ist nicht nur auf berufliche Bereiche konzentriert. Über verschiedene Technologien werden auch bestimmte Altersbilder transportiert, und umgekehrt werden durch die Nutzung der vorhandenen Technologien deren Verbreitung und Entwicklung gefördert. Nur kann die Erweiterung individueller Handlungsmöglichkeiten durch die Technik auch gleichzeitig eine Einschränkung des Handelns mit sich bringen. Die heutigen Strukturen der Gesellschaft, die Handlungsabläufe, sind stark von den technischen Möglichkeiten geprägt. Für ältere Menschen kann die Zuhilfenahme von Technik vielfach eine Erleichterung des alltäglichen Lebens ermöglichen, bringt aber gleichzeitig auch die klassischen Nachteile der Technik, wie ein hohes Maß an Normierung und Anonymisierung mit sich.<sup>32</sup>

Allen Vorurteilen entgegen ist das Interesse bei der Senioren-Generation am Internet groß. Egal wo und von wem Kurse zum Thema Internet und Computer angeboten werden, die Nachfrage ist kaum bewältigbar, wie viele Beispiele aus Deutschland und Österreich belegen. Die Angebote reichen von staatlich geförderten Programmen (z.B. "Ganz einfach Internet", oder „Senioren Online“) über Bildungsinstitute wie Volkshochschulen bis zu vielfältigen Kurse der Seniorenverbände.

Ein erfolgreiches Beispiel sind die Frühjahrs- und Herbstakademien der Universität Ulm, die regelmäßig Computerkurse für Senioren anbieten. In Ulm kam man zu der Schlussfolgerung, dass sich viele ältere Menschen für das Thema Internet interessieren, wenn sie in einer ansprechenden Weise dazu motiviert werden. Viele beschäftigen sich vor allem deshalb mit den neuen Technologien, weil sie nicht möchten, dass *"das Leben an ihnen vorbeigeht"* (Zitat einer 60 Jährigen). Sie sehen es als Chance mit jüngeren Menschen in Kontakt zu bleiben, auch wenn sie diesen Kontakt erst nach der Sammlung eines Basiswissens in geschützter Umgebung mit Gleichaltrigen suchen. Die Ergebnisse einer Befragung von 490 Personen (im Rahmen der Frühjahrsakademie 1997) ergaben, dass der Nutzung des Internet eine sehr genau kalkulierte Kosten-Nutzen Rechnung vorausgeht. Surfen nur um des Internet willens interessiert diese Gruppe nicht. Für Viele ist das Internet ein technisches Instrument, das sie zur Suche von Informationen und für Kommunikation nutzen.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>vgl. Mollenkopf, Altern in technisierten Gesellschaften, in: Backes, Clemens, Alter(n) und Gesellschaft, S. 217 - 224

<sup>33</sup> vgl. Stadelhofer, Neue Kommunikationstechnologien und ältere Menschen, in: Erkert, Salomon (Hrsg.), SeniorInnen und Senioren in der Wissensgesellschaft, S. 31 - 34

## 2.2 Die Informationsgesellschaft

*"Communico, ergo sum"*

Heute steht die Kommunikation im Mittelpunkt, nicht mehr das Gespräch mit Gegenständen zum Inhalt. Ziel ist oft nur der Kontakt als solcher, wie folgendes Zitat von Bernd Guggenberger auf den Punkt bringt:

*"Die Themen sind bloßer Gesprächsstoff, der es ermöglicht, in Verbindung zu treten und in Verbindung zu bleiben. Sinn und Zweck von Kommunikation ist Kommunikation".<sup>34</sup>*

Auch wenn diese Aussagen vielleicht überspitzt formuliert sind, so leben wir heute doch in einer Gesellschaft, in der Kommunikation und Information immer wichtiger werden.

Die Informationsgesellschaft

Als Beschreibung bzw. Definition der Informationsgesellschaft hier die Erklärung des Kompaktlexikon von Harenberg:

*"Informationsgesellschaft: Bezeichnung einer neuen Entwicklungsstufe hoch industrialisierter Staaten. Elektronische Datenverarbeitung (CD-ROM, Online-Datenbanken) und Medien wie das Fernsehen beschleunigen und verstärken den Informationsfluss und verändern Entscheidungsprozesse; traditionell gewachsene Orientierungen und Fachwissen werden ergänzt. Die Beherrschung der neuen Techniken wird zum erforderlichen Standard."<sup>35</sup>*

Informationsgesellschaft laut [www.wissen.de](http://www.wissen.de)

*„Anfang der 1970er Jahre aufgekommene Bezeichnung für eine durch ein hohes Maß an Informations- und Wissensvermittlung geprägte Gesellschaft, vom US-amerikanischen Soziologen D. Bell populär gemacht. Als Wirtschaftsfaktor mit erheblichem Anteil am Bruttosozialprodukt werden Information und Wissen massenhaft produziert, gesammelt, verwertet, weiterverarbeitet, über Medien verbreitet und somit durch die Informationswirtschaft vermarktet.“<sup>36</sup>*

---

<sup>34</sup> vgl. Guggenberger, Sein oder Design, S 253f

<sup>35</sup> vgl. Kirchmair, Digitale Klüfte, S.41

<sup>36</sup> vgl. Wahrig Fremdwörterlexikon auf <http://www.wissen.de>, gesehen am 10. März 2004

### 2.2.1 Das Informationszeitalter und das Internet

#### Der doppelte Wandel

Unter allen Veränderungsprozessen, die sich derzeit in Deutschland vollziehen, sind nach Gilles zwei von ganz besonderer Bedeutung: die Überalterung der Bevölkerung und der Wandel zur Informationsgesellschaft. Beide bringen für sich alleine genommen bereits erhebliche politische, wirtschaftliche und soziale Herausforderungen mit sich. Auf den ersten Blick scheinen die Prozesse nicht viel miteinander zu tun zu haben, tatsächlich könnten sich aber gravierende Wechselwirkungen ergeben.

Der soziodemographische Wandel vollzieht sich in einer Gesellschaft, die sich auch anderweitig sehr schnell grundlegend verändert, nämlich durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien. Sie haben nicht nur eminente wirtschaftliche Bedeutung, sondern wirken auch nachhaltig auf soziale Bereiche. Lebensstandard und Lebensqualität können durch den Einsatz neuer Technologien verbessert werden, wenn die Menschen sie richtig einsetzen und damit umzugehen wissen.

Das Problem ist, dass die Menschen der älteren Generation, die heute am Ende ihres Berufslebens stehen oder schon aus diesem ausgeschieden sind, oft die Notwendigkeit nicht sehen, dass sie sich mit den neuen Technologien beschäftigen sollten. Außerdem bestehen teilweise auch Berührungängste mit derartigen Neuerungen, die aus den Kosten für die Anschaffung und Nutzung, fehlender technischer Kompetenzen und mangelnder Benutzerfreundlichkeit resultieren. Viele ältere Menschen glauben, dass sie schlicht zu alt fürs Internet sind. Das überrascht nicht, denn in den Medien wird das Internet meist so dargestellt, als sei es nur für junge und berufstätige Menschen. Aber gerade die Älteren sind eine interessante Anwendergruppe. Sie haben vielfach nicht nur die finanziellen Möglichkeiten, sich neue Kommunikationstechnologien nutzbar zu machen, sondern können sich mit Hilfe der Technik auch den Alltag erleichtern. Daher ist es außerordentlich wichtig, dass insbesondere die "Jungen Alten" schon frühzeitig lernen, mit neuen Techniken umzugehen, um diese im höheren Alter effizient nutzen und dann auftretende Defizite wettmachen zu können.

Computer können im Alter sinnvolle Hilfsmittel für Gedächtnistraining und Selbststudium sein, um die kognitive Leistungsfähigkeit bis ins hohe Alter zu erhalten. Die für ältere

Menschen so wichtige Kommunikation mit Familie und Freunden kann per E-Mail problemlos aufrechterhalten werden. Einkäufe und Erledigungen, die im Alter unter Umständen Schwierigkeiten bereiten, können über das Internet erledigt werden. Auch für alle Senioren, deren Mobilität abnimmt, gewinnt das Internet durch die Unabhängigkeit vom Standort zusätzliche Bedeutung.<sup>37</sup>

### 2.2.2 Digitale Klüfte

Für eine moderne Gesellschaft ist es unerlässlich, alle Menschen in die Informationsgemeinschaft einzubeziehen. Die Gefahr der Ausgrenzung einzelner Gruppen ist insbesondere für ältere Menschen groß, die in ihrem Berufsleben wenig mit den Informations- und Kommunikationstechnologien zu tun hatten. Sie müssen ihre Berührungängste verlieren und den persönlichen Nutzen des Internet durch praktische Beispiele kennenlernen. Eine wichtige Rolle spielen dabei einerseits die Presse und Werbung, andererseits das Medium Internet selbst, bzw. die Betreiber von Internetseiten, die dafür Sorge zu tragen haben, dass ihre Angebote auch für diese Zielgruppe interessant sind. Benutzerfreundlichkeit von Bedienoberflächen und Anwendungen sowie eine umfassende Barrierefreiheit sollte das gesetzte Ziel sein.<sup>38</sup>

Was oft einen falschen Eindruck von älteren Menschen und dem Internet vermittelt ist die Skepsis gegenüber der Technik. Dabei verhalten sich ältere Menschen meist allem Unbekannten, Ungewohnten gegenüber vorsichtig und skeptisch, was daher nicht mit einer generellen Ablehnung von Technik gleichgesetzt werden sollte.<sup>39</sup>

Damit die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien die Lebensqualität von älteren Menschen steigern können, muss sich die Technik den menschlichen Bedürfnissen anpassen und nicht umgekehrt.

---

<sup>37</sup> vgl. Gilles, Doppelklick statt Doppelherz, in: Ältere Menschen und Neue Medien, BaS, S. 21 - 23

<sup>38</sup> vgl. Salomon, AG 5, in: Erkert, Salomon (Hrsg.), SeniorInnen und Senioren in der Wissensgesellschaft, S. 23 - 25

<sup>39</sup> vgl. Mollenkopf, Soziale Akzeptanz, in: Erkert, Salomon (Hrsg.), SeniorInnen und Senioren in der Wissensgesellschaft, S. 31 - 34

Das Thema digitale Klüfte und die Internetnutzung von verschiedenen Bevölkerungsgruppen knüpft in Kapitel 3.1.5 über Nutzung und Umgang der Senioren mit dem Internet an.

### **2.2.3 Chancen und Risiken**

#### **Chancen für ältere Menschen**

Das Internet bietet vielfältige Möglichkeiten und Chancen für alle Bevölkerungsgruppen. Am umfangreichsten ist das Angebot an Informationen im Internet. Der Vorteil liegt hier auf der Hand, das Internet bietet Antworten auf fachliche oder alltägliche Fragen zu vielen, wenn nicht fast allen, Themen. Man findet vom Apfelkuchenrezept über aktuelle Weltpolitik bis zum Online-Katalog der nächsten Bücherei umfangreiche Informationen. Dadurch kann man sich oft lästige oder anstrengende Wege ersparen und zum Beispiel Bankangelegenheiten oder Einkäufe von Zuhause aus erledigen. Die Schwierigkeit, der Nachteil all dieser Informationen ist die eigentlich sehr positive Vielfalt - sie bildet oft eine Barriere. Um zu den gewünschten Informationen zu gelangen, muss man sich Suchmaschinen bedienen, deren Ergebnisse oft tausende von Einträgen umfassen. Im Internet lautet die Maxime oft: Quantität vor Qualität. Sogar geübte User müssen sich in der Vielfalt immer wieder erst zu Recht finden.<sup>40</sup>

Ein weiterer interessanter Aspekt des Internet sind die Beteiligungsmöglichkeiten. Man kann nicht nur Informationen zu verschiedenen Gebieten suchen und finden, sondern auch selbst zur Verfügung stellen. Ob man persönliche Details oder sein Wissen publizieren möchte, beides ist möglich. Im Internet gibt es keinen Chefredakteur, der vorher entscheidet, was „online“ stehen darf und was nicht. Die einzigen Einschränkungen sind gesetzlich verbotene Inhalte, wie nationalsozialistische Propaganda oder Kinderpornographie.<sup>41</sup>

Bezogen auf den Bereich der Kommunikation bedeutet die weltweite Vernetzung: Jeder kann mit jedem innerhalb kürzester Zeit kommunizieren. Mit dem E-Mail, also der

---

<sup>40</sup> vgl. Stiehr, Wie sinnvoll und nützlich ist die Erschließung neuer IuK Technologien für Seniorinnen und Senioren?, in: Ältere Menschen und Neue Medien, BaS, S. 14ff

<sup>41</sup> vgl. ebenda, S. 14ff

elektronischen Post, kann nicht nur Zeit gespart werden, die für das Aufgeben und die Zustellung eines Briefes aufgewendet werden muss, sondern auch die Kosten.<sup>42</sup>

Im Normalfall ist ein E-Mail weit billiger als ein Brief. Man bezahlt nicht pro Stück, sondern nur für die Zeit, die man online ist, also wie lange eine E-Mail braucht, um versandt zu werden. Weiters hat sich gezeigt, dass für viele Menschen die Hemmschwelle niedriger ist, eine E-Mail zu verfassen, als einen Brief. In einem E-Mail kann man sich kurz und unkompliziert nach dem anderen erkundigen oder von sich erzählen. Dank dem E-Mail halten viele, manchmal weit entfernte Kinder mit Ihren Eltern und Großeltern Kontakt.<sup>43</sup>

## Risiken

Trotz der Vorteile, die das Internet mit allen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten bietet, gibt es auch einige Gegenargumente:

Eines der größten Probleme bei der Vernetzung mit dem Internet ist die benötigte, teure Hardware. Wenn man sich nicht mit gelegentlichem Surfen in einem Internet-Cafe zufrieden geben möchte, ist es notwendig sich für Zuhause einen Computer mit einem Internetanschluss zu beschaffen. Trotz des starken Preisverfalls bei Computern der letzten Jahre, muss man für eine Komplett-Ausstattung (PC mit Monitor, Tastatur, Maus, Drucker, teilw. Software) mit mindestens EUR 600,- rechnen. Zusätzlich kostet die Internetverbindung in Österreich je nach Verbindung und Anbieter mindestens zwischen EUR 7,- (analoge Verbindung per Telefon für 10 Stunden) und EUR 20,- (Breitbandzugang mit 500MB Datentransferlimit). Ein Lösungsvorschlag, der sicher schon in so manchen Haushalten funktioniert, ist die Weitergabe der "gebrauchten" Computer der Kinder und Enkeln an ihre Eltern bzw. Großeltern. Für einen ersten Einstieg reichen diese meist noch aus und die jungen Leute können sich ein aktuelleres, schnelleres Gerät kaufen.<sup>44</sup>

Das nächste Problem kommt dann direkt nach der Anschaffung eines Computers. Es ist zwar das Internet und das E-Mail an sich nicht sehr kompliziert oder umständlich zu bedienen, allerdings die Einrichtung und Inbetriebnahme eines Computers. Da dies aber nur

---

<sup>42</sup> vgl. Stiehr, Wie sinnvoll und nützlich ist die Erschließung neuer IuK Technologien für Seniorinnen und Senioren?, in: Ältere Menschen und Neue Medien, BaS 14ff

<sup>43</sup> vgl. ebenda, S. 14ff

<sup>44</sup> vgl. Stiehr, Wie sinnvoll und nützlich ist die Erschließung neuer IuK Technologien für Seniorinnen und Senioren?, in: Ältere Menschen und Neue Medien, BaS, S. 17

ein einmaliger Aufwand ist, kann dies von Fachleuten oder technisch versierten Bekannten erledigt werden.

Ähnlich wie beim zwischenmenschlichen Kontakt, kann sich ein Computer über das Internet „Krankheiten“ holen, diese werden Viren genannt. Wird ein Rechner von einem Virus befallen, löscht dieser Daten oder beeinträchtigt die Software. Um eine Vireninfection zu vermeiden, verwenden Profis Virenschutzprogramme.

Als letztes Gegenargument sei noch die mögliche Suchtgefahr genannt. So wie es Fernseh-süchtige gibt, gibt es auch Internetsüchtige. Auch wenn solche Suchtverhalten nur selten auftreten, sind sie doch ernst zu nehmen.<sup>45</sup>

Abschließend zu den Stärken und Schwächen des Internet zwei positive und motivierende Aussagen von Ester Dyson:

*"Wenn Sie sich daranmachen, das Internet zu erkunden, müssen Sie sich selbst und Ihrem gesundem Menschenverstand vertrauen. In einer dezentralisierten Welt können - und sollen - sie nicht länger alle Entscheidungen anderen überlassen. Eben weil das Net weniger grundlegende Regeln hat und benötigt als die meisten anderen Umfelder, kommt es hier mehr auf Augenmaß, Verstand und Mitarbeit eines jeden Internet-Bürgers an. [...] Das einzige, was von Ihnen verlangt wird, ist, dass Sie die Macht und die Stärken des Internets auch wirklich nutzen. Es ist wie mit der Bibel im Bücherregal oder mit dem Trimmfahrrad im Keller: Diese Dinge nutzen nicht viel, wenn man sie nicht benutzt. Das Internet ist ein Mittel zum Zweck, für einen Zweck."<sup>46</sup>*

*"Wie ich immer wieder zu zeigen versucht habe, verändert das Internet als Technologie die meisten Beziehungen zwischen den Menschen grundlegend nicht. Was falsch und richtig, gut und böse ist, bleibt auch im Net im Wesentlichen gleich. [...] Es bietet Ihnen außerordentliche Chancen, zu finden, was Sie suchen, sei es ein Produkt, einen Freundeskreis oder auch einen Händler, der Ihre Privatsphäre respektiert."<sup>47</sup>*

---

<sup>45</sup> vgl. Stiehr, Wie sinnvoll und nützlich ist die Erschließung neuer IuK Technologien für Seniorinnen und Senioren?, in: Ältere Menschen und Neue Medien, BaS, S. 17

<sup>46</sup> Dyson, Release 2.0 Die Internet-Gesellschaft, S. 358

<sup>47</sup> Dyson, Release 2.0 Die Internet-Gesellschaft, S. 360f

Nach der ausführlichen Diskussion über das Internet, mit all seinen Möglichkeiten, seinen Vor- und Nachteilen, jetzt zur interessierenden Zielgruppe der Senioren.

## **2.3 Begriffsdefinition „Senioren“**

### **2.3.1 Die Bedeutung des Alter(n)s**

Da der Begriff Senior unmittelbar mit dem Alter(n) verbunden ist, wird im Folgenden auf verschiedene Sichtweisen der Bedeutung von Alter in der Gesellschaft eingegangen.

*"Es fällt Jüngeren beim Betrachten von Alten schwer, sich vorzustellen, dass auch die Alten Neulinge sind im Altsein."* (Kurt Guggenheim)

Dieses Zitat soll zeigen, dass es heute und vermutlich schon immer, sehr schwer ist, sich in der gesellschaftlichen Rolle der Alten zu recht zu finden, da sich das Rollenverständnis laufend ändert und es keine vorgegebenen Verhaltensweisen für die Pension gibt.

Die Lebensphasen eines Menschen werden allgemein in drei Stufen unterteilt: in die Jugend, wo man noch nicht erwerbstätig ist, in die erwerbstätige Phase und zuletzt die Pension. Wobei nicht unterschieden wird, ob man nun nicht mehr Arbeiten kann, will oder darf. Dabei beträgt die Lebenserwartung mit 60 Jahren heute durchschnittlich 20 bis 25 weitere Jahre, was zur Folge hat, dass man das Alter nicht mehr nur als ein Ausklingen des Lebens sehen kann. Es bedeutet, dass man ein Viertel seines Lebens rein auf Freizeit beschränken soll, was viele Senioren auch reklamieren und sich eine sinnvolle und gesellschaftlich verantwortungsvolle Tätigkeit wünschen. Wichtig ist, dass der dritte Lebensabschnitt nicht als Anhängsel oder Altenlast gesehen wird, sondern als eine Herausforderung für die Senioren selbst und auch für die Gesellschaft, die dieses Potential nützen muss.<sup>48</sup>

Wir leben in einer alternden Gesellschaft wodurch sich das Verhältnis der Generationen nachhaltig ändert. Trotzdem ist Alter nicht mehr mit Armut und Pflegebedürftigkeit gleich

---

<sup>48</sup> vgl. Kalbermatten, Was ist mit „Neuland Alter“ gemeint?, in: Meyer-Hentschel Management Consulting, Handbuch Seniorenmarketing, S. 79 - 83

zu setzen. Natürlich wird es auch in Zukunft noch arme und oder pflegebedürftige Alte geben, aber der Prozentsatz ist sinkend.<sup>49</sup>

Was bedeutet Altern?

Rosenmayr definiert Altern als:

*"Altern ist eine naturhafte Veränderung des Lebendigen, die durch Verluste und Einschränkungen gekennzeichnet ist. [...] Aber der Mensch ist seinem Altern nicht hilflos ausgeliefert. Er bleibt, wenn nicht Krankheit, Armut oder seelisches Leid ihn erdrücken, entwicklungsfähig und glücksfähig bis ins höchste Alter."*<sup>50</sup>

Weiters beschreibt Rosenmayr, dass man die Grenzen des Alterns nicht eindeutig ziehen kann. Zwar laufen die Altersprozesse nach genetischen Vorgaben ab, sind aber nicht ausschließlich biologisch gesteuert. Grossen Einfluss auf das individuelle Alter eines Menschen üben dessen Einstellung zum Leben, die Kultur in der er lebt und seine wirtschaftlichen Verhältnisse aus.<sup>51</sup>

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) unterscheidet zwischen „älteren Menschen“ (60-75 Jährige), „alten Menschen“ (75-90 Jährige) und „sehr Alten“ oder „Hochbetagten“ (über 90 Jährigen) und schließlich den "Langlebigen" (über 100 Jährige). Natürlich kann diese Altersabgrenzung nur eine Orientierung sein, da Altern sozial, kulturell und individuell enorm verschieden ist.

Eine andere mögliche Unterteilung ist die in „Jung-Alte“ und „Alt-Alte“ in einem qualitativen Sinn, dass heißt von Gesundheit, Aktivitätsgrad und Selbstgefühl auszugehen. Bei einer solchen Unterscheidung kann es eine „Jung-Alte“ mit 90 Jahren und einen „Alt-Alten“ mit 60 Jahren geben. (nach Neugarten und Neugarten 1986)<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> vgl. Lehr, Der demographische Wandel, in: Meyer-Hentschel Management Consulting, Handbuch Seniorenmarketing, S. 145 - 152

<sup>50</sup> vgl. Rosenmayr, Älter werden als Erlebnis, S. 15f

<sup>51</sup> vgl. ebenda, S. 15f

<sup>52</sup> vgl. Rosenmayr, Älter werden als Erlebnis, S. 26f

### 2.3.2 Definition des Begriffs und der Zielgruppe Senioren

Die Übersetzung des lateinischen Begriffes "*Senior*" bedeutet "*der Ältere*".<sup>53</sup>

Eine genauere, einheitliche und weiterführende Definition des Begriffes ist in der Fachliteratur nicht vorhanden. Je nach Branche, Studie oder Markt wird der Begriff unterschiedlich ausgelegt. So wird für diese Arbeit eine eigene Abgrenzung des Begriffes Senioren in Bezug auf die vorliegende Untersuchung vorgenommen.

In der Literatur finden sich verschiedene Möglichkeiten die Zielgruppe der Senioren abzugrenzen und festzulegen. Die häufigsten Untergliederungen sind:

- Chronologische Kriterien: nach dem kalendarischen Alter;
- Biologische Kriterien: aufgrund körperlicher Altersprozesse und dem Auftreten bestimmter Krankheiten im Alter;
- Psychologische Kriterien: das subjektiv empfundene Alter und das damit verbundene Lebensgefühl wird betrachtet;
- Soziologische Kriterien: berücksichtigen das Altersbild, das die Gesellschaft vom Alter hat.<sup>54</sup>

Die hier für diese Arbeit verwendete Abgrenzung für Senioren wird kalendarisch mit dem Alter ab 60 festgelegt. Einerseits setzten viele der Statistiken bei 60 Jahren eine Grenze, andererseits hängt das subjektive Empfinden der Menschen, dass man nun als Senior zählt, oft mit dem Pensionsantritt zusammen. Dieser liegt im deutschsprachigen Raum durchschnittlich bei 60 Jahren, auch wenn die gesetzlichen Pensionsantrittzeiten später sind und / oder gerade verändert werden. Durch den Austritt aus dem Erwerbsleben entsteht für viele eine einschneidende Lebensveränderung, die einen klaren Bruch der bisherigen Lebensweise bedeutet. Dadurch erscheint diese Altersabgrenzung am sinnvollsten. Auch gesellschaftlich wird das Alter mit dem Erreichen der Pension assoziiert, zum Beispiel mit Halbpriekarten bei Verkehrsmitteln, Museen und dergleichen, sowie speziellen Seniorenangeboten bei Banken und Versicherungen.

---

<sup>53</sup> Senior = der Ältere, Ältester, vgl. Wahrig Fremdwörterlexikon auf <http://www.wissen.de>, gesehen am 10. März 2004

<sup>54</sup> vgl. Ochel, Senioren im Internet, S. 5f

Der Begriff Senior wird oft negativ besetzt. Eine empirische Studie von Norman Nielsen belegt hingegen, dass sich nur eine von neun Personen über die Bezeichnung Senior unangenehm angesprochen fühlte.<sup>55</sup>

Andere Bezeichnungen wie „alte Menschen“ oder „die Alten“ sind veraltet und werden als unhöflich verstanden, während modische gewordene Ausdrücke wie „Go-Gos“, „Best Ager“ oder „Master Consumers“ hauptsächlich in den USA und im Marketingchargon verwendet werden aber im deutschsprachigen Raum als wenig beliebt gelten.

### 2.3.3 Heterogenität der Senioren

Früher konnte man Senioren einfach und klar beschreiben: Ein Senior ist über 65 Jahre alt, ist nicht mehr berufstätig, immobil, häufig allein stehend, manchmal alleingelassen und seltener in Altenwohnheimen zu finden.

Doch diese Beschreibung trifft schon lange nicht mehr zu. Die Gruppe der Senioren ist heterogen, selbstbewusst und individuell unterschiedlich.<sup>56</sup>

Während sich die maximal beobachtete und eingeschätzte Lebenslänge von 110 bis 120 Jahren kaum verändert hat, ist die Lebensperspektive aller heute Neugeborenen von einer *"unsicheren zur sicheren Lebenszeit"* (Imhof) geworden. Ein Großteil der Bevölkerung kann damit rechnen das 75zigste Lebensjahr zu erreichen, während zu Beginn des 20. Jahrhunderts nur jeder Fünfzehnte 65 Jahre alt wurde.

Zu den altersrelevanten sozialstrukturellen Veränderungen kommen die wachsende Heterogenität der Lebenslagen älterer Menschen, differenziert nach Alter, Geschlecht, Region, Erwerbs- und Lebenslauf, sowie eine veränderte Position des Alters innerhalb der Sozialstruktur, soziale Ungleichheit und Lebenschancen. Begleitet und verstärkt werden die beschriebenen Veränderungen durch den so genannten Wertewandel. Demnach geht die Entwicklung im Zuge eines Generationenwechsel in der postindustriellen Gesellschaft weg vom materialistisch an Leistung, Pflichterfüllung, Erfolg und Lebensstandard orientierten Werten, hin zu postmaterialistischen, wie Selbstentfaltung, Autonomie und Engagement.

---

<sup>55</sup> vgl. Coyne, Nielsen, Web Usability for Senior Citizens, S. 101

<sup>56</sup> vgl. Koch, Senioren – eine Zielgruppe wird erwachsen, in: Meyer-Hentschel Management Consulting, Handbuch Seniorenmarketing, S. 461 - 465

Während die heute alten älteren Menschen noch eher an materialistischen Werten ausgerichtet sind, finden sich unter den heute jüngeren eher Vertreterinnen und Vertreter post-materialistischer Orientierungen. Insgesamt haben sich die individuellen (gesundheitlichen, materiellen und sozialen) Bedingungen des Alter(n)s geändert und sind weiter in Bewegung.

So sind ältere Menschen, nicht nur als passiver Teil unserer Gesellschaft zu sehen, sondern bereits als aktiv gestaltende, politisch einflußnehmende und vermögende Gruppe.

Infolge von Vorruhestandsregelungen und der vorgezogenen Altersgrenze gibt es heute mehr junge Alte, die meist aktiv sind und kaum Hilfe benötigen.

Die demographische Entwicklung kann von zwei Seiten betrachtet werden, einerseits als Belastungs-, Kosten- oder Negativperspektive oder andererseits als Ressourcen-, Entwicklungs- oder Positivperspektive.

In der öffentlichen und teilweise auch wissenschaftlichen Diskussion überwiegt die Negativsicht des Alter(n)s, wobei positive Seiten leider vernachlässigt werden. Alter(n) wird als gesellschaftliche Belastung gesehen.<sup>57</sup>

## **2.4 Relevante Merkmale der Zielgruppe Senioren**

Ein zentraler Aspekt bei der Erforschung von seniorentauglichen Internetseiten ist die Betrachtung altersbedingter Veränderungsprozesse. Weil gerade wegen der Heterogenität der Zielgruppe Senioren keine pauschalen Aussagen möglich sind, soll hier dennoch ein Überblick über die relevantesten Merkmale, wie finanzielle Situation, Freizeit – und Konsumverhalten, physiologische und psychische Auswirkungen gegeben werden.

### **2.4.1 Finanzielle Situation**

Auch wenn unter anderem durch die laufenden Pensionsdebatten und Rentenreformen in ganz Europa nicht vorhersehbar ist, wie sich die finanzielle Situation der Senioren in

---

<sup>57</sup> vgl. Backes, Zur Vergesellschaftung des Alter(n)s im Kontext der Modernisierung, in: Backes, Clemens, Alter(n) und Gesellschaft, S. 23 - 37

Zukunft entwickeln wird, lassen sich doch aus heutiger Sicht ein paar klare Aussagen machen.

Laut Horx, Peskes und Lehr geht es den Senioren dank dem Sozial- und Pensionsversicherungssystem so gut wie nie zuvor. In Deutschland haben über 50 Jährige mehr frei verfügbares Einkommen als die Gruppe der 14 – 49 Jährigen. Die Gründe liegen neben dem gesicherten Einkommen darin, dass zum Beispiel keine Hypotheken mehr bezahlt werden müssen, die Kindererziehung abgeschlossen ist, die Wohnung eingerichtet und sich oft im Eigentum befindet.<sup>58</sup> Zusätzlich kommt der immer steigende Umfang an Erbvermögen hinzu, das von den über 80 Jährigen an die über 50 - 60 Jährigen vererbt wird.<sup>59</sup> Natürlich gibt es nach wie vor arme alte Menschen, diese Gruppe wird allerdings immer kleiner.<sup>60</sup> Die heutigen Senioren erleben ihren Ruhestand viel intensiver als frühere Generationen, sie reisen, beginnen neue Hobbys und sind bereit, für das eigene Wohlbefinden mehr Geld auszugeben.<sup>61</sup>

#### **2.4.2 Konsum- und Freizeitverhalten**

Senioren werden immer mehr zu einer interessanten Zielgruppe für die Wirtschaft. Ihr Image hat sich von wenig kauffreudig und markentreu zu offen und konsumorientiert gewandelt.

Laut einer Studie des Axel Springer Verlages gibt es aber nahezu keine altersspezifischen Unterschiede zwischen den Konsumenten im Hinblick auf:

- die Vielfalt der gekauften Marken
- die Markentreue
- die Aufgeschlossenheit neuen Marken gegenüber<sup>62</sup>

Laut Peskes steigt, mit dem Eintritt in den Ruhestand, das vorhandene Zeitpotential für Freizeitaktivitäten. Meist werden aber keine neuen Hobbys begonnen, sondern den vorhandenen mehr Zeit gewidmet. Die beliebtesten Aktivitäten von Senioren sind Fernsehen,

---

<sup>58</sup> vgl. Peskes, Senioren im Internet, S. 26

<sup>59</sup> vgl. Horx, Die „graue Revolution“ – ein Menetekel? in: Das Internet ist reif, Echo, S. 16

<sup>60</sup> vgl. Lehr, Der demographische Wandel, in: Meyer-Hentschel Management Consulting, Handbuch Seniorenmarketing, S. 146

<sup>61</sup> vgl. Wild, Senioren erobern das Internet – und fordern Unternehmen heraus, in: Das Internet ist reif, Echo, S. 118f

<sup>62</sup> vgl. Peskes, Senioren im Internet, S. 27

Lesen (Zeitung), Radio hören, Zeit mit der Familie verbringen, Gartenarbeit, Wandern, Radfahren, Musik hören (in dieser Reihenfolge). Generell verbringen ältere Menschen sehr viel Zeit damit, sich zu informieren. Hier könnte nun das Internet als neues zusätzliches Medium seinen Platz finden.<sup>63</sup>

### 2.4.3 Physiologische und psychologische Verfassung

#### Physiologische Merkmale

Auch wenn die Menschen immer länger leben und gesund bleiben, geht das Altern doch mit biologischen Veränderungsprozessen einher. Diese sind durch ein zunehmendes Nachlassen der Leistungsfähigkeit einzelner Organe gekennzeichnet. Die biologischen Veränderungen treten je nach Mensch zu unterschiedlichen Zeitpunkten auf, jedoch steigt die Wahrscheinlichkeit mit zunehmendem Alter.<sup>64</sup> Besonders bestimmte biologische Merkmale von Senioren, wie das Sehvermögen, das Hörvermögen, die Kraft und Beweglichkeit, beeinflussen die Gebrauchbarkeit von Neuen Medien.<sup>65</sup>

#### Sehvermögen

Mit zunehmendem Alter kommt es zu einer Verschlechterung sämtlicher Einzelfunktionen des Sehens. Mit jedem Lebensjahrzehnt lässt die Sehschärfe nach, bei einem 80 Jähriger reduziert sich das Sehvermögen um bis zu 80 Prozent.<sup>66</sup> Beeinträchtigt wird die Sehschärfe durch Trübungen und Verfärbungen der Linse, Verkleinerungen des Blickfeldes sowie durch Einschränkungen in der Augenbewegung und Tiefenwahrnehmung. Weiters lässt die Farbwahrnehmung nach, was zur Folge hat, dass blaue, blaugrüne und violette Farbtöne nur schwer voneinander unterschieden werden können.<sup>67</sup> Länger als bei jungen Menschen dauert die Anpassung der Augen an verschiedene Lichtstärken, bei einem 70 Jährigen ungefähr drei Mal so lange.<sup>68</sup>

---

<sup>63</sup> vgl. Peskes, Senioren im Internet, S. 29f

<sup>64</sup> vgl. Ochel, Senioren im Internet, S. 83

<sup>65</sup> vgl. Peskes, Senioren im Internet, S. 34

<sup>66</sup> vgl. Ochel, Senioren im Internet, S. 85

<sup>67</sup> vgl. Peskes, Senioren im Internet, S. 34

<sup>68</sup> vgl. Ochel, Senioren im Internet, S. 87

## Hörvermögen

Die Einschränkungen der Fähigkeiten des Gehörsinns kommen in etwa ab dem 45zigsten Lebensjahr zum Tragen, wobei es besonders bei komplexen sprachlichen Aufgaben (Hintergrundgeräusche, Überlagerungen) zu Problemen kommt.<sup>69</sup>

## Kraft und Beweglichkeit

Diverse altersbedingte Abbauerscheinungen am Bewegungsapparat des Menschen (Osteoporose, Arthrose, Versteifungen) führen zu einer deutlichen Einschränkung der Beweglichkeit älterer Menschen.<sup>70</sup> Damit ist nicht nur eine Abnahme der Beweglichkeit von Armen und Beinen verbunden, sondern auch der Fingerfertigkeit und Feinmotorik, was beispielsweise zu Schwierigkeiten beim Gebrauch eines Computers führen kann. Die Muskelkraft älterer Menschen lässt allerdings nicht nur durch altersbedingte biologische Veränderungen nach, sondern oft auch wegen mangelnder Bewegungsfreudigkeit der Senioren.<sup>71</sup>

## Psychische Fähigkeiten

Trotz anhaltender Klischees ist es nicht richtig, dass die geistigen Fähigkeiten mit dem Alter ausschließlich abnehmen, vielmehr verlagern sie sich. Es sinkt zwar zum Beispiel die Wahrnehmungsgeschwindigkeit und die Lernfähigkeit von unstrukturierten Informationen. Diese Defizite können fast vollständig kompensiert werden, wenn ältere Menschen ihr Lerntempo und ihre Vorgehensweise selbst bestimmen können.<sup>72</sup> Eine Grundvoraussetzung für geistige Fitness ist die körperliche Gesundheit. Denn mit einer Sehschwäche können kaum Erfolge beim Lesen und Lernen erzielt werden.<sup>73</sup>

---

<sup>69</sup> vgl. Ochel, Senioren im Internet, S. 92

<sup>70</sup> vgl. Ochel, Senioren im Internet, S. 93

<sup>71</sup> vgl. Peskes, Senioren im Internet, S. 34

<sup>72</sup> vgl. Peskes, Senioren im Internet, S. 37

<sup>73</sup> vgl. Lehrl, Die fitten Alten, in: Das Internet ist reif, Echo, S. 134

Auch die Werbewirtschaft befasst sich in den letzten Jahrzehnten immer mehr mit dem Thema Senioren, hier ein kurzer Einblick in das Thema Seniorenmarketing in der Fachliteratur:

#### **2.4.4 Exkurs: Die Entwicklung des Seniorenmarketings**

Die Ansicht über die Zielgruppe Senioren hat laut Disch in Deutschland drei große Entwicklungsstufen durchwandert:

Die erste Welle fand in den siebziger Jahren statt, die hauptsächlich die Aufwertung der "Alten" zu Senioren zum Inhalt hatte. Man ging darauf ein, dass auch Senioren eine interessante Zielgruppe darstellen könnten und die Gesellschaft ältere Menschen nicht länger als verschwenderisch betrachtet, nur weil sie auch "normale" Konsumenten sind. Es wurde der Wirtschaft empfohlen, seniorenrechtliche Produkte wie Bücher, Reisen oder Kleidung auf den Markt zu bringen.

Ab Mitte der achtziger Jahre wurde verstärkt darauf hingewiesen, dass die Werbung die Zielgruppe der Senioren ausklammert und ein regelrechter Jugendwahn herrscht. Begriffe wie „Neue Alte“ wurden gemeinsam mit dem „jungen“ Markt modern. Der Begriff „alt“ wurde differenzierter gesehen und in der Werbung sollte darauf geachtet werden, die richtige Ansprache zu finden.

In der dritten Welle ab 1994 wurde die Ansprache der älteren Generation gerade zu ausgereizt. Bezeichnungen wie Oldies, Senioren, Alte sind tabu. Sie wurden durch „50 plus“, „Master Consumers“, „Best Ager“ usw. ersetzt. Es werden jede Menge Regeln für die Wirtschaft und Werbung aufgestellt, um die Zielgruppe Senioren besser erreichen zu können. 1995 wurde folgende „silberne“ Regeln anhand einer Studie über „Future Seniors“, die zukünftigen Senioren, veröffentlicht:

- „Future Seniors“ wollen positiv angesprochen werden
- Sie haben ihre eigenen Wertvorstellungen
- Sie wollen ihre spezifischen Bedürfnisse befriedigen
- Sie müssen zielgruppenadäquat angesprochen werden
- Sie suchen nach Identifikation
- Sie besitzen ein anderes Bildungsniveau
- Sie stellen hohe Ansprüche an Produkte und Dienstleistungen

- Sie wollen Beratung und Service
- Sie brauchen eigenständige Marken
- Sie suchen den Dialog
- Sie sind offen für spezifische Medien und Foren (wenn sie richtig gestaltet sind)

Trotz der anfänglichen Euphorie wird immer klarer, dass sich nicht alle Senioren im Konsumrausch befinden und viele Vorstellungen übertrieben sind. Senioren sind eine sehr heterogene Zielgruppe, die vor allem eines nicht will: gettoisiert werden. Vielmehr muss das Ziel eine integrative Kommunikation sein, die auch ältere Menschen anspricht, aber eben nicht nur.<sup>74</sup>

## **2.5 Definition seniorengerechter Faktoren für Internetseiten**

Es wird zwar seit ein paar Jahren besonders in der Werbung und im Produktdesign intensiv auf Seniorenmarketing eingegangen, dem World-Wide-Web für Senioren wird im deutschsprachigen Raum aber noch kaum Beachtung geschenkt. Wenn es auch die ersten Untersuchungen zum Thema Online-Senioren-Communities gibt, werden dennoch die spezifischen Anforderungen von Senioren zu wenig berücksichtigt. Obwohl uns die Technik gerade im Bereich Internet viele Möglichkeiten einer zielgruppenorientierten Programmierung / Designerstellung bietet, werden diese noch kaum genutzt.

Um die Faktoren für seniorengerechte Webseiten festlegen zu können, werden zuerst die Usability-Kriterien erhoben, die als Basis für die Richtlinien seniorengerechter Webseiten dienen sollen.

---

<sup>74</sup> vgl. Disch, Zur Entwicklung des Themas „Senioren-Marketing“ in der Fachliteratur, in: Meyer-Hentschel Management Consulting, Handbuch Seniorenmarketing, S. 19 - 42

### 2.5.1 Bedienbarkeit des Internet für Senioren

Entgegen der allgemeinen Annahme zeigte die Doppelklick Studie<sup>75</sup> deutlich, dass die älteren User „nur“ ähnliche und gleiche Probleme bei der Nutzung des Internets haben, wie die Jungen. Dies betrifft vor allem die Auffindbarkeit von Informationen und Internetadressen im WWW (siehe Tab.1). Altersspezifische Probleme, wie zum Beispiel Probleme mit der Lesbarkeit von Schriften wegen nachlassender Sehfähigkeit im Alter, wurden kaum genannt. Problematisch wurden allerdings die Unübersichtlichkeit des Internet generell und der Aufbau mancher Webseiten empfunden. Für geringer Gebildete war vor allem die Tatsache schwierig, dass im Internet sehr viel Englisch gebraucht wird. Einige Probleme gab es auch mit blinkenden Schriften und Animationen, die von vielen als irritierend empfunden wurden. Ärgerlich finden Senioren, genau wie alle anderen Altersgruppen, zu lange Wartezeiten und unnütze Angebote und Werbung.<sup>76</sup>

Tab.1*	Ältere Menschen	Alle
Die Informationsmenge im WWW ist zu groß, um das Gesuchte schnell zu finden	54,2 %	56,8%
Viele WWW-Adressen veralten zu schnell	29,6 %	33,3 %
Bereits besuchte WWW-Seiten lassen sich nicht wieder finden	40,1 %	36,7 %
Ich verliere mich beim Surfen und weiss nicht mehr, was ich eigentlich gesucht habe	24,3 %	24,4 %

\*) Quelle: *Ältere Menschen und Neue Medien, BaS*<sup>77</sup>

Die Studie der Nielsen Norman Group<sup>78</sup> stellte sehr ähnliche Verhaltensmuster zwischen über 65 Jährigen und 21 bis 55 Jährigen fest. Trotzdem gibt es einige signifikante Unterschiede, auf denen bei einer Webseitenerstellung geachtet werden muss.

<sup>75</sup> vgl. Gilles, Doppelklick statt Doppelherz, in: *Ältere Menschen und Neue Medien, BaS*, S. 21f, siehe auch Kapitel 3.1.5

<sup>76</sup> vgl. Gilles, Doppelklick statt Doppelherz, in: *Ältere Menschen und Neue Medien, BaS*, S. 34f

<sup>77</sup> Quelle: eigene Darstellung basierend auf: Stiehr, *Wie sinnvoll und nützlich ist die Erschließung neuer IuK Technologien für Seniorinnen und Senioren?*, in: *Ältere Menschen und Neue Medien, BaS*, S. 12, keine absoluten Werte gegeben

<sup>78</sup> Weltweit führendes Web-Usability Forschungs- und Beratungsunternehmen, Zentrale in Silicon Valley, aber auch Niederlassungen in Europa. Die endlose Kundenliste reicht von BBC, Reuters über den US Senat, die US Navy, Sony, Ford Motor, Microsoft, Netscape, Visa, bis zu Google. Siehe unter: <http://www.nngroup.com>, gesehen am 20. April 2004

- Senioren versuchen oft das Positive zu sehen, auch wenn sie mit einer Aufgabe Schwierigkeiten haben
- Senioren brauchen mehr Zeit um gestellte Aufgabe zu erledigen (in etwa 66% länger, als die Vergleichsgruppe der 21 - 55 Jährigen.)
- Wenn sie einmal frustriert sind, hören sie sofort auf, an einem Problem zu arbeiten (Haupt-Begründung: um nicht noch mehr Zeit zu verlieren, und oder niemand da ist, der ihnen weiter hilft.)
- Sie werden schneller frustriert, wenn eine Seite zu langsam ist. Sie fragen sich, warum nichts passiert.
- Senioren lesen und scrollen<sup>79</sup> mehr als andere User (z.B.: Sie lesen nicht nur ein Suchergebnis in einer Suchmaschine, sondern viele bevor sich klicken, weiters lesen sie meist auch angegebenen Nutzungsbedingungen.)
- Senioren haben weniger Selbstvertrauen im Internet (78 Prozent im Vergleich zu Jüngeren)<sup>80</sup>

Um Probleme und Schwierigkeiten für Benutzer von Webseiten zu minimieren, ist es nötig, die Usability (Gebrauchbarkeit) einer Webseite zu erhöhen.

*„Usability ist das Ausmaß, in dem ein Produkt von bestimmten Usern in einem bestimmten Nutzungskontext effektiv, effizient und zur Zufriedenheit benutzt werden kann.“<sup>81</sup>*

Usability wird an verschiedenen Faktoren gemessen. Die wichtigsten davon sind Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit. Effektivität sagt aus, ob ein Ziel erreicht oder eine Aufgabe erfüllt wird. Effizienz zeigt, wie viel Aufwand für die Erfüllung einer Aufgabe notwendig ist. Zufriedenheit drückt aus, wie sich User beim Benutzen eines Produkts fühlen.

Um die Usability am besten zu optimieren, werden die User in Zielgruppen eingeteilt bzw. näher spezifiziert. Relevante Merkmale von Zielgruppen sind: Alter, Geschlecht, Behinderungen, kulturelle, soziale und regionale Aspekte, Ausbildung, Erfahrung mit Produkten.<sup>82</sup>

---

<sup>79</sup> Scrollen – die Funktion, mit der man auf einer Seite nach unten sehen / blättern kann

<sup>80</sup> vgl. Coyne, Nielsen, Web Usability for Senior Citizens, Seite 16 - 21

<sup>81</sup> vgl. Baumann, Kurzsriptum: User-Centred Design and Usability Engineering, FH Joanneum Graz 2003

Je nach Erfahrungsgrad der Anwender sind die Anforderungen an eine Webseite unterschiedlich. Für erstmalige Benutzer steht Effektivität, Erratbarkeit, Selbsterklärungsfähigkeit im Vordergrund. Für geübte Benutzer ist die Effizienz, Shortcuts<sup>83</sup> für Bedienvorgänge, Erlernbarkeit wichtig. Die meisten Benutzer befinden sich aber zwischen geübt und ungeübt.<sup>84</sup>

### 2.5.2 Richtlinien für seniorengerechte Webseiten

Laut Prechtl geht die moderne Technik, vor allem die Weiterentwicklung von Computer und Internet teilweise so schnell voran, dass an eine benutzerorientierte Handhabung kaum gedacht wird. Besonders ältere Menschen können mit der ständigen Erneuerung kaum mithalten und haben darunter zu leiden. Immer mehr Produkte wechseln zu einer digitalen Benutzeroberfläche für die Bedienung, seien es das Radio, die Waschmaschine oder auch die Armbanduhr. Leider sind aber gerade diese Benutzeroberflächen, wie auch die des Computers, nicht auf die Bedürfnisse älterer Menschen ausgerichtet.<sup>85</sup>

Um Vorschläge für eine Verbesserung der Situation zu erreichen hat sich die Fachhochschule Potsdam intensiv mit der Usability für Senioren beschäftigt und ist besonders auf altersbedingte Veränderungen der Sensorik, der Motorik und der Kognition eingegangen. Bei der Interaktion zwischen Mensch und Computer spielen in der Sensorik vor allem visuelle und auditive Wahrnehmungen eine Rolle. Im visuellen Bereich liegen die auffälligsten Merkmale seniorenspezifischer Interfacegestaltung<sup>86</sup>, die aber nicht nur bei der Zielgruppe zum Tragen kommen können, sondern alle Alterstufen betreffen, wobei das Defizit meist nach Alter zunimmt.<sup>87</sup>

Wie im Zusammenhang mit den altersbedingten Merkmalen von Senioren schon erörtert, beeinflusst die physische Verfassung eines Menschen den Umgang mit dem Computer. Schwierigkeiten bringt zum Beispiel die Vergilbung der Linse, die eine Unterscheidung von verschiedenen Farbspektren erschwert. Während die Bereiche Gelb-Orange-Rot sehr

---

<sup>82</sup> vgl. Baumann, Kurzschriftum: User-Centred Design and Usability Engineering, FH Joanneum Graz 2003

<sup>83</sup> Shortcut – eine Kurzwahl mittels Tastatur

<sup>84</sup> vgl. Baumann, Kurzschriftum: User-Centred Design and Usability Engineering, FH Joanneum Graz 2003

<sup>85</sup> vgl. Prechtl, Seniorengerechtes Interfacedesign, in: Das Internet ist reif!, Echo, S. 243 - 254

<sup>86</sup> Interfacegestaltung = Gestaltung und Layout von Benutzeroberflächen am Computer und im Internet

<sup>87</sup> vgl. Prechtl, Seniorengerechtes Interfacedesign, in: Das Internet ist reif!, Echo, S. 243 - 254

gut wahrgenommen werden können, fällt es schwer Grün-Blau-Violett zu differenzieren. Besonders schlecht zu erkennen ist die Darstellung von blauen auf grauen Elementen. Ebenso ist der Einsatz von farbigem Text gut zu überlegen. Dabei ist besonders auf einen ausreichenden Kontrast zu achten, wobei aber keinesfalls Komplementärkontraste (Orange-Blau, Grün-Rot, Gelb-Violett etc.) verwendet werden sollten, da diese durch die leuchtende Fläche des Monitors einen Flimmereffekt hervorrufen, der selbst jüngere User behindert. Verstärkt wird dieser Effekt noch durch eine altersbedingte Ablagerung innerhalb des Augapfels und eine langfristige Vernarbung der Linse. Für besonders wichtige Texte, wie zum Beispiel die Navigations-Elemente wird eine dicker gesetzte Schrift empfohlen (bold). Schlecht dagegen ist die Verwendung von Serifenschriften, da dadurch die Buchstaben ineinander verschwimmen und nicht sauber dargestellt werden. Die Schriftgröße sollte auf mindestens 5 mm gesetzt werden, um gute Lesbarkeit zu garantieren. Wichtig sind auch die Zeilenlänge und der Zeilenabstand des Textes, wobei hier keine pauschalen Masse angegeben werden können, vielmehr müssen diese einfach mit Bedacht auf Lesbarkeit gewählt werden.<sup>88</sup>

Im Gegensatz zum visuellen System kann das auditive nur unterstützend wirken. Gerade bei Interaktionen sind auditive Signale hilfreich, wenn mit ihnen Aktionen (Klicke) bestätigt werden. Man kann für verschiedene Aktionen (Bestätigung, Fehlermeldung usw.) verschiedene Töne wählen, es sollten jedoch nicht zu viele verschiedene Klänge verwendet werden. Zu beachten ist auch die geeignete Frequenz, denn im Alter lässt der Hörapparat nach. Ein mittlerer und leicht wahrzunehmender Wert bewegt sich im Bereich von ca. 350Hz.<sup>89</sup>

Einschränkungen der Motorik kommen vor allem bei der Anwendung der Maus zum Tragen. Durch die nachlassende Fingerfertigkeit infolge einer Verminderung der Gelenksflüssigkeit, wodurch Knorpel abgenutzt werden und Gelenke versteifen, reduziert sich die Treffsicherheit für Tastatur und Mauszeiger. Um diesem Problem entgegen zu wirken, müssen die Interaktionselemente vergrößert dargestellt werden. Große Schwierigkeiten bereitet älteren Menschen die Scrollleiste am rechten Rand von Programmfenstern. Erstens ist sie meistens viel zu schmal und zweitens muss gleichzeitig der Mausknopf gedrückt und die Maus bewegt werden. (Der Mausknopf wird oft zu früh losgelassen.)

---

<sup>88</sup> vgl. Prechtl, Seniorengerechtes Interfacedesign, in: Das Internet ist reif!, Echo, S. 243 - 254

<sup>89</sup> vgl. ebenda, S. 243 - 254

Ältere Menschen brauchen länger sich mit dem Internet vertraut zu machen, da sie nie gelernt haben, sich in derart komplexen, nicht linearen Systemen zurecht zu finden. Die Aufmerksamkeit erfolgt eher selektiv, so dass nur klar und einfach strukturierte Informationen erfasst und verarbeitet werden können. Besonders wirkungsvoll ist daher eine sich wiederholende Struktur. Dies fördert ein dauerhaftes Lernen und Verstehen. Weiters ist auf eine ausgewogene Anzahl an Auswahloptionen für Informationen (z.B. Navigation) zu achten, Prechtl empfiehlt fünf bis acht Punkte. Hilfreich ist eine visuelle Anzeige des Weges (Navigationspfad, digitale Brotkrümel) zu den Informationen, so können Irrwege vermieden werden und man "verläuft" sich nicht so leicht.

Da die Verarbeitungsgeschwindigkeit von Senioren der technisch möglichen Darstellungsgeschwindigkeit hinter her hinkt, sind sie mit kurzen Spots, Werbeeinblendungen oder blinkenden Bannern oft überlastet und werden von der eigentlich gesuchten Information abgelenkt. Damit die Besucher einer Webseite nicht die Orientierung verlieren, sollte Werbung eher zurückhaltend eingesetzt werden.<sup>90</sup>

Eine klare, eindeutige, ruhige und homogene Informationsdarstellung hilft nicht nur älteren Menschen sich zu recht zu finden, sondern erfreut und erleichtert auch Junge das interaktive Leben.

Abgesehen von den nun bereits ausführlichen erörterten gestalterischen Elementen, legt der von Baumann zitierte Usability-Experte Norman Nielsen vor allem auf inhaltliche und ablauforientierte Usability wert. Die wichtigsten Punkte hier zusammengefasst:

- Sichtbarkeit des Systemstatus, Feedback,
- Übereinstimmung zwischen System und Welt, die Sprache der User sprechen, geeignete mentale Modelle und Metaphern verwenden,
- Kontrolle und Freiheit, klar bezeichnete Auswege, "zurück", "vorwärts"
- Konsistenz und Standards
- Fehlervermeidung
- Wieder erkennen statt Erinnerung
- Flexibilität und Effizienzsteigerung: Shortcuts, automatische Vervollständigung, Menü mit zuletzt verwendeten Dokumenten usw.

---

<sup>90</sup> vgl. Prechtl, Seniorengerechtes Interfacedesign, in: Das Internet ist reif!, Echo, S. 243 - 254

- Ästhetik und minimalistisches Design: "Weniger ist mehr."
- Gute Fehlermeldungen: höflich, konstruktiv, erklärend
- Hilfefunktion, Dokumentation, Bedienungsanleitung: Kein Mittel für bessere Usability, aber ein Rettungsanker, möglichst einfach, sequentiell und tabellarisch, idealerweise unter Verwendung von Beispielen und Bildern.<sup>91</sup>

### 2.5.3 Faktoren für seniorengerechte Webseiten

Anhand der bereits erarbeiteten Richtlinien werden im Folgenden die Faktoren zur Untersuchung für seniorengerechte Webseiten zusammengestellt.

Anspruch ist es, anhand dieser Faktoren verschiedene Webseiten miteinander vergleichen und die Erfüllung der Richtlinien feststellen zu können.

#### Text, Layout und Information

- Man sollte die Text Größe mindestens auf 12 Punkt setzen
- Texte mit serifenlosen Schriftarten
- Farbdarstellung seniorengerecht (zB: nicht blau auf grau, keine Komplementärfarben für Texte verwenden)
- Zusätzlich sollte man Textvergrößerungs-Button anbieten
- Keinen unnötigen Internet-Fachchargon verwenden, und keine zu techniklastigen Erklärungen verwenden
- Englische Begriffe zwar vermeiden, aber nicht nur durch deutsche Begriffe ersetzen, da sonst der Lerneffekt ausbleibt
- Fehlermeldungen sinnvoll gestalten und erklären
- Der vorhandene Platz sollte effektiv genutzt werden. Z.B.: Durch die Skalierbarkeit der Internetseite, d.h. wenn man die Möglichkeit hat, das Fenster größer zu ziehen, sollte dieser Platz genutzt werden.
- Keine blinkenden Spots oder Banner verwenden

---

<sup>91</sup> vgl. Baumann, Kurzsriptum: User-Centred Design and Usability Engineering, FH Joanneum Graz 2003

### Navigation und Verlinkungen

- Unterschiedliches Design für Text, Navigation und Verlinkungen verwenden
- Statischen Navigationselemente verwenden, keine bewegenden (oder aufklappenden)
- Die Farbe der Verlinkungen nach Verwendung/Besuch verändern, damit man weiß, wo man schon gewesen ist
- Interaktionselemente wie die Navigation groß und leicht per Maus klickbar setzen
- Scrollleisten vermeiden
- Navigationspfad (auch Brotkrümel genannt) einbauen

### Internetadresse

- Kurz, leicht zu merken, leicht zu schreiben
- Es ist gut, Senior oder ähnliches zu verwenden, die Seite darf aber nicht gettoisiert oder stereotypisch sein
- Wichtig ist es, schnelle Ladezeiten der Startseite zu garantieren
- Home-Button, der zur Startseite führt, einbauen, nicht nur das Logo führt zur Startseite

### 3 Empirische Untersuchung

Die empirische Untersuchung besteht aus drei Teilen. Im ersten Teil wird auf die bestehende Internetnutzung der Senioren eingegangen, danach werden die wichtigsten Web-Seniorenangebote im deutschsprachigen Raum beschrieben und anschließend im dritten Teil, der Inhaltsanalyse, untersucht und verglichen.

#### 3.1 Diffusionstheorie

Bevor die bereits erreichte Verbreitung des Internets im deutschsprachigen Raum beschrieben wird, folgt eine kurze Abhandlung über die Diffusion von Innovationen beruhend auf der Theorie von Everett M. Rogers.

*„Diffusion ist der Prozess, in dem eine Innovation an die Mitglieder eines sozialen Systems im Zeitablauf durch bestimmte Kanäle kommuniziert wird.“<sup>92</sup>*

Bei der Verbreitung einer Innovation sind zwei verschiedene Prozesse zu unterscheiden: Einerseits entscheiden einzelne Personen, ob sie eine Innovation übernehmen oder ablehnen, und andererseits findet ein die ganze Bevölkerung betreffender Diffusionsprozess statt.<sup>93</sup>

Rogers unterscheidet fünf Phasen eines Adoptionsprozesses bei einem Individuum:

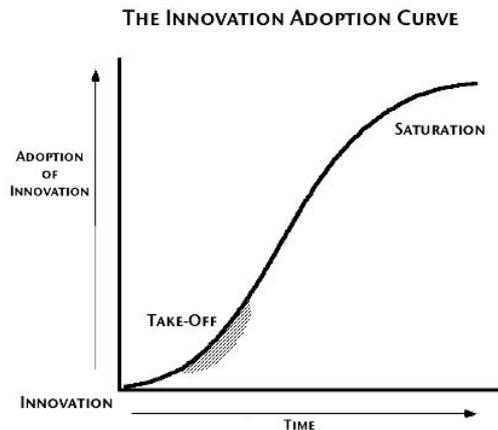
1. „Knowledge“ – Aufmerksam werden, erste Kenntnisnahme
2. „Persuasion“ – Interesse gewinnen, Einstellungsbildung
3. „Decision“ – Bewertungsphase
4. „Implementation“ – Versuchsphase
5. „Confirmation“ – Bestätigung der Entscheidung, Adoptionsphase

---

<sup>92</sup> vgl. Weise, Diffusion von Innovationen, <http://www.hausarbeiten.de/rd/faecher/hausarbeit/kor/15859.html>, gesehen am 12. Juni 2004

<sup>93</sup> vgl. Kreutz, Die Rolle von Organisationen und des persönlichen Kontaktes bei der Diffusion von Neuerungen, in AIAS Informationen, S. 129

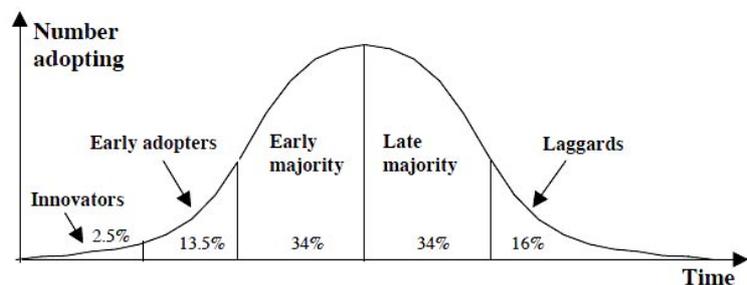
Die Übernahme einer Innovation von der gesamten Gesellschaft lässt sich grafisch als S-



Kurve darstellen. Sie gibt an, zu welchem Zeitpunkt ein bestimmter Prozentsatz der Individuen die Innovationen tatsächlich angenommen haben, beginnend bei den ersten risikofreudigen Personen bis zu den Nachzüglern. Ab einer Adoptionsrate von ca. 10 bis 15 Prozent hebt die Kurve ab („takeoff“) und der Diffusionsprozess ist irreversibel.<sup>94</sup>

Auch wenn die Mitglieder einer Zielgruppe oder eines sozialen Systems über die gleichen Kommunikationskanäle mit den gleichen Innovationen konfrontiert werden, sind die Reaktionen unterschiedlich. Je nach Innovationsbereitschaft adoptieren Individuen die Innovationen zu unterschiedlichen Zeitpunkten. Rogers teilt die potentiellen Übernehmer in fünf Kategorien ein:<sup>95</sup>

- Innovatoren
- frühe Annehmer
- frühe Mehrheit
- späte Mehrheit
- Nachzügler



Categories of Adopters - adapted from Rogers (1995: 262)

„Innovatoren“ sind meist risikofreudig, finanziell abgesichert und gut gebildet. Sie stellen jedoch eine Minderheit dar.<sup>96</sup>

<sup>94</sup> vgl. Trujillo Mendoza, Roger's social diffusion of innovation model,

<http://studentweb.tulane.edu/~mtruill/diss/AppendixA.pdf>, gesehen am 12. Juni 2004

<sup>95</sup> vgl. Tatnall, Information Systems Innovation – Two Different Models,

[http://www.business.vu.edu.au/infosypapers/docs/2000/Tech\\_Innovation\\_Theories.pdf](http://www.business.vu.edu.au/infosypapers/docs/2000/Tech_Innovation_Theories.pdf), gesehen am 12. Juni 2004

<sup>96</sup> vgl. Weise, Diffusion von Innovationen, <http://www.hausarbeiten.de/rd/faecher/hausarbeit/kor/15859.html>, gesehen am 12. Juni 2004

Die „frühen Annehmer“ einer Innovation sind meist respektierte Persönlichkeiten und die Meinungsführer in einem sozialen System. Diese „Opinion Leader“ gehören nicht nur zu den Ersten, die Innovationen übernehmen, sie erfüllen nach Katz und Lazarsfeld auch eine Torwächterfunktion gegenüber den Massenmedien. Sie beschäftigen sich selbst intensiv mit den Massenmedien, werden aber nicht besonders stark von ihnen beeinflusst. Bevor sie Informationen an ihre soziale Gruppe weitergeben, filtern sie heraus, was ihnen verlässlich erscheint.<sup>97</sup>

Die „frühe Mehrheit“ ist aufgeschlossen und übernimmt Innovationen von den Meinungsführern kurz vor dem durchschnittlichen Mitglied eines sozialen Systems.

Die „späte Mehrheit“ steht Innovationen eher skeptisch gegenüber und lässt sich oft erst von sozialem Druck und der Mehrheit der Mitglieder überzeugen.

Die „Nachzügler“ sind die Letzten, die Innovationen übernehmen. Sie berufen sich gerne auf Vergangenes und übernehmen Innovationen erst, wenn sie schon keine mehr sind und von etwas Neuerem verdrängt wurden.

Die Diffusionsforschung belegt, dass frühe Annehmer einer Innovation besser gebildet, einen höheren sozialen Status haben und mobiler sind als späte Annehmer. Es ist ein klarer Zusammenhang zwischen den sozioökonomischen Merkmalen und der Innovationsbereitschaft einer Person erkennbar.<sup>98</sup>

### Diffusionsprozess des Internet

In den USA, wo die Verbreitung des Internet seinen Anfang nahm, brauchte es nur 7 Jahre, um 30 Prozent der Haushalte zu erreichen. Für den gleichen Grad an Diffusion brauchte das Telefon 38 Jahre und das Fernsehen 17 Jahre.<sup>99</sup>

Während 1995 ca. 10 Prozent der US Einwohner das Internet adoptiert haben, sind es im Jahr 2000 fast 60 Prozent. Späte Übernehmer des Internet bzw. Nachzügler sind hauptsächlich weniger gebildete, weniger reiche, weibliche oder ältere Menschen.

---

<sup>97</sup> vgl. Kreutz, Die Rolle von Organisationen und des persönlichen Kontaktes bei der Diffusion von Neuerungen, in AIAS Informationen, S. 127

<sup>98</sup> vgl. Trujillo Mendoza, Roger's social diffusion of innovation model, <http://studentweb.tulane.edu/~mtruill/diss/AppendixA.pdf>, gesehen am 12. Juni 2004

<sup>99</sup> Vgl. Katz, Rice, Social consequences of internet use, S. 17

Die drei Hauptbarrieren für die Verwendung des Internet sind laut Katz und Rice die Kosten, der Zugang und die Komplexität. Besonders die Kosten und der Zugang werden von den derzeitigen Nichtnutzern als Problem empfunden, was ihr niedrigeres Einkommen und das geringere Ausbildungsniveau reflektiert.<sup>100</sup>

## 3.2 Internetnutzung der Senioren

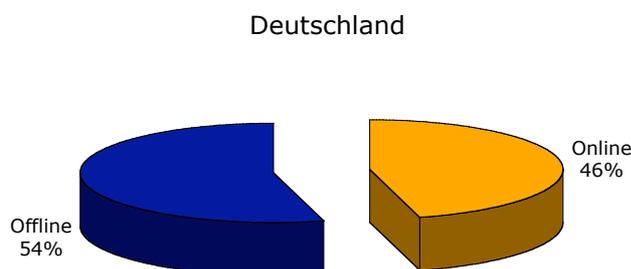
### 3.2.1 Diffusionsprozess

Im folgenden eine Analyse der aktuellen User-Zahlen bzw. User-Verteilung in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Im Anhang sind zu den Diagrammen aus Deutschland und Österreich die absoluten Werte zu entnehmen. Für die Schweiz wurden leider keine absoluten Werte angegeben.

Vorweggenommen sei die Tatsache, auch wenn immer von der umfassenden Verbreitung des Internet gesprochen wird, dass in den deutschsprachigen Ländern in Europa der Anteil der Internet-User bei ca. 40-50 Prozent liegt. Das heißt, es bleiben immerhin ungefähr 50 Prozent an Nicht-Nutzer, also an Menschen, die das Internet noch nicht verwenden.

#### Deutschland

Laut WIP Report Germany waren 2002 rund 45,9 Prozent der Bevölkerung „online“. 54,1 Prozent verwenden das Internet weder beruflich noch privat.<sup>101</sup>

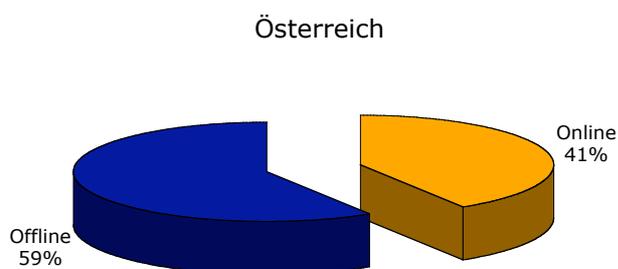


<sup>100</sup> Vgl. Katz, Rice, Social consequences of internet use, S. 322f

<sup>101</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Koenen, Konert, Groebel, Germany and the Digital World, S. 11, <http://www.worldinternetproject.net/reports/wip-report-germany-2002.doc>, gesehen am 23. Jänner 2004

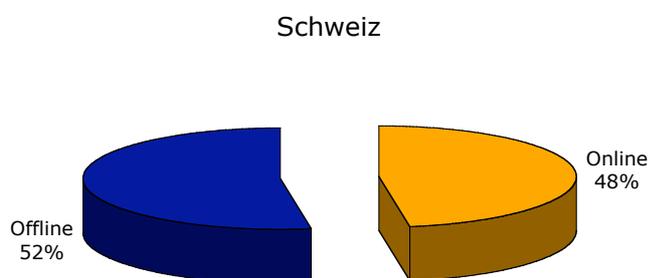
### Österreich

Der aktuelle User-Stand in Österreich wurde von Statistik Austria im 1. Quartal 2003 mit 41 Prozent beziffert, demnach sind noch 59 Prozent der Bevölkerung „offline“.<sup>102</sup>



### Schweiz

Laut Statistik Schweiz gab es im März 2003 rund 48 Prozent User, die das Internet mehrmals die Woche nutzen, und 52 Prozent Nicht-Nutzer in der Schweiz.<sup>103</sup>



Wie aus den Statistiken aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sichtbar wird, liegen die deutschsprachigen Länder, was ihre Internet-Nutzer betrifft, fast gleich auf. Wobei die deutschen Zahlen das 1. Quartal 2003 nicht einschließen.

---

<sup>102</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Austria, per E-Mail von Mag. Andreas Schiefer als Excel-Tabellen am 23. Jänner 2004

<sup>103</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Schweiz, Informationsgesellschaft, [http://www.statistik.admin.ch/stat\\_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d\\_1\\_synth.htm](http://www.statistik.admin.ch/stat_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d_1_synth.htm), gesehen am 23. Jänner 2004

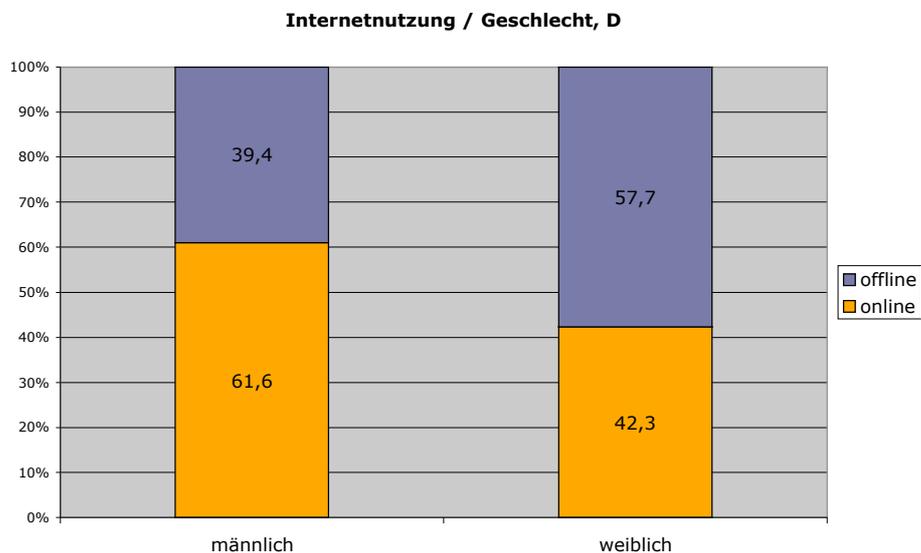
Wenn die steigende Entwicklung anhält, rechnen die Experten spätestens im Jahr 2004 mit der Überschreitung der 50 Prozent User-Marke in allen Ländern, wobei Österreich minimal weniger User hat.

Weit mehr Internet-User in der Bevölkerung gibt es in den USA, dort waren es laut einer WIP Studie 2002 bereits 70 Prozent.

### 3.2.2 Internetnutzung je Geschlecht

#### Deutschland:

In Deutschland surfen bereits über 61 Prozent der Männer, während nur 42,3 Prozent der Frauen „online“ sind.<sup>104</sup>

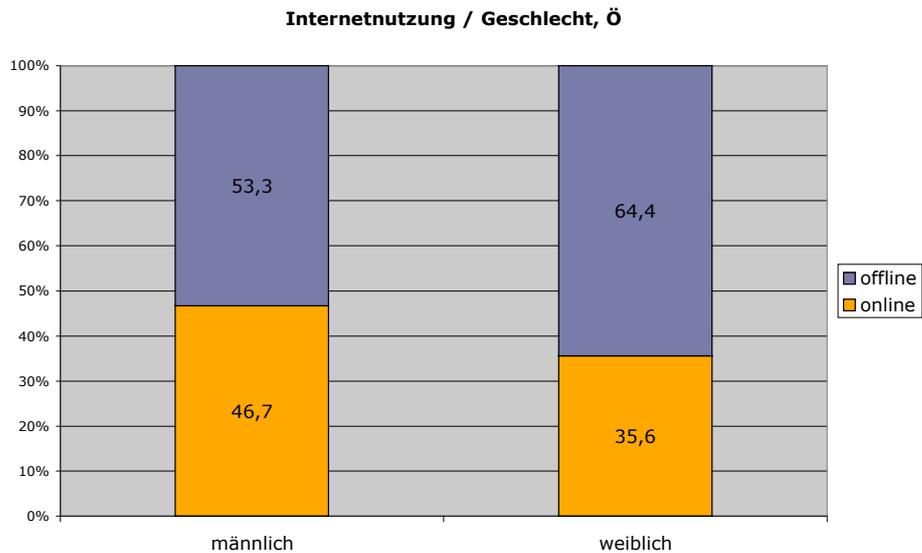


#### Österreich:

Auch in Österreich sind mit 46,7 zu 35,6 Prozent verhältnismäßig mehr Männer als Frauen im Internet unterwegs.<sup>105</sup>

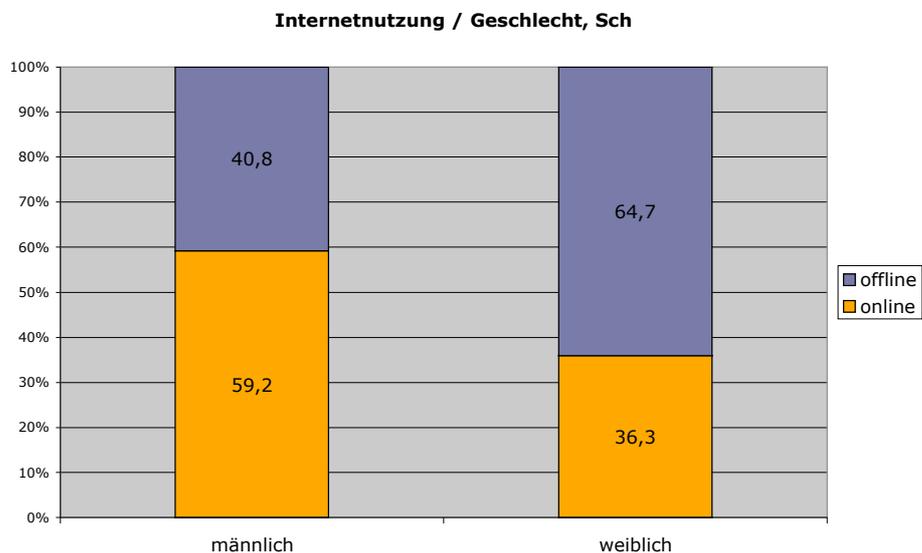
<sup>104</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Birgit van Eimeren, Heinz Gerhard, Beate Frees, ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 340, [http://www.digitale-teilung.de/content/studien\\_gesehen](http://www.digitale-teilung.de/content/studien_gesehen) am 23. Jänner 2004

<sup>105</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Austria, per E-Mail von Mag. Andreas Schiefer als Excel-Tabellen am 23. Jänner 2004



### Schweiz:

Der Trend, dass die Internetnutzung unter den Männern stärker verbreitet ist, als bei den Frauen, zeigt sich auch in der Schweiz. Dort sind 59,2 Prozent der Männer „online“, aber nur 36,3 Prozent der Frauen.<sup>106</sup>

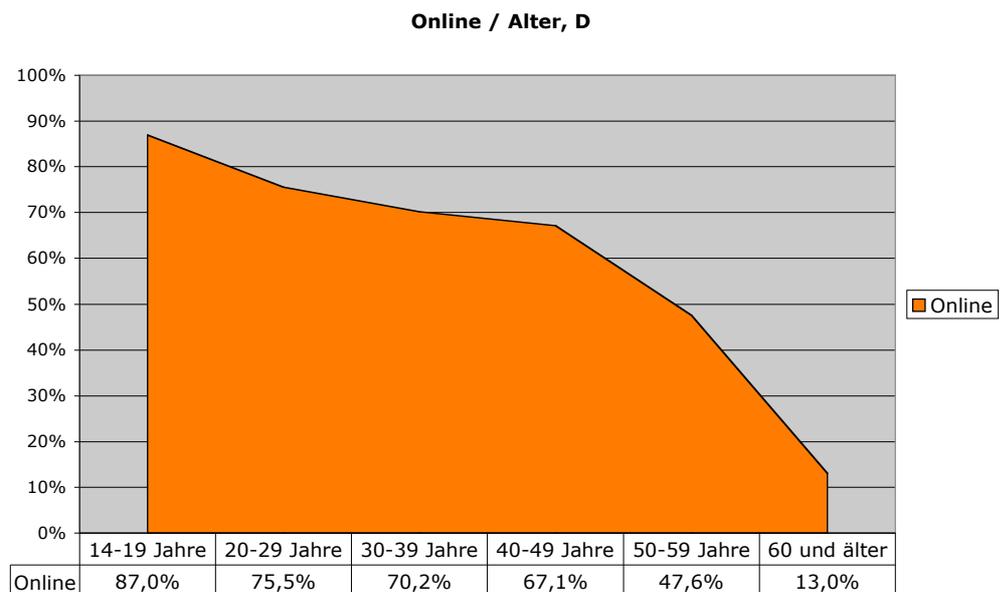


<sup>106</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Schweiz, Informationsgesellschaft,  
[http://www.statistik.admin.ch/stat\\_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d\\_4\\_synth.htm](http://www.statistik.admin.ch/stat_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d_4_synth.htm), gesehen am 23. Jänner 2004

### 3.2.3 Internetnutzung je Altersgruppe

#### Deutschland:

Wie folgende Statistik deutlich zeigt, sind in Deutschland viel mehr junge als ältere Menschen online. Besonders signifikant ist der steile Abfall der Userzahlen ab 50 Jahren, sehr wenige User gibt es schließlich ab 60 Jahren, nämlich nur mehr 13 Prozent, statt rund 70 Prozent zwischen den 20 und 50 Jährigen.<sup>107</sup>

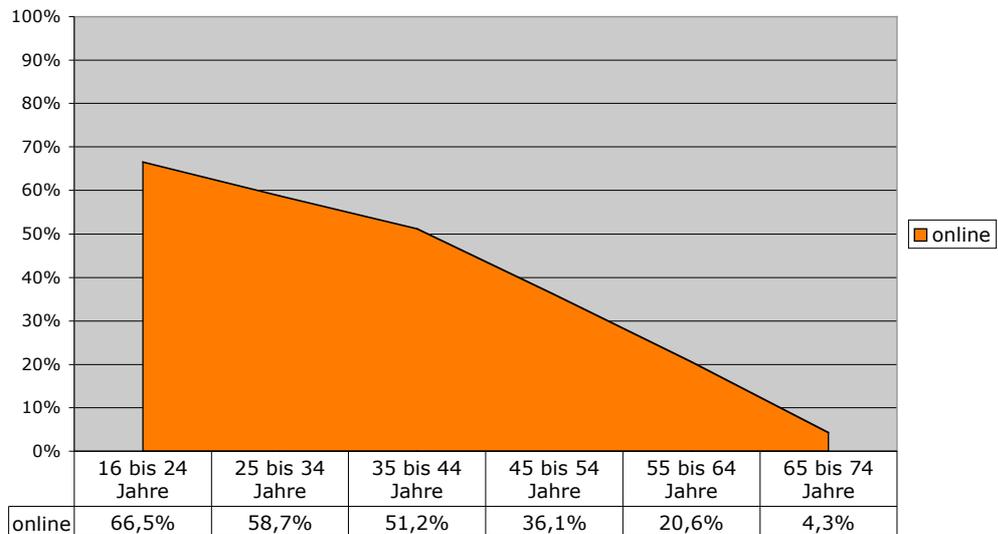


#### Österreich:

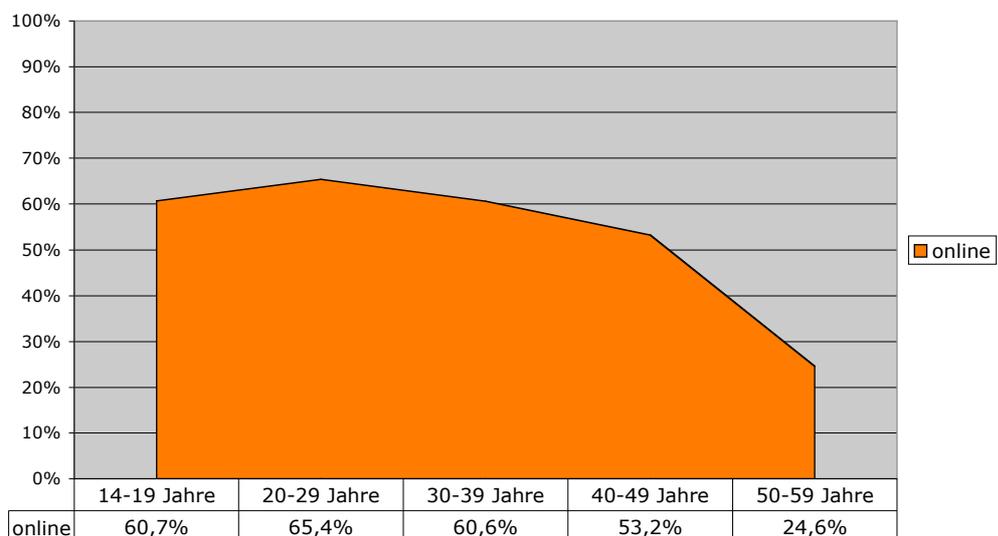
In Österreich zeigt sich ein ähnliches Bild, nur dass die Kurve bereits ab 45 Jahren abfällt, was zum Teil auch an den verschiedenen Einteilungen liegt.<sup>108</sup>

<sup>107</sup>Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Birgit van Eimeren, Heinz Gerhard, Beate Frees, ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 340, [http://www.digitale-teilung.de/content/studien\\_gesehen](http://www.digitale-teilung.de/content/studien_gesehen) am 23. Jänner 2004

<sup>108</sup>Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Austria, per E-Mail von Mag. Andreas Schiefer als Excel-Tabellen am 23. Jänner 2004

**Online / Alter, Ö**Schweiz:

Ein Unterschied zu Deutschland und Österreich zeigt sich in der Schweiz bei den 20 bis 29 Jährigen, die die höchsten Userzahlen aufweisen. Aber auch in der Schweiz sinken die Online-User-Zahlen ab 50 Jahren rapide. Leider waren keine gesonderten Ergebnisse für die Gruppe der über 60 Jährigen vorhanden.<sup>109</sup>

**Online / Alter, Sch**

<sup>109</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Schweiz, Informationsgesellschaft,

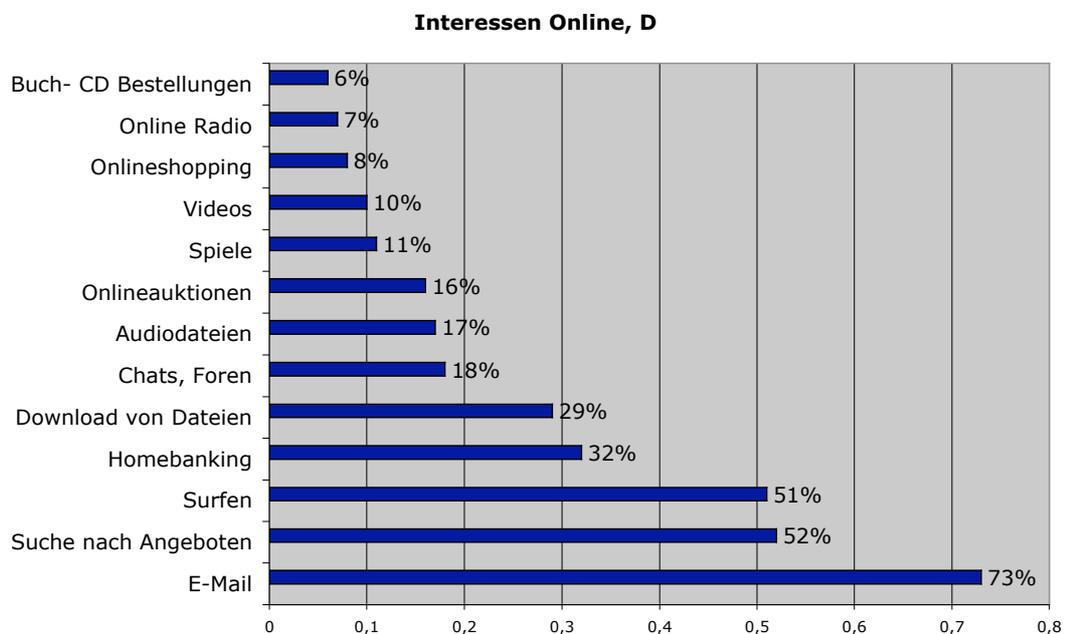
[http://www.statistik.admin.ch/stat\\_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d\\_5\\_synth.htm](http://www.statistik.admin.ch/stat_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d_5_synth.htm), gesehen am 23. Jänner 2004

Auch wenn in den drei Ländern, die Intervalle der Altersstufen nicht exakt übereinstimmen, lässt sich doch gut ablesen, dass es einen starken Abfall der Userzahlen ab 45 bzw. 50 Jahren gibt. In der österreichischen Statistik sieht man durch die Aufteilung in ein Segment von über 65 Jährigen, dass die Zahlen noch viel stärker sinken, je älter die Menschen sind.

### 3.2.4 Interessen Online

#### Deutschland:

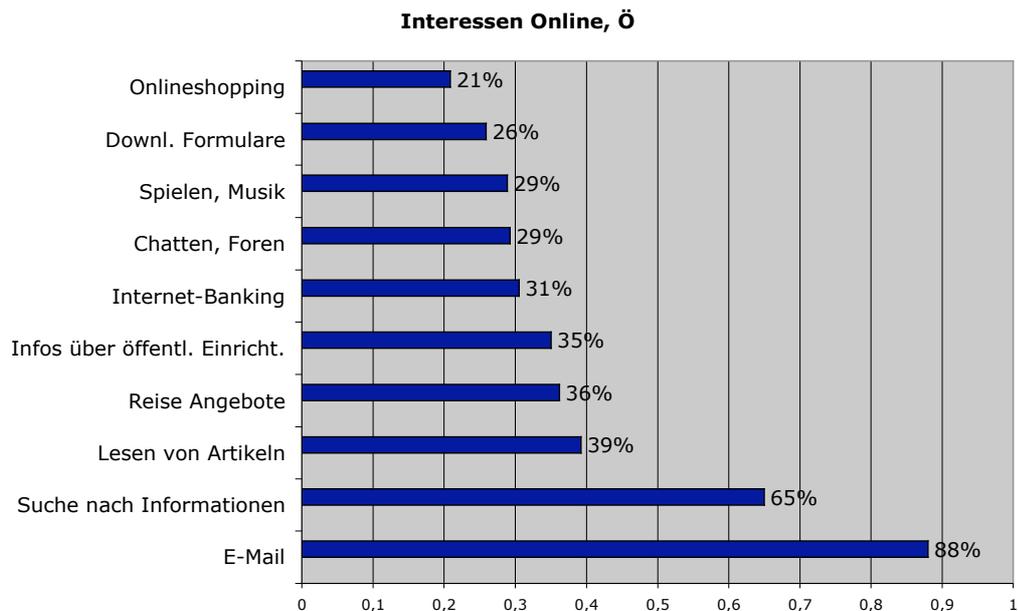
Am interessantesten ist, dass die meisten Menschen das E-Mail als wichtigste und häufigste Funktion im Internet nennen. In Deutschland liegt das Interesse am E-Mail Schreiben und Empfangen mit 75 Prozent fast 25 Prozent vor dem Suchen nach Angeboten und Surfen. Mit 32 Prozent verwenden fast ein Drittel der Deutschen Surfer das Internet für Internet-Banking. Erst mit 18, 17, oder 11 Prozent folgen Unterhaltungselemente wie Chats, Foren, Audiodateien oder Spiele.<sup>110</sup>



<sup>110</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Birgit van Eimeren, Heinz Gerhard, Beate Frees, ARD/ZDF-Online-Studie 2003, [http://www.digitale-teilung.de/content/studien\\_gesehen](http://www.digitale-teilung.de/content/studien_gesehen) am 23. Jänner 2004

### Österreich:

Auch in Österreich liegen gut 20 Prozent Vorsprung zwischen dem Spitzenreiter E-Mail (88 Prozent) und dem Zweiten, der Suche nach Informationen (65 Prozent). Ein Drittel der Österreicher (31 Prozent) verwendet im Internet Online-Banking, also fast ident mit den Deutschen Zahlen. Allerdings interessieren sich Österreicher mehr für Foren, Chats, Spiele und Musik, da sich die Prozente für diese Interessensgebiete bei 29 Prozent einpendeln.<sup>111</sup>



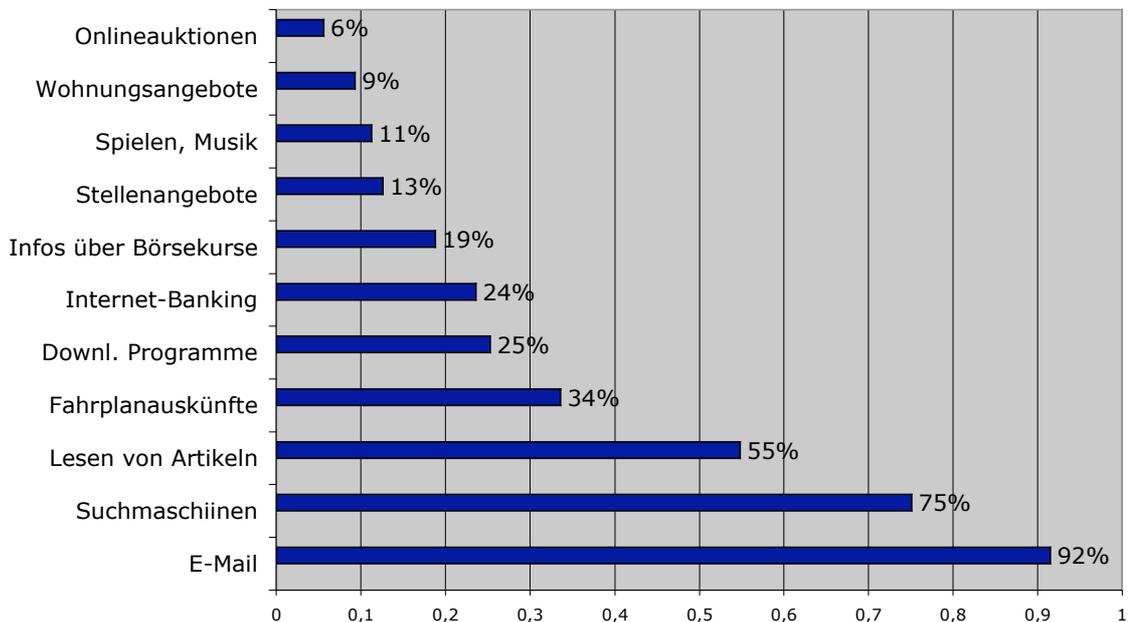
### Schweiz:

E-Mail führt in der Schweiz die Liste mit 92 Prozent an. An nächster Stelle liegt, wie in den anderen Ländern auch, die Suche nach Informationen und Angeboten (mit Suchmaschinen). Während sich für Internet-Banking noch fast ein Viertel der User interessieren, liegen Spiele und Musik nur mehr bei 11 Prozent.<sup>112</sup>

<sup>111</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Austria, per E-Mail von Mag. Andreas Schiefer als Excel-Tabellen am 23. Jänner 2004

<sup>112</sup> Quelle: Eigene Darstellung basierend auf: Statistik Schweiz, Informationsgesellschaft, [http://www.statistik.admin.ch/stat\\_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d\\_319\\_synth.htm](http://www.statistik.admin.ch/stat_ch/ber20/indic-soc-info/ind30106d_319_synth.htm), gesehen am 23. Jänner 2004

### Interessen Online, Sch



Zusammenfassend kann man erkennen, dass die Interessen in den verschiedenen Ländern sehr ähnlich gelagert sind. Trotz manchen prozentualen Unterschieden ist doch ein klarer Trend erkennbar.

Das E-Mail Schreiben und Empfangen ist für die Menschen die wichtigste Leistung des Internet, erst danach kommt die Suche nach Informationen und Angeboten. Das Internet-Banking hat sich in etwa gleich gut in allen drei deutschsprachigen Ländern durchgesetzt und pendelt zwischen einem Viertel und einem Drittel der Userzahlen. Abgeschlagen hingegen landen die klassischen Unterhaltungsbereiche wie Foren, Chats, Spiele oder Musik nur auf den letzteren Plätzen.

### 3.2.5 Motive und Barrieren der Internetnutzung

Einerseits zeigen die Statistiken, dass es immer mehr Internetnutzer gibt, andererseits geben viele der Nichtnutzer des Internets an, auch nicht vorzuhaben, im nächsten Jahr „online“ zu gehen. In den USA liegt diese Zahl bei 50 Prozent der Nichtnutzer, in Deutschland sogar bei 80 Prozent. Hauptgrund für das Desinteresse ist der nicht erkennbare Nutzen des Internet für die einzelnen Personen. Die Gruppe der Nichtnutzer setzt sich insbesondere aus älteren Menschen, einkommensschwachen Personen, Menschen, die nicht im Beruf stehen, sowie aus Personen mit formal niedrigen Bildungsstand zusammen.

Die wichtigsten Motive für Personen, die vorhaben ins Internet zu gehen, sind der konkrete erwartete persönliche Nutzen und die Tatsache, dass viele Menschen in der unmittelbaren Umgebung „online“ sind. Äußerst hemmend hingegen wirken angstschürende Medienberichterstattungen über Datensicherheit, Datenschutz, Sex und Gewalt im Internet oder über die unlösbaren Virenprobleme.<sup>113</sup>

Vertiefend mit dem Thema Internetnutzung von Senioren beschäftigte sich die deutsche Studie „Doppelklick statt Doppelherz“<sup>114</sup>.

Die Studie „Doppelklick statt Doppelherz“ versuchte zu erheben, warum Menschen ab 50 das Internet verwenden, welche Probleme sie dabei haben oder eben nicht haben und wie das Internet von den Menschen bewertet wurde. Im Folgenden die Ergebnisse dieser Studien, da sie sehr gut die älteren Menschen und deren Umgang mit dem Internet beschreiben.

Die demographischen Hintergründe der Befragten waren: Der durchschnittliche Internetnutzer der Studie ist 64 Jahre alt, hat eine überdurchschnittlich hohe Schulbildung und lebt im Ruhestand, meist mit einer weiteren Person zusammen. In ihrer Freizeit sind die Internetnutzer überdurchschnittlich aktiv und mobil, sie pflegen ihre sozialen Kontakte, treffen häufig Freunde, Familie und sind in verschiedenen Klubs oder Vereinen aktiv. Auffällig ist eine generell hohe Mediennutzung, insbesondere ein ausgeprägter Zeitungskonsum.

Angespornt wurden die Befragten großteils von drei Faktoren: Medien, Bekannte und Beruf. Durch starke Medienpräsenz des Internets wurden viele neugierig, sich das Internet selbst anzusehen, auch wenn in den Medien die Zielgruppe der älteren Menschen gar nicht oder kaum angesprochen wird. All jene, die im Beruf noch mit dem Computer und dem Internet zu tun hatten, wollten ganz einfach auch im Ruhestand nicht darauf verzichten.

---

<sup>113</sup> vgl. Koenen, Konert, Exkurs Digitale Integration: Zur Notwendigkeit einer Definitionserweiterung S. 2f, <http://www.digitale-teilung.de/content/analyse>, gesehen am 12. April 2004

<sup>114</sup> Doppelklick statt Doppelherz, Diplomarbeit am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung Hannover, Ausgewertet wurden 170 Fragebögen die per Post zurück geschickt wurden, von 420 versandten: in vgl. Gilles, Doppelklick statt Doppelherz, in: Ältere Menschen und Neue Medien, BaS, S. 21 - 40

Ein wichtiger Faktor sind Kinder und Bekannte als Multiplikatoren, oft motivieren gerade die Kinder ihre Eltern und Großeltern zum Gebrauch des Internets.

Haben sich ältere Menschen erst einmal mit dem Internet auseinander gesetzt, dann übt dieses Medium, wie auf andere Generationen auch, eine enorme Faszination aus. Als Nebeneffekt stärkt es das Selbstbewusstsein der Senioren, da sie wieder mitreden können und sich nicht mehr ausgegrenzt fühlen.

Die Nutzungshäufigkeit und Dauer der Onlinesitzungen ist jedoch moderat. Der Durchschnittliche User ist drei- bis viermal pro Woche für je ca. eine Stunde online.

Die Anwendungsgebiete der Senioren im Internet liegen klar in den klassischen Bereichen. Sie schreiben E-Mails, stöbern nach Informationen und verwenden Suchmaschinen. Weder Chatfunktionen noch Online-Shopping oder Spiele werden häufig genutzt. Einzige "interaktive" Ausnahme ist das Online-Banking, das doch hin und wieder verwendet wird.

Wie auch in anderen Lebensbereichen vermeiden die Senioren Gettoprodukte, das heißt, sie surfen selten auf speziellen "Senioren-Internet-Seiten", kennen diese Großteils nicht, oder sind schlichtweg unzufrieden mit dem Angebot auf diesen Seiten.

Thematisch sind die „Silver Sufer“ vielseitig interessiert. Die Befragten gaben an, sich für fast alle Themengebiete (zusammengestellt aus den gängigen Tageszeitungen) zu interessieren. Besonderes Interesse gilt lokalen Informationen aus der eigenen Stadt/Region, kaum Zuwendung fand der Sport in Internet. Wenig überraschte die Tatsache, dass viele Senioren Informationen rund um das Medium Internet und den Computer suchen.

Die Einstellung zum Internet ist trotz des regen Interesses nicht sehr euphorisch: Die Befragten gaben zwar an, sich durch das Internet geistig fit zu halten, nutzen es aber kaum als Alltagserleichterung oder Freizeitgestaltung. Vielmehr ist es eher so, dass sie sich mit dem Internet beschäftigen, um sich darüber unterhalten zu können, und weniger, weil sie es als attraktive Freizeitbeschäftigung sehen. Selten wird das Internet als Zeitvertreib oder als Ablenkung bei Einsamkeit gesehen, es werden auch kaum neue Kontakte über das Internet geknüpft. Die Kommunikation die „online“ passiert, dient dazu, um mit bestehenden Bekannten und Verwandten in Kontakt zu bleiben.<sup>115</sup>

---

<sup>115</sup> vgl. Gilles, Doppelklick statt Doppelherz, in: Ältere Menschen und Neue Medien, BaS, S. 24 - 34

### 3.3 Angebotsseite: Internet-Mapping

In diesem Abschnitt erfolgt eine Bestandsaufnahme der deutschsprachigen Internetangebote für Senioren zum Zeitpunkt Anfang des 2. Quartals 2004. Es soll ein Überblick über die größten und etabliertesten Angebote gegeben werden, hierbei wird allerdings kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben.

#### 3.3.1 Erfassung der Seniorenplattformen im Internet

Um die Zahl an Internetseite, die Senioren ansprechen, methodisch einzugrenzen, basiert die Auswahl mittels der Suchmaschinen MetaGer<sup>116</sup> und Google<sup>117</sup>. Bei MetaGer handelt es sich um ein Service der Universität Hannover, das die Möglichkeit einer Verknüpfung von verschiedenen Suchmaschinen ermöglicht. Da die Suchmaschine Google, vermutlich eine der bekanntesten Suchmaschinen im deutschsprachigen Raum ist, darin aber nicht enthalten ist, wird diese zusätzlich berücksichtigt. In Tabelle 2 befindet sich die Übersicht der verknüpften Suchmaschinen mittels MetaGer und Google.

<i>Tab. 2 Genutzte Suchdienste auf MetaGer</i>			
Tricus	T-Online	Yahoo	MSN
Fastbot	FirstsFind	AustroNaut	Dmoz
<i>Google</i>			
Google.de	Gewählte Option: <input type="radio"/> Seiten auf Deutsch		

Die verwendeten Suchbegriffe waren „Senioren“ und „Seniorenportal“. Bei einem Versuch mit dem Begriff „Senioren“ alleine, wurden unzählige Internetseiten gefunden, die irgendwo im Text das Wort „Senioren“ enthalten, aber für diese Untersuchung unbrauchbar sind.

Von den 118 Ergebnissen bei der Suche von MetaGer wurde jene ausgewählt, die einerseits auch in Google gefunden wurden und andererseits als Zielgruppe eindeutig Senioren haben. Von der Auswahl ausgeschlossen wurden doppelte Ergebnisse und alle, die sich

<sup>116</sup> die Internetadresse lautet: <http://meta.rrzn.uni-hannover.de>, gesehen im Mai 2004

<sup>117</sup> die Internetadresse lautet: <http://www.google.de>, gesehen im Mai 2004

ausschließlich auf regionale Gruppen von Seniorenvereinen oder Klubs beziehen, individuelle Seiten von Privatpersonen oder kommerzielle Angebote, die keine reinen Seniorenangebote, sondern nur einige zusätzliche Seniorenprodukte bieten.

In Tabelle 3 folgt die Auflistung der Suchergebnisse (der Suche im Zeitraum 2. – 15. Mai 2004)

<i>Tab. 3</i>		<i>Suchergebnisse</i>	
<a href="http://www.senioren-online.net">http://www.senioren-online.net</a>		<a href="http://www.lebensphasen.de">http://www.lebensphasen.de</a>	
<a href="http://www.seniorweb.ch">http://www.seniorweb.ch</a>		<a href="http://www.seniorenportal.de">http://www.seniorenportal.de</a>	
<a href="http://www.ab5zig.at">http://www.ab5zig.at</a>		<a href="http://www.seniorkom.at">http://www.seniorkom.at</a>	
<a href="http://www.seniorentreff.de">http://www.seniorentreff.de</a>		<a href="http://www.feierabend.com">http://www.feierabend.com</a>	
<a href="http://www.seniorworld.at">http://www.seniorworld.at</a>		<a href="http://www.forum-fuer-senioren.de">http://www.forum-fuer-senioren.de</a>	
<a href="http://www.seniorennet.de">http://www.seniorennet.de</a>		<a href="http://www.seniornett.de">http://www.seniornett.de</a>	
<a href="http://www.seniorinnen.ch">http://www.seniorinnen.ch</a>		<a href="http://www.seniorenwohl.de">http://www.seniorenwohl.de</a>	
		<a href="http://www.protegia.de">http://www.protegia.de</a>	

### **3.3.2 Analyse der Internetangebote**

#### *3.3.2.1 Klassifizierung*

Die seniorenpezifischen Internetangebote wurden ursprünglich in kommerzielle und nicht-kommerzielle Angebote unterteilt, wobei sich Probleme bei der Klassifizierung ergaben, da viele Angebote zwar keine direkt kommerziellen Seiten sind, auf denen Produkte verkauft werden, die aber über Werbung finanziert werden und ein wirtschaftlich orientiertes Unternehmen als Betreiber haben. Diese Seiten wurden dann als semi-kommerziell eingestuft, da sie keine Online-Shopping Möglichkeiten bieten aber trotzdem gewinnorientiert arbeiten und Werbeplätze verkaufen.

Insgesamt wurden die 15 gefunden Seiten in 7 nicht-kommerzielle, 5 semi-kommerzielle und 3 kommerzielle Portale gegliedert.

Warum kaum Internetseiten für Senioren gefunden wurden, die sich auf senioren-spezifische Produkte konzentrieren, ist schwer zu ergründen, man kann nur mögliche Ursachen annehmen.

Erstens ist es durch die methodische Vorgehensweise mit Hilfe der Suchmaschinen und Suchbegriffen möglich, dass kommerzielle Angebote nicht gefunden wurden. Das kann an den Suchmaschinen selbst, an den Suchbegriffen oder an der Optimierung der Internetseiten für Suchmaschinen liegen. Zweitens ist es in Deutschland, im Gegensatz zu den USA, oft nötig, dass durch staatliche Förderungen die Wirtschaft erst angespornt werden muss, um sich einer neuen Zielgruppe zuzuwenden. Viele Firmen sind sich möglicherweise der wachsenden Zielgruppe der Senioren noch nicht bewusst. Drittens nutzen Unternehmen, mit der Zielgruppe Senioren, das Internet selten, vielleicht, weil sie annehmen, Senioren würden dieses Angebot nicht wahrnehmen. Viertens existieren wenige Unternehmen, die ausschließlich Senioren als Zielgruppe haben.<sup>118</sup>

### 3.3.2.2 *Nicht-kommerzielle Angebote*

Als nicht-kommerzielle Angebote werden Internetseiten, die von privaten Initiativen oder Vereinen betrieben werden und keine Gewinnorientierung haben, verstanden.

Senioren OnLine (<http://www.senioren-online.net>)

Die seit 1999 existierende Plattform bietet umfangreiche Senioren-Internet-Angebote wie Informationen zu Internet-Cafes, Kursen und Lernmaterialien. Der Projektverbund "Senioren OnLine" ist ein Projekt des Ministeriums für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit des Landes Nordrhein-Westfalen, dessen Betreiber die GGT - Deutsche Gesellschaft für Gerontotechnik GmbH ist.

Seniorweb.ch (<http://www.seniorweb.ch>)

Dieses dreisprachige (deutsch, französisch und italienisch) Schweizer-Portal versteht sich als das sozial- und gesellschaftspolitische Portal der Generation 50plus, für die Generation 50plus und Generationen verbindend. Verantwortlicher Herausgeber ist der Verein Seniorweb in Elgg/Schweiz.

---

<sup>118</sup> vgl. Peskes, Internet für Senioren, S. 109f

Ab5zig.at (<http://www.ab5zig.at>)

Die Internetseite des Wiener Seniorenbundes (Wiener Seniorenorganisation der Österreichischen Volkspartei) ist ein Senioren-Portal mit speziellen Informationen für Senioren wie Tipps und Beratung durch Experten, spezielle Ermäßigungen für Seniorenbund-Mitglieder und vielen Webspielen.

Senioren Treff (<http://www.seniorentreff.de>, -.at, -.ch)

Dieses für drei Länder leicht angepasste Seniorenportal wurde begonnen, um einen Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität von Seniorinnen und Senioren zu leisten. Betrieben wird die Seite vom Verein VFKS, der als Ziel die Förderung der Kommunikation zwischen Senioren im Internet hat.

Verein Cybersenior (<http://www.seniorworld.at>)

Der Verein Cybersenior ist die interaktive Gesellschaft, zur Förderung der älteren Generation, in der neuen Informations- und Kommunikationswelt. Auf der Internetseite bietet er Nachrichten, einen Marktplatz, Termine und ein Internet-Cafe für Senioren. Der Verein mit Sitz in Graz ist eine parteipolitisch und konfessionell neutrale Organisation ohne Gewinnzweck.

SeniorNet (<http://www.seniorennet.de>)

Die Interessengemeinschaft SeniorenNet ist ein gemeinnütziger Verein und hat das Ziel, Seniorinnen und Senioren den Einstieg in die Welt der neuen Medien zu erleichtern. SeniorenNet ist regional in eigenständige Gruppen gegliedert. Die 11 Regionsseiten des SeniorenNet und deren Mitglieder sind ehrenamtlich organisiert und ohne Gewinnzweck. Zur weiteren Analyse der Plattform wird die Seite des SeniorenNet Stuttgart als Beispiel gewählt, da diese in etwa den durchschnittlichen Umfang der 11 Seiten repräsentiert.

Seniorinnen im Netz (<http://www.seniorinnen.ch>)

Auf dieser Seite befindet sich eine schweizer Mailingliste, von bis zu 130 Mitgliedern, die sich zum Ziel gesetzt hat, sich untereinander bei der Bewältigung von technischen Problemen am PC und im Internetverkehr zu helfen. Diese lose Gemeinschaft ist kein Verein und finanziert sich über freiwillige Spenden.

### 3.3.2.3 *Semi-kommerzielle Angebote*

Diese Webseiten verkaufen keine eigenen Produkte an die Besucher, finanzieren sich aber mit Werbung und arbeiten gewinn orientiert.

Lebensphasen.de (<http://www.lebensphasen.de>)

Ein Portal laut Eigendefinition für Senioren, Rentner und 50 Plus. Lebensphasen.de ist ein privatfinanziertes Projekt zur Erforschung und Entwicklung von barrierefreien und seniorenrechtlichen Internetseiten im Umfeld der Generation 50 Plus. Laut Betreiber werden valide Zahlen gewonnen, die in unterschiedliche Beratungstätigkeiten einfließen. Diese Plattform ist aber auch eine Werbe-Plattform, die über jaron.DIRECT GmbH vermarktet wird.

Seniorenportal.de (<http://www.seniorenportal.de>)

Diese Internetplattform stellt umfangreiche seniorenspezifische Informationen für den Endverbraucher kostenlos zur Verfügung und versteht sich als eine altersgerechte Kommunikationsplattform für Senioren. Hierzu bieten sie verschiedene Module und ein thematisch sortiertes Magazin, sowie eine Dienstleister-Informationsdatenbanken an. Der Betreiber ist LINKART und jaron.DIRECT GmbH vermarktet dieses Zielgruppenportal.

Seniorkom.at (<http://www.seniorkom.at>)

Dieses Seniorenportal versteht sich als Initiative, die den Senioren den Einstieg ins Internet erleichtern möchte. Neben den österreichweiten regionalen Informationen ermöglicht die Seite die Interaktion und Mitarbeit von Senioren. Getragen wird das Portal vom Österreichischen Seniorenrat, der Dachorganisation aller Seniorenverbände, betrieben wird es von der ECHO Werbeagentur GmbH, die die Seite über Sponsoren finanziert.

Feier@abend (<http://www.feierabend.com>)

Ist einer der größten europäischen Online-Communities für Senioren und wird von der Feierabend Online Dienste für Senioren AG betrieben. Finanziert wird die Seite über Sponsoren und Werbeeinnahmen.

Forum für Senioren (<http://www.forum-fuer-senioren.de>)

Das Forum für Senioren versteht sich als Interessensgemeinschaft für die dritte Lebensphase und bietet Informationen und eine Online-Community. Betrieben wird die Plattform von Pieper & Reinartz GbR und mit Werbung finanziert.

#### *3.3.2.4 Kommerzielle Angebote*

Als kommerzielle Internetseite werden jene verstanden, die direkt auf der Seite Produkte oder Dienstleistungen verkaufen.

SeniorNett.de (<http://www.seniornett.de>)

Diese Seite und Firma (SeniorNett.de GmbH) entstand im Rahmen der StartUp Gründungswerkstatt. Für die volle Nutzung des SeniorNett-Angebots ist eine kostenpflichtige Registrierung / Mitgliedschaft nötig. (Die zum Zeitpunkt der Untersuchung leider nicht funktionsfähig war)

Seniorenwohl.de (<http://www.seniorenwohl.de>)

Dieser Online-Shop speziell für Senioren bietet vielfältige Angebote gegliedert in verschiedenen Rubriken und Service. Betreiber ist Seniorenwohl Shop & Versand mit Sitz in Bad Kissingen, Deutschland.

Protegia (<http://www.protegia.de>)

Protegia ist ein Service-Anbieter für Menschen ab 50 und hat sich auf Leistungen wie persönliche Betreuung und Beratung spezialisiert. Über die Webseite stellt er seine Angebote vor und lädt zum Bestellen ein. Die Firma Protegia GmbH sitzt in München.

### **3.4 Inhaltsanalyse**

Der Aufbau der Internetseiten lässt sich sowohl nach inhaltlichen als auch technischen bzw. grafischen Kriterien untersuchen.

#### **3.4.1 Inhaltliche Analyse der Angebote**

Die inhaltlichen Angebote einer Plattform können von tagesaktuellen Neuigkeiten bis zu interaktiven Community-Funktionen gehen. Je nach Ausrichtung der Webseiten werden verschiedene Bereiche angeboten. Um eine möglichst objektive Analyse zu erreichen, werden die Angebote anhand einer Auflistung der gängigsten Funktion von Internetseiten verglichen.

Die Analyse der inhaltlichen Angebote soll keine Bewertung der Internetseiten darstellen, sondern lediglich eine Bestandsaufnahme sein. Natürlich hat jede Seite eigene Schwerpunkte und Ziele. Manche Seiten konzentrieren sich eher auf Informationen, andere auf einen ausgeprägten Community-Bereich und wieder andere, hauptsächlich kommerzielle Seiten, haben weder Informationen noch Klub-Funktionen, sondern das Ziel, Produkte zu verkaufen.

Diese Bestandsaufnahme kann sich selbstverständlich nur auf den kurzen Zeitpunkt der aktuellen Analyse beziehen, da sich Internet-Seiten ständig weiterentwickeln und es gut möglich ist, dass sich die Angebote ein Monat später schon wesentlich verändert haben.

Dieser Vergleich der Webseiten wurde im Zeitraum vom 10. bis 16. Mai 2004 vorgenommen. Für eine bessere Übersicht befindet sich von jeder Plattform ein Bildverzeichnis (Screenshot der Startseite) im Anhang dieser Arbeit.

Wie im vorigen Kapitel bereits erwähnt, wird als Beispiel für das Seniorennet mit seinen 11 individuellen regionalen Seiten, der Auftritt aus Stuttgart zur Analyse herangezogen.

In den Tabellen 4 und 5 befinden sich je eine Liste der Anbieter und der Inhalte die mit Hilfe von den Symbolen (✓) für Vorhanden und (-) für nicht vorhanden analysiert werden. Wenn eine andere Bewertung erfolgt ist, wird diese am Ende der jeweiligen Tabelle erklärt.

<i>Tab. 4</i> Nicht-kommerzielle ANGEBOTE INHALTE	Senioren Online	Seniorweb.ch	Ab5zig.at	Senioren Treff	Seniorworld.at	Seniorennet.de	Seniorinnen.ch
Informationen zu versch. Themen	✓	✓	✓	-	✓	-	✓
+ Anzahl der Themengebiete	22	21	8	-	5	1	10
+ Regionale Informationen	✓	✓	-	-	-	✓	-
+ Veranstaltungen / Kalender	-	✓	-	-	✓	✓	-
+ Archiv der Informationen	✓	✓	-	-	-	-	-
Online - Community	✓	✓	-	-	-	n.ö.*	n.ö.*
+ Forum	✓	✓	✓	✓	-	-	-
+ Chat	✓	-	✓	✓	-	-	-
+ Benutzerprofile	✓	✓	-	-	-	-	-
+ Benutzerhierarchie	-	-	-	-	-	-	-
+ Gästebuch	✓	-	-	✓	-	-	-
+ E-Mail Adresse	-	-	-	-	-	-	-
+ Gewinnspiele	-	-	✓	-	✓	-	-
+ Web-Spiele	-	✓	✓	-	✓	✓	-
+ Marktplatz (Inserate)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
+ Partnerbörse	-	-	-	✓	-	-	-
+ Newsletter	✓	✓	-	✓	-	✓	-
Shop	-	-	-	-	-	-	-
E-Learning Möglichkeiten	✓	-	-	✓	-	-	-
Linkliste zu versch. Themen	-	✓	✓	✓	-	✓	✓
Möglichkeit der Mitarbeit von Usern	✓	✓	-	-	-	n.ö.*	✓
Kontakt zum Betreiber	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

\* nicht öffentlich zugänglich

Wie aus der tabellarischen Übersicht zu erkennen ist, sind die nicht-kommerziellen Internetseiten sehr unterschiedlich aufgebaut. Während die Seite „Senioren Online“ die meisten Informationen aber auch die meisten interaktiven Elemente bietet, ist die Seite der Schweizer Seniorinnen nur eine kleine Webseite, die nur für den Austausch von Informationen unter den Mitgliedern genutzt wird.

<i>Tab. 5</i> (semi)-kommerzielle ANGEBOTE  INHALTE	Lebensphasen.de	Seniorenportal.de	Seniorkom.at	Feier@abend	Forum f. Senioren	Seniornett.de	Seniorenwohl.de	Protegia.de
Informationen zu versch. Themen	✓	✓	✓	✓	✓	n.ö.	-	✓
+ Anzahl der Themengebiete	13	6	40	18	13	4	-	1
+ Regionale Informationen	-	-	✓	✓	-	-	-	-
+ Veranstaltungen / Kalender	-	-	✓	-	✓	-	-	-
+ Archiv der Informationen	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-
Online - Community	✓	✓	✓	✓	✓	✓'	-	-
+ Forum	✓	✓	✓	✓	✓	✓'	-	-
+ Chat	✓	✓	✓	✓	✓	✓'	-	-
+ Benutzerprofile	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-
+ Benutzerhierarchie	-	✓	✓	-	-	-	-	-
+ Gästebuch	-	✓	✓	✓	-	✓'	-	-
+ E-Mail Adresse	✓	✓	✓	✓	✓	✓'	-	-
+ Gewinnspiele	-	-	✓	✓	-	-	-	-
+ Web-Spiele	-	-	✓	-	-	-	-	-
+ Marktplatz (Inserate)	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-
+ Partnerbörse	-	✓	✓	-	✓	-	-	-
+ Newsletter	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-
Shop	-	-	(-)	✓	(-)	-	✓	-
E-Learning Möglichkeiten	-	-	-	-	-	-	-	-
Linkliste zu versch. Themen	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-
Möglichkeit der Mitarbeit von Usern	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-
Kontakt zum Betreiber	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

(-) kein eigener Shop, aber eine Verlinkung zu einem Shop

✓' vorhanden, allerdings kostenpflichtig

\* nicht öffentlich zugänglich

Sehr ähnlich von den Inhalten sind die semi-kommerziellen Angebote, alle bieten Informationen und haben einen ausgeprägten Community-Bereich mit vielen Funktionen für die Besucher. Bis auf Feier@abend.com hat keine semi-kommerzielle Seite einen eigenen Shop.

Wenig inhaltliche Angebote hingegen haben die kommerziellen Seiten.

Interessant ist, dass alle (!) Semi-kommerziellen Seiten die Mitarbeit von Benutzern erlauben und sogar fördern. Das ist nicht einmal bei der Hälfte der nicht-kommerziellen Seiten möglich. Wahrscheinlich versuchen die Betreiber der semi-kommerziellen mit solchen Möglichkeiten, und auch mit Funktionen wie einer gratis E-Mail Adresse möglichst viele User an die Seite zu binden und dadurch einen hohen Traffic (Besucher-Verkehr) zu erreichen. Was wiederum die Finanzierung erleichtert, da vielen Sponsoren und Werbepartner nach Benutzer- und Klickzahlen bezahlen.

Auffällig ist, dass alle Seiten, egal ob kommerziell oder nicht, einen Kontakt angegeben haben, was ja seit ein paar Jahren auch gesetzlich geregelt ist.

Nach diesem Überblick folgt eine ausführliche Auswertung der Ergebnisse in Kap. 3.3.3.

### **3.4.2 Technische Analyse der Angebote**

Die Analyse der Grafik und Technik wird anhand der in Kapitel 2.6.3 erhobenen Faktoren für seniorengerechte Webseiten vorgenommen. Ergänzt wurde zusätzlich noch der Punkt Barrierefreiheit. In der folgenden Untersuchung wird dann eine Internetseite als barrierefrei bezeichnet, wenn sie den Kriterien des W3C Konsortiums entspricht und somit auch das Zertifikat (W3C, HTML konform) führen kann. Die Einhaltung dieser Kriterien garantiert eine bestmögliche Gebrauchbarkeit auch für blinde und benachteiligte Menschen.<sup>119</sup>

Natürlich erhebt diese Liste keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Im Internet wird, wie in vielen anderen Bereichen auch, ständig an der Weiterentwicklung und Verbesserung der Technik zugunsten der Benutzer gearbeitet. Daher kann die folgende Analyse sich nur auf die aktuellen Möglichkeiten beziehen. Auch die technische Analyse, wie die inhaltliche, erfolgte im Zeitraum 10. bis 16. Mai 2004.

In den Tabelle 6 und 7 befinden sich, wie bei den inhaltlichen Kriterien, je eine Liste der Anbieter und der Funktionen, die mit Hilfe von den Symbolen (✓) für Vorhanden, und (-) für nicht vorhanden analysiert werden. Wenn eine andere Bewertung erfolgt ist, wird diese am Ende der jeweiligen Tabelle erklärt.

---

<sup>119</sup> siehe auch unter: <http://www.w3c.com>

<i>Tab. 6</i> Nicht-kommerzielle ANGEBOTE TECHNIK/GRAFIK	Senioren Online	Seniorweb.ch	Ab5zig.at	Senioren Treff	Seniorworld.at	Seniorennet.de	Senioren.ch
Schriftgröße mind. 12 Punkt (5mm)	✓	✓	✓	-	✓	-	✓
Serifenlose Schrift	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Textvergrößerungsmöglichkeit	-	-	-	-	✓	-	-
Seniorenrechtliche Farbdarstellung	✓	-	-	-	-	✓	✓
Farbwechsel-Möglichkeit	-	-	-	-	-	-	-
Keine Fachbegriffe	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓
Keine Engl. unübersetzten Begriffe	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sinnvolle Fehlermeldungen	✓	✓	-	-	-	-	-
Skalierbarkeit der Seite	✓	✓	-	✓	-	-	-
Keine blinkenden Spots	✓	✓	-	-	✓	-	✓
Keine blinkenden Banner	✓	-	-	-	✓	✓	✓
Text und Navigation unterschiedlich	✓	-	-	-	-	-	-
Statische Navigationselement	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Besuchte Links kennzeichnen	-	✓	-	-	-	-	-
Interaktionselemente groß (klickbar)	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Scrollleiste vermeiden (Seitenlänge)	-	-	-	-	✓	✓	✓
Navigationspfad einbauen	-	-	-	-	-	-	-
Kurze Internetadresse	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
„Senior“ im Namen	✓	✓	(-)	✓	✓	✓	✓
Kurze Ladezeiten	-	✓	-	✓	✓	✓	✓
Home-Button (zur Startseite)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Barrierefrei (W3C, WAI konform)	-	-	-	-	-	-	-
Interne Suche	-	✓	✓	-	-	-	-
Sitemap / Inhaltsverzeichnis	-	-	-	-	-	-	-

(-) Im Namen nicht „Senior“ aber eine andere Zielgruppenbezeichnung „ab5zig“

Sehr positiv kann ein erstes Resumé der technischen und grafischen Umgebung auf den Seniorensiten gezogen werden. Besonders die Schriftgröße, Schriftart und Sprache werden von den meisten Betreibern seniorenrecht umgesetzt. Ein großer Minus-Punkt ist allerdings, dass keine der Seiten barrierefrei programmiert ist.

<i>Tab. 7</i> (Semi)-kommerzielle ANGEBOTE TECHNIK/GRAFIK	Lebensphasen.de	Seniorenportal.de	Seniorkom.at	Feier@abend	Forum f. Senioren	Seniornett.de	Seniorenwohl.de	Protegia.de
Schriftgröße mind. 12 Punkt (5mm)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
Serifenlose Schrift	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
Textvergrößerungsmöglichkeit	✓	✓	✓	-	-	-	-	-
Seniorenerechte Farbdarstellung	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
Farbwechsel-Möglichkeit	-	-	✓	-	-	-	-	-
Keine Fachbegriffe	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Keine Engl. unübersetzten Begriffe	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sinnvolle Fehlermeldungen	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-
Skalierbarkeit der Seite	-	✓	✓	-	-	✓	-	-
Keine blinkenden Spots	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
Keine blinkenden Banner	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
Text und Navigation unterschiedlich	✓	-	✓	✓	-	-	-	✓
Statische Navigationselement	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Besuchte Links kennzeichnen	-	-	-	-	-	✓	-	-
Interaktionselemente groß (klickbar)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
Scrollleiste vermeiden (Seitenlänge)	-	-	-	-	-	-	-	✓
Navigationspfad einbauen	✓	-	✓	-	-	-	-	-
Kurze Internetadresse	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓
„Senior“ im Namen	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
Kurze Ladezeiten	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Home-Button (zur Startseite)	-	✓	-	-	-	✓	✓	✓
Barrierefrei (W3C, WAI konform)	✓	-	✓	-	-	-	-	-
Interne Suche	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-
Sitemap / Inhaltsverzeichnis	✓	-	✓	✓	✓	-	-	✓

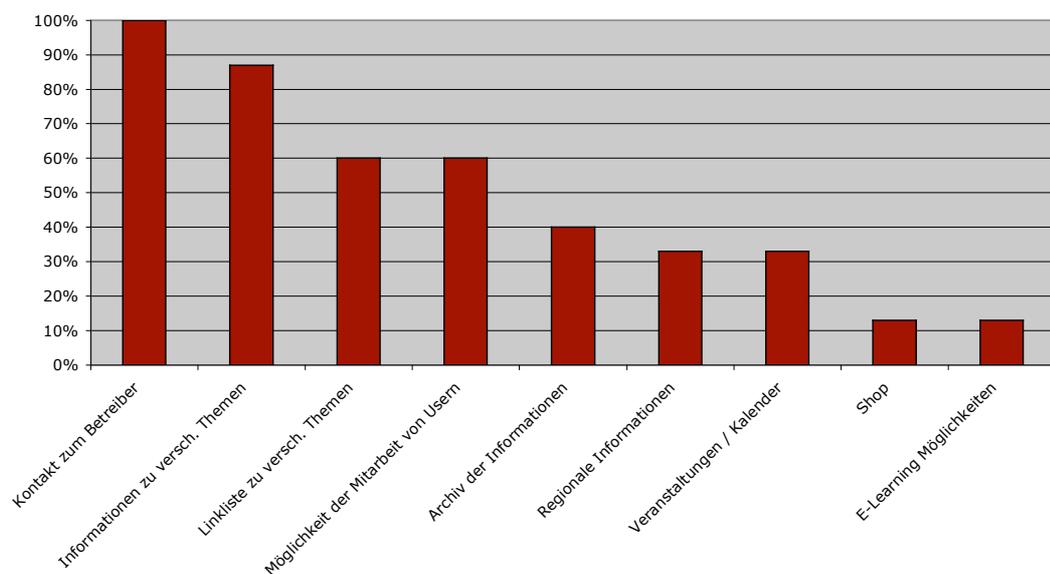
Hervorragend schneiden die semi-kommerziellen Seiten ab, auch die kommerziellen Seiten sind passabel umgesetzt, nur die Seite „Seniorenwohl“ ist vor allem grafisch schlecht gestaltet. Bei den semi-kommerziellen Seiten gibt es sogar zwei Anbieter, die eine technisch barrierefreie Webseite betreiben.

### 3.4.3 Auswertung der Ergebnisse

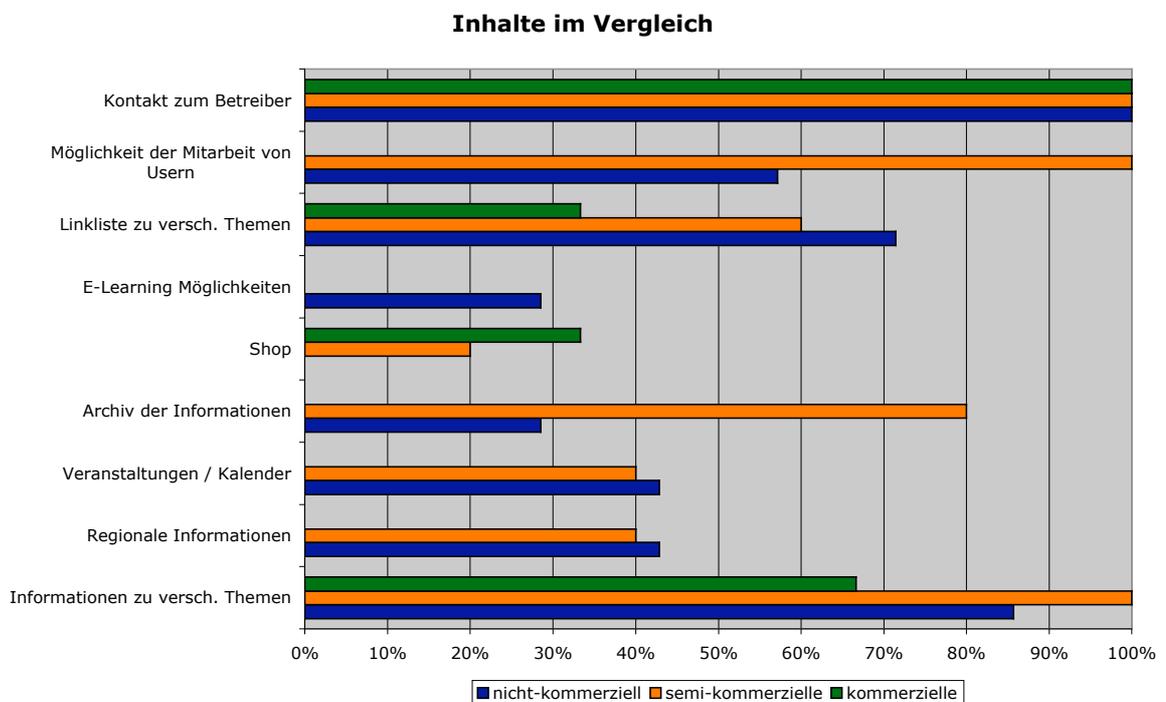
Der Umfang der angebotenen Inhalte und Funktionen ist vielfältig. Um einen Überblick über alle kommerziellen, semi- und nicht-kommerziellen Webseiten mit ihren Funktionen zu geben, folgt eine Auswertung der analysierten Angebote. Die folgenden prozentuellen Diagramme basieren auf den absoluten Werten der Tabellen im Anhang.

Alle 15 Seniorenportale ermöglichen den Kontakt zum Betreiber. Fast 90 Prozent bieten Informationen zu verschiedenen Bereichen, allgemeine Themen wie Gesundheit, Reisen oder Hobbys bis zu Fragen zum Computer und Internet selbst. Sehr viele Seiten haben auch so genannte Linklisten, Sammlungen von verschiedenen Internetadressen, und empfehlen so den Besuchern auch andere Internetseiten. Überraschend ist auch, dass 60 Prozent der Portale auch die Mitarbeit von Besuchern erlauben bzw. sogar aktiv fördern. Somit wird auch die Interaktivität gefördert und gezeigt, dass das Internet kein passives sondern aktives Medium ist. Weiters stellen viele Seiten ein Archiv zur Verfügung, bieten regionale Informationen und kündigen Veranstaltungen und Termine an. Nur wenige Seniorenportale haben einen Online-Shop und sind, wie im vorigen Kapitel schon erkannt, ausschließlich kommerziell orientiert. Negativ überrascht hat die Tatsache, dass es kaum E-Learning Möglichkeiten gibt, und dass, obwohl, wie in der Doppelklick Studie erwähnt, viele Senioren das Internet und den Computer nutzen, um geistig fit zu bleiben.

**Gebotene Inhalte**

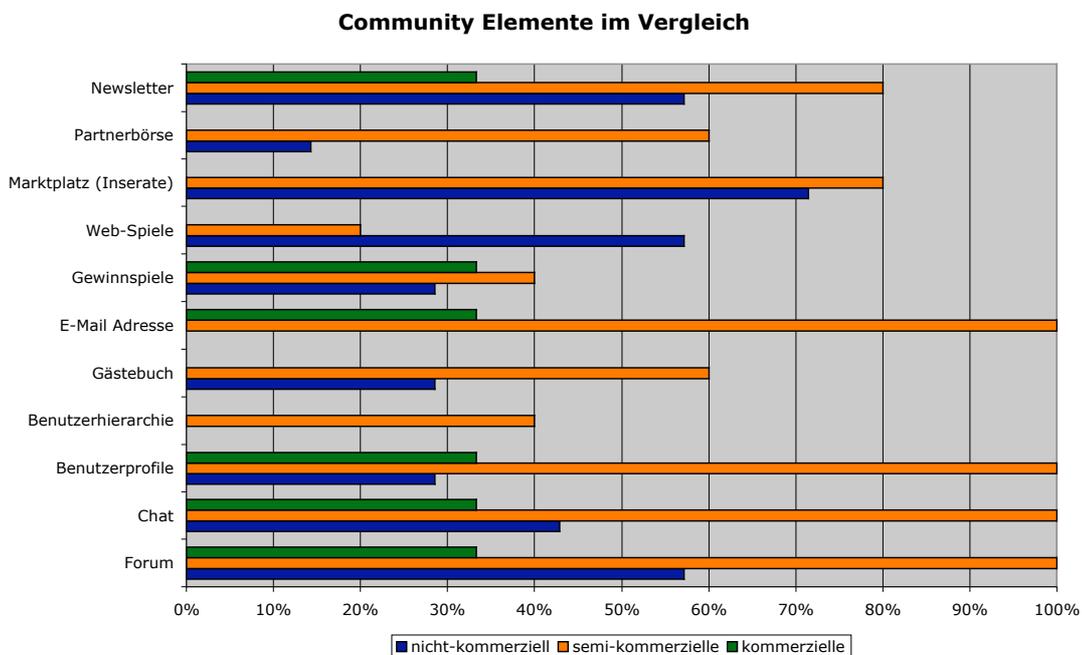


Der Umfang der gebotenen Community-Elementen ist bei den meisten Seiten ähnlich. Am öftesten gibt es ein Diskussionsforum, um den Besuchern einfachen Gedanken- und Meinungsaustausch zu ermöglichen. Auch der Chat ist ein beliebtes Zubehör auf den Seiten, der, im Gegensatz zum Forum, Echtzeit-Kommunikation erlaubt. Auf 60 Prozent der Seiten gibt es einen Newsletter. Interessant ist weiters, dass nicht nur die Möglichkeiten zum Meinungsaustausch, sondern auch zum „Warenaustausch“ mittels eines virtuellen Marktplatzes genutzt werden. Bei über 50 Prozent der Seiten können sich die User ein eigenes Profil anlegen und sich somit den anderen vorstellen. Immerhin 40 Prozent richten für jedes Community-Mitglied eine eigene E-Mail Adresse ein. Ein Drittel der Internetseiten bietet „online“ Produkte kaufen kann.



Semi-kommerzielle Seniorenportale haben nicht nur die meisten Informationen zu verschiedenen Themen, sondern bieten auch am öftesten Archive dazu an. Kommerzielle Seiten haben weder ein solches Archiv, noch einen Kalender mit Veranstaltungen oder regionale Informationen.

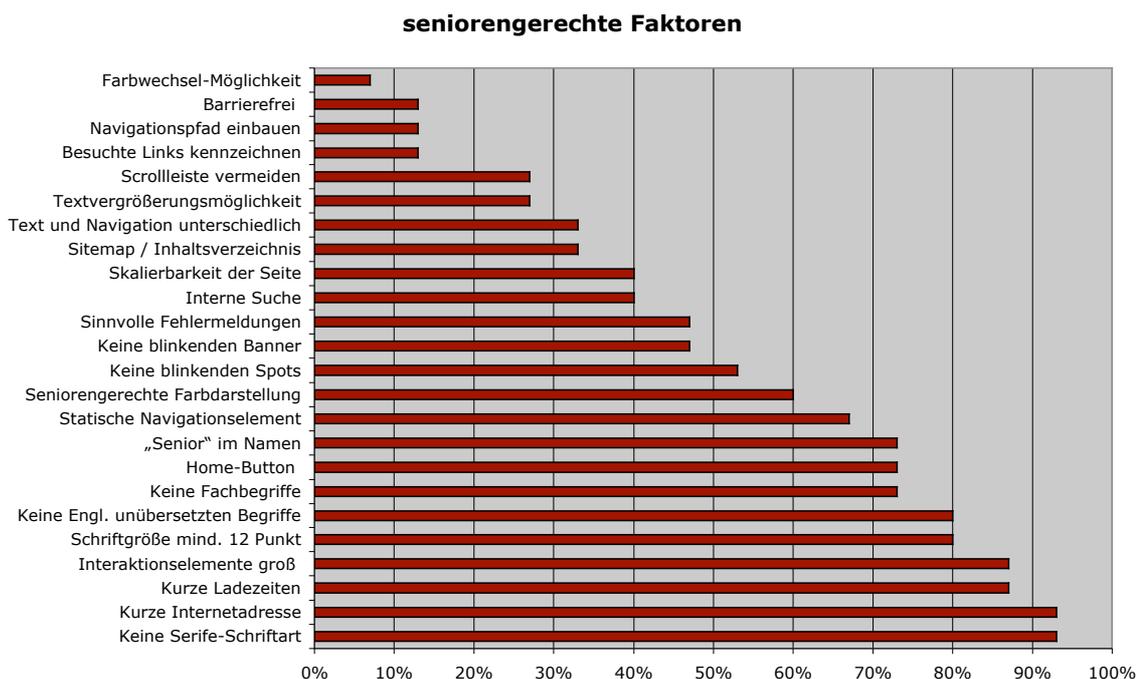
Bei den Community-Elementen haben die semi-kommerziellen Seiten klar die Nase vorn. Alle 5 semi-kommerziellen Internetseiten bieten ein Forum, einen Chat, Benutzerprofile und eine eigene E-Mailadresse für alle angemeldeten Mitglieder. 80 Prozent der semi-kommerziellen Anbieter haben auch einen Newsletter und einen Marktplatz, wo die Teilnehmer Inserate schalten können. Weitere 60 Prozent bieten eine Partnerbörse und ein Gästebuch, 40 Prozent locken mit Gewinnspielen und teilen die User, je nach Aktivität, in verschiedene Stufen ein. Überraschend ist jedoch, dass die semi-kommerziellen Seiten nur zu 20 Prozent Webspiele anbieten. Gerade diese zwei Funktionen binden Benutzer an eine Seite und erhöhen so den, für semi-kommerzielle Seiten wichtigen, Traffic (Verkehr, Besucherandrang). Das machen die privaten Anbieter schon besser, sie haben zu über 50 Prozent einen Newsletter und Webspiele.



Von den drei untersuchten kommerziellen Seiten bietet nur eine Seite Community-Elemente, wie Forum, Chat, Benutzerprofile und Gewinnspiele. Die beiden anderen verzichten auf den Einsatz von Online-Gemeinschaften. Die nicht-kommerziellen Seiten haben zusätzlich zum erwähnten Newsletter und den Spielen noch recht häufig einen Marktplatz und ein Forum an. In etwa 29 Prozent besitzen sie auch Gewinnspiele, ein Gästebuch und Benutzerprofile. Kaum angeboten werden Partnerbörsen, nur einer von sieben Anbietern betreibt eine.

Nach den inhaltlichen Angeboten nun zu den technischen und graphischen Kriterien für seniorengerechte Webseiten. Auch hier wird eine Übersicht über alle Angebote gegeben.

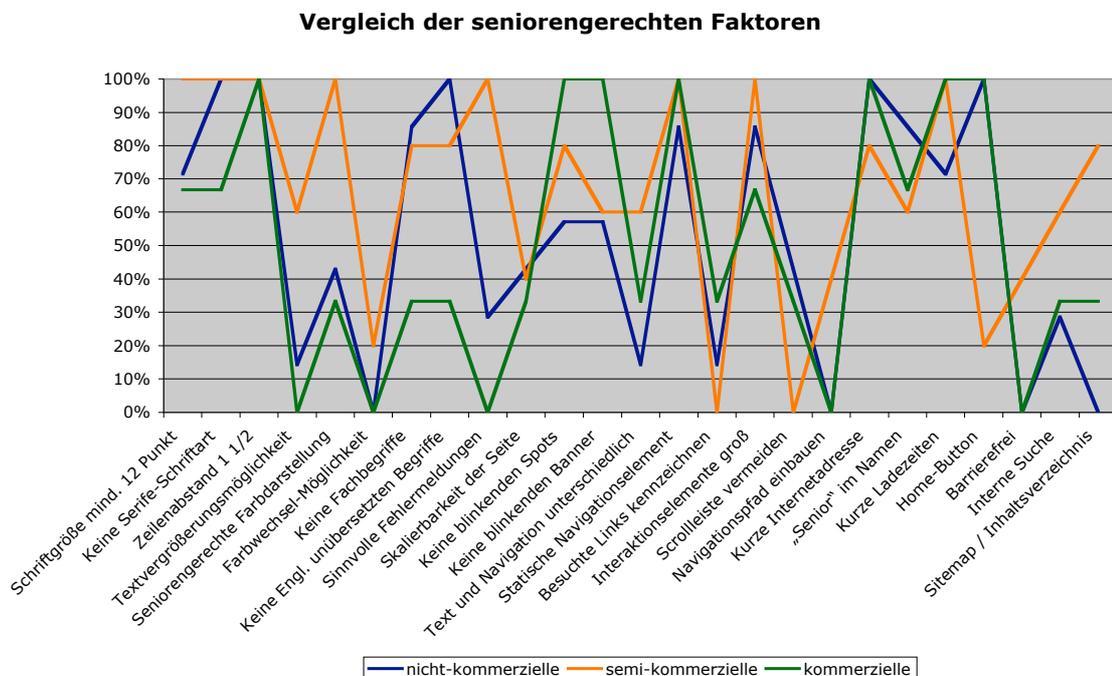
Die Darstellungen der verschiedenen untersuchten Internetportale entsprechen bereits sehr vielen seniorengerechten Faktoren. Besonders Rücksicht genommen wird auf die Schriftarten und -größen, auf die leichte Merkbarkeit der Internetadressen und die Ladezeiten. Auch wird auf den meisten Seiten die Navigation durch große Interaktionselemente erleichtert und weiters werden englische Begriffe vermieden. Die Anpassung der Farbdarstellung an die Zielgruppe wird von 60 Prozent durchgeführt. Weniger wird auf die Vermeidung von blinkenden Bannern und Spots Rücksicht genommen, wahrscheinlich auch deshalb, weil sich die Seiten Banner- und Spotschaltungen etwas Geld verdienen können. Weniger als die Hälfte der Seiten achten auf sinnvolle Fehlermeldungen beim Ausfüllen von Formularen.



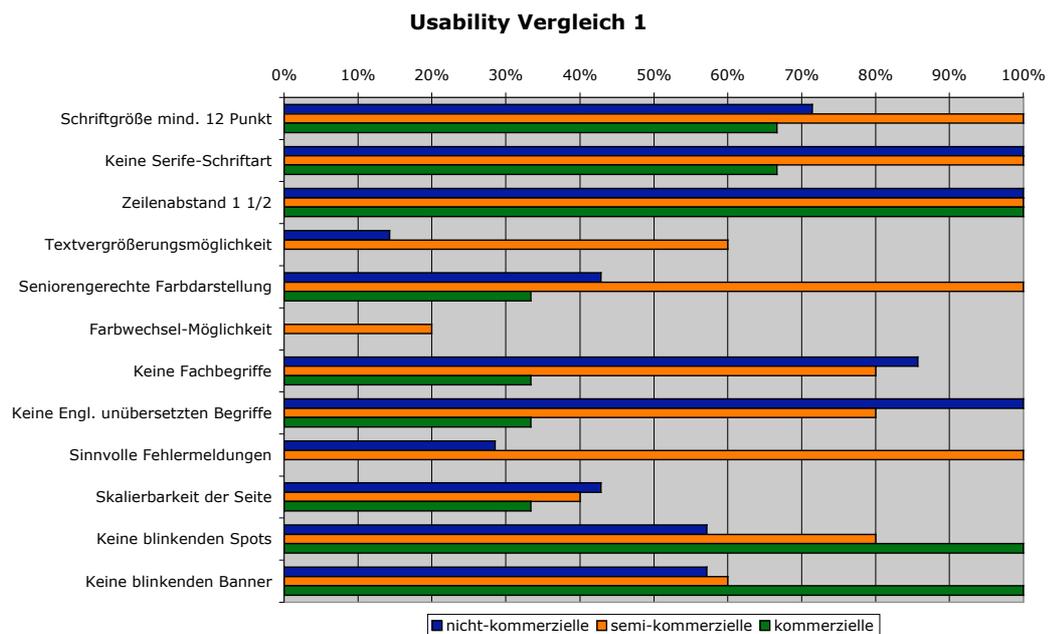
40 Prozent der Seiten bieten eine interne Suche an, mit der man nach bestimmten Inhalten auf der jeweiligen Internetseite suchen kann. Auch die Funktionalität der Skalierbarkeit, der Anpassung der Seite an den Monitor, wird von 40 Prozent angeboten. Ein Drittel der Anbieter ergänzen die Übersichtlichkeit ihrer Seite mit einer Sitemap, also einem Inhaltsverzeichnis und gestalten die Navigation und den Text unterschiedlich.

Schade ist die Tatsache, dass von den untersuchten Seiten nur ein Viertel die Möglichkeit zur Textvergrößerung bietet. Gerade durch eine solche Funktion, die ja speziell programmiert werden muss, könnten die Seiten ihr Bemühen zeigen, sich an die Zielgruppe anzupassen. In etwa 25 Prozent der Anbieter versuchen Scrollleisten zu vermeiden. Gerade die inhaltlich umfangreichen Seiten haben damit Probleme, da sich ihre Texte kaum auf der Mindestauflösung von 800 x 600 Pixel Platz finden und die Seite somit nach „unten“ wächst. Nur 2 von 15 Seiten Seniorenseiten kennzeichnen die besuchten Links bzw. Navigationspunkte, und dass obwohl diese Funktion mit sehr wenig technischem Aufwand die Gebrauchbarkeit und Bedienbarkeit steigern könnte. Ebenso wenige bauen einen Navigationspfad ein, der wiederum das Zurechtfinden und „Wissen-wo-man-ist“ erleichtern würde. Leider ist auch Barrierefreiheit noch kaum ein Thema unter den Anbietern, obwohl es gerade in der Zielgruppe der Senioren viele Menschen mit Sehschwäche oder Behinderung gibt. Nur von einer Seite gibt es die Möglichkeit die Farben der Darstellung zu wechseln, auch diese Funktion spricht hauptsächlich sehkranken Personen an.

Vergleicht man nun die Faktoren von seniorengerechten Webseiten miteinander, so ergibt sich eine bunte Grafik, die die unterschiedlichen Angebote zeigt:



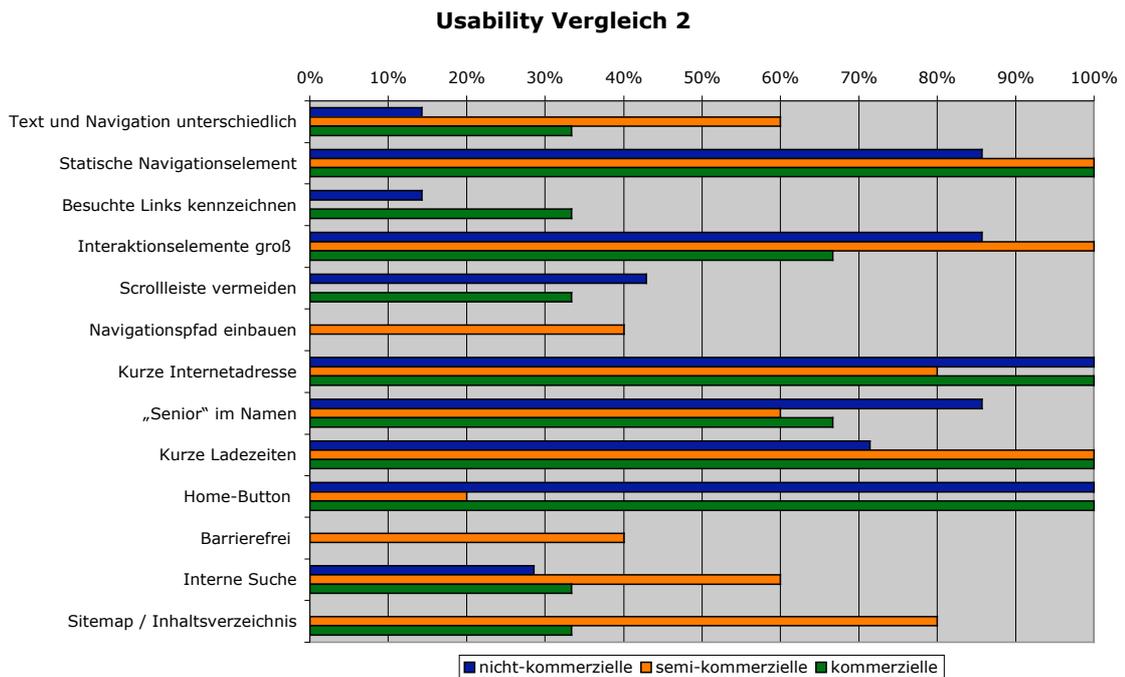
Auf den Bereich Schriftgröße bzw. -art wird von allen drei Gruppen geachtet. Sehr positiv schneiden die semi-kommerziellen Seiten ab, vor allem bei der Textvergrößerung, der Farbdarstellung, den Fehlermeldungen, Hilfsmitteln wie dem Navigationspfad, der Site-map, der Unterscheidung zwischen Text und Navigation und der Barrierefreiheit liegen sie weit vor der Konkurrenz. Sehr gut schneiden die kommerziellen Seiten ab, was Banner und Spots auf ihren Seiten betrifft, es gibt nämlich gar keine. Anzunehmen ist allerdings, dass das nicht aus seniorengerechten Überlegungen passiert, sondern aus dem einfachen Grund, dass sie nicht versuchen ihre Seite über Werbung zu finanzieren, sondern direkt selbst Produkte verkaufen möchten. Nicht-kommerzielle Anbieter sind hingegen besonders bemüht, was englische Begriffe und Fachausdrücke betrifft, diese sind nämlich kaum auf ihren Seiten zu finden. Ähnlich mittelmäßig schneiden die Seiten bei der Skalierbarkeit der Seitendarstellung ab, die zwischen gut 30 und etwas über 40 Prozent gegeben ist.



Die Schwachpunkte der semi-kommerziellen Seiten sind teilweise die Stärken der nicht-kommerziellen und kommerziellen Anbieter, wie der Home-Button oder die Vermeidung der Scollleisten und die Kennzeichnung der besuchten Links.

Interessant ist, dass gerade private Seniorensseiten sich nicht scheuen, das Wort „Senior“ in ihren Namen aufzunehmen, nämlich über 80 Prozent. Hier bleiben die semi- und kommerziellen Seiten etwas zurück.

Wirklich schade ist, dass ausschließlich die semi-kommerziellen Seiten den Besuchern das Zurechfinden und die Navigation auf den Seiten durch Navigationspfade oder Inhaltsverzeichnisse erleichtern.



Sehr gut ist, dass die meisten Seiten, egal ob kommerziell oder nicht, auf kurze Ladezeiten und einfache Internetadressen setzen. Das erleichtert zukünftigen Besuchern den ersten Einstieg enorm. Denn wenn die Internetadresse zu kompliziert ist und nicht leicht gemerkt werden kann, kommt man erst gar nicht auf die Seite und wenn man neu auf einer Seite ist, sollte die Geduld bis zum Erscheinen der Seite nicht überstrapaziert werden.

Alles in Allem kann zum Schluss aber über die Anwendung seniorengerechter Funktionen und der Usability ein durchaus positives Fazit gezogen werden. Wenn die untersuchten Internetseiten auch nicht perfekt sind, so ist doch auf fast allen der Wille zur „Seniorentauglichkeit“ zu erkennen.

### 3.4.4 Zusammenfassung der Ergebnisse

Es gibt immer mehr ältere Menschen, die das Internet nutzen und auch das Internet bietet immer mehr für ältere Menschen.

Die besprochenen Seniorenplattformen arbeiten gezielt mit und für diese Zielgruppe. Wenn es auch noch nicht sehr viele kommerzielle Anbieter gibt, die sich auf diese Zielgruppe spezialisiert haben, so gibt es immer mehr private und semi-kommerzielle Anbieter. Gerade unter den semi-kommerziellen bemühen sich offensichtlich viele um eine seniorenrechtliche und interessante Ansprache der älteren Menschen.

Besonders lobenswert erscheint die Tatsache, dass vor allem die Mitarbeit und Interaktivität gefördert wird. Auch die bisher noch eher selten gegebene Barrierefreiheit der Internetseiten scheint sich zu entwickeln, auch wenn man an private Anbieter nicht sofort die gleichen Erwartungen stellen sollte, da gerade eine barrierefreie Umsetzung einer Webseite sehr kostenintensiv und von den Programmierern viel Wissen verlangt. Da bei den privaten Seiten angenommen werden kann, dass nicht immer eine Webagentur hinter der Programmierung steht, sondern interessierte ehrenamtliche Mitarbeiter, spielt die technische Hürde sicher eine Rolle.

Ein interessantes Ergebnis dieser Arbeit ist, dass sich vor allem die semi-kommerziellen Seiten sehr ähnlich sind. Dies mag daher kommen, dass sie alle versuchen, auf die Zielgruppe einzugehen, sich mit den Problemen beschäftigt haben und zu ähnlichen Lösungen gelangt sind, oder aber auch, dass natürlich gerade in diesem Segment die Konkurrenz genau beobachtet wird. Sehr unterschiedlich hingegen sind die 3 verglichenen kommerziellen Seiten, die ganz verschiedenen Ansätzen nachgehen. Wie schon erwähnt, kann es daran liegen, dass durch die methodische Vorgangsweise kaum kommerzielle Seiten erreicht und gefunden wurden. Abseits von dieser Untersuchung, wird aber immer wieder von Agenturen wie Meyer-Hentschl Seniorenmarketing oder Horx Zukunftsinstitut festgestellt, dass in Europa der „Seniorenmarkt“ noch hinter dem anderer Ländern hinter her hinkt. In Frankreich gibt es zum Beispiel die Plattform [www.seniorplanet.fr](http://www.seniorplanet.fr), die vielfältige Angebote und Produkte für Menschen ab 50 anbietet.

Leider ist es schwierig, von den Anbietern Zahlen ihrer Besucher je Tag und Monat zu bekommen, um eine Übersicht über die Annahme der Angebote zu erstellen. So kann nur

anhand der in Communitys angemeldeten Mitglieder die Reichweite geschätzt werden, und selbst dass ist irreführend, da die Seiten ja unterschiedlich lange am Markt sind und unterschiedliche Reichweiten haben. Eine der bekannten Online-Portale ist sicher die Seite [www.feier@bend.com](http://www.feier@bend.com). Diese Seite gibt es schon seit vielen Jahren und sie verfügt über rund 60 000 angemeldete Mitglieder aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und ist damit wohl das beste Beispiel, dass Seniorenportale funktionieren können und sehr gut von älteren Menschen angenommen werden.

Auch wenn es unrealistisch ist, zu glauben, dass sich in nächster Zukunft alle älteren Menschen für den Computer und das Internet interessieren werden, so kann nicht abgestritten werden, dass gerade in den Zielgruppen 50 plus und 60 plus die Steigerungsraten gut sind. Dieser Effekt wird zusätzlich noch von der Bevölkerungsentwicklung unterstützt, die sich dahingehend entwickelt, dass es im deutschsprachigen Raum immer mehr ältere Menschen proportional zur Gesamtbevölkerung gibt. Wichtig für das Thema Internet und Senioren ist, dass das Altern immer gesünder und geistig aktiver passiert. Menschen, die jetzt zum Beispiel in die Pension gehen, schließen nicht mit ihrem Leben frühzeitig ab, sondern erwarten sich zu recht noch viele aktive Jahre. Und dass Internet kann eine von vielen Möglichkeiten sein, sich zu betätigen, weiter zu entwickeln oder einfach nur Spaß zu haben.

Auch wenn bei der Entstehung des Internet zuerst militärische, dann wissenschaftliche und jetzt jugendliche und berufliche Interessen im Vordergrund standen und stehen, so wäre oder ist es doch ein perfektes Medium für ältere Menschen.

Es gibt viele Gründe, warum das Internet und Senioren gut zusammenpassen, hier nur die offensichtlichsten:

- Senioren wissen viel, haben viel Lebenserfahrung, und gerade das will und braucht das Internet als Medium der Wissensgesellschaft;
- Um geistig fit zu bleiben, ist es für Senioren wichtig, regelmäßig zu trainieren, und wo geht das einfacher als bei der Beschäftigung mit dem Internet;
- Gerade wenn ältere Menschen körperliche bzw. gesundheitliche Probleme haben, kann die Verwendung des Internet das Leben leichter machen. Online-Shopping, Behördenwege oder Kommunikation mit anderen nur als Beispiele;

- Auch wenn der Computer ein technisch kompliziertes Gerät ist, ist doch die Anwendung des Internet relativ einfach;
- Der Trend geht zu immer aktiveren ältern Menschen, und durch das Internet können sie nicht nur aktiv sein, sondern es auch für ihre Mitbestimmungsrechte nutzen;
- Im Internet werden auch Themen einfach enttabuisiert. Als klassisches Beispiel sei hier die Partnersuche genannt, die auch für ältere alleinstehende Menschen genutzt werden kann;
- Gerade das Internet fördert eine Vernetzung der Generationen. Junge Menschen helfen älteren und ältere Menschen können somit einfach Kontakt zu Jugendlichen bekommen.

Die heutige Gesellschaft ist eine immer technisch werdendere Informations- und Wissensgesellschaft, deren modernstes Medium das Internet ist. Gleichzeitig ist die größte Bevölkerungsgruppe die der Senioren, die auf keinen Fall den Anschluss verpassen darf. Um zukünftig Generationenkonflikten und Spaltungen vorzubeugen, bietet sich das Internet als Kommunikationsmedium an.

Es ist aber nicht nur an den Senioren, sich mit dem Internet vertraut zu machen, vielleicht die ersten Schritte zu tun, nein auch die Anbieter, die Bewirtschaftung, die Medien, die Politik und zuletzt jeder „Internet-Insider“ sind gefragt, den Weg ins Internet für alle zu ebnen. Das kann durch den Abbau von Vorurteilen, durch technische Erleichterungen oder einfach durch Motivation passieren.

Abschließend bleibt nur zu sagen:

Auf in eine neue gemeinsame „internette“ Zukunft!

## 4 Literatur

- BAGSO**, 2001, *Seniorenverbände im Modernisierungsprozess*. Bonn, BAGSO
- BaS**, 2002, *Ältere Menschen und Neue Medien*. Computer- und Internetprojekte von Seniorinnen und Senioren, Stuttgart, Marburg, Erfurt, Verlag Peter Wiehl
- Baumann**, 2003, Kurzschriftum: *User-Centred Design and Usability Engineering*. Graz, FH Joanneum Informations-Design
- Becker Konrad**, 2003, *Die Politik der Infosphäre*. World-Information.Org, Opladen, Leske + Buderich
- BMSG**, 2000, *Ältere Menschen – Neue Perspektiven*. Seniorenbericht 2000: Zur Lebenssituation älterer Menschen in Österreich, Wien, BMSG
- Born Günter**, 2003, *Internet - Leichter Einstieg für Senioren*. München, Markt+Technik Verlag
- Brauner; Bickmann**, 1996, *Cyber Society*. Düsseldorf, Metropolitan-Verlag
- Castells Manuel**, 2001, *Das Informationszeitalter 1*. Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, Opladen, Leske + Budrich
- Clemens Wolfgang**, Backes Gertrud M. (Hrsg.), 1998, *Altern und Gesellschaft*. Gesellschaftliche Modernisierung durch Altersstrukturwandel, Opladen, Leske + Budrich
- Dyson Esther**, 1997, *Release 2.0 Die Internet-Gesellschaft*. New York, Broadway Books
- Echo**, 2003, *Das Internet ist reif*. Die Generation 50 plus entdeckt ein Medium, Wien, Echo Verlag
- Erkert Thomas**, Salomon Jürgen (Hrsg.), 1998, *Seniorinnen und Senioren in der Wissensgesellschaft*. Bielefeld, Kleine Verlag
- Fukuyama Francis**, 2002, *Das Ende des Menschen*. Stuttgart, München, Deutsche Verlags-Anstalt
- Gräf Lorenz**, Krajewski Markus, 1997, *Soziologie des Internets*. Handeln im elektronischen Web-Werk, Frankfurt, New York, Campus Verlag

- Guggenberger** Bernd, 1998, *Sein oder Design*. Hamburg, Rotbuch Verlag
- Horx** Matthias, 2002, *Die acht Sphären der Zukunft*. Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts, Wien, Amalthea Taschenbuch
- Horx** Matthias., Referat am 6.9.2002, *Was wir über die Zukunft wissen können*. Wirtschaftsforum Südostschweiz
- Katz**, J., Rice, R., 2002, *Social Consequences of Internet Use*. Access, Involvement, and Interaction, Cambridge & London, The MIT Press
- Kirchbaum**; Kroll, 2001, *Senioren online*. ORT, Arcum Medien GmbH
- Kirchmair** Gerolf, 2001, *Digitale Klüfte*. Aktuelle Anwendungen und soziale Auswirkungen des Internets in der Gesellschaft, Wien, ÖGB Verlag
- Koenen** Andrea, Konert Bertram, Grobel Jo, 2003, *Germany and the Digital World*. Düsseldorf, European Institute for the Media
- König** René, Rosenmayr Leopold, 1976, *Familie • Alter*. Handbuch der empirischen Sozialforschung Band 7, Stuttgart, Ferdinand Enke Verlage
- Kreutz**, Henrik, 1973, *Die Rolle von Organisation und des persönlichen Kontaktes bei der Diffusion von Neuerungen*. In AIAS Information, Angewandte Sozialforschung
- Lorenz** Eva, 1997, *Mensch und Computer an der Schwelle zum 3. Jahrtausend*. Einflüsse des Computers auf das menschliche Leben, Wien, Verlag des ÖGB
- McLuhan** Marschall, Powers Bruce R., 1995, *The Global Village*. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert, Paderborn, Junfermann Verlag
- Meyer-Hentschel** Management Consulting, 2000, *Handbuch Seniorenmarketing*. Frankfurt am Main, Deutscher Fachverlag
- Ochel** Jens, 2003, *Senioren im Internet*. Lohmar, Köln, Josef Eul Verlag
- Pernice Coyne** Kara and Nielsen Jakob, 2002, *Web Usability for Senior Citizens*. Fremont, (USA), Norman Nielsen Group
- Peskes** Mario, 2001, *Senioren im Internet*. Kassel, Univ. Press
- Reischl** Gerald, 2003, *Der Internet-Insider*. Wien, Linde Verlag
- Reiter** Gerald, 1999, *Für immer jung: die Generation 60 PLUS*. Wien, Döcker Verlag

**Rogers** Richard, 2000, *Preferred Placement*. Knowledge Politics on the Web, Amsterdam, Jan van Eyck Akademie Editions

**Rosenmayr** Leopold, Böhmer Franz (Hg.), 2003, *Hoffnung Alter*. Forschung, Theorie, Praxis, Wien, WUV Universitätsverlag

**Rutz**, 1999, *Die Byte-Gesellschaft*, München, Olzog

**SFSO** (Swiss Federal Statistical Office), 1998, *Two centuries of Swiss demographic history*. Paris, Neuchâtel, Observatoire démographique européen

**Simon** Gertrud, Haring Solveig, 1999, *Altern als Herausforderung*. Soziale Teilhabe und Integration älterer Menschen, Arbeitsgemeinschaft für Sozialforschung und Sozialplanung Steiermark (Hg.), Graz, Leykam Verlag

**Weber** Stefan, 2001, *Medien - Systeme – Netze*. Elemente einer Theorie der Cybernetzwerke, Bielefeld, Transcript Verlag

### **Internet Quellen:**

W3C, Zugänglichkeitsrichtlinien für Web-Inhalte, <http://www.w3.org>

Statistisches Bundesamt Deutschland, <http://www.destatis.de>

Statistik Schweiz, <http://www.statistik.admin.ch>

Deutsprachige Informationsplattform, <http://www.wissen.de>

Heise online, <http://www.heise.de>

Telekom Presse, <http://www.telekom-presse.at>

Norman Nielsen Group, <http://www.nngroup.com>

World Internet Project, <http://www.worldinternetproject.net>

Plattform über Digitale Teilung, <http://www.digitale-teilung.de>

Suchmaschine Google, <http://www.google.de>

Suchmaschine MetaGer, <http://meta.rrzn.uni-hannover.de>

The European Institute for the Media, <http://www.eim.org>

## 5 Anhang

### 5.1 Absolute Zahlen der Tabellen und Diagramme

Im Folgenden die absolute Zahlen der Internetnutzung in Deutschland und Österreich. Für die Schweiz liegen keine absoluten Zahlen vor.

#### Deutschland

n= 2612	Prozent	Absolut
Online	45,9	1199
Offline	54,1	1413
Quelle: WIP Report Germany 2002		

n=1046	online	offline
männlich	61,6%	39,4%
weiblich	42,3%	57,7%
Quelle: ARD Online Studie 2003		

Leider keine absoluten Zahlen angegeben. Nur die Gesamtzahl der Befragten (n).

n=1046	Prozent	Absolut
E-Mail	73%	764
Suche nach Angeboten	52%	544
Surfen	51%	533
Homebanking	32%	335
Download von Dateien	29%	303
Chats, Foren	18%	188
Audiodateien	17%	178
Onlineauktionen	16%	167
Spiele	11%	115
Videos	10%	105
Onlineshopping	8%	84
Online Radio	7%	73
Buch- CD Bestellungen	6%	63
Quelle: ARD Online Studie 2003		

## Österreich

<b>InternetnutzerInnen im ersten Quartal 2003 nach Geschlecht und nach Altersklassen</b>			
<b>Personen nach Geschlecht und nach Altersklassen</b>	<b>Alle Personen</b>	<b>Darunter Internetnutzer im ersten Quartal 2003</b>	
		absolut	in %
<b>Männer</b>			
<b>Zusammen</b>	<b>3 114 424</b>	<b>1 454 313</b>	<b>46,7</b>
<b>Frauen</b>			
<b>Zusammen</b>	<b>3 248 353</b>	<b>1 155 958</b>	<b>35,6</b>
<b>Männer und Frauen</b>			
16 bis 24 Jahre	876 942	583 003	66,5
25 bis 34 Jahre	1 213 192	712 007	58,7
35 bis 44 Jahre	1 367 629	699 843	51,2
45 bis 54 Jahre	1 062 054	383 843	36,1
55 bis 64 Jahre	929 244	191 870	20,6
65 bis 74 Jahre	913 715	39 705	4,3
<b>INSGESAMT</b>	<b>6 362 777</b>	<b>2 610 271</b>	<b>41,0</b>
Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Haushalten 2003. - Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen.			

<b>Senden oder Empfangen von E-Mails</b>		<b>Finden von Informationen über Waren und Dienstleistungen</b>		<b>Spielen/Herunterladen von Spielen und Musik</b>	
absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
2 297 995	88,0	1 696 905	65,0	754 296	28,9
<b>Lesen/Herunterladen von Zeitungen, Zeitschriften und ähnlichem</b>		<b>Nutzung von Angeboten für Reisen und Unterkunft</b>		<b>Herunterladen von behördli- chen Formularen</b>	
absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
1 022 347	39,2	943 735	36,2	675 940	25,9
<b>Internet- Banking</b>		<b>Kauf bzw. Bestellung von Wa- ren und Dienstleistungen</b>		<b>Gewinnung von Informationen von Websites öffentlicher Einrichtungen</b>	
absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
796 130	30,5	545 086	20,9	913 881	35,0
Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Haushalten 2003. - Rundungs- differenzen nicht ausgeglichen.					

Auswertung der inhaltlichen Angebote der Seniorenplattformen in absoluten Zahlen:

Absolute Zahlen: <b>Inhalte</b>	<i>nicht - kommerzielle Anbieter (7)</i>	<i>semi- kommerzielle Anbieter (5)</i>	<i>kommerzielle Anbieter (3)</i>	<b>Summe (15)</b>
Informationen zu versch. Themen	6	5	2	<b>13</b>
Regionale Informationen	3	2	0	<b>5</b>
Veranstaltungen / Kalender	3	2	0	<b>5</b>
Archiv der Informationen	2	4	0	<b>6</b>
				<b>0</b>
Online - Community				
Forum	4	5	1	<b>10</b>
Chat	3	5	1	<b>9</b>
Benutzerprofile	2	5	1	<b>8</b>
Benutzerhierarchie	0	2	0	<b>2</b>
Gästebuch	2	3	0	<b>5</b>
E-Mail Adresse	0	5	1	<b>6</b>
Gewinnspiele	2	2	1	<b>5</b>
Web-Spiele	4	1	0	<b>5</b>
Marktplatz (Inserate)	5	4	0	<b>9</b>
Partnerbörse	1	3	0	<b>4</b>
Newsletter	4	4	1	<b>9</b>
Shop	0	1	1	<b>2</b>
E-Learning Möglichkeiten	2	0	0	<b>2</b>
Linkliste zu versch. Themen	5	3	1	<b>9</b>
Möglichkeit der Mitarbeit von Usern	4	5	0	<b>9</b>
Kontakt zum Betreiber	7	5	3	<b>15</b>

## Auswertung der technischen Analyse der Seniorenplattformen in absoluten Zahlen:

Absolute Zahlen:	<i>nicht - kommerzielle Anbieter (7)</i>	<i>sem i- kommerzielle Anbieter (5)</i>	<i>kommerzielle Anbieter (3)</i>	<b>Summe (15)</b>
<b>Usability</b>				
Schriftgröße mind. 12 Punkt	5	5	2	<b>12</b>
Keine Serife-Schriftart	7	5	2	<b>14</b>
Zeilenabstand 1 1/2	7	5	3	<b>15</b>
Textvergrößerungsmöglichkeit	1	3	0	<b>4</b>
Seniorengeeignete Farbdarstellung	3	5	1	<b>9</b>
Farbwechsel-Möglichkeit	0	1	0	<b>1</b>
Keine Fachbegriffe	6	4	1	<b>11</b>
Keine Engl. unübersetzten Begriffe	7	4	1	<b>12</b>
Sinnvolle Fehlermeldungen	2	5	0	<b>7</b>
Skalierbarkeit der Seite	3	2	1	<b>6</b>
Keine blinkenden Spots	4	4	0	<b>8</b>
Keine blinkenden Banner	4	3	0	<b>7</b>
Text und Navigation unterschiedlich	1	3	1	<b>5</b>
Statische Navigationselement	5	5	0	<b>10</b>
Besuchte Links kennzeichnen	1	0	1	<b>2</b>
Interaktionselemente groß	6	5	2	<b>13</b>
Scrollleiste vermeiden	3	0	1	<b>4</b>
Navigationspfad einbauen	0	2	0	<b>2</b>
Kurze Internetadresse	7	4	3	<b>14</b>
„Senior“ im Namen	6	3	2	<b>11</b>
Kurze Ladezeiten	5	5	3	<b>13</b>
Home-Button	7	1	3	<b>11</b>
Barrierefrei	0	2	0	<b>2</b>
Interne Suche	2	3	1	<b>6</b>
Sitemap / Inhaltsverzeichnis	0	4	1	<b>5</b>

## 5.2 Bildverzeichnis

## Screenshots der Seniorenportale, Mai 2004

Senioren OnLine [ Home ] – Das KompetenzNetzwerk

http://www.senioren-online.net/home.php

Senioren OnLine Das KompetenzNetzwerk

Die Landesseniorenvertretung Nordrhein-Westfalen  
www.senioren-online.net/lsv-nrw

WERBUNG

Finden Mitmachen Fragen Lernen Herunterladen Lesen

Sonntag, 30. Mai 2004

**SOL-Datenbank**  
Hier finden Sie alle Internet-Cafés, Internet-Gruppen und Bildungsangebote für Seniorinnen und Senioren in Nordrhein-Westfalen.  
[Zur Datenbank](#)

**SOL-Umfrage**  
**Welchen Computerkurs besuchen Sie zur Zeit?**

- Grundkurs
- Aufbaukurs
- Internetkurs
- Bildbearbeitung
- anderen Kurs

[Ergebnis ansehen](#)

**SOL-Infodienst**

E-Mail-Adresse:

Newsletter:

Senioren Online

**Aktuelle Artikel aus dem SOL-Magazin**

Thema	Datum	Aktion
<b>Vermischtes</b>	30.05.2004	
<b>Unternehmersinn</b>		<a href="#">Artikel lesen...</a>
<b>Pflege</b>	28.05.2004	
<b>„Pflege ist Aufgabe, die jeden betrifft“</b> Zehn Jahre Pflegeversicherung		<a href="#">Artikel lesen...</a>
<b>Auto &amp; Verkehr</b>	28.05.2004	
<b>Gesundheitscheck für alle älteren Verkehrsteilnehmer</b> Verkehrssicherheitsrat: Leistungseinbußen bewusst machen		<a href="#">Artikel lesen...</a>
<b>Medien</b>	28.05.2004	
<b>„Eine Liebe in Venedig“</b>		<a href="#">Artikel lesen...</a>
<b>Auto &amp; Verkehr</b>	28.05.2004	
<b>Im Rausch von Pillen und Pulver</b> Drogen im Straßenverkehr: Info-Broschüre zur Vorbeugung - ADAC: Ernstes Problem – Bundeseinheitliche Erhebung gefordert		<a href="#">Artikel lesen...</a>
<a href="#">weitere Artikel lesen</a>		

**Aktuelle Themen aus dem SOL-Forum**

Thema	Datum	Aktion
<b>Ich biete...</b>	16.04.2004	
<b>Wie komme ich ins Internet?</b> von <a href="#">Kreuzner</a>		<a href="#">Thema lesen...</a>
<b>Ich biete...</b>	16.04.2004	
<b>Bildbearbeitung am Computer</b> von <a href="#">Kreuzner</a>		<a href="#">Thema lesen...</a>
<b>Ich biete...</b>	28.03.2004	
<b>Fit und aktiv bis ins hohe Alter</b> von <a href="#">AloeVera</a>		<a href="#">Thema lesen...</a>
AloeVera kann nicht heilen, aber unterstützen.		

**Anmeldung**

Teilnehmer:

Passwort:

[Sie sind noch nicht registriert?](#)

Eine Registrierung ist für Sie völlig unverbindlich und in jedem Falle kostenfrei!

**Relaunch**

**SENIOREN ONLINE IM NEUEN GEWAND!**

[Alle Neuerungen](#)

**SOL PR-Merkblatt 3/2003**

Nach einer SOL-Umfrage ist eine große Anzahl der vom Land NRW geförderten Internetcafés an einer Unterstützung für eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit interessiert. Aus diesem Grunde bieten wir ab sofort „PR-Merkblätter“ zum Download an, die zunächst die Grundzüge der Pressearbeit erläutern und weiter nach...

Done

seniorweb.ch – Freizeit, Kultur, Reisen

http://www.seniorweb.ch/index.php?v=1&idns\_tree=6

Suchen:  Start Italiano Français

**Login**  
 Benutzername: feuersinger Passwort: \*\*\*\*\* Einloggen  Login speichern

Home – Deutsch – Freizeit, Kultur, Reisen

**Home**  
 Registrieren  
 Passwort vergessen  
 Club seniorweb  
 Computer & Internet  
 Foren  
 Freizeit, Kultur, Reisen  
 Freizeit  
 Kultur, Literatur, Musik  
 Reisen  
 Sport, Natur  
 Veranstaltungen  
 Wohnen, Haustiere, Garten  
 Gesundheit  
 Impressum  
 Internationales Fenster  
 Konsum & Geld  
 Soziales & Politik

**Entrümpeln befreit**  
 28.05.2004 mwr  
 Wer sein Leben in Ordnung bringen will, muss erst einmal sein Haus aufräumen (Chinesische Weisheit) >>>>



**Gedanken, die ich dir schenke.**  
 22.05.2004 17:00 rsu  
 Ein Gedicht für dich! >>>>

**Lieber weisser Kollege!**  
 13.05.2004 abü/rsu  
 Wenn ich geboren werde.....(Gedicht) >>>>

**Raum - Klima**  
 17.05.2004 mwr  
 Gleich, ob im Wohnhausbereich, in Büros, Einzelhandelsgeschäften oder Arztpraxen - überall sorgen Raumklimageräte für gute Innenraumluftverhältnisse, angenehme Temperaturen und behagliche Feuchtwerte. >>>>

**Billigreisen mit der Bahn**  
 11.05.2004 abü  
 Das Internet machts möglich: Schnäppchenjagd bei der Bahn >>>>

**Rätselecke**  
 Literaturquiz  
 Die Schweiz im 2. Weltkrieg  
 Alter in der Schweiz  
 Sprüche über das Alter

**Fahrpläne weltweit**  
 Deutschland  
 abfragen

Eine Legende als Wohnsitz? – Leben auf der Queen Elizabeth 2

**Weltbild.ch**

Done

Senioren – Portal für Österreich

http://www.ab5zig.at/

**Wiener Seniorenbund**

Homepage Information Ermäßigungen Schwarzes Brett Chat Gute Adressen Partner-Links Typen & Mehr Suche

Willkommen auf Österreichs größtem Se

**Neu:**   
**Mondkalender**  
 mehr...

**Microsoft Office**  
 Word, Excel, Outlook und Powerpoint zum Minipreis für Senioren  
 Tipps und Downloads gegen Internet- und Mail-Viren

**Web-Spiele** **Gewinnspiel**



**Senioren-Portal:**  
 800 Seiten Information,  
 Kontakt, Unterhaltung

**WetterOnline**  
 Vorhersage  
 Wien Mo, 31.05.  
 22 °C  
 3 Tage zeigen

**Top Aktuell:**  
**Europawahl am 13.Juni:**  
 Alles über Wahlkarten etc. auf www.europabote.at

**Zusatzzahlung:**  
 0.6% für Kleinrentner

**Steuerreform:**  
 ... mit Tabelle über Ihre Steuerersparnis 2004 und 2005

**Geld vom Finanzamt:**  
 Steuertipps vom Experten

**Richtsätze 2004:**  
 ... und andere variablen

Done

SENIORENTREFF IM INTERNET – Chatten und diskutieren mit Senioren

ST <http://www.seniorentreff.de/>

**Senioren Treff** Über uns | Hilfe | Kleinanzeigen | Kaufhaus | Links | Partner | Presse Chats | Diskussionen | Rundbriefe | Gästebuch | Witze | Lesetipps **aktuell** **VFKS**

Zur Startseite  
Erfolgreich im Seniorentreff: **\*\*\* Partnersuche \*\*\***  
**Die Apotheke mit Rabatt**  
ST-Wegweiser | FAQs  
Erstanmeldung bzw. Login  
Der informative Link: **Buchverlag Andrea Stangl**  
Grusskarten (Hanno Votteler)  
Diskussionstforen: Allgemein, Computer, Gesundheit, Literatur, Reise, Politik, Wissenschaft, Soziales, Haustiere, **Umfragen** Die 'Kleine Kneipe'

Klein  Anzeigen   
Textsuche  ST-Google   
rund um deinen PC

**Reiseplanung, Stammtische, Reale Treffen, Grußkarten, >>>Homepages<<<**  
**ST & VFKS Bildergalerie**  
Lokale Seniorentreffs Das kann jeder tun Interessante Links Der Gedächtnistrainer  
**Buchbesprechungen** Das Leben erzählen Gedichte | **Autoren im ST**  
Webmaster News  
Empfohlen: 1&1 Newsletter **Der ST auf ihrer Homepage?**

**direkt versicherung** **Hier Gewinn berechnen!**



Herzlich willkommen im Seniorentreff im Internet. Wir bieten Ihnen eine Plattform für Kommunikation und Gedankenaustausch mit Menschen reiferen Alters und freuen uns, wenn Sie die vielen Möglichkeiten hierzu bei uns nutzen. Setzen Sie ein Lesezeichen auf den Seniorentreff, Ihren Startpunkt im Internet.

Lesezeichen Drücken Sie Strg und D  
AOL-MARKER: Drücken Sie Strg und +



Empfehlungen:  
**Die Apotheke mit Rabatt im Seniorentreff**  
Beginnend am 1. Mai kooperiert der Seniorentreff mit der Apo AG. Die APO AG ist eine gemeinsame Initiative europäischer Apotheken. Ausführliche Informationen über die Vorteile, die diese Apotheke mit Rabatt im Internet bietet, könnt ihr hier nachlesen: <http://www.seniorentreff.de/dsa>

Anzeigen:  
Ideal für die Reise: **Häkel-Strohhut aus 100% Papierstroh. In 2 Farben. 14,90 EUR**




Suchen!

Done

Interessengruppe-Seniorennet-Stuttgart

<http://www.seniorennet-stuttgart.de/index.htm>

**SeniorenNet®** 

**Sennet Chat**

Homepage  
Wer sind wir?  
Veranstaltungen  
Kontakte  
Links  
Technik  
Mitglieder  
Spiele  
Stammtisch  
Impressum

66771

**Technikseite**

**Technik Tricks und Tipps**

- Support für Mitglieder
- Tipps und Tricks (vom Sennet Hbg)
- Tipps und Tricks vom Niederrhein
- Kabel FAQ (alles über Kabelverbindungen)
- S0- Bus für ISDN
- Dateinamenerweiterungen und mehr
- DSL-Magazin
- DSL ohne T-Online Software einrichten

**Schutz gegen Viren**

- Schützen Sie Ihren PC
- Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik
- CA Virus Information Center
- AntiVir Personal Edition für Windows 9x und NT
- TU-Berlin Hoax-Info Service
- Virenabwehrtools kostenlos
- Firewall Zone Alarm zum Download
- Virenverbreitungskarte



**Verschiedenes**

- Microsoft Download Center
- Browsercheck
- Browserversion und Bildschirmauflösung anzeigen
- Provideradressen
- Was ist ein Cookie? Grundlagen Cookies.

781

Done

www.seniorworld.at

http://www.seniorworld.at/

**Nachrichten**      **Marktplatz**      **Termine**      **Café**



**NACHRICHTEN**      **TERMINE**      **WEBMARKT**      **INTERNETCAFÉ**

**KURSE**      **TRAINING**      **GEWINNSPIEL**      **INFORMATION**

**SPRECHENDE WEBSEITEN**  
**ONLINE - ÜBERSETZUNGEN**  
**TELEFONKOSTENVERGLEICH**

**SENIORWORLD als STARTSEITE >> (o) <<**

Wir haben für Sie zu verschiedenen Wissensgebieten Informationen gesammelt.  
 Geben Sie ganz einfach Ihr gewünschtes Thema ein.

Home      Schriftvergrößerung      Schriftverkleinerung

Done

Senioren, Seniorinnen Hauptseite

http://www.seniorinnen.ch/

**Seniorinnen imNetz**  
 Die Mailingliste einer Gruppe von Senioren und Seniorinnen in der Schweiz



Wissenswertes      Links      Wir über uns      Hobby-Ecke

Interna

E-Mail Kontakt

Done

[LEBENSPHASEN.DE] – nutzerfreundlich, vielseitig, speziell für Senioren, Rentner oder die Generation 50 Plus

http://www03.lebensphasen.de/index.html



... die besten Jahre aktiv(er) leben

**INFORMATIONSZENTRUM**

- Beruf + Weiterbildung
- Computer + Technik
- Essen + Trinken
- Familie + Partnerschaft
- Geld + Finanzen
- Gesellschaft + Politik
- Gesundheit + Fitness
- Hobby + Freizeit
- Kontakte + Freunde
- Kunst + Kultur
- Tiere + Natur
- Unterhaltung + Spaß
- Wohnen + Garten

**STARTSEITE**

**DIALOGZENTRUM**

**INFORMATIONEN:**

- » Partner » Presse » Adressen
- » Stimmen » Dialogmöglichkeit
- » Verlinken » Werbung / Media

**RECHTLICHES:**

- » Datenschutz » Impressum
- » Urheberrechte » Verweise

Aktuelle Seite: LEBENSPHASEN.DE - Portal für Senioren, Rentner und 50 Plus

**INFORMIEREN** ▶ **EINKAUFEN** ▶ **DISKUTIEREN** ▶

**Zitat:** Bei der Liebe ist es wie im Krieg: Letzten Endes entscheidet der Nahkampf. Errol Flynn (1909 - 1959), Us-amerikanischer Filmschauspieler.

**"Hamburger Elbsommer 2004"** Nach dem großen Erfolg im letzten Jahr wird der "Hamburger Elbsommer" vom 18. Juni bis zum 28. Juli 2004 zum zweiten Mal ausgerichtet. » [weiterlesen](#) ...

Schauen Sie sich **alle neuen Artikel** in der Übersicht an oder lesen Sie: [Mit einem Grillfeuer den Wald schützen](#)

Themen-Bereich	Autoren
Kunst + Kultur	tinah
Gesellschaft + Politik	GSC

**Schröders Ohrfeige:** Darf man deutsche Spitzenpolitiker einfach so attackieren, nur weil man vielleicht nicht mit Ihnen zufrieden ist? Und wie sollte man dafür bestraft werden? Was meinen Sie? » [mitdiskutieren](#) ...

**Unser Garten Fotowettbewerb!** Bis 30. Juni 2004 führen wir unseren Fotowettbewerb durch! Schicken Sie uns Ihr schönstes Gartenmotiv und nehmen Sie an unserer Verlosung teil. » [mitmachen](#) ...

**SERVICEZENTRUM**

**Im Forum / LP-Club anmelden:**

Benutzer:   
 Passwort:

[Passwort vergessen?](#) | [Registrierung](#)

**Anmeldung LP Freemail**

**Artikel oder Produktsuche:**

Suchbegriff:

**Vorteile auf einen Blick:** Garantiert **lesbar** durch skalierbare Schriftgrößen! **Seniorengerecht** und nahezu **barrierefrei**! Mehr ...

Mitglied im kostenlosen **LP-Club** werden und tolle **Vorteile** genießen.

Im **Einkaufszentrum** oder im **Kleinanzeiger** gemütlich stöbern.

**Empfehlen** Sie uns weiter oder **abonnieren** Sie unsere **Neuigkeiten**.

Einen Lebenspartner oder Freunde finden in der

Done

Seniorenportal – Alles Für Senioren

http://www.seniorenportal.de/index.php

**Seniorenportal.de**

**Kostenlos anmelden | Dienstleister Datenbank | Kontakt**  
**Spar Tipp: Tintenpatronen für 0 EUR**

**GESUNDHEIT & ERNÄHRUNG** **REISE & FREIZEIT** **LITERATUR & UNTERHALTUNG** **TECHNIK** **WIRTSCHAFT & POLITIK** **GESELLSCHAFT** **DTF travel**

**Hauptmenü**

- Home
- Neue Inhalte
- Gästebuch
- Forum
- Fotoalbum
- Mitglieder-Beiträge

**Community**

**KOSTENLOS ANMELDEN**

- Login
- Freunde finden
- meine Visitenkarte
- mein Postkasten
- mein Adressbuch
- Forum
  - Neue Beiträge
  - Forum-Suche
- CHAT (Mainchat)
  - Chatbox (einfach)
  - Chat-Kalender
- E-Mails verwalten
- Logout

**BRANCHENBUCH**

Seniorengerechte Angebote suchen,

**Herzlich Willkommen auf dem Seniorenportal**

**Freunde finden** in der Community

Mit der neuen Suchfunktion in unserer Mitgliederliste kannst Du jetzt Menschen mit gleichen Interessen finden und Dich über Erfahrungen austauschen.  
[Hier kannst Du die Suche ausprobieren](#)

**Auf gehts! Plaudern im Seniorenportal CHAT**

**GRATIS für Mitglieder: Drei praktische Onlinekurse**

**Kurs 1: In 7 einfachen Schritten zur ersten Homepage**  
**Kurs 2: Pannenhilfe - so warten Sie Ihre Festplatte regelmäßig**  
**Kurs 3: Fotos aus der Digitalkamera für E-Mail und Internet aufbereiten**

**Veranstungshinweise: Neue PC- Kurse und Informationsveranstaltungen im Münchner Mediencenter 50plus. [www.mc50plus.de](http://www.mc50plus.de)**

**Die letzten Diskussionen in den Foren**

Forum	Thema	Antworten	Anz.Gesehen	Letzter Beitrag
PINNWAND	SIS Ausflug 2004	2	28	30.05.2004 20:54
Gesundheit & Ernährung	Allergien durch gefärbte Texti...	27	323	30.05.2004 15:07
Allgemeines Forum	Welpolizist	20	319	29.05.2004 12:03
Gesundheit & Ernährung	Kommunikation mit Gleichesinn...	13	212	29.05.2004 11:09

**Photoalbum** lade deine Fotos ins Internet

Im Fotoalbum kannst Du Deine schönsten Digitalfotos ganz einfach hochladen und mit einer Kurzbeschreibung vorstellen.  
**Unser Thema im April lautet: "Nahaufnahmen (Makros)"**  
[Hier gehts zum online Fotoalbum](#)  
 ++ Die letzten 20 Kommentare  
 ++ Zur Galerie - Grafik & Bildbearbeitung.

**Login**

Benutzername:   
 Passwort:

Anmelden [Noch nicht registriert? Du kannst Dich jetzt KOSTENLOS REGISTRIEREN](#)

**Top Angebot**



Shirt von RABE ab 49,90 EUR  
[Details...](#)

**Tipp:** [Peter Hahn Österreich](#)  
[Peter Hahn Schweiz](#)

**Partner**

**Unbehindert miteinander**

Done

Seniorkom.at / Plattform für Senioren

http://www.seniorkom.at/0/sid7c92113188a17bd0a5f52037be1d9688

seniorkom.at

Suchbegriff eingeben

GESUNDHEIT REISE SICHERHEIT  
FREIZEIT ANGEBOTE DIES & DAS

Meine Region: Österreich

Wählen Sie ein Bundesland!

Das Internet ist reif.

Navigationspfad: Seniorkom >

**LOGIN**

Benutzername:  .seniorkom.at

Passwort:

**KLUB**

- E-Mail
- Forum
- Ombudsmänner
- FAQ
- Chat
- Freunde finden
- Spiele

**Krank durch Tiere**

Die meisten neuen Krankheiten des vergangenen Jahrzehnts hat sich der Mensch über Tiere zugezogen. Man nennt dies zoonotische Erkrankungen. Zu dieser Spezies zählen neben der HIV-Infektion auch die Lungenkrankheit SARS oder die neue Variante der Creutzfeldt-Jakob-Krankheit, die durch den Verzehr von BSE-infiziertem Fleisch verursacht wird.

0 Kommentare [mehr lesen »](#)

**Seniorkom GEWINNSPIEL**

- Gewinnen Sie 3x2 Karten für The Beach Boys in Wr. Neustadt
- Gewinnen Sie 5x2 Karten für The Beach Boys in Piberstein(St)
- Gewinnen Sie 3x2 Karten für The Beach Boys in Innsbruck
- Gewinnen Sie ein unvergessliches Wochenende (VP) für 4 Pers.

**Deutscher Präsident ein Österreicher?**

Interessante Entdeckung im Taufbuch einer Kirche  
Verwirrung um den Geburtsort des gewählten deutschen Bundespräsidenten Horst Köhler.

**TERMINE**

« Mai 2004 »

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
					01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Zur Terminsuche

Textgröße

Farbkontraste

WC

Done

Feierabend.Com - Der Webtreff für Menschen in den besten Jahren

http://www.feierabend.com/

www.feierabend.com

Feier@abend  
Der Webtreff für Menschen in den besten Jahren

✓ Bis zum 30.06.2004 buchen und bei ausgesuchten Kursen 5 € sparen.

E-Mail Chat Forum Regional Shop Interaktiv Themen

Community

Sie befinden sich hier: Startseite

Ihre Mitgliedschaft | Sonntag, 30. Mai 2004

Herzlich willkommen, Daniela Feuersinger!

Wir wünschen dir einen guten Start in den Frühling und wie immer viel Spaß bei Feierabend.com! Für den direkten Kontakt zu anderen Menschen empfehlen wir den

Feierabend-Chat oder das Feierabend-Forum.

Viel Spaß dabei!

Einen ersten Überblick über das gesamte Angebot von Feierabend bekommst du auf unserem Rundgang.

Aus aktuellem Anlass: **Viruswarnung!**

**Aus der Community**

- 59477 Mitglieder
- 15087 Visitenkarten
- 280 Besucher online
- 81 im Forum
- 39 im Chat
- 45 Regionalgruppen

**Mitglied des Tages**

Das Leben ist auch im Alter noch schön und interessant.  
Details

**Neues aus den Regionalseiten**

Frankfurt: Spargelstechen beim Bauern Lipp - Ein Selbstversuch...  
Details

**Wenn die Lunge schlapp macht**

Chronische Bronchitis wird für Patienten zum ersten Problem...  
Details

**Glücksamulett des Magiers**

Berühmten ketischen Schmuck hier bestellen!

**Die besten Schlager aller Zeiten**

Erleben Sie die Schlagerlegenden des 20. Jahrhunderts!

**Reader's Digest**

Erleben Sie die Schlagerlegenden des 20. Jahrhunderts!

**Suche:**

Erweiterte Suche  
Übersicht  
Häufige Fragen  
Rundgang

**Login**

- Mein Feierabend
- Logout
- Passwort vergessen?

**Themen**

- Reisen
- Gesund & Fit
- Mitgliederberichte
- Technik
- Geld & Finanzen
- Freizeit

**Interaktiv**

- Chat
- Visitenkarten
- Gratis eMail
- Gratis Homepage
- Forum
- Gästebuch
- Poesiealbum
- Witze
- ePostkarten
- Umfrage
- Kleinanzeigen

**Regional**

- Information
- Gruppe beitreten
- Gruppe besuchen

Done

Forum für Senioren – Die Lifestyle-Community 50plus

http://www.forum-fuer-senioren.de/index.mv?40BA51F200036F68000056390000000

**FORUM**  
für Senioren

Anzeige  Nur 1 Klick und das **STANDARD-Abo 3 Wochen gratis** [testen.](#)

[Liebe](#) | [Wohnen](#) | [Magazin](#) | [Ecards](#) | [Mailbox](#) | [Chat](#) | [Treffpunkt](#)

**Mitglieder-Login** 30.05.2004 - Willkommen!   

**Forum-Name**  
 feuersin  
**Passwort**  
 \*\*\*\*\*  
**Anmelden**  
 ▶ Passwort verg.  
 ▶ Mitglied werden!  
 ▶ Hilfe

**Gemeinschaft**  
 ▶ Mitglieder  
 ▶ Fotoalbum  
 ▶ Geburtstage  
 ▶ Wer ist online  
 ▶ Mitgliedertreffen  
 ▶ Empfangshalle  
 ▶ Weitersagen

**Erlebniswelt**  
 ▶ Kontaktbörse  
 ▶ Magazin  
 ▶ Reise & Erholung  
 ▶ Einkaufsmelle  
 ▶ Termine  
 ▶ Essen & Trinken

**Infocenter**  
 ▶ Nachrichten

**Schnell sperren lassen**  
 Was tun bei Verlust der Kreditkarten? Wer bei seiner Reiseplanung nichts dem Zufall überläßt, kann sorglos verreisen. Hier unsere Tipps.  
**Sichern Sie sich im Vorfeld ab >>**



**Schmuck für kleine Gärten**  
 Wir geben Ihnen Tipps, wie Ihnen Ihre Bäume nicht über den Kopf wachsen und Sie auch noch nach Jahren Freude an dieser Zierde haben.  
**Zum Gartentipp >>**



**Die Windmühlen ziehen aufs Meer**  
 Die Zukunft der Windkraft liegt auf dem Meer. Weit draußen sollen gigantische Windmühlen Wind in Strom verwandeln. 30 Anträge auf Offshore-Parks liegen beim Bundesamt für Seeschiff... **Weitere Meldungen >>**



**Sinnlicher Lesegenuss**  
 Zeit für die Liebe. Wir stellen Ihnen hier ein Potpourri aus Romanen, Ratgebern, Lyrik und Hörbüchern rund um das Thema No. 1 vor.  
**Hier unsere Tipps >>**



**Das 1x1 der Passwörter**  
 Ohne Passwörter kommt man heute im Internet nicht weit. Wir zeigen Ihnen, worauf Sie bei der Auswahl Ihrer



**Einkaufsmelle**  
*Peter Hahn*  
 **Shirt von RABE**  
 Farbe:  
 Blutorange  
**Ab 49,90 EUR**  
**Zum Angebot >>**  
 Anzeige

**Blasenschwäche**  
 Nicht schweigen, sondern handeln.  
 Nützliche Tipps für ein aktives Leben ...  
  
 Klicken Sie hier >>

**Millionär werden**  


Done

SeniorNett

http://www.seniornett.de/

**SeniorNett.de**  
- Das Seniorenportal -

[Hauptseite](#) | [Information](#) | [Unterhaltung](#) | [Sport](#) | [Kommunikation](#) | [Links](#) | [Shop](#) | [Suchen](#) | [Das Unternehmen](#) | [Registrierung](#)

**Willkommen bei SeniorNett,**  
dem Sprungbrett in die unüberschaubare Welt des Internets...

**Aktuelle Themen:**

**Bayern feiert seinen Turb-Brasilianer**  

 Madrid - Nach seinem goldenen Schuss küsste Giovane Elber sein linkes Knie. Ausgerechnet mit dem operierten Bein erzielte der Brasilianer den 1:0-Siegtreffer für Bayern München gegen Real Madrid. "Das freut mich ganz besonders", sagte Elber, der total happy war: "Nach zehn Tagen wieder Fußball spielen zu können ist schon Wahnsinn. Hier ein Tor zu schießen, ist noch wahnsinniger."  
[Mehr in "Sport"](#)

**Bush bekräftigt Raketenpläne**  

 Washington/New York - US-Präsident George W. Bush hat die Absicht der US-Regierung bekräftigt, das umstrittene Raketenabwehrsystem voranzutreiben. Er rief Russland dazu auf, gemeinsam mit dem Westen ein neues strategisches "Rahmenwerk" für die Sicherung von Frieden und Stabilität zu schaffen. Den NATO-Partnern und anderen Staaten sagte Bush "sehr enge" Konsultationen zu.  
[Mehr in "Information"](#)

**"Goldene Rosen" auch für Deutschland**  
 Die 41. Goldene Rose von Montreux für die beste TV-Unterhaltungssendung geht an die britische Produktionsfirma Tiger Aspect für die Sketch-Reihe "Lenny Henry in Pieces". Das teilte das Organisationskomitee am Montag in Montreux mit. Tiger Aspect hatte bereits der Figur "Mr. Bean" zu Popularität verholfen.  
[Mehr in "Unterhaltung"](#)

Done

