

Senioren in der E-Beratung – eine Idealbesetzung?

Marie-Louise Rendant

Zusammenfassung

Senioren sind auf dem Vormarsch: in den demographischen und medienwissenschaftlichen Statistiken führen sie die Wachstumszahlen an. Aus diesen Entwicklungstendenzen ergibt sich die logische Fragestellung, ob die wachsende Zielgruppe und das vorrückende Instrument Online-Beratung zusammen passen. Der vorliegende Artikel beruht auf der Grundlage meiner Promotion, die der Frage nachgegangen ist, ob die Internetnutzung das Aktivitätsniveau von älteren Menschen steigert. Im analytischen Abgleich werden nicht nur Bedarfe, die für die Beteiligung in der Online-Beratung sprechen offensichtlich, sondern auch Bedingungen, die Ältere als idealtypische Nutzergruppe herausstellen. Sie sind die eigentlichen Adressaten eines Beratungsformats, das einen innovativen Ansatz zum Unterstützungsbedarf einer großen und größer werdenden Gruppe liefert.

Schlüsselwörter

Senioren, Internet, Nutzungsprofil, Lebenslagen, CvK, E-Beratung

Abstract

Seniors are ranking at the top of growth figures as demographic and mediascientific statistics show. Out of this trend arises the logical question whether this growing target group and the modern instrument " online advisory service " match together. The present article is founded on the basis of my thesis whether the use of the internet increases the level of activity of elderly people. This analysis not only showed the necessary conditions for the interest in the online advice service but moreover also the conditions which show that the elderly are the ideal typical group of users of the Internet. They are the very target group for a high quality advisory service which offers an innovative approach to the need for support of a group which is large and continuously increasing.

Keywords

Seniors, Internet, Usage Profil, Condition of Life, Computer-mediated communication (CMC), E-Counseling

Autorin

- **Dr. Marie-Louise Rendant**
- Studium der Erziehungswissenschaft an der TU Berlin
- Promotion am Institut für Bildung in der Informationsgesellschaft, TU Berlin
- Arbeits- und Interessenschwerpunkte: Demographischer Wandel, Gerontosoziologie, Fachkräftemangel, Benachteiligtenförderung
- **Kontakt:** Mail: m.rendant@t-online.de

1. Hypes in der Cyberwelt

Seit einigen Jahren sind es die Senioren, die den Run auf die Datenautobahnen und Netzwerk-Highways bestreiten und als „Silver Surfer“ und „Best Ager“ die Aufholjagd der Altersgruppen anführen. Jahr für Jahr werden von den Älteren die stärksten Wachstumsraten gemeldet, sowohl in der Internetnutzung als auch in der demographischen Entwicklung. Ältere Menschen und das moderne Internet

prägen mittlerweile unsere Gesellschaft: So begegnen uns sichtbare Tendenzen der „ergrauten Gesellschaft“ in jeder bundesdeutschen Einkaufsstraße, wo sogleich auch auf die Option des virtuellen Shopperlebnisses hingewiesen wird („Besuchen Sie uns auch online!“). Ältere im Internet sind in den Fokus geraten: Die Demographen liefern uns anschauliche Beiträge über absolute und relative Zunahmen der Älteren, während die großen Onliner-Studien die starken Zuwächse der älteren Altersgruppen publizieren – welche Bevölkerungsgruppe sonst sollte auch noch groß im Aufholen begriffen sein?

Auf Anbieterseite boomt das Online-Learning. Lernen geht plötzlich überall, am Küchentisch, in der Bahn, im Café – per Online-Übungen, Fernstudium, in der virtuellen Akademie oder im virtuellen Klassenzimmer, zum Sprachenlernen, EDV-Training oder zur Prüfungsvorbereitung. E-Learning war gestern, Online-Learning ist heute, unter Anleitung eines Teletutors, dessen Antlitz oftmals durch ein Avatar vertreten wird. Findet der Lernprozess zum Teil auch als Präsenzveranstaltung statt, spricht man vom Blended Learning, dem „Lern-Verschnitt“, der die Flexibilität von elektronischen Lernformen mit den sozialen Aspekten der Face-to-Face-Kommunikation sowie ggf. dem praktischen Lernen von Tätigkeiten miteinander kombiniert. Die Grenze zur Online-Beratung liegt nicht fern. Wo das Pflichtenheft eines Teletutors ohnehin mitunter beratende Hilfe und Unterstützungsleistung vorsieht, gestaltet sich der Unterschied zur reinen Online-Beratung in der Praxis nicht immer trennscharf, wenn die Online-Beratung zweifelsohne mit anderen Prioritäten, Intentionen, Ansätzen und in anderen Kontexten als das Online-Lernen verankert ist.

1.1 Zielgruppe

Aus diesen Trends und Tendenzen ergibt sich in der logischen Konsequenz die Fragestellung, ob die wachsende Zielgruppe der Älteren als Klientel eines vorrückenden Instruments, die Online-Beratung, erhalten kann. Passen die Bedingungen einer großen und größer werdenden Bevölkerungsgruppe zu dem noch relativ neuen Beratungsformat? Diese Frage bedarf einer Analyse, und zwar eines Abgleichs von den Nutzungsbedingungen der Zielgruppe und denen der Online-Beratung. Da es sich hier um eine besondere Bevölkerungsgruppe handelt, deren spezifische Lebenslagen in Langzeitstudien über Jahrzehnte hinweg erfasst sind, sollten bei einer solchen Prüfung altersbedingte Besonderheiten ebenso berücksichtigt werden. Im optimalen Fall könnte die Beantwortung dieser Frage zu Passgenauigkeit von Nachfrage und Angebot verhelfen, die auf eine profitable, gewinnbringende Nutzung für den zu Beratenden zielt. Im Ergebnis könnte diese Prüfung eine Anpassung eines der beiden Systeme fordern. Diese Fragestellung impliziert die generelle Diskussion: Muss sich der Mensch an die Technik anpassen oder passt sich die Technik dem Menschen an? [„Anpassung“ meint im gerontosoziologischen Kontext jedoch keine unüberbrückbare oder widerwillige Anstrengung, sondern ist vielmehr der „Königsweg“. Denn im Zusammenhang mit unterstützenden Mitteln ist es vielfach die Technik, sogenannte „Assistenzsysteme“, die sich den Möglichkeiten und vor allem den Bedürfnissen der älteren Bevölkerung anpasst. Hier werden Technologien entwickelt, welche unauffällig das Leben unterstützen und älteren Menschen ermöglichen, so lange wie möglich in den eigenen vier Wänden zu leben, ihnen also durch innovative Technik ein selbstbestimmtes Leben

arrangieren. Die verwendeten Technologien sind nutzerzentriert, also auf den Menschen ausgerichtet und integrieren sich in dessen direktes Lebensumfeld. Sie können die selbstständige Lebensführung der älteren Nutzer fördern und sie zugleich zu neuen Aktivitäten bewegen. Diese neuen Tätigkeiten beginnen in aller Regel mit der Kaufentscheidung eines PC's oder Laptops und erfordern vielfach den Erwerb neuer Kenntnisse, beispielsweise durch den Besuch eines Kurses. In diesem Sinne verschafft das Internet als technische Alltagshilfe wie viele andere Produkte Erleichterung zur Bewältigung von Alltagsanforderungen, fordert jedoch auch zu neuen Aktivitäten auf. Darüber hinaus verhilft es auch zum intergenerationellen Kontakt: Viele Senioren erlernen die ersten Schritte im weltweiten Netz über ihre Kinder, übrigens mehr Frauen als Männer, die sich ihre Kenntnisse hauptsächlich über entsprechende Fachliteratur aneignen.

Das Alter hat aber seine Tücken, und so steigt die Abhängigkeit von Unterstützungsleistungen mit zunehmendem Alter nachweisbar an. Zum Glück verhält es sich so, dass der (alternde) Mensch der Anpassung in aller Regel nicht abgeneigt ist: Das große Interesse vieler älterer Menschen am Web und der Computer vermittelten Kommunikation (CvK) weist auf eine hohe Anpassungsbereitschaft und Neugier. Auch im Jahr 2013 meldet der (N)Onliner Atlas merkliche Zuwächse bei Personen ab 50 Jahren und für die 60-69-Jährigen den höchsten Anstieg im Vergleich zum Vorjahr (D21-Digital-Index, 2013). Hier korrespondiert das wesentliche Motiv der älteren Anwender, nämlich „dazu zu gehören“ und „teilzuhaben“ mit dem gerontosoziologischen Modell des „erfolgreichen Alterns“, da es als Anpassungstheorie in den Zusammenhang mit dem Konzept für das „erfolgreiche Altern“ gebracht wird. Wer sich mit individuellen und altersbedingten Gegebenheiten arrangiert und sich an gesellschaftliche Trends und Tendenzen anpasst, hält sein Aktivitätsniveau im Alter und altert erfolgreicher.

Die zunehmende Lebenserwartung in unserer Wohlstandsgesellschaft hat zu einer steigenden Anzahl älterer Menschen geführt. Damit verbunden ist eine quantitative Erweiterung der Lebensphase Alter, die es qualitativ auszufüllen gilt und für die kompensatorische Systeme und Perspektiven formuliert werden müssen, wie z. B. durch die Teilhabe an Beratungssystemen, die einen Lösungsansatz zur Kompensation der im hohen Alter zunehmenden Immobilität bereithält. Denn aufgrund der Alterung der Gesellschaft steigt auch die Zahl der Pflegebedürftigen. Hier kann das Internet mit seinen komfortablen Diensten als moderne, digitale Informations- und Kommunikationstechnologie ansetzen, das, und dies ist der große Unterschied zu vielen Alltagshilfen und Reha-Hilfsmitteln, ältere Nutzer nicht defizit-orientiert diskriminiert, sondern ihnen eine Balance aus Unterstützung und Herausforderung bietet.

Diesbezügliche Forschungsanstrengungen geben Sinn: Die HAWK, die Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst widmet sich in einem aktuellen Forschungsprojekt, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung den Bedingungen der Online-Beratung für Senioren und deren Beratern und geht unter anderem der Fragestellung nach, wie sich entsprechende Beratungsformate individuell und strukturell arrangieren lassen und welche Bedingungen gegeben sein müssen, damit die Online-Beratung von Senioren und Beratern akzeptiert und nachhaltig genutzt bzw. angeboten wird. Ziel des Forschungsprojekts ist es,

Rahmenbedingungen und Konsequenzen der Einführung von Online-Beratung für Senioren zu untersuchen. Insofern erzeugt der demographische Wandel den „demographischen Druck“, für die wachsenden Altersgruppen Alternativen im System der Transferleistungen (emotionale Hilfe, sachliche Beratung und Unterstützung etc.) zu entwickeln.

2. Abgleich der Bedingungen

Der folgende Abgleich der Ergebnisse der SoDyWeb-Studie („Sozial-Dynamik des Internets“, Rendant, 2012) , die die Lebenslagen und das Nutzungsprofil älterer Onliner beschreiben, mit den Bedingungen der Online-Beratung macht die vorteilhafte Situation für die Teilhabe an Online-Beratungsformaten sichtbar. Die spezifischen Voraussetzungen einer Generation, die man allgemein hin als technikdistant bezeichnet, sind vorhanden: Nicht nur, dass ein Großteil der Senioren über einen internetfähigen PC/Laptop verfügt, zeichnen sie sich im hohen Maße auch durch Aufgeschlossenheit für Aktivitäten, Motivation für Veränderungen und einer Lust auf Neues aus. Diese Bedingungen lassen sich als wesentliche Voraussetzungen für erfolgreiches Altern beschreiben. Denn diesbezügliche Konzepte weisen allesamt in Richtung Akzeptierung, Anpassung, Relativierung und Intervention. Das heißt, dass Strategien der Zufriedenheitssicherung (als Versuche der sekundären Kontrolle), die sich nach innen richten, eine größere Rolle im Alter spielen als Versuche der Veränderung der äußeren Situation (der primären Kontrolle). Damit gestaltet sich „Anpassung“ im gerontosoziologischen Zusammenhang als wichtigste Grundsätzlichkeit überhaupt.

2.1 Genderverhältnis

Auch wenn eine Annäherung angestrebt wird – das Verhältnis zwischen weiblichen und männlichen Onlinern 50+ fällt deutlich zugunsten der Männer aus (vgl. dazu die letzten Ausgaben (N)Onliner Atlas). Auffällig ist auch, dass die Frauen im Vergleich zu den Männern noch nicht so lange dabei sind. Möglicherweise wollen sie den männlichen Vertretern ihrer Altersgruppe nicht länger nachstehen und sind deshalb dabei, intensiv aufzuholen. Männer nutzen das Internet jedoch nicht nur schon länger, sondern auch öfter. Deutliche Unterschiede bestehen auch im Nutzungsprofil: Ältere Frauen nutzen das Internet mehrheitlich als Kommunikationsmedium, Männer dagegen eher als Informationsquelle. Und während Frauen sich öfter mit dem E-Mailing und Skypen beschäftigen, beteiligen sich Männer tendenziell eher beim Chatten, in Communitys und in Foren. Im Abgleich mit der technischen Implementierung von Online-Beratungsformaten arrangieren sich hier sowohl bei Männern als auch bei Frauen die grundsätzlichen Voraussetzungen als äußerst günstig.

2.2 Technik

Technik erfährt für Ältere eine wichtige Funktionserweiterung. Technik für Ältere erlaubt die übergangslose Teilhabe am gesellschaftlichen Leben; Technik für Ältere ist vielfach die Voraussetzung für Aktivitäten und für das Fortsetzen der gesellschaftlichen Einbindung. Dass die Begegnung älterer Menschen mit Technologie über ein alltägliches Selbstverständnis hinausgeht, wenn diese ganz

gezielt eingesetzt wird, um ihnen eine Entlastung von altersbedingt schwindenden Ressourcen bzw. eine Kompensation dieser zu bieten, steht außer Frage. Wer würde beispielsweise anzweifeln, dass ein Großstastentelefon ein probates technisches Mittel ist, im Alter das Nachlassen des Sehannes zu kompensieren und so weiterhin am sozialen Leben teilhaben zu können?

2.3 Ressourcen

Heutige Senioren sind im Vergleich zu früheren Altengenerationen ressourcenreich: Der gesundheitliche Zustand sowie die materielle Ausstattung der meisten Älteren wird insgesamt als zufriedenstellend und im Vergleich zu früheren Generationen als besser befunden. Dass diese positive Entwicklung auch weiterhin anhalten wird, belegt der anschauliche Längsschnittvergleich des Alterssurveys (Motel-Klingebiel, Wurm & Tesch-Römer, 2010) der für heutige Senioren z. B. weniger Erkrankungen als vor ihnen geborene anzeigt. Auch der Bildungskontext der Altengeneration steigt im Laufe der Zeit an. Für den Bezug auf die Nutzung von Internet-Diensten bedeutet dies eine perspektivische Zunahme von Akteuren, mindestens den augenfälligen Anstieg einer ressourcenreichen Zielgruppe. Dies ist sinnvoll: Denn mit Zunahme des Alters steigen auch Mobilitätseinbußen und Hilfebedürftigkeit. Diese beziehen sich nicht nur auf anstrengende körperliche Tätigkeiten, sondern auch auf jegliche notwendige Alltagsbewältigungen. Hier kann das Internet als generelle Alltagserleichterung Dienste leisten, welche komfortabel von Zuhause aus bei vorhandener Immobilität bedient werden können.

2.4 Bedarf

Dem Ressourcenreichtum heutiger Senioren zum Trotz sprechen alle gerontosoziologischen Studien für die Zunahme von Verlusten im hohen Alter. So ist das (hohe) Alter als besondere Lebenslage für den betagten Menschen von altersbedingten Verlusteffekten gekennzeichnet (Rollenverlust, Aufgabenverlust, materielle Verluste, persönliche Verluste, Tod des Ehepartners, Verluste Sozialpartner, Verlust der Selbstständigkeit, der eigenen Lebensführung, Verlust der Gesundheit und Funktionen, Verlust der Aktivitätsbeteiligung und Mobilität usw.). Das diese unschöne Situation für das psychosoziale Wohl von großer Bedeutung ist und (demotivierende, frustrierende) Effekte auf Körper und Geist hat, bedarf hier keiner weiteren Erklärung. Auf der anderen Seite kennzeichnet sie einen hohen Bedarf an Beratung und Steuerung, Hilfebedürftigkeit und Unterstützungsleistung, sowohl im seelsorgerischen als auch im informierenden, orientierungs- und ratgebenden Bereich. Hier setzt das Internet als geroprophylaktisches Instrument an. Denn das Internet verfügt, wie die Interviewbeiträge in der SoDyWeb-Studie bekräftigen, über ein hohes Kompensationspotenzial von altersbedingten Verlusteffekten, vorwiegend von Verlusten auf Ebene der Kommunikation und der Interaktion (CVK), aber auch in der Interessensausübung und Informationsbeschaffung aus dem Web. Dem zugute kommt, dass ältere Rezipienten in der Lage sind, das Medium bedarfsorientiert und individualisiert einzusetzen. So bietet das Internet für sie die Funktion, altersbedingt verlorengegangene oder eingeschränkte Strukturen und Beziehungsgefüge online weiterzuleben bzw. fortzusetzen. Ältere passen ihr

Nutzungsverhalten kompetent ihrem individuellen Bedarf an - „nur zum Zeitvertreib“ wird nicht gesurft, und „gedaddelt“ wird schon gar nicht.

2.5 Motivation

Ältere Onliner werden von zwei wesentlichen Motiven beeinflusst: der Anpassung und der Neugier. Die „Anpassung“ kann als gezielte und bewusste Reaktion auf einen digitalen Druck betrachtet werden; sie erscheint dem Onliner quasi von außen, also extrinsisch. Dem gegenüber steht der Basismotivator „Neugier“ als von innen kommend, als Befriedigung eines grundlegenden Neugierbedürfnisses, als intrinsische Handlung, welche keine Anstöße von außen bedarf.

Keine Frage: Neugier ist eine wichtige Motivationsquelle. Dass Neugier im Alter nicht ablässt, darauf wird in gerontosoziologischen Zusammenhängen gerne deutlich gemacht. Die Neugier hört im Alter nicht auf. So sollen auch gerade ältere Menschen mehr an die neuen Medien herangeführt werden. Denn das Internet bietet auch für ältere Menschen vielfältige Möglichkeiten und Angebote, und bei einem großen Anteil überwiegt die Neugier auf die für sie neue Medien Computer und Internet, wie man auch an den speziell auf Ältere zugeschnittene Computer- und Internetkurse sehen kann.

Neugier ist jedoch eine Sache des Alters, wie eine repräsentative Studie zeigt: Fast 70 % der 14- bis 29-Jährigen schätzen sich als eher neugierig bis sehr neugierig ein, so sind es bei den 30- bis 39-Jährigen nur noch die Hälfte aller Befragten und bei den über 60-Jährigen nur ein Drittel (Discovery Channel, 2004). Ein Drittel der über 60-Jährigen ist neugierig; dazu kommt, dass sich Neugieranlässe für das Individuum mit zunehmendem Alter wandeln: Ist es für den Säugling noch der neue, bunte Schnuller, so sind es für Erwachsene vielleicht eher Neuentwicklungen auf dem Automobilmarkt – oder in der IT-Branche. Folgt man dem Gedanken, dass die rund 30 % der „neugierigen Senioren“ aufgrund des altersbedingten Verlusts von Neugieranlässen (ein weiterer Verlusteffekt) unter Umständen Anlässe suchen oder sogar brauchen, finden sie im Internet unbegrenzte Optionen, die potenziell Neugier erzeugen und befriedigen. In der europaweiten Vor-Ort-Befragung rangiert „Deutschlands Neugier“ im Übrigen weit abgeschlagen hinter Polen und Schweden. Bei einer Befragung der Berliner wäre Deutschland jedoch ein vorderer Platz sicher gewesen, zeigt die Studie – ein Hinweis auf den Zusammenhang von vielen Reizen bzw. Neugieranlässen und gelebter Neugier? Grund, diese gerade in Deutschland gezielt zu fördern und Neugieranlässe zu forcieren, zumindest für die 30 % neugierigen Senioren.

Neben dem Neugier-Motiv existiert der Wunsch nach Anpassung. Dieses Motiv impliziert den Wunsch nach Integriert-sein, nach dem Dazugehören und „am Ball zu bleiben“. Die Intention dafür ist gerade vor dem Hintergrund der Lebenslagen von älteren Menschen besonders wichtig. Dabei sind psycho-soziale Effekte (Sozial-Integration, Steigerung des Aktivitätsniveaus, Stärkung des Selbstbewusstseins und weitere) nicht ausschließlich Motive, sondern auch Effekte der Netznutzung. Als Motive entwickeln sie sich durchaus aus einem vom Individuum wahrgenommenen Druck. Dem „digital divorce“ sind (unter anderen Bevölkerungsgruppen) insbesondere auch Ältere ausgesetzt.

Motive und Effekte – wer seine Bedürfnisse befriedigen kann, dem geht es gut. Die durchweg optimistisch anmutenden persönlichen Einstellungen über das Internet unterstützen die These, dass das Web – auch – einen positiven psychosozialen Einfluss haben kann. Gestützt wird diese Annahme wiederum von der Unabhängigkeit, der Selbstständigkeit und dem Komfort, den das Web seinen Nutzern bietet. Dies vor allem für betagte Menschen: Der Online-Einkauf kann beispielsweise zur Erhaltung der Selbstständigkeit im eigenen Haushalt beitragen; das Internet ist ein kostengünstiges Informationsmedium, und es bietet die Möglichkeit, trotz körperlicher Einschränkungen am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen und Selbstständigkeit zu leben, ohne Ältere zu diskriminieren oder auszugrenzen.

2.6 Potenzialausschöpfung

Neugier und der Wunsch nach Anpassung sind die wesentlichen Motivatoren. Die SoDyWeb-Studie hat gezeigt, dass ältere Onliner bereit sind, das Potenzial der computervermittelten Kommunikationsmöglichkeiten auszuschöpfen: Weibliche User nutzen beispielsweise neben dem E-Mailing gerne Internet-Telefondienste wie Skype; männliche Onliner beteiligen sich neben der Mailfunktion gerne in Foren und Chats. Dies sind Nutzungsformen, die weniger auf einen erhöhten Druck hindeuten (werden diese Anwendungen doch sicherlich freiwillig genutzt), sondern vor allem auf die Chance zur Aufrechterhaltung und Erweiterung der sozialen Kontakte weisen.

Die Inanspruchnahme vieler unterschiedlicher Angebote fordert dem User jedoch eine hohe Selektionsleistung ab. In der Tat erfordern die Informationsfülle und -dichte des Internets die Bereitschaft zum Lernen, die Auseinandersetzung mit den Optionen sowie ein generelles Einlassen auf die Vielfalt – hohe Anforderungen, wie sie bisher von keinem anderen Gebrauchsmedium an eine Population bzw. an alphabetisierte Individuen gestellt wurden (um Fernseh zu gucken, einen Lehrgang besuchen? – außer Acht wird gelassen, dass sehr wohl moderne Handys als auch High-Tech-Geräte den Anwender vor neue Herausforderungen stellen kann). Nutzer des Internets haben viele Entscheidungen zu treffen: Welcher User- bzw. Nickname wird bei der Registrierung eines neuen Chatrooms gewählt? Soll die neue E-Mail geöffnet, gelesen oder ungelesen gelöscht werden? Handelt es sich um das Mail unbekanntem Absenders um virenverdächtiges Spam? Welchem Thread im Diskussionsformen folge ich? Welcher Reihenfolge folgt das „Abarbeiten“ der neuen Nachrichten? – vielschichtige Selektionsentscheidungen im Internet – kein Nutzer eines anderen Mediums ist so vielen Entscheidungen ausgesetzt; keinem anderen Mediennutzer wird so viel Orientierungsvermögen abverlangt. Dies setzt eine besondere Medienkompetenz voraus. Können Ältere diesen Anforderungen gerecht werden? Diese Frage ist berechtigt, denn: Rezipienten der zweiten Lebenshälfte verfügen über eine verminderte Orientierungsfähigkeit und kognitive Auffassungsgabe. Damit verschärft sich die Problematik des Selektionsdrucks, der schnelle Entscheidungen und geistige Flexibilität bedingt. Kognitive Einschränkungen, schlechteres Lernpotenzial, sensomotorische Funktionseinbußen usw., die sich im Laufe des Alterns weiterhin verschlechtern, bieten vor dem Hintergrund eines zunehmenden Umfangs und der weiterhin

angenommenen Vielfaltserweiterung von Webangeboten nicht die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Mediennutzung. In jeder Sekunde aktiven Handelns erreichen mehr Reize den Menschen, als dieser verarbeiten kann. So entsteht ein „Verteilungsproblem kognitiver Ressourcen“ (Ruhmann, 1989, S. 30f; Eilders, 1997, S. 87). Dies impliziert, dass – auch bei Jüngeren – die Aufmerksamkeit eine begrenzte Kapazität hat. Für ältere Menschen schlussfolgert sich, dass sie einem deutlich erhöhten Selektionsdruck ausgesetzt sind als jüngere User. Wie werden Ältere diesen Anforderungen gerecht? Dazu kommt, dass bei der interpersonalen und gruppenbezogenen Online-Kommunikation die Frage des Nick-Namens und damit auch der Identität in einem Maße thematisiert wird, wie dies ansonsten nicht der Fall ist (Beck, 2006). Vorliegende empirische Ergebnisse lassen für ältere User übrigens eher die „authentische“ Identität erscheinen, da hier überwiegend mit bekannten Personen kommuniziert wird.

2.7 Nutzen- und reflexionsorientiert

Dem Selektionsdruck begegnen Ältere, so scheint es, auf eine ihnen-eigene Art: Sie gehen mit dem Selektionsdruck souverän um und reagieren auf den permanenten Entscheidungsdruck pragmatisch, indem sie in der Fülle der Online-Angebote und multioptionalen Möglichkeiten sehr differenziert abwägen und einen äußerst präzisen, stets kritisch hinterfragenden Umgang pflegen. Im Resultat orientiert sich das Netznutzungsverhalten von älteren Onlinern nach der Devise „Weniger ist mehr“, ähnlich eines gelebten „Web-Pragmatismus“. Dieses Nutzerverhalten manifestiert sich beim älteren Netznutzer in der differenzierten Auswahl innerhalb des optionsreichen Angebotes von Diensten, Anwendungen und Angeboten und im genauen Abwägen der Ergebnisse. Die Internetnutzung ist auf die individuellen Bedarfe fokussiert und auf subjektive Wünsche und Interessen abgestimmt. In diesem Sinne beweist das Nutzungsverhalten Medienkompetenz – eine Aussage, die vor dem Hintergrund des geringen Trainings von Entscheidungskompetenz (aufgrund geringerer Selektionsbedarfe älterer Menschen) und der extrem hohen Entscheidungsbedingung der digitalen Angebote umso aussagekräftiger, aber (auch) paradox klingt.

Ältere Netznutzer pflegen einen kritisch-konstruktiven Umgang mit dem Internet, in dem sie ihr Nutzungsverhalten und auch die virtuellen Angebote permanent in Frage stellen und Gefahren, die sich aus einer uneingeschränkten Nutzung ergeben, wahrnehmen. Gleichsam sind ihnen die Vorteile der komfortablen Angebote sehr bewusst. Sie wägen ab und stimmen ihr Nutzungsverhalten genau ihren subjektiven Bedürfnissen ab. Damit demonstrieren Ältere im Netz eine hohe Reflexionsorientierung. Wer Vorteile in seinem Handlungsmuster erkennt, fokussiert den Nutzen seiner Handlung. Dazu müssen die Vorteile jedoch als solche erkannt werden. Möglicherweise manifestiert sich mit dieser Sensibilität (Wahrnehmung der Vorteile) der größte Unterschied zur Netznutzung der Jüngeren.

Ältere beziehen ihre Netznutzung auf persönliche Lebenslagen und regionale Rahmenbedingungen. Das heißt, ältere Onliner stimmen die Internetnutzung individuellen Bedarfsstrukturen ab, die als realweltliche Defizite auftreten. Sie reflektieren genau und passen ihr Nutzungsprofil sehr differenziert ihren Bedarfen, Interessen und Wünschen an. Insofern gestalten sie ein

individuumzentriertes Internetverhalten, das sich an persönliche Lebensbedingungen und regionale Rahmenbedingungen orientiert. Es manifestiert sich ein Effekt von Angebotssituationen des realen Lebens auf das Nutzungsverhalten im virtuellen Netz: Schlechtes Angebot in der realen Welt veranlasst die Nachfrage in der virtuellen Welt. Diese Annahme impliziert, dass eine Kompensation von realweltlichen Defiziten in der virtuellen Welt nicht nur möglich, sondern von den (älteren) Anwendern bereits gelebt wird und möglicherweise auch auf andere Bereiche, beispielsweise auf Sozialkontakte, übertragen werden kann.

2.8 Hemmnisse

Insgesamt erscheint das Web prädestiniert, also idealtypisch, altersbedingte Defizite aufzugreifen und Beratungsbedarfe auszugleichen. Das weltweite Netz – es versorgt Menschen zuhause mit Angeboten „von draußen“ („bequem“), ohne ressourcennehmende „Umwege“ („schnell“), die mit zunehmendem Alter grundsätzlich über weniger Mobilität verfügen und von der Altersisolation bedroht sind. Als unvorteilhaft in der Passung von Online-Beratungsangeboten und der Zielgruppe der Älteren gestaltet sich jedoch eine psychosoziale Komponente: Angst. Die Angst vor dem Internet, präziser: die Angst, Fehler zu machen und in „Fallen“ zu geraten. Nicht unbegründet, denn viele bauen auf eine defizitäre Medienbiografie auf und sind durch Unsicherheiten und Ängste gehemmt. Und Angst lähmt. Zusätzlich kommt der Druck von außen dazu – zwei auf das Individuum stoßende Kräfte, in denen der Keim des Scheiterns stecken kann, die aber auch zu Höchstleistungen anspornen können. Angst und Druck, leistungsmindernde Motivationsfalle oder von außen einwirkende Motivationsquellen? Diesbezügliche Effekte auf das Individuum sind Blockaden der Motivation, der Einstellung und des Willens. Vorbehalte, Unsicherheiten, Hemmungen und die Angst, etwas falsch zu machen – im Netz der unbegrenzten Möglichkeiten bezieht sich diese Angst in erster Linie darauf, ungewollte Vertragsabschlüsse zu tätigen, in Abo-Falle zu gelangen, Zugriffe auf das Konto zu gewähren, an Computerviren zu gelangen, ausspioniert zu werden..., so oder so ähnlich begründen ältere Anwender ihre subjektiven Vorbehalte. Vor diesem Ängsten ist auch die Beratung im Internet nicht gefeilt, ganz im Gegenteil, bringt sie als sensibles Format neue Probleme mit sich. Die scheinbare Anonymität des Netzes verführt Menschen dazu, Dinge preiszugeben, die sie sonst in der Öffentlichkeit niemals benennen würden. Problematisch kann hierbei sein, dass Dritte unter Umständen mitlesen können. Eine unverschlüsselte E-Mail ist dabei nicht geeignet, vertrauliche bzw. personenbezogene Daten zu kommunizieren. Auch sind verwendete Benutzernamen häufig identisch und werden in unterschiedlichen Web-Zusammenhängen eingesetzt, so dass die Gefahr besteht, dass umfangreiche Persönlichkeitsprofile von unberechtigter Seite erstellt werden. Abhilfe können dabei umfassende Sicherheitskonzepte und Verschlüsselungstechniken leisten, und vor allem die Information über die Gefahrenvermeidung (Datenschutz/Passwortsicherheit), und letztendlich die Anwendung. Denn Sicherheit in der Anwendung kann nur durch die Anwendung selbst erlangt werden, unter Berücksichtigung von Maßnahmen der Gefahrenvermeidung. Diese Kenntnisse müssen sich grundsätzlich auf zweierlei Bereiche beziehen: Zum einen auf die Aufklärung des richtigen Anwenderverhaltens (solange kein Name preisgegeben wird, kommt auch kein

Vertrag zustande...), zum anderen auf die Nutzung der zur Verfügung stehenden Schutzmaßnahmen (Firewall, Virenschanner). Jedoch gilt auch hier, dass Ältere auf dem Vormarsch sind und aufgrund ihrer grundsätzlichen Vorsicht und eines „gesunden Misstrauens“ bei der Preisgabe persönlicher Daten und sensibler Inhalte gut gerüstet sind.

3. Zusammenfassung

Das Internet befördert mit seinen Anwendungen und Diensten eine ressourcensparende Option der Informationsbeschaffung und mehrdimensionalen Kommunikationsformen. Damit ist das Digitale Medium auf vielerlei Ebenen mit Vorteilen gegenüber den gängigen Angeboten ausgestattet und gestaltet nicht nur Alltagserleichterung, sondern Alter(n)serleichterung. Besonders vorteilhaft ist hier, dass das Internet Ältere mit dem Image des jungen Medium nicht diskriminiert. Denn als „Kardinalfehler“ auf dem Weg zum erfolgreichen Produkt gilt die explizite Vermarktung als „Seniorenprodukt“, also als rein seniorenadressiertes Spezialprodukt. Ältere wollen nicht auf ein Defizit-Image reduziert werden und empfinden seniorenorientierte Güter, Dienstleistungen und Werbemaßnahmen oft als stigmatisierend (Knigge, Gruber & Hofmann, 2003). Internetgestützte Anwendungen können jedoch als „transgenerational design“ bzw. als „Design for all“ ausgelegt werden, also als Angebote, die sowohl Bedürfnisse und Ansprüche der jüngeren Altersgruppen als auch die älterer adressieren.

Im Ergebnis präsentieren die Lebenslagen der gegenwärtigen Alterspopulation im Längsschnittvergleich Ressourcen, die die Situation heutiger Älteren im Gegensatz zu früheren Altenpopulationen beschreiben und im Querschnitt Risiken, die sich Älteren mit zunehmendem Alter darstellen. So zeigen sich die Lebenslagen in der „Risikoabschätzung“ im ausgeglichenen Verhältnis von Risiken und Ressourcen, die allesamt für die Internetpartizipation Älterer sprechen. Denn das Internet birgt dessen ungeachtet die Chance, Defizite durch bestimmte Angebote zu kompensieren, z. B. indem mangelnde Mobilität durch Online-Transaktions-Angebote (Shopping, Banking, Tickets reservieren etc.), durch Online-Informationen, z. B. in der Gesundheitsprophylaxe oder durch virtuelle Netzwerke bzw. mit CVK ausgeglichen werden können. Gerade Ältere, die durch zahlreiche gefährdet sind, erhalten mit internetgestützten Anwendungen und Diensten optimale und multioptionale Möglichkeiten, generationenspezifische Risiken zu minimieren oder zu kompensieren. Dazu kommt, dass das Internet gerade bei altersbedingter Wohnungsbezogenheit geeignet ist, Verluste, die mit körperlichen Defiziten korrelieren, aufzugreifen und seinen Usern Perspektiven, z. B. mit neuen Interaktionspartnern und durch neue Rollen zu bieten.

Nach umfassender Lebenslagen-Analyse stellen sich heutige Ältere als Ressourcenstarke dar, die eine gute soziale, gesundheitliche, finanzielle und bildungsbezogene Ausstattung aufweisen. Zumindest in diesen Dimensionen gibt es keine hemmenden Einflüsse. Diese Ressourcen gilt es zu nutzen. So wird als Resümee dieser Risikoabschätzung festgehalten, dass die strukturellen Möglichkeiten für konstruktive Teilhabe an Online-Beratungsformaten bei älteren Menschen vorhanden sind. Erfolgreiches Altern stellt eine gelungene Anpassung

an biologische, psychologische und soziale Bedingungen und Veränderungen im Alter dar. Der Einsatz des Netzes zur Erledigung alltäglicher Herausforderungen und Bedürfnisbefriedigung gestaltet durch das hohe „Anpassungspotenzial“ nebenbei Alterszufriedenheit.

Die Nutzung der digitalen Beratungsoptionen setzt dessen ungeachtet eine immaterielle Ressource voraus, die im Rahmen des Lebenslagen-Konzept unberücksichtigt bleibt: Zeit. Über Zeit scheinen Ältere nahezu grenzenlos zu verfügen, mit der Ressource Zeit müssen Ältere nicht sparen. Denn aufgrund ihrer steigenden Lebenserwartung sowie den allgemein besseren Lebenslagen haben Ältere immer mehr Zeit, sich mit ihrem Engagement in Familie und Gemeinschaft einzubringen bzw. sich für ein selbstverwirklichtes und zufriedenes Alter zu engagieren.

Um die Bedarfe einer großen und größer werdenden Zielgruppe zu decken, müssen alternative und innovative Angebote geschaffen werden. Hier nach Lösungsmöglichkeiten und Ansätzen in der virtuellen Welt Ausschau zu halten, macht Sinn, denn der Großteil der Senioren bewegt sich bereits gut vernetzt im Internet. Das heißt, die technischen Voraussetzungen sind geschaffen. Darüber hinaus zeigt auch das spezifische Nutzungsprofil älterer Onliner eine Teilhabe an E-Beratungsformaten an. Ältere Onliner erweisen sich als medienkompetente Internetnutzer, die das Medium ambitioniert, bedarfsorientiert und klar fokussiert auf ihre Belange nutzen und einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Medium pflegen. Sie wägen beispielsweise stets bedacht ab, ob sie das Buch im Internet oder im Buchhändler um die Ecke bestellen. Für sie ist das digitale Medium auf vielerlei Ebenen deutlich mit Vorteilen gegenüber den gängigen Medien ausgestattet und gestaltet mit dem Image als junges Medium nicht nur Alltagserleichterung, sondern Alter(n)serleichterung. Schneller, einfacher, komfortabler. Einfache und schnell erreichbare Informationen und Adressaten – die Alltagswelt ist für den Internetanwender mit einem wertvollen Nutzen verbunden. Der Alltag wird durch das Internet einfacher. Eine Steigerung des Lebenskomforts dürfte zweifelsohne gerade für Menschen in der zweiten Lebenshälfte von Bedarf sein – sie müssten in einer „Bedürftigkeitsskala“ ganz oben stehen – und unter Umständen erleben Ältere gerade deshalb die Vorteile der Internetnutzung so bewusst. Sie sind die eigentlichen Adressaten von Errungenschaften, die den Alltag (im Alter) erleichtern; sie sind die Adressaten eines im hohen Maße alltagserleichternden Mediums. Denn hier stellen sich Online-Angebote mit Vorteilen dar, von denen gerade eine Altersgruppe, die altersbedingten Verlust- und Defiziteffekten ausgesetzt ist, partizipieren sollte.

4. Endbilanzierung

In der Endbilanzierung aller Voraussetzungen werden demnach nicht nur Bedarfe, die für eine Beteiligung in der Online-Beratung sprechen offensichtlich, sondern auch Bedingungen, die Ältere als idealtypische Nutzergruppe herausstellen. Im abschließenden Abgleich offenbaren sich die Senioren als eigentliche Adressaten des E-Beratungsformats.

Situation	Merkmal	Konsequenz	Kontext E-Beratung
Demographischer Wandel	Alterung der Gesellschaft	Zunahme der Älteren	Mehrbedarf an Hilfe-, Unterstützungs- und Beratungsbedarf
Informationsgesellschaft	Zunahme älterer Onliner	Steigerung von Akteuren	Erfüllung der technischen Voraussetzungen
Lebenslagen im Längsschnitt	Verbesserung der Lebenslagen	Ressourcenreiche Zielgruppe	Erfüllung der Voraussetzungen
Lebenslagen im Querschnitt	Verlusteffekte im hohen Alter: Altersisolation, Altersarmut, Multimorbidität etc.	Gefährdete Zielgruppe	Bedarf an Hilfe-, Unterstützungs- und Beratungsbedarf
Nutzungsprofil Älterer	Nutzungsverhalten: Wunsch nach Anpassung, Neugier, reflexionsorientiert, nutzenorientiert, Vorsicht bei sensiblen Daten und Inhalten	Medienkompetente Zielgruppe	Erfüllung der Voraussetzungen

Tabelle 1: Abgleich Zielgruppe - Beratungsformat

Das Internet als „Assistenzsystem“ und „alternserleichterndes“ Mittel samt seinen Beratungsangeboten wird für Ältere an Bedeutung gewinnen. Denn das Internet grenzt im Gegensatz zu vielen expliziten „Seniorenprodukten“ nicht aus, sondern lässt Senioren „mitreden“ und „mithalten“. Damit erfüllt es Älteren einen sehnlichen Wunsch: den Wunsch nach Anpassung an den gesellschaftlichen Wandel, der gesellschaftlichen Teilhabe, die sie „dazugehören“ lässt. Denn Ältere wollen vor allem eines nicht: ausgeschlossen werden, auch nicht vom Angebot der internetgestützten Beratungsformate.

Literatur

Beck, K. (2006). *Computervermittelte Kommunikation im Internet*. München: Oldenbourg.

Discovery Channel (2004). *In Berlin leben die meisten neugierigen*. Zugriff am 14.03.2014. Verfügbar unter <http://www.presseportal.de/meldung/572790>

Eilders, C. (1997). *Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Information*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Initiative D21 e.V. (2013). *D21 - Digital-Index – Auf dem Weg in ein digitales Deutschland?!* Zugriff am 14.03.2014. Verfügbar unter <http://www.initiativesd21.de/portfolio/d21-digital-index>

Knigge, M., Gruber, K. & Hofmann, J. (2003). *Auf dem Prüfstand der Senioren. Alternde Kunden fordern Unternehmen auf allen Ebenen*. In Deutsche Bank Research (Hrsg.), *Aktuelle Themen. Demografie Spezial*, (278). Zugriff am 14.03.2014. Verfügbar unter http://www.dbresearch.de/PROD/DBR_INTERNET_DE-PROD/PROD0000000000060519/Auf+dem+Prüfstand+der+Senioren.pdf

Motel-Klingebiel, A., Wurm, S., & Tesch-Römer, C. (Hrsg.). (2010). *Altern im Wandel. Befunde des Deutschen Alterssurveys (DEAS)*. Stuttgart: Kohlhammer.

Rendant, M. (2012). *Internet und Altwerden. „Silver Surfer“ und „Best Ager“ – Surfen im Seniorenalter*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.

Ruhrmann, G. (1989). *Rezipient und Nachricht. Struktur und Prozess der Nachrichtenrekonstruktion*. Opladen: Westdeutscher Verlag.