

MEDIENUMGANG VON MENSCHEN AB 60 JAHREN

Ergebnisse der SIM-Studie 2024

Von Michael Doh*, Yvonne Gerigk**, Thomas Rathgeb** und Florian Tremmel***

Kurz und knapp

- 87 Prozent der Personen ab 60 Jahren nutzten 2024 das Internet zumindest selten, gegenüber 2021 zeigten sich die stärksten Zuwächse in der Altersgruppe ab 80 Jahren.
- Über 90 Prozent der Menschen ab 60 Jahren sahen 2024 fast täglich fern – knapp drei Viertel nutzen inzwischen nahezu täglich ein Smartphone.
- Im Vergleich zu 2021 hat die Ausstattung der Haushalte von Personen ab 60 Jahren mit Smartphones, Tablets und Smart-TVs deutlich zugenommen.
- Kurznachrichtendienste wie WhatsApp & Co. sind mittlerweile fest im Medienalltag älterer Onlinerinnen und Onliner angekommen.
- Acht Prozent der ab 60-Jährigen haben schon einmal ChatGPT ausprobiert.

Mit der SIM-Studie 2021 legte der Medienpädagogische Forschungsverbund in Kooperation mit der Katholischen Hochschule Freiburg erstmals eine repräsentative Studie zum Medienverhalten der Personengruppe ab 60 Jahren vor, die auch Menschen im hohen Alter abbildete und neben den Kennwerten zur Mediennutzung auch gerontologische Aspekte umfasste.¹ Die Resonanz auf diese Studie war bundesweit sehr positiv.² Um die Entwicklung der Mediennutzung in dieser Altersgruppe weiter zu beobachten, haben sich die Herausgeber entschieden, die Studie 2024 zu wiederholen. Nicht zuletzt, weil die Erhebung 2021 unter den Vorzeichen der Corona-Pandemie und deren spezifischen Auswirkungen auf den Medienumgang stand, bot sich eine Wiederholung der Studie an.

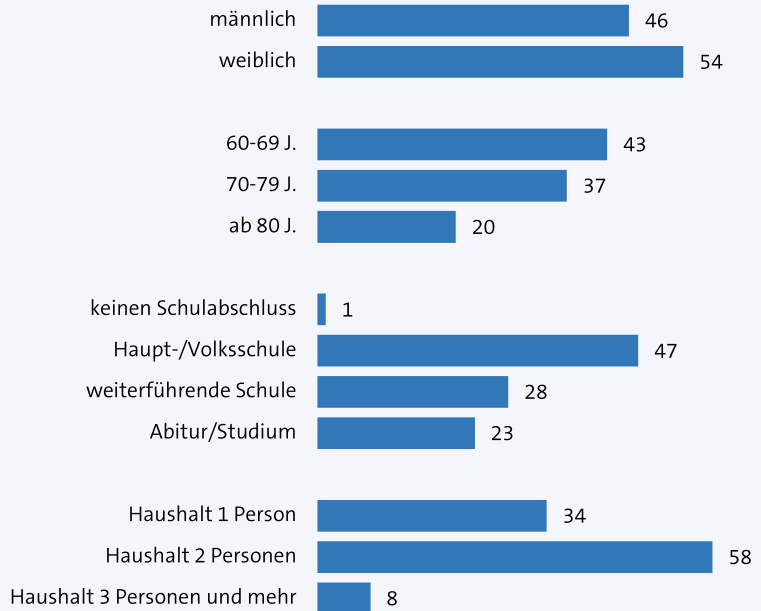
Daher stellt sich für die Neuauflage die Frage, inwiefern sich der Medienumgang seit 2021 verändert und inwieweit sich die Digitalität im Alter weiterentwickelt hat. Zentrale Themen der SIM-Studie 2024 sind neben Mediennutzung und -ausstattung, unter Berücksichtigung der Offlinerinnen und Offliner sowie der Onlinerinnen und Onliner, das alltägliche Informationsverhalten sowie erste Erfahrungen mit Künstlicher Intelligenz (KI). Weitere Themen sind digitale Kompetenzen sowie gerontologische Aspekte wie der allgemeine Gesundheitszustand, die Lebenszufriedenheit und die soziale Einbettung.

Für die vorliegende SIM-Studie wurde zwischen dem 2. Mai und dem 5. August 2024 eine repräsentative Stichprobe von n=2.000 Zielpersonen befragt (60 bis 105 Jahre, Altersdurchschnitt 72 Jahre, 54 % Frauen). Grundgesamtheit für die Untersuchung war die deutschsprachige Bevölkerung in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland im Alter ab

1 Vgl. Rathgeb, Thomas/Michael Doh/Florian Tremmel/Mario Jokisch/Ann-Kathrin Groß: Medienumgang von Menschen ab 60 Jahren. Ergebnisse der SIM-Studie 2021. In: Media Perspektiven 7 – 8/2022, S. 389 – 402; <https://www.media-perspektiven.de/publikationsarchiv/2022/detailseite-2022/medienumgang-von-menschen-ab-60-jahren> (abgerufen am 13.10.2025).

2 Zudem konnten auf dieser empirischen Basis zahlreiche Praxisprojekte und Maßnahmen, wie beispielsweise die Lern-App „Starthilfe – digital dabei“ und die Projekte „gesundaltern@bw“ oder auch „ePA-Coaches Rheinland-Pfalz“ bedarfsorientiert umgesetzt bzw. ausgerichtet werden.

Abbildung 1
Soziodemografie SIM-Studie 2024
in %



Basis: alle Befragten, n=2.000

Quelle: SIM-Studie 2024

60 Jahren, inklusive einer repräsentativen Erfassung der Personen im hohen Alter (ab 80 Jahren) und älter (vgl. Abbildung 1). Des Weiteren wurde die Stichprobe neben dem Merkmal Alter auch nach Geschlecht, Berufstätigkeit und Bildung repräsentativ quotiert. Basis für die Gewichtung war die MA-Tranche Audio 2024 I.³

Die telefonische Befragung, kombiniert aus einer Festnetz- und Mobilfunkstichprobe, wurde computergestützt durchgeführt (CATI), die durchschnittliche Länge der Interviews lag bei etwa 30 Minuten. Die Feldarbeit erfolgte durch die Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH (GIM) in Wiesbaden.

Medienausstattung und Mediennutzung

Digitalisierungsschub bei Geräteausstattung: Mehr Haushalte 60+ verfügen über Smartphones, Tablets und Smart-TVs

Die Medienausstattung in den Haushalten von Personen ab 60 Jahren umfasst sowohl klassische als auch digitale Geräte (vgl. Tabelle 1). Nach wie vor ist das Fernsehgerät mit 98 Prozent nahezu flächendeckend in allen Haushalten verbreitet, gefolgt von 91 Prozent mit einem Radiogerät (exklusive Autoradio). Etwa acht von zehn Befragten verfügen zuhause über ein Smartphone sowie einen Computer (PC/Laptop/Notebook/Netbook). In mehr als der Hälfte

³ Quelle: ma Audio 2024 I.

Tabelle 1
Medienausstattung von Senioren pro Haushalt
in %

	Gesamt		Geschlecht		Alter		
	2024	2021	männlich	weiblich	60 – 69 J.	70 – 79 J.	ab 80 J.
Fernsehgerät	98	100	99	98	98	99	98
Radiogerät	91	91	91	91	88	93	96
Smartphone	83	72	85	80	91	85	59
Computer/PC/Laptop/ Notebook/Netbook	81	77	88	74	87	84	61
Tablet	58	48	60	56	64	60	40
Fernsehgerät mit Internetzugang/Smart-TV	53	44	59	47	63	53	29
Handy, ohne Internet	27	35	27	27	18	30	41
Gesundheitsarmband, wie Fitness-Tracker oder Smartwatch	21	17	23	18	28	18	10
E-Book-Reader, wie z. B. Kindle/Onlinebücher/ E-Books	20	18	22	19	26	20	8
Smart Speaker, wie z. B. Alexa, Google, Sonos	17	14	19	16	19	19	12
	Alter		höchster Schulabschluss			Berufstätigkeit	
	80 – 84 J.	ab 85 J.	Haupt- schule/ Volks- schule	weiter- führende Schule	Abitur/ Studium	ja	nein
Fernsehgerät	98	100	99	99	97	98	98
Radiogerät	95	96	91	91	91	87	92
Smartphone	70	42	78	86	89	96	80
Computer/PC/Laptop/ Notebook/Netbook	70	47	72	85	92	87	79
Tablet	45	34	52	60	67	64	56
Fernsehgerät mit Internetzugang/Smart-TV	32	24	45	59	60	62	51
Handy, ohne Internet	35	52	32	24	21	14	29
Gesundheitsarmband, wie Fitness-Tracker oder Smartwatch	11	8	19	21	24	32	19
E-Book-Reader, wie z. B. Kindle/Onlinebücher/ E-Books	8	7	14	23	29	29	18
Smart Speaker, wie z. B. Alexa, Google, Sonos	15	7	17	18	17	24	16

(Fortsetzung)

Tabelle 1
Medienausstattung von Senioren pro Haushalt
in %

(Fortsetzung)

	Internetnutzung		Personen im Haushalt		Haushaltsnettoeinkommen		
	Onliner/ Online- rinnen	Offliner/ Offline- rinnen	1 Person	> 1 Person	unter 1.000 Euro	1.000 bis unter 2.000 Euro	2.000 Euro und mehr
Fernsehgerät	98	98	98	98	97	99	98
Radiogerät	91	93	91	91	85	89	92
Smartphone	91	27	74	87	64	77	88
Computer/PC/Laptop/ Notebook/Netbook	88	31	64	89	51	69	90
Tablet	64	17	42	66	27	51	66
Fernsehgerät mit Internetzugang/Smart-TV	58	20	39	60	29	41	62
Handy, ohne Internet	23	55	30	26	33	34	24
Gesundheitsarmband, wie Fitness-Tracker oder Smartwatch	23	8	14	24	19	16	24
E-Book-Reader, wie z. B. Kindle/Onlinebücher/ E-Books	23	2	12	24	4	13	26
Smart Speaker, wie z. B. Alexa, Google, Sonos	19	4	13	20	9	15	20

Basis: alle Befragten, 2024: n=2.000, 2021: n=3.005

Quelle: SIM-Studie 2021, SIM-Studie 2024

der Haushalte ist zudem ein Tablet (58 %) sowie ein Smart-TV (53 %) zu finden. Rund ein Viertel der Befragten gibt an, im Haushalt ein Handy ohne Internetzugang zu haben. Weniger verbreitet sind mit jeweils rund einem Fünftel der Haushalte Gesundheitsarmbänder wie Fitness-Tracker oder Smartwatches sowie E-Book-Reader. Smart Speaker gibt es in jedem sechsten Haushalt. Im Vergleich zur SIM-Studie 2021 zeigt sich eine Zunahme bei allen digitalen Endgeräten mit Internetzugang, besonders bei Smartphones (+ 11 Prozentpunkte), Tablets (+ 10 Prozentpunkte) und Smart-TVs (+9 Prozentpunkte). Gleichzeitig ist ein Rückgang bei Handys ohne Internetverbindung zu beobachten (- 8 Prozentpunkte). Die Befunde demonstrieren eindrücklich einen Digitalisierungs- und Modernisierungsschub im Alter.

**Altersgruppe
ab 80 Jahren holt
bei Smartphones,
Computern und
Tablets auf**

In den Haushalten von Männern sind nahezu alle Geräte stärker vertreten als bei Frauen – besonders deutlich ist dies beim Computer (Männer: 88 %, Frauen: 74 %) und Smart-TV (59 % zu 47 %). Mit Ausnahme von Fernseh- und Radiogeräten und Handys ohne Internetzugang nimmt mit zunehmendem Alter die Medienausstattung in den Haushalten kontinuierlich ab. Während 63 Prozent der Personen im Alter von 60 bis 69 Jahren über einen Smart-TV verfügen, sind es bei den Personen ab 80 Jahren nur noch 29 Prozent. Auch Smartphones,

Computer und Tablets sind mit zunehmendem Alter weit seltener vorzufinden. Im Vergleich zur Vorgängerstudie wird jedoch deutlich, dass die Altersgruppe ab 80 Jahren aufholt. So stieg die Verbreitung von Smartphones in ihrer Altersgruppe um 18 Prozentpunkte, während der Anstieg bei Personen im höheren Alter (70–79 Jahren) 13 Prozentpunkte und bei Personen im jungen Alter (60–69 Jahren) 6 Prozentpunkte beträgt. Auch bei Computern (+ 13 Prozentpunkte) und Tablets (+ 14 Prozentpunkte) weisen die Personen ab 80 Jahren die höchsten Zuwächse auf. Ebenfalls gingen die Ausstattungsunterschiede zwischen Personen mit niedrigem und hohem Bildungsstatus und zwischen Frauen und Männern zurück.

Auffällig ist, dass in einigen Haushalten von Offlinerinnen und Offlinern (Personen, die angeben das Internet nie zu verwenden) internetfähige Geräte zur Verfügung stehen. 31 Prozent haben zuhause einen Computer, 27 Prozent ein Smartphone, 20 Prozent einen Smart-TV und 17 Prozent ein Tablet. Mögliche Erklärungen dafür sind, dass andere Haushaltsmitglieder diese Geräte nutzen oder, dass die Geräte zwar genutzt werden, jedoch ohne aktiv oder bewusst online zu sein. Denkbar ist auch, dass Geräte beispielsweise wegen körperlicher Einschränkungen oder fehlender Unterstützungsressourcen nicht mehr (allein) genutzt werden können.

Über 90 Prozent der Personen ab 60 Jahren sehen fast täglich fern

Die Nutzungshäufigkeit der verschiedenen Medien zeigt, dass Medientätigkeiten den Alltag im Alter maßgeblich prägen. 94 Prozent der Personen ab 60 Jahren sehen fast täglich fern (vgl. Abbildung 2). Knapp drei Viertel nutzen inzwischen nahezu täglich ein Smartphone – ein Anstieg um 10 Prozentpunkte im Vergleich zu 2021. Zudem verwendet rund die Hälfte der Befragten ihr Smartphone mehrmals täglich (2021: 41 %). Die tägliche Nutzung von Computer (50 %) und Tablet (31 %) zeigt sich im Vergleich zur Vorgängerstudie unverändert. Im Altersverlauf werden Unterschiede im täglichen Medienumgang sichtbar. Bei digitalen Geräten zeigt sich, dass die Nutzungsintensität mit zunehmendem Alter abnimmt. Im Gegensatz dazu nimmt die Nutzung klassischer Mediengeräte (Fernseher und Radio) mit steigendem Alter zu. Männer und Frauen unterscheiden sich hauptsächlich bezüglich der Nutzung von Computern: 61 Prozent der Männer verwenden das Gerät täglich – bei den Frauen sind es 40 Prozent (vgl. Tabelle 2).

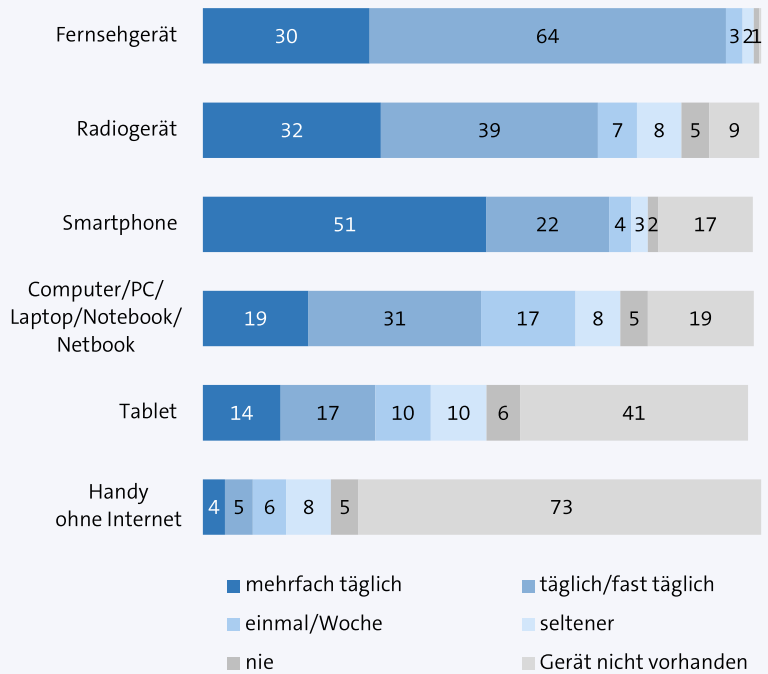
60- bis 69-Jährige finden eher das Smartphone unverzichtbar, ab 70-Jährige den Fernseher

Das Gerät, auf welches die meisten Befragten nicht verzichten möchten, ist das Smartphone, dicht gefolgt vom Fernsehgerät mit jeweils rund einem Viertel der Befragten. An dritter Stelle steht das Radiogerät, das von 13 Prozent als unverzichtbar angesehen wird. Die Altersgruppen setzen dabei unterschiedliche Prioritäten: Bei den 60- bis 69-Jährigen dominiert das Smartphone, ab 70 Jahren der Fernseher (vgl. Abbildung 3).

Internetnutzung

87 Prozent der Personen ab 60 Jahren sind online, das bedeutet, dass sie das Internet zumindest selten nutzen. Im Vergleich zur SIM-Studie 2021 ist dies eine Steigerung um sechs Prozentpunkte (vgl. Abbildung 4). Dabei zeigen sich in allen Altersgruppen Zuwächse, am stärksten in der Altersgruppe ab 80 Jahren mit 11 Prozentpunkten auf nunmehr 62 Prozent Onlinerinnen und Onliner. Zugleich wird deutlich, dass insbesondere ab einem Alter von 85 Jahren der Anteil an Internetnutzenden deutlich abnimmt: 70 Prozent der Personen

Abbildung 2
Nutzungshäufigkeit verschiedener Medien
in %



Anmerkung: Zur besseren Darstellung der Nutzungshäufigkeiten wurden die Antwortmöglichkeiten „einmal im Monat“ und „seltener“ zur Kategorie „seltener“ zusammengefasst.
Basis: alle Befragten, n=2.000

Quelle: SIM-Studie 2024

zwischen 80 und 84 Jahren in Deutschland sind zumindest selten online, hingegen nur 48 Prozent der Personen ab 85 Jahren.

Mehr Männer als Frauen ab 60 Jahren nutzen das Internet – Effekt verstärkt sich mit zunehmendem Alter

Mit 92 Prozent nutzen deutlich häufiger Männer das Internet als Frauen mit 83 Prozent. Besonders groß ist die Differenz zwischen den Geschlechtern bei Personen im hohen Alter: Während 66 Prozent der Frauen und 77 Prozent der Männer zwischen 80 und 84 Jahren online sind (Differenz: 11 Prozentpunkte), sind es ab dem 85. Lebensjahr nur noch 37 Prozent der Frauen und 67 Prozent der Männer (Differenz: 30 Prozentpunkte). Ebenso nimmt mit höherem Bildungsabschluss und höherem Einkommen der Anteil der Onlinerinnen und Onliner deutlich zu. Gleichwohl hat sich die Schere zwischen den Bildungsgruppen seit 2021 etwas verringert. Auch 2024 zeigen sich Unterschiede zwischen Ost und West: 89 Prozent der Personen ab 60 Jahren in West- und 79 Prozent in Ostdeutschland sind Onlinerinnen bzw. Onliner.

Digitale Spaltung besteht fort – geht aber etwas zurück

Auffällig ist, dass soziodemografische Merkmale zu kumulierten Effekten führen: Von den nicht-alleinlebenden Männern ab 60 Jahren aus Westdeutschland mit hohem Bildungs- und Einkommensstatus nutzen bereits 99 Prozent

Tabelle 2
Tägliche Mediennutzung von Senioren
in %

	Gesamt		Geschlecht				
	2024	2021	männlich	weiblich			
Fernsehgerät	94	95	93	94			
Smartphone	73	63	74	73			
Radiogerät	71	–	70	72			
Computer/PC/Laptop/Notebook/Netbook	50	51	61	40			
Tablet	31	30	33	30			
Handy, ohne Internet	9	11	9	8			
	Alter			höchster Schulabschluss			
	60–69 J.	70–79 J.	ab 80 J.	Hauptschule/Volksschule	weiterführende Schule	Abitur/Studium	
Fernsehgerät	91	95	96	96	94	88	
Smartphone	84	76	46	66	77	83	
Radiogerät	63	75	79	69	74	71	
Computer/PC/Laptop/Notebook/Netbook	56	53	31	37	54	71	
Tablet	37	34	15	24	35	42	
Handy, ohne Internet	5	10	14	11	8	6	

Basis: alle Befragten, 2024: n=2.000, 2021: n=3.005

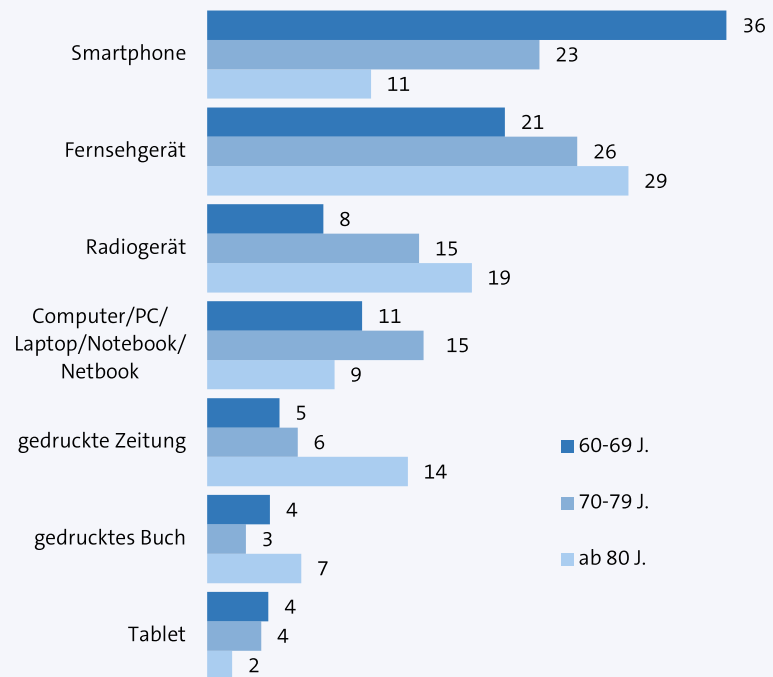
Quellen: SIM-Studie 2021, SIM-Studie 2024

das Internet; von den alleinlebenden Frauen ab 60 Jahren aus Ostdeutschland mit niedrigem Bildungs- und Einkommensstatus sind es nur 53 Prozent. Es gibt also nach wie vor eine große digitale Spaltung innerhalb der Altersgruppe 60 Jahre und älter, wengleich die Differenz der vorgenannten Personengruppen gegenüber 2021 um 14 Prozentpunkte gesunken ist.

Nutzungsintensität des Internets nimmt vor allem im hohen Alter deutlich ab

Betrachtet man unabhängig vom Zugangsgerät die Häufigkeit der Internetnutzung nur für die Gruppe der Onlinerinnen und Onliner, nutzen 88 Prozent täglich das Internet; 60 Prozent hiervon sogar mehrfach täglich. Die Nutzungsintensität nimmt mit steigendem Alter in dieser Gruppe erheblich ab. Besonders im hohen Alter ist ein deutlicher Rückgang erkennbar: Während 80 Prozent der Onlinerinnen und Onliner zwischen 80 und 84 Jahren das Internet täglich nutzen, sind es ab 85 Jahren nur noch 65 Prozent. Diese abnehmenden Nutzungsaktivitäten stehen im Zusammenhang mit sinkenden digitalen Kompetenzen im Alter.

Abbildung 3
Kann am wenigsten verzichten auf... - nach Alter
in %



Basis: alle Befragten, n=2.000

Quelle: SIM-Studie 2024

Kern der Online-aktivitäten: Anwendungen zur Information und Kommunikation

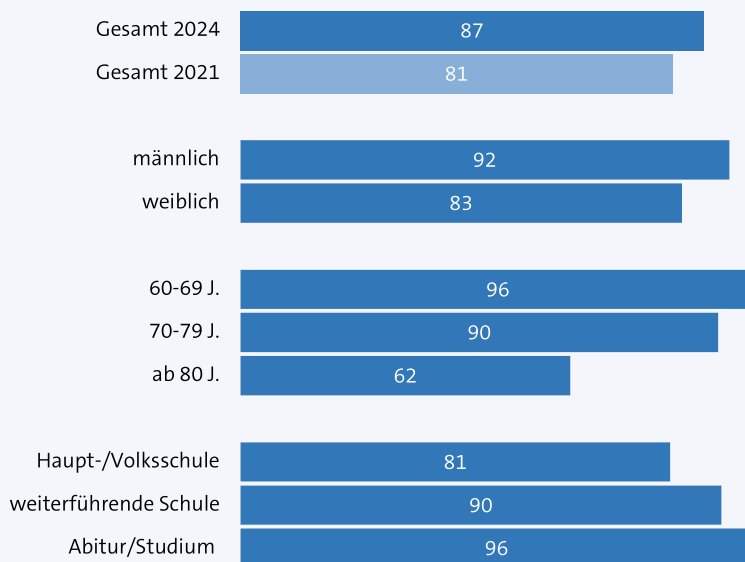
Kommunikation sowie die Gewinnung von Informationen im Netz zählen – wie bereits 2021 – zu den wichtigsten Onlineaktivitäten von Onlinerinnen und Onlinern ab 60 Jahren. Mindestens einmal in der Woche nutzen 84 Prozent von ihnen Suchmaschinen (vgl. Abbildung 5). Die Suche nach Informationen hat zudem eine hohe Alltagsrelevanz, dies zeigen die täglichen Nutzungszahlen: Mehr als jede zweite Onlinerin bzw. jeder Onliner ab 60 Jahren (58 %) nutzt täglich Google oder andere Anbieter zur Recherche von Informationen.

55 Prozent informieren sich täglich im Internet über Nachrichten und das aktuelle Zeitgeschehen. Bei Onlinerinnen und Onlinern ab 80 Jahren nimmt diese Nutzung jedoch deutlich ab. Während sich 60 Prozent der Onlinerinnen und Onliner zwischen 60 und 69 Jahren und 56 Prozent im Alter zwischen 70 und 79 Jahren täglich über Neuigkeiten/Aktuelles im Internet informieren, sind es in der Altersgruppe ab 80 Jahren 41 Prozent.

Kurznachrichtendienste fest im Medienalltag älterer Menschen angekommen

Kurznachrichtendienste, also Instant Messenger wie WhatsApp, Signal oder Threema, sind fest im Medienalltag von älteren Onlinerinnen und Onlinern integriert (vgl. Tabelle 3). Vier von fünf (83 %) nutzen diese Dienste zumindest selten, zwei Drittel (67 %) sogar täglich. Mit zunehmendem Alter nimmt die Nutzung von Kurznachrichtendiensten zwar deutlich ab, sie spielen im hohen

Abbildung 4
Anteil der Onlinerinnen und Onliner in der Bevölkerung ab 60 Jahren Nutzung zumindest selten, in %



Basis: alle Befragten, 2021: n=3.005, 2024: n=2.000

Quellen: SIM-Studie 2021, SIM-Studie 2024

Alter aber immer noch eine wichtige Rolle: Nahezu jede zweite Onlinerin bzw. jeder Onliner über 80 Jahren nutzt täglich solche Dienste (48%), auch bei Onlinerinnen und Onlinern über 85 Jahren ist es noch jede bzw. jeder Dritte (36%).

Neben der Nutzung von Instant Messengern spielt das Schreiben und Empfangen von E-Mails eine zentrale Rolle in der Kommunikation: Insgesamt nutzen 90 Prozent aller Onlinerinnen und Onliner E-Mails zumindest selten, die Hälfte schreibt oder empfängt täglich digitale Post (2021: 42%).

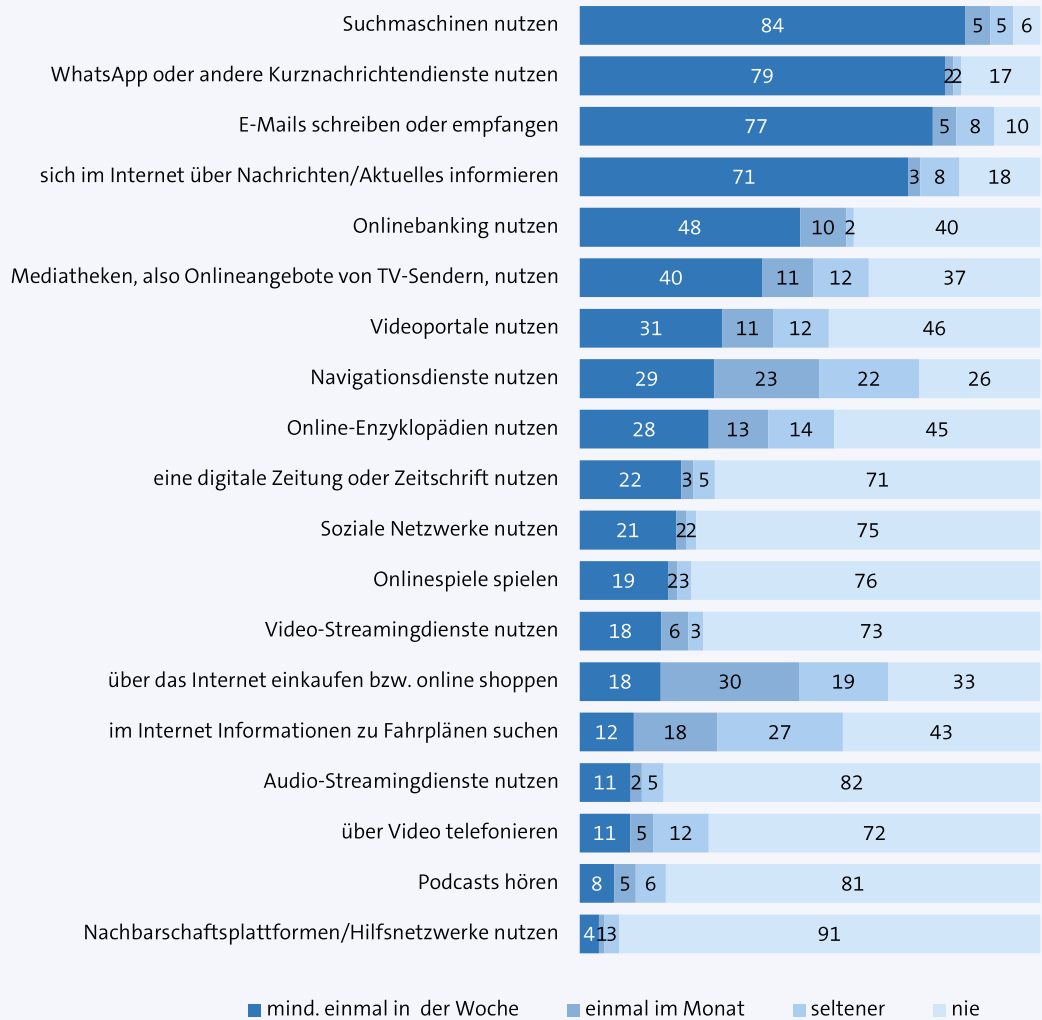
Mediatheken werden immer beliebter

63 Prozent aller Onlinerinnen und Onliner über 60 Jahren nutzen Mediatheken zumindest selten – ein Anstieg um 10 Prozentpunkte gegenüber der SIM-Studie 2021. 40 Prozent nutzen dieses Angebot mindestens einmal in der Woche (vgl. Tabelle 4). Videoportale wie YouTube nutzen insgesamt 54 Prozent aller Onlinerinnen und Onliner ab 60 Jahren; der wöchentliche Nutzungskreis liegt bei 31 Prozent und damit nahezu unverändert zu 2021. Video-Streamingdienste wie Netflix oder Amazon Prime Video werden von 27 Prozent aller Onlinerinnen und Onliner über 60 Jahren zumindest selten genutzt.

67 % der Onlinerinnen und Onliner über 60 Jahren nutzen Onlineshopping

Gaming, zum Beispiel auf dem Smartphone, Tablet oder Laptop, nutzen 24 Prozent aller Onlinerinnen und Onliner ab 60 Jahren. Dabei spielen Frauen (23%) deutlich häufiger einmal in der Woche Onlinespiele als Männer (15%). 67 Prozent der Onlinerinnen und Onliner über 60 Jahren nutzen zumindest selten die Möglichkeit, Waren oder Dienstleistungen über das Internet zu bestellen.

Abbildung 5
Genutzte Internetangebote
nur Onlinerinnen und Onliner, in %



Basis: Befragte, die das Internet zumindest selten nutzen, n=1.737

Quelle: SIM-Studie 2024

Mindestens einmal im Monat betreiben 48 Prozent Onlineshopping. 60 Prozent der Onlinerinnen und Onliner tätigen zumindest selten Bankgeschäfte über das Internet (2021: 52 %).

Nutzung von KI-Anwendungen: 8 Prozent der Menschen ab 60 Jahren haben schon einmal ChatGPT ausprobiert

Acht Prozent der Menschen ab 60 Jahren haben ChatGPT bereits selbst ausprobiert, weitere 43 Prozent kennen zumindest den Begriff. Ein Fünftel hat zwar schon davon gehört, weiß aber nicht, worum es sich genau handelt, und knapp ein Drittel (29 %) hat bislang noch nie von ChatGPT gehört (vgl. Abbildung 6). Wird nur die Gruppe der Onlinerinnen und Onliner betrachtet, liegt der Anteil derjenigen, die es probiert haben (9 %) oder zumindest wissen, was

Tabelle 3
Nutzung von Internetanwendungen bei Senioren – zumindest selten
Onlinerinnen und Onliner, zumindest selten, in %

	Gesamt	Geschlecht	
	2024	männlich	weiblich
Suchmaschinen nutzen	94	94	94
E-Mails schreiben oder empfangen	90	92	89
WhatsApp oder andere Kurznachrichtendienste nutzen	83	78	87
sich im Internet über Nachrichten/Aktuelles informieren	82	87	78
Navigationsdienste nutzen	74	76	71
über das Internet einkaufen bzw. online shoppen	67	73	61
Mediatheken, also Onlineangebote von TV-Sendern, nutzen	63	65	61
Onlinebanking nutzen	60	64	55
im Internet Informationen zu Fahrplänen suchen	57	56	58
Online-Enzyklopädien nutzen	55	62	49
Videoportale nutzen	54	60	49
eine digitale Zeitung oder Zeitschrift nutzen	29	35	24
über Video telefonieren	28	28	28
Video-Streamingdienste nutzen	27	30	24
Soziale Netzwerke nutzen	25	26	24
Onlinespiele spielen	24	19	29
Podcasts hören	19	19	18
Audio-Streamingdienste nutzen	18	22	15
Nachbarschaftsplattformen/Hilfsnetzwerke nutzen	9	7	10

(Fortsetzung)

es bedeutet (45 %), etwas höher. Der formale Bildungsgrad beeinflusst den Umgang mit dem Thema erheblich: Während 19 Prozent der Personen mit hoher formaler Bildung ChatGPT bereits genutzt haben, liegt dieser Anteil bei Menschen mit niedrigem Bildungsstatus lediglich bei drei Prozent.

Anteil der Offlinerinnen und Offliner sinkt auf 13 %

13 Prozent aller Personen ab 60 Jahren zählen zu den sogenannten „Offlinerinnen und Offlinern“, 2021 waren es noch 19 Prozent (vgl. Abbildung 4). Frauen ab 60 Jahren sind mit 17 Prozent deutlich häufiger dauerhaft offline als Männer (8 %). Mit zunehmendem Alter steigt die Anzahl an Personen, die das Internet nicht nutzen. Während in der Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen lediglich vier Prozent (2021: 8 %) und in der Gruppe der 70- bis 79-Jährigen zehn Prozent (2021: 18 %) Offlinerinnen und Offliner sind, liegt der Anteil in der Altersgruppe ab 80 Jahren bei 38 Prozent (2021: 49 %). Deutliche Unterschiede finden sich wiederum nach Geschlecht und Bildungsstatus. Während nur vier Prozent der Personen ab 60 Jahren mit Abitur oder Studium das Internet nicht nutzen, sind 19 Prozent der Personen mit einem Haupt- oder Volksschulabschluss offline (weiterführende Schule: 10 %).

Tabelle 3
Nutzung von Internetanwendungen bei Senioren – zumindest selten
Onlinerinnen und Onliner, zumindest selten, in %

(Fortsetzung)

	Alter			Bildung		
	60 – 69 J.	70 – 79 J.	ab 80 J.	Haupt- schule/ Volks- schule	weiter- führende Schule	Abitur/ Studium
Suchmaschinen nutzen	97	94	85	91	96	97
E-Mails schreiben oder empfangen	92	90	85	83	95	97
WhatsApp oder andere Kurznachrichtendienste nutzen	91	80	64	83	83	81
sich im Internet über Nachrichten/ Aktuelles informieren	87	82	67	79	84	87
Navigationsdienste nutzen	80	75	50	66	76	84
über das Internet einkaufen bzw. online shoppen	74	67	45	61	70	74
Mediatheken, also Onlineangebote von TV-Sendern, nutzen	65	66	46	52	68	76
Onlinebanking nutzen	63	59	50	52	62	69
im Internet Informationen zu Fahrplänen suchen	60	58	45	45	62	72
Online-Enzyklopädien nutzen	62	53	41	40	58	79
Videoportale nutzen	65	51	26	44	59	65
eine digitale Zeitung oder Zeitschrift nutzen	32	30	18	21	29	44
über Video telefonieren	32	27	19	19	31	41
Video-Streamingdienste nutzen	36	21	12	23	29	32
Soziale Netzwerke nutzen	31	23	12	22	30	25
Onlinespiele spielen	28	23	14	23	26	25
Podcasts hören	22	18	11	10	20	31
Audio-Streamingdienste nutzen	27	12	7	14	20	23
Nachbarschaftsplattformen/ Hilfsnetzwerke nutzen	10	7	5	7	8	12

Basis: Befragte, die das Internet zumindest selten nutzen, n=1.737

Quelle: SIM-Studie 2024

Vor allem Frauen im hohen Alter mit niedrigem Bildungsstatus leben offline

Insgesamt hat sich im Vergleich zu 2021 die soziodemografische Zusammensetzung der Offlinerinnen und Offliner verändert. Das Durchschnittsalter ist von 78 Jahren im Jahr 2021 auf 80 Jahre gestiegen. Der Anteil der Frauen unter den Offlinerinnen und Offlinern liegt nun bei 71 Prozent (2021: 66 %), Personen über 80 Jahre machen 59 Prozent (2021: 46 %) aus und der Anteil der Personen mit formal niedrigem Bildungsstatus liegt bei 72 Prozent (2021: 76 %).

Tabelle 4
Nutzung von Internetanwendungen bei Senioren – wöchentlich
Onlinerinnen und Onliner, mind. einmal in der Woche, in %

	Gesamt	Geschlecht	
	2024	männlich	weiblich
Suchmaschinen nutzen	84	84	83
WhatsApp oder andere Kurznachrichtendienste nutzen	79	75	83
E-Mails schreiben oder empfangen	77	82	72
sich im Internet über Nachrichten/Aktuelles informieren	71	79	64
Onlinebanking nutzen	48	55	41
Mediatheken, also Onlineangebote von TV-Sendern, nutzen	40	43	36
Videoportale nutzen	31	37	25
Navigationsdienste nutzen	29	35	23
Online-Enzyklopädien nutzen	28	34	23
eine digitale Zeitung oder Zeitschrift nutzen	22	27	17
Soziale Netzwerke nutzen	21	22	20
Onlinespiele spielen	19	15	23
Video-Streamingdienste nutzen	18	22	14
über das Internet einkaufen bzw. online shoppen	18	22	14
im Internet Informationen zu Fahrplänen suchen	12	13	10
Audio-Streamingdienste nutzen	11	12	10
über Video telefonieren	11	12	10
Podcasts hören	8	7	8
Nachbarschaftsplattformen/Hilfsnetzwerke nutzen	4	3	5

(Fortsetzung)

Damit konzentriert sich die Gruppe der Offlinerinnen und Offliner weiter auf weibliche Personen im hohen Alter mit niedrigem Bildungsstatus.

Empfundener Mangel an Notwendigkeit, Zugangsbarrieren und fehlende Unterstützung als Gründe für Nicht-Nutzung

Warum das Internet nicht genutzt wird, hat viele Gründe und Motive. An erster Stelle steht hierbei der mangelnde Bedarf: 93 Prozent (2021: 88 %) der Offlinerinnen und Offliner stimmen der Aussage „voll und ganz“ oder „eher“ zu, dass ihnen die Informations- und Unterhaltungsangebote von Presse, Radio und Fernsehen ausreichen. Außerdem finden 75 Prozent (2021: 81 %), dass sie das Internet weder beruflich noch privat brauchen. Fehlende Zeit und mangelnde Lust sind für 66 Prozent der befragten Offlinerinnen und Offliner ausschlaggebende Gründe für die Nichtnutzung des Internets und 43 Prozent geben an, dass sie sich die Nutzung des Internets nicht zutrauen. Nach wie vor spielt auch das persönliche Umfeld eine Rolle: 25 Prozent aller Offlinerinnen und Offliner stimmen der Aussage zu, dass sie niemanden haben, der ihnen den Einstieg ins Internet erleichtert. Hinzu kommt, dass 20 Prozent angeben, niemanden im eigenen Umfeld haben, der das Internet nutzt. Mit 18 Prozent

Tabelle 4
Nutzung von Internetanwendungen bei Senioren – wöchentlich
Onlinerinnen und Onliner, mind. einmal in der Woche, in %

(Fortsetzung)

	Alter			Bildung		
	60 – 69 J.	70 – 79 J.	ab 80 J.	Haupt- schule/ Volks- schule	weiter- führende Schule	Abitur/ Studium
Suchmaschinen nutzen	88	84	70	77	87	92
WhatsApp oder andere Kurznachrichtendienste nutzen	87	78	60	77	82	80
E-Mails schreiben oder empfangen	79	77	67	67	81	89
sich im Internet über Nachrichten/ Aktuelles informieren	78	69	55	66	74	78
Onlinebanking nutzen	50	49	39	40	50	59
Mediatheken, also Onlineangebote von TV-Sendern, nutzen	43	41	24	31	45	49
Videoportale nutzen	37	29	14	22	36	40
Navigationsdienste nutzen	35	27	18	20	31	44
Online-Enzyklopädien nutzen	31	27	20	15	28	50
eine digitale Zeitung oder Zeitschrift nutzen	24	22	14	15	22	34
Soziale Netzwerke nutzen	27	19	8	18	26	20
Onlinespiele spielen	23	18	12	20	19	19
Video-Streamingdienste nutzen	24	14	8	16	18	20
über das Internet einkaufen bzw. online shoppen	23	13	10	13	20	23
im Internet Informationen zu Fahrplänen suchen	15	9	9	6	13	21
Audio-Streamingdienste nutzen	18	6	3	6	14	16
über Video telefonieren	14	9	5	7	12	18
Podcasts hören	9	8	3	3	9	15
Nachbarschaftsplattformen/ Hilfsnetzwerke nutzen	5	3	3	3	4	7

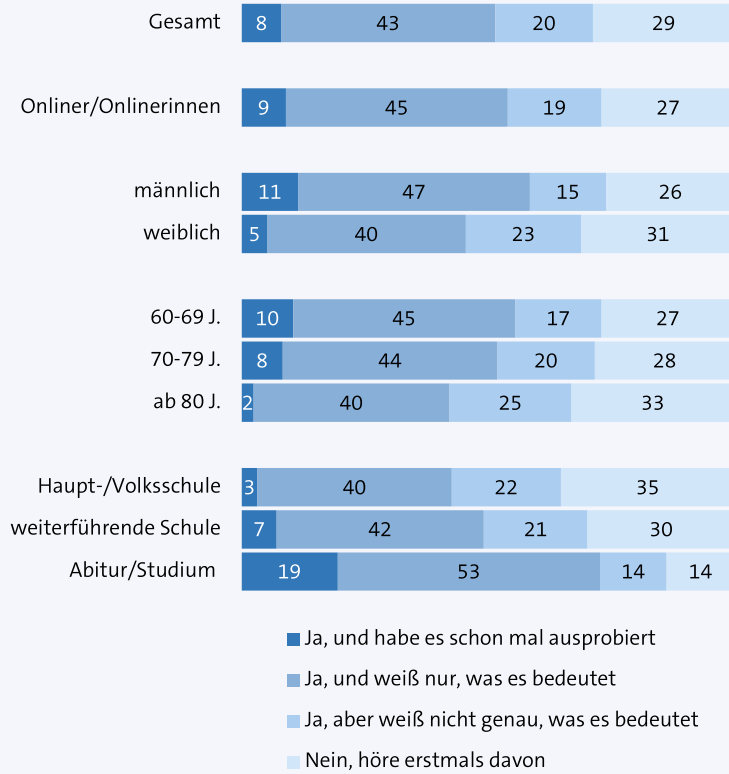
Basis: Befragte, die das Internet zumindest selten nutzen, n=1.737

Quelle: SIM-Studie 2024

stimmt zwar nur ein kleiner Teil der Offlinerinnen und Offliner der Aussage zu, dass sie aufgrund körperlicher Probleme, zum Beispiel beim Sehen oder in der Fingermotorik, das Internet nicht nutzen, im Vergleich zu 2021 ist dies jedoch ein Anstieg von sieben Prozentpunkten. Ein Grund dafür könnte der Anstieg des Durchschnittsalters der Offlinerinnen und Offlinern sein, der mit einer Zunahme an körperlichen Einschränkungen verbunden ist. Probleme mit

Abbildung 6
Bekanntheit ChatGPT
in %

Von ChatGPT schon einmal gehört...



Basis: alle Befragten, n=2.000

Quelle: SIM-Studie 2024

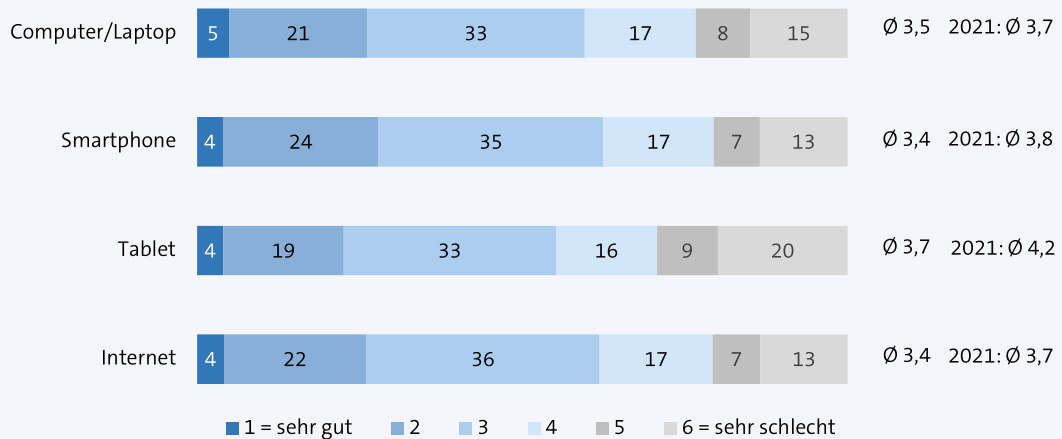
dem Gedächtnis sind für 16 Prozent aller Offlinerinnen und Offliner ein Grund zur Nichtnutzung des Internets. Insgesamt ist die Entscheidung, offline zu bleiben, meist weniger ideologisch als vielmehr pragmatisch begründet – aus einem empfundenen Mangel an Notwendigkeit, kombiniert mit Zugangsbarrieren und fehlender Unterstützung.

Subjektive Kenntnisse

Persönliche Kenntnisse im Umgang mit digitalen Zugangsgeräten sind teilweise gewachsen

Neben dem Umgang mit digitalen Medien wurde auch nach den persönlichen Kenntnissen zu Internet und den drei relevantesten Zugangsgaräten Smartphone, Tablet und PC/Laptop gefragt. Die Selbsteinschätzungen beruhen auf Schulnoten zwischen 1 und 6. Die Ergebnisse zeigen an, dass die Personen ab 60 Jahren ihre Kenntnisse für alle vier Bereiche als „nicht befriedigend“ deklarieren (vgl. Abbildung 7). Jeweils etwa ein Viertel attestiert sich, gute oder sehr

Abbildung 7
Subjektive Kenntnisse zu Internet und digitalen Geräten
Bewertung nach Schulnoten 1-6, in %



Basis: alle Befragten, 2024: n=2.000, 2021: n=3.005

Quelle: SIM-Studie 2024, SIM-Studie 2021

gute Kenntnisse zu haben. Gleichwohl stieg das Niveau im Vergleich zu 2021 deutlich an; besonders im Umgang mit dem Tablet (von 4,2 auf 3,7) und dem Smartphone (von 3,8 auf 3,4). Dabei verringerten sich über alle drei Geräte und bezüglich des Internets vor allem die Anteile an Personen, die ihre Kenntnisse als (sehr) schlecht einstufen: Beim Smartphone reduzierte sich der Anteil von 33 auf 20 Prozent, beim Tablet von 46 auf 29 Prozent. Hingegen nahm die Gruppe, die sich als (sehr) gut einschätzen, nur moderat zu (Smartphone von 24 % auf 28 %, Tablet von 17 % auf 23 %). Auch innerhalb des Kreises der Nutzerinnen und Nutzer (die das jeweilige Gerät mindestens selten nutzen) gab es keine Verbesserungen im Gesamtniveau – das heißt der Kreis an Personen mit völliger Unkenntnis hat abgenommen; nicht aber der Kreis an Expertinnen und Experten.

Darüber hinaus bestehen zwischen den soziodemografischen Merkmalen Alter, Bildungsstatus und Geschlecht deutliche Differenzen in den Kompetenzniveaus hinsichtlich des Internets und den drei Endgeräten. Auch innerhalb der Nutzenden der jeweiligen Geräte/Internet weisen Personen zwischen 60 und 69 Jahren, mit hohem Bildungsstatus und Männer den höchsten Kenntnisstand auf. Mit einer Ausnahme: Es finden sich keine Unterschiede im Kompetenzniveau zwischen Männern und Frauen, wenn es um die Nutzung des Smartphones geht.

Diese Befunde decken sich mit einem erweiterten Messverfahren zur Erfassung digitaler Kompetenzen, wonach Personen ab 60 Jahren im Mittel nur grundlegende digitale Kompetenzen aufweisen und Onlinerinnen und Onliner zumindest ein mittleres Kompetenzniveau erzielen.

Tabelle 5
Genutzte mediale Zugangswege zu Informationen über das Weltgeschehen
in %

	Gesamt		Geschlecht		Alter		
	2024	2021	männlich	weiblich	60–69 J.	70–79 J.	ab 80 J.
im Fernsehen	56	61	47	64	52	61	55
im Internet	19	15	26	12	26	17	7
in der Tageszeitung	15	15	17	13	13	13	23
im Radio	9	7	9	9	7	9	12
in der Familie/Partner/in	1	0	0	1	1	0	1
bei Freunden/Bekanntem/ Verwandten/Nachbarn	0	0	0	0	1	0	0
bei Sonstiges	0	0	0	0	0	0	1
in Zeitschriften	0	1	0	0	0	0	0
	Alter		höchster Schulabschluss			Berufstätigkeit	
	80–84 J.	ab 85 J.	Haupt- schule/ Volks- schule	weiter- führende Schule	Abitur/ Studium	ja	nein
im Fernsehen	52	60	62	55	45	38	60
im Internet	9	3	16	18	26	35	16
in der Tageszeitung	25	21	13	17	18	15	15
im Radio	11	14	9	8	9	9	9
in der Familie/Partner/in	2	0	0	1	0	1	0
bei Freunden/Bekanntem/ Verwandten/Nachbarn	0	1	0	1	0	1	0
bei Sonstiges	0	2	0	0	0	0	0
in Zeitschriften	0	0	0	0	0	0	0
	Internetnutzung		Personen im Haushalt		Haushaltsnettoeinkommen		
	Onliner/ Onliner- innen	Offliner/ Offliner- innen	1 Person	> 1 Person	unter 1.000 Euro	1.000 bis unter 2.000 Euro	2.000 Euro und mehr
im Fernsehen	55	64	55	57	55	61	53
im Internet	22		16	20	22	14	22
in der Tageszeitung	15	18	14	15	7	12	17
im Radio	8	16	13	7	16	11	7
in der Familie/Partner/in	1	0	1	0	0	1	1
bei Freunden/Bekanntem/ Verwandten/Nachbarn	0	0	0	0	0	0	0
bei Sonstiges	0	1	1	0	0	0	0
in Zeitschriften	0	0	0	0	0	0	0

Basis: Befragte, die sich für das aktuelle Weltgeschehen interessieren, 2021: n=2.988, 2024: n=1.976

Quelle: SIM-Studie 2021, SIM-Studie 2024

Tabelle 6
Genutzte mediale Zugangswege zu Informationen über das aktuelle Geschehen in der Region
in %

	Gesamt		Geschlecht		Alter		
	2024	2021	männlich	weiblich	60–69 J.	70–79 J.	80 J. o. ä.
in der Tageszeitung	54	52	53	55	47	59	59
im Fernsehen	15	19	13	16	14	14	18
im Internet	14	13	19	10	20	13	4
im Radio	9	9	8	10	8	9	11
bei Freunden/Bekanntem/ Verwandten/Nachbarn	4	2	3	4	5	2	2
in Zeitschriften	2	2	2	2	3	2	2
bei Sonstiges	2	2	2	2	2	1	3
in der Familie/Partner/ Partnerin	1	1	0	1	1	0	1
	Alter		höchster Schulabschluss			Berufstätigkeit	
	80–84 J.	85 J. o. ä.	Haupt- schule/ Volk- schule	weiter- führende Schule	Abitur/ Studium	ja	nein
in der Tageszeitung	57	62	50	57	58	49	55
im Fernsehen	18	19	18	12	11	11	15
im Internet	7	0	12	16	16	22	13
im Radio	10	12	10	9	8	10	9
bei Freunden/Bekanntem/ Verwandten/Nachbarn	1	3	4	3	3	5	3
in Zeitschriften	2	1	3	1	2	1	2
bei Sonstiges	3	3	2	1	2	1	2
in der Familie/Partner/ Partnerin	1	0	0	1	0	1	1

(Fortsetzung)

Informationsverhalten

Das über Jahrzehnte bestehende Medienportfolio aus Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) und Printmedien hat sich in den vergangenen 25 Jahren grundlegend erweitert. Für die Zielgruppe der älteren Menschen stellt sich die Frage, inwieweit über Jahre bestehende Informationsroutinen sich durch die Dynamik der Medienentwicklung verändern. Hierzu wurden die Befragten gebeten, zu vorgegebenen Themenbereichen anzugeben, wie sie sich am ehesten zu diesen Aspekten informieren. Zur Auswahl standen Fernsehen, Radio, Internet, Zeitung und Zeitschriften sowie die Möglichkeit, Personen aus dem Umkreis wie Partnerin oder Partner, Familie und Freundinnen bzw. Freunde oder Nachbarn und Bekannte sowie sonstige Informationsquellen zu benennen. Zudem gab es für

Tabelle 6

Genutzte mediale Zugangswege zu Informationen über das aktuelle Geschehen in der Region
in %

(Fortsetzung)

	Internetnutzung		Personen im Haushalt		Haushaltsnettoeinkommen		
	Onliner/ Online- rinnen	Offliner/ Offline- rinnen	1 Person	> 1 Person	unter 1.000 Euro	1.000 bis unter 2.000 Euro	2.000 Euro und mehr
in der Tageszeitung	54	52	45	58	38	45	59
im Fernsehen	13	26	18	13	14	20	11
im Internet	16		14	14	20	13	16
im Radio	8	14	13	8	12	13	7
bei Freunden/Bekanntem/ Verwandten/Nachbarn	4	2	5	3	11	4	3
in Zeitschriften	2	1	2	2	3	2	2
bei Sonstiges	1	4	3	1	1	2	2
in der Familie/Partner/ Partnerin	1	0	1	0	0	1	0

Basis: Befragte, die sich für das aktuelle Geschehen in der Region interessieren, 2021: n=2.944; 2024: n=1.960

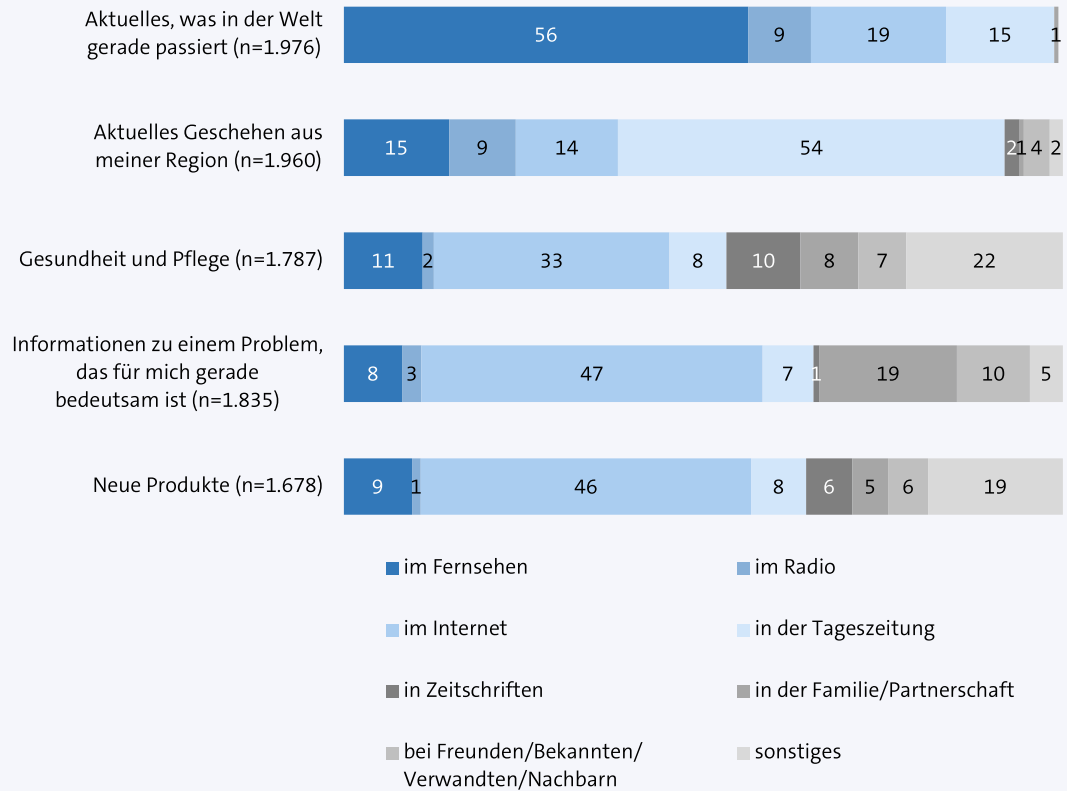
Quelle: SIM-Studie 2021, SIM-Studie 2024

die Befragten die Option, „interessiert mich nicht, informiere mich hierzu nicht“ anzugeben, sofern das Thema generell keine Relevanz für sie hat.

Fernsehen und Tageszeitung bleiben vorrangige Informationsquellen für Weltgeschehen bzw. Regionales – Bedeutung des Internets steigt

Über das aktuelle Weltgeschehen informiert sich mehr als die Hälfte der Befragten vorrangig über das Fernsehen (56 %), gefolgt von Internet (19 %), Tageszeitungen (15 %) und Radio (9 %) (vgl. Tabelle 5). Gegenüber 2021 zeigt sich hier eine Abnahme des Fernsehens (– 5 Prozentpunkte) und eine Zunahme für das Internet (+ 4 Prozentpunkte). Die Nennung des Internets als präferierte Informationsquelle ist in allen Altersklassen etwas gestiegen (60– 69 Jahre: + 6 Prozentpunkte, 70 – 79 Jahre: + 2 Prozentpunkte, ab 80 Jahren: + 3 Prozentpunkte). Betrachtet man das Informationsverhalten zum regionalen Geschehen ist die Tageszeitung eindeutig die erste Wahl (54 %), mit Abstand folgen Fernsehen (15 %) und Internet (14 %) (vgl. Tabelle 6). Hier zeigen sich gegenüber 2021 nur wenig Veränderungen. Bei Fragen zu Gesundheit und Pflege liegt das Internet mit 33 Prozent (2021: 26 %) vor „Sonstigem“, wie etwa professionellen Auskunftswegen durch Ärztinnen und Ärzte oder Beratungsstellen (vgl. Abbildung 8). Das Internet steht auch bei persönlichen Problemen (+ 4 Prozentpunkte) und bei der Suche nach neuen Produkten (+ 6 Prozentpunkte) an erster Stelle und gewinnt insgesamt an Bedeutung. Eine Ausnahme davon bildet die Altersgruppe ab 80 Jahren, in der andere Quellen wie Familie oder „Sonstiges“ deutlich wichtiger sind als das Internet. Generell zeigt sich im Informationsverhalten ein starkes Altersgefälle: Während das Internet bei Personen zwischen 60 und 69 Jahren bereits eine zentrale Rolle spielt, bleibt es im hohen Alter oft nur eine von mehreren Quellen. Klassische Medien behalten also ihre Relevanz, verlieren jedoch in den jüngeren Segmenten der älteren Bevölkerung kontinuierlich an Boden.

Abbildung 8
Informationsverhalten – Interessierte
Informiere mich am ehesten zu..., in %



Basis: Befragte, die sich über das jeweilige Thema informieren.

Quelle: SIM-Studie 2024

Fazit

Die SIM-Studie 2024 unterstreicht eindrucksvoll, wie die Digitalität im Alter im Vergleich zur ersten Untersuchung 2021 weiter vorangeschritten ist. Zur Erfassung von Digitalität wurden vier Kernbereiche betrachtet: Medienausstattung, Mediennutzung, digitale Kompetenzen und Alltagsrelevanz von Informationsquellen.

Digitale Ausstattung der Haushalte hat gegenüber 2021 stark zugenommen – digitale Kluft nimmt ab

Die Ergebnisse zeigen auf, dass besonders die digitale Ausstattung in den Haushalten, allen voran Smartphone und Tablet, stark zugenommen hat. Zwar weisen weiterhin Personen im jungen Alter (60 bis 69 Jahre), Männer und Personen mit hohen Bildungs- und Einkommensstatus ein deutlich breiteres digitales Medienportfolio auf, doch nimmt die digitale Kluft zwischen den Personengruppen ab. So finden sich die größten Zuwächse in der Alters-

gruppe ab 80 Jahren. Auch ist die Nutzungsintensität des Smartphones und die Nutzungsbreite an Onlineanwendungen deutlich gestiegen. Damit verbunden hat auch die Dominanz des Internets als wichtigste Informationsquelle zu bestimmten Bereichen zugenommen, wie zum Beispiel bei Alltagsfragen und Problemen, bei der Suche nach neuen Produkten und zu Fragen der Gesundheit und Pflege. Anders verhält es sich jedoch hinsichtlich der selbst wahrgenommenen digitalen Kompetenzen und Kenntnisse. Etwa ein Viertel schätzt seine Kenntnisse und Kompetenzen im Umgang mit dem Smartphone, Tablet und Internet als gut oder sehr gut ein. Und im Vergleich zu 2021 gab es keine relevanten Verbesserungen im Kompetenzniveau unter den jeweiligen Nutzerinnen und Nutzern dieser Medien und Geräte.

**Digitale Teilhabe:
Weiterhin großer
Bedarf an
Unterstützung und
Vermittlung**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass zwar die Digitalität im Alltag älterer Menschen seit 2021 deutlich zugenommen hat. Doch besteht weiterhin ein großer Bedarf an Unterstützung zur Förderung und Vermittlung digitaler Teilhabe und digitaler Kompetenzen. Vor dem Hintergrund einer hohen technologischen Innovationsdynamik (u. a. KI und Robotik), einer voranschreitenden Digitalisierung in den Alltagsumwelten älterer Menschen (u. a. Verwaltung, Wirtschaft, Gesundheitswesen) und eines demografischen Wandels (Hochaltrigkeit, Diversität) gilt es umso mehr auf kommunaler Ebene Strukturen für kontinuierliche Bildungs-, Beratungs- und Begleitungsangebote zu schaffen. Dabei sollten verstärkt auch Personen im hohen Alter berücksichtigt werden, ältere Personen mit Migrationshintergrund und Personen, die in Einrichtungen der Altenhilfe leben.