

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort der Herausgeber .....	5
<b>Die Zielgruppe 50plus</b> .....	<b>11</b>
„Nur kein Schnickschnack“ – Eine soziologische Betrachtung der Internetnutzung in der Generation 50plus .....	12
<i>René Lamsfuß</i>	
Silver Surfer: Vielversprechende (Kunden-)Potenziale jenseits der 50 im Netz .....	27
<i>Claudia Dubrau</i>	
Silver Surfer – Profile, Nutzungsverhalten und -bedürfnisse .....	52
<i>Susanne Fittkau und Ann-Kathrin Harms</i>	
<b>Lernen im Alter: Hilfe zur Selbsthilfe</b> .....	<b>71</b>
Erlebnis Internet – Erfahrung schaffen .....	72
<i>Barbara Keck</i>	
Aus der Praxis: Von Null auf 2.0 – Die Freiwilligenredaktion beim Seniorenlotse des Landes Bremen .....	83
<i>Andrea Barckhausen</i>	
Internet – Warum das auch noch? .....	92
<i>Klaus Wagner</i>	
Gemeinsam statt einsam – Internetpatenschaften für Ältere .....	99
<i>Ute Kempf</i>	
Computerkompetenz der Generation 50plus: Wie E-Learning helfen kann .....	112
<i>Andreas Dautermann und Kristoffer Braun</i>	
Internetnutzung älterer Erwachsener in der allgemeinen wissenschaftsfundierten Weiterbildung .....	124
<i>Carmen Stadelhofer und Markus Marquard</i>	
Dreimal täglich spielen – Wie Serious Games die Gesundheit älterer Menschen fördern können .....	143
<i>Frank Alexander Zahn und Joachim Senger</i>	

Deine Daten im Netz .....	157
<i>Jutta Croll und Sven Weber</i>	
<b>Alter und E-Shopping: Vernachlässigte Zielgruppe? .....</b>	<b>171</b>
Surfen nach Fast Moving Consumer Goods (FMCG) – Das Internetverhalten von Konsumenten im Alter 50plus.....	172
<i>Claudia Gaspar und Robert Kecskes</i>	
Ausgestaltung des E-POS bei der Best-Shopper-Generation 50plus .....	192
<i>Cirk Sören Ott und Norbert Wittmann</i>	
Brillen aus dem Internet – Eine Alternative für die Generation 50plus? .....	213
<i>Dirk Graber und Martina Dier</i>	
Surfen ist männlich. Mailen weiblich. ....	226
<i>Andreas Reidl und Norbert Meiners</i>	
Wider besseren Wissens – Senioren werden von Finanzdienstleistern vernachlässigt .....	237
<i>Jens Köhler und Anne-Kathrin Kirchhof</i>	
<b>Alter und Zeitunglesen: Nur Print gefragt? .....</b>	<b>249</b>
Best Ager nutzen immer intensiver Online-Zeitungen.....	250
<i>Joachim Donnerstag und Claudia Mika</i>	
Mediennutzung 50plus.....	260
<i>Rolf Pfeleiderer</i>	
<b>Alter in der Online-Marktforschung: Einfluss und Grenzen.....</b>	<b>265</b>
Grenzen und Möglichkeiten der Online-Datenerhebung innerhalb der Generation 50plus.....	266
<i>Tom Wirth und Christopher Morasch</i>	
Implizites Messen online: Reaktionstests im Internet – Wie reagieren Menschen jenseits der 50?.....	280
<i>Helena Pongrac</i>	
Internetnutzung in der Generation 50plus .....	294
<i>Malthe Wolf, Matthias Peterhans und Kerstin Dirtheuer</i>	

---

<b>50plus – Internetnutzung und gesellschaftlicher Auftrag.....</b>	<b>305</b>
Die Initiative D21 – Unterstützung der digitalen Gesellschaft. Egal welchen Alters! .....	306
<i>Daniel Ott</i>	
Über digitale Klüfte und digitalen Aktivismus der Generationen .....	321
<i>Stefan Hennewig</i>	
Projekt Silberwissen – Den Erfahrungsschatz von Senioren für die Wikipedia erschließen .....	330
<i>Pavel Richter</i>	
<b>Alter in der Technikentwicklung: Ausblick.....</b>	<b>339</b>
Alter, Demografie und Technikentwicklung – Herausforderungen für die Hochschulausbildung .....	340
<i>Barbara Schwarze</i>	
Die Autoren .....	351
Die Herausgeber .....	361