

Internetnutzung unter sozialen Gruppen

MAGISTERARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

Magister/Magistra der Sozial- und Wissenschaften

im Rahmen des Studiums

Informatikmanagement

eingereicht von

Bahar Yilmaz-Alan

Matrikelnummer 0325203

an der
Fakultät für der Mathematik Universität Wien

Betreuung
Betreuer/in: MMag. Dr. Andreas Ulovec

Wien, 06.05.2011

(Unterschrift Verfasser/in)

(Unterschrift Betreuer/in)

Bahar Yilmaz-Alan, Bakk. rer. soc. oec.
Engerthstraße 241 – 247 /14/ 5, 1020 Wien

„Hiermit erkläre ich, dass ich diese Arbeit selbständig verfasst habe, dass ich die verwendeten Quellen und Hilfsmittel vollständig angegeben habe und dass ich die Stellen der Arbeit – einschließlich Tabellen, Karten und Abbildungen –, die anderen Werken oder dem Internet im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, auf jeden Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht habe.“

Wien, 06.05.2011

DANKSAGUNG

Ich möchte mich zuerst bei meinen ganz netten lieben Betreuer Herrn Dr. Andreas Ulovec bedanken, der meine Betreuung bei meiner Masterarbeit übernommen und mit seinem fachlichen Wissen mich bei meiner Arbeit immer unterstützt hat.

Weiteres möchte ich mich bei meiner lieben Familie Yilmaz bedanken, die mich während meines Studiums finanziell und moralisch immer unterstützt haben, um mein Studium zu absolvieren. Ohne sie wäre ich nicht ICH und es wäre mir niemals gelungen soweit zu kommen.

Sie haben mir immer Geduld gezeigt, gaben mir Ratschläge und vor allem viel Motivation und Moral für meine Masterarbeit.

Ein besonderer Dank geht an meinen Ehemann, der mich immer für meine Masterarbeit motiviert und mit seinem Fachwissen mir auch sehr geholfen hat.

Ich möchte mich auch an jene Personen bedanken, die für meine Masterarbeit einen Beitrag geleistet haben.

Sevgili Annecim ve Babacim,

Sizler hayatimin en değerli iki varlığınız, sizin sayenizde, sizin desteginizle doğru yolda yürümeyi ve hayatimi doğru yönde yönlendirmeyi öğrendim. Size nasıl tesekkür edicegimi gerçekten bilmiyorum, en büyük tesekkürden biri heralde bu tezi size hediye etmek ve mezuniyetimi tekrardan görmeniz olacaktır.

İyiki varsiniz, iyiki ailemsiniz! Sizleri seviyorum..

KURZFASSUNG

Internetnutzung unter sozialen Gruppen

Durch die Entwicklung der neuen Technologie – des Internets sind gravierende Erneuerungen in vielen Bereichen entstanden. Internet ist zu einem Teil unseres Lebens geworden, das heute fast von jedem genutzt wird. Diese Technologie hat eine massive Zielgruppe erreicht, der Großteil dieser Gruppe ist die junge Generation. Da sie sehr großes Interesse für das Internet aufweisen, sind sie ein sehr großes Potenzial für diesen Bereich.

Diese Arbeit mit dem Thema Internetnutzung unter sozialen Gruppen verfolgt zum einen das Ziel, dem Leser ein theoretisches Verständnis der Thematik Internetnutzung zu ermöglichen.

Das zweite Ziel dieser Arbeit ist die empirische Untersuchung durch die Form der Onlinebefragung bei der die befragten Studenten verschiedene Faktoren zum Thema Internetnutzung im privaten und im universitären Bereich beurteilen sollen.

ABSTRACT

Internet use among social groups

With the development of the new technology - Internet has been emerged new opportunities in many areas. Internet has become a part of our lives, which is now used by almost anyone. This technology has reached a massive audience; most of this group is the young generation. Since they have a very great interest in the Internet, they are a very great potential for this area.

This thesis with the subject of Internet use among social groups pursued on the goal to give the reader a theoretical understanding of the topic of Internet use. The second objective of this work is the empirical study with the online survey in which the surveyed students judge various factors on Internet use in private and university sector.

INHALTSVERZEICHNIS

DANKSAGUNG	3
KURZFASSUNG	4
ABSTRACT	4
1. EINLEITUNG	7
2. DIE INTERNETNUTZUNG IN ÖSTERREICH UND DEUTSCHLAND	8
2.1. VERBREITUNG DES INTERNETS IN ÖSTERREICH.....	8
2.2. VERBREITUNG DES INTERNETS IN DEUTSCHLAND	25
2.3. INTERNETNUTZUNG UNTER JUGENDLICHEN.....	34
2.3.1 NUTZERTYPEN.....	38
3. MOBILE INTERNETNUTZUNG	41
3.1 TOMORROW FOCUS Netzwerk Studie - Deutschland 2011	42
4. GEFAHREN DES INTERNETS	43
4.1 CYBER MOBBING.....	43
4.1.1 URSACHEN DES CYBERMOBBINGS	45
4.2 INTERNETSUCHT.....	45
4.2.1 ARTEN DER INTERNETSUCHT.....	46
4.3. ISOLATION/EINSAMKEIT.....	47
4.3.1 URSACHEN FÜR DIE ISOLATION/EINSAMKEIT.....	48
5. COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION	49
5.1 DER BEGRIFF COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION (CVK).....	49
5.2 FORMEN DER COMPUTERVERMITTELTEN KOMMUNIKATION	50
5.3 KATEGORIEN FÜR KOMMUNIKATION.....	50
5.4. FORMEN DER INTERNETDIENSTE.....	51
5.4.1 E-MAIL.....	51
5.4.2 BLOGS.....	51
5.4.3 NEWSGROUPS.....	52
5.4.4 MAILINGLISTEN.....	52
5.4.5 FILE TRANSFER PROTOCOL	52
5.4.6 CHAT.....	53
5.4.7 WORLD WIDE WEB	53

5.4.8 MUDs (Multi User Domains).....	54
5.4.9 VIDEOKONFERENZEN.....	55
5.4.10 INTERNETTELEFONIE.....	55
5.4.11 SUCHMASCHINEN.....	55
5.4.12 SOZIALE NETZWERKE.....	56
6. DIGITAL DIVIDE.....	57
6.1 KURZE EINLEITUNG.....	57
6.2 Begriffserklärung - DIGITAL DIVIDE.....	57
6.3 FORMEN DES DIGITAL DIVIDES.....	58
6.4 EINFLUSSFAKTOREN FÜR DIE UNGLEICHHEIT - DIGITALE KLUFT IN ÖSTERREICH.....	59
6.4.1 DIGITAL DIVIDE ZWISCHEN MÄNNER UND FRAUEN - FAKTOR GESCHLECHT.....	61
6.4.2 DIGITAL DIVIDE ZWISCHEN ALT UND JUNG - FAKTOR ALTER.....	62
6.4.3 DIGITAL DIVIDE AUFGRUND DER SCHULBILDUNG - FAKTOR SCHULBILDUNG.....	63
6.4.4 DIGITAL DIVIDE AUFGRUND DES EINKOMMENS - FAKTOR EINKOMMEN.....	64
6.5 ZUSAMMENFASSUNG.....	65
6.6 GRÜNDE UND MOTIVE ZUR NICHTNUTZUNG VON COMPUTER UND INTERNET.....	66
7. EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG.....	67
7.1 THEMENAUSWAHL.....	67
7.2 UNTERSUCHUNGSMETHODE.....	67
7.3 AUSWAHL DER STUDENTEN/UMSETZUNG DES FRAGEBOGENS.....	69
7.4 AUSWERTUNGEN.....	70
8. ZUSAMMENFASSUNG.....	99
9. ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	100
10. TABELLENVERZEICHNIS.....	102
11. LITERATURVERZEICHNIS.....	103
12. ONLINEVERZEICHNIS.....	104
13. ANHANG.....	109

1. EINLEITUNG

Die Internetnutzung nimmt in den letzten Jahren in Österreich und Deutschland sprunghaft zu und ist aus den Leben vieler Menschen nicht mehr wegzudenken. Jeder zweiter hat schon im Haushalt Internet und in den Firmen ist es schon ein Muss.

Der Begriff "Internet" ist zu einem Massenphänomen geworden, der mit der zunehmenden Verbreitung der neuen Möglichkeiten, seien es Kommunikation, soziale Interaktion und Informationsrecherche das Interesse der Internetnutzer erweckt hat. Dadurch ist auch die digitale Kluft zwischen den Männern und Frauen gestiegen.

Wir leben heute in einer Informationsgesellschaft, wo wir täglich mit neuen Informationen überflutet werden, seien es die herkömmlichen Medien wie TV, Radio, Zeitungen oder Magazine. Mit dieser Informationsflut steigen auch unsere Ansprüche. Man kommt im Internet zur jeder Frage, wenn man nach einer Antwort sucht.

Die Suchmaschinen im Internet, wie Google, Yahoo, etc. bieten dem User schnell an Informationen zu gelangen, ohne irgendein Aufwand zu leisten, Informationen zu recherchieren, Informationen anzueignen und Information zu vergleichen.

Das Internet gehört inzwischen zum täglichen Alltag und vor allem ist die junge Generation an den neuen Medien so stark interessiert, weil sie neue Kommunikationsmöglichkeiten (wie Chat und E-Mail) schaffen und ihre Handlungsspielräume erweitern. Für manche jedoch schließen diese Möglichkeiten von der Kommunikation und nähert sie zur Isolation.

Es ist interessant herauszufinden, wie Studenten in unterschiedlichen Alltagssituationen das Internet nutzen.

Am Anfang der Arbeit werden die Statistiken über die allgemeine Internetnutzung in Österreich und Deutschland in den vergangenen Jahren erläutert und vorgestellt, welche den aktuellen Stand dieses Themas bilden. Die Nutzung des Internets unter Jugendlichen in Österreich wird dann im Weiteren erklärt.

Im weiteren Theorieteil werde ich auf die Mobile Internetnutzung eingehen und einen kurzen Überblick über dieses Thema geben. In den nächsten Kapitel werde ich mich mit den Gefahren des Internets beschäftigen, sowie auf die verschiedene Formen der Kommunikationsmöglichkeiten, welche im Internet angeboten werden, eingehen.

Da der Begriff Digitale Divide sehr verbreitet ist und einen wichtigen Punkt in dieser Arbeit aufzeigt, ist dieser Begriff zu erläutern und das Digital Divide in Österreich zu betrachten.

Ich werde in dieser Arbeit, die Digitale Jugend hinterfragen und mit einer Onlinebefragung zum Thema Internetnutzung unter Studenten diese Themen näher untersuchen.

2. DIE INTERNETNUTZUNG IN ÖSTERREICH UND DEUTSCHLAND

Die folgenden Kapitel richten sich auf die Untersuchungen, Statistiken, Studien über die Internetnutzung in Österreich und Deutschland, die in den vergangenen Jahren erläutert und vorgestellt wurden. Man kann aus dieser Weise sehen, was der aktuelle Stand der Thematik Internetnutzung ist und kann sich ein umfassendes Bild zeichnen. Die Ergebnisse von drei verschiedenen Marktforschungsinstituten sollen einander gegenüber gestellt und verglichen werden. Es ist zu betrachten, dass die verschiedenen Studien zeigen, dass sich sowohl der deutsche als auch der österreichische Internetmarkt in den letzten Jahren sehr stark verändert hat. Die Nutzung gliedert sich in unterschiedlichen Aspekten. Jeder zweiter verwendet schon die Möglichkeiten des Internets und fast jeder ist schon mit dem Begriff „Internet“ vertraut. In letzter Zeit ist auch die Nutzung des Internets am Mobiltelefon und am tragbaren Computer sehr beliebt. Ich möchte mich aber in meiner Arbeit mehr auf den österreichischen Markt konzentrieren.

2.1. VERBREITUNG DES INTERNETS IN ÖSTERREICH

„Österreich ist eine wahre Surfer Nation“.¹

Diese Aussage trifft voll der österreichischen Bevölkerung zu. Im Sommer 2010 nutzten ca. 5,4 Millionen Menschen in Österreich die Möglichkeiten des Internets sei es beruflich, privat oder schulisch. Die Nutzung in Österreich hat in den letzten Jahren sehr stark zugenommen.²

Laut den Statistiken der GfK Austria ist das Internet aus dem Alltag der Österreicher nicht mehr wegzudenken. Vor zehn Jahren waren es noch 35 %, heute sieht man dass die Internetnutzung der Österreicher rasant gestiegen ist, im dritten Quartal 2009 waren 73% und im ersten Quartal 2010 waren 76% der Österreicher ab 14 Jahren online.

Das Internet ist ein fixer Bestandteil des Lebens geworden und aus dem Leben vieler Menschen nicht mehr wegzudenken. Es ist unverzichtbar, vor allem bei Behördenwegen, Verknüpfen von sozialen Kontakten, Einkaufen im Internet, Online Banking und bei der Suche nach diversen Themen, Informationen.

In den nächsten Abbildungen vom Marktforschungsinstitut GfK sieht man, wie sich die Internetnutzung weltweit in so kurzer Zeit entwickelt hat. Ab dem Jahr 2000 ist ein kontinuierlicher Zuwachs. Obwohl Österreich ein kleines Land ist mit ca. 8 Millionen Menschen, sind mehr als die Hälfte der Menschen in Österreich online. Es sind 76 % Erwachsene, das macht insgesamt 5,4 Millionen Menschen, die im Juli 2010 online waren.

¹ Im Presstext von 11.05.2009 - <http://diepresse.com/home/techscience/internet/478186/index.do> (Zugriff am 19.02.2011)

² Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 19.02.2011)

Es ist auch interessant die Entwicklung des Internetmarktes seit 1996 bis 2010 nachzufolgen. Gesamt sind es 5,6 Millionen Personen, die das Internet nutzten. Im zweiten Quartal 2010 waren es 5,6 Millionen Menschen, welche Zugang zum Internet hatten. 5,4 Millionen Personen nutzen das Internet gelegentlich und regelmäßige Internetnutzer kamen zum folgendem Ergebnis: 5,1 Millionen Personen.³

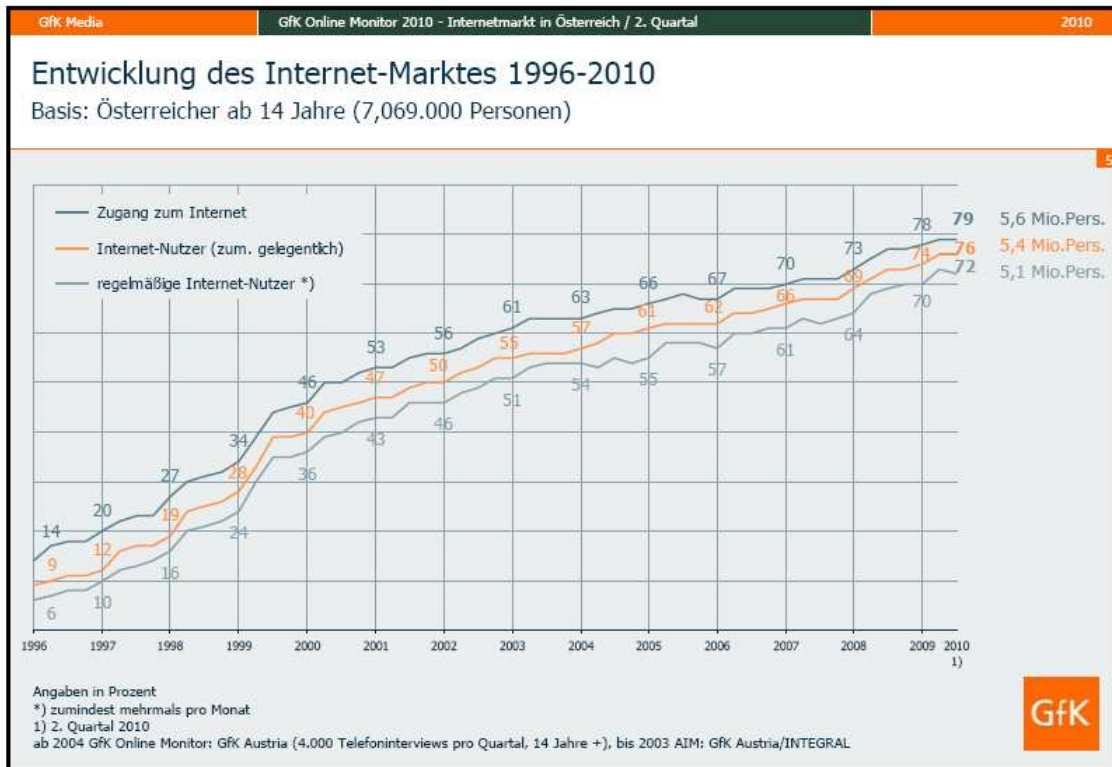


Abbildung 3: Entwicklung des Internet - Marktes 1996-2010

³Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 20.02.2011)

Laut den Angaben des AIM (Austrian Internet Monitor), einer von den österreichischen Marktforschungsinstitut INTEGRAL durchgeführte Studie, beträgt der gesamt Anteil der Internetuser 5,40 Millionen Personen und davon sind 4,82% der befragten regelmäßige User.⁴

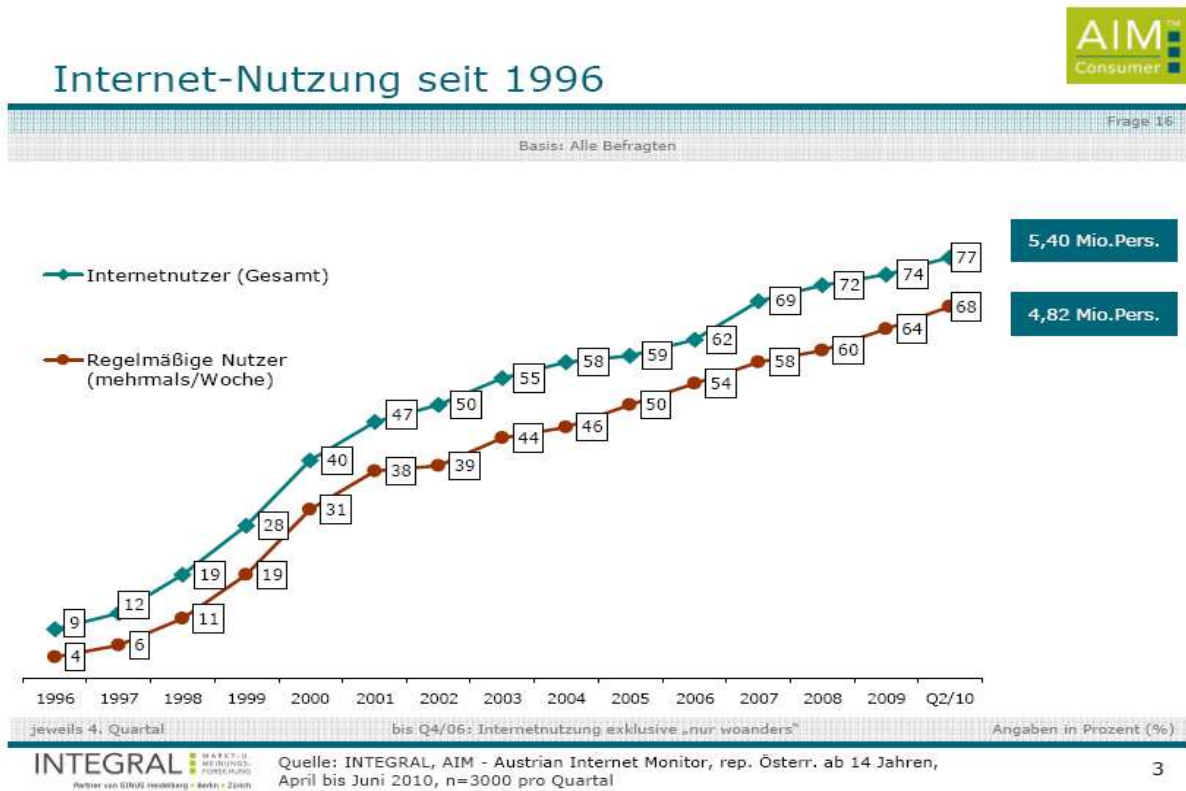


Abbildung 4: Internetnutzung seit 1996

⁴ Vgl. http://www.e-government.steiermark.at/cms/dokumente/10103295_15765615/f45efbd3/AIM_Consumer_-_Q3_2010.pdf (Zugriff am 20.02.2011)

Die durchgeführte Studie bei der STATISTIK AUSTRIA zeigt das im Jahr 2010 insgesamt 74,2% der befragten Personen ab 16 Jahre das Internet genutzt haben. Es ist eine deutliche ansteigende Zahl, die sich seit 2002 entwickelt hat. Im Jahr 2002 waren es noch 36,6%, die das Internet genutzt haben.⁵

Internetnutzerinnen oder Internetnutzer 2002 bis 2010

Merkmale	Personen, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	in % aller Personen								
Insgesamt	36,6	41,0	51,9	55,0	61,1	66,9	71,2	71,6	74,2
Alter									
16 bis 24 Jahre	62,0	66,5	78,0	83,8	87,1	86,8	91,8	96,9	95,2
25 bis 34 Jahre	48,7	58,7	73,1	75,7	79,3	82,9	88,5	89,4	91,8
35 bis 44 Jahre	44,4	51,2	59,1	64,9	70,9	77,1	81,2	84,2	85,9
45 bis 54 Jahre	32,3	36,1	47,3	51,7	60,5	68,7	73,2	71,4	76,8
55 bis 64 Jahre	14,7	20,6	27,1	26,4	36,4	46,1	50,5	50,3	52,8
65 bis 74 Jahre	3,3	4,3	8,8	8,5	14,4	22,5	25,5	21,4	28,2
Geschlecht, Alter									
Männer	41,4	46,7	57,8	60,2	66,7	72,9	77,2	76,4	78,8
16 bis 24 Jahre	61,4	66,7	80,7	84,8	86,8	87,5	91,6	96,9	94,1
25 bis 34 Jahre	52,9	62,7	74,4	78,8	81,9	86,3	89,1	89,5	93,2
35 bis 44 Jahre	49,8	56,0	65,7	68,3	76,2	81,4	86,6	86,5	88,1
45 bis 54 Jahre	39,0	41,9	54,9	58,3	66,8	75,8	80,5	76,7	81,4
55 bis 74 Jahre	14,7	19,0	26,8	26,2	35,4	45,4	50,3	47,5	51,5
Frauen	31,8	35,6	46,1	50,0	55,7	61,0	65,3	66,9	69,7
16 bis 24 Jahre	62,5	66,3	75,2	82,8	87,4	86,2	92,1	96,8	96,4
25 bis 34 Jahre	44,5	54,7	71,9	72,7	76,7	79,5	88,0	89,3	90,3
35 bis 44 Jahre	38,9	46,2	52,3	61,3	65,5	72,7	75,8	82,0	83,7
45 bis 54 Jahre	25,5	30,3	39,7	45,2	54,1	61,6	65,9	66,0	72,3
55 bis 74 Jahre	5,8	7,4	13,5	12,4	19,2	26,9	29,2	27,8	32,4

Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebungen über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2010. Erstellt am: 17.11.2010.

Befragungszeitpunkte: Juni 2002, März 2003, Zweites Quartal 2004, Februar bis April 2005, Februar und März 2006 bis 2008, Februar bis April 2009, Mai und Juni 2010.

Abbildung 5: Internetnutzerinnen oder Internetnutzer 2002 bis 2010

⁵ Vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html (Zugriff am 20.02.2011)

Laut der GfK Statistik wird das Internet in der Altersgruppe von 14 bis 65 Jahren 86% genutzt und wird als Massenmedium bezeichnet. Die Altersgruppen unter 29 Jahren nutzen das Internet 95% und wachsen mit dem Internet auf. Hier sieht man, dass die junge Generation die aktiven Internetnutzer sind, die älteren hingegen liegen noch immer bei einem niedrigen Wert, dass stark abhängig von der Bildung abhängt und sie die entsprechenden Kompetenzen für die Nutzung des Internets nicht verfügen.⁶

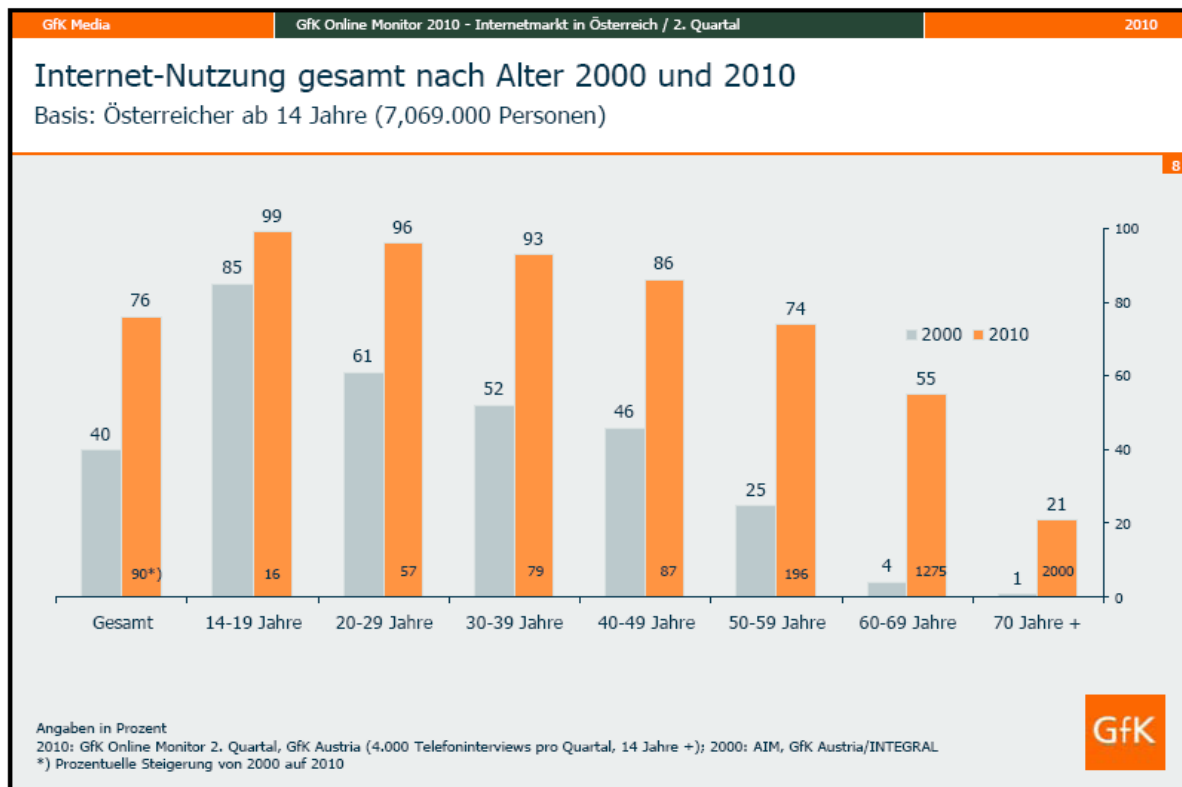


Abbildung 6 : Internetnutzung gesamt nach Alter 2000 und 2010

⁶ Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 22.02.2011)

Laut den Angaben des Marktforschungsinstituts der AIM 2010, war die Mehrheit der Internetnutzer männlich. 83% der Nutzer waren Männer und 71% der Nutzer waren Frauen. Unterteilt nach Altersgruppen sieht man auch hier, dass die Nutzer des Internets eher die jungen Leute sind. Einen gleichen Wert mit 96% zeigt die Altersgruppe von 14-19 und 20-29 Jahren. Ab 30 Jahren geht der Prozentwert für die Nutzung runter.⁷

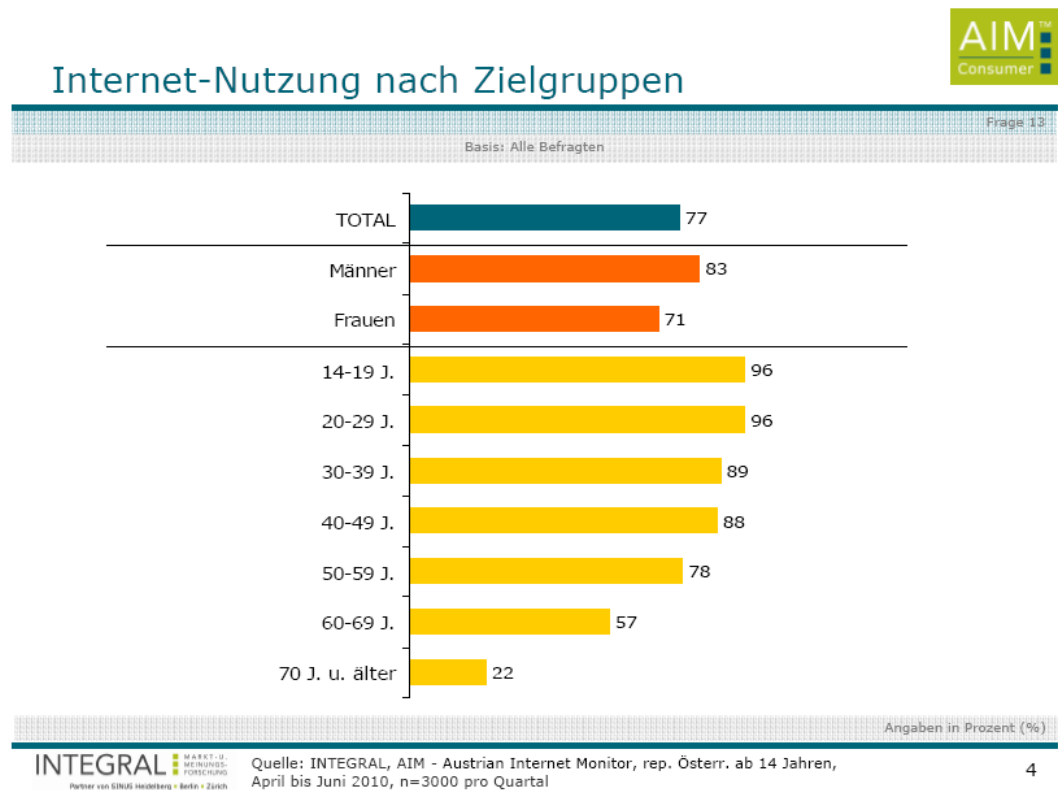


Abbildung 7: Internetnutzung nach Zielgruppen

⁷ Vgl. http://www.e-government.steiermark.at/cms/dokumente/10103295_15765615/f45efbd3/AIM_Consumer_-_Q3_2010.pdf (Zugriff am 21.02.2011)

In der Grafik von Statistik Austria 2010, eine auf die Altersgruppe 16 bis 74 gerichtete Studie der österreichischen Marktforschungsinstitut sieht man deutlich, das sich die Geschlechter bei der jungen Generation ab 16 bis 34 fast kaum unterscheiden und die Unterschiede nur von den Älteren herrühren: Männer im Alter von 55 bis 74 nutzten das Internet 52% und bei den Frauen lag der Wert bei 32%. Hier haben die Männer einen riesen Vorsprung und die Frauen haben sie noch nicht überholen können.⁸

Internetnutzerinnen und Internetnutzer nach Alter und Geschlecht 2010

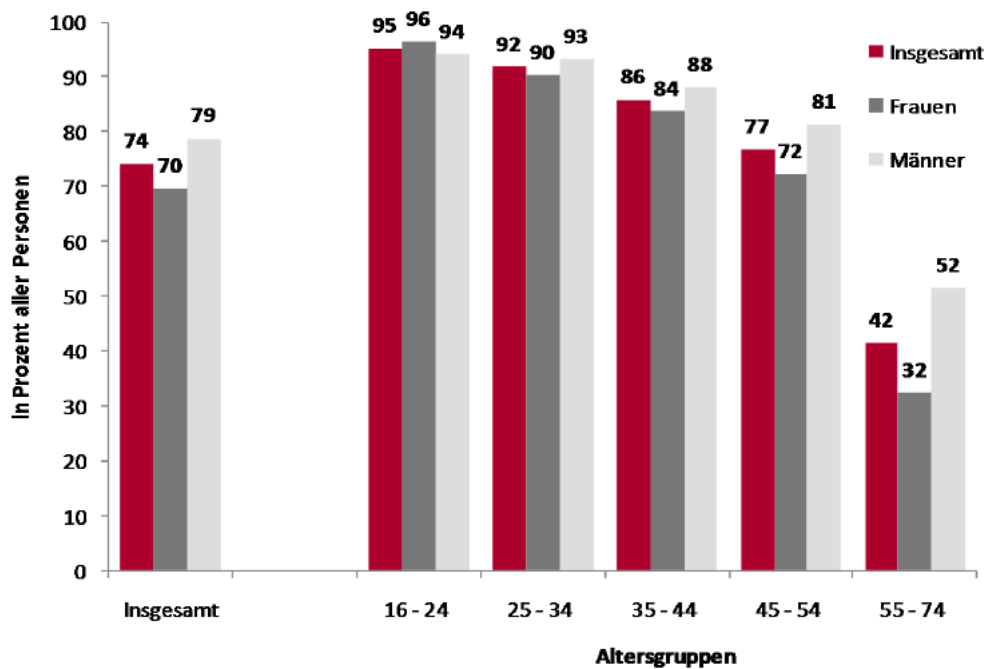


Abbildung 8: Internetnutzer nach Alter und Geschlecht 2010⁹

⁸ Vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html (Zugriff am 21.02.2011)

⁹ http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/020542.html (Zugriff am 21.02.2011)

Die GfK hingegen hat fast ähnliche Werte im zweiten Quartal 2010 gefunden. Im Jahr 2010 waren 80% der Nutzer Männer und 71% der Nutzer weiblich. Im Vergleich zum Jahr 2000 merkt man schnell wie sich die Geschlechter verteilt und sich entwickelt haben. Zwar konnten die Frauen die Männer bei der Nutzung des Internets noch nicht überholen, woran ich glaube, dass sich dies in den nächsten Jahren ändern wird und das die Frauen einen gleichen Stand aufweisen werden.¹⁰

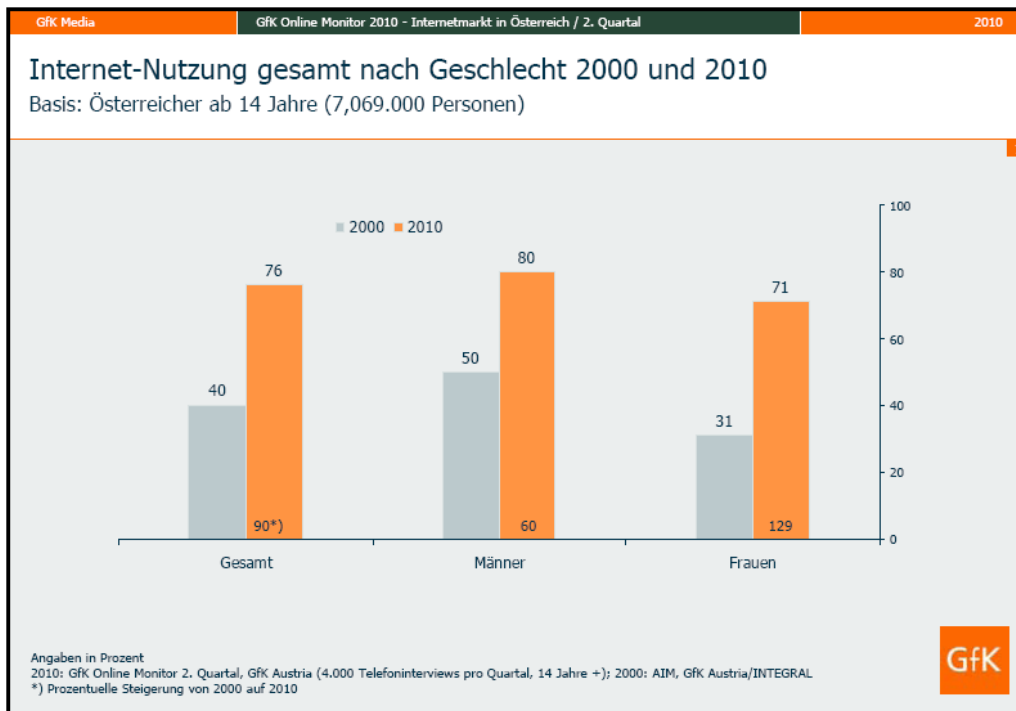


Abbildung 9: Internetnutzung gesamt nach Geschlecht 2000 und 2010

¹⁰ Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 21.02.2011)

Obwohl die Internetnutzung in Österreich und in anderen Ländern in letzter Zeit sehr von Bedeutung ist, gibt es dennoch Unterschiede wer das Internet nutzt. Immer noch haben die Männer einen Vorsprung mit 51% und die Frauen sind schon in der Nähe des Wertes mit 49%.¹¹

GfK Media | GfK Online Monitor 2010 - Internetmarkt in Österreich / 2. Quartal | 2010

Struktur der Internet-Nutzer - Geschlecht und Alter 2000 und 2010

	Gesamtbevölkerung	Internet-Nutzer 4. Quartal 2000	Internet-Nutzer 2. Quartal 2010
männlich	48	59	51
weiblich	52	41	49
14 - 19 Jahre	8	17	14
20 - 29 Jahre	15	29	15
30 - 39 Jahre	17	25	21
40 - 49 Jahre	19	18	22
50 - 59 Jahre	15	9	15
60 - 69 Jahre	13	2*)	10
70 Jahre und älter	13		4

Angaben in Prozent, *) 2000 als Gruppe "60 Jahre und älter" ausgewiesen
 2010 GfK Online Monitor: GfK Austria (4.000 Telefoninterviews pro Quartal, 14 Jahre +), 2000 AIM: GfK Austria/INTEGRAL

GfK

Abbildung 10: Struktur der Internet Nutzer

¹¹ Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 22.01.2011)

Da das Internet sehr viele Möglichkeiten anbietet, sind auch die Zwecke der Internetnutzung zu diskutieren. Wofür nutzen die Menschen das Internet? In der Abbildung von der Statistik Austria 2010 sieht man, dass 90% der Internetnutzer das Internet für den E-Mail Verkehr nutzen. 58% der befragten verwendeten das Internet für Zeitungen, Zeitschriften, Lesen, etc. Da das Onlinebanking seit ein paar Jahren sehr bedeutungsvoll für die Leute geworden ist, nutzen 51% der Menschen das Internet für Internetbanking und 30% für Recherchieren von Weiterbildungskursen, Ausbildungen, etc. Das Herunterladen von diversen Spielen, Bildern, Filmen, Musik und Upload von selbst erstelltem Inhalt ist auch eine sehr beliebte Tätigkeit im Internet. Vergleicht man die Zahlen zwischen den weiblichen und männlichen Nutzer, gibt es fast keinen Unterschied.¹²

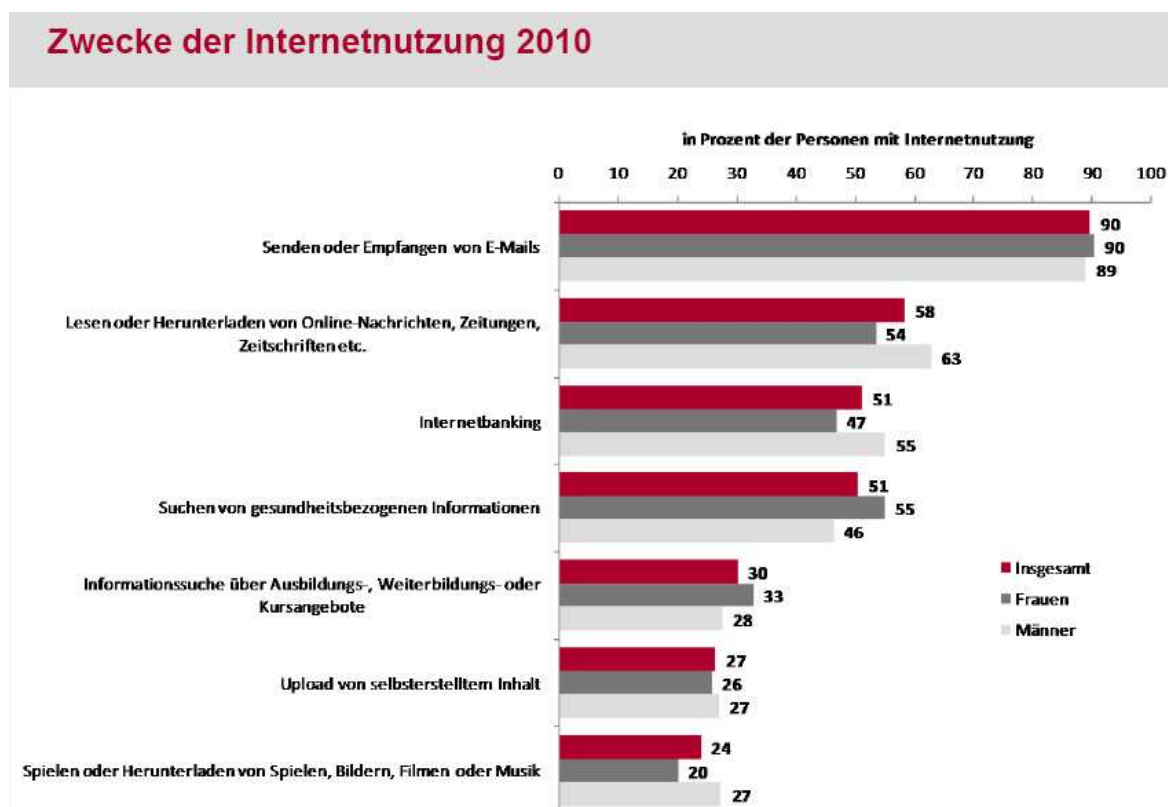


Abbildung 11: Zwecke der Internetnutzung 2010

¹² Vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html (Zugriff am 22.02.2011)

Die Statistik Austria und die Marktforschungsinstitut AIM kommt im Jahr 2010 für die Befragung über die Zwecke der Internetnutzung fast auf die gleichen Ergebnisse.¹³

Personen mit Internetnutzung für folgende private Zwecke 2010

Merkmale	Personen mit Internetnutzung in den letzten drei Monaten für folgende private Zwecke								
	Personen mit Internetnutzung in den letzten drei Monaten	Senden oder Empfangen von E-Mails	Finden von Informationen über Waren oder Dienstleistungen	Lesen oder Herunterladen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen	Internet-Banking	Suchen von gesundheitsbezogenen Informationen	Nutzen von Angeboten oder Leistungen für Reisen oder Unterkünfte	Chatten oder Nachrichten in Social Networking-Sites, Blogs, Newsgroups oder Online-Diskussionsforen stellen oder Nutzen von Instant-Messaging	Nutzen des Internet, mit dem Ziel zu lernen
Insgesamt	4.691,8	89,6	77,9	58,4	51,2	50,5	46,8	36,5	36,3
Alter									
16 bis 24 Jahre	872,0	92,3	69,8	53,4	38,5	42,1	37,2	72,9	55,6
25 bis 34 Jahre	990,1	92,6	84,9	63,1	68,3	53,7	48,7	49,1	37,4
35 bis 44 Jahre	1.111,9	90,2	83,5	58,0	56,4	52,8	48,7	26,9	31,6
45 bis 54 Jahre	994,5	85,2	75,7	60,5	47,6	50,8	48,8	19,3	28,7
55 bis 64 Jahre	498,2	88,3	75,8	56,9	41,4	52,5	50,3	14,6	30,8
65 bis 74 Jahre	225,0	85,2	66,0	53,1	36,4	51,3	49,8	11,9	24,4
Geschlecht, Alter									
Männer	2.466,9	88,9	80,1	62,8	55,1	46,3	46,4	36,9	38,4
16 bis 24 Jahre	438,2	89,4	73,8	59,9	43,1	39,3	37,8	71,9	58,5
25 bis 34 Jahre	503,3	90,0	86,2	63,2	69,0	41,2	44,4	51,1	40,6
35 bis 44 Jahre	570,2	90,2	87,3	65,1	60,9	48,5	45,8	27,5	32,5
45 bis 54 Jahre	527,4	86,8	76,4	66,4	52,9	50,3	51,2	21,5	31,3
55 bis 74 Jahre	427,7	88,0	74,2	57,9	45,7	52,0	52,3	15,9	31,9
Frauen	2.224,9	90,3	75,6	53,5	46,8	55,0	47,3	36,0	33,9
16 bis 24 Jahre	433,8	95,3	65,8	46,8	33,8	45,0	36,7	73,9	52,7
25 bis 34 Jahre	486,8	95,2	83,6	63,0	67,6	66,6	53,2	46,9	34,2
35 bis 44 Jahre	541,7	90,1	79,5	50,5	51,6	57,3	51,8	26,2	30,7
45 bis 54 Jahre	467,0	83,4	74,9	53,8	41,5	51,4	46,0	16,8	25,9
55 bis 74 Jahre	295,5	86,3	70,7	52,4	31,4	52,3	46,9	10,7	24,2

Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebung über den IKT-Einsatz in Haushalten 2010. Erstellt am: 17.11.2010.
Befragungszeitpunkt: Mai und Juni 2010.

Abbildung 12: Personen mit Internetnutzung für folgende private Zwecke

¹³ Vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html (Zugriff am 22.02.2011)

Das Marktforschungsinstitut Austrian Internet Monitor hat für das Jahr 2010 eine Top 10 Liste zusammengefasst, wofür Internet unter den Nutzer eigentlich verwendet und beliebt ist. Hier ist das Institut auch fast zu gleichen Ergebnissen gekommen, E-Mail Verkehr, das Versenden bzw Empfangen von Nachrichten ist ein wichtiger Faktor bei der Nutzung des Internets, insgesamt verwenden 92 den E-Mail. 74% der Befragten suchen nach aktuelle Nachrichten und Informationen im Internet, 66% suchen nach diversen Telefonnummern bzw nach Adressen. Auch die Nutzung von beruflichen E-Mails ist bei 60%. Multimedia Inhalte, sowie Routenplanung, Online Lexikon und Fremdsprachen Wörterbuch zählen auch zu den Verwendungszwecken, die mehr von 50% genutzt wird.



Verwendung des Internets: Top 10

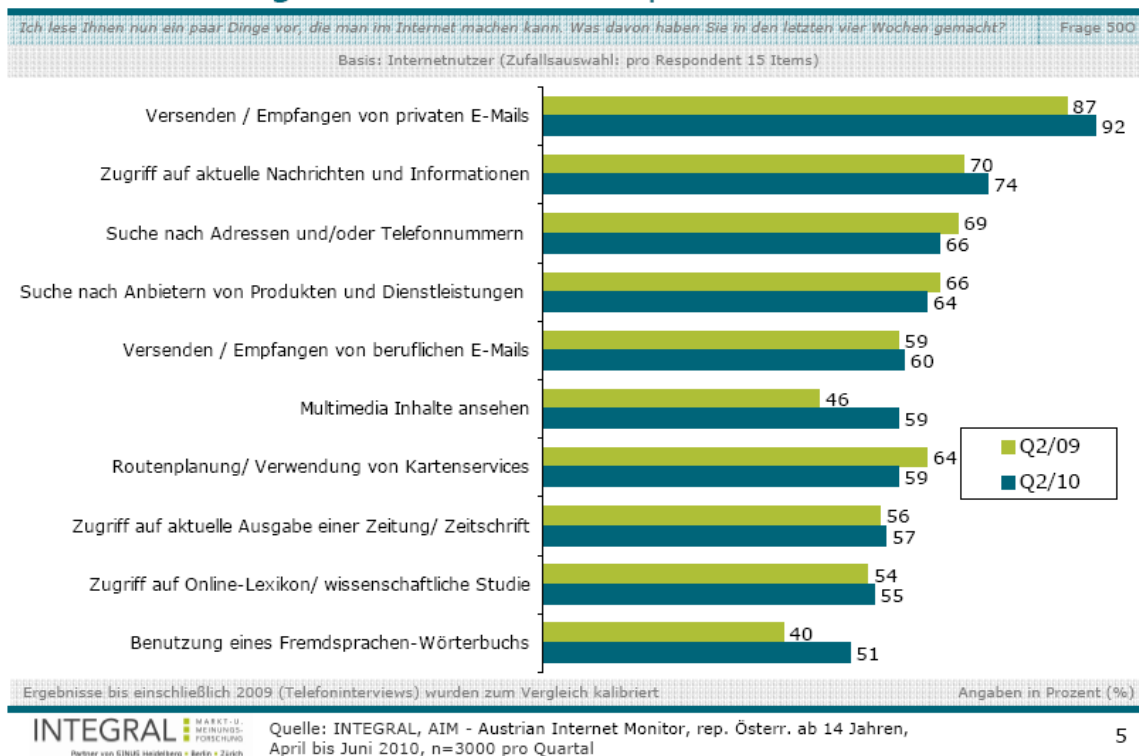


Abbildung 13: Verwendung des Internets: Top 10¹⁴

¹⁴ Vgl. http://www.e-government.steiermark.at/cms/dokumente/10103295_15765615/f45efbd3/AIM_Consumer_-_Q3_2010.pdf (Zugriff am 23.02.2011)

Verfolgt man die orange Linie kommt man zu einem Ergebnis von 5,2 Millionen Personen. Das macht eine Prozentzahl von 73, die das Internet von zu Hause aus nutzen. 11% der Befragten nutzen das Internet in der Schule oder auf der Uni. Einen gravierenden Anstieg der Internetnutzer ist im Büro zu sehen. Es sind schon 29%, die täglich das Internet im Büro nutzen. Diese Zahlen sind vom Jahr 2010.¹⁵

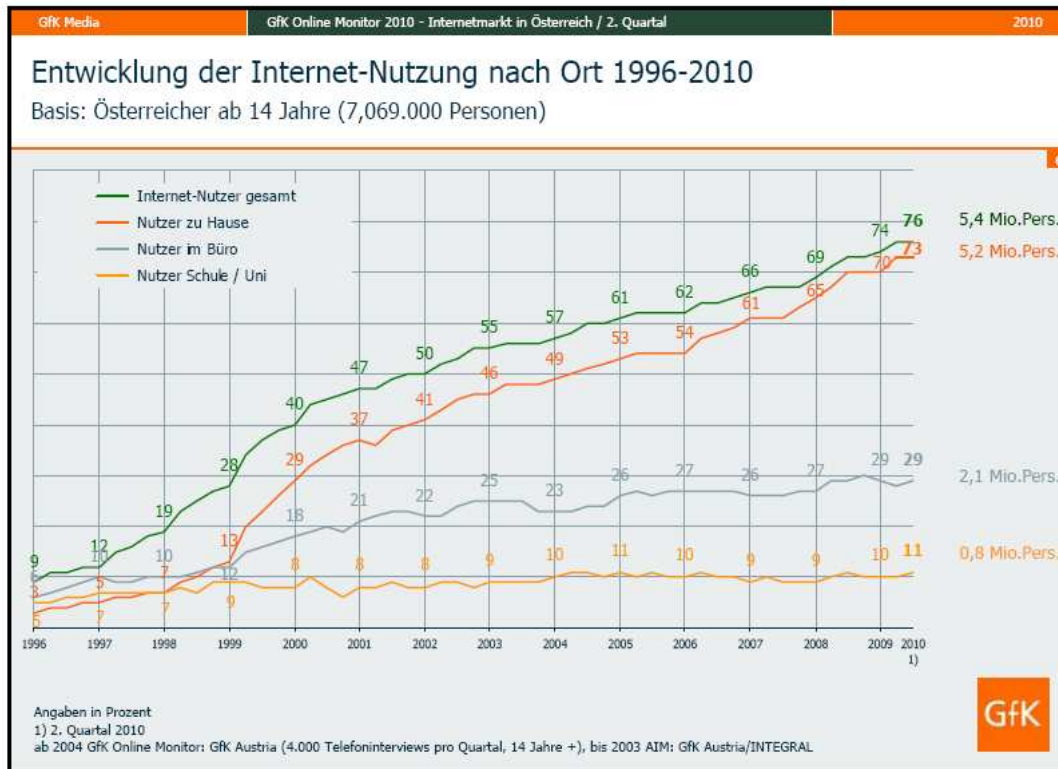


Abbildung 14: Entwicklung der Internetnutzung nach Ort 1996-2010

¹⁵ Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 23.02.2011)

In den Bundesländern verlief die Entwicklung der Internetnutzung gleichmäßig. Die Wiener nutzten das Internet am häufigsten mit 79%.¹⁶

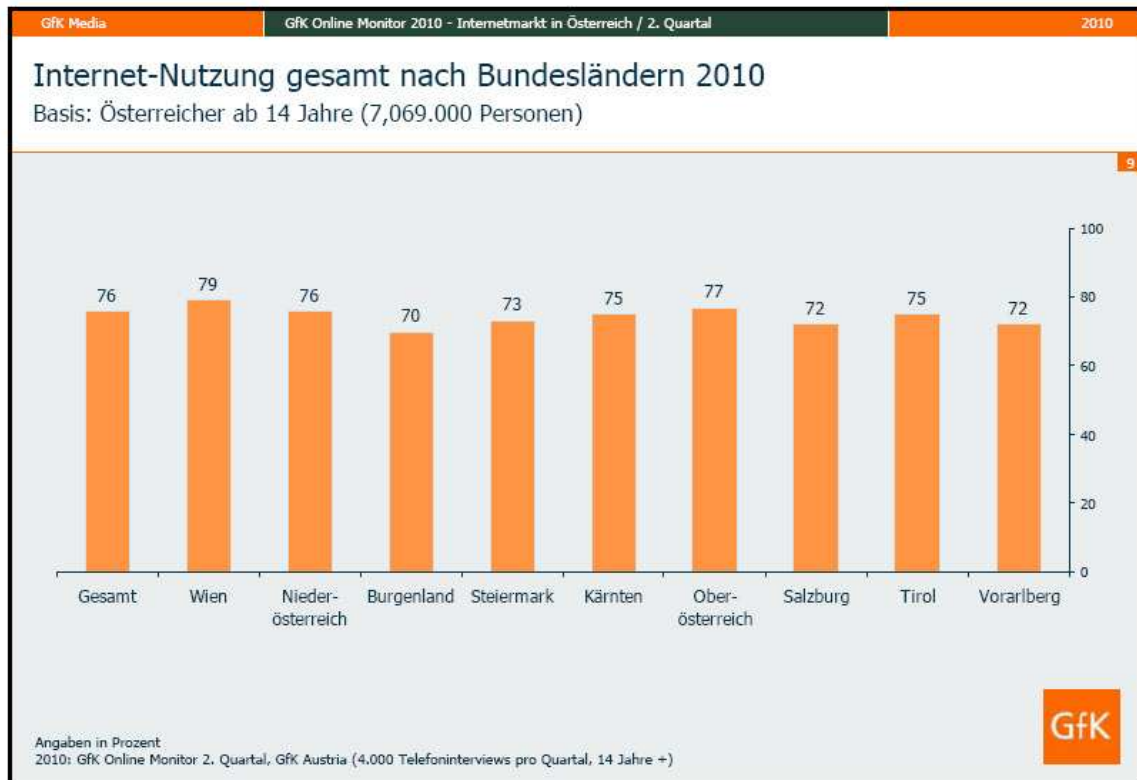


Abbildung 15: Internetnutzung gesamt nach Bundesländern 2010

¹⁶ Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 24.02.2011)

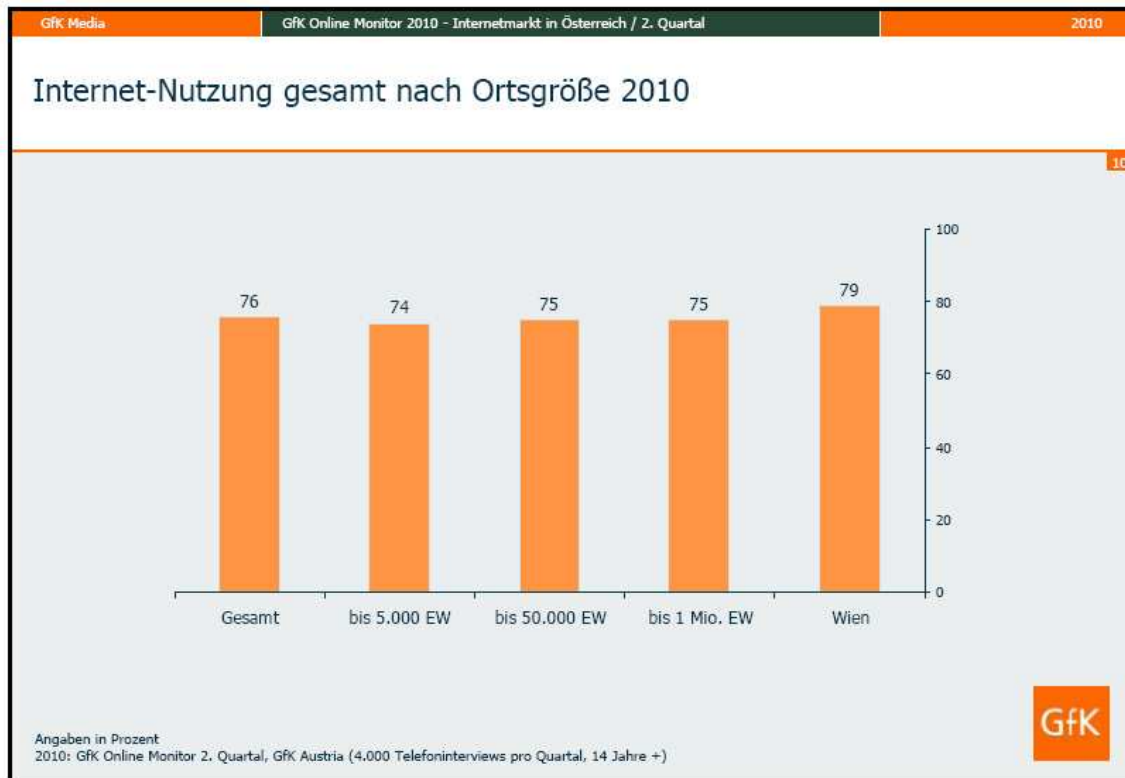


Abbildung 16: Internetnutzung gesamt nach Ortsgröße 2010

Bei der Bildung offenbaren sich Unterschiede der Befragten. Personen , mit einer Pflichtschulausbildung waren im zweiten Quartal 2010 mit 23%. Mit einer Fachschulausbildung waren es 48% und mit einer Matura oder Universitären Ausbildung waren es 29%. Es ist intressant bei dieser Studie zu sehen, wie sich die Nutzung nach Nettoeinkommen ändert. Je mehr die Leute verdienen, desto mehr wird auch das Internet genutzt.¹⁷

GfK Media | GfK Online Monitor 2010 - Internetmarkt in Österreich / 2. Quartal | 2010

Struktur der Internet-Nutzer - Schulbildung und HH-Nettoeinkommen 2000 und 2010

	Gesamtbevölkerung	Internet-Nutzer 4. Quartal 2000	Internet-Nutzer 2. Quartal 2010
Pflichtschule	26	22	23
Fachschule/Lehre	50	39	48
Matura/Universität	25	37	29
bis € 1.500,--	22	- *)	15
bis € 2.200,--	23	-	23
über € 2.200,--	38	-	46
keine Angabe	17	-	17

Angaben in Prozent, *) keine Vergleichsdaten
 2010 GfK Online Monitor: GfK Austria (4.000 Telefoninterviews pro Quartal, 14 Jahre +), 2000 AIM: GfK Austria/INTEGRAL

GfK

Abbildung 17: Struktur der Internetnutzer – Schulbildung und HH-Nettoeinkommen 2000 und 2010

¹⁷ Vgl. http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 24.02.2011)

2.2. VERBREITUNG DES INTERNETS IN DEUTSCHLAND

In diesem Kapitel möchte ich die Internetnutzung in Deutschland anhand zwei Institute näher erläutern.

Die Internetnutzung in Deutschland wächst immer weiter. Laut den Angaben des Statistisches Bundesamt Deutschlands haben im Jahr 2010 im ersten Quartal ab 10 Jahren 75% der gesamten deutschen Bevölkerung das Internet genutzt. Im Vergleich zum Vorjahr lag der Anteil noch bei 73%. Hier sieht man, dass die Internetnutzung auch in Deutschland in den letzten Jahren stark zugenommen hat.

Die Computernutzung hingegen, hat sich nur in einem Jahr um 2% erhöht. Im Jahr 2009 lag der Anteil noch bei 76%, im Jahr 2010 war der Anteil schon bei 78%.

In der unten angeführten Tabelle ist dies nochmal zu sehen:

Nutzung	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Angaben in %								
Computer	61	64	67	70	73	74	76	76	78
Internet	46	52	58	61	65	68	71	73	75

Tabelle 1: Private Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien

In der nächsten Tabelle sind die Werte über die Ausstattung von privaten Haushalten mit PC, Internetzugang und Breitbandanschluss zu sehen. Im Jahr 2010 hatten 80% der Haushalte einen Pc, 77% einen Internetzugang und 70% einen Breitbandanschluss.

Ausstattung	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Angaben in %								
PC	57	62	66	67	71	73	76	78	80
Internetzugang	43	51	57	58	61	65	69	73	77
Breitbandanschluss	50	60	70

Tabelle 2: Ausstattung privater Haushalte mit PC, Internetzugang und Breitbandanschluss

Interessanter wird es bei der täglichen Nutzung. Im ersten Quartal haben ab 10 Jahren 69 % der Frauen jeden oder fast jeden Tag im Internet gesurft, 22 % davon waren mindestens einmal in der Woche online und 9% waren mindestens einmal im Monat oder selten im Netz.

Im Vergleich zu den Männern konnten die Frauen dennoch die Männer bei der Nutzung überholen, sie haben im gleichen Quartal mit 78% abgeschnitten. 17% waren mindestens einmal in der Woche online und nur 6% haben das Internet mindestens einmal im Monat oder seltener verwendet.

Geschlecht	Jeden oder fast jeden Tag	Mindestens einmal in der Woche	Mindestens einmal im Monat oder seltener
	Angaben in %		
Personen ab 10 Jahren, die das Internet im ersten Quartal 2010 genutzt haben.			
Insgesamt	73	19	7
Weiblich	69	22	9
Männlich	78	17	6

Tabelle 3: Durchschnittliche Nutzung des Internets durch Personen

Wenn man die Nutzung nach den Altersgruppen betrachtet merkt man schnell, dass bei der jungen Generation zwischen 16-24 der höchste Anteil aufzeigt, nämlich mit 87%, die jeden oder fast jeden Tag online sind. Die Altersgruppe zwischen 25-44 ist die nächste, die mit 79% jeden Tag das Internet verwenden. Personen, mit dem Alter zwischen 45-64 zeigen einen Wert mit 69% auf und die 60+ Generation ist mit 58% schon gut voran. Die ganz junge Generation zwischen 10-15 Jahren schließen mit dem selben Ergebnis wie die 60+ Generation ab.

Altersgruppen	Jeden oder fast jeden Tag	Mindestens einmal in der Woche	Mindestens einmal im Monat oder seltener
	Angaben in %		
/ = Keine Angabe, da aufgrund der geringen Personenzahlen (weniger als 50 Personen) der Zahlenwert nicht sicher genug ist.			
Personen, die das Internet im ersten Quartal 2010 genutzt haben.			
Insgesamt	73	19	7
10 bis 15 Jahre	58	31	12
16 bis 24 Jahre	87	12	/
25 bis 44 Jahre	79	16	5
45 bis 64 Jahre	69	22	9
65 Jahre und älter	58	28	15

Tabelle 4: Durchschnittliche Nutzung

Betrachtet man die Ergebnisse nach Altersgruppen, ist der Anteil wieder bei der jungen Generation höher, mit 95% zwischen 16-24 Jahren beim E-Mail senden und empfangen, 84% beim Holen von Informationen aus dem Internet, aber mit 39% bei Onlinebanking. In der Altersgruppe von 25-44 Jahren liegt der Anteil bei 93% bei E-Mail, 94% bei Produktinformation und den höchsten Wert hat diese Zielgruppe beim Onlinebanking erreicht. Auch bei den Kindern/Jugendlichen zwischen 10-15 Jahren beträgt der Wert schon 73% bei E-Mail, 51% bei Information holen aus dem Internet über Waren. Interessant wird es bei der Generation 40 - 64 und 65+, die einen gleichen Anteil von 87% bei E-Mail aufweisen. 89% der Generation 40-64 holen Information über Waren und 49% verwenden das Internet für Onlinebanking. Die älteste Generation holt sich auch Produktinfos aus dem Internet und schließt mit dem Wert 84% ab und 42% bei Onlinebanking.

Altersgruppen	Senden und Empfangen von E-Mails	Informationen über Waren und Dienstleistungen	Internet-Banking/ Online-Banking
	Angaben in %		

() = Aussagewert eingeschränkt, da der Zahlenwert aufgrund der Personenzahlen (50 bis unter 100 Personen) statistisch relativ unsicher ist.

Personen, die das Internet im ersten Quartal 2010 genutzt haben.

Insgesamt	89	87	49
10 bis 15 Jahre	73	51	(3)
16 bis 24 Jahre	95	84	39
25 bis 44 Jahre	93	94	65
45 bis 64 Jahre	87	89	49
65 Jahre und älter	87	84	42

Tabelle 5: Personen mit Internetaktivitäten zu privaten Zwecken

Wenn die private Nutzung der Deutschen in Geschlechtern unterteilt wird, kommt man bei Senden und Empfangen von E-Mails auf das gleiche Ergebnis, bei der Produktinformation auf 86% bei Frauen und 88% bei Männer. 46% der weiblichen und 52% der männlichen Nutzer verwenden das Internet für Internetbanking, Onlinebanking. Beim letzten Punkt kann man annehmen, dass vielleicht der Vertrauen zu Onlinebanking noch nicht richtig existiert.

Geschlecht	Senden und Empfangen von E-Mails	Suche nach Informationen über Waren und Dienstleistungen	Internet-Banking/ Online-Banking
	Angaben in %		
Personen ab 10 Jahren, die das Internet im ersten Quartal 2010 genutzt haben.			
Insgesamt	89	87	49
Weiblich	89	86	46
Männlich	89	88	52

Tabelle 6: Internetaktivitäten¹⁸

Laut den Angaben einer bekannten Marktforschungsinstituts ARD/ZDF Onlinestudie Deutschlands haben im 2010 , 49 Millionen Menschen ab 14 Jahren das Internet genutzt, in Prozent entspricht das 69,4% der gesamten deutschen Bevölkerung. Auch hier hat die Internetnutzung im Vergleich zu den vergangenen Jahren stark zugenommen. In der unten angeführten Abbildung kann man die Entwicklung in Deutschland von 1997-2010 mitverfolgen. Hier kann man den Wachstum in den letzten Jahren richtig erkennen.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
in %	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7	65,8	67,1	69,4
in Mio.	4,1	6,6	11,2	18,3	24,8	28,3	34,4	35,7	37,5	38,6	40,8	42,7	43,5	49,0
Zuwachs in %	-	61	68	64	36	14	22	4	5	3	6	5	2	13

Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudie 1998 - 2010

Tabelle 7: Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2010

Wenn man sich die Verteilung der Geschlechter nach Onlinenutzung ansieht, kommt man auf ein Ergebnis bei den Männern im Jahr 2010 auf 75,5% und bei den Damen auf eine Prozentzahl von 63,5%.

Bei den Altersgruppen wird es spannend, da die Jugendlichen zwischen 14-19 Jahren mit 100,0% online waren. Nachfolgend ist die zweite Zielgruppe zwischen 20-29 Jahren, mit 98,4%. Bei der Altersgruppe von 30-39 Jahren liegt der Wert bei 89,9% und bei 40-49 Jahren bei 81,9%. Bei der älteren Generation zwischen 50-59 ist die Nutzung in einem Jahr um 1,5% gestiegen und beträgt somit eine Zahl von 68,9%. Bei der Generation 60+ wächst die Nutzung seit der letzten vier Jahren jährlich um einen Prozent.

¹⁸Vgl. http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Navigation/Statistiken/Informationsgesellschaft/Privat_eHaushalte/Tabellen.psmi (Zugriff am 05.04.2011)

Bei den Befragten in Deutschland waren 100% in einer Ausbildung, 82,4% berufstätig und 36,4 nicht berufstätig.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gesamt	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7	65,8	67,1	69,4
<i>Geschlecht</i>														
männlich	10,0	15,7	23,9	36,6	48,3	53,0	62,6	64,2	67,5	67,3	68,9	72,4	74,5	75,5
weiblich	3,3	5,6	11,7	21,3	30,1	36,0	45,2	47,3	49,1	52,4	56,9	59,6	60,1	63,5
<i>Alter</i>														
14-19 J.	6,3	15,6	30,0	48,5	67,4	76,9	92,1	94,7	95,7	97,3	95,8	97,2	97,5	100,0
20-29 J.	13,0	20,7	33,0	54,6	65,5	80,3	81,9	82,8	85,3	87,3	94,3	94,8	95,2	98,4
30-39 J.	12,4	18,9	24,5	41,1	50,3	65,6	73,1	75,9	79,9	80,6	81,9	87,9	89,4	89,9
40-49 J.	7,7	11,1	19,6	32,2	49,3	47,8	67,4	69,9	71,0	72,0	73,8	77,3	80,2	81,9
50-59 J.	3,0	4,4	15,1	22,1	32,2	35,4	48,8	52,7	56,5	60,0	64,2	65,7	67,4	68,9
60 +	0,2	0,8	1,9	4,4	8,1	7,8	13,3	14,5	18,4	20,3	25,1	26,4	27,1	28,2
<i>Berufstätigkeit</i>														
in Ausbildung	15,1	24,7	37,9	58,5	79,4	81,1	91,6	94,5	97,4	98,6	97,6	96,7	98,0	100,0
berufstätig	9,1	13,8	23,1	38,4	48,4	59,3	69,6	73,4	77,1	74,0	78,6	81,8	82,3	82,4
Rentner/nicht berufstätig	0,5	1,7	4,2	6,8	14,5	14,8	21,3	22,9	26,3	28,3	32,0	33,6	34,7	36,4

Quelle: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudie 1998 - 2010

Tabelle 8: Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2010

Die genutzten Anwendungen in Deutschland sahen im Jahr 2010 folgendermaßen aus:

In der Abbildung sind mehrere Anwendungen, ich werde nicht alle beschreiben, da es schon in der Tabelle übersichtlich dargestellt wurde.

Auch bei der anderen Studie und jetzt bei der ARD/ZDF Studie zählt das E-Mail zu den meist genutzten Anwendungen im Internet. Im Jahr 2010 waren es insgesamt 87% Männer und 80% Frauen die diese Möglichkeit genutzt haben. Bei der jungen Generation ab 14-29 Jahren ist die Verteilung fast gleich, unterscheidet sich nur um einen Prozent.

Suchmaschinen sind auch sehr beliebte Anwendungen im Internet, gesamt nutzten es 83% der deutschen Befragten. Zielgerichtet nach Produkte suchen über bestimmte Angebote sich informieren, haben insgesamt 47% verwendet. 44% waren diejenigen, die das Internet einfach so zum surfen nutzen und 33% verwenden es für Homebanking.

	Gesamt	Männer	Männer 14-29 J.	Frauen	Frauen 14-29 J.
E-Mails senden und empfangen	84	87	91	80	92
Suchmaschinen nutzen	83	88	93	78	92
zielgerichtet bestimmte Angebote suchen	47	51	45	43	45
einfach so im Internet surfen	44	49	59	38	51
Homebanking	33	39	29	27	26
Onlinecommunitys nutzen	32	30	64	35	73
Instant Messaging	29	31	68	26	55
Gesprächsforen, Newsgroups, Chats	19	20	48	17	36
Download von Dateien	18	23	33	12	18
Onlinespiele	13	15	31	11	18
live im Internet Radio hören	12	15	17	8	12
Musikdateien aus dem Internet	11	14	33	8	16
RSS-feeds/Newsfeeds	11	13	23	9	11
Video/TV zeitversetzt	8	9	13	6	14
Onlineauktionen	7	9	5	6	5
Onlineshopping	6	7	7	4	6
live im Internet fernsehen	5	6	9	4	8
Buch- und CD-Bestellungen	4	5	7	4	3
andere Audiodateien aus dem Internet	3	5	12	1	3
Kontakt-/Partnerbörsen	3	3	4	3	5
Audio/Radiosendungen zeitversetzt	3	4	5	2	2
Audiopodcasts	2	2	3	1	2
Videopodcasts	1	2	2	1	1
Tauschbörsen	1	2	6	0	1

Basis: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren (2010: n=1252).
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2010

Tabelle 9: Genutzte Onlineanwendungen 2010, wöchentliche Nutzung

In dieser Tabelle ist nochmal die Onlinenutzung nach Altersgruppen gegliedert, werde nicht ins Detail gehen, da von der Tabelle ersichtlich ist und ich im vorigen Teil schon darauf eingegangen bin.

	Gesamt	14-19 J.	20-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
E-Mails versenden und empfangen	84	90	92	83	75
Suchmaschinen nutzen	83	96	90	84	72
zielgerichtet bestimmte Angebote suchen	47	39	49	54	39
einfach so im Internet surfen	44	58	54	43	32
Homebanking	33	11	37	40	30
Onlinecommunitys nutzen	32	79	62	22	7
Instant Messaging	29	81	51	18	8
Gesprächsforen, Newsgroups, Chats	19	63	30	12	3
Download von Dateien	18	32	22	15	14
Onlinespiele	13	28	22	9	6
live im Internet Radio hören	12	11	16	12	8
Musikdateien aus dem Internet	11	38	17	7	2
RSS-feeds/Newsfeeds	11	21	15	10	6
Video/TV zeitversetzt	8	18	11	7	2
Onlineauktionen	7	5	5	11	4
Onlineshopping	6	5	7	7	3
live im Internet fernsehen	5	9	8	3	4
Buch- und CD-Bestellungen	4	3	6	5	3
andere Audiodateien aus dem Internet	3	9	7	2	0
Kontakt-/Partnerbörsen	3	7	3	4	1
Audio/Radiosendungen zeitversetzt	3	3	4	3	2
Audiopodcasts	2	4	2	1	2
Videopodcasts	1	4	0	1	0
Tauschbörsen	1	3	3	1	0

Basis: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren (2010: n=1252).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2010

Tabelle 10: Onlinenutzung nach Altersgruppen 2010, mindestens einmal wöchentliche Nutzung

Zu den häufig genutzten Onlineinhalten zählen vor allem aktuelle Nachrichten, welche mit 58% abgeschnitten haben und natürlich auch aktuelle Serviceinformationen, wie Wetter, Verkehr. Hier ergab sich bei der Studie 2010 in Deutschland eine Prozentanzahl von 51. Die generelle Informationsholung aus dem Internet in dem Bereichen aus der Wissenschaft, Forschung, Bildung, Freizeit, Kulturbereich, Sport, etc. ist unter der deutschen Bevölkerung wichtig und Nutzungswert. In der Übersicht sind die Zahlen detailliert eingetragen, man erkennt überall einen Wachstum des Vorjahres oder eine Senkung zwischen 1-6%.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
aktuelle Nachrichten (Geschehen in Deutschland, Ausland)	47	45	46	52	59	58
aktuelle Serviceinformationen (Wetter, Verkehr)	43	37	42	47	47	51
Freizeitinformationen/Veranstaltungstipps	44	40	45	50	43	49
Informationen aus Wissenschaft, Forschung, Bildung	44	42	46	44	45	48
aktuelle Regionalnachrichten/-Informationen	42	38	36	40	47	45
Informationen aus dem Kulturbereich	33	36	35	34	35	37
Sportinformationen	29	29	32	34	37	36
Verbraucher- und Ratgeberinformationen	34	31	38	37	37	33
Unterhaltungsangebote ¹⁾	10	7	30	25	25	22
Informationen zu Wirtschaft und Börse	24	21	25	24	32	26

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2004 - 2010

Tabelle 11: Häufig/gelegentlich Genutzte Onlineinhalte 2005 bis 2010

Die durchschnittliche Verweildauer der deutschen Befragten pro Woche beträgt bei Frauen im Jahr 2010 115 Minuten und bei den Männern liegt der Wert bei 154 Minuten. Bei der Altersgruppe von 14-19 Jahren ist der Wert 157 Minuten und ab 30-49 Jahren sind die Befragten 134 Minuten online und ab 50 Jahren haben die Deutschen 115 Minuten pro Woche das Internet genutzt.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Gesamt	138	129	123	119	118	120	136	136
Männer	161	149	134	139	133	137	148	154
Frauen	110	102	108	93	102	101	122	115
14-29 J.	162	168	152	150	155	159	180	157
30-49 J.	140	115	123	116	112	115	130	134
ab 50 J.	98	95	82	89	88	84	97	115

Ab 2010: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren (2010: n=1252).
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2004 - 2010

Tabelle 12: Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung 2002 bis 2010

Diese Tabelle zeigt , welche Geräte zur Nutzung des Internets verwendet werden nach Geschlecht und Altersgruppen aufgeteilt.

Gesamt nutzen 76% der Befragten das Internet über einem Computer bzw. über einem PC. 51% hatten Zugang zum Internet über einen Laptop und 8% verwendeten ein Handy für die Internetnutzung, 4% bekam das Iphone und 3% wurde zugeordnet in ein anderes Smartphone.

	Gesamt	Männer	Frauen	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.
Computer bzw. PC	76	76	75	71	77	78
über einen Laptop	51	51	50	61	48	43
Handy (netto)	8	11	5	13	8	2
<i>iPhone</i>	4	4	3	7	4	1
<i>anderes Smartphone</i>	3	4	1	4	3	1
<i>"normales" Handy</i>	2	2	1	3	1	1
Spielekonsole	2	3	1	5	1	0
elektrischer Organizer	1	2	0	1	2	0
MP3-Player	1	1	2	3	1	0
Fernseher	0	0	0	0	0	1
ein anderes Gerät	0	0	0	0	0	0

Basis: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=1252).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2010

Tabelle 13: Genutzte Internetzugänge 2010 nach Geschlecht und Alter

Bevor ich mit den Statistiken der ARD Studie Deutschland fertig werde, möchte ich noch kurz die Angaben zur Mobilien Nutzung erläutern. Hier waren es gesamt 13% im Jahr 2010, die über ein Mobiltelefon das Internet genutzt haben.

Gesamt	13
Männer	16
Frauen	10
14-19 J.	21
20-29 J.	16
30-39 J.	15
40-49 J.	13
50-59 J.	9
ab 60 J.	4

Basis: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahre in Deutschland (n=1252).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2010

Tabelle 14: Mobile Onlinenutzung 2010¹⁹

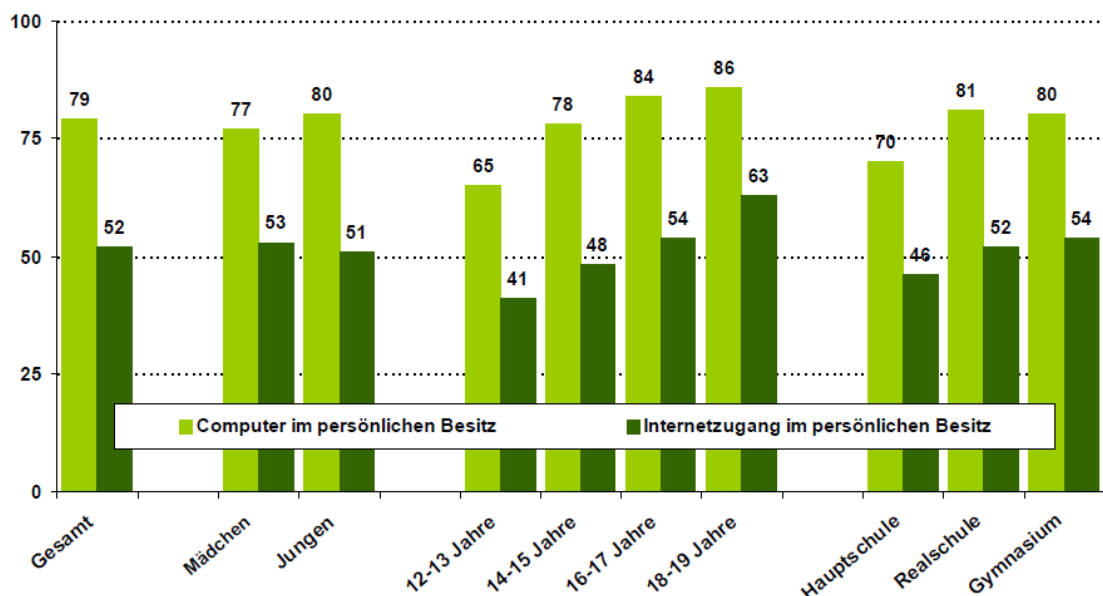
¹⁹Vgl. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/> (Zugriff am 08.04.2011)

2.3. INTERNETNUTZUNG UNTER JUGENDLICHEN

Seit den letzten Jahren hat ein Medienwandel unter den Jugendlichen stattgefunden, dass neue Möglichkeiten für die junge Generation eröffnet hat. Das Computer und Internet haben eine zentrale Rolle im Leben vieler Jugendlichen eingenommen. Durch die Entwicklung der neuen Technologien wird die Jugend digitaler und es entstehen immer wieder neuere Erweiterungen im Internet. Somit wird die Internet und Computernutzung unter Jugendlichen immer beliebter und zählt heute zum alltäglichen Medium Jugendlicher. In diesem Kapitel werde ich die Internetnutzung mit dem Aspekt der Jugendlichen nach der JIM STUDIE 2010, Deutschland erfassen.

Laut den Angaben der JIM STUDIE 2010 wächst die Jugend mit dem Computer und Internet auf. Es sind fast alle Haushalte bereits mit Computer (100%) und mit einem Internetanschluss (98%) ausgestattet. 79% der Jugendlichen zwischen 12 bis 19 Jahren hatten im Jahr 2010 einen Computer oder einen Laptop. Hier lassen sich kaum geschlechtsspezifische Aspekte unterscheiden, da Mädchen und Buben auf der gleichen Ebene sind. Bei den Haushalten gibt es keine Unterschiede, aber beim Besitz des Computers zeigen sich Differenzen. 70% der Jugendlichen mit einem Hauptschulabschluss besitzen einen eigenen Computer oder einen Laptop. Bei Realschüler oder Gymnasiasten liegt der Prozentanzahl bei 80% und 81%. Die Internetnutzung im persönlichen Besitz zeigt auch bildungsspezifische Unterschiede. Hier beträgt der Anteil der Hauptschülern bei 46%, bei Realschüler bei 52% und bei Gymnasiasten liegt der Wert bei 54%.

Computer- und Internetbesitz Jugendlicher 2010



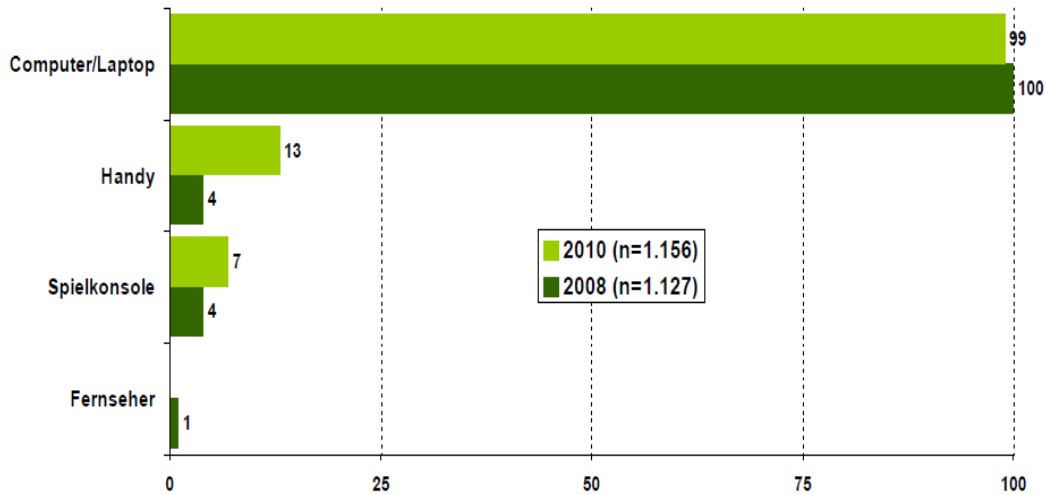
Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Abbildung 18: Computer und Internetbesitz Jugendlicher 2010

Die Abbildung zeigt die Medien, die in den letzten 14 Tagen für das Internet unter Jugendlichen genutzt wurden. Mit 99% liegt der Wert bei Computer und Laptop. Im Handybereich gab es seit 2008 eine Steigerung von 10%.

In den letzten 14 Tagen für Internet genutzte Medien



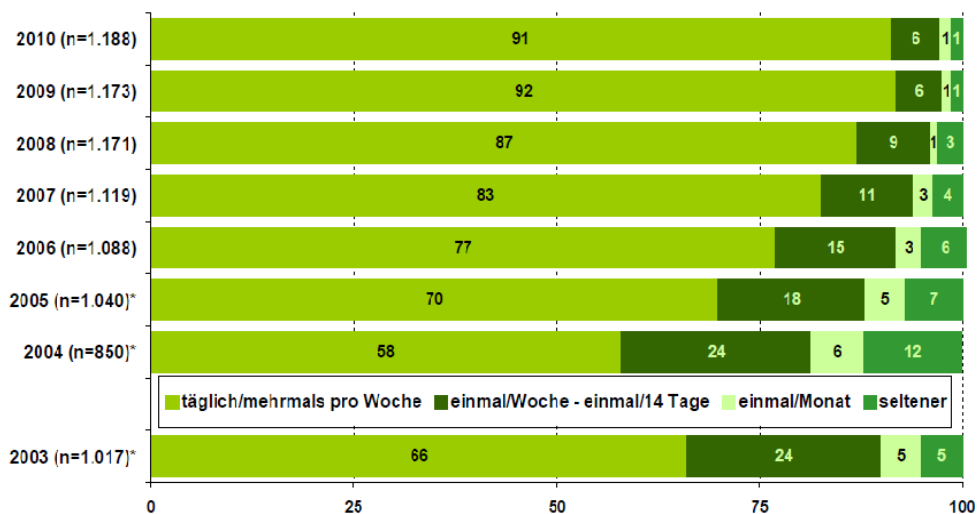
Quelle: JIM 2010, JIM 2008, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die mind. einmal in den letzten 14 Tagen Internet nutzten

Abbildung 19: Nutzungsorte der Jugendlichen

Die tägliche Nutzung der Jugendlichen zwischen 12 bis 19 Jahren beträgt im Jahr 2010, 91%. 6% der befragten Jugendlichen sind nur einmal pro Woche oder einmal in 14 Tagen online. Nur 1% sind einmal im Monat und die anderen 1% sind selten im Internet.

Internet: Nutzungsfrequenz 2003 - 2010



* bis 2005: einmal pro Woche/mehrmals im Monat

Basis: Internet-Nutzer

Quelle: JIM 2010 - JIM 2003, Angaben in Prozent

Abbildung 20: Tägliche Internetnutzung

Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung

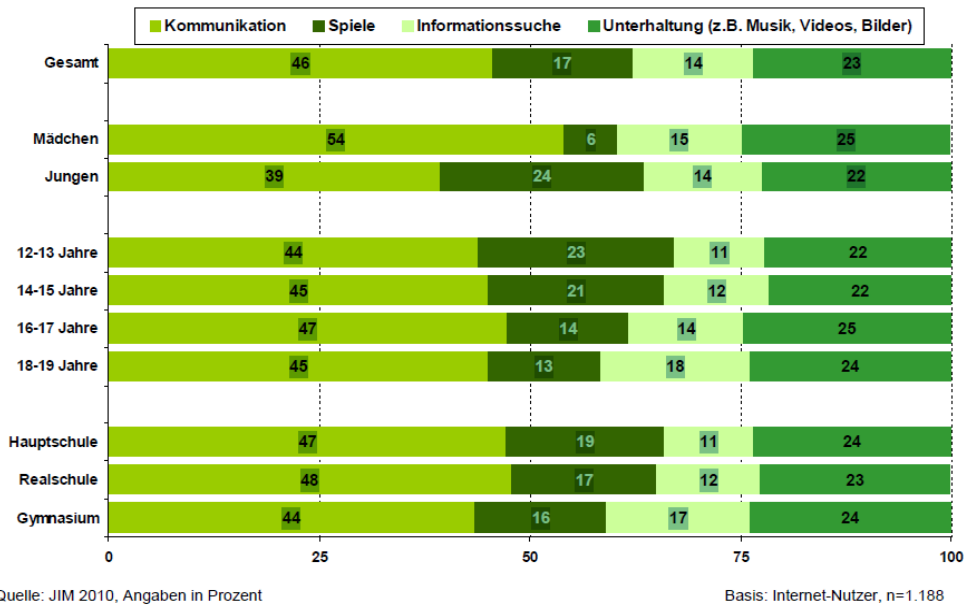


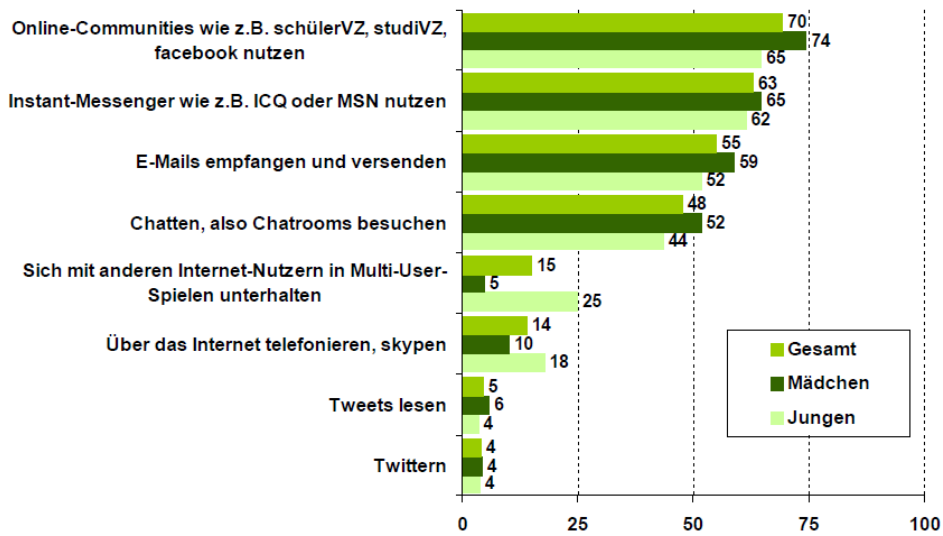
Abbildung 21: Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung

Bei den Nutzungsinhalten teilen sich die Befragten unter folgende Bereiche: Kommunikation (dazu zählen Chat, E-Mail, Instant Messenger, Communities), Spiele, Informationssuche und Unterhaltung (z.B. Musik, Videos, Bilder).

46% der gesamt befragten Jugendlichen fallen in den Bereich Kommunikation ein, 17% zählen zu den Spielen, 13 % wird zur Unterhaltung und 14% zur Informationssuche zugeordnet. Geschlechtsspezifische Unterschiede lassen sich im Bereich Kommunikation und Spiele zeigen, hier überholen die Mädchen mit 54% die Jungen (39%). Im Spielebereich sind die mit 24% die Jungen vorne.

Wenn man nach Altersgruppen die Bereiche sich anschaut, merkt man, dass die Nutzung der Kommunikation in jedem Alter das zentrale Thema bleibt. Dazu zählen unter anderem Social Network Plattformen wie SchülerVZ oder Facebook. 74% der Mädchen nutzen die Online Communities und 65% der Jungen. Messenger oder ICQ nutzen 65% der Mädchen und 62% Buben. Die E-Mail Kommunikation spielt auch eine wesentliche Rolle bei der Nutzung der Jugendlichen und zählt zur alltäglichen Verwendung, hier liegt der Anteil der Mädchen bei 59% und der Anteil der Jungen bei 52%. Etwas weniger liegt der Gesamtanteil beim Chatten in Chatrooms (48%). Bei der Nutzung von Spielen sind die Jungen bei 25%, bei den Mädchen beträgt der Wert bei 5%. Hier kann man sagen, dass die Kommunikationsmöglichkeiten meist von den Mädchen und die Spiele meist von den jungen Männern genutzt wird.

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt Kommunikation - täglich/mehrmals pro Woche -

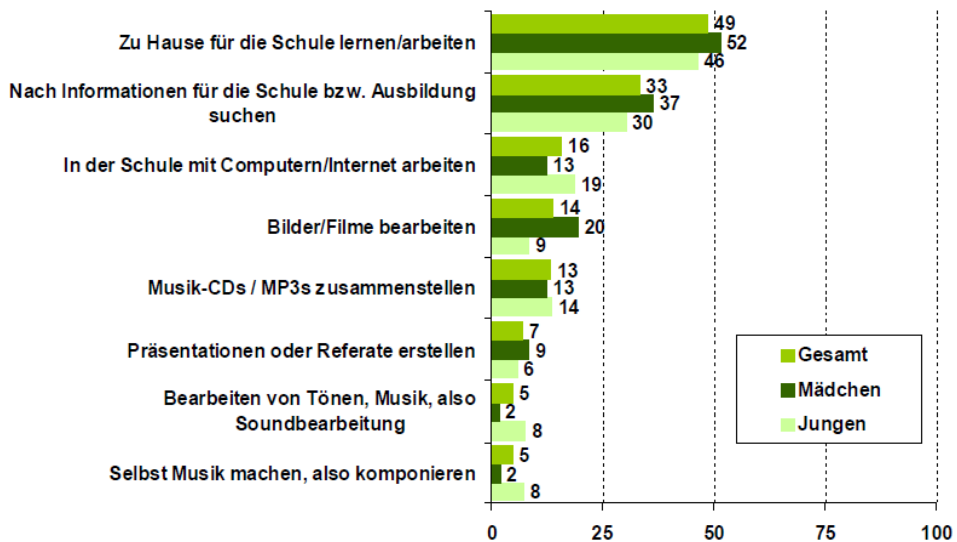


Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Abbildung 22: Kommunikation im Internet

Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: Schule/Freizeit - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Abbildung 23: Tätigkeiten im Internet -Schule/Freizeit

An erster Stelle der Tätigkeiten im Internet/am Computer für die Schule bzw. Freizeit ist der Punkt zu Hause für die Schule lernen/arbeiten zuzuordnen. Fast die Hälfte der befragten Jugendlichen mit 49% lassen sich hier eingliedern. 33% der gesamten

Jugendlichen suchen im Internet nach Informationen für die Schule bzw. für die Ausbildung. 17% arbeiten in der Schule mit dem Computer und dem Internet. Wenig verbreitet ist das Erstellen von Präsentationen und Referaten, mit 7%. Bildbearbeitung, Musik CDS erstellen, Bearbeitung von Tönen, selbst Musik komponieren liegen im unteren Bereichen und zählen nicht zur häufigen Nutzung von den Jugendlichen.²⁰

2.3.1 NUTZERTYPEN

Im weiteren Teil möchte ich die fünf Nutzertypen der Jugendlichen anhand der Eigenschaften charakterisieren.

Nutzer Typ - Einkaufs-Affinen

Diese Nutzergruppe wird durch die Vorliebe für Einkäufe im Internet, Produktinformation über dem Internet und durch das Surfen auf diversen Einkaufsseiten charakterisiert.

74% der Jungen gehören zur Einkaufs-Affinen. Bei dieser Gruppe ist die Computernutzung und Internetnutzung an erste Stelle gereiht. Die Gefahren, die durch dem Internet entstehen können, sind für diese Zielgruppe uninteressant. 62,1% haben keine Angst einen Virus auf dem Computer zu bekommen und 61,2% haben keine Angst auf perverse Seiten zu kommen oder über das Internet belästigt zu werden. 38,2% vertrauen den Onlineseiten und kaufen mindestens einmal im Monat über das Internet ein. Diese Gruppe hat eine sehr große Anzahl an Freunden und Bekanntschaften, die nur übers Internet verknüpft und gepflegt wurde (17) und der Wert bei den guten Freunden liegt bei 21. Unter den Nutzertypen sind die Einkaufs-Affinen jene, die mehr als 4 Jahren Interneterfahrung mit sich bringen.

Nutzer Typ - Internet Euphoriker

Der Großteil dieser Nutzergruppe besteht aus weiblichen Jugendlichen. Die Nutzer sind mehrmals pro Woche online und zählen zu den häufigsten Nutzer mit 78,2%. Diese Gruppe ist stark ausgeprägt für Beziehungen im Internet zu pflegen, Blogs und Foren zählen dazu. Infosuche, Einkaufen, Newsgroups sind nicht der Trend bei diesem Nutzertyp. 52,2% der Nutzer lesen mehrmals pro Woche in einem Blog und 66,6% benutzen die Blogs einmal in der Woche. Zwei Drittel dieser Nutzergruppe können auf Internet nicht verzichten. Die meisten stellen Inhalte, wie Musik, Videos, Fotos, Eintragungen z.B. auf Social Network Seiten. Dazu zählen 10,3% zu Facebook User, 83,1% zu Netlog und 16,7% zu MySpace. Internet Euphoriker haben mehr als vier Jahren Interneterfahrung. Hier ist die gepflegte Freundschaft über dem Internet (32) ausschlaggebend, da im Vergleich zu den Einkaufs-Affinen die Anzahl der Freundschaften über dem Internet höher ist, als die Anzahl der normalen Freunde (21). Daraus kann man behaupten, dass dies durch die starke Nutzung von Social Network Seiten zur Stande kommt.

²⁰ Vgl. <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf> (Zugriff am 10.04.2011)

Nutzer Typ - Durchschnittsnutzer

Auch hier ist die Mehrheit der Nutzer vom Geschlecht her weiblich. Bei der täglichen Internetnutzung weist diese Gruppe einen kleinen Anteil auf, mit 32,7% aber hingegen einen Anteil mit 47,7%, die das Internet mehrmals in der Woche nutzen. Der Name Durchschnittsnutzer wird durch die durchschnittliche bis unterdurchschnittliche Internetnutzung gekennzeichnet, wobei die Faktoren wie Blogs/Foren, Inhalte einstellen, Einkaufen nicht so geprägt sind. Aber das E-Mail zählt bei diesem Nutzertyp als ein wichtiger Faktor. Interessant wird es bei den Nutzungszahlen zu den Social Network Seiten: Netlog nutzen 33,2%, MySpace 2,6% und 48,5% sind bei keiner Seite angemeldet und zeigen einen hohen Anteil bei der Nichtnutzung von Social Networks ein. Durchschnittlich haben die Durchschnittsnutzer 15 gute Freunde und 14 Freundschaften, die sie über dem Internet kennengelernt haben. Diese Nutzergruppe zählen mit 3 1/2 Jahren zu den unerfahrensten Nutzern, bei einem Problem im Internet wenden sie sich an ihren Eltern.

Die Vielseitigen

Dieser Nutzertyp ähnelt dem Nutzertyp Internet Euphoriker. Der Unterschied ist der, dass der Anteil der Internetnutzung bei den Vielseitigen mehr ist, als die Nutzung bei Internet Euphoriker. Der Großteil der Nutzer sind Buben mit 59,3%. Blog und Foren Affinität ist bei dieser Nutzertyp sehr schwach. Bei dem Faktor Einkaufen zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede, 73,6% allen männlichen Jugendlichen kaufen im Internet ein und nur 40% der Mädchen tun dies. Newsgroups, E-Mails, Spiele, Videos zählen zu den Nutzungsmöglichkeiten dieser Gruppe. 46,7% der Jugendlichen nutzen hier das Internet. Social Seiten sind auch hier ein beliebter Faktor. 6,7% sind auf Facebook angemeldet, 76% bei Netlog und 6,8% bei MySpace. Durch das starke Kommunikationsinteresse im Internet, pflegen sie auch sehr viele Onlinekontakte. Insgesamt haben die Vielseitigen 22 gute Freunde und 34 Freundschaften aus dem Internet. Mit fünf Jahren Erfahrung mit dem Internet zählen die Vielseitigen zum erfahrenen Nutzertypen. Die Vielseitigen wenden sich an ihre Freunde, falls im Internet ein Problem besteht.

Nutzer Typ-Infosucher

Nur 13% der Jugendlichen, die sich als Infosucher kennzeichnen, nutzen das Internet einmal pro Woche oder seltener. Neue Kontakte, Beziehungen übers Internet zu pflegen spielt bei diesem Nutzertyp keine Rolle. Die Infosuche, das Entdecken von neuen Informationen im Internet ist der wichtiger Nutzungsfaktor dieser Gruppe. Newsgroups sind auch sehr beliebt, aber Faktoren wie Spiele, Filme und Videos sind für den Nutzertyp uninteressant. 31,9% wollen nicht auf das Internet verzichten. Die meisten Jugendlichen aus dieser Nutzergruppe fürchten sich vor den Gefahren des Internets. Da sie drei Jahre Interneterfahrung mit sich bringen, können die Ängste damit abhängen. Sie zählen zu den unerfahrensten Nutzer aller Nutzertypen. Bei einem Problem im Internet wenden sie sich an ihre Eltern. Im Durchschnitt haben die Infosucher mit 16 guten Freunden und 8 Freundschaften, die sie im Internet pflegen. Durch die Tatsache, dass sie keine Beziehungen über das Internet verknüpfen, haben sie auch die geringe Anzahl an Online Kontakten.

In der unten angeführten Abbildung ist eine Gesamtübersicht über die Einstellungen zum Internet der fünf Nutzertypen zu sehen.

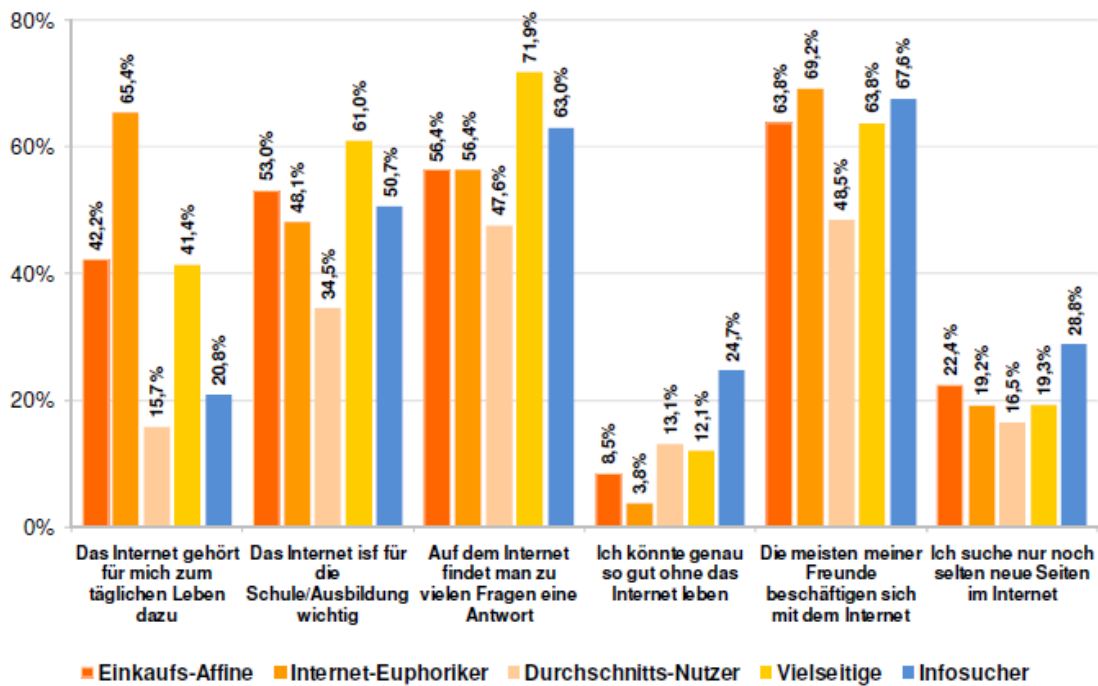


Abbildung 24: Einstellungen zum Internet nach Nutzertypen²¹

²¹ Vgl. <http://www.blackblog.ch/wp-content/uploads/Internetnutzung-von-Jugendlichen-Version-online.pdf> (Zugriff am 13.04.2011)

3. MOBILE INTERNETNUTZUNG

Die Technologie der Mobilen Welt hat sich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt. Internet und Mobilkommunikation wachsen als ein ganzes vernetztes Medium hin, welches in den letzten Jahren nicht einander ersetzt sondern ergänzt hat.

Das Handy zählt heute zu einem unverzichtbaren Medium, das in allen Bereichen und Branchen von allen Menschen weltweit verwendet wird. Anfang der 90er waren Handys noch für uns ein Luxus, da sie damals nicht so verbreitet und sehr teuer waren und sich nicht jeder leisten konnte. Früher waren die Handys auch nicht so stylisch, handlich und vom Betriebssystem her so angenehm und kundenorientiert.

Jetzt hingegen, haben viele Menschen schon ein Handy, vielleicht sogar zwei, eins mit einem anderen Betriebssystem und eins mit einer anderen. Je nach Lust und Laune und nach Vertragsvereinbarungen der Mobilfunkanbieter nutzen die Menschen die Möglichkeiten des Mobiltelefons aus. Bester Netz, bester Preis, bester Formfaktor des Gerätes, beste Angebote zählen zu den Wünschen des Kunden, worauf auch viele österreichische und deutsche Mobilfunkanbieter eingehen. Die Menschen sind auch richtige Verfolger, da sie jede Neuerungen in der Mobilkommunikation mit verfolgen und das auch gleich haben wollen.

Handys verbinden uns mit Menschen, dienen zur Navigation und Kreditkarte, machen uns das Leben viel einfacher. Mit diversen Applikationen, die auf den Handys installiert werden, kann man Musik hören, täglich Nachrichten verfolgen, Spiele spielen, Einzahlungen durchführen, über dem Handy einkaufen, auf Social Network Seiten online sein und natürlich vieles mehr. Wir können immer und ortsunabhängig überall verbunden und online sein.

Die Internetnutzung am Mobiltelefon ist zu unserem Accessoire zu unseren Must Haves geworden. Egal wo wir uns befinden, ob in der U-Bahn, Straßenbahn, Büro, etc. nutzen wir die mobile Technologie aus. Sie sind wie kleine PCs, das mit schnellem Internet, großen Display das Surfen für den Nutzer leichter machen.

Mit Ipone hat die Bewegung in der Mobilbranche richtig Schwung genommen und nachdem entstanden auch die richtigen Mobilnutzer. Gutes, schnelles Betriebssystem, das auch gratis und kostenpflichtige gute Applikationen anbietet hat das Interesse der Kunden erweckt. So tendierten mehr und mehr Menschen vor allem die junge Generation auf die Mobiltelefone und nutzten das mobile Internet. Durch das Iphone entstanden viele Konkurrenten und viele österreichische und deutsche Mobilfunkanbieter versuchen jetzt das Beste für einen besten Preis im besten Netz zu verkaufen. Da ich selber auch in der Mobilfunkbranche tätig bin, merke ich wie schnell es zu Änderungen in der Entwicklung der Mobiltelefone kommt.

In Österreich waren laut den Angaben der Austrian Internet Monitor im ersten Quartal des Jahres 2010 ,92% der Österreicher und Österreicherinnen ab 14 Jahren hatten ein eigenes Mobiltelefon. Das entspricht eine Zahl von 6, 5 Millionen Menschen.²² Diese Technologie hat viele Menschen erreicht, das mit der zunehmenden Neuigkeiten wächst und in der Zukunft auch immer mehr wachsen wird.

²²Vgl. http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?internet/internet_aim.htm (Zugriff am 05.04.2011)

3.1 TOMORROW FOCUS Netzwerk Studie - Deutschland 2011

Im Jänner 2011 wurden im TOMORROW FOCUS Netzwerk 5.537 Personen zur mobilen Internetnutzung gefragt und im Bezug auf die deutsche Bevölkerung wurde das näher erläutert. Ich werde die wichtigsten Punkte zusammenfassen und den mobilen Markt durch die Statistiken näher erläutern.

Wie in der Einleitung schon erwähnt hat fast jeder zweiter schon ein Mobiltelefon mit Internetzugang.

90% der Befragten in der TOMORROW Studie nutzten im Februar 2011 ein Mobiltelefon. Im Jahr 2010 im Sommer waren es noch 88,4%. Das entspricht einem Wachstum von 1,8%.

Auf die Frage, ob sie das mobile Internet am Mobiltelefon nutzen, antworteten 28,2% der Befragten mit Ja und 73,8% mit Nein.

22% der Teilnehmer nutzen das Handy für irgendwelche Internetseiten aufzurufen und 18,7% verwendeten das Mobiltelefon für E-Mail versenden und empfangen. Da die Applikationen auf den Handys eine große Rolle bei der mobilen Nutzung spielen, waren es 17,9% der Befragten welche die kostenlose Apps und 11,1%, welche die kostenpflichtige App verwendeten.

Es gibt mehrere Gründe, wieso man das mobile Internet am Handy nicht nutzt. Einerseits meinen die Personen, dass die Nutzung am Handy sehr teuer, unkomfortabel ist, andere haben kein Interesse sind sich unsicher oder haben keinen Internetzugang.

Knapp 60% der Teilnehmer sind mindestens täglich mobil im Internet, die Nutzung in Vergleich zu den anderen Monaten ist gestiegen. Nach den Angaben der Studie, hat sich gezeigt, dass die Mobile Nutzung stark in den Öffentlichen Verkehrsmittel zwischen 9 Uhr bis 20 Uhr genutzt wird. Aus dieser Studie kommt hervor, dass die mobile Nutzung eher unterwegs genutzt wird. Kommunikation, Nachrichten, Wissen und Information aneignen sind die beliebtesten Nutzungszwecke der Befragten.

49,3% der Befragten nutzen das mobile Internet für Zeitvertrieb und 44,6 für Zeitersparnis, 40,2 % um aktuelle Nachrichten zu verfolgen, 29% der Nutzer um Informationen zu holen, 4,6% suchen nach dem Weg im Internet und 4% nutzen das Internet mobil, weil es auch andere tun.

Die Geschlechterverteilung bei der mobilen Internetnutzung sieht folgendermaßen aus: 17 % weiblich und 83% männlich. Hier haben die Männer einen wesentlichen Vorsprung als die Frauen. 80% der Mobilnutzer sind zwischen 19 bis 49 Jahre alt.

Die meisten mit 65,5% der Nutzer sind berufstätig, 25% in einer Ausbildung. Bei der Frage, welcher Schulabschluss, wurde eine Prozentanzahl von 31,3% bei Universitätsabschluss/Hochschulabschluss erfasst, welche den höchsten Wert in dieser Frage aufzeigt.²³

²³Vgl. http://www.tomorrow-focus-media.de/uploads/tx_mjstudien/Mobile_Effects_2011_01.pdf (Zugriff am 05.04.2011)

4. GEFAHREN DES INTERNETS

Heute hat das Internet eine bestimmte Funktion im Leben vieler Menschen eingenommen und an Bedeutung gewonnen.

Immer mehr und mehr Menschen verbringen ihre Zeit mit dem weltweiten Netz und nutzen die Möglichkeiten des Internets, um sich zu informieren, Informationen auszutauschen, neue Kontakte zu verknüpfen, sämtliche Einkäufe, Buchungen, Rechnungen online zu machen und natürlich vieles mehr.

Das Internet ist ein modernes Medium, das vieles für uns im Leben einfacher macht, aber leider auch von vielen Menschen missbraucht wird. Das Internet verbirgt nicht nur gute Sachen und viele Möglichkeiten, sondern auch unzählige Gefahren und Risiken, die nicht zu unterschätzen sind.

Man kann die negativen Auswirkungen des Internets aus verschiedenen Gesichtspunkten ansehen. Kinderpornos, illegale Machenschaften (wie Musik, Software aus verschiedenen Seiten herunterzuladen), Hacker, die verschiedene Seiten und Passwörter versuchen zu hacken sind nur ein paar Beispiele dafür. Internet kann aber auch zu einer Sucht werden, welche zu einer Isolation führen kann. Das soll heißen, dass die Menschen im Internet gefangen und abhängig vom Netz werden. Wenn man es durch gesundheitlichen Seite betrachtet, kann es der Gesundheit auch schaden. Dies kann Folgen, wie auf die Augen bzw. auf das Rücken haben.

Sowie jedes andere, hat auch das Internet negative und positive Einflüsse auf unser Leben, dass uns immer verfolgen wird. In diesem Kapitel richte ich mich nach den negativen Auswirkungen des Internets .

Ich werde folgende Begriffe erwähnen: Cyber-Mobbing, Internetsucht und Einsamkeit, Isolation

4.1 CYBER MOBBING²⁴

Dieser Begriff fasst verschiedene Formen der Verletzung, Verdrängung und Belästigung der Menschen zusammen, welche mittels neuer Kommunikationstechnologien über dem Internet wie z.B, Chatrooms, E-Mails, Instant Messaging und Mobiltelefone entstehen, bezeichnet.

"Bei Cybermobbing geht es darum, dass neue Techniken, wie z.B. E-Mail, Chats, Instant Messaging Systeme (wie z.B. ICQ oder MSN) oder auch Handys eingesetzt werden, um immer wieder und mit voller Absicht andere zu verletzen, sie zu bedrohen, sie zu beleidigen, Gerüchte über sie zu verbreiten oder ihnen Angst zu machen."²⁵

Cyber Mobbing kann über dem Internet und auch über Mobiltelefone jederzeit und überall stattfinden. Der Opfer und die Täter stehen nicht im direkten Kontakt miteinander, da die Täter vor dem PC unterschiedlich agieren können, indem sie falsche Identitäten, wie Nicknames verwenden. Somit kann der Opfer auch nicht nachforschen, wer der Täter ist und vom wem das Mobbing ausgeht.

²⁴ Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Cyber-Mobbing> (Zugriff am 21.04.2011)

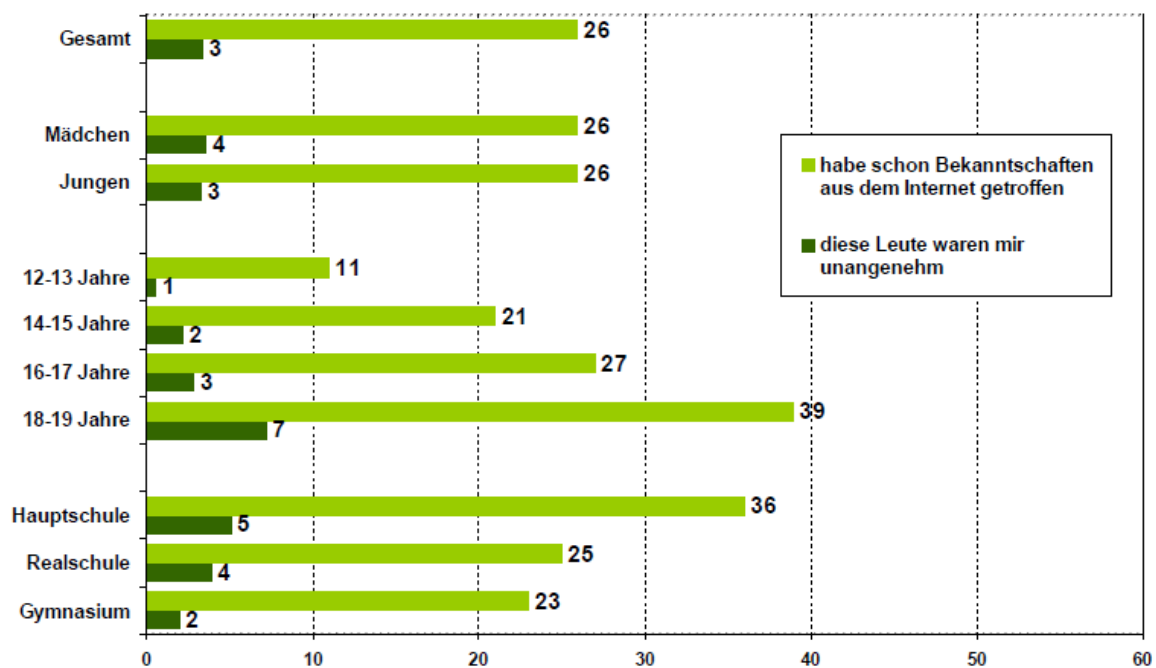
²⁵ Cyber Mobbing, Nayla Fawzi, 2009, Baden, S.32

Unter Jugendlichen ist das Cyber Mobbing sehr verbreitet und in meisten Fällen kennen die Opfer und Täter einander auch in der Realität und die Opfer haben fast immer einen Verdacht, wer das Mobbing machen könnte. In der Regel sind es Personen aus deren Umfeld, wie Schule und Wohnviertel. In ganz bestimmten Fällen sind es auch ganz Fremde Personen, die diese Attacken machen.

Es gibt auch aber auch ältere, fremde Täter, die gezielt Kontakte mit Minderjährigen über das Internet verknüpfen mit dem Ziel sich in der Realität mit ihnen zu treffen und sie zu missbrauchen. Diese Art von Mobbing nennt man Cyber-Grooming.

Heutzutage werden Freundschaften und Beziehungen unter den Jugendlichen über das Internet und dem Handy verknüpft wöchentlich Online Communities. In der JIM STUDIE 2010, Deutschland wurden nach Persönliche Treffen mit Bekanntschaften aus dem Internet gefragt und man kam zum folgenden Ergebnis: Gesamt 26% der befragten Mädchen und Jungen haben schon über dem Internet Kontakte verknüpft und diese auch dann in der realen Welt getroffen. 3% der gesamten Befragten haben diese Leute als unangenehm empfunden.²⁶

Persönliche Treffen mit Bekanntschaften aus dem Internet



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

Abbildung 25: Treffen mit Bekanntschaften²⁷

²⁶ Vgl. <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/cyber-mobbing-was-ist-das.html> (Zugriff am 24.04.2011)

²⁷ <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf> (Zugriff am 24.04.2011)

4.1.1 URSACHEN DES CYBERMOBBINGS²⁸

- Die Ursachen für dieses Verhalten können vielfältig sein. Meistens kennen sich die Opfer und Täter und es kann von einer Vorgeschichte abhängen.
- Cyber Mobbing kann durch Langeweile entstehen, wobei beispielsweise ein Foto von Jemanden "aus Spaß" negativ beurteilt wird.
- Auch die interkulturelle Konflikte zwischen verschiedenen Nationalitäten, Sprachen und Aussehen spielen eine Rolle in den Ursachen des Cyber Mobblings.
- Das Zerbrechen einer Freundschaft, Beziehung kann auch zu Cyber Mobbing führen, da durch beste Freundschaften Hass oder Neidgefühle entstehen können.
- Das Bedürfnis um Macht an jemanden zu zeigen, kann auch zu den Ursachen des Cyber Mobblings zählen.
- Die Anerkennung, einfach cool zu sein oder einen Ruf zu hinterlassen und zu verschaffen
- Die Angst steigt und die Menschen möchten kein Opfer von Mobbing werden, daher tretet man lieber zur einer Gruppe

4.2 INTERNETSUCHT

Unter Internetsucht, auch Onlinesucht genannt bezeichnet das Phänomen das Internet Gesundheit -und persönlichkeitsgefährdendem Ausmaß zu nutzen. Es gibt unterschiedliche Ursachen dieser Abhängigkeit, dabei sind zu nennen die Verhaltensstörungen sowie die Vernachlässigung üblicher Gewohnheiten, im Extremfall kann das Internet zum Ersatz der realen sozialen Kontakte in der virtuellen Welt werden und damit natürlich zur Isolation führen. Auf das Thema Isolation und Einsamkeit werde ich im nächsten Abschnitt zurückkommen. Da der Großteil der Zeit im Internet verbracht wird vernachlässigen die Internetsüchtige auch nicht an persönliche Versorgung (wie Schlaf und Nahrung) und Hygiene. Die Internetabhängigen verlieren ihre Kontrolle bei der Internetnutzung und verheimlichen oder wollen es nicht wahrnehmen. Bei einem Ausfall des Internets oder Entstehen eines Defekts beim Computer, können die Süchtige auszucken. Dabei sind Symptome wie Nervosität, Faulheit, schlechter Laune, Schlafstörung nicht wegzudenken. Ohne Internet macht das Leben der Süchtigen keinen Sinn aber manchmal haben sie auch Schulgefühle, da sie auch von dieser Abhängigkeit befreit werden möchten und wie jeder normaler Mensch leben wollen.

Besonders depressive Menschen und Einzelgänger werden vom Internet gefährdet. Wenn man sich mal im Alltag sehr überlastet fühlt und der Druck des Alltags steigt, kann das Internet als eine Fluchtmöglichkeit angesehen werden. Schüler machen ihre Hausaufgaben nicht oder Ältere ziehen sich in die reale Welt zurück. Da das Surfen der Süchtlinge sehr lange und in der Nacht stattfinden, kommen die meisten müde in die Arbeit oder in die Schule oder melden sich krank. Bei Mehrspieler Spielen kann es passieren, dass die Süchtige die Erfolge, die in einem Spiel erbracht werden auch in die Realität mitnehmen um sich gegen Freunde

²⁸ Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Cyber-Mobbing> (Zugriff am 24.04.2011)

Vgl. <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/cyber-mobbing-was-ist-das.html> (Zugriff am 24.04.2011)

oder andere Spieler zu behaupten. Die Erfolge, welche im virtuellen Raum erbracht werden, können oft im echten Leben ein Vorteil sein um eigene Realität zu überwinden.

4.2.1 ARTEN DER INTERNETSUCHT

Man unterscheidet drei Arten von Internetsucht:

- Online Spielsucht
- Internetseksucht
- Chatsucht

Online Spielsucht

bezeichnet den Zustand eines Spielers, der die Kontrolle des Spieldauers sowie die Höhe des Geldbetrages verliert. Der Spieler spielt solange, bis er kein Geld mehr hat und kann auch kaum auf das Spiel verzichten, da er süchtig ist.

Man unterscheidet bei der Spielsucht zwischen weichen und harten Spielen. zu den weichen zählen unter anderem Glücksspiele, die einen kleinen Einsatz mitbringen, wie z.B. Lottotipp, Würfelspiele und Skala. Zu den harten spielen zählen jene, die einen großen Einsatz bringen, wie z.B. Automat spiele, Poker , Roulette, Zufallsspiele, Rennwetten, Black Jack, usw.²⁹

2006 waren es zwischen 9000 und 17000 pathologische Glücksspieler. Der durchschnittliche Schuldenstand eines Süchtigen wird auf 50.000 Euro geschätzt. Es gibt geschätzt 6000 Automaten in Österreich, und geschätzt fünf Millionen Computer, die als Online-Glücksspielautomaten dienen können.³⁰

Internetseksucht

Auch Cyberseksucht oder Onlineseksucht genannt, ist eine Form der virtuellen Erotik die mit Hilfe des Computers und Internets ausgelebt wird. Beispielsweise das Downloaden von Pornovideos oder die Sucht nach dem Erotikchat gehören zu den häufigsten Merkmalen des Cyberseks. Beim Erotikchat werden erotische Inhalte schriftlich ausgetauscht um gegenseitig zu erregen und die sexuelle Befriedigung zu verstärken.

Erotik auf den Internetseiten ist weltweit sehr verbreitet und bietet dem Nutzer auch die Möglichkeit eine telefonische sowie eine Webcam Kommunikation durchzuführen.³¹

Chatsucht

Chatsucht kann durch die regelmäßige Internetnutzung und Freude am Chatten entstehen. Dabei werden viele alltägliche Verpflichtungen vergessen, wie Kontakte in der realen Welt zu pflegen, da viele Menschen stundenlang vor dem Computer sitzen und im virtuellen Raum Freundschaften suchen und Spaß beim Chatten haben. Vor allem Menschen, die sich nicht trauen die Meinung zu äußern und vereinsamt fühlen, tendieren mehr zum Chatten und natürlich zur Sucht. Im Chat hat man die

²⁹Vgl. <http://www.sucht.at/content/6/20/de/spielsucht.html> (Zugriff am 24.04.2011)

³⁰Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Internetabh%C3%A4ngigkeit> (Zugriff am 24.04.2011)

³¹ Vgl. <http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/iad4.pdf> (Zugriff am 24.04.2011)

Möglichkeit seine eigene Persönlichkeit und Avatar herzustellen, somit haben auch viele Menschen die Möglichkeit im Internet neue Kontakte zu pflegen, welches sie in der Wirklichkeit nicht machen können, genau aus den oben genannten Gründen.³²

4.3. ISOLATION/EINSAMKEIT

Der Begriff Einsamkeit bezeichnet eine Distanzierung zu den Menschen, deren Umgebung, bei dem eine soziale Verarmung stattfindet. In der Sozialpsychologie wird die Einsamkeit als ein Synonym für soziale Isolation verwendet. Dabei leiden die Menschen unter sozialen mangelnden Kontakt und die Trennung von Beziehungen wird schmerzhaft empfunden.

Wenn Personen sich einsam fühlen, bedeutet das, dass sie eine innere Verbindung zu den Menschen vermissen. Wenn Personen von sozialer Unterstützung beschwerten, kann das heißen, dass derjenige eine Hilfe von anderen Menschen vermisst.

Alleinsein ist nicht das selbe wie Einsamkeit, da es die Trennung eines objektiven Zustands beschreibt, Einsamkeit hingegen ist als psychischer Befindlichkeitszustand zu sehen.

Alleinsein hat nichts mit den Gefühlen der Einsamkeit zu tun, man kann es auch aus positiver Sicht betrachten, da man beim Alleinsein z.B. einfach zu Hause ungestört und allein sein möchte, einfach um auszuruhen.

Mit der Entstehung der neuen Kommunikationsmedien, hat sich in den letzten auch die soziale Struktur der Menschen geändert. Mit der Internetnutzung sind Begriffe wie Einsamkeit und Isolation entstanden. Immer mehr Menschen werden zur Verwendung der technischen Neuerungen gezwungen und man kommt von der virtuellen Welt nicht zurück. Es ersetzt reale Freundschaften und verdrängt unsere Face-To-Face Kommunikation, aber erweitert unsere Handlungsspielräume. Immer mehr Menschen tendieren zum Chatten und möchten sozialen Kontakt online knüpfen. Laut Döring 1994, kann die Internetnutzung gegen Einsamkeit wirken. Beim Surfen des Internets, können die Einsamkeitsgefühle verschwinden, da man durch Themen, die nach Interessen gelesen und gespeichert werden, sich ablenken kann.

Einsame Personen fühlen sich im Internet sicherer als in der Realität. Durch die Anonymität des Einzelnen im Social Network Plattformen können diese Einsamkeitsgefühle abgebaut werden und die Gestik kann im Internet besser kontrolliert werden.³³³⁴³⁵

³² Vgl. <http://de.smeet.com/glossar/chat/chatsucht> (Zugriff am 24.04.2011)

³³ Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Einsamkeit> (Zugriff am 28.04.2011)

Vgl. http://othes.univie.ac.at/9852/1/2010-04-18_0007953.pdf (Zugriff am 28.04.2011)

Vgl. http://othes.univie.ac.at/9852/1/2010-04-18_0007953.pdf (Zugriff am 28.04.2011)

4.3.1 URSACHEN FÜR DIE ISOLATION/EINSAMKEIT

Wichard Plus betrachtet die Ursachen nach einem komplexen Modell von Einflussfaktoren und beschreibt folgende Merkmale für den Mangel an sozialer Kompetenz:

- Arbeitslosigkeit
- geringes Einkommen, schlechte Bildung
- Durch die Kindheit entwickelndes Merkmal
- Persönliche Merkmale wie psychische Störung
- Gesellschaft
- ablehnendes Verhalten der Interaktionspartner in Zweier- und Kleingruppen

Diese mangelnden Kompetenzen sind auch die Ursache für die soziale Isolation:

- Erfolglosigkeit in Zweiergruppen
- geringes Ansehen innerhalb von Kleingruppen
- ablehnendes Verhalten der Interaktionspartner in Zweier- und Kleingruppen, wobei das als verstärkende Rückkopplung auf eine der Ursachen mangelnder sozialer Kompetenz besteht

Einsamkeitsgefühle können auch zur Depression und Sucht vor allem Alkoholismus führen.³⁶

³⁶ http://de.wikipedia.org/wiki/Soziale_Isolation (Zugriff am 29.04.2011)

5. COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION

Das Internet hat uns als Kommunikationsmittel in den letzten Jahren sehr stark ergriffen und spielt eine zentrale Rolle in unserem Leben. Die meisten Betroffenen davon sind die jungen Nutzer, jedoch auch ältere Personen, die die Dienste des Internet verwenden und ohne dieser Kommunikationsmitteln ein Leben nicht vorstellen könnten.

Ich werde in den nächsten Kapiteln den Begriff Computervermittelte Kommunikation verdeutlichen, die Kategorien und verschiedene Anwendungen, welche im Internet dem User zur Kommunikation bereitstehen erklären und versuchen einen guten Überblick über die Formen der Kommunikation dem Leser zu übermitteln.

5.1 DER BEGRIFF COMPUTERVERMITTELTE KOMMUNIKATION (CVK)

„Unter CVK soll jene Kommunikation zusammengefasst werden, bei der aufseiten der Empfänger einer Botschaft ein Computer zur En- und Dekodierung zum Einsatz kommt.“³⁷

Computervermittelte Kommunikation ist ein Sammelbegriff für alle computerunterstützten Technologien, die für den Menschen zur Kommunikation bereitstehen.

Dieser Begriff (CVK) lässt sich leider nicht leicht erläutern und definieren, da in letzter Zeit verschiedene neue Kommunikationsformen entstanden und weiterentwickelt wurden.

Im Internet unterhalten sich Personen, die sich in der realen Welt nicht kennen und sich vielleicht auch nie kennenlernen werden. Über elektronische Nachrichten können Menschen weltweit über das Internet kommunizieren und an mehrere Empfänger Nachrichten versenden. Bei den alten Kommunikationsformen, wie das Brief, Telefon und Fax, kann hier nur ein Empfänger erreicht werden. Laut Falckenberg (1994) spielt der Aufenthaltsort der Kommunikationspartner keine Rolle und die Kommunikation beschränkt sich fast immer auf einen Text. Weiteres ist die Kommunikation mit mehreren Kommunikationspartner möglich und erfolgt unter Fremden. Bei der Face-to Face Kommunikation erfolgt die Kommunikation ortsunabhängig überall und jederzeit. Hier spielen Gestik und Mimik eine wichtige Rolle. Heute werden soziale Kontakte durch andere Medien verknüpft. Das Internet bietet jedem neue Beziehungen und erweitert ihre Handlungsspielräume. Da Gestik und Mimik bei der Computervermittelten Kommunikation fehlen wird es als defizitär und emotionslos angesehen.³⁸

³⁷ Vgl. http://www.tu-chemnitz.de/phil/ipp/elearning/studentenprojekte/anne_glas_cvk/HTML/Texte.pdf (Zugriff am 18.03.2011)

³⁸ Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Formen_der_CVK (Zugriff am 18.03.2011)

Vgl. <http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/einfuehrung.pdf> (Zugriff am 18.03.2011)

Vgl. http://wiki.infowiss.net/Merkmale_computervermittelter_Kommunikation (Zugriff am 18.03.2011)

5.2 FORMEN DER COMPUTERVERMITTELTEN KOMMUNIKATION

Bei der Computervermittelten Kommunikation unterscheidet man zwei Übermittlungsformen, nämlich synchrone (zeitgleiche) und asynchrone (Zeitversetzte) Formen.

"Mit synchron ist jene Kommunikation bezeichnet, die bei der Informationsübertragung keiner längerfristige Speicherung bedarf. Weiterhin muss die Kommunikationsgeschwindigkeit von dem Kommunikationspartner annähernd wie eine Face-to-Face Kommunikationssituation wahrgenommen werden.

„Mit asynchron ist dann jene Kommunikation bezeichnet, die „eine Botschaft zu einem anderen Zeitpunkt aufstellt, als sie von den Adressat/inn/en empfangen wird“ Damit gemeint ist, dass ein unbestimmter Zeitbereich zwischen Senden und Empfang einer Nachricht liegt, der von den Kommunikationspartnern nicht mehr als zeitgleich empfunden wird.“³⁹

Zu den Asynchronen zählen E-Mail, Blogs, Newsgroups/Internetforen, Mailinglisten und File Transfer Protocol.

Zu den Synchronen Formen gehören Chat, World Wide Web, MUD *Multi User Dungeon* Internet/Videokonferenzen, Internettelefonie, Suchmaschinen und Soziale Netzwerke.⁴⁰

5.3 KATEGORIEN FÜR KOMMUNIKATION

Man unterscheidet folgende Kategorien für die Kommunikation:

- One-To-One-Kommunikation: Es sind zwei Personen beteiligt, die jeweils als Sender und Empfänger handeln (typische Beispiele: eMail, Videotelefonie, Internettelefonie)
- One-To-Many-Kommunikation: Ein Sender, viele Empfänger (Beispiele: Mailinglisten, Blogs)
- Many-To-Many-Kommunikation: Viele Sender, viele Empfänger (Beispiele: Internetforen)⁴¹

³⁹ http://wiki.infowiss.net/Formen_der_cvK (Zugriff am 18.03.2011)

⁴⁰ Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Synchrone_Kommunikation (Zugriff am 18.03.2011)

Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Asynchrone_Kommunikation (Zugriff am 18.03.2011)

Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Formen_der_CVK (Zugriff am 18.03.2011)

⁴¹ Vgl. <http://www.psychologie.unifreiburg.de/Members/rummel/wisspsychwiki/wissenspsychologie/ComputervermittelteKommunikation#definition-computervermittlung> (Zugriff am 18.03.2011)

5.4. FORMEN DER INTERNETDIENSTE

5.4.1 E-MAIL

E-Mail⁴², auch kurz Mail genannt zählt heute zu der häufig genutzten und beliebtesten Form der Kommunikation. Dieser Begriff kommt aus dem englischen Sprachraum und bedeutet Electronic Mail (elektronische Post oder elektronischer Brief). Dieser Dienst erlaubt über computerunterstützte Technologien elektronische Nachrichten zwischen einem Sender und Empfänger auszutauschen. Dabei handelt sich um eine rasche Übermittlung von Nachrichten in Form von Texten, Bild, Animation, Audio und Videodateien. Über das Netzwerk oder dem Internet werden diese Nachrichten in die elektronische Post abgelegt und die Daten können jederzeit vom Empfänger abgerufen werden. Diese elektronische Nachricht kann gespeichert, weiterverarbeitet und weitergeleitet werden.

Eine E-Mail wird unterteilt in Kopfzeilen (geben Auskunft über den Weg, den eine E-Mail genommen hat, und bieten Hinweise auf Absender, Empfänger, Datum der Erstellung, Format des Inhaltes und Stationen der Übermittlung), Body (eigentlicher Inhalt der Nachricht) und dem Anhang. Um diese Möglichkeit ausnutzen zu können ist ein E-Mail Konto und eine E-Mail Adresse vorausgesetzt. Jeder zweiter besitzt heute schon eine E-Mail Adresse und ruft fast täglich die Mails ab.

Als Attachment oder Dateianhang werden Files, wie Musikdateien, Bilder, Fotos, Grafiken bezeichnet. Im Vergleich zur Papier Post, erfolgt die Übertragung bei E-Mail ohne geringen Aufwand, da kein Ausdrucken, Kuvertieren, Adressieren, etc. nötig ist. Elektronische Briefe können über einfachen und schnellen Weg per Mail an mehrere Empfänger gleichzeitig verschickt werden, was zu einem wesentlichen Vorteil des Dienstes zählt.⁴³

5.4.2 BLOGS

Der Blog steht für die Abkürzung Weblog und bedeutet ein auf einer Webseite geführtes öffentlich einsehbares Tagebuch oder Journal, indem mindestens eine Person, der Logger die Gedanken schreibt, sich Aufzeichnungen macht.

Ein Blog bietet die Möglichkeit sich mit andere Internetnutzer über Themen zu unterhalten, Informationen austauschen. Ein Blog wird absteigend nach Datum sortiert, wobei das aktuellste am

Anfang der Seite steht. Die Besucher können somit auf die entsprechenden Themen reagieren und kommentieren.⁴⁴

⁴²Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/E-Mail> (Zugriff am 18.03.2011)

⁴³ Vgl. <http://www.bullhost.de/e/e-mail.html> (Zugriff am 19.03.2011)

Vgl. <http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/einfuehrung.pdf> (Zugriff am 19.03.2011)

Vgl. Klara Vakaj, 2006, Die Motive der Internetnutzung Jugendlicher, Wien, Seite 78

⁴⁴ <http://de.over-blog.com/offres-blog/definition-blog.php> (Zugriff am 19.03.2011)

5.4.3 NEWSGROUPS

Newsgroups (deutsch Nachrichtengruppe), auch Internetforen, Bretter, Diskussionsforen genannt bezeichnet eine computerunterstützte Diskussionsgruppe, die Meinungen, Nachrichten, Gedanken, Erfahrungen zu unterschiedlichen Themen und Interessen im Internet diskutieren, austauschen und beitragen. Hier erfolgt die Kommunikation nicht in Echtzeit, sondern zeitversetzt.

Man unterscheidet zwei Arten von Gruppen, nämlich unmoderierte und moderierte Gruppen. Bei der unmoderierten Gruppe ist der Beitrag sofort für alle sichtbar, jeder kann Nachrichten verschicken. Bei den Moderierten Gruppen gehen die Nachrichten zuerst an den Moderator, der die Nachricht zuerst freigeben muss bevor es für alle Nutzer sichtbar ist.

Der Zugriff auf die Newsgroup erfolgt über das sogenannte Newsreader. Somit können die Nutzer auf Textbeiträge zugreifen, editieren, lesen und posten. Ältere Beiträge, werden automatisch gelöscht.⁴⁵

Das bekannteste Internetforum ist das Usenet, Mailinglisten und das Webforum.

5.4.4 MAILINGLISTEN

Bei Mailinglisten⁴⁶ handelt sich um eine asynchrone Kommunikationsform. Vorausgesetzt bei dieser Form, ist ein Eintrag in die Verteiler Liste per E-Mail. Eine Mailingliste ist eine Gruppe von Abonnenten, die über elektronische Mail miteinander Informationen austauschen. Hier werden Nachrichten an einen Verteiler geschickt zb. an alle Mitarbeiter einer Abteilung, Die Weiterleitung an die einzelnen Empfänger erfolgt automatisch.⁴⁷

5.4.5 FILE TRANSFER PROTOCOL

File Transfer Protocol kurz FTP genannt, ist ein Netzwerkprotokoll zur Übertragung der Dateien für das Internet. Dabei können Dateien von einem Computer zum anderen über dem Server heruntergeladen und auf dem Server hochgeladen werden.

Um sich über FTP auf einer Host einloggen zu können und die Rechte zu erhalten, benötigt jeder Nutzer einen Account und einen Passwort. Es gibt jedoch auch die Möglichkeit sich anonym einzuloggen. Dazu wählt man als Benutzername Anonymus und als Passwort die E-Mail Adresse. Als Anonymer User hat man aber keine Rechte irgendwelche Dateien auf dem Server zu laden.⁴⁸

⁴⁵Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Newsgroup> (Zugriff am 19.03.2011)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Internetforum> (Zugriff am 19.03.2011)

Vgl. Klara Vakaj, 2006, Die Motive der Internetnutzung Jugendlicher, Wien, Seite 79

⁴⁶Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Mailingliste> (Zugriff am 19.03.2011)

⁴⁷Vgl. <http://de.mimi.hu/infotech/maillingliste.html> (Zugriff am 19.03.2011)

⁴⁸Vgl. Klara Vakaj, 2006, Die Motive der Internetnutzung Jugendlicher, Wien, Seite 80

Vgl. <http://www.bullhost.de/ftp.html> (Zugriff am 21.03.2011)

5.4.6 CHAT

Der Chat, auch Chatten bedeutet wörtlich "Plaudern" und bezeichnet die schnelle elektronische Kommunikation in Echtzeit, bei der die Kommunikation zwischen ein oder mehreren Teilnehmern über das Internet, dem Netzwerk oder über den Online Dienst erfolgt. Bei dem Chat handelt sich um eine asynchrone (zeitlich begrenzte) Kommunikation, bei der die Informationen über die Eingabe der Texte mit der Tastatur erfolgen und an dem Bildschirm angezeigt werden. Somit können mehrere Teilnehmer gleichzeitig die eingegeben Nachrichten lesen, austauschen und gleich antworten.

Es werden drei Chatformen unterschieden:

- IRC Chat (Internet Relay Chat)
- Webchat
- IM (Instant Messaging)

Beim Internet Relay Chat und dem Instant Messaging erfolgt die Kommunikation über einem IRC Server, die meistens untereinander vernetzt sind. Um sich an diesem Server zu verbinden benötigt der User einen Chat Client, welches auf dem Rechner vor der Verwendung vorinstalliert sein muss.

Beim Webchat ist keine Client Software nötig, hier erfolgt der Chat über dem normalen Browser. Weiteres gibt es spezielle Chatregeln und Umgangsformen in einem Chat, welche man als Chatiquette bezeichnet. Diese Regeln sollten bei der Verwendung des Chats eingehalten werden.⁴⁹

Instant Messaging ist eine Kommunikationsform, bei den zwei Teilnehmer chatten. Dabei werden Nachrichten sofort an dem Empfänger übermittelt. Zu den bekanntesten IM zählen Skype, Yahoo Messenger und Windows Live Messenger. Es ist auch möglich bei der Form einen Videochat zu machen.⁵⁰

Beim Chat kommen Menschen zusammen und nutzen die Möglichkeit, um sich gegenseitig Informationen aller Welt auszutauschen und sich über bestimmte Themen zu unterhalten.

5.4.7 WORLD WIDE WEB

Das World Wide Web⁵¹, auch kurz Web oder WWW (Weltweites Netz) bezeichnet, entstand 1989 und ist ein Multimedialer Dienst, der den Zugriff von Dokumenten, die weltweit auf verteilten Servern gespeichert werden, zu erlauben.

Dieser Dienst beruht auf ein Hypertext System bestehend aus elektronischen Dokumenten und Hyperlinks (kurz Links). Diese elektronischen Dokumente werden mit Hilfe der Programmiersprache HTML (Hypertext Markup Language) definiert. Über diese Sprache werden nur die logische Struktur und das Layout erstellt. Um die Daten vom Webserver zu holen und auf dem Bildschirm anzeigen zu lassen, benötigt man einen Webbrowser. Der bekannteste Webbrowser ist das Microsoft Internet Explorer.⁵²

⁴⁹Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Chat> (Zugriff am 21.03.2011)

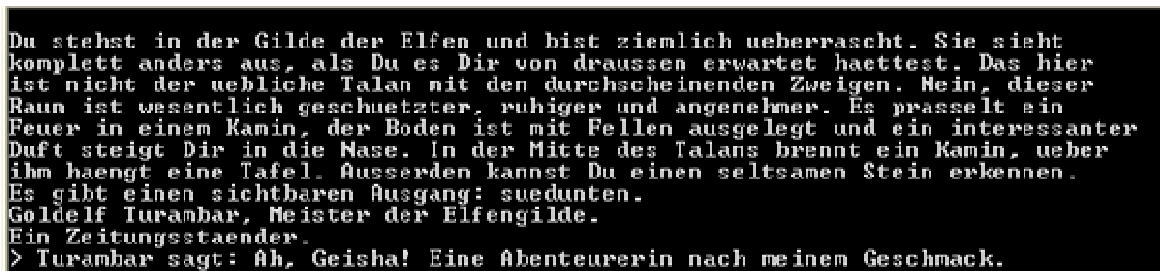
Vgl. <http://www.bullhost.de/c/chat.html> (Zugriff am 20.03.2011)

⁵⁰http://de.wikipedia.org/wiki/Instant_Messaging (Zugriff am 20.03.2011)

⁵¹Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web (Zugriff am 21.03.2011)

5.4.8 MUDs (Multi User Domains)

Das Wort MUD steht für Multi User Dungeon, ist ein virtueller Raum, der auf einem eigenen Computer läuft. MUDs bieten dem User die Möglichkeit in einem der fiktiven Charaktere hineinzuschlüpfen oder können selbst erstellt werden. Hier können sich gleichzeitig mehrere Spieler einloggen, miteinander kommunizieren und spielen. Die Spiele sind textbasierend, das heißt der gesamte Verlauf des Spieles, Beschreibungen der Personen, Objekte und Landschaften werden auf schwarzem Bildschirm mit weißem Text angezeigt. Der Spielvorgang geschieht durch die Eingabe der Befehle per Tastatur.



```
Du stehst in der Gilde der Elfen und bist ziemlich ueberrascht. Sie sieht
komplett anders aus, als Du es Dir von draussen erwartet haectest. Das hier
ist nicht der uebliche Talan mit den durchscheinenden Zweigen. Nein, dieser
Raun ist wesentlich geschuetzter, ruhiger und angenehmer. Es prasselt ein
Feuer in einem Kamin, der Boden ist mit Fellen ausgelegt und ein interessanter
Duft steigt Dir in die Nase. In der Mitte des Talans brennt ein Kamin, ueber
ihm haengt eine Tafel. Ausserden kannst Du einen seltsamen Stein erkennen.
Es gibt einen sichtbaren Ausgang: suedunten.
Goldelf Turambar, Meister der Elfengilde.
Ein Zeitungsstaender.
> Turambar sagt: Ah, Geisha! Eine Abenteurerin nach meinem Geschmack.
```

Abbildung 26: Auszug aus dem Abenteuermod Silberland am 05. Dezember 2006

Früher waren die Spiele wie oben schon erwähnt textbasiert, heute ist es mit der Entwicklung der technischen Möglichkeiten komplexer geworden, die ganze Spielumgebung wird in 3D abgebildet. Das weltweit bekannteste Beispiel dafür ist das Second Life, welches 2003 entwickelt wurde. Mit diesem Spiel können Benutzer selbst Avatare erstellen, spielen und kommunizieren. Diese 3D Welten werden in der Lehre eingesetzt und bieten die Möglichkeit des Chats, Instant Messaging, Social Network, Übertragung von Ton und Bild und 3D Konstruktion von Modellen.⁵³

Es gibt zwei Arten von MUDs, nämlich die abenteuer - orientierte MUDs und die soziale MUDs.

Beim abenteuer-orientierte MUDs steht im Vordergrund des Spiels das Punktesammeln und Kämpfen, wobei sich die sozialen MUDs mehr auf die menschliche Beziehungen und Interaktion bezieht. Das heißt, die Spieler treffen sich, kommunizieren miteinander und haben gemeinsam Spaß.⁵⁴

User haben den Vorteil, dass sie ohne geringen Aufwand spielen können. Dazu ist ein Telnet Programm und eine Internetverbindung nötig.⁵⁵

⁵² Vgl. <http://www.bullhost.de/w/world-wide-web.html> (Zugriff am 21.03.2011)

⁵³ Vgl. <http://www.e-teaching.org/didaktik/kommunikation/mud#sl> (Zugriff am 28.03.2011)

⁵⁴ www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/muds.ppt (Zugriff am 21.03.2011)

www.uibk.ac.at/.../forschungsseminar_mud_beitrag_ws0607.doc (Zugriff am 21.03.2011)

⁵⁵ Vgl. www.uibk.ac.at/.../forschungsseminar_mud_beitrag_ws0607.doc (Zugriff am 21.03.2011)

Vgl. <http://www.e-teaching.org/technik/kommunikation/muds/> (Zugriff am 21.03.2011)

Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/MUD> (Zugriff am 21.03.2011)

Vgl. Klara Vakaj, 2006, Die Motive der Internetnutzung Jugendlicher, Wien, Seite 80

5.4.9 VIDEOKONFERENZEN

Bei der Videokonferenz handelt sich um eine synchrone Kommunikationsform die mit mehreren Personen gleichzeitig ortsunabhängig stattfinden kann. Dabei werden Ton und Bild übertragen und über Kamera Mikrofon, Bildschirm und Computer kann eine Konferenz geführt werden. Es können aber auch über diese Kommunikationsart Dokumente, Präsentationen, etc. geschickt werden.⁵⁶

Bei den Videokonferenzen unterscheidet man zwei Arten, die Desktop Konferenzen, die direkt auf einem Computer gestartet werden können und die Studio Konferenzen, für die speziellen Räume zur Verfügung stehen um eine bessere Qualität zu erreichen. Aufgrund der höheren Kosten von Studio Konferenzen, wird diese Form nur von Unternehmen genutzt.

Videokonferenzen bringen den Vorteil für Privatpersonen und Unternehmen indem man vom Reisekosten und Reisezeit erspart, ein Nachteil wäre, dass kein sozialer Kontext besteht und dadurch z.B die Begrüßung nicht wie gewohnt erfolgt.⁵⁷

5.4.10 INTERNETTELEFONIE

Internet Protokoll Telefonie, auch kurz IP Telefonie, Voice over IP (VOIP) und Internettelefonie genannt, bezeichnet das Telefonieren über dem Computernetzwerk. Mit Internettelefonie ist es möglich weltweit kostenlos oder kostengünstig zu telefonieren. Um Telefonieren zu können wird die entsprechende Software, Lautsprecher, Mikrofon und ein Internetzugang benötigt.⁵⁸

Folgende drei Arten von Internettelefonie lassen sich unterscheiden:

Telefonieren vom Computer zu Computer übers Internet, Telefonieren vom PC aus auf das Festnetz und das Telefonieren von zwei Telefonanschlüssen über das Internet, für die der Nutzer eine zweite Leitung benötigt.⁵⁹

5.4.11 SUCHMASCHINEN

Eine Suchmaschine ist eine Einrichtung zum schnellen Auffinden von Inhalten im Internet.

Die Suchmaschinen bestehen aus einem datensammelnden Teil, der das Internet durchsucht und die gefundenen Inhalte in eine Datenbank ablegt und aus einem abfragenden Teil, bei dem man mit Eintippen eines Stichwortes in die Suchmaschine das gewünschte Inhalt finden kann.⁶⁰

Es gibt verschiedene Suchmaschinen, die unterschiedliche Arten von Daten suchen können. Diese Suchmaschinen lassen sich in Texte, Bilder, Töne, Videos, etc. einteilen. Die bekanntesten Suchmaschinen ist das Google und dasYahoo.⁶¹

⁵⁶ <http://de.wikipedia.org/wiki/Videokonferenz> (Zugriff am 22.03.2011)

⁵⁷ http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Videokonferenzen (Zugriff am 22.03.2011)

⁵⁸ http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Videokonferenzen (Zugriff am 22.03.2011)

⁵⁹ http://www.at-mix.de/internet_telefonie.htm (Zugriff am 22.03.2011)

⁶⁰ <http://lexikon.martinvogel.de/suchmaschine.html> (Zugriff am 22.03.2011)

⁶¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinen> (Zugriff am 22.03.2011)

5.4.12 SOZIALE NETZWERKE

Sozial Netzwerke ist ein Netzwerk, wo Menschen miteinander kommunizieren, Informationen austauschen, neue Kontakte suchen und nach Interessen an verschiedene Gruppen teilnehmen können.

Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, StudiVZ, My Space und andere haben in letzter Zeit sehr von Bedeutung gewonnen. Fast jeder hat einen Account bei mindestens einer Social Plattform und nutzt sie, um mit Freunden in Kontakt zu bleiben, neue Kontakte mit denselben Interessen zu verknüpfen und verschiedene Videos, Fotos, etc teilen zu können.

Die Plattform Facebook⁶² ist einer der bekanntesten, welche erstmals im Jahr 2004 zugänglich für den User gemacht wurde. Im Jänner 2011 waren insgesamt weltweit 600 Millionen Facebook User.

⁶² <http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Zugriff am 28.03.2011)

6. DIGITAL DIVIDE

6.1 KURZE EINLEITUNG

Mit der Verbreitung der neuen Medien entstanden neue Gesichtspunkte für den Menschen.

Durch die Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien wurde die Gesellschaft digital gespalten, in jene, die das Internet nutzen und in jene, die das Internet nicht nutzen. Im Vergleich zu den nicht Entwicklungsländern sind die Menschen in den Entwicklungsländern besser ausgestattet und haben bessere Nutzungsmöglichkeiten, bessere soziale und ökonomische Entwicklungschancen. In vielen Bereichen der Welt, bleibt die Bevölkerung aufgrund der fehlenden Kommunikationsmitteln für den Internetzugang ausgeschlossen. Durch die Weiterentwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien wächst die Kluft und die Bevölkerung kann sich nicht mehr daran anschließen. Dadurch entstehen sozialspezifische Unterschiede, welche die ungleiche Verteilung, Internetnutzung der Menschen bestimmen.

In jedem Land gibt es eine Digitale Kluft zwischen der Bevölkerung, die nach verschiedenen Faktoren aufgeteilt sind. Ich werde in diesem Kapitel zuerst den Begriff Digital Divide erklären und auf die Formen eingehen. Weiteres werde ich anhand der österreichischen Bevölkerung das Digital Divide nach den Faktoren Alter, Geschlecht, Einkommen und Bildungskluft näher betrachten und dem Leser einen guten Überblick verschaffen.

6.2 Begriffserklärung - DIGITAL DIVIDE

Der Begriff Digital Divide, auch digitale Spaltung, digitale Kluft und digitale Wissenskluff beschreibt eine These, welches seit Mitte der 90er Jahre weltweit öffentlich diskutiert wird.⁶³

Dieser Ausdruck besagt, dass die Nutzung der digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien die Gesellschaft in Nichtnutzer (Informationsarme) und Nutzer (Informationsreiche) spaltet, welche stark von sozialen Faktoren abhängig sind.

Wer Zugang zu modernen Kommunikationstechniken hat, hat bessere soziale und wirtschaftliche Entwicklungschancen.

Die Ursachen dieser digitalen Teilung sind Faktoren wie Alter, Geschlecht, Einkommen und Bildungsniveau.⁶⁴

Die Hypothese der Digitalen Kluft sagt aus, dass reiche und gebildete Menschen einen besseren Zugang zu entsprechenden Medien haben als ärmere und schlecht gebildete Menschen. Durch die Entwicklung neuer Medien wird die Digitale Kluft sich noch vergrößern. Je schnell man an Informationen im Internet gelangt und je schneller die Informationen zum Abrufen im Internet bereitstehen, desto schneller wird sich auch die Kluft verstärken.⁶⁵ Unter dem Aspekt, dass vor allem die

⁶³ Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Digitale_Kluft (Zugriff am 26.03.2011)

⁶⁴ Vgl. <http://www.lernundenter.com/interaktion/qualitaet/fokus/digidef.htm> (Zugriff am 26.03.2011)

⁶⁵ Vgl. Jenseits der digitalen Spaltung, Harald Gapski, 2009, Seite 15-16

Bevölkerungsschichten mit hohem Bildungsstand das Internet aktiv zur Informationsbeschaffung nutzen, während weniger gut ausgebildete Nutzer eher dazu tendieren, das Netz zu Unterhaltungszwecken zu verwenden, könnte die rein infrastrukturelle Durchsetzung des Rechts auf Internetzugang die Wissenskluft gerade verstärken.

Darüber hinaus machen sich Bildungsunterschiede auch auf der Ebene der Internetnutzung bemerkbar. Laut BONFADELLI(2002) gebrauchen Nutzer mit hohem Bildungsstand das Internet service-orientiert für E-Shopping, E-Banking, die Buchung von Reisen etc., zur Kommunikation per E-Mail und zur Informationsbeschaffung. Bei den weniger Gebildeten genießt hingegen die Unterhaltung in Form von Spielen und Chats den größten Stellenwert.⁶⁶

Laut Pippa Noris ist der Begriff Digital Divide ein mehrdimensionales Phänomen. Noris sieht das Phänomen auch aus der globalen, sozialen und subjektiven Perspektive.

"As a multidimensional phenomenon encompassing three distinct aspects. The global divide refers to the divergence of Internet access between industrialized and developing societies. The social divide concerns the gap between information rich and information poor in each nation. And lastly within the online community, the democratic divide signifies the difference between those who do, and do not, use the panoply of digital resources to engage, mobilize and participate in public life"⁶⁷

6.3 FORMEN DES DIGITAL DIVIDES

Digitale Teilung verläuft unter folgende verschiedene Aspekte:

Global Divide

Globale Spaltung, teilt die Gesellschaft in Arme und Reiche Länder. Mit global divide wird die Kluft zwischen Industrieländern und Entwicklungsländern bezeichnet. Während Industrieländern eine gute Position im Bereich Internet einnehmen, sind ärmere wenig entwickelte Länder schlechter positioniert.⁶⁸

Social Divide

Soziale Spaltung, teilt die Gesellschaft in Arme und Reiche Leute innerhalb eines Landes. Auch in den Ländern mit hoher technischer Ausstattung kann die Gesellschaft in zwei spalten und die Nutzung kann ungleich verteilt sein. Innerhalb eines Landes können gesellschaftliche Unterschiede vorkommen hinsichtlich Faktoren wie Herkunft, Alter, Geschlecht, Einkommen, Bildung, Ethnie, Kultur und Behinderungen.⁶⁹

⁶⁶ <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=6778> (Zugriff am 28.03.2011)

⁶⁷ <http://lehrer.schule.at/atzmanstorfer/materialien/digital%20divide.pdf> (Zugriff am 26.03.2011)

⁶⁸ Digitale Bildungskluft - Natalie Zwiefka, 2007, München, Seite 72-73

⁶⁹ Digitale Bildungskluft - Natalie Zwiefka, 2007, München, Seite 73

⁶⁹ <http://homepage.univie.ac.at/wolfgang.zeglovits/MuMeJournal/Digital%20divide%20zusammenfassung.pdf> (Zugriff am 26.03.2011)

Gender Divide

Gender Divide, sind die Geschlechtsdifferenzen zwischen Männer und Frauen

Sprachliche Spaltung

Sprachliche Spaltung, viele Internetseiten werden auf Englischer Sprache oder in anderen großen Sprachen angeboten. Bei den meisten Ländern im Süden fehlen den Menschen die entsprechenden Kompetenzen, die Bildung dafür.⁷⁰ Die meisten Menschen sind somit nicht in der Lage fremdsprachige Internetseiten zu öffnen und die Informationen zu nutzen.

„Education is one of the most significant forms of social development, producing the skills and experiences that are most likely to contribute towards using computers. (Pippa Norris)“⁷¹

6.4 EINFLUSSFAKTOREN FÜR DIE UNGLEICHHEIT - DIGITALE KLUFT IN ÖSTERREICH

Im folgenden Kapitel werde ich zuerst allgemeine Informationen über die Ausstattung, Internetzugang geben, sowie das Haushalteinkommen in Österreich analysieren. Weitere Einflussfaktoren, welche die ungleiche Verteilung bestimmen, wie z.B. das Alter, Geschlecht und Bildung, Beruflicher Stellung soll im Weiteren betrachtet werden.

Haushalts-Ausstattung																	
Austrian Internet Monitor	Österreicher/innen ab 14 Jahren															Q1/10	
	1996 ¹	1997 ¹	1998 ¹	1999 ¹	2000 ¹	2001 ¹	2002 ¹	2003 ¹	2004 ¹	2005 ¹	2006 ¹	2007 ¹	2008 ¹	2009 ¹	%	Tsd.	
PC gesamt	36	38	42	49	56	61	63	68	71	73	74	75	78	80	82	5.780	
Desktop	-	-	-	-	-	56	59	63	64	65	60	60	61	60	59	4.160	
Laptop/Netbook****	-	-	-	-	-	10	12	17	22	25	38	41	52	59	61	4.300	
Internet-Zugang	4	5	9	16	33	42	47	51	55	58	60	65	70	75	77	5.400	
DVD-Player bzw. -Recorder*	-	-	-	-	-	-	19	-	51	61	69	73	72	73	75	5.290	
Digitalkamera	-	-	-	-	-	-	18	-	48	55	59	64	66	69	71	5.010	
Drucker	24	28	38	44	52	56	60	63	64	65	67	67	68	69	69	4.870	
Datastick	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	42	60	65	67	4.720	
CD-/DVD-Brenner**	-	-	-	-	-	20	29	39	46	50	53	54	55	57	56	3.950	
Scanner	-	-	-	-	-	29	32	36	40	42	43	46	46	50	51	3.600	
MP3-Player (eigenst. Gerät)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	38	46	46	49	49	3.460	
Headset	-	-	-	-	-	-	13	18	21	24	28	31	34	38	37	2.610	
Spielkonsole	-	-	-	-	-	-	-	-	27	28	26	30	33	34	36	2.540	
WebCam	-	-	-	-	-	6	7	11	12	14	15	18	25	30	32	2.260	
TV-Karte	-	-	-	-	-	1	7	13	14	16	15	14	15	17	16	1.230	

Quelle: AIM, Integral, 1. Quartal 2010: n = 3.000; Grundgesamtheit: ÖsterreicherInnen ab 14 Jahren (7,05 Millionen)
¹ Ergebnisse des 4. Quartals (bis 4. Qu. 01: n = 4.500, ab 1. Qu. 02: n = 3.500, ab 1. Qu. 05: n = 3.000)
 *aggregierte Werte Q4/06, ** bis 1. Qu. 2006 nur CD-Brenner, **** bis Q4/08 nur Laptop

MEDIENFORSCHUNG ORF

Abbildung 27: Ausstattung der Haushalte mit Computer und Internet⁷²

Betrachtet man die oben angeführte Abbildung, sieht man eine Prozentanzahl von 82% der gesamten österreichischen Bevölkerung, die nach den Angaben der

⁷⁰ Vgl. http://www.freie-gesellschaft.de/wiki/Digital_Divide (Zugriff am 26.03.2011)

⁷¹ Vgl. <http://lehrer.schule.at/atzmanstorfer/materialien/digital%20devide.pdf> /Zugriff am 26.03.2011)

⁷² <http://mediaresearch.orf.at/internet.htm> (Zugriff am 27.03.2011)

Medienforschung ORF, 2010 in einer Studie erhoben wurden. Insgesamt hatten 5780 Menschen im Alter von 14 Jahren einen Computer im Haushalt und 75% davon hatten einen Internetzugang.

Im Vergleich zum Jahr 1996, hatten insgesamt 36% der Österreicher einen PC im Haushalt und 4% davon hatten einen Internetzugang. Es ist ein gravierender Unterschied zu den letzten Jahren, heute hat fast jeder zweiter schon Internet im Haushalt und ein Computer oder ein Netbook/Laptop. Diese Medien sind ohne Internetverbindung in der Bevölkerung nicht mehr akzeptabel, da sie zu den wichtigsten Aufgaben eines PCs oder eines Mobiltelefons, Laptops, Netbooks, etc zählen.

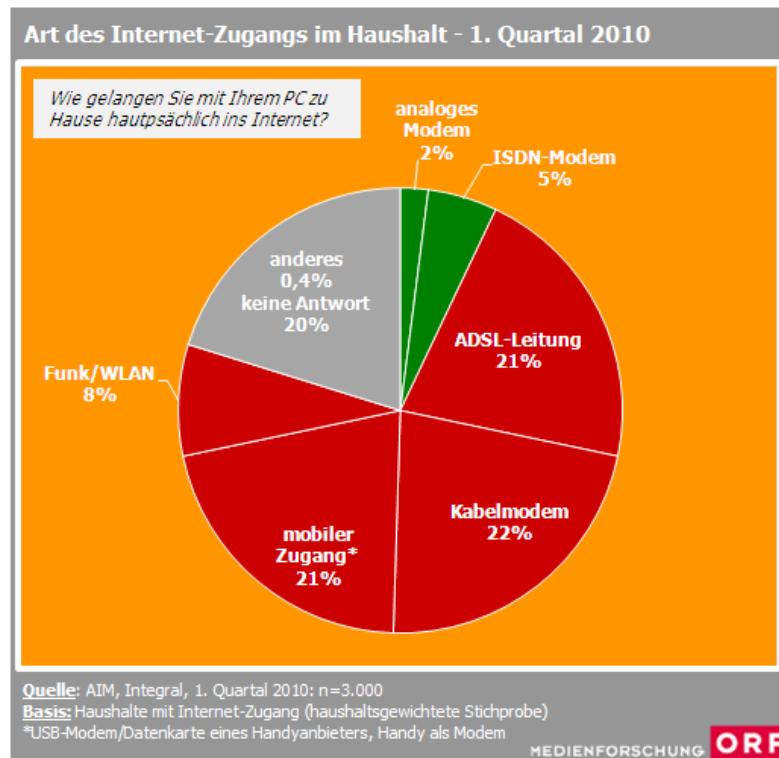


Abbildung 28: Art des Internetzugangs im Haushalt⁷³

Wie schon gesagt, haben sich im Jahr 2010 gezeigt, dass sich 75% Personen des gesamten Österreichs einen Zugang zum Internet hatten, ein Großteil mit 22% verbinden sich ins Internet über ein Kabelmodem, 21% der Haushalte verfügen über eine ADSL-Leitung und andere 21% haben Zugang zum Internet mittels mobiler Zugang. 8% der Haushalte gehen ins Internet über WLAN und 5% haben eine Internetverbindung über ein ISDN Modem und 2% verwenden ein analoges Modem. Die restlichen 20% doch eine Mehrzahl der Haushalte, haben ein anderes bzw. gab es hier keine Antwort auf die Frage.

Dennoch gibt es aber noch sehr viele Personen, die für die Nutzung von Computer und Internet kein Interesse haben oder aus einem Grund, die vielleicht für andere Menschen nicht verständlich ist es nicht nutzen oder das Nutzen des Internets nicht

⁷³ Quelle <http://mediaresearch.orf.at/internet.htm> (Zugriff am 27.03.2011)

sehe. Ich werde im nächsten Kapitel dann nochmal auf diesen Punkt zurückkehren und die Gründe bzw. Motive zur Nichtnutzung des Computers und Internets beschreiben.

Da ich schon am Anfang meiner Masterarbeit auf die Statistiken in Austria über die Internetnutzung eingegangen bin, werde ich nur die digitale Klüfte in Österreich nach Geschlecht, Alter, Einkommen und Bildung, Beruf herausuchen.

6.4.1 DIGITAL DIVIDE ZWISCHEN MÄNNER UND FRAUEN - FAKTOR GESCHLECHT

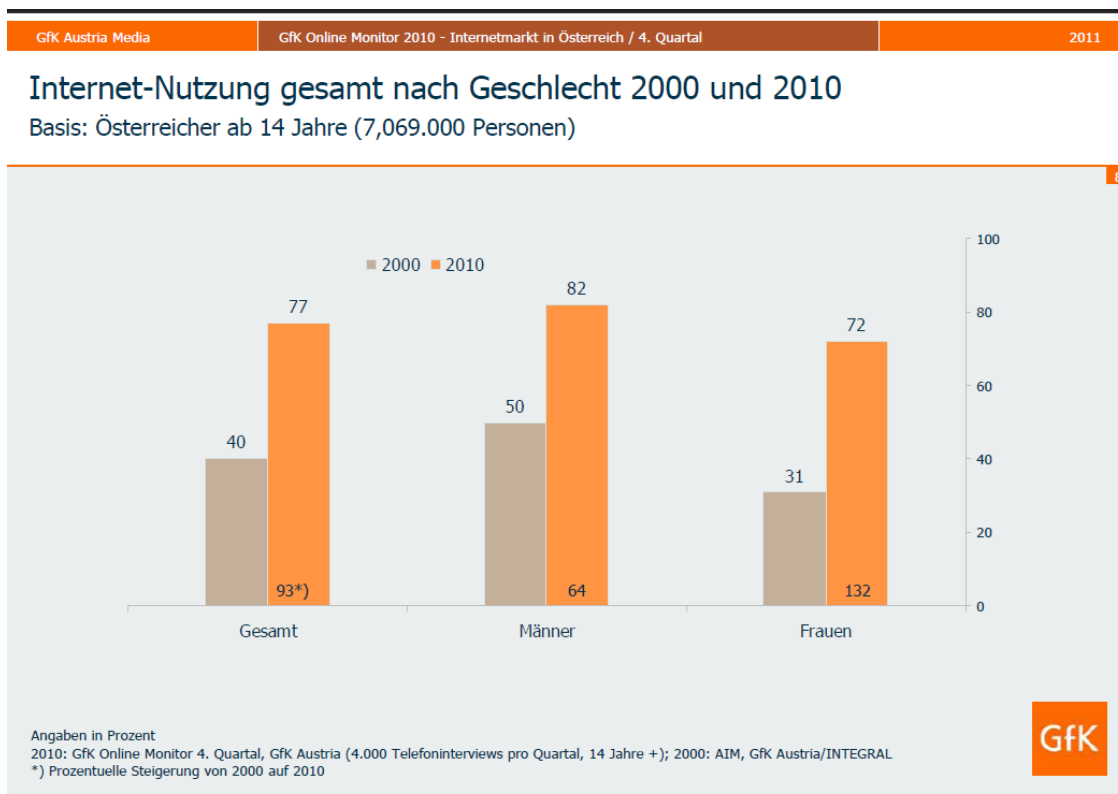


Abbildung 29: Geschlecht der Internetnutzer⁷⁴

In dieser Abbildung bemerkt man schnell, dass der Anteil der Frauen seit dem Jahr 2000 gestiegen ist. Frauen holen auf, aber nach wie vor stehen Männer bei der Internetnutzung noch vorne. Der Anteil lag bei den Frauen im Jahr 2000 noch bei 31%, jetzt sieht man, dass der Anteil der weiblichen Internetnutzer bei 72% liegt. Jedoch wurde der Anteil der Männer noch immer nicht erreicht, da sie im Jahr 2000 bei 50% lagen und jetzt mit 82% aufweisen.

Die Gründe dafür sehen AICHOLZER & SCHMUTZER (2000) die geschlechtsspezifische Bildung. Weiteres meinen Sie, dass sich die Kluft zwischen den Geschlechtern bei der Internetnutzung verringern wird.⁷⁵

⁷⁴ http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/data/press/2011/gfk_online_monitor_austria_4_qu_10.pdf (Zugriff am 27.03.2011)

⁷⁵ Vgl. <http://lehrer.schule.at/atzmanstorfer/materialien/digital%20divide.pdf> (Zugriff am 27.03.2011)

In Österreich wird diese geschlechtliche Kluft bald schließen, da jetzt schon nur 10% der Frauen um an den Anteil der Männer zu gelangen, fehlen. Es wird bald mehr keinen Abstand zwischen den männlichen und weiblichen Internetnutzern geben, welches wir in den nächsten kommenden Zeiten sehen werden.

6.4.2 DIGITAL DIVIDE ZWISCHEN ALT UND JUNG - FAKTOR ALTER

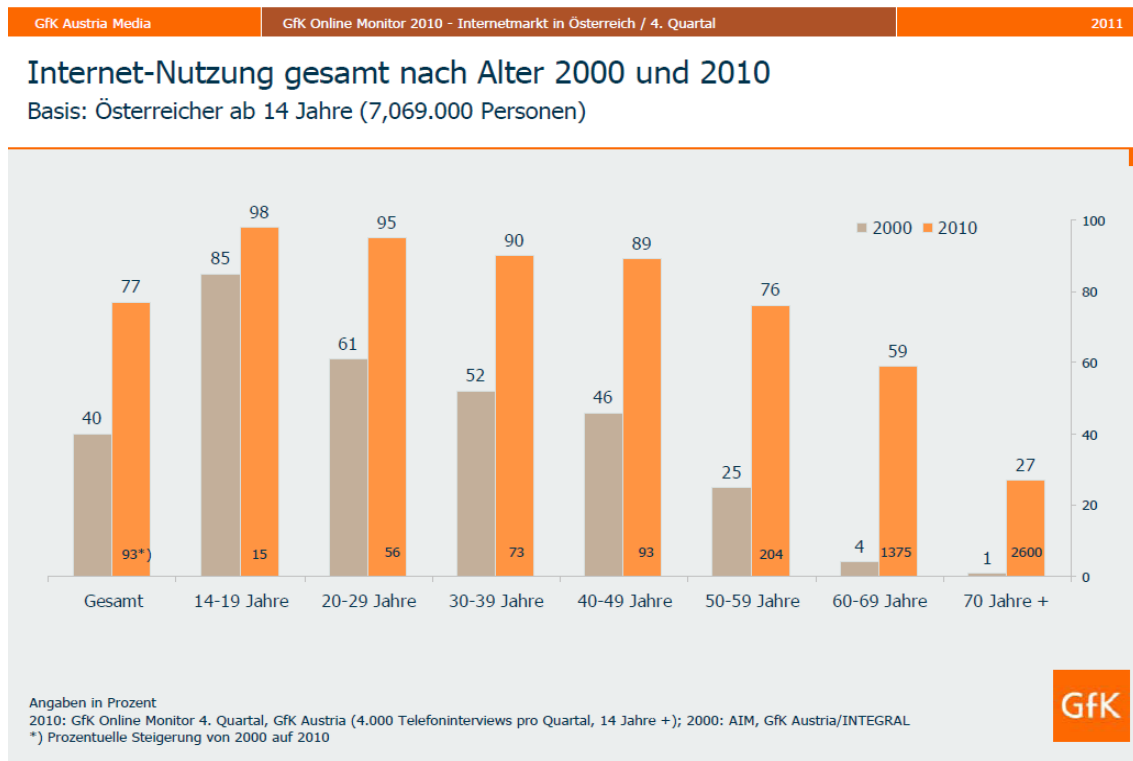


Abbildung 30: Internetnutzung nach Alter⁷⁶

Die Abbildung zeigt, dass der Großteil der Österreicher ab 14 Jahren, die das Internet nutzen, die junge Generation ist. 98% sind die meisten aktiven Internetnutzer, die zwischen 14-19 Jahren sind. Die zweite Reihe schnappt die Altersgruppe 20-29, die mit 95% online sind. Die ältere Generation 30 - 39 und 40-49 haben nur im Vergleich zueinander 1% Unterschied. Personen zwischen 30-29 zeigen einen Anteil von 90%, die Altersgruppe 40-49 hingegen liefern einem Ergebnis von 89%.

Die ältere Altersgruppe ab 50 und aufwärts liefert eine interessante Zahl, nämlich 76% sind online und nutzen die Möglichkeiten des Internets. Österreichische Nutzer, die in die Altersgruppe 60-69 hineinfallen sind bei einer Prozentanzahl von 59%. Mit 27% werden die 70+ Generation in die Gruppe der Onliner eingeordnet. Seit dem Jahr 2000, mit der Weiterentwicklung des Internets hat sich die Gruppe der Onliner wesentlich geändert, da sogar die 70+ Generation von 1% nach zehn Jahren zu 27% gestiegen sind. Der wesentlicher Grund dafür, wieso die ältere Generation

⁷⁶ http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/data/press/2011/gfk_online_monitor_austria_4_qu_10.pdf (Zugriff am 27.03.2011)

nicht einen großen Anteil aufweisen, ist der mangelnde Medienkompetenz. Diese fehlenden Kompetenzen sind laut AICHOLZER & SCHMUTZER (2000) die gestiegene Arbeitslosigkeit unter der älteren Altersgruppe.⁷⁷

6.4.3 DIGITAL DIVIDE AUFGRUND DER SCHULBILDUNG - FAKTOR SCHULBILDUNG

	Gesamtbevölkerung	Internet-Nutzer 4. Quartal 2000	Internet-Nutzer 4. Quartal 2010
Schulbildung			
Pflichtschule	26	22	22
Fachschule/Lehre	50	39	48
Matura/Universität	25	37	29

Abbildung 31: Bildung der österreichischen Bevölkerung⁷⁸

Je höher der Bildungsabschluss, desto eher nutzt die betreffende Person das Internet.

Diese Abbildung zeigt die Internetnutzung von österreichischen Schüler/Studenten nach 14 Jahren aus den Pflichtschulen, Fachschulen/Lehre und von Matura/Universitäten. Der Großteil der Nutzer mit 48% ist von den Fachschulen bzw. Personen, die einen Lehrabschluss begehnen. Den niedrigen Anteil sehen wir bei den Pflichtschulen, die mit 22% online sind. Diejenigen mit einem Maturaabschluss oder einem Universitätsabschluss liegen bei 29%. Der Anteil von Fachschulen/Lehren hat in den letzten Jahren einen riesigen Sprung gemacht. Jedoch ist der Anteil der österreichischen Bevölkerung, mit einem niedrigen Abschluss unverändert geblieben. (AICHHOLZER & SCHMUTZER , 2000)

⁷⁷ Vgl. <http://lehrer.schule.at/atzmanstorfer/materialien/digital%20divide.pdf> (Zugriff am 27.03.2011)

⁷⁸ http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/data/press/2011/gfk_online_monitor_austria_4_qu_10.pdf (Zugriff am 27.03.2011)

6.4.4 DIGITAL DIVIDE AUFGRUND DES EINKOMMENS - FAKTOR EINKOMMEN

GfK Media		GfK Online Monitor 2010 - Internetmarkt in Österreich / 2. Quartal		2010
Struktur der Internet-Nutzer - Schulbildung und HH-Nettoeinkommen 2000 und 2010				
		Gesamt- bevölkerung	Internet-Nutzer 4. Quartal 2000	Internet-Nutzer 2. Quartal 2010
Pflichtschule	26	22	23	
Fachschule/Lehre	50	39	48	
Matura/Universität	25	37	29	
bis € 1.500,--	22	- *)	15	
bis € 2.200,--	23	-	23	
über € 2.200,--	38	-	46	
keine Angabe	17	-	17	

Angaben in Prozent, *) keine Vergleichsdaten
2010 GfK Online Monitor: GfK Austria (4.000 Telefoninterviews pro Quartal, 14 Jahre +), 2000 AIM: GfK Austria/INTEGRAL

Abbildung 32: Einkommen der Österreicher⁷⁹

Nutzer des Internets sind eher Haushalte, die einen hohen Einkommen haben, als jene, die als Offliner bezeichnet werden und einen niedrigen Einkommen haben. Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen bis zu 1500 Euro sind 14% im Internet online. Personen mit Haushalten, die bis zu 2200 Euro Nettoeinkommen haben sind 21%. Menschen, die das Internet aktiv nutzen und einen Einkommen über 2200 haben, sind bei 50%, welches die meiste Prozentanzahl in dieser Abbildung aufzeigt. Personen, die mehr Geld verdienen und ein hohes Einkommen haben, nutzen das Internet mehr als jene, die weniger verdienen. Hier besteht noch immer eine große Kluft zwischen den Einkommensgruppen.

⁷⁹ http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/data/press/2011/gfk_online_monitor_austria_4_qu_10.pdf (Zugriff am 27.03.2011)

6.5 ZUSAMMENFASSUNG

Aus diesen Bewertungen kommt hervor, dass das Internet in Österreich nicht von allen Bevölkerungsgruppen genutzt wird. Die Kluft in Österreich besteht noch immer, aber wenn man sich die letzten Studien zur Internetnutzung ansieht, merkt man schnell, dass sich die digitale Spaltung in Österreich wesentlich verbessert hat, da es fast keine Unterschiede mehr in manchen Bereichen gibt. Aber dennoch ist die Nutzung des Internets für manchen Menschen in Österreich weit entfernt.

Natürlich gibt es Gründe für die Nichtnutzung von Computer und Internet auf die ich im nächsten Kapitel eingehen werde.

Meiner Meinung nach wird sich die Situation in den Entwicklungsländern aufgrund der mangelnden Informations- und Kommunikationstechnologien in den nächsten Jahren nicht wirklich ändern. Um die Informationen im Internet nutzen zu können, ist eine technische Ausstattung in den Entwicklungsländern erforderlich. Leider können sich die Menschen in den ärmeren Ländern das Leben nicht aussuchen, da sie schon so eingeboren werden. Ich hoffe aber, dass die Welt auch an die ärmeren Menschen denkt und für sie vergleichbare Möglichkeiten schafft. Nicht nur in diesem Bereich, auch in anderen Bereichen könnten Maßnahmen eingesetzt werden.

Was wären wir ohne diese neuen Technologien? Es hat uns weltweit sehr beeinflusst und geht von unserem Leben nicht mehr weg. Man sollte sich mal drüber Gedanken machen, um die Situation in den anderen ärmeren Ländern zu verstehen.

Obwohl aber Österreich in eine gute Struktur ist, zeigen sich viele geschlechtsspezifische, bildungsspezifische soziale Unterschiede der Internetnutzung.

Trotz der aufgezählten Faktoren der Internetnutzung gibt es verschiedene Aspekte, welche auch betrachtet werden können. Zukünftig wird es sicher mehr Gesichtspunkte der Digitalen Spaltung geben, woran ich stark glaube.

6.6 GRÜNDE UND MOTIVE ZUR NICHTNUTZUNG VON COMPUTER UND INTERNET

Heute sind es doch noch genug Leute, die das Internet aus unterschiedlichen Gründen nicht nutzen.

Diese Gründe können diskutiert werden, da jeder sicher ein Meinungsunterschied zu diesem Thema haben würde. In der Literatur wurden diese Motive nach verschiedenen Modellen realisiert. Ich werde

in diesem Kapitel die Motive zur Nichtnutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien auf Basis des Digital Divide Stufenmodells von Selwyn und von Van Dijk näher beschreiben.

Das Modell von Selwyn (2004) unterteilt sich in sechs Stufen. Für die erste Stufe ist es relevant, ob das Internet für den User verfügbar ist. Für die zweite Stufe gilt, ob die Person überhaupt in der Lage ist, das Internet zu verwenden. Die dritte Stufe besagt, ob das Internet in einer beliebigen Form verwendet wird. Die vierte Stufe des Modells beinhaltet, ob eine individuell relevante Internetnutzung stattfindet. Die vorletzte Stufe sagt aus, ob aus der Art der Internetnutzung kurzfristig Auswirkungen entstehen können. Die Letzte besagt, ob langfristig vorteilhafte Auswirkungen der Internetnutzung festgestellt werden.

Im weiteren werde ich ein anderes Digital Divide Modell beschreiben, das von Van Dijk ist und dem Modell von Selwyn ähnelt. Das vier Stufen Modell unterteilt sich in motivationale, materielle, kompetenzbezogene und in realisierte Zugang. Der motivationale Zugang beschreibt den individuellen Antrieb zur Internetnutzung. Der materielle Zugang definiert, dass Zugang zum Internet und das Erlaubnis zur Nutzung besteht. Der kompetenzbezogene Zugang bezeichnet die technischen Kompetenzen der Nutzer. Der realisierte Zugang beschreibt die Häufigkeit sowie die Vielfaltigkeit von genutzten Anwendungen im Internet.

Nach den unterschiedlichen Arten und Weisen von Modellen in der Literatur werden vier zentrale Erklärungen für die Nichtnutzung herausgehoben:

- Materielle Barrieren, wie mangelnde Technologie, Kostengründe
- Fehlende Kompetenzen
- Fehlende Motivation zur Internetnutzung
- Ablehnung des Internets⁸⁰

⁸⁰ Vgl. Jenseits der Digitalen Spaltung, Harald Gapski, 2009, Deutschland, Seite 36-39

7. EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG

Um den aktuellen Stand über die private und universitäre Internetnutzung der Studenten herauszufinden - wie die junge Generation heute sich mit dem Thema „Internet“ beschäftigt, wurde eine Onlinebefragung unter 52 Studenten durchgeführt und ausgewertet.

7.1 THEMENAUSWAHL

Die Fragen werden unterteilt in drei Themenbereiche:

1. Persönliche Daten
2. Private und universitäre Internetnutzung
3. Offene persönliche Fragen

Die Fragen richten sich an drei Zielgruppen:

1. Studenten, die zwischen 18 bis 20 Jahre alt sind
2. Studenten, die zwischen 21 bis 25 Jahre alt sind
3. Studenten, die zwischen 26 bis 30 Jahre alt sind

Am Anfang des Fragebogens werden die allgemeinen Daten des Studenten erfasst, dazu gehören Kriterien wie Alter, Geschlecht und Bildungsstand. Im zweiten Teil wird die private und universitäre Internetnutzung befragt, die sich nach den Themen, Dauer und Häufigkeit der Internetnutzung, Gewohnheiten im Internet, welche Kaufmöglichkeiten, welche Kommunikationsmöglichkeiten die Studenten nutzen, richten.

Es sind auch persönliche Fragen dabei, die die Studenten mit der Teilnahme an der Umfrage beantwortet haben. Zum Schluss ist eine offene Frage, dass dem Studenten zum Nachdenken bringt und anonym ist, wie die Zukunft von Internet nach zehn Jahren aussehen wird.

7.2 UNTERSUCHUNGSMETHODE

Eigentlich war geplant, dass ich die Befragung auf schriftlichem Wege unter Studenten diverser Universitäten machen wollte, da der Zugang für mich eh noch sehr angenehm und leicht war. Um von meiner Zeit zu ersparen und da ich auch nebenbei arbeite, hab ich mich für die Onlinebefragung entschieden. Ein weiterer Grund dafür war, dass ich die Teilnehmer in kurzer Zeit erreichen wollte, dies konnte ich anhand einer Onlinebefragung durchführen.

Natürlich ist die Planung, Durchführung des Fragebogens sowie die Auswertung in einer Onlineform auch sehr erleichternd.

Bevor ich mit der Erstellung des Fragebogens begonnen habe, musste ich ein paar Entscheidungen treffen. Festgelegt hab ich mir für meine Befragung zunächst die

wichtigsten Punkte: die Inhalte, den Zeitumfang, die Methode und den Teilnehmerkreis.

Nach einer kurzen Recherche im Internet und nach der Frage bei ein paar Freunden, welche Onlineform für mich das geeignetste wäre, hab ich die richtige Entscheidung getroffen.

Eine Freundin von mir, hat mir das kostenlose Google Formular empfohlen und mich darauf aufmerksam gemacht, welches von Google gratis und frei angeboten wird. Hier werden die Auswertungen gleich automatisch gemacht, die Diagramme, die Auswertung des Fragebogens kann als eine Excel Datei abgespeichert werden. Somit ist es auch eine Erleichterung für die Personen, die ohne viel Aufwand einen Fragebogen erstellen möchten.

Ich möchte darauf ansprechen, dass alle Diagramme die in den Auswertungen vorkommen von mir selber mit dem Programm Excel erstellt wurden.

Mit Hilfe des freien Angebots von Google Docs, hab ich meinen Fragebogen erstellt, welches 27 Fragen beinhaltet und fügte die Fragen in das Google Formular⁸¹ (Abbildung 33) ein. Für die Darstellung des Fragebogens stehen dem User sechs Möglichkeiten des Tools zur Verfügung: Text, Auswahlfrage, Skala, Gitter und aus einer Liste wählen. In meinem Fragebogen habe ich die Möglichkeit - Auswahlfrage oder aus einer Liste wählen verwendet.



Der vorliegende Fragebogen ist Teil meiner Diplomarbeit und beschäftigt sich mit der Thematik Internetnutzung unter sozialen Gruppen. Untersucht wird mit diesem Fragebogen die allgemeine Internetnutzung unter Studenten. Ich würde mich freuen, wenn ihr den Fragebogen beantwortet und auch an Studenten, die ihr kennt weitersendet. Die Ergebnisse sind anonym und werden für die Auswertungen verwendet.

Danke fürs Mitmachen!

Bakk.rer.soc.oec. Bahar Yilmaz-Alan

* Erforderlich

Wie alt sind Sie? *

- zwischen 18-20
- zwischen 21-25
- zwischen 26-30

Welches Geschlecht haben Sie? *

- weiblich

Abbildung 33: Google Formular

⁸¹<https://spreadsheets.google.com/viewform?hl=de&pli=1&formkey=dDFfaFdqV0d0d2FSMjFsVDQ5U3d6MUE6MQ#gid=0>

7.3 AUSWAHL DER STUDENTEN/UMSETZUNG DES FRAGEBOGENS

Die Zielgruppe dieser Befragung sind hauptsächlich Studenten, die auf diversen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien studieren und das „Internet“ nutzen. Die Fragen richten sich an drei unterschiedliche Altersgruppen, von 18 bis 20, von 21 bis 25 und von 26 bis 30 Jahren.

Den Link zum Fragebogen versendete ich durch verschiedene Möglichkeiten, wie E-Mail, Facebook, Skype und Windows Messenger. Ich verschickte die URL an alle Studenten, die ich aus meinem

Freundeskreis, Bekanntenkreis und meinen Arbeitskollegen kannte, mit der Bitte an der Befragung teilzunehmen und an Studenten, die sie kennen weiterzuleiten.

Den Link versendete ich per E-Mail über meine Firmen Adresse an meinen Arbeitskollegen, von meiner privaten E-Mail Adresse an meine Freunde und Verwandte. Weiteres teilte ich den Link in allen Social Media Plattformen, wo ich angemeldet war.

Leider habe ich nicht das erwartete Resultat erhalten, weil nicht viele an der Umfrage teilgenommen haben.

Da aber die Anonymität in der Befragung herrschte, konnte auch nicht nachgetestet werden, wer aller an meiner Umfrage mitgemacht hat. Insgesamt sollten es über 70 Leute sein, an denen ich den Link weitergeleitet habe, teilgenommen haben bei der Befragung nur 52 Studenten. Diese Anzahl wollte ich auch erreichen, somit kam ich nach 12 Tagen zum Entschluss meines Fragebogens.

Die unten angeführte Abbildung zeigt den Verlauf der Tage und die Anzahl der Teilnehmer bis zum Endergebnis des Fragebogens:

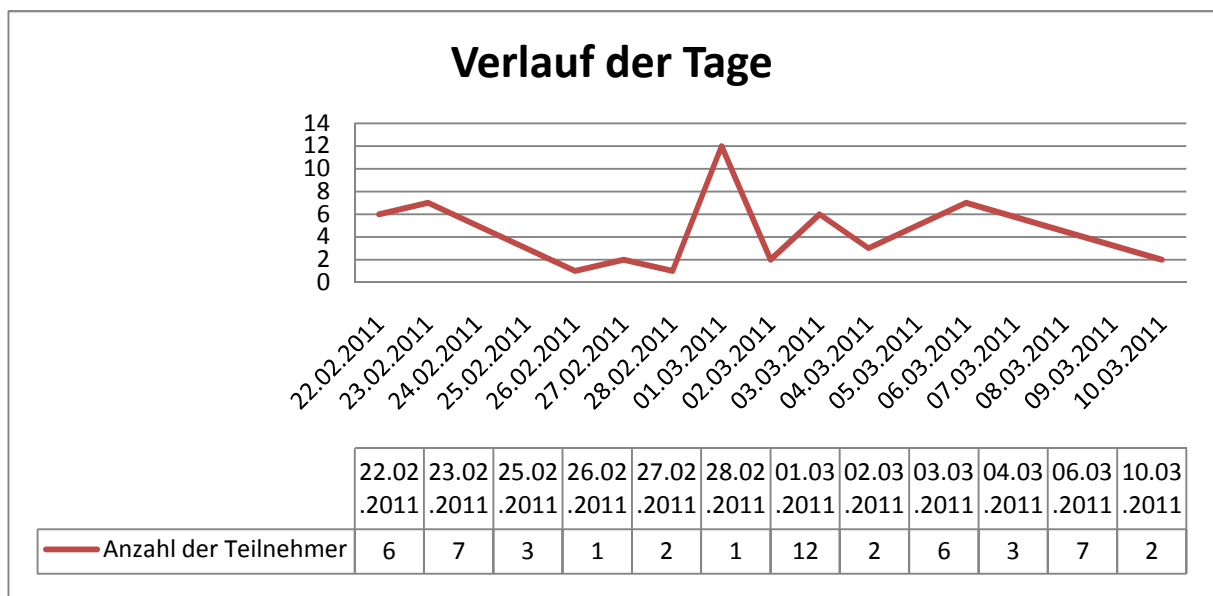


Abbildung 34: Verlauf der Tage

7.4 AUSWERTUNGEN

Vom Projektaufwand her, hab ich ca. 35 Stunden für die ganze Befragung gebraucht, für die Analyse, Vorbereitung des Fragebogens, Ausschickungen der Links an die Studenten und für das ganze Reporting und Dokumentation. Hier ein kurzer Überblick über dem Gesamtaufwand des Fragebogens:

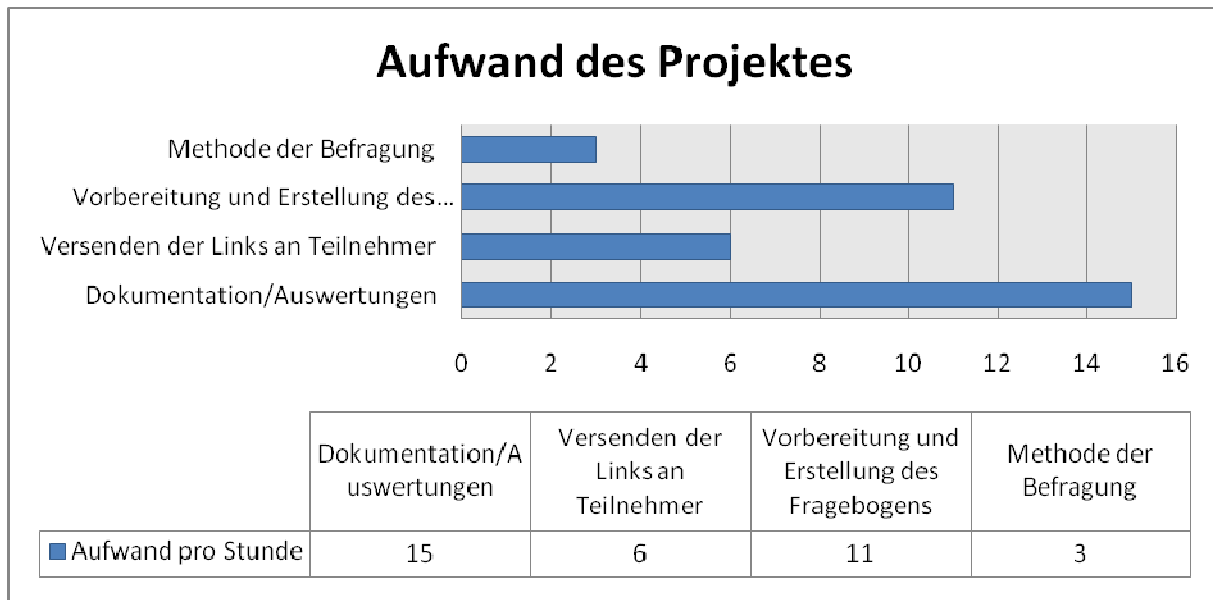


Abbildung 35: Aufwand des Projektes

Anschließend möchte ich die Ergebnisse der Befragung auswerten. Wie bereits im ersten Kapitel erwähnt, wird der Fragebogen in drei Themenbereiche aufgeteilt. Der erste Teil setzt sich aus den persönlichen Daten zusammen, der zweite Teil setzt sich aus der universitären und privaten Nutzung zusammen. Im dritten Teil sind offenen Fragen, die dem Nutzer zum Nachdenken bringen.

Dieser Fragebogen zeigt, dass insgesamt 52 Studenten befragt wurden - davon sind 31 weiblich und 21 männlich.

Um einen guten Überblick zu verschaffen, habe ich die Ergebnisse – Welches Geschlecht und aus welcher Altersgruppe sich die Befragung befasst, zusammenfassend in einem Diagramm erstellt. In der unten angeführten Abbildung vier ist dies deutlich zu sehen.

In der Altersgruppe von 18-20 wurden insgesamt drei Studenten erreicht, drei davon waren weiblich und es gab kein einziges männliches Geschlecht, das bei dieser Gruppe teilnahm.

In der Altersgruppe von 21-25 wurden 24 Studenten erreicht, 18 der Befragten waren vom Geschlecht her weiblich, der Rest mit sechs Studenten gehört zu den Männern.

In der ältesten und der letzten Zielgruppe, haben insgesamt 52 Studenten mitgemacht und davon waren 10 weiblich und 15 männlich.

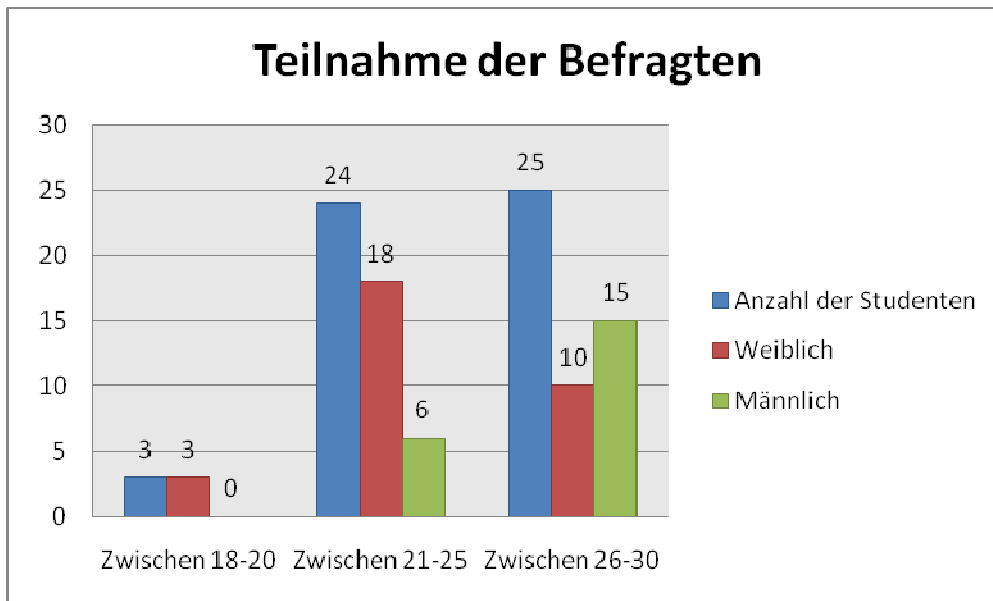


Abbildung 36: Teilnahme der Befragten

Hier nochmal einen Überblick zu den Fragen bzw. die jeweiligen Diagramme dazu.

Frage 1: Wie alt sind Sie?



Abbildung 37: Alter der Befragten

Frage 2: Welches Geschlecht haben Sie?

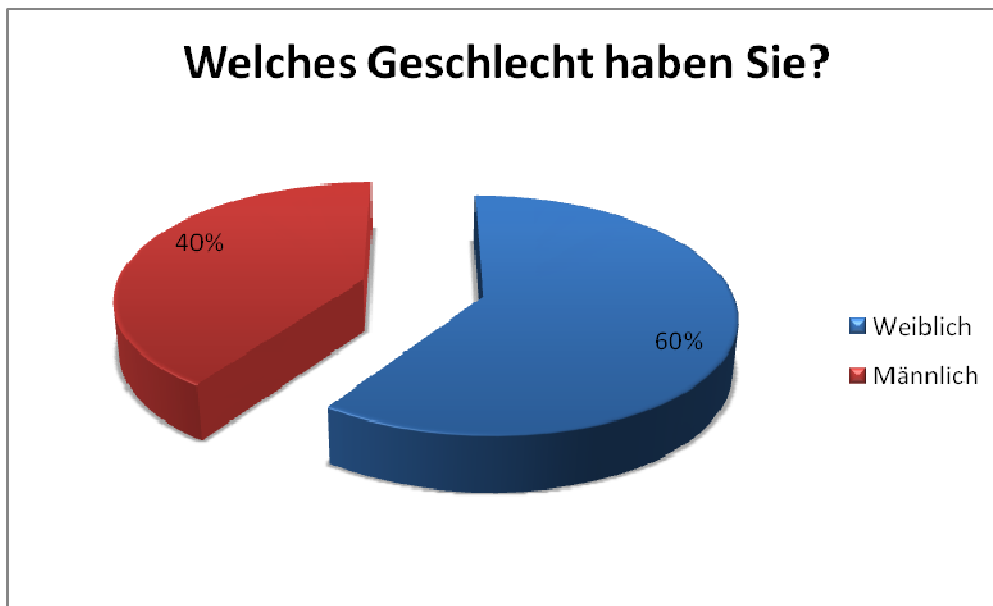


Abbildung 38: Geschlecht der Befragten Teilnehmer

In der Abbildung 37 und in der Abbildung 38 sieht man die Prozentanzahl der mitwirkenden Studenten geordnet nach Geschlecht und Altersgruppen.

In der Altersgruppe zwischen 18 und 20 wurden 6% der Studenten befragt, in der Altersgruppe von 21-25 wurden 46% der Studenten erreicht und in der ältesten Zielgruppe zwischen 26-30 sind es die meisten, die mitgemacht haben mit 48%.

Von diesen Zielgruppen waren insgesamt 40% männliche Studenten und die hohe Teilnahme an Studenten mit 60% der Befragten waren weiblich.

Von meiner Befragung kommt hervor, dass der Anteil an Studenten mehr mein Geschlecht nahe war.

Frage 3: Auf welcher Universität sind Sie inskribiert?

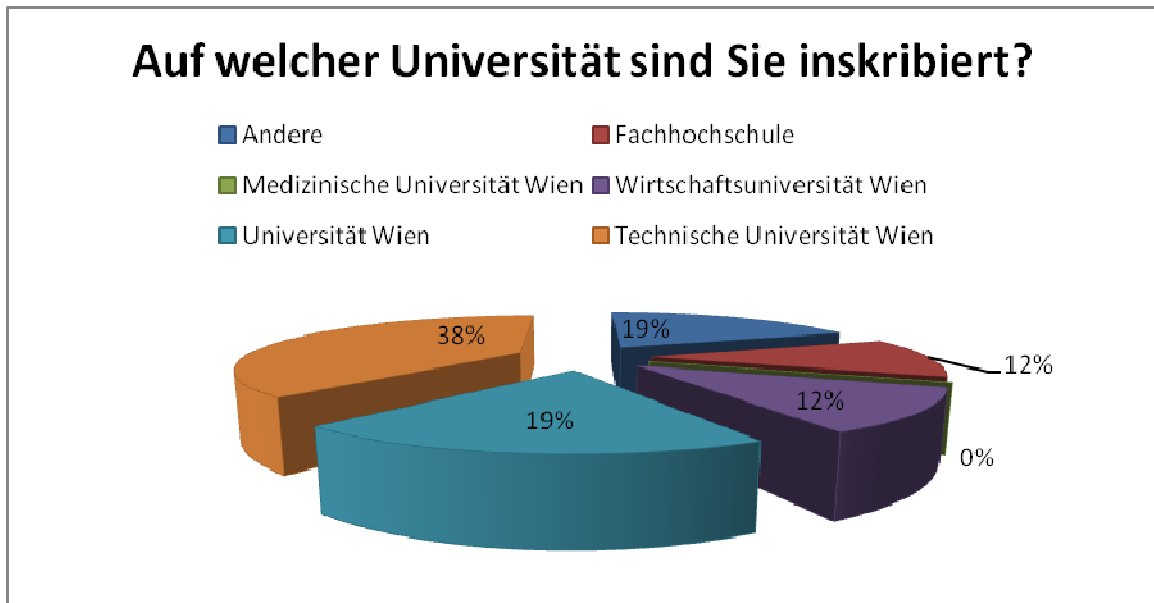


Abbildung 39: Anzahl der Studenten, die auf den Universitäten inskribiert sind

Die dritte Frage richtete sich auf welcher Universität die Teilnehmer studierten. Eine schöne Auswertung kam auch hier heraus. Da ich noch auf der Technischen Universität Wien studiere, erreichte ich den Mehr teil an Studenten auf meiner Stammuniversität, mit 20 Studenten.

Zehn Teilnehmer studierten auf der Universität Wien, sechs Studierende waren von der Wirtschaftsuniversität Wien und sechs Leute waren von den Fachhochschulen. Dank einer meiner Arbeitskollegen, die vor kurzem ihr Studium in Innsbruck absolvierte, hab ich auch bei Andere/Others fünf Leute eingesammelt und der Rest sind Studenten von der Uni IBK, Technische Universität Graz und von der Werkeakademie.

Frage 4: Was studieren Sie?

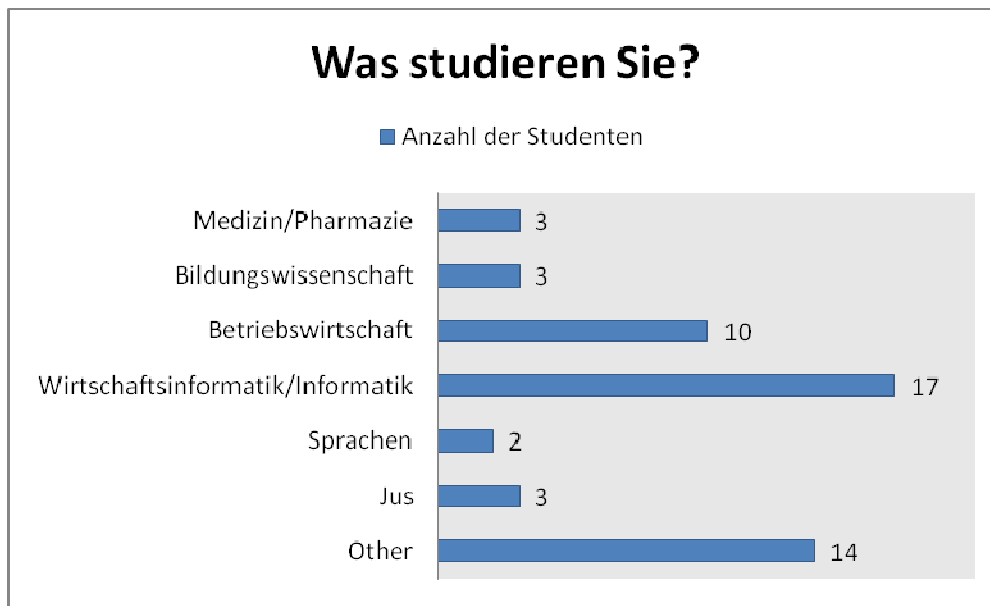


Abbildung 40: Anzahl der Studierenden nach Studienrichtungen

Die Abbildung sieben zeigt, dass 40 der teilnehmenden Studierenden aus den technischen Studienrichtungen waren, wie Informatik und Wirtschaftsinformatik. Aus der Richtung Wirtschaft, waren zehn Teilnehmer, welche auf der Wirtschaftsuniversität Wien, Fachhochschule, Universität Wien, Universität Innsbruck Betriebswirtschaft studierten. Vier Personen, die auch aus dieser Richtung sind und bei Others hineingefallen sind studieren Jus, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftswissenschaften auf der Wirtschaftsuniversität.

Von der Medizinischen Seite und waren drei Medizin oder Pharmazie Studenten, zwei studierten an der Universität Wien und eine Person war von der Fachhochschule. Weiteres waren drei Bildungswissenschaftler, zwei studierten auf der Universität Wien und eine Studierende war von der Universität Innsbruck.

Drei Teilnehmer waren Jus Studenten, welche auf der Universität Wien und Wirtschaftsuniversität Wien studierten und zwei Personen, die Sprachen studierten auf der Uni IBK und Universität Wien.

Bei Andere/Other sind 14 der Befragten hineingefallen. Dazu gehören Studienrichtungen, wie Marketing, Biotechnologie, Innovations-und Technologiemanagement, Informatikmanagement, Elektrotechnik, Telematik, Gesundheits-und Plegewissenschaft, Politikwissenschaft, Psychologie und Jus, Radiotechnologie, Ingenieurwesen und Architektur und Wirtschaftswissenschaften.

Frage 5: Wie lange surfen Sie täglich?

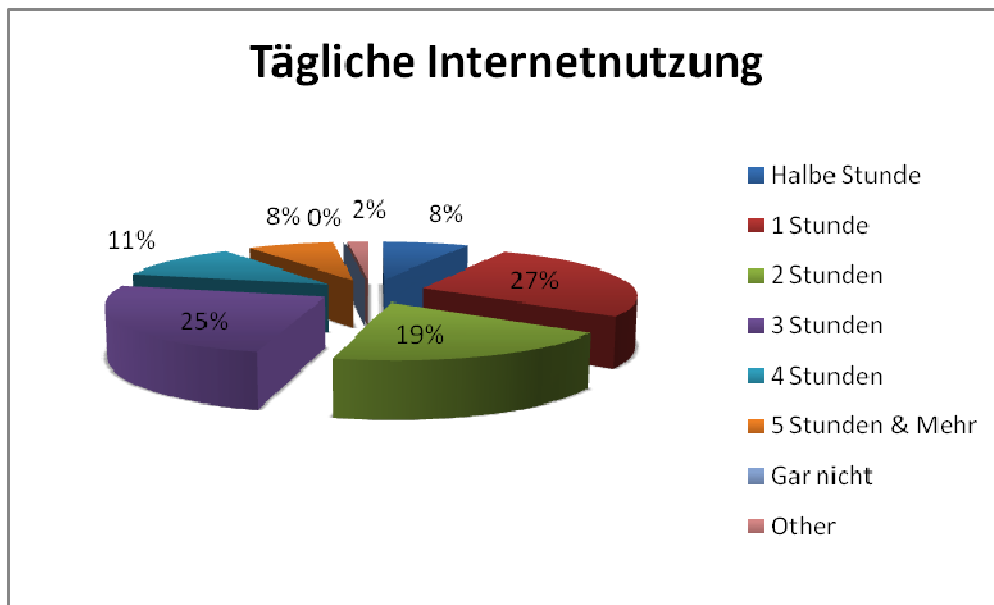


Abbildung 41: Tägliche Internetnutzung der Studenten in Stunden

Diese Auswertung Abbildung 41 befasst sich mit der täglichen Internetnutzung pro Stunde der weiblichen und männlichen Studenten. Die durchschnittliche Nutzung des Internets unter Studenten beträgt zwischen einer Stunde bis drei Stunden. Die Befragung nach einer Stunde und drei Stunden, haben fast gleich abgeschnitten, der Wert für eine Stunde beträgt 27% und der Wert für drei Stunden beträgt 25%. Zwei Stunden Internetnutzung liegt bei 19%.

Der niedrige Anteil mit 8% zeigt, dass auch ein paar Studenten, die Zeit mit dem Internet zu verbringen ziemlich mögen, da sie eine halbe Stunde oder mehr als fünf Stunden pro Tag online sind. Der Prozentwert 11% zeigt, dass die Studenten vier Stunden im Internet täglich surfen. Bei Others hat eine Studentin mit zwei bis drei Stunden geantwortet, wo die Auswertung mit 2% aufzeigt.

0% haben mit Gar nicht geantwortet, was man daraus ausschließen kann, dass alle der Befragten, die an meiner Umfrage teilgenommen haben, wahre Internetsurfer sind.

Frage 6: Wie oft verwenden Sie das Internet im Durchschnitt?

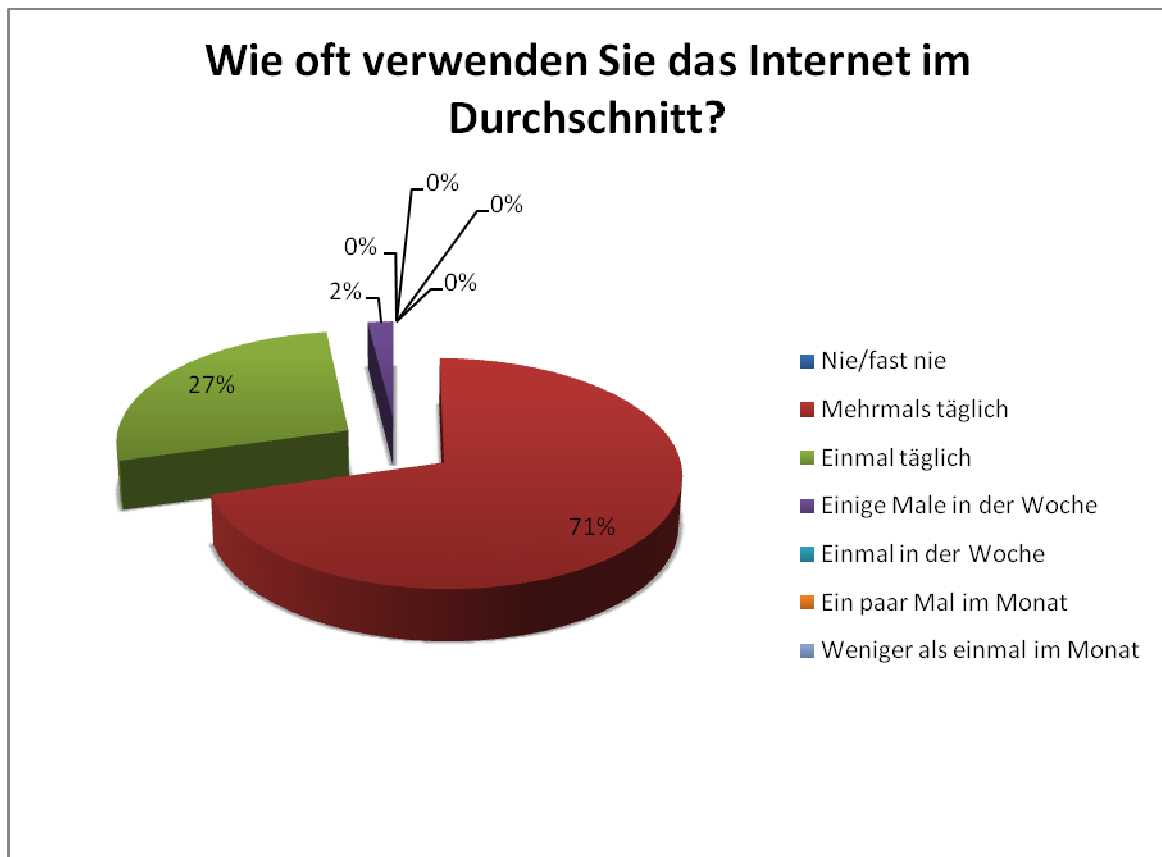


Abbildung 42: Durchschnittliche Internetnutzung der Studenten

Die Abbildung 42 zeigt die durchschnittliche Internetnutzung der Studenten. Hier erkennt man sofort, dass das Internet aus dem täglichen Leben der jungen Personen, nicht mehr wegzudenken ist. Der Großteil der befragten Studenten, mit 71% ist mehrmals täglich online und 27% nutzen das Internet einmal täglich. 2% der Teilnehmer verwenden das Internet einige Male in der Woche.

Frage 7: Mit welchen Geräten haben Sie Zugang zum Internet?

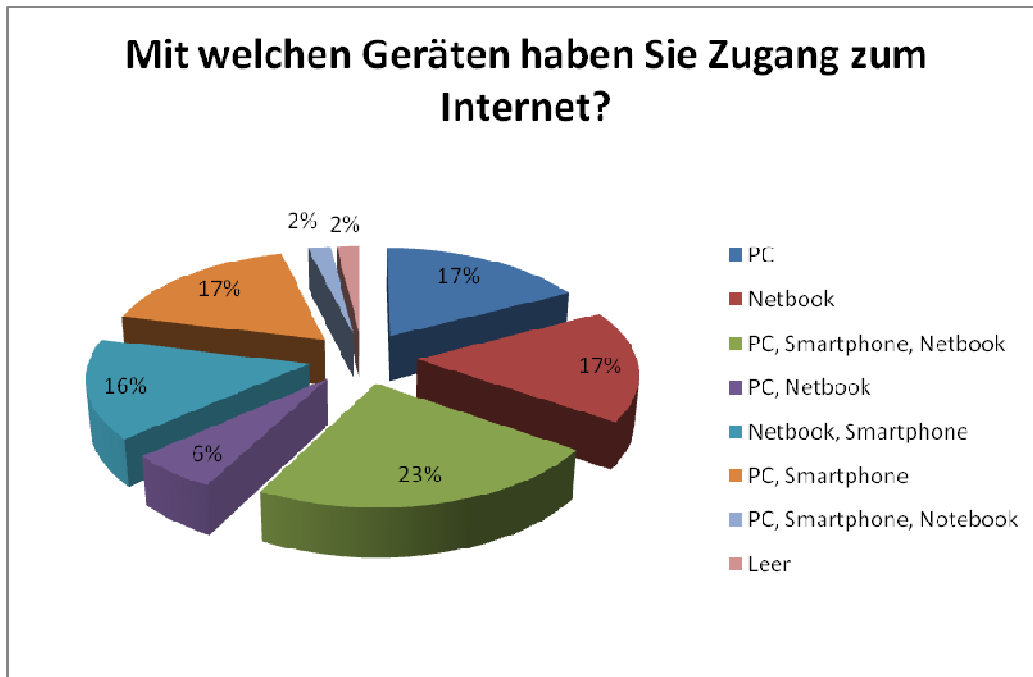


Abbildung 43: Zugang zum Internet – Geräteanordnung

Bei der Frage habe ich die Antworten zusammengefasst. Die meisten der befragten Studenten, mit 23% haben einen Zugang zum Internet mittels PC, Smartphone und Netbook. 17% haben Zugang mit PC und Smartphone und andere 17% nutzen das Medium nur mit Netbook und andere 17% nutzen das Internet nur mit einem PC. 16% der Studenten nutzen für den Internetzugang nur das Netbook und das Smartphone. 6% nutzen nur das PC und das Netbook zum surfen. 2% nutzen einen PC, Smartphone und einen Notebook zum surfen. Eine weibliche Person fällt in Leer mit 2%, da sie diese Frage leer gelassen hat.

Aus dieser Auswertung kommt hervor, dass unter Studenten noch der PC ein Trend und noch immer von den meisten verwendet wird. Mit der neuen mobilen Technologie, wie das Smartphone und Netbook ist das nutzen auch überall und jederzeit möglich, welches auch unter Studenten sehr beliebt und Interesse erweckt hat.

Was mich aber ein bisschen enttäuscht und gewundert hat, war das keiner der befragten Teilnehmer, Tablets zum surfen verwendeten.

Hier nochmal einen Überblick über die ganzen Antworten auf die Frage 7:

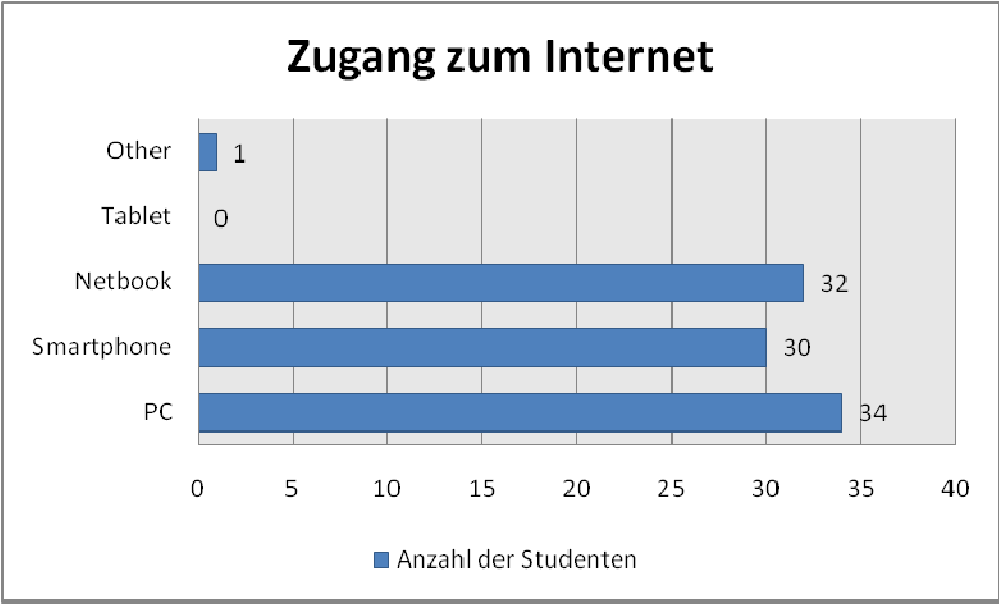


Abbildung 44: Zugang zum Internet

Frage 8: Wo verwenden Sie das Internet

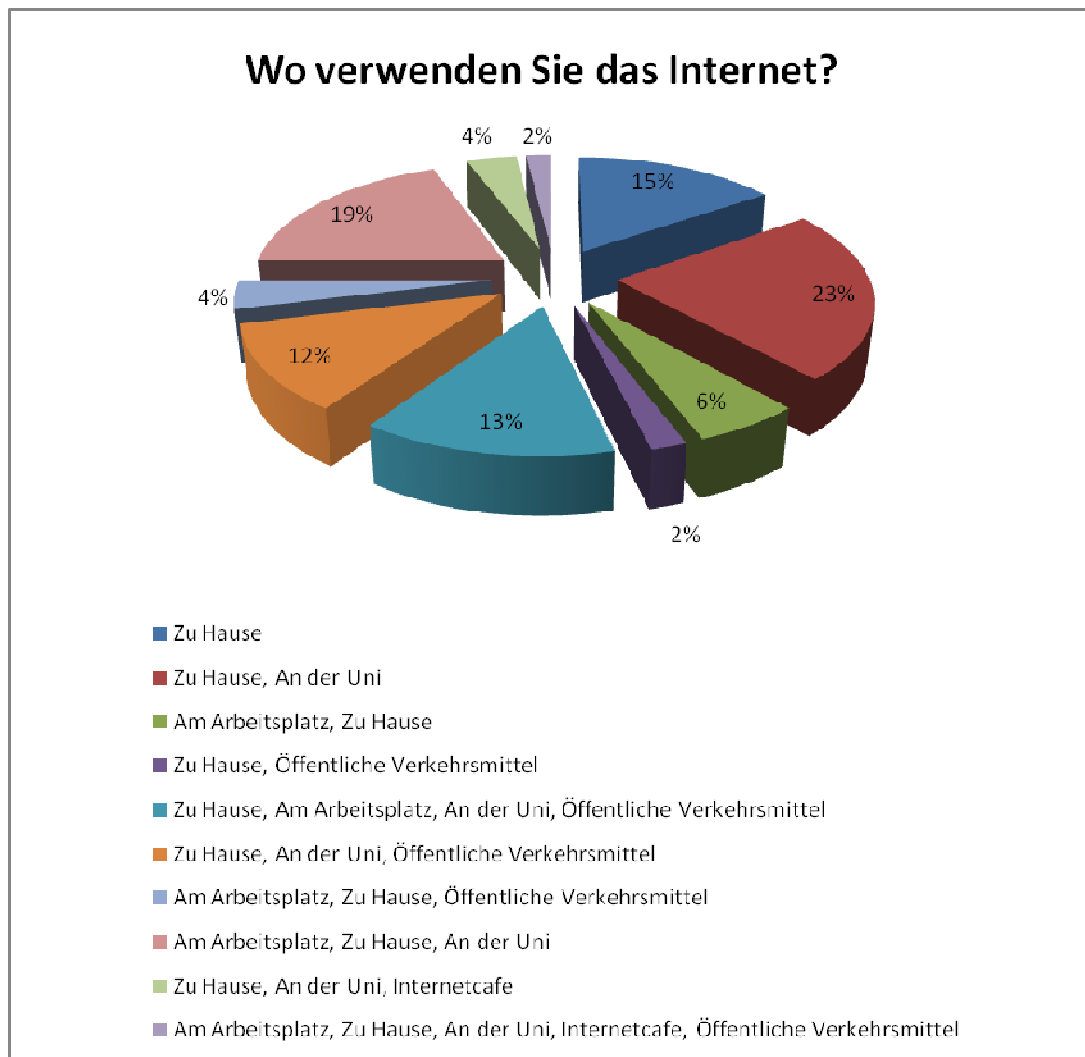


Abbildung 45: Ort der Verwendung

Die Frage acht befasst sich mit dem Ort der Verwendung des Internets unter Studenten. Bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich. Ich habe versucht, die Auswertung der angeklickten Kästchen zu machen, da sehr viele das Internet wo anders nutzen.

23% der Studierenden nutzen das Internet von zu Hause aus und an der Uni.

19% der befragten sind auch arbeitstätig und verwenden das Medium am Arbeitsplatz, zu Hause und an der Uni.

15%, schon recht viel nutzen das Internet nur zu Hause. 13% nutzen das Medium überall, zu Hause, am Arbeitsplatz, an der Uni und an den Öffentlichen Verkehrsmitteln.

Interessant ist auch herausgefunden zu haben, dass mit der Möglichkeit des mobilen Internets–überall, jederzeit und grenzenlos surfen dem User anbietet. 12% der Befragten sind zu Hause, an der Uni und unterwegs in den öffentlichen Verkehrsmitteln online.

6% der Studenten nutzen das Internet am Arbeitsplatz und zu Hause und 4% surfen am Arbeitsplatz, zu Hause und in den Öffentlichen Verkehrsmitteln. Die anderen 4%

surfen zu Hause, an der Uni und im Internetcafe. 2% sind jene, die am Arbeitsplatz, zu Hause, an der Uni, Internetcafe und in den Öffis surfen. Die restlichen 2% sind die Personen, die zu Hause oder am Gehweg in den Verkehrsmitteln das Internet nutzen.

Frage 9: Welche Funktionen des Internets verwenden Sie?

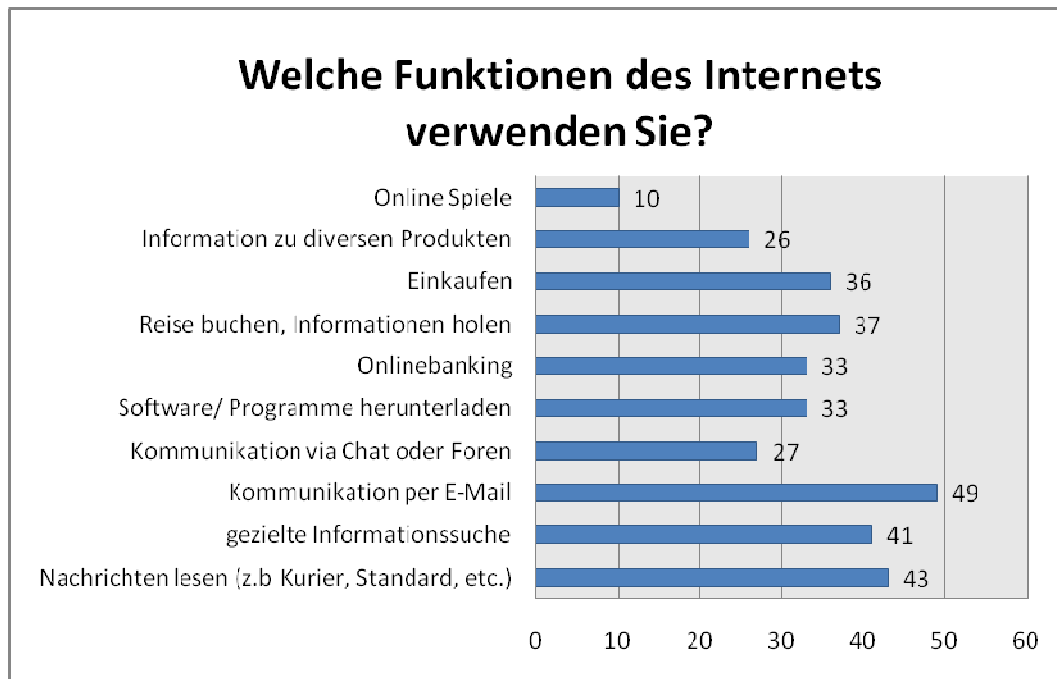


Abbildung 46: Verwendung der Funktionen

Da bei dieser Frage auch eine Mehrfachantwort möglich war, war die Auswertung der Daten ein bisschen kompliziert, deswegen hab ich nur die Anzahl der Anklicke genommen, die herauskam.

Hier sieht man deutlich, dass sich fast alle 49 Teilnehmer das E-Mail angeklickt haben. 43 der Befragten Studenten lesen Nachrichten, wie z.B. Kurier, Standard und diverse Online Zeitungen und 41 Studenten verwenden das Internet für gezielte Informationssuche. 36 Testpersonen nutzen im Internet die Einkaufsmöglichkeit und 37 buchen diverse Reisen oder holen Informationen aus dem Internet.

33 Studenten nutzen die Funktion Onlinebanking und das Herunterladen von diversen Programmen/Softwares. 27 Studenten nutzen die Chatmöglichkeit oder Foren. 26 von den Befragten jungen Personen informieren sich im Internet über bestimmten Produkten und 10 Leute spielen gerne online.

Frage 10: Kaufen Sie im Internet ein?



Abbildung 47: Kaufen Sie im Internet ein?

Auch bei dieser Frage war eine Mehrfachantwort möglich, ich habe die Antworten die von den Studenten erfasst worden sind zusammenfassend in einem Diagramm dargestellt. Wie aus der Abbildung 47 herauszulesen ist, kaufen die meisten Studenten im Internet ein. 85% der Befragten Studenten antworteten mit ja auf die Frage und 15% mit nein. Auch in der Abbildung 48 ist zu sehen, dass viele den Online Einkaufsseiten vertrauen und auch bei denen einkaufen. Eine Zuordnung mit 23% - das Höchste in der Abbildung 48, ist zu Amazon möglich.

13% verwenden und vertrauen Amazon und Ebay und die anderen 13% kaufen bei Amazon und Geizhals ein. 11% kaufen meist bei Amazon, Ebay und Geizhals und 8% geben ihr Geld bei Amazon und Redcoon auf. 6% der Befragten kaufen bei Amazon, Ebay, Geizhals und Redcoon ein, 4% bei Amazon, Ebay und Geizhals, 4% ist nur Ebay und 4% ist den anderen Einkaufsseiten zuzuordnen. Die 2% die in der Abbildung aufscheinen, sind die Personen, die das Feld freigelassen haben und nichts eingegeben haben.

Bei Gar keine mit 12% sieht man, dass noch viele online nicht einkaufen und bei diesem Thema noch zurückhaltend sind.

Frage 11: Welchen Online Einkaufsseiten vertrauen Sie, von welcher kaufen Sie ein?

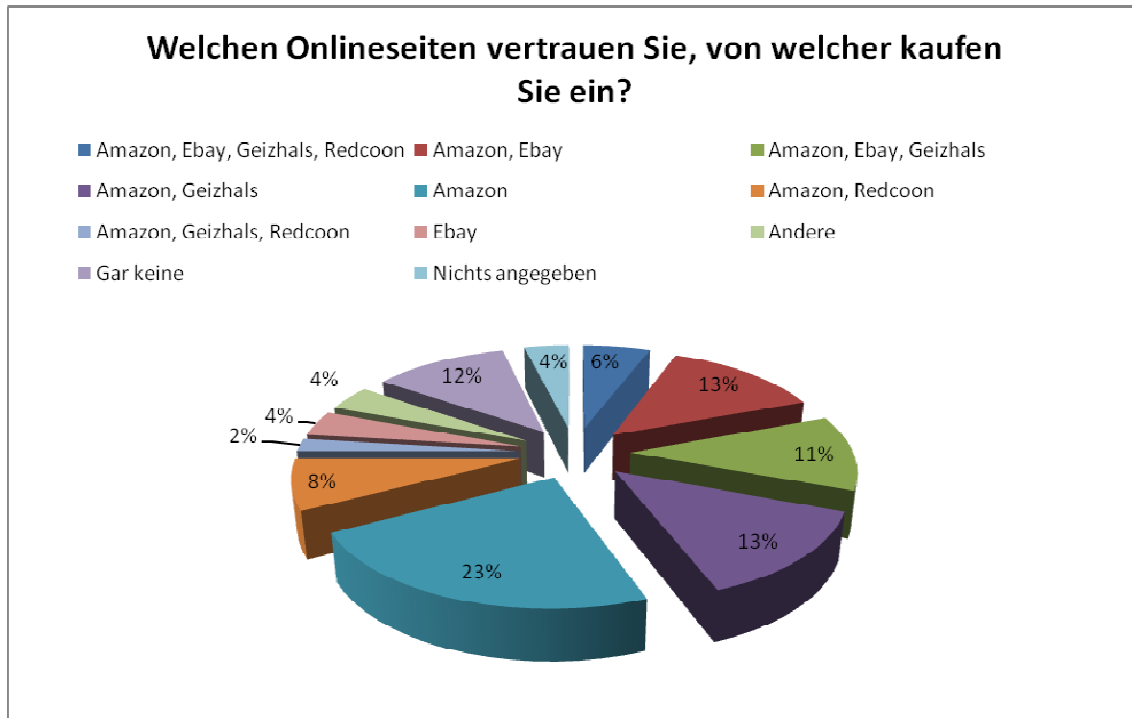


Abbildung 48: Diagramm zur vertrauensvollen Einkaufsseiten

Frage 12: Welche Kommunikationsmöglichkeit verwenden Sie?

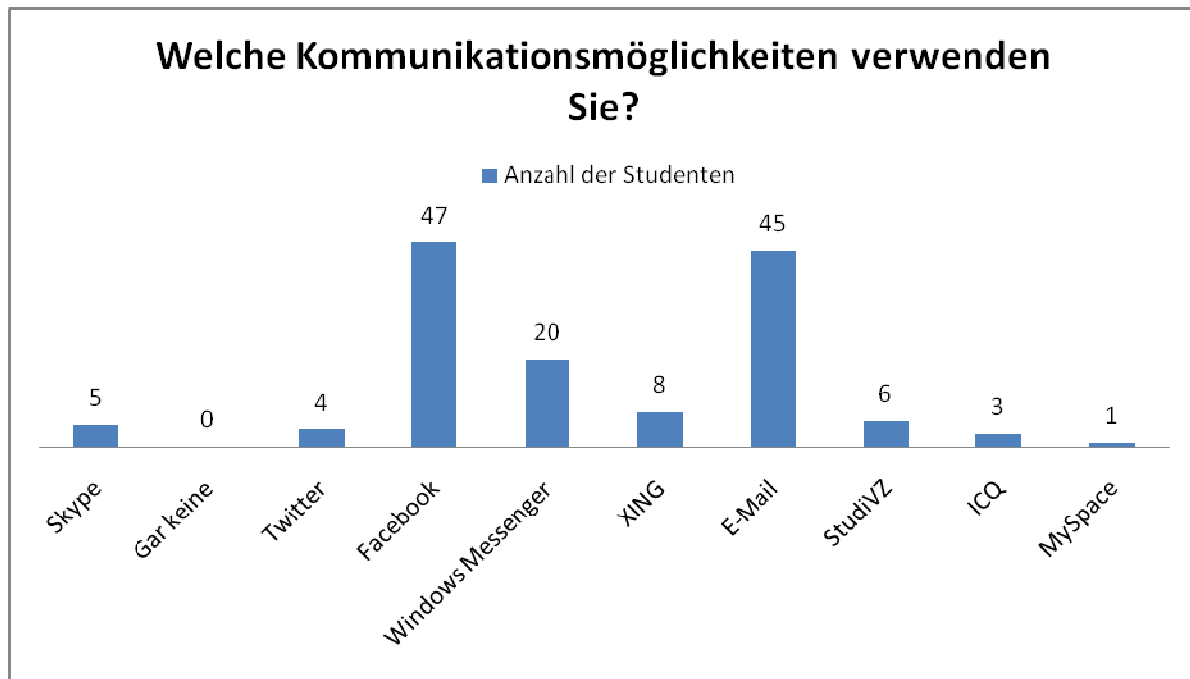


Abbildung 49: Kommunikationsmöglichkeiten

Laut den Angaben der Wikipedia⁸² waren Ende Dezember 2010 von Österreich 2,258020 Personen auf Facebook registriert. Die Beliebtheit dieser Kommunikationsmöglichkeit ist auch in der Abbildung 49 bei meiner Befragung herausgekommen. Fast alle, 47 Personen nutzen das Facebook. Facebook ist zu einem Teil unseres Lebens geworden. Es ist zu unserer Gewohnheit geworden, dass uns miteinzieht Facebook User zu werden, da wir überall mit Facebook konfrontiert werden, seien es Freunde, Bekannte, Medien, etc.

Aber die E-Mail Funktion ist noch immer sehr beliebt unter den jungen Personen, 45 der befragten wählten dieses Kästchen an.

20 Personen verwenden das Windows Messenger, mit acht Leuten kommt das XING an die nächste Reihe und mit sechs Studenten die Plattform StudiVZ und fünf der Befragten Studenten nutzen das Skype zur Kommunikation. Unter den befragten waren leider nicht so viele, welche Twitter (4) und ICQ (3) und MySpace (1) nutzen.

⁸² <http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook#.C3.96sterreich>

Frage 13: Haben sie durch das Internet soziale Kontakte verknüpft?

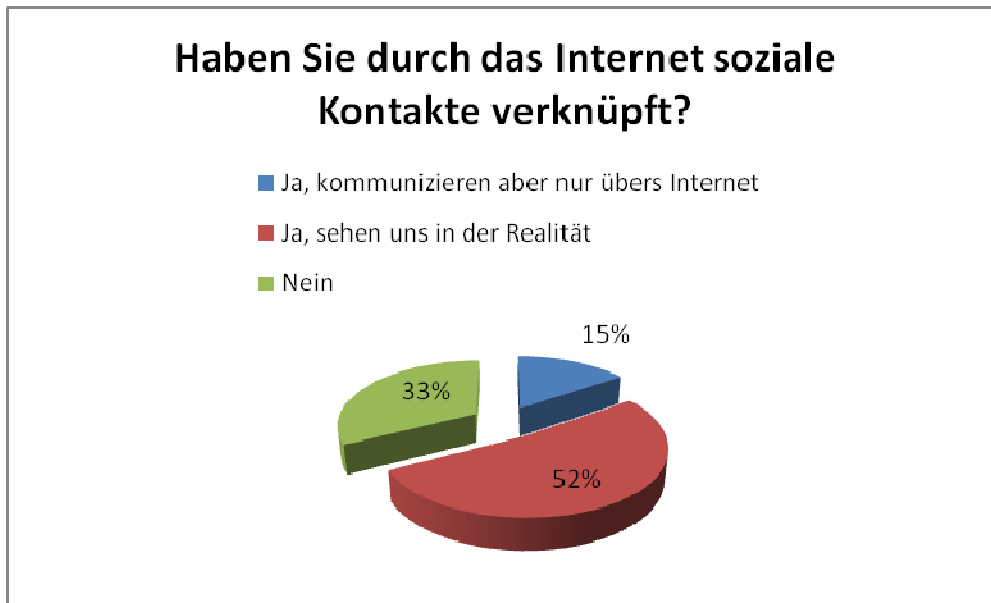


Abbildung 50: Soziale Kontakte

Heutzutage verknüpfen sehr viele Menschen neue Kontakte aus dem Internet und lernen sie kennen. Durch das Internet kommen Menschen zusammen, entweder privat oder geschäftlich. Je nach Interesse werden neue Kontakte gepflegt und viele Menschen sehen sich entweder in der Realität oder bleiben nur über dem Internet befreundet.

Diese Frage lieferte einen Anteil von 52% der Befragten, die mit Ja antworteten und sich auch in der Realität sehen.

Bei 33% der Studenten kam heraus, wie man das auch in der Abbildung 16 sieht, dass durch das Internet keine sozialen Kontakte verknüpft wurden.

15% der Befragten haben durch das Internet Kontakte verknüpft, kommunizieren aber nur übers Internet.

Frage 14: Wie lange sind Sie auf Social Network Seiten am Tag eingeloggt?

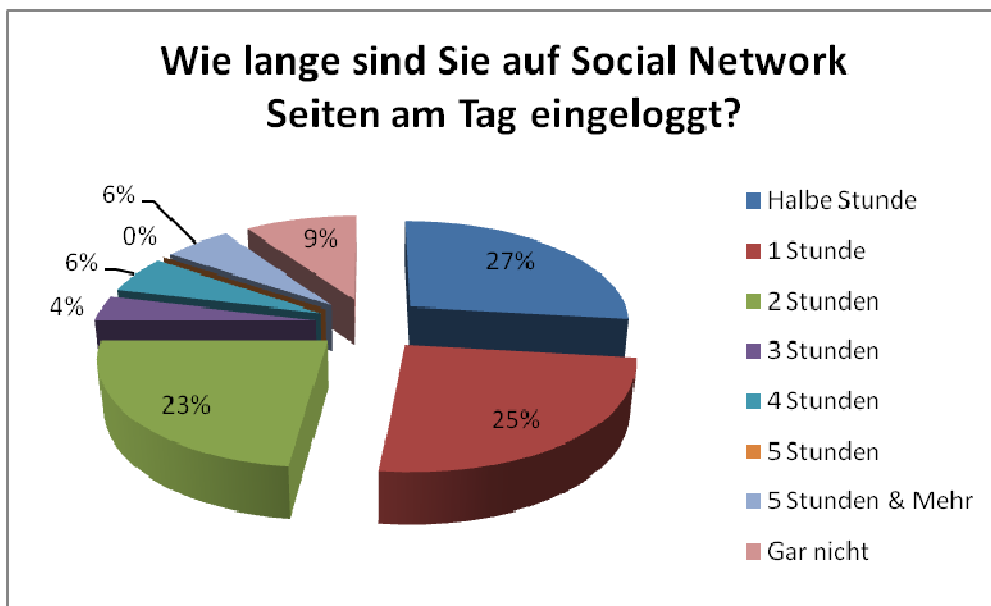


Abbildung 51: Social Network Seiten

Die Abbildung 51 zeigt, wieviele Stunden pro Tag die Studenten auf den Social Network Seiten eingeloggt sind. Der durchschnittliche Wert beträgt zwischen einer halben bis zu zwei Stunden.

27% der Befragten sind täglich eine Halbe Stunde auf Network Seiten eingeloggt, 25% der Befragten sind eine Stunde online und die anderen 23% beschäftigen sich 2 Stunden auf Social Network Seiten. 9% nutzen diese Möglichkeit gar nicht täglich, 6% sind vier Stunden eingeloggt und die anderen 6% sind fünf Stunden oder mehr am Tag auf den Seiten online. 4% der Befragten gehören zu drei Stunden.

Frage 15: Welche Foren verwenden Sie?

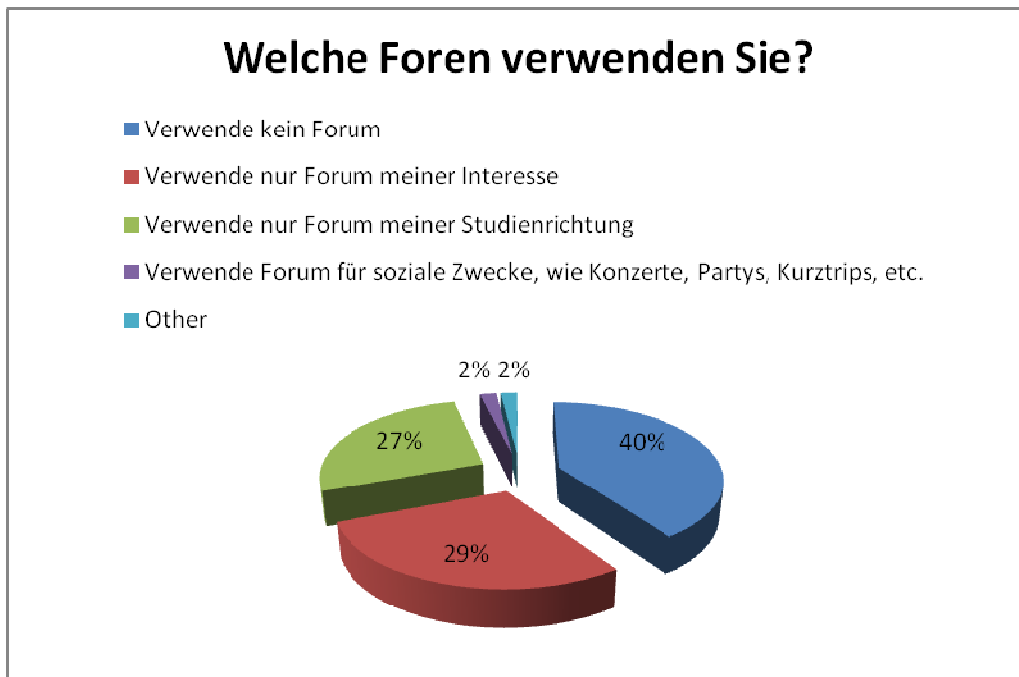


Abbildung 52: Foren

Bezüglich auf die Frage der Verwendung der Foren, sind folgende Ergebnisse herausgekommen:

40% der Teilnehmer verwenden kein Forum, wobei 29% ein Forum nach deren Interesse verwenden und 27% das Forum ihrer Studienrichtungen verwenden. Nur 2% verwenden ein Forum für soziale Zwecke, wie Konzerte, Partys, Kurztrips, etc. Da hier keine Mehrfachauswahl möglich war, gehören die anderen 2% zu Other, da ein Student beide Möglichkeiten anklicken wollte. Er schrieb, dass er Foren seiner Interessen und Foren für soziale Zwecke nutzt.

Frage 16: Verwenden Sie das Internet auch für Ihr Vergnügen?

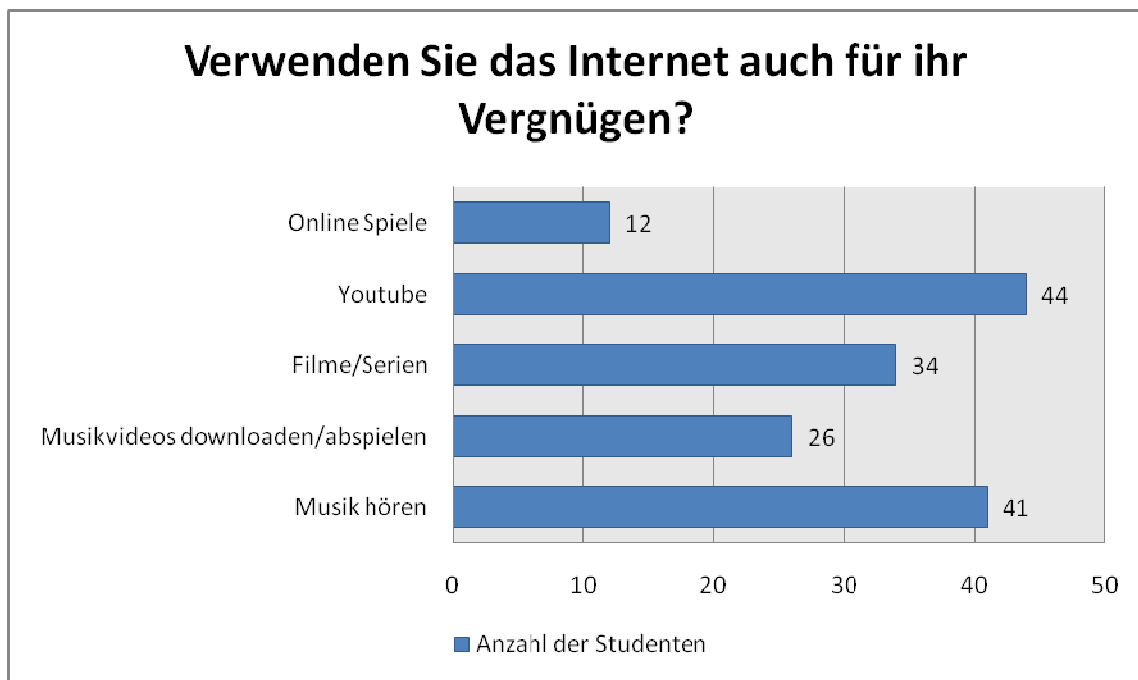


Abbildung 53: Internet für Vergnügen

Da in dieser Frage auch eine Mehrfachantwort möglich war, hab ich nicht alle Auswertungen gemacht, nur wie viele Studenten das eine Thema angeklickt haben wurde aufsummiert.

41 der befragten Nutzer interessieren sich für das Musik hören, 44 sind gerne auf YouTube und 34 Studenten sehen sich gerne online Filme oder Serien.

26 Studenten laden und hören Musikvideos und 12 der Befragten spielen gerne online.

Frage 17: Welche Online Spiele spielen Sie?

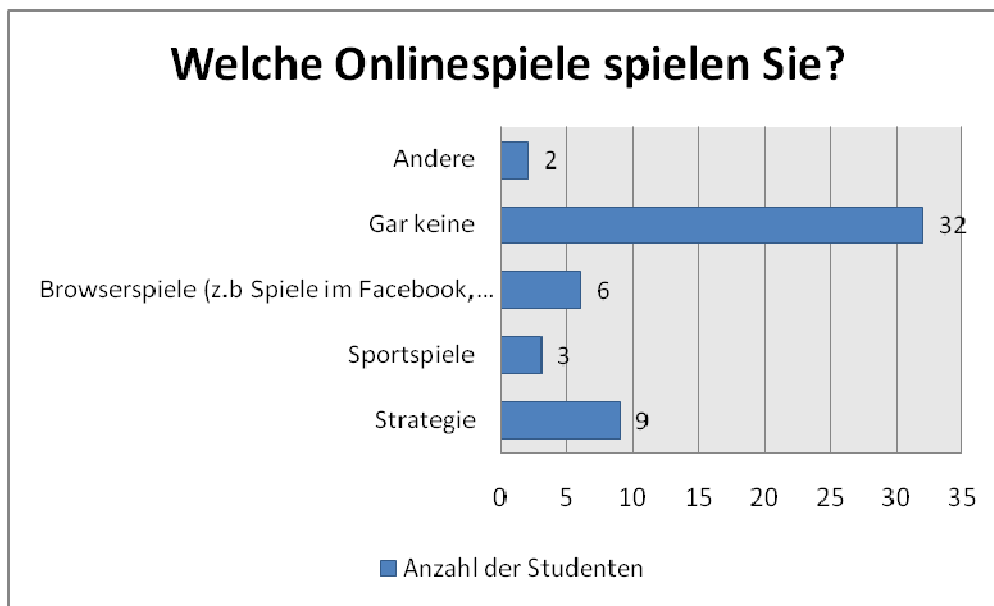


Abbildung 54: Onlinespiele

Hier war auch eine Mehrfachantwort möglich. Manche Teilnehmer haben mehr als ein Kontrollkästchen ausgewählt, auch hier habe ich nicht alle ausgewertet, nur die Anzahl der Angeklickten Kontrollkästchen wurden bewertet.

Heutzutage sind auch die Onlinespiele ein wichtiger Punkt in den Leben vieler Leute, besonders bei Studenten, aber bei dieser Befragung kam heraus, dass viele der befragten Teilnehmer gar keine Onlinespiele spielen.

Neun Studenten spielen Strategie Spiele, sechs Personen spielen Browserspiele, wie Facebook, etc. Drei der Befragten ordnen sich in die Spartecke und zwei andere Studenten spielen gerne Poker und MMORPG.

Frage 18: Glauben Sie, dass das Internet nur für unser Vergnügen entwickelt wurde oder ist es für uns eine wichtige Informationsquelle?

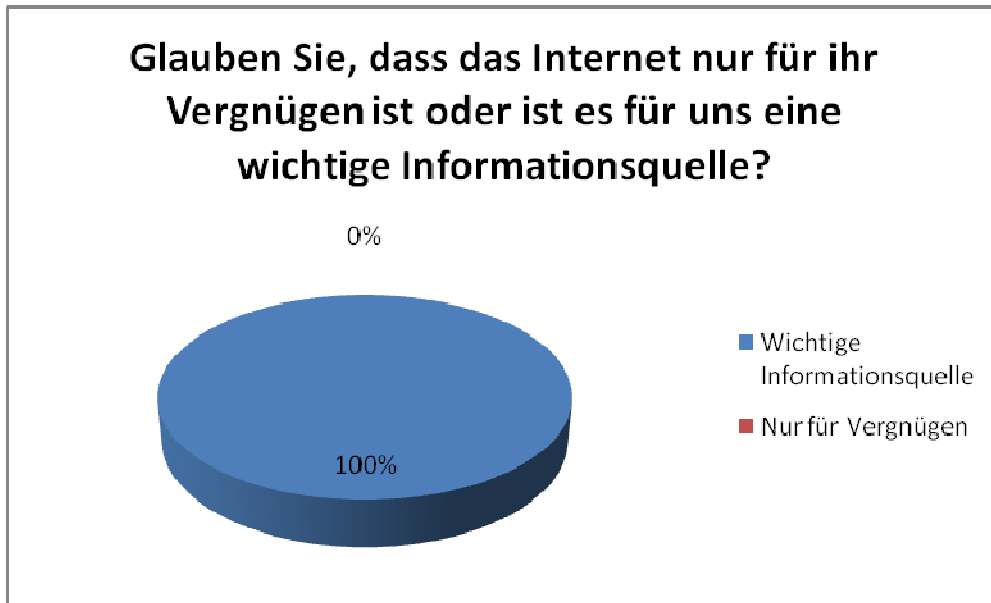


Abbildung 55: Wichtige Informationsquelle

Aus der oben angeführten Abbildung 55 geht hervor, dass 49 der Befragten mit 100% auf die Frage die Antwort wichtige Informationsquelle angegeben haben. Drei Personen haben diese Frage frei gelassen und nichts angegeben.

Das Internet wird nicht für unser Vergnügen verwendet, sondern ist eine wichtige Informationsquelle, dass uns weiterentwickelt, in vielen Bereichen aufklärt und unsere Handlungsspielräume erweitert.

Frage 19: Glauben Sie, dass zu viel Internetnutzung zur Isolation/Einsamkeit führt?

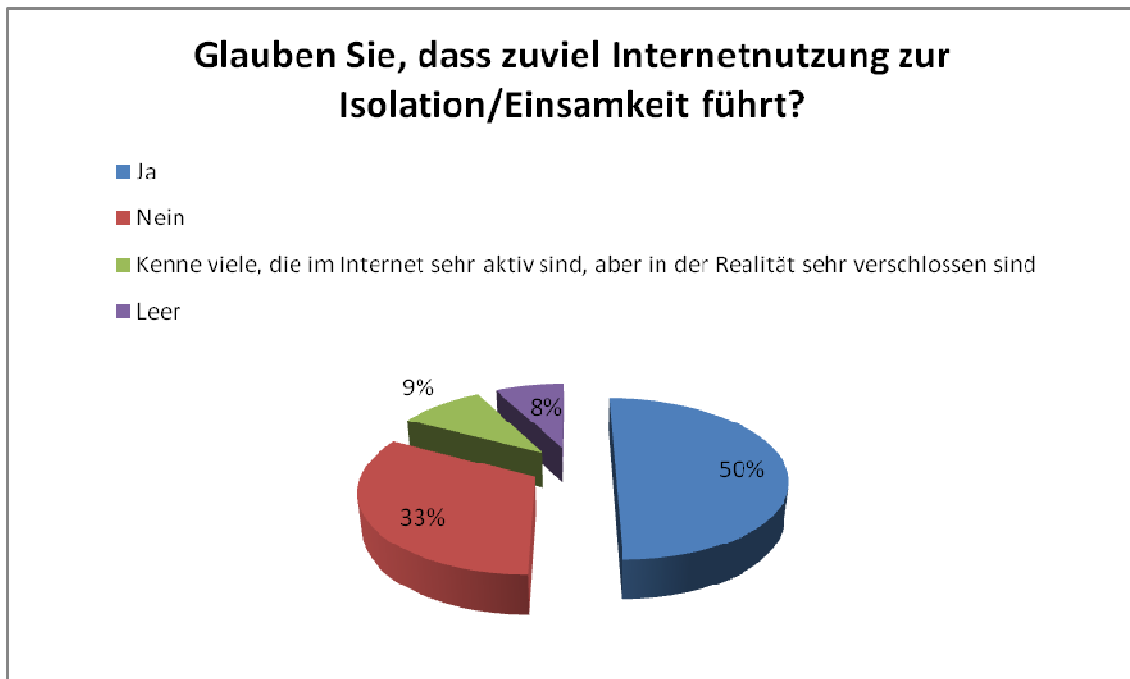


Abbildung 56: Isolation/Einsamkeit

Diese Abbildung 56 zeigt, dass der Großteil der Befragten mit 50% mit Ja auf die Frage beantworteten. 17 Teilnehmer zeigten einen Anteil von 33%, die mit Nein antworteten. 9% der Teilnehmer waren der Meinung, dass sie viele kennen, die im Internet sehr aktiv sind, aber in der Realität sehr verschlossen sind und zu 8% gehören jene, die bei dieser Frage nichts angegeben haben.

Isolation/Einsamkeit ist ein wichtiges Thema, das nicht zu vernachlässigen ist. Man sollte solche Personen, die jeder von seiner Umgebung kennt zu einem Psychologen bringen um diese Einsamkeit wieder zugewinnen und nicht zu verlieren. Nach einem gewissen Zeitpunkt verliert man alles was man im Leben hat, kommt der digitalen Welt immer näher und letztendlich kommt es heraus, dass derjenige Betroffene mit der Isolation leidet.

Frage 20: Nutzen Sie das Internet auch für universitäre Zwecke? (z.B. Seminararbeiten, Präsentationen, Diplomarbeiten, etc.)

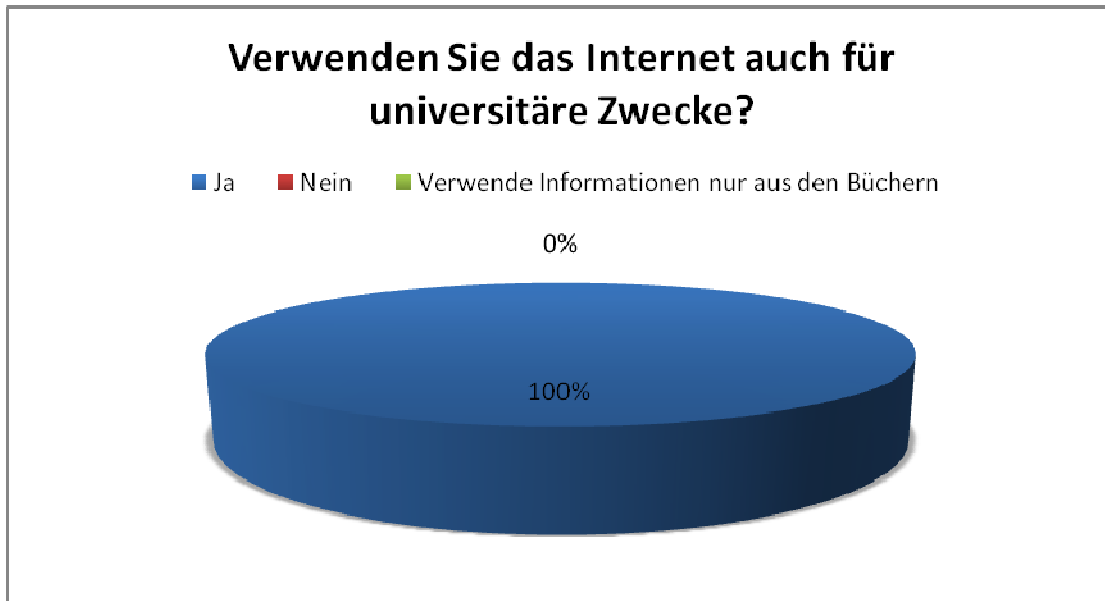


Abbildung 57: Verwendung des Internets für universitäre Zwecke

In der oben angeführten Abbildung 57 merkt man schnell, dass alle der befragten die Frage mit Ja beantwortet haben. Keiner verwendet Informationen nur aus den Büchern, das Internet spielt eine wesentliche Rolle bei der Erstellung von Seminararbeiten, Diplomarbeiten, Präsentationen, etc. Aus dieser Frage stellt sich heraus, dass die Nutzung des Internets ein Teil ihres Studiums ist aus dem man nicht abweichen kann.

Frage 21: Wenn sie sich für ein Thema interessieren und es recherchieren möchten, wie gehen sie vor?

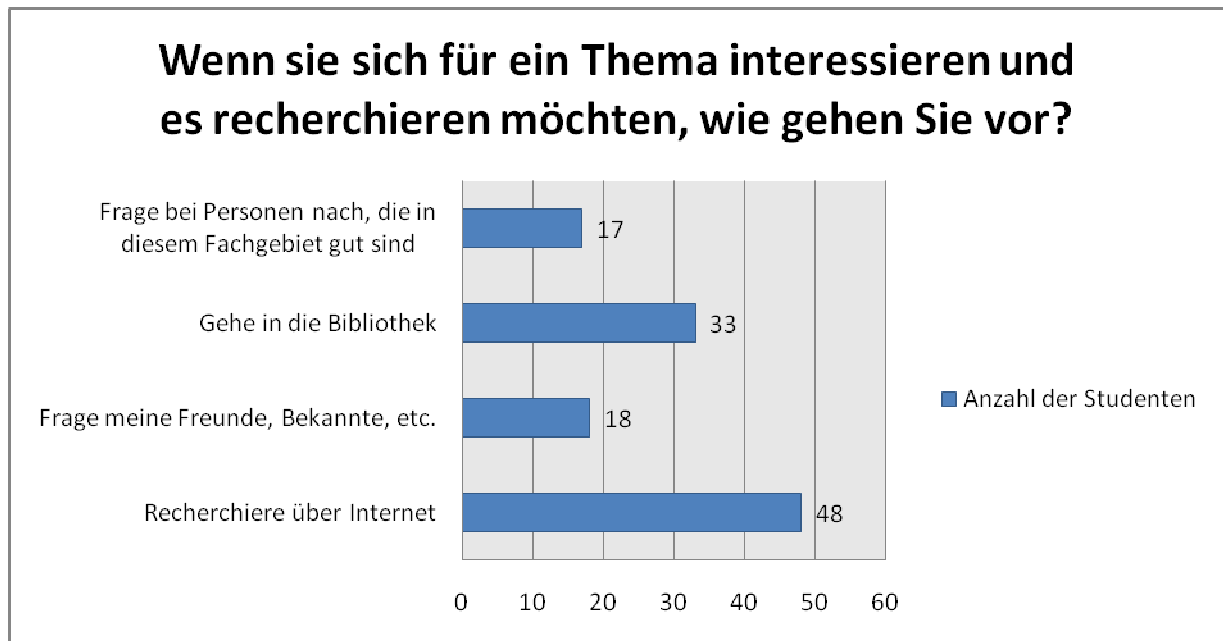


Abbildung 58: Wie man bei einer Recherche vorgeht

Diese Abbildung 58 zeigt, dass die Studenten anders voran gehen, wenn sie sich für ein Thema interessieren und es recherchieren möchten. Da hier auch eine Mehrfachauswahl entscheidend war, hab ich die Ergebnisse nur nach den Kontrollkästchen zusammengefasst, die angekreuzt wurden.

Hier sieht man, dass die meisten, 48 Studenten die Recherche über dem Internet machen, 33 der Befragten gehen in die Bibliothek über ein Thema ihrer Interesse nachzuforschen und einzusammeln. 18 der Testpersonen fragen bei Freunde, Bekannten nach und 17 Leute fragen bei den Personen, die in diesem Fachgebiet gut und ansprechbar sind.

Frage 22: Glauben Sie an die Richtigkeit der Informationen im Internet?

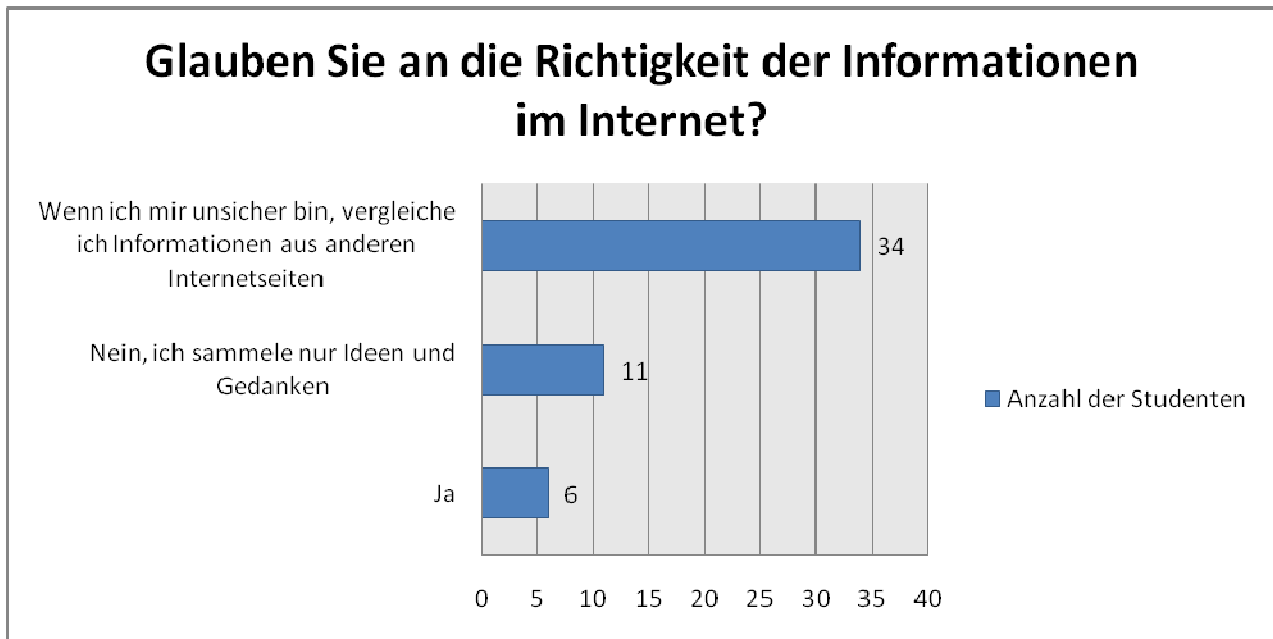


Abbildung 59: Glaube an die Richtigkeit der Informationen im Internet

Aus dieser Abbildung 59 geht hervor, dass viele an die Richtigkeit der Informationen im Internet glauben. Wenn sie sich unsicher sind - sind 33 Studenten, welche diese Antwort angeklickt haben, machen einen Vergleich von Informationen aus anderen Internetseiten.

Insgesamt sind es 11 Studenten, die nicht an die Richtigkeit der Informationen im Internet glauben und sich nur Ideen und Gedanken über bestimmte Themen sammeln. Ein Student hat die Frage nicht angekreuzt, daher ist die Gesamtanzahl der Befragten bei dieser Frage nur 51.

Frage 23: Welches glauben Sie ist vom Kommunikationsmittel her das Stärkste zurzeit?

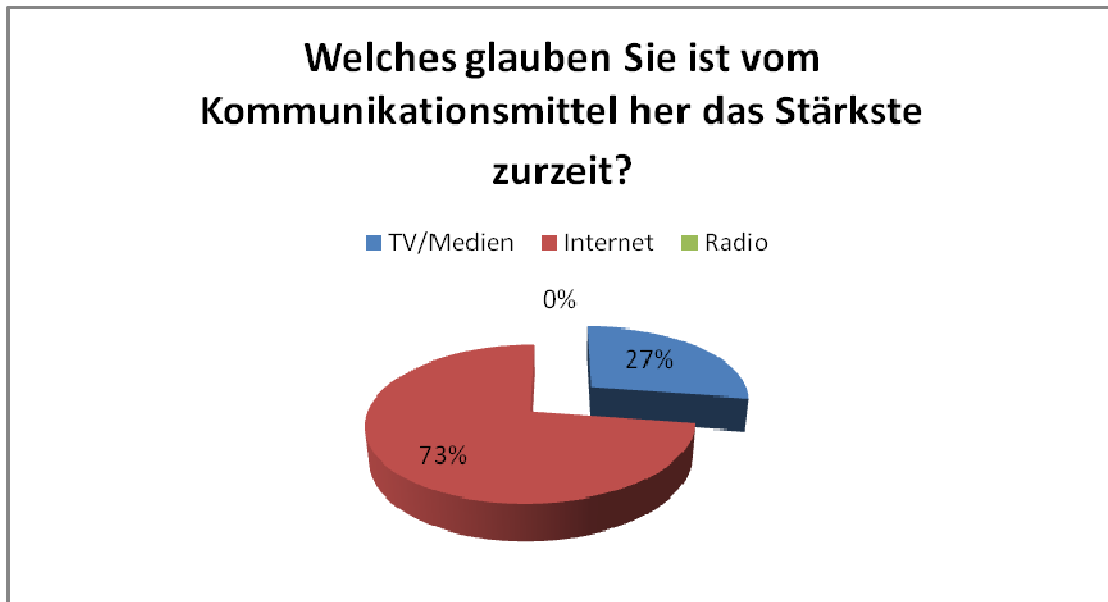


Abbildung 60: Stärkste Kommunikationsmittel zurzeit

Bei den 73% der Befragten herrscht eine Einschätzung, dass das Internet die Bedeutung halten wird und das stärkste Kommunikationsmittel zurzeit ist. 27% glauben noch daran, dass das Fernsehen noch das stärkste Medium ist. Interessanter wird es bei Radio, da glaubt keiner noch daran, dass es das stärkste Medium derzeit ist. Das Radio ist eher ein Abendmedium, das vielleicht noch beim Schlafen gehen oder während des Autofahrens sich anhören lässt. Keiner der jungen Generation findet das Radio als stärkstes Kommunikationsmedium. Einer der befragten hat die Frage freigelassen, deswegen hab ich nicht die 100% erreicht in der Auswertung.

Frage 24: Was sind ihrer Meinung nach, die Nachteile des Internets?

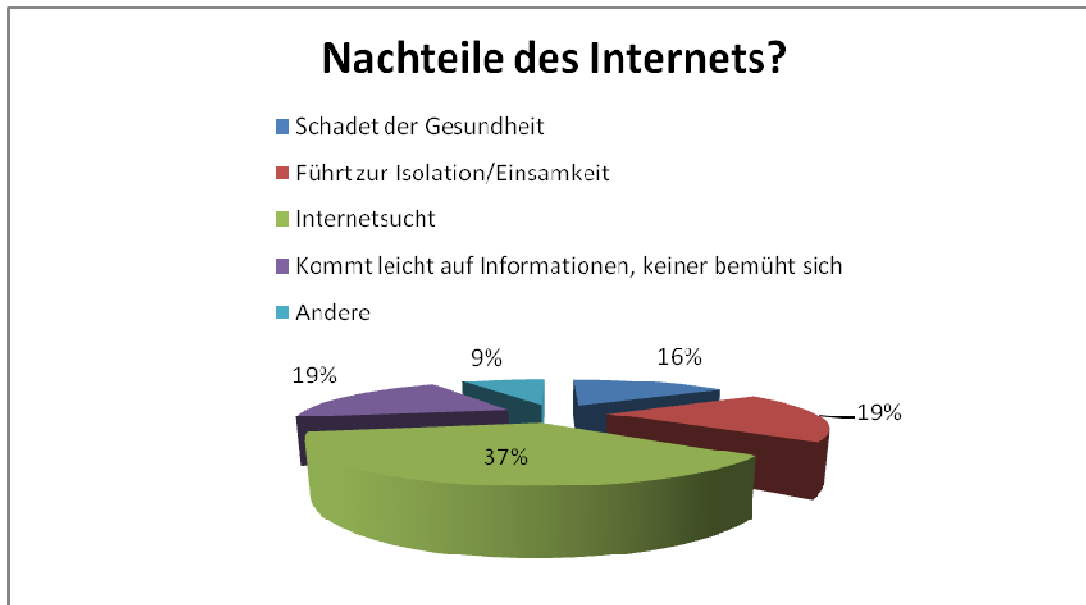


Abbildung 61: Nachteile des Internets

Bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich. Hier hab ich die Auswertung wieder wie bei den anderen Diagrammen, nur die Werte ausgewertet, die angekreuzt waren. 37% der Befragten meinten, dass ein Nachteil des Internets Internetsucht ist. 19% waren der Meinung, dass man durch das Internet sehr leicht an Informationen kommen kann und keiner sich bemüht selber Texte zusammenzufassen. Die anderen 19% meinten, dass das Internet zur Isolation, zur Einsamkeit führt. 16% sehen als ein Nachteil des Internets die Gesundheit und glauben daran, dass es der Gesundheit schadet.

Frage 25: Können Sie einen Vorteil des Internets nennen?

Diese Frage war eine offene Frage, wo jeder frei antworten konnte. Es haben nicht alle mitgemacht und eine Antwort geschrieben. 19 Studenten haben diese Frage nicht geantwortet.

Ich werde versuchen, die Antworten der Befragten zusammenzufassen.

Als Vorteile wurden ziemlich viele Themen angesprochen. Durch die Verbreitung des Internets ermöglichen dem User viele Möglichkeiten.

Das Internet dient zur Nachrichtenfreiheit, schnelle Informationsbeschaffung, globalisierte Wissensverbreitung, schnelles Suchen und finden von Informationen, freie Informationsgewinnung vereinfacht den Zugang zu Informationen und erspart bei diversen Recherchen von unserer Zeit, sofern die Quelle vertrauenswürdig ist. Weiteres ist es eine hilfreiche Informationsquelle, wodurch man Informationen sammeln kann. Es ermöglicht uns den leichten Zugang zu Informationen und erleichtert uns bei der Kommunikation, indem wir jederzeit überall auf Network Seiten online sein können. Die Information ist jede Zeit von jedem Ort durch WLAN nutzbar und abrufbar. Man kann Kontakt mit Personen aus aller Welt halten und sich jederzeit unterhalten und Informationen austauschen. Wenn man Produkte vom Internet kaufen möchte, können Preise verglichen werden, was man als ein Vorteil des Internets nennen kann. Weiteres kann man das Medium als Informationsreichtum nennen, das Vergleiche ermöglicht. Literaturrecherchen werden deutlich einfacher.

Das Internet bietet uns viele schöne Vorteile, dass wir als User nutzen sollten, um uns in vielen Bereichen weiterzuentwickeln.

Frage 26: Wenn Internet nicht in unserem Leben wäre, wie würde sich das auf uns auswirken?

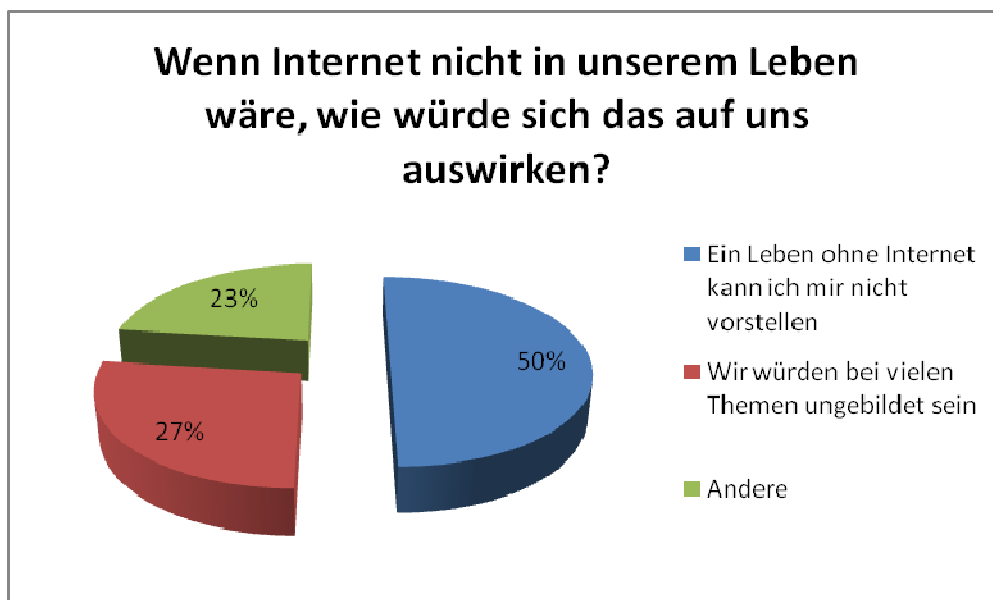


Abbildung 62: Wenn Internet nicht in unserem Leben wäre

Ein Leben ohne Internet können sich die Hälfte (50%) der Befragten nicht vorstellen, 27% der Befragten denken, dass sie ohne Internet in vielen Bereichen ungebildet

sein würden. 23% der Studenten ist auf Andere unterteilt. Hier gab es unterschiedliche Argumentationen, wie z.B. dass die Informationsaneignung noch immer sehr viel schwieriger sein würde und dass wir weniger Reichweite unseres Handelns haben würden.

Ein Student meinte, dass man so wie früher leben würde ohne Probleme. Zwei weitere Studenten haben auf Kontakte angesprochen. Sie meinten, dass der direktere Kontakt und persönliche Kontakt zu den Menschen nicht verloren gingen würde.

Frage 27: Wie wird ihrer Meinung nach die Zukunft des Internets nach zehn Jahren sein/aussehen?

Diese Frage war auch eine offene Frage, wo die Nutzer frei antworten konnten. Auch diese Frage, wie die Frage 25 wurde nicht von allen Studenten beantwortet.

Die Zukunft ist schwer zu sehen, da man nie wissen und voraussehen kann, wie sich die Zeit ändern und was in zehn Jahren passieren wird.

Jeder kann sich aber Gedanken darüber machen, wie die Zukunft des Internets nach zehn Jahren aussehen würde. Diese Frage hat sicher viele, natürlich auch mich zum Nachdenken gebracht.

Ständig ändert sich was im Internet, es werden jederzeit Erneuerungen gemacht und es entstehen ständig neue Plattformen.

Anschließend möchte ich die Meinungen der Befragten zusammenfassen.

Das Internet wird nach zehn Jahren noch vernetzter, erweiterter, umfangreicher und noch viel stärker entwickelt und rascher verbreitet sein als heute. Das Internet wird in jedem Leben eine zentrale Rolle spielen und die Menschen werden in der Zukunft im Internet manipuliert. Die digitale Welt wird mit der realen Welt verschmelzen.

Da sich die neue Technologie sehr schnell erweitert und entwickelt, wird das Internet in unserem Leben und in unserem Alltag gegenwärtig immer sein, sicher auf mehr und vielen Arten. Es wird eine bessere Filterungsmöglichkeit für jeden geben und wird überall zugänglich sein. Das Internet wird in unser tägliches Leben integriert, ist interaktiv und wird dem einzelnen User angepasst. Durch das Internet wird die Anonymität jedes Einzelnen abgebaut, da jede persönliche Dateninformation ins Internet einfließen wird. Manche glauben, dass es nach zehn Jahren mehr Internetsüchtige User geben wird. Die Abhängigkeit zur Internetnutzung wird immer größer werden. Nicht jeder zweite wird das Internet nutzen, sondern wirklich jeder wird mit Internet konfrontiert sein in irgendeiner Form. Der Begriff Digital Divide wird zu einem Ende kommen. Es wird keine Unterscheidung geben zwischen den Nicht-Usern und Usern des Internets. Wir werden digitaler, es wird im Internet sicher 3D Einkaufsstrassen geben, die Überwachung im Internet wird eine sehr große Rolle spielen. Das Internet wird die meisten Kommunikationsmittel ersetzt haben.

Was wirklich das Internet mit uns nach zehn Jahren machen wird, werden wir in den nächsten zehn Jahren sehen und erleben.

Wie die Zukunft gestern bei mir aussah, möchte ich ein bisschen erläutern bevor ich mit diesem Kapitel zu einem Entschluss komme.

Vor zehn Jahren war ich im Alter von 16 und hatte einen PC.

Der Internetzugang war über das Telefon, wo ich beim Nutzen den Telefonkabel immer wieder abstecken musste um im Internet surfen zu können. Das Internet war nicht so weit verbreitet, nicht so schnell und grenzenlos wie heute. Nicht jeder, nur einzelne Personen hatten zu Hause einen Internetzugang. Es gab nur bestimmte Chatmöglichkeiten im Internet.

Die erste Veröffentlichung des Windows Messenger⁸³ war im Jahr 1999. Kurz davor, als ich meinen Computer mit Internetzugang bekam. Ich nutze die Kommunikationsmöglichkeit Messenger, Paltalk und ICQ. Bei den ersten Versionen des Windows Messenger konnte man keinen Videochat machen und Werbung im Tool war auch nicht vorhanden. Nur via Text konnte man chatten. Jetzt sieht man beim Öffnen des Messengers Werbebanner, die dem Nutzer Möglichkeiten geben, auf dem Banner anzuklicken, falls Interesse besteht. Nur über das Chatservice Paltalk hatte ich die Möglichkeit einen Videochat und Gespräch zu führen. Früher nutzen die Menschen das Internet nur für den Chat. Die Wissensausbreitung war nicht so wie heute, es gab im Internet nicht so viele Informationen. Die Internetgeschwindigkeit lag bei 32-64kb, heute liegt es bei über 100mbit. Es gab früher keine externen Festplatten und USB Sticks. Es gab einen CD und Diskettenlaufwerk, wo anhand der Größe des CD'S und Disketten nicht alles auf eins abgespeichert werden konnte. Ein CD Brenner war damals noch ein Luxus, wobei das jetzt heute in jedem Computer eingebaut wird. Mein erstes Betriebssystem war Windows 98 und jetzt nutze ich schon das Windows 7. Vor zehn Jahren war die mobile Internetnutzung nicht so verbreitet wie heute. Mein erstes Handy war ein Nokia 8110, was auch unter Banane bekannt war. Es hatte keinen Farbdisplay, war nur für Anrufe und SMS geeignet.

Jetzt ist es möglich mit einem Smartphone ortsunabhängig zu surfen. Die Zukunft des Smartphones wächst auch immer weiter, immer mehr neue Entwicklungen entstehen und man kommt vom Smartphone nicht rüber.

Die heutige Generation hat natürlich vieles einfacher als wir. Es gibt viele Auswahlmöglichkeiten, was man im Internet ausnutzen kann. Es gibt sicher noch viele Nach- und Vorteile des Internets, worauf ich nicht eingehen werde.

Abschließend möchte ich sagen, dass das Internet richtige Fortschritte seit den letzten Jahren gemacht hat. Es hat uns weiterentwickelt und uns gute Möglichkeiten geschaffen. Hoffe, dass wir auch nach zehn Jahren in so einer guten Struktur sind und bleiben werden.

⁸³ Begriff http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Instant-Messaging-Protokollen (Zugriff am 02.03.2011)

8. ZUSAMMENFASSUNG

Internet hat sich seit zehn Jahren sehr verbessert und hat den Menschen gute Möglichkeiten geschaffen. Die Nutzung erfolgt weltweit und das Internet zählt heute zum größten weltweiten Netz. Es ist nicht mehr ein Bestandteil der Gesellschaft, sondern wird auch in vielen Bereichen Politik, Wirtschaft und Kultur eingesetzt. Der Begriff ist schon fast jedem bekannt und wird auch von jedem genutzt.

Es gibt sehr viele Vorteile des Internets, die natürlich zu benennen sind. Wir finden mit Hilfe von Suchmaschinen wie Google, Yahoo, etc. alles was wir auch brauchen und suchen. Früher war die Informationsverbreitung nicht so stark verbreitet und man hatte nicht so viele Möglichkeiten im Internet. Heute werden wir mit Informationen überflossen und fast keiner kommt mehr davon.

In meiner Befragung haben fast alle Studenten das Internet verwendet, bei mehr als die Hälfte der Befragten sind die Kommunikationsmitteln im Internet, wie Facebook, E-Mail, Windows Messenger sehr beliebt. Obwohl die meisten Studenten als eine Gefahr des Internets die Internetsucht und die Isolation/Einsamkeit sehen, verbringen die meisten täglich einen oder mehrere Stunden auf Sozialen Netzwerken ihre Zeit. Aus den Ergebnissen war auch zu erkennen, dass alle Studenten das Internet auch für universitäre Zwecke verwenden, aber bei Recherche eines Themas unterschiedlich agieren. Manche vertrauen auf die Quellen im Internet nicht, verwenden es nur für Information, manche fragen lieber bei Bekannten, Fachleuten nach, andere wiederum gehen zur Bibliothek um sich dort aus echten Quellen die Informationen zu holen. In der quantitativen Befragung wurden auch offenen persönliche Fragen erhoben. Die Studenten hatten bei vielen Fragen die Möglichkeit zu antworten oder nicht. Auch wenn nicht alle Studenten bei den offenen Fragen mitgemacht haben, sind auch Ergebnisse herausgekommen, die hilfreich waren. Die letzte und interessante Frage in meiner Befragung war, wie das Internet nach zehn Jahren aussehen wird. Hier gab es unterschiedliche Meinungen dazu, was ich versuchen werde kurz zusammenzufassen. Viele waren der Meinung, dass sich die Situation im Bereich Internet verbessern wird und dass das Netz viel umfangreicher, vernetzter als heute sein wird. Viele haben auch gemeint, dass das Internet viele Kommunikationsmitteln ersetzen wird, obwohl das jetzt schon bei vielen der Fall ist.

Was aber auch nicht auszuschließen ist, ist die mobile Internetnutzung. Die mobile Kommunikation wird sich in der Zukunft sicher noch weiterentwickeln und einen guten Platz in der Mobilfunkbranche einnehmen. Obwohl jetzt schon die Nutzung mit den Mobiltelefonen sehr verbreitet ist, wird es sicher in der Zukunft keinen mehr geben, der kein Handy besitzt und am Handy das Internet nicht verwendet. Auch der Begriff Digital Divide wird zu einem Ende kommen, da es keine Unterscheidungen mehr geben wird zwischen Nutzer und Nichtnutzer.

Abschließend möchte ich mit einem Zitat zum Entschluss meiner Arbeit kommen:
„Mit dem Internet ist es wie mit giftigen Pflanzen in der richtigen Menge sind sie ein Medikament – zu viel ist schädlich.“⁸⁴

⁸⁴ http://www.wi.hs-wismar.de/~laemmel/Lehre/WA/Artikel0906/schmidt_internet.pdf (Zugriff am 06.05.2011)

9. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 : Internetnutzer in Europa 2010 in Millionen.....	9
Abbildung 2 : Internetnutzer in Europa 2010 in Prozent.....	9
Abbildung 3 : Entwicklung des Internet - Marktes 1996-2010	10
Abbildung 4 : Internetnutzung seit 1996	11
Abbildung 5 : Internetnutzerinnen oder Internetnutzer 2002 bis 2010... ..	12
Abbildung 6 : Internetnutzung gesamt nach Alter 2000 und 2010.....	13
Abbildung 7 : Internetnutzung nach Zielgruppen	14
Abbildung 8 : Internetnutzer nach Alter und Geschlecht 2010	15
Abbildung 9 : Internetnutzung gesamt nach Geschlecht 2000 und 2010	16
Abbildung 10 : Struktur der Internet Nutzer	17
Abbildung 11 : Zwecke der Internetnutzung 2010.....	18
Abbildung 12 : Personen mit Internetnutzung für folgende private Zwecke	19
Abbildung 13 : Verwendung des Internets: Top10.....	20
Abbildung 14 : Entwicklung der Internetnutzung nach Ort 1996-2010 ..	21
Abbildung 15 : Internetnutzung gesamt nach Bundesländern 2010.....	22
Abbildung 16 : Internetnutzung gesamt nach Ortsgröße 2010.....	23
Abbildung 17 :Struktur der Internetnutzer – Schulbildung und HH- Nettoeinkommen 2000 und 2010	24
Abbildung 18 : Computer und Internetbesitz Jugendlicher 2010.....	34
Abbildung 19 : Nutzungsorte der Jugendlichen	35
Abbildung 20 : Tägliche Internetnutzung	35
Abbildung 21 : Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung.....	36
Abbildung 22 : Kommunikation im Internet	37
Abbildung 23 : Tätigkeiten im Internet -Schule/Freizeit.....	37
Abbildung 24 : Einstellungen zum Internet nach Nutzertypen.....	40
Abbildung 25 : Treffen mit Bekanntschaften	44
Abbildung 26 : Auszug aus dem Abenteuerfilm Silberland am 05. Dezember 2006	54
Abbildung 27 : Ausstattung der Haushalte mit Computer und Internet.....	59
Abbildung 28 : Art des Internetzugangs im Haushalt	60
Abbildung 29 : Geschlecht der Internetnutzer.....	61
Abbildung 30 : Internetnutzung nach Alter.....	62
Abbildung 31 : Bildung der österreichischen Bevölkerung	63
Abbildung 32 : Einkommen der Österreicher	64
Abbildung 33 : Google Formular.....	68
Abbildung 34 : Verlauf der Tage	69
Abbildung 35 : Aufwand des Projektes	70
Abbildung 36 : Teilnahme der Befragten	71

Abbildung 37: Alter der Befragten.....	71
Abbildung 38: Geschlecht der Befragten Teilnehmer.....	72
Abbildung 39: Anzahl der Studenten, die auf den Universitäten inskribiert sind.....	73
Abbildung 40: Anzahl der Studierenden nach Studienrichtungen	74
Abbildung 41: Tägliche Internetnutzung der Studenten in Stunden	75
Abbildung 42: Durchschnittliche Internetnutzung der Studenten.....	76
Abbildung 43: Zugang zum Internet – Geräteanordnung	77
Abbildung 44: Zugang zum Internet.....	78
Abbildung 45: Ort der Verwendung	79
Abbildung 46: Verwendung der Funktionen.....	80
Abbildung 47: Kaufen Sie im Internet ein?.....	81
Abbildung 48: Diagramm zur vertrauensvollen Einkaufsseiten	82
Abbildung 49: Kommunikationsmöglichkeiten.....	83
Abbildung 50: Soziale Kontakte.....	84
Abbildung 51: Social Network Seiten.....	85
Abbildung 52: Foren	86
Abbildung 53: Internet für Vergnügen	87
Abbildung 54: Onlinespiele.....	88
Abbildung 55: Wichtige Informationsquelle.....	89
Abbildung 56: Isolation/Einsamkeit.....	90
Abbildung 57: Verwendung des Internets für universitäre Zwecke	91
Abbildung 58: Wie man bei einer Recherche vorgeht.....	92
Abbildung 59: Glaube an die Richtigkeit der Informationen im Internet.....	93
Abbildung 60: Stärkste Kommunikationsmittel zurzeit	94
Abbildung 61: Nachteile des Internets	95
Abbildung 62: Wenn Internet nicht in unserem Leben wäre.....	96

10. TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Private Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien	25
Tabelle 2: Ausstattung privater Haushalte mit PC, Internetzugang und Breitbandanschluss.....	25
Tabelle 3: Durchschnittliche Nutzung des Internets durch Personen	26
Tabelle 4: Durchschnittliche Nutzung	26
Tabelle 5: Personen mit Internetaktivitäten zu privaten Zwecken	27
Tabelle 6: Internetaktivitäten.....	28
Tabelle 7: Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2010.....	28
Tabelle 8: Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2010.....	29
Tabelle 9: Genutzte Onlineanwendungen 2010, wöchentliche Nutzung	30
Tabelle 10: Onlinenutzung nach Altersgruppen 2010, mindestens einmal wöchentliche Nutzung	31
Tabelle 11: Häufig/gelegentlich Genutzte Onlineinhalte 2005 bis 2010.....	32
Tabelle 12: Durchschnittliche Verweildauer bei der Onlinenutzung 2002 bis 2010	32
Tabelle 13: Genutzte Internetzugänge 2010 nach Geschlecht und Alter.....	33
Tabelle 14: Mobile Onlinenutzung 2010.....	33

11. LITERATURVERZEICHNIS

- **Jakob Steuerer, Jorgan Bang-Jensen**, 2002 - Die Dritte Welle der Mobilkommunikation, Wien
- **Nayla Fawzi**, 2009 - Cyber-Mobbing , Ursachen und Auswirkungen von Mobbing im Internet, Baden
- **Harald Gapski (Hrsg.)**, 2009 - Jenseits der digitalen Spaltung, Gründe und Motive zur Nichtnutzung von Computer und Internet, Nordrhein-Westfalen
- **Beck**, 2009 - Computervermittelte Kommunikation im Internet, München
- **Peter Vitouch (HG.)**, 2001 - Psychologie des Internet, Wien
- **Peter Vitouch, Andreas Payrhuber (HG.)**, 2004 - Psychologie des Internet, Wien
- **Martin Welker**, 2002 - Determinanten der Internetnutzung, München
- **Kai-Uwe Hugger (Hrsg.)**, 2010 - Digitale Jugendkulturen, Wiesbaden
- **Natalie Zwiefka**, 2007 - Digitale Bildungskluft, Informelle Bildung und soziale Ungleichheit im Internet, München
- **Gernot Gehrke (Hrsg.)**, 2004 - Digitale Teilung - Digitale Integration Perspektiven der Internetnutzung, München
- **Klara Vakaj**, 2006 - Die Motive der Internetnutzung Jugendlicher, Wien

12. ONLINEVERZEICHNIS

- Presse
<http://diepresse.com/home/techscience/internet/478186/index.do> (Zugriff am 19.02.2011)
- Online Monitor Austria
http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/pages/customresearch/gfk_online_monitor_austria_q1_2010_de.pdf (Zugriff am 19.02.2011)
- AIM Integral
http://www.e-government.steiermark.at/cms/dokumente/10103295_15765615/f45efbd3/AIM_Consumer_-_Q3_2010.pdf (Zugriff am 20.02.2011)
- Statistik Austria
http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html (Zugriff am 20.02.2011)
- Statistik Austria
http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/index.html (Zugriff am 21.02.2011)
- AIM Integral
http://www.e-government.steiermark.at/cms/dokumente/10103295_15765615/f45efbd3/AIM_Consumer_-_Q3_2010.pdf
- Deutsches Statistisches Bundesamt
<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Navigatio n/Statistiken/Informationsgesellschaft/PrivateHaushalte/Tabellen.psmI> (Zugriff am 05.04.2011)
- ARD ZDF
<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/> (Zugriff am 08.04.2011)
- JIM STUDIE
<http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf10/JIM2010.pdf> (Zugriff am 10.04.2011)
- Internetnutzung Jugendlicher
<http://www.blackblog.ch/wp-content/uploads/Internetnutzung-von-Jugendlichen-Version-online.pdf> (Zugriff am 13.04.2011)
- Mediasearch ORF
http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?internet/internet_aim.htm (Zugriff am 05.04.2011)

- Tomorrow Focus Media
http://www.tomorrow-focus-media.de/uploads/tx_mjstudien/Mobile_Effects_2011_01.pdf (Zugriff am 05.04.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Cyber-Mobbing> (Zugriff am 21.04.2011)
- Klicksafe
<https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/cyber-mobbing/cyber-mobbing-was-ist-das.html> (Zugriff am 24.04.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Cyber-Mobbing> (Zugriff am 24.04.2011)
- Spielsucht
<http://www.sucht.at/content/6/20/de/spielsucht.html> (Zugriff am 24.04.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Internetabh%C3%A4ngigkeit> (Zugriff am 24.04.2011)
- UIBK
<http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/iad4.pdf> (Zugriff am 24.04.2011)
- Glossar
<http://de.smeet.com/glossar/chat/chatsucht> (Zugriff am 24.04.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Einsamkeit> (Zugriff am 28.04.2011)
- PDF
http://othes.univie.ac.at/9852/1/2010-04-18_0007953.pdf
(Zugriff am 28.04.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Soziale_Isolation (Zugriff am 29.04.2011)
- PDF
http://www.tu-chemnitz.de/phil/ipp/elearning/studentenprojekte/anne_glas_cvk/HTML/Texte.pdf (Zugriff am 18.03.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Formen_der_CVK (Zugriff am 18.03.2011)

- Psychologie -
<http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidmair/einfuehrung.pdf> (Zugriff am 18.03.2011)
- Wiki - http://wiki.infowiss.net/Merkmale_computervermittelter_Kommunikation (Zugriff am 18.03.2011)
- Wiki
http://wiki.infowiss.net/Formen_der_cvk (Zugriff am 18.03.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Synchrone_Kommunikation (Zugriff am 18.03.2011)
- Wikipedia - http://de.wikipedia.org/wiki/Asynchrone_Kommunikation (Zugriff am 18.03.2011)
- Wikipedia -
http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Formen_der_CVK (Zugriff am 18.03.2011)
- Psychologie -
<http://www.psychologie.unifreiburg.de/Members/rummel/wisspsychwiki/wissenspsychologie/ComputervermittelteKommunikation#definition-computervermittlung> (Zugriff am 18.03.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/E-Mail> (Zugriff am 18.03.2011)
- Glossar
<http://www.bullhost.de/e/e-mail.html> (Zugriff am 19.03.2011)
- Glossar
<http://de.over-blog.com/offres-blog/definition-blog.php> (Zugriff am 19.03.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Newsgroup> (Zugriff am 19.03.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Internetforum> (Zugriff am 19.03.2011)
- Wikipedia
Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Mailingliste> (Zugriff am 19.03.2011)
- Glossar
<http://de.mimi.hu/infotech/maillingliste.html> (Zugriff am 19.03.2011)
- Glossar
<http://www.bullhost.de/f/ftp.html> (Zugriff am 21.03.2011)

- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Chat> ((Zugriff am 21.03.2011)
- Wikipedia
<http://www.bullhost.de/c/chat.html> (Zugriff am 20.03.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Instant_Messaging (Zugriff am 20.03.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web (Zugriff am 21.03.2011)
- Glossar
<http://www.bullhost.de/w/world-wide-web.html> (Zugriff am 21.03.2011)
- E-Teaching
<http://www.e-teaching.org/didaktik/kommunikation/mud#sl> (Zugriff am 28.03.2011)
- Psychologie
www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/muds.ppt (Zugriff am 21.03.2011)
- Forschungsseminar
www.uibk.ac.at/.../forschungsseminar_mud_beitrag_ws0607.doc (Zugriff am 21.03.2011)
- Glossar
<http://www.e-teaching.org/technik/kommunikation/muds> (Zugriff am 21.03.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/MUD> (Zugriff am 21.03.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Videokonferenz> (Zugriff am 22.03.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Videokonferenzen (Zugriff am 22.03.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Computervermittelte_Kommunikation#Videokonferenzen (Zugriff am 22.03.2011)
- Glossar
http://www.at-mix.de/internet_telefonie.htm (Zugriff am 22.03.2011)
- Lexikon
<http://lexikon.martinvogel.de/suchmaschine.html> (Zugriff am 22.03.2011)

- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Suchmaschinen> (Zugriff am 22.03.2011)
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Zugriff am 28.03.2011)
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Digitale_Kluft (Zugriff am 26.03.2011)
- Glossar
<http://www.lernundenter.com/interaktion/qualitaet/fokus/digidef.htm> (Zugriff am 26.03.2011)
- Lexikon
<http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=6778> (Zugriff am 28.03.2011)
- Lehrer Materialien
<http://lehrer.schule.at/atzmanstorfer/materialien/digital%20devide.pdf> (Zugriff am 26.03.2011)
- PDF
<http://homepage.univie.ac.at/wolfgang.zeglovits/MuMeJournal/Digital%20divide%20zusammenfassung.pdf> (Zugriff am 26.03.2011)
- Wiki
Vgl. http://www.freie-gesellschaft.de/wiki/Digital_Divide (Zugriff am 26.03.2011)
- Mediasearch ORF
<http://mediaresearch.orf.at/internet.htm> (Zugriff am 27.03.2011)
- GfK Austria
http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/data/press/2011/gfk_online_monitor_austria_4_qu_10.pdf (Zugriff am 27.03.2011)
- Google Formular
<https://spreadsheets.google.com/viewform?hl=de&pli=1&formkey=dDFfaFdqV0d0d2FSMjFsVDQ5U3d6MUE6MQ#gid=0>
- Wikipedia
<http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook#.C3.96sterreich>
- Wikipedia
http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Instant-Messaging-Protokollen (Zugriff am 02.03.2011)
- http://www.wi.hs-wismar.de/~laemmel/Lehre/WA/Artikel0906/schmidt_internet.pdf (Zugriff am 06.05.2011)

13. ANHANG

Fragebogen zur Internetnutzung unter Studenten



Der vorliegende Fragebogen ist Teil meiner Diplomarbeit und beschäftigt sich mit der Thematik Internetnutzung unter sozialen Gruppen. Untersucht wird mit diesem Fragebogen die allgemeine Internetnutzung unter Studenten. Ich würde mich freuen, wenn ihr den Fragebogen beantwortet und auch an Studenten, die ihr kennt weitersendet. Die Ergebnisse sind anonym und werden für die Auswertungen verwendet. Danke fürs Mitmachen! Bakk.rer.soc.oec. Bahar Yilmaz-Alan

* Erforderlich

Wie alt sind Sie?*

- zwischen 18-20
- zwischen 21-25
- zwischen 26-30

Welches Geschlecht haben Sie?*

- weiblich
- männlich

An welcher Universität sind sie inskribiert?*

- Technische Universität Wien
- Universität Wien
- Wirtschaftsuniversität Wien
- Medizinische Universität Wien
- Fachhochschule
- Sonstiges:

Was studieren Sie?*

- Medizin /Pharmazie
- Bildungswissenschaft
- Betriebswirtschaft
- Wirtschaftsinformatik/Informatik
- Sprachen
- Jus
- Sonstiges:

Wie lange surfen Sie täglich?*

- Halbe Stunde
- 1 Stunde
- 2 Stunden
- 3 Stunden
- 4 Stunden
- 5 Stunden & Mehr
- Gar nicht
- Sonstiges:

Wie oft verwenden Sie das Internet im Durchschnitt?

- Weniger als einmal im Monat
- Ein paar Mal im Monat
- Einmal in der Woche
- Einige Male in der Woche
- Einmal täglich
- Mehrmals täglich
- nie/fast nie

Mit welchen Geräten haben Sie Zugang zum Internet?Mehrfachantworten möglich

- PC
- Netbook
- Smartphone
- Tablet
- Sonstiges:

• Wo verwenden Sie das Internet? Mehrfachantworten möglich

- Am Arbeitsplatz
- Zu Hause
- An der Uni
- Internetcafe
- Öffentliche Verkehrsmittel
- Sonstiges:

Welche Funktionen des Internet verwenden Sie? Mehrfachantworten möglich

- Nachrichten lesen (z.B. Kurier, Standard, etc..)
- gezielte Informationssuche
- Kommunikation per Mail
- Kommunikation via Chat oder Foren
- Software/Programme herunterladen
- Onlinebanking
- Reisen buchen, Informationen holen
- Einkaufen
- Information zu diversen Produkten
- Online Spiele
- Sonstiges:

Kaufen Sie im Internet ein?

- Ja
- Nein

Welchen Online Einkaufsseiten vertrauen Sie, von welcher kaufen Sie meistens ein? Mehrfachantworten möglich

- Amazon
- Ebay
- Geizhals
- Redcoon
- Gar keine
- Sonstiges:

Welche Kommunikationsmöglichkeit verwenden Sie im Internet? Mehrfachantworten möglich

- Twitter
- Facebook
- Windows Messenger
- XING
- E-Mail
- StudiVZ
- ICQ
- MySpace
- Gar keine
- Sonstiges:

Haben Sie durch das Internet soziale Kontakte verknüpft?

- Ja, kommunizieren aber nur übers Internet
- Ja, sehen uns in der Realität
- nein

Wie lange sind sie auf Social Network Seiten am Tag eingeloggt?

- Halbe Stunde
- 1 Stunde
- 2 Stunden
- 3 Stunden
- 4 Stunden
- 5 Stunden
- 5 Stunden & Mehr
- Gar nicht

Welche Foren verwenden Sie?

- Verwende kein Forum
- Verwende nur Forum meiner Interessen
- Verwende nur Forum meiner Studienrichtung
- Verwende Forum für sozial Zwecke, wie Konzerte, Partys, Kurztrips, etc.
- Sonstiges:

Verwenden Sie das Internet auch für ihr Vergnügen? Mehrfachantworten möglich

- Musik Hören
- Musikvideos downloaden/abspielen
- Filme/Serien
- Youtube
- Online Spiele
- Sonstiges:

Welche Online Spiele spielen Sie? Mehrfachantworten möglich

- Strategie
- Sportspiele
- Browserspiele (z.B. Spiele im Facebook, etc.)
- Gar keine
- Sonstiges:

Glauben Sie, dass das Internet nur für unser Vergnügen entwickelt wurde oder ist es für uns eine wichtige Informationsquelle?

- Wichtige Informationsquelle
- Nur für Vergnügen

Glauben Sie, dass zuviel Internetnutzung zur Isolation/Einsamkeit führt?

- Ja
- Nein
- Kenne viele, die im Internet sehr aktiv sind, aber in der Realität sehr verschlossen sind

Verwenden Sie das Internet auch für universitäre Zwecke? (z.B. Seminararbeiten, Präsentationen, Diplomarbeiten, etc.)

- Ja
- Nein
- Verwende nur Informationen aus Büchern

Wenn Sie sich für ein Thema interessieren und es recherchieren möchten, wie gehen Sie vor?

- Recherchiere über Internet
- Frage meine Freunde/Bekannteten, etc.
- Gehe in die Bibliothek
- Frage bei Personen nach, die in dem Fachgebiet gut sind
- Sonstiges:

Glauben Sie an die Richtigkeit der Informationen im Internet?

- Ja
- Nein, ich sammle nur Ideen und Gedanken
- Wenn ich mir unsicher bin, vergleiche ich Informationen aus anderen Internetseiten

Welches glauben Sie ist vom Kommunikationsmittel her das Stärkste zurzeit?

- TV/Medien
- Internet
- Radio

Was sind ihre Meinung nach, die Nachteile des Internets?

- Schadet der Gesundheit
- Führt zur Isolation/Einsamkeit
- Internetsucht
- Da jeder leichter zur Informationen kommt, bemüht sich keiner mehr selber Texte zusammenzufassen (z.b fertige Referate, etc.)
- Sonstiges:

Können Sie einen Vorteil des Internets nennen?

Wenn Internet nicht in unserem Leben wäre, wie würde sich das auf uns auswirken?

- Ein Leben ohne Internet kann ich mir nicht vorstellen
- Wir würden bei vielen Themen ungebildet sein
- Sonstiges:

Wie wird ihrer Meinung nach die Zukunft des Internets nach 10 Jahren sein/aussehen?