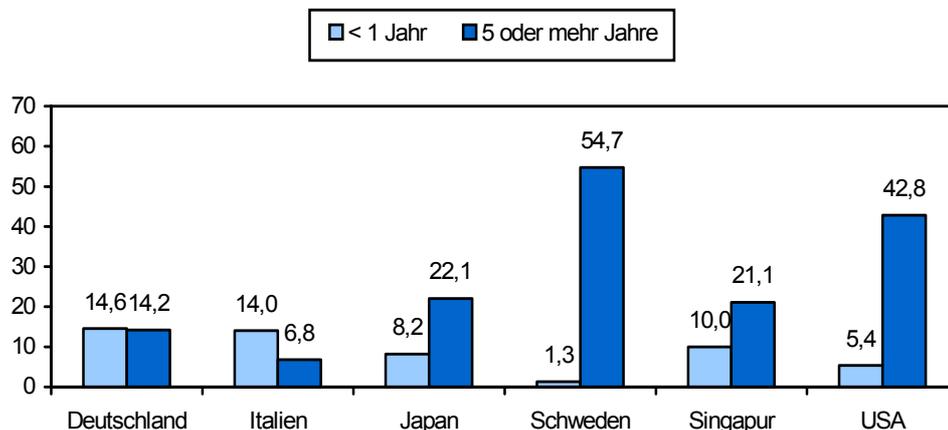


Einschätzung der Internetkenntnisse und Kompetenzen

Die Untersuchung „Internet 2002“ hat gezeigt, dass die Interneterfahrung deutliche Auswirkungen auf die Art der Internetnutzung, des ‚Selbstbewusstseins‘ im Umgang mit dem neuen Medium, das Konsumentenverhalten und den Nutzungsgewohnheiten hat. Philip E.N. Howard et al. argumentieren auf der Basis von Analysen von Daten aus dem „Pew Internet and American Life Project“, dass die Erfahrung mit dem Internet die Art der Nutzung wesentlich beeinflusst.¹

Insgesamt nutzt das Gros der Onliner in Deutschland erst seit weniger als drei Jahren das Internet. Rund 15 Prozent der Internetnutzer sind gemäß der Ergebnisse aus „Internet 2002“ seit einem Jahr online. Ebenfalls rund 15 Prozent der Internetnutzer sind seit fünf oder mehr Jahren online.² Im internationalen Vergleich variiert das Niveau der Interneterfahrung zwischen den einzelnen Ländern beachtlich. Die USA und Schweden, die Länder mit der höchsten Internetverbreitung im WIP-Vergleich haben einen relativ hohen Anteil erfahrener Nutzer: 43 Prozent der Amerikaner und 55 Prozent der Schweden nutzen das Internet bereits mindestens fünf Jahre. In Deutschland ist der Anteil der ‚Neulinge‘, wie in Italien, noch verhältnismäßig hoch.

Abbildung 1: Erfahrung der Internetnutzer im internationalen Vergleich, Angaben in Prozent



Quelle: WIP Datenabgleich

In allen im WIP integrierten Ländern sind es Personen mit den höchsten formalen Bildungsabschlüssen, die mehr Erfahrung im Umgang mit dem

¹ Vgl. Howard, Philip E.N.; Lee Rainie; Steve Jones: Days and Nights on the Internet. In: Wellman, Barry; Caroline Haythornthwaite (Hrsg.): The Internet in Everyday Life. Oxford: Blackwell Publishers 2002, S. 45-73, hier: S. 47.

² Vgl. Internet 2002, S. 60.

Medium haben. Nach der deutlich angewachsenen Zahl der Onliner in Deutschland im Jahr 2003 (vgl. Wer ist drin?) ist zu fragen, welche Bevölkerungsgruppen zu den neuen Nutzern gehören. Die Ergebnisse aus „Internet 2002“ verwiesen darauf, dass es unter den Erstnutzern einen relativ hohen Anteil von Frauen, Senioren und Nutzern mit formal niedrigeren Qualifikationen gibt.³ In 2003, so ein Ergebnis des „(N)Onliner Atlas“, wuchs der Anteil der Internetnutzer bei Personen mit einfachem Bildungsabschluss stärker, als dies zu erwarten war.⁴ Die Autoren der „ARD/ZDF-Online-Studie“ stellen insgesamt ein recht uneinheitliches Bild bei den Neuzugängen fest. Während das Wachstum bei den Internetnutzern in den Vorjahren hauptsächlich aus der Stammklientel resultierte (14- bis 49-Jährige, Berufstätige, Personen mit mittlerer bis hoher Schulbildung), sind die Neulinge in 2003 zum einen unter den Jugendlichen sowie bei den 40- bis 59-Jährigen – vor allem den Berufstätigen in dieser Altersgruppe – zu verorten.⁵

Unter den Internet-Neulingen sind besonders viele Personen, die im Rahmen der besprochenen „@facts“-Analyse zu Online-Nutzer-Typen den „Zurückhaltenden“ zuzuordnen sind. Die „Zurückhaltenden“ sind ausgesprochene Gelegenheits- und Wenignutzer, die in erster Linie online gehen, um E-Mails zu versenden, weil sie das Internet beruflich benötigen oder um Bankgeschäfte zu erledigen.⁶ Überdurchschnittlich viele erfahrene Internetnutzer werden der Gruppe der sogenannten „Info-Suchenden“ zugeordnet, ebenfalls pragmatisch eingestellten, aber eben auch versierten und sehr zielgerichtet surfenden Nutzern, die am Internet besonders die Möglichkeiten zur schnellen und professionellen Information, Recherche und Service interessiert.⁷

Mit dem Hinzukommen der „zurückhaltenden“ oder „unauffälligen“⁸ Nutzer mehrt sich die Zahl derer, die das Internet eher ‚passiv‘ im Sinne eines Massenpublikums nutzen, die Informationen abrufen oder E-Mails schreiben, nicht aber selbst Informationen einstellen oder eigene Webseiten erstellen. Mikami stellt im Experteninterview fest, dass es hier deutliche Kompetenzunterschiede gibt.

“The most important knowledge gap among the Internet users themselves is perhaps on the ability for the users to participate in community type activities or providing information and other resources on their own through online access. As the penetration of the Internet has been increasing, the rate of making personal websites has been decreasing. This trends shows that the most recent newcomers on the Internet are those who just want to receive information from various websites like TV programs and are not willing to provide information or other resources to others. These ‘mass audience’ will continue to increase in the future.”

Shunji Mikami, Toyo University, Japan

³ Vgl. Internet 2002, S. 60.

⁴ Vgl. (N)Onliner Atlas 2003, S. 12.

⁵ Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 339ff.

⁶ Vgl. Online-Nutzer-Typen, 2003. S. 16.

⁷ Vgl. a.a.O., S. 22f.

⁸ Vgl. ARD/ZDF-Online-Studie 2003, S. 342.

Eszter Hargittai hat den Einfluss verschiedener Faktoren auf die Fähigkeit, online Informationen zu finden, empirisch untersucht und Belege für die These gefunden, dass die Interneterfahrung (wie auch die Intensität der Nutzung) sich positiv auf die Onlinekompetenzen auswirkt.⁹

Aus den vorliegenden Ergebnissen zu diesem Punkt zu schließen, dass sich die Kluft beim Zugang zum Internet schließt, wäre sicherlich verfrüht. Wichtig ist hierbei die Entwicklung der relativen Zahlen: es mag sein, dass ‚internetferne‘ Bevölkerungsgruppen nachrücken, damit schrumpft aber noch nicht zwangsläufig das Gefälle zwischen Jung und Alt oder hoch und weniger gebildet.

⁹ Hargittai, Eszter: Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. In: first Monday, http://www.firstmonday.org/issues/issu7_4/hargittai/index.html [4. Januar 2003] Künftig zitiert: Hargittai 2003.