### **Inhalt**

Dr. Martin Welker/Ulrich Winchenbach:	
Herausforderung "Internet für alle": Nutzung, Praxis, Perspektiven	5
Dr. Christoph-E. Palmer:  Neue Formen der Kommunikation und Bürgernähe	9
Prof. Dr. Michael Schenk/Malthe Wolf: Internetnutzung in den Sozialen Milieus	13
Prof. Dr. Helmut Krcmar/Petra Wolf: Ansätze zur Überwindung der digitalen Spaltung	29
Prof. Dr. Herbert Kubicek/Stefan Welling: Öffentliche Internet-Zugangs- und Lernorte als Sprungbretter in die digitale Welt	43
Dr. Gerhard Fuchs: Internet und E-Commerce – Angebote nur für Eliten?	58
Praxisbeispiele	
Prof. Dr. Gabriele Winker: Frauen geben Technik neue Impulse	65
Dr. Claus Hoffmann: start und klick! Das Einsteigerprogramm für PC und Internet der Landesstiftung	
Baden-Württemberg	74
Dr. Andreas Breiter: Web.Punkte - über die Schule ins Internet	80
Carmen Stadelhofer: Fit für die Wissensgesellschaft – Interneterschließung für SeniorInnen	88
Stefan Berninger: WEB for ALL – Barrierefreiheit im Internet	100
Dorothea Schaller: Mobiles Internet-Café und mobile Internet-Schule: unterwegs in Baden Württemberg	106
Angaben zu den Autoren	113

Dr. Martin Welker / Ulrich Winchenbach

# Herausforderung "Internet für alle": Nutzung, Praxis, Perspektiven

Das Internet ist nach wie vor auf Wachstumskurs. Während eine erste Euphoriewelle bei Börsenhändlern und Marktstrategen bereits wieder abgeflaut ist, finden nun immer mehr Haushalte Zugang zum Netz der Netze. In Baden-Württemberg sind bereits deutlich mehr als 50 Prozent der Menschen über 14 Jahren regelmäßige Nutzer des Internet. Das Internet ermöglicht in Kombination mit der immer beliebteren Breitbandtechnik und schnellen Rechnern eine nachhaltige Veränderung des häuslichen und beruflichen Alltags.

Vor diesem Hintergrund werden von Bund, Ländern und Kommunen große Anstrengungen unternommen eine "digitale Spaltung" der Gesellschaft zu verhindern. Ziel ist es, allen Bevölkerungsgruppen einen Internet-Zugang zu ermöglichen. Dazu bedarf es nicht nur der Steigerung der notwendigen Medienkompetenz, sondern auch attraktiver Angebote, nützlicher Inhalte und innovativer Dienste. Eine zentrale Herausforderung ist die Ansprache jener Bevölkerungsgruppen, die bisher kaum mit dem Internet in Berührung gekommen sind.

Das Bundesland Baden-Württemberg hat diese Herausforderung frühzeitig erkannt und zahlreiche Projekte realisiert, mit denen die digitale Alphabetisierung entscheidend vorangebracht werden konnte. Diese Programme haben maßgeblich dazu beigetragen, dass der Südwesten bei der Internetnutzung einen Spitzenplatz einnimmt. Hier einige Beispiele:

- Das forum regio medi@ (von der MFG Medienentwicklung organisiert) bietet seit über vier Jahren eine Plattform für den kontinuierlichen Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zwischen kommunalen und regionalen Internet-Fachleuten. Zur Zeit sind nahezu 600 IT- und Medien-Akteure als Mitglied des Forums registriert. Durch regelmäßige Treffen, Veranstaltungen und Informationsangebote wird dieses landesweite Netzwerk von E-Government-Praktikern stetig weiter ausgebaut. Die Anmeldung zum Forum ist unter www.mfg.de/forumregiomedia möglich.
- Durch den Wettbewerb "InternetDorf" treiben die Akademie Ländlicher Raum, der Gemeindetag Baden-Württemberg und die MFG Medienentwicklung den Trend zur digitalen Verwaltung weiter voran. Die Bildung von Internet-Communities in kleineren Gemeinden wird durch den Wettbewerb unterstützt und die Medienakzeptanz und vor allem -kompetenz der Bürger gesteigert. Baden-Württemberg hat bereits dreimal mit dem Wettbewerb "InternetDorf" Bürgerportale mit einem vorbildlichen Leistungsangebot von Gemeinden mit bis zu 15.000 Einwohnern prämiert. Bewertet werden die Seiten nach den Kriterien Aktualität, Benutzerfreundlichkeit, Interaktivität und Bürgerdienste sowie Einbindung von Handel, Gewerbe und Vereinen. Viele Gemeinden sind aufgrund des Wettbewerbs neu ins Netz gegangen oder haben ihre Internetseiten für den Wettbe-

6 Welker/Winchenbach

werb verbessert. Damit wurde das Ziel des Projektes, die Medienentwicklung im ländlichen Raum zu stärken, erreicht. Im April 2002 wurde der Wettbewerb erneut ausgeschrieben. Die aktuellen Ausschreibungsbedingungen und ein Bewerbungsformular können auf der Website des Wettbewerbs "www.internetdorf.de" abgerufen werden. Bewerbungsschluss ist der 30. September 2002.

• Bereits im November 2000 wurde von der Landesregierung und der MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg in enger Zusammenarbeit mit den kommunalen Landesverbänden das Aktionsprogramm "Internet für alle" gestartet. Beim Wettbewerb in der ersten Phase des Programms wurden aus über 100 Einreichungen von Kommunen, Landkreisen oder deren Einrichtungen (Volkshochschulen, Bibliotheken, Wirtschaftsförderungsgesellschaften) 20 bürgernahe Internet-Projekte ausgezeichnet. Unter den Siegerprojekten waren u.a. Internetkurse für Senioren oder Aussiedler, Erweiterung von Bibliotheken zu Web-Portalen, Schaffung einer kommunalen Medienkultur oder eine "Internet-Feuerwehr", die Einsteigern bei technischen Problemen hilft.

Die laufende Umsetzung der Projekte in der *zweiten Phase* des Aktionsprogramms wurde von der Universität Hohenheim evaluiert. Die Ergebnisse wurden in zwei Praxisleitfäden dokumentiert, die bei der MFG Medienentwicklung kostenlos angefordert werden können. Neben den Leitfäden wurde das Know-how aus den ausgezeichneten Projekten im Rahmen einer landesweiten Seminarreihe für kommunale Internet-Multiplikatoren im Zeitraum November 2001 - Januar 2002 weitergegeben.

In der *dritten und letzten Phase* des Programms wurden die Kommunen Aalen, Mönchweler, Karlsruhe, Schwäbisch Gmünd und Wannweil für die erfolgreichste Umsetzung ihrer Projekte ausgezeichnet. Dies geschah im Rahmen der Fachtagung "Internet für alle: Nutzung – Zugang – Angebote" am 28. November 2001. Im vorliegenden Band werden die wichtigsten Beiträge zu dieser Fachtagung dokumentiert.

#### Nutzung

Eine erste Voraussetzung, um einen möglichen "Digital Gap" überhaupt bekämpfen zu können, ist die Erforschung und verlässliche Beobachtung der Internet-Nutzung. *Michael Schenk* und *Malthe Wolf* geben anhand einschlägiger Studien einen Überblick über die Nutzung und Akzeptanz des Internets und diskutieren eine mögliche Spaltung der Geselschaft in Nutzer und Nichtnutzer, den sogenannten "Digital-Divide". Erstmals beziehen sie dabei in ihre Analyse auch sogenannte Soziale Milieus mit ein.

Auch *Helmut Krcmar* und *Petra Wolf* nehmen in ihrem Beitrag auf eine mögliche "Digitalen Spaltung" der Gesellschaft bezug. Am Beispiel der Städte Kornwestheim und Karkruhe werden wegweisende Projekte zur Überwindung bzw. Verhinderung des "Digital-Divide" aufgezeigt.

Barrieren für eine Nutzung des Internet und Gründe für dessen Nichtnutzung nehmen *Herbert Kubicek* und *Stefan Welling* unter die Lupe. Ihr Argument lautet dabei, dass die Überwindung der Barrieren auf dem Weg zu einem "Internet für alle" nicht mit Standardmaßnahmen gelingen kann. Sie müsse vielmehr an den jeweiligen Voraussetzungen und Interessen der einzelnen Zielgruppen ansetzen, so die Autoren. Dabei sollten bei einigen Gruppen die inhaltlichen Aspekte im Vordergrund stehen und die technischen Fertigkeiten eher indirekt vermittelt werden, während bei anderen die Technik als Anreiz zur Verbesserung inhaltlichkognitiver Qualifikationen genutzt werden könnte.

Für *Gerhard Fuchs* von der Stuttgarter Akademie für Technikfolgenabschätzung war es naheliegend, sich mit dem Thema Internet auseinander zu setzen. Für ihn geht es um das "Internet für jeden" und damit darum, an den speziellen Bedürfnissen der Menschen, der unterschiedlichen Gruppen und Milieus anzusetzen. Erreicht werden könne dies, indem den bisher Ausgeschlossenen gezeigt werde, dass das Internet einen Mehrwert für ihre speziellen Interessen bieten kann. Zudem sollten mehr Angebote entwickelt werden, die auf spezielle Gruppen zugeschnitten sind.

#### **Praxis und Zugang**

Die größte gesellschaftliche "Untergruppe" sind Frauen. *Gabriele Winker* verdeutlicht in ihrem Beitrag die immer noch bestehende personelle und inhaltliche Unterrepräsentanz von Frauen im Internet. Angebote seien noch allzu häufig an typisch männlichen Interessen ausgerichtet sind würden Lebenssituationen von Frauen kaum in den Blick nehmen, so die Autorin. Winker bleibt aber nicht bei einer Technikkritik stehen, sondern zeigt anschließend Ansatzpunkte für frauenpolitisches Handeln auf.

Das derzeit größte Einsteigerprogramm für PC und Internet in Europa ist "start und klick!" in Baden-Württemberg. *Claus Hoffmann*, verantwortlicher Projektleiter, stellt das Programm vor: Mit speziellen Kursangeboten wird seit September 2001 die Computer- und Internetkompetenz der baden-württembergischen Bevölkerung verbessert. Auf diese Weise soll der Tendenz einer modernen Zweiklassengesellschaft entgegen gewirkt werden.

Auf dem Weg in die Wissensgesellschaft werden Schulen neben den anderen Bildungseinrichtungen eine wichtige Rolle für das lebensbegleitende Lernen spielen. *Andreas Breiter* gibt einen Einblick in das Projekt "Web.Punkte". Der Senator für Bildung und Wissenschaft des Landes Bremen versucht, gemeinsam mit einem privaten Partner (Deutsche Telekom AG), die Lücke zu schließen und die Öffnung der Schule in die lokale Gemeinschaft voranzutreiben.

Eine Gruppe,. die bei der Steigerung der Internet-Nutzung notwendigerweise in den Mittelpunkt rückt, sind die Senioren. Bei vielen älteren Menschen bestehen Vorbehalte hinsichtlich der Internetnutzung, die Ursachen hierfür sind komplex. *Carmen Stadelhofer* zeigt in ihrem Beitrag die Perspektive auf, Senioren in ihrem unmittelbaren Lebensumfeld anzusprechen um

8 Welker/Winchenbach

Hemmschwellen gegenüber der Technik abzubauen und den Nutzen für das tägliche Leben sichtbar zu machen.

Ist der Einstieg in die Onlinewelt geschafft, sind die Hürden allerdings noch nicht beseitigt. Insbesondere für behinderte Menschen existieren im Internet zahlreiche Hürden. **Stefan Berninger** von der Initiative "Web for All" beschreibt, wo für Blinde, Seh- und Mobilitätsbehinderte Barrieren liegen, welche die Zugänglichkeit zum World Wide Web erschweren oder sogar unmöglich machen und welche Wege es gibt, dies zu verhindern.

Ein Projekt, mit dem das Internet in den ländlichen Raum kam, war die Gründung mobiler Internet-Cafés (mIC): Das weltweit erste mIC wurde im Oktober 1997 vom Land Baden-Württemberg on tour geschickt. Die Ziele dieses Projekts und seine Umsetzung in der Praxis erläutert *Dorothea Schaller*: Die mICs konnten in Baden-Württemberg bislang über 70.000 Bürgern die ersten Schritte ins World Wide Web weisen.

#### Perspektiven

Baden-Württemberg wird die Spitzenposition des Landes bei Internetnutzung und Medien-kompetenz ausbauen und festigen. Der Beitrag von *Christoph-E. Palmer* macht dies zu Beginn des vorliegenden Bandes noch einmal deutlich. Denn die neue IT- und Medienoffensive doIT (www.doIT-net.de) wird den kompetenten Gebrauch des Internet und neuer Kommunikationstechnologien zum Nutzen aller voranbringen.

Dr. Christoph-E. Palmer MdL

# Neue Formen der Kommunikation und Bürgernähe

### Beitrag zur Preisverleihung im Rahmen des Wettbewerbs "Internet für alle"

"Internet für alle" hat gezeigt: Das Interesse an der digitalen Zukunft in Baden-Württemberg ist weiterhin groß. Neben technologischen Neuentwicklungen gewinnen moderne Formen der Kommunikation zunehmend an Bedeutung.

Mit dem Aktionsprogramm "Internet für alle" verfolgt die Landesregierung das Ziel die Internet-Nutzung und die Medien-Kompetenz der Bürger in Baden-Württemberg weiter zu steigern. Nachdem im ersten Teil des Wettbewerbs 20 Siegerprojekte aus über 100 Bewerbungen gefördert wurden, ging es nun im zweiten Part darum, die Projekte mit den besten Fortführungskonzepten auszuwählen. Die beteiligten Gemeinden und Kommunen haben auch in dieser zweiten Phase wieder enormes Engagement bewiesen. Die Entscheidung über die auszuzeichnenden Projekte wurde der Jury nicht leicht gemacht. Eines hat sich aber deutlich gezeigt: Die großen Gewinner sind in jedem Fall die Bürgerinnen und Bürger des Landes, die in Folge des Wettbewerbs "Internet für alle" Zugang zu neuen Medien gefunden haben und von modernen Verwaltungsdienstleistungen profitieren.

Die Projektvorschläge und die umgesetzten Konzepte dokumentieren eindrucksvoll die Möglichkeiten des Internets für völlig neue Kommunikationsformen. Diese tragen dazu bei, durch Bürgernähe und Bürgerbeteiligung, Barrieren zwischen Bürgern und Staat abzubauen. Aber auch die Kommunikation der Bürger untereinander wird dadurch gefördert. Die neuen Kommunikationsformen wurden im Wege einer "Online-soap" für Jugendliche, im Rahmen von Internetcafes oder in Form eines Internetfrühschoppens für Senioren, um nur einige Beispiele zu nennen, in vielen der eingereichten Projekte in innovativer Form in die Praxis umgesetzt.

Das Internet ist die ideale Plattform um Dienstleistungsangebote der Verwaltung den Bürgern benutzerfreundlich zur Verfügung zu stellen. Auch diesbezüglich hat der Wettbewerb einiges bewirkt: Einige der teilnehmenden Gemeinden bieten bereits heute sämtliche Antragsformulare online an und arbeiten mit Hochdruck daran, Verwaltungsvorgänge vollständig online abzuwickeln. Dies entspricht den Zielen der Landesregierung: Auch die Verwaltungsdienstleistungen des Landes sollen alle bis Ende des Jahres 2005 flächendeckend online angeboten werden.

10 Palmer

Das Aktionsprogramm "Internet für alle" ist darauf ausgerichtet, Langzeitwirkung zu entfalten. Die prämierten Projekte zeichnen sich vor allem durch ihre gute Realisierbarkeit und Übertragbarkeit aus. So wird das Ende des Wettbewerbs nicht das Ende der Anstrengungen zur Steigerung der Mediennutzung und -kompetenz bedeuten. Die an alle Gemeinden im Land verschickten Praxisleitfäden (siehe Literaturhinweise am Ende des Beitrags) dienen als Grundlage für ein breites Schulungsprogramm. Darüber hinaus werden für interessierte Kommunen und kommunale Einrichtungen flächendeckend Workshops zur Weitergabe des Know-hows aus den Projekten durchgeführt.

Diese Aktivitäten tragen dazu bei, dass Baden-Württemberg seine mittlerweile erreichten bundesweiten Spitzenpositionen weiter ausbauen kann: Aktuell sind bereits über 50 % der Baden-Württemberger ab 14 Jahren regelmäßige Nutzer des Internets und somit "Onliner". Weiterhin sind die Städte und Gemeinden Baden-Württembergs nach einer Auswertung des Gemeindetages Baden-Württemberg mit ihren Internet-Angeboten bundesweit führend. Jede zweite Kommune hat eine eigene Homepage und fast alle Kommunalverwaltungen sind über E-Mail erreichbar. Dagegen sind im Bundesdurchschnitt noch 75 Prozent der Kommunen "offline".

Die Landesregierung wird auch in der laufenden Legislaturperiode den IT- und Medienstandort weiterhin konsequent stärken:

- Die neue IT- und Medienoffensive doIT wurde gestartet: Rund 450 Mio. Euro werden von Landesseite im Laufe dieser Legislaturperiode in verschiedene Maßnahmen und Projekte im IT- und Medienbereich investiert.
- Parallel zur neuen Offensive hat die Landesregierung als weitere Maßnahme das neue Beratungsforum Information, Telekommunikation, Software (bits baden-württemberg) eingerichtet. Das Forum fungiert als Impulsgeber der Landespolitik und entwickelt Vorschläge zur weiteren Stärkung des Standorts Baden-Württemberg. Darüber hinaus soll es die Vernetzung von Unternehmen, Wissenschaft und Politik in den Bereichen IT, Medien und Unternehmenssoftware verbessern und damit die Cluster-Bildung stärken.
- Daneben wird die Vermeidung des sogenannten "digital divide" auch weiterhin ein wichtiges Anliegen der Landesregierung bleiben.

Neben den Aktivitäten des Landes ist in diesem Zusammenhang die im Herbst 2001 angelaufene Initiative der Landesstiftung Baden-Württemberg "start und klick!" besonders zu erwähnen. In Zusammenarbeit mit den Weiterbildungsträgern wie zum Beispiel den Volkshochschulen werden EDV- und Internet-Einstiegskurse von der Landesstiftung mit einem finanziellen Beitrag gefördert. Die Resonanz ist überwältigend.

Mit diesen und zahlreichen weiteren Maßnahmen können wir in Baden-Württemberg zuversichtlich die 60% - Marke bei der Internetnutzung ins Visier nehmen.

#### Die Preisträger:

1. Stadt Aalen

Projekt: "Jung und alt – wir sind drin!" <a href="https://www.aalen.de">www.aalen.de</a> (Rubrik "Community")

2. Gemeinde Wannweil

Projekt: "Auf dem Weg zum Mediendorf" <a href="http://www.wannweil.de">http://www.wannweil.de</a>

3. Stadt Schwäbisch Gmünd

Projekt: "gmuend.vernetzt" www.schwaebisch-gmuend.de

4. Gemeinde Mönchweiler

Projekt: "Mediendorf"

http://www.moenchweiler.de/mediendorf.cfm

5. Sonderpreis: Stadt Karlsruhe

Projekt: "Entwicklung von Medienkompetenz bei der Sprachförderung von jungen Menschen mit Migrationshintergrund"  $\,$ 

http://www.karlsruhe.de/Projekte/Internet-fuer-alle/index.htm

#### Literatur

MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg, Medienentwicklung (2001): Praxisleitfaden: Kommunen im Netz Materialien zur Medienentwicklung Nr. 8, Stuttgart: 33 Seiten.

MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg, Medienentwicklung (2002): Praxisleitfaden: Internet für alle. Projekte zur Überbrückung der digitalen Spaltung. Materialien zur Medienentwicklung Nr. 9, Stuttgart: 37 Seiten. Palmer

Prof. Dr. Michael Schenk/ Dipl. oec. Malthe Wolf

### Internetnutzung in den Sozialen Milieus

Obwohl im Jahr 2000/2001 in vielen Bereichen der gewerblichen Nutzung des Internets Ernüchterung und Realismus eingekehrt sind, wächst im Gegensatz dazu die private Nutzung unvermindert – 49,8 Prozent der Deutschen Bürgerinnen und Bürger waren im Mai 2002 im Netz - obgleich angemerkt ist, dass die Verbreitung des Internets nicht in allen Bevölkerungsgruppen gleichermaßen fortschreitet. Diese Arbeit versucht anhand einschlägiger Studien einen Überblick über die Nutzung und Akzeptanz des Internets, sowie die entstehende Spaltung der Gesellschaft in Nutzer und Nichtnutzer, auch als "Digital-Divide" bezeichnet, in Deutschland zu geben.

Abgesehen von einer Differenzierung der Internetnutzung nach soziodemografischen Merkmalen werden zur näheren Analyse auch sogenannte Soziale Milieus zugrunde gelegt, die eine milieu-spezifische Nutzung des Internets und von ECommerce aufzeigen, und wesentlich tiefere Aussagen über die Nutzung erlauben, als bloße soziodemografische Beschreibungen. Auf diese Weise wird ein Eindruck von der gegenwärtigen und künftigen Nutzung des Internets und den damit verbunden E-Commerce-Anwendungen in Deutschland vermittelt.

#### Internet und E-Commerce-Nutzung in der Bundesrepublik Deutschland

42,9 Prozent der Deutschen haben im September 2001 das Internet genutzt. Dies entspricht hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung im Alter ab 14 Jahren 27,3 Millionen bundesdeutsche Internet-Nutzern. Dem stehen nach wie vor 36 Millionen Deutsche gegenüber, die das Internet nicht nutzen.

Dieses Verhältnis allein betrachtet zeigt, dass die Gefahr einer **digitalen Spaltung** der Gesellschaft nicht zu unterschätzen ist und sich diese unter der Annahme, dass die Entwicklung bzw. die Adoption des Internets von nun ab eher in kleineren Zuwachsraten bewegt, in den kommenden Jahren noch verstärken wird.

Noch in den Jahren 2000/2001 hat sich die Nutzung des Internets in der deutschen Bevölkerung (ab 14 Jahren) gegenüber 1999 mehr als verdoppelt, und zwar von knapp 20 Prozent Ende 1999 auf nunmehr 42,9 Prozent im September 2001. Damit hat das Internet einen Durchbruch hin zu einem in weiten Kreisen der Gesellschaft bekannten oder gar akzeptierten neuen Medium geschafft, das nunmehr nicht nur einer kleinen spezialisierten Minderheit der Gesellschaft offen steht.

Allerdings kann auch heute noch nicht von einem Massenmedium gesprochen werden – da sich die auch als "digitale Kluft" zu bezeichnende Spaltung der Gesellschaft noch zu stark in globaler, sozialer, technischer sowie demokratischer Hinsicht zeigt. Neben den enormen Zu-

-

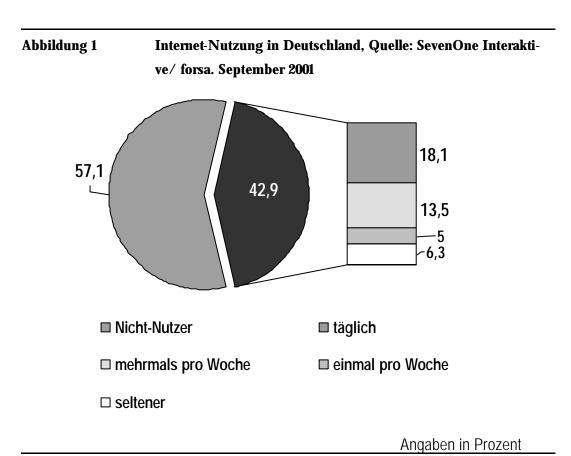
<sup>1)</sup> Angaben SevenOne Media GmbH

wächsen in den letzten eineinhalb Jahren hat sich gezeigt, dass nicht alle Mitglieder der Gesellschaft mit diesen enormen Zuwachsraten des Internets Schritthalten wollen, oder aber können.

Die Auswirkungen, die dieser Gap in der Internetnutzung auf die Gesellschaft hat, sind bisher erst in Ansätzen erforscht.

Nutzer und Nichtnutzer sind dabei – wie noch zu zeigen ist – keine homogenen Gruppen. Betrachtet man die Frequenz der Nutzung unter den Befragten, die angaben, das Internet zu nutzen, so zeigt sich in Abbildung 1, dass von den 42,9 Prozent drei Viertel - oder aber 31,6 Prozent der Befragten - zumindest mehrmals wöchentlich das Internet nutzen.

11,6 Millionen oder 18,1 Prozent der deutschen Onliner nutzen das WWW sogar täglich, Anfang 2000 lag diese Zahl noch bei geringen 5 Prozent.



Die oben angesprochenen und häufig fälschlicherweise als sogenannte "Verweigerer" bezeichneten Nicht-Nutzer lassen sich differenzierter betrachten: So gaben im Sommer 2001 von den deutschen Nicht-Nutzern 25 Prozent an, in den nächsten 6 Monaten zumindest mit dem Gedanken zu spielen, das Internet zu nutzen, weitere 15 Prozent tendierten zur Antwort "nein, eher nicht". Eine klare Ablehnung erfuhr das Internet bei 60 Prozent der befragten Nicht-Nutzer, hochgerechnet haben also 24 Millionen der Deutschen kein Interesse an dem neuen Medium.

**Es bleibt festzuhalten**, dass trotz aller Internet-Euphorie ein großer Teil der deutschen Bevölkerung (zur Zeit) noch nicht durch das Internet erreicht wird. Nach Ergebnissen der verschiedenen Studien gehören zwischen 60 und 70 Prozent der Deutschen (noch) nicht zu den Internet-Nutzern, im Jahr 2000 lag diese Spanne noch bei 70 bis 80 Prozent. Die Penetration der Gesellschaft durch das Internet kommt bisher nicht an die tagesaktuellen Massenmedien Fernsehen, Tageszeitung oder Hörfunk heran.

Nach Zielgruppen betrachtet zeigt sich, dass bestimmte gesellschaftliche Gruppen bezüglich

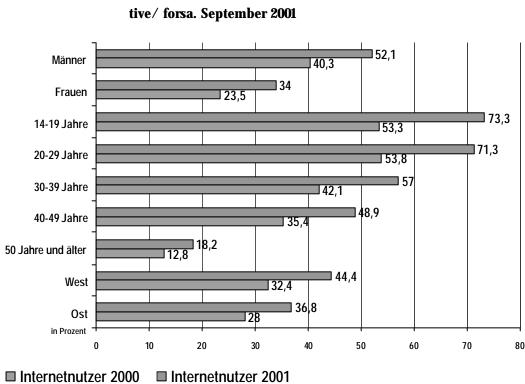


Abbildung 2 Internet-Nutzung nach Zielgruppen, Quelle: SevenOne Interaktive/ forsa. September 2001

ihrer Internet-Nutzung über-, andere unterrepräsentiert sind.

Ein besonderer Schwerpunkt der Internet-Nutzung liegt - wie Abbildung 2 zeigt - in der Altersgruppe der 14-29-Jährigen.

Der Anteil der Nutzer ist in der Gruppe der 14 – 29 Jährigen im September 2001 mit über 70 Prozent am höchsten und geht in der Gruppe von 30 – 39 Jahren auf knapp 60 Prozent zurück. Am niedrigsten ist er in der Altersgruppe der über 50-Jährigen und älter, in der er nur 17 Prozent beträgt. Man kann daher sagen, dass der Anteil aktueller Nutzer in den nach Alter unterschiedenen Bevölkerungsgruppen mit zunehmendem Alter abnimmt. Bedeutsam ist dies vor allem, wenn man an den absoluten Anteil älterer Bürger an der deutschen Alterspyramide denkt.

Das Merkmal *Alter* markiert also eine bemerkenswerte Schwelle in der Nutzung des Internets, wenngleich auch eine deutliche Zunahme der Internetnutzung in der Gruppe der älteren Generation im Vergleich zu den Jahren zuvor zu verzeichnen ist.

Eine weitere Kluft besteht in der Internetnutzung in *geschlechtsspezifischer Hinsicht*. Nach wie vor gehören Männer (52%) häufiger zu den Nutzern als Frauen (34%); bezogen auf das Jahr 2000 hat sich diese Kluft allerdings verringert. Eine Zunahme des Anteils der Internet-Nutzerinnen unter den Frauen von 23,5 auf 34 Prozent entspricht einem Plus von 10 Prozent oder aber einer Zuwachsrate von über 40 Prozent. Bei den Männern fällt der absolute Zuwachs mit 12,5 Prozent ähnlich hoch aus, die Zuwachsrate beträgt allerdings "nur" knappe 25 Prozent. Frauen werden also gegenüber früheren Jahren nun zunehmend besser durch das Internet erreicht.

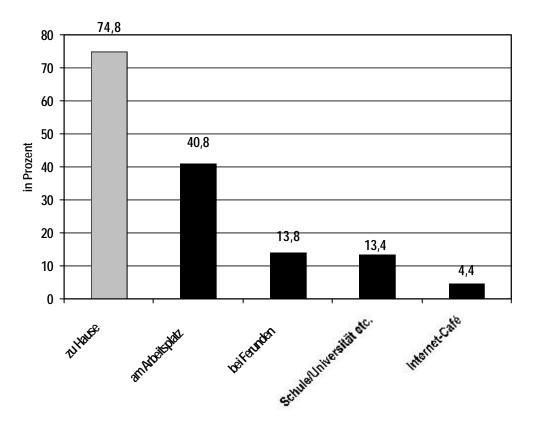
Eine weitere aus Abbildung 2 ableitbare Kluft in der Bundesrepublik ist die zwischen **Ost und West**. Auch hier lässt sich festhalten, dass ein relativer Anstieg der Nutzung von rund 10 Prozent bei beiden Gruppen zu verzeichnen ist, die Schere zwischen Ost und West ist nach wie vor zu Ungunsten des Osten von Bestand.

Festzuhalten bleibt, dass sich die soziodemografische Struktur der Bevölkerung noch nicht in der Struktur der Internet-Nutzer widerspiegelt, das Übergewicht jüngerer und männlicher Nutzer ist nach wie vor unvermindert gegeben. Ließ die Entwicklung noch im letzten Jahr eine Annäherung vermuten, so zeigen die Zahlen nun nur noch geringe Tendenzen einer solchen Annäherung der Internet-Nutzer-Struktur an die Bevölkerungsstruktur. Ob und wann die digitale Spaltung der Bevölkerung abnimmt, ist heute nicht genau zu prognostizieren. Die zur Zeit noch vorhandenen Unterschiede sollten aber weiter abfachen, nicht zuletzt auch als Reaktion auf umfangreiche Förderprogramme von Bund und Ländern, die gezielt die Gruppen unterstützen, die heute noch unterdurchschnittlich das WWW nutzen. Beispielhaft sind hier die Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung "Frauen ans Netz", die Internet-Kurse von Frauen für Frauen fördert bzw. anbietet, sowie die Initiative "Senioren @ns Netz" bei der gerade die jungen Menschen zwischen 14-19 Jahren als sogenannte "Top-User" ältere Menschen ans Netz heranführen sollen, zu nennen.

Interessant erscheint in diesem Zusammenhang auch die Frage nach der Art und dem Ort der Nutzung. Das Internet wurde zu Beginn seiner Verbreitung vor allem im universitären Umfeld genutzt, setzte sich dann aber immer mehr in der beruflichen und privaten Umgebung durch. Während zunächst die berufliche Nutzung die private Nutzung dominierte, rangiert heute die private Nutzung vor der beruflichen Nutzung. Annähernd die Hälfte der Internet-Nutzer nutzt doppelt.

Das Internet wird von ihnen dabei sowohl zu Hause als auch am Arbeitsplatz genutzt. Auf die konkrete Frage aber, an welchem Ort sie das Internet am häufigsten nutzen, sagten Mitte 2001 75 Prozent der Befragten: Zu Hause (Vgl. Abbildung 3). 41 Prozent sagten: Am Arbeitsplatz. Es folgen mit Abstand die Nutzung "bei Freunden" mit 14 % und "in der Hochschule/Schule" mit 13,4 Prozent. Internetcafés scheinen wohl nach wie vor ihre chnehin geringe Bedeutung nur sehr schwer ausbauen zu können und sorgen mit ihrer Infrastruktur nur bei 4,4 Prozent der Internet-Nutzer für einen Zugang ins Netz, was einem Zuwachs von

Abbildung 3 Orte der häufigsten Nutzung, Quelle: SevenOne Interaktive/ forsa. 2001



gerade mal 1 Prozent in einem Jahr bedeutet.

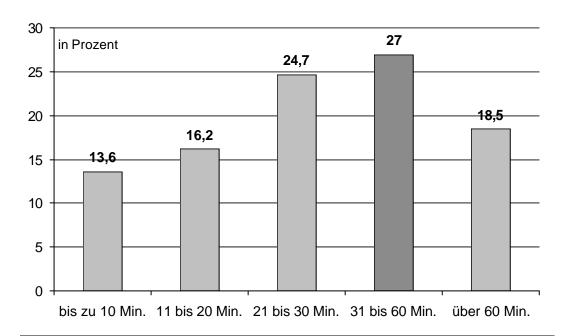
Aus Abbildung 3 wird deutlich, dass der Trend zur häuslichen Nutzung des Internets vorherrscht.

Ebenfalls von Interesse ist im Zusammenhang mit der Nutzung auch die **Nutzungsdauer**. Im Jahr 2001 beträgt die durchschnittliche Anzahl der Internet-Nutzungs-Tage pro Woche

4,3 Tage. Damit liegt die Zahl leicht unter dem Wert des Vorjahres. Die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Sitzung liegt etwas unter einer Stunde, nämlich bei 57 Minuten. Lange Nutzungszeiten von über 120 Minuten, wie sie noch im September 2000 8,9 Prozent der Nutzer angaben, werden Mitte 2001 nicht mehr ausgewiesen. Insgesamt geben nur noch knapp 20 Prozent der Befragten an, pro Nutzungseinheit im Durchschnitt über 60 Minuten im Netz zu verweilen. Die meisten Nutzer, nämlich über die Hälfte, haben eine durchschnittliche Nutzungsdauer von 20 bis 60 Minuten zu verzeichnen.

Betrachtet man die soziodemografische Struktur der Nutzer zusammen mit der Nutzungsdauer pro Sitzung etwas genauer, so zeigt sich, dass parallel zur allgemeinen Nutzung insbesondere die jüngeren Altersgruppen überdurchschnittlich lange im Netz verweilen. Es zeigt sich, dass die Gruppe der 14-19 jährigen mit 69 Minuten eine zeitlich sehr intensive Nutzung pro Sitzung aufweist, gefolgt von den 20-29 jährigen, die mit 68 Minuten auf nur geringfügig niedrigere Werte kommen. Alle folgenden Altersgruppen weisen stetig fallende, unterdurchschnittliche Nutzungszeiten pro Sitzung auf. Es ist davon auszugehen, dass auch bezüglich der

Abbildung 4 Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Sitzung (Deutschland),
Quelle: SevenOne Interaktive/ forsa. 2001/2000



Berufsgruppen eine Parallelität zur Nutzung besteht, und Schüler/ Studenten am längsten surfen. Wer also das Internet täglich nutzt, verbringt auch die längste Zeit im Netz.

Ob diese Zuwendung zum Internet und zu den interaktiven Medien zu Lasten von Fernsehen, Hörfunk und - eingeschränkter - dem Lesen von Printmedien und Büchern geht, ist eine in diesem Zusammenhang schon seit Langem diskutierte Frage.

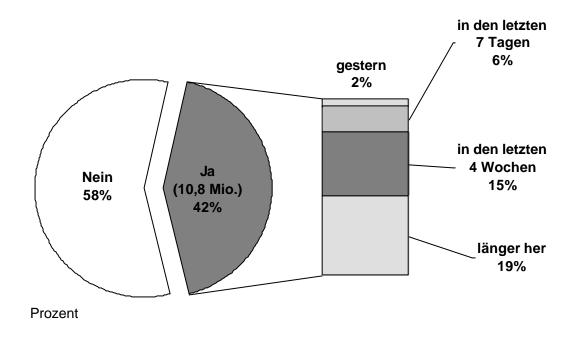
Insgesamt hat sich aber gezeigt, dass diese Einflüsse weit geringer ausfallen, als sich noch vor ein paar Jahren vermuten ließ. So ist beispielsweise die Fernseh-Sehdauer auch im Jahr 2001 wieder gestiegen, d.h. Internet- wie auch Fernseh-Nutzung warten parallel zueinander jährlich mit höheren Nutzungszeiten auf.

Neben der allgemeinen Nutzung des Internets interessiert vor allem auch der dadurch & möglichte Online-Kauf. *E-Commerce* heißt hier das Stichwort, und die Zahl der Internet-Nutzer, die über Online-Dienste oder das Internet Produkte bestellt oder bestimmte Dienstleistungen gebucht und genutzt haben, ist seit 1997 um das Fünffache gestiegen. Über 42,4 Prozent der Internet-Nutzer in Deutschland haben im II. Quartal 2001 bereits online Produkte bestellt oder Dienstleistungen gebucht bzw. genutzt.

2 Prozent gaben an, gestern gekauft zu haben, d.h. immerhin eine halbe Million deutsche Internet-User kauft täglich etwas im und/oder über das Internet ein.

Der abgefragt Zeitraum bezieht sich dabei auf die jeweils vergangenen 12 Monate, d.h. "in den letzten 12 Monaten online eingekauft". Im Vergleichszeitraum des Vorjahres lag die Zahl damit nur unwesentlich unter dem Wert von 2001. Betrachtet man die Käufer im Folgenden etwas genauer, so zeigt sich, dass zwar 10,8 Millionen Deutsche im letzten Jahr eine Online-Transaktion getätigt haben, gleichwohl nur ein kleiner Teil dieser Käufer, ungefähr 2 Millionen Internet-Nutzer, dies "innerhalb der letzten Woche" getan hat. Der Großteil der Käufer lässt sich demnach eher als Gelegenheitskäufer oder aber als Testkäufer klassifizieren, die den Online-Kauf einmal getestet haben, für die aber E-Commerce zumindest zur Zeit noch keine

Abbildung 5 In den letzten 12 Monaten Online eingekauft ? Quelle: SevenOne Interaktive/ forsa. II Quartal 2001



echte Alternative zum herkömmlichen Kauf darstellt. Diese Einschätzung deckt sich auch mit der Tatsache, dass viele Business-to-Consumer Anbieter seit dem letzten Jahr massive Ab-

satzprobleme verzeichnen, darunter auch namhafte große Anbieter. Vielfach scheint es sich demnach so zu verhalten, dass viele das Internet zwar dazu nutzen, sich über Produkte zu informieren, Testberichte abzufragen oder sogar bestimmte Produktkombinationen zusammenzustellen, der Kaufakt als solcher vollzieht sich jedoch im "konventionellen" Handel vor Ort.

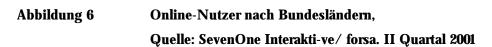
Allgemein kann als bestätigt angesehen werden, dass rund zwei Fünftel der Internet-Nutzer Onlineshopper sind. Während in den letzten drei Jahren ein hohes Wachstum der Online-Shopper zu verzeichnen war, stagniert das Wachstum der Online-Shopper seit einem Jahr. Bezieht man Aussagen mit ein, wonach offensichtlich ein weiteres Drittel der Internet-Nutzer in Zukunft bereit wäre, von der Möglichkeit des Onlineshopping Gebrauch zu machen, kann dennoch ein erhebliches Potenzial für "Business-to-Consumer E-Commerce" angenommen werden, wenn auch wohl mit deutlich langsameren Schritten als noch vor einem Jahr.

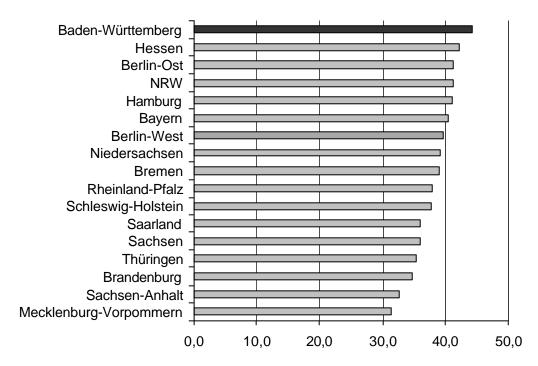
Bei den **Produkten und Diensten**, die besonders rege nachgefragt werden, sind Bücher unangefochten der "Verkaufsschlager" im WWW. Etwa die Hälfte (50,5 Prozent) der Online-Käufer hat schon mal ein literarisches Werk im Netz bestellt. Noch vor einem Jahr war dieser Wert leicht höher bei 53,1 Prozent. Auch CDs erfreuen sich beim Onlinekauf großer Beliebtheit. Mit 26 Prozent verzeichnen sie ein Steigerung von einem knappen Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der dritte Platz, der im II. Quartal 2000 noch an Soft-ware/Shareware ging, geht im II. Quartal 2001 an die Produktgruppe Kleidung/Schuhe, die damit ein Plus von annähernd 10 Prozent verzeichnet. Die Bundesrepublik, schon lange als das Land der Katalogkäufer im Bereich der Kleidung bekannt, scheint damit langsam dieses Faible für den Versandhandel auch im Internet umzusetzen. Platz Vier geht dann, mit leichten Verlusten, an Software/Shareware mit nun 20,8 Prozent. Als Produktkategorien, die ebenfalls von Bedeutung sind, können Computer, Hardware, Tickets, Unterhaltungselektronik, DVDs und Zeitschriften angesehen werden. Gegenüber dem Jahr 2000 ist die Kaufhäufigkeit in Bezug auf diese Produkte konstant geblieben.

#### Internet und E-Commerce-Nutzung in Baden-Württemberg

Wie schon in den bisherigen Ausführungen über die Existenz einer digitalen Spaltung angedeutet, bestehen Unterschiede bezüglich der Nutzungsintensität von Internet- und E-Commerce-Anwendungen zwischen dem Osten und Westen der Republik und somit auch zwischen den einzelnen Bundesländern (Vgl. Abbildung 6).

**Baden-Württemberg** ist im II. Quartal 2001 das Bundesland, in dem der Anteil der Internet-Nutzer am höchsten ist. Lag der bundesweite Durchschnitt im II. Quartal 2001 noch bei 39,8 Prozent, so übertrifft der Mittelwert in Baden-Württemberg von 44,2 Prozent den gesamtdeutschen Durchschnitt. Nach Baden-Württemberg folgen - mit der Ausnahme Berlin-Ost auf Rang drei - westliche Bundesländer in der Reihenfolge Hessen, Berlin-Ost Nordrheinwestfalen, Hamburg und Bayern, die alle eine überdurchschnittliche Nutzung aufweisen. Berlin-West entspricht mit 39,8 Prozent Nutzern exakt dem Durchschnitt und liegt damit auf





Platz Sieben. Ab Rang Acht reihen sich dann die Bundesländer ein, die eine unterdurchschnittlich Nutzung aufweisen, wobei man bei den Ländern Niedersachsen, Bremen und Rheinland-Pfalz, letzteres noch mit 38 Prozent Nutzern, nur von einer leicht unter dem Mittel liegenden Nutzung sprechen kann. Die beiden letzten westlichen Bundesländer Schleswig-Holstein und Saarland führen dann die als unterdurchschnittlich einzuordnenden Ost-Länder Sachsen, Thüringen, Brandenburg, Sachsen-Anhalt sowie Mecklenburg-Vorpommern an. Es zeigt sich also eine deutliche Kluft hinsichtlich der Nutzung in Deutschland. Während beim Spitzenreiter Baden-Württemberg über zwei Fünftel der Einwohner immerhin ab und zu das WWW verwenden, ist es beim Schlusslicht Mecklenburg-Vorpommern gerade mal ein Drittel. Der Westen kann daher weiterhin als Vorreiter in der Internet-Nutzung angesehen werden.

**Zusammenfassend** lässt sich feststellen, dass Baden-Württemberg schon seit Anbeginn der Nutzung des Internets in Deutschland einen der vorderen Plätze im Vergleich der Bundsbländer untereinander eingenommen hat und seine führende Position inzwischen noch ausbau-

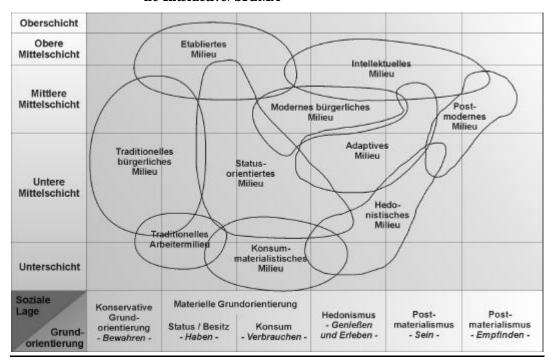
en konnte. Baden-Württemberg liegt bezogen auf den bundesweiten Durchschnitt um über vier Prozentpunkte darüber und hat damit im Vergleich zum letzten Jahr noch einmal deutlich an Boden gewonnen. Ende 1999 / Anfang 2000 bewegte sich dieses Plus noch bei nur einem Prozentpunkt über dem in dieser Studie festgestellten bundesweiten Schnitt der Internet-Nutzer.

#### **Internet und E-Commerce-Nutzung in den Sozialen Milieus**

Neben den vorgestellten soziodemografischen Merkmalen der Internet-Nutzer und der Anwender von E-Commerce wird im Folgenden eine Typologie vorgestellt, die sich in bisherigen empirischen Studien u.a. bei der Zielgruppenbeschreibung der Nutzer des Internets (bzw. allgemein neuer Kommunikationstechnologien) bewährt hat, nämlich: Das Konzept der **Sozialen Milieus**.

Das Konzept der Sozialen Milieus dient der differenzierten Zielgruppenbestimmung und

Abbildung 7 Positionierungsmodell der Sozialen Milieus in der Bundesrepublik Deutschland, Quelle: @facts Content-Studie 2001-I SevenOne Interactive/SIGMA



setzt dabei vergleichsweise breit an: Die Zielgruppenbestimmung der Sozialen Milieus orientiert sich an der Lebensweltanalyse unserer Gesellschaft. Die unterschiedlichen Sozialen Milieus fassen jeweils Menschen zusammen, die sich hinsichtlich ihrer Lebensweise und Lebensauffassung ähneln. In der Marketing- und Kommunikationsforschung werden die Sozialen-Milieus seit langem als ganzheitlicher Ansatz zur Zielgruppenbestimmung eingesetzt.

Wie aus Abbildung 7 ersichtlich wird, handelt es sich bei den sozialen Milieus nicht um exakt abgegrenzte Domänen, sondern, da die Grenzen zwischen den einzelnen Milieus fließend sind, um sich überlappende Sektoren. Man nennt diese Schnittmengen auch die "Unschärfenrelation der Alltags-Wirklichkeit". Diese Überschneidungen sind grundlegender Bestandteil des Konzeptes und visualisieren seine hohe Realitätsnähe. Mit einer zweidimensionalen Darstellung gelingt es, die einzelnen Milieus zu positionieren und gegeneinander abzugrenzen.

Die **Pole** der Achsen charakterisieren dabei einmal die Soziale Lage (vertikal) und zum anderen die Grundorientierung (horizontal) der jeweiligen Milieus. Je höher dabei ein Milieu positioniert wird, desto höher ist das Niveau von Bildung, Einkommen und Berufsgruppe; mit einer Bewegung nach rechts nimmt die Bedeutung traditioneller Grundorientierungen im betreffenden Milieu ab, hin zu postmodernen Orientierungen. Die insgesamt zehn Milieus können grundsätzlich in vier Gruppen zusammengefasst werden: Die Gesellschaftlichen Leitmilieus, der Moderne Mainstream, der Traditionelle Mainstream und die sogenannte

Oberschicht Obere Mittelschicht Mittlere Mittelschicht Untere Mittelschicht Unterschicht Darstellung, @facts Se Soziale Materielle Grundorientierung Konservative Lage Post-Post-Hedonismus Grundmaterialismus materialismus Status / Besitz Konsum - Genießen orientierung Grund - Sein -- Empfinden und Erleben -Haben - Verbrauchen - Bewahren hr stark überdurchschnittliche Nutzung Gering unterdurchschnittliche Nutzung Stark überdurchschnittliche Nutzung Durchschnittliche Nutzung Unterdurchschnittliche Nutzung Stark unterdurchschnittliche Nutzung Überdurchschnittliche Nutzung

Abbildung 8 Intensität der Online-Nutzung in den Sozialen-Milieus, Quelle:
@facts Content-Studie 2001-I SevenOne Interactive/SIGMA

Moderne Unterschicht.

Betrachtet man Abbildung 8, so zeigt sich, dass die Online-Nutzer augenfällig anders über die Milieus verteilt sind als über die Gesamtbevölkerung.

Während beispielsweise das Traditionelle Bürgerliche Milieu und das Traditionelle Arbeitermilieu insgesamt über 30 Prozent der Gesamtbevölkerung auf sich vereinen, so stellt diese Gruppe, die den unteren linken Quadranten des Milieu-Charts abdeckt (Vgl. Abbildung 7 und 8), nur einen sehr kleinen Teil der deutschen Onliner. Der Anteil der Online-Nutzer in diesen Milieus ist mit 3 bzw. 5 Prozent als unterdurchschnittlich zu bewerten.

Gerade anders herum zeigt sich die rechte obere Ecke des Milieu-Charts. Hier sind mit Postmodernem Milieu, in welchem 72 Prozent der Mitglieder online sind, und Adaptivem Milieu mit 84 Prozent seiner Mitglieder die absoluten Spitzenreiter im Zusammenhang mit der Online-Nutzung positioniert. Beide Milieus weisen eine sehr stark überproportionale Nutzung des Internets auf. Ähnliches gilt für das Moderne Bürgerliche Milieu (55 Prozent), das Intellektuelle Milieu (54 Prozent) sowie das Statusorientierte Milieu (56 Prozent), die alle noch eine stark überdurchschnittliche Nutzung aufweisen. Etabliertes und Hedonistisches Milieu weisen tendenziell eine durchschnittliche Nutzung auf (38 bzw. 45 Prozent Nutzer).

Im Durchschnitt nutzen im Vergleich dazu 41,9 Prozent der Mitglieder aller Milieus im II. Quartal 2001 das Internet.

Auch bezüglich der Nutzung von E-Commerce teilen sich das Postmoderne und das Adaptive Milieu die vorderen Plätze. Knapp 60 Prozent der Internet-Nutzer des Postmodernen Milieus nutzen das WWW für Transaktionen – immer noch jeder zweite tut dies im Adaptiven Milieu und hat in den letzten 12 Monaten etwas bestellt oder geordert (Vgl. Abbildung 9). Der Durchschnitt der E-Commerce Nutzung liegt dabei über alle Milieus hin weg bei 42,8 Prozent der Internet-Nutzer.

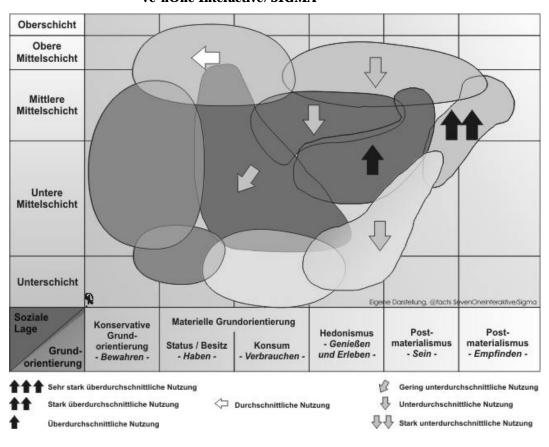
In weiteren Illustrationen wollen wir im Folgenden vor allem "die starken" Milieus (Mitte bis oberer rechter Quadrant Abbildung 8, 9), d.h. die Milieus, die eine überdurchschnittliche Nutzung des Internets, und damit verbunden, von Online-Angeboten und Online-Diensten aufweisen, näher beschreiben. Dies sind in erster Linie das Adaptive Milieu und das Postmoderne Milieu, die absoluten Spitzenreitern bzgl. der Online-Nutzung.

#### **Das Adaptive Milieu**

8 Prozent der Gesamtbevölkerung sind diesem gut ausgebildeten, mobilen und pragmatischen Mainstream der jungen modernen Mitte zuzuordnen. Trotz seiner relativ geringen Bedeutung in der Bevölkerung stellt dieses Milieu aber rund 20 Prozent aller Internet-Nutzer in Deutschland. Das Adaptive Milieu ist das unangefochtene Leitmilieu der Internet-Nutzung, was auch durch die allgemein hohe Nutzung bestätigt wird. So haben 84 Prozent der Mitglieder dieses Milieus schon mal das Internet genutzt. Dem entspricht ein Plus von 24 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Die intensive Nutzung zeigt sich auch daran, dass 77 Prozent der befragten Internetnutzer dieses Milieus mindesten einmal in der Woche online sind, 44 Prozent weisen sogar eine tägliche Online-Nutzung auf.

Abbildung 9 Intensität der E-Commerce-Nutzung in den Sozialen-Milieus.

Ba-sis: Internet-Nutzer, Quelle: @facts Content-Studie 2001-I Seve-nOne Interactive/SIGMA



Wie in allen Milieus steht die rein private vor der rein beruflichen Nutzung – jeder Zweite nutzt das Netz privat und beruflich. Wenn das Internet genutzt wird, dauert eine Sitzung im Schnitt 68 Minuten und liegt damit 10 Minuten über dem Durchschnitt. Ebenfalls jeder zwei-

te Internet-Nutzer dieses Milieus hat in den letzten zwölf Monaten etwas über das Netz eingekauft. Die Befragten haben dabei, neben Büchern, überdurchschnittlich häufig Körperpflege-Produkte, PC-Hardware, Telekommunikationsbedarf, Spielwaren, Zeitschriften und Autozubehör gekauft. Kritisch sieht dieses Milieu noch den Zahlungsverkehr und den Datenschutz.

Verbindet man diese Ergebnisse mit der Charakteristik der Mitglieder dieses Milieus, so æklären sich die hohen Werte der Nutzung. Viele Mitglieder des Milieus sind unter 30 Jahre alt und stehen neuen Medien und Technologien insgesamt aufgeschlossen gegenüber, was sich nicht zuletzt auch in den beträchtlichen Ausgaben für die Nutzung medialer Dienste niederschlägt. Unter ihnen findet sich auch eine größere Zahl von Schülern und Studenten, das Bildungsniveau ist insgesamt hoch. Die vergleichsweise intensive Nutzung lässt die Vorreiterrolle dieses Milieus erkennen.

#### **Das Postmodernes Milieu**

Mit 5,9 Prozent Bevölkerungsanteil das kleinste unter den Milieus in der Bundesrepublik, zeichnet sich dieses Milieu, das seinen Schwerpunkt in den großen Metropolen lat, durch Angehörige aus, die jünger und höher gebildet sind sowie einen avantgardistischen Charakter besitzen. Selbstverwirklichung und eine ungehinderte Entfaltung der eignen Persönlichkeit sowie die Suche nach vielfältigen Erlebnis- und Erfahrungsmöglichkeiten sind kennzeichnend für dieses Milieu. 72 Prozent der Mitglieder dieses Milieus nutzen das Internet. 46,3 Prozent der Internetnutzer dieses Milieus geben eine tägliche Nutzung an, 81,5 Prozent sind mehrmals wöchentlich im Netz, über 90 Prozent mindesten einmal pro Woche. Damit stellt sich hier die Intensität der Nutzung des Internets noch ausgeprägter dar als im Adaptiven Milieu. Zwei Drittel seiner im Internet surfenden Mitglieder nutzen das Internet sowohl privat als auch beruflich, was die hohe Durchdringung des Internets aller Lebensbereiche dieses Milieus unterstreicht. Mit 70 Minuten Dauer einer durchschnittlichen "Web-Session" spiegelt sich auch eine zeitlich intensive Nutzung wider.

Auch das relativ hohe Bildungsniveau betont die Ähnlichkeiten zum Adaptiven Milieu, insgesamt sind die Mitglieder des Milieus aber noch etwas jünger anzusetzen. E-Commerce Erfahrung haben knapp 60 Prozent der Mitglieder dieses Milieus gesammelt – damit sind die "Postmodernen" absolute Spitze in Deutschland. Die Begeisterung zeigt sich auch in der relativ breiten Palette an Produkten, die die Mitglieder dieses Milieus online kaufen, bestellen oder buchen. Bücher, CDs, DVDs und Zeitschriften, aber auch Sportartikel, werden gekauft, Eintrittskarten für Konzerte oder Theater werden bestellt, oder aber Reisen und Tickets gebucht.

Die intensivere Nutzung des Internets als Kommunikationskanal entspricht im übrigen auch der allgemein stark kommunikativen Lebenseinstellung der Mitglieder dieses Milieus.

**Zusammenfassend** lässt sich feststellen, dass sich Häufigkeit und Intensität der Nutzung des Internets in den einzelnen Milieus, die mindestens eine durchschnittliche Nutzung aufweisen, doch erheblich von derjenigen in den restlichen Milieus unterscheiden, in denen die Internetnutzung kaum verbreitet ist und auch damit E-Commerce-Anwendungen überhaupt keine

oder eine geringe Rolle spielen. Letzteres gilt vor allem für die Arbeitermilieus und das Kleinbürgerliche Milieu. Allenfalls das Hedonistische Milieu hat im letzten Jahr an Bedeutung gewonnen.

Dies verwundert insofern nicht, als die für Internet und E-Commerce aufgeschlossenen Milieus eine vergleichsweise jüngere Altersstruktur aufweisen, die die generelle Internetnutzung günstig beeinflusst. Dies gilt vor allem für das Adaptive Milieu sowie für das Postmoderne Milieu, eingeschränkter für das Statusorientierte Milieu sowie das Moderne Bürgerliche Milieu.

Als wesentliche Barrieren für E-Commerce werden von Mitgliedern des Adaptiven Milieus und des Modernen Bürgerlichen Milieus der unsichere Zahlungsverkehr genannt, während im Intellektuellen Milieu das Auffinden der richtigen Angebote als besonderes Problem angesehen wird. Die Mitglieder des Modernen Bürgerlichen Milieus verweisen auf die Unsicherheit im Zahlungsverkehr, den Mitgliedern des Etablierten Milieus fehlt es an der Kaufberatung. Angehörige des Statusorientierten Milieus bemängeln das Warenangebot und die Lieferzeiten.

**Alles in allem** kann somit von einem Milieu-Gap gesprochen werden, der zwischen den modernen bzw. den gehobenen Milieus einerseits und den traditionellen Milieus andererseits besteht. Daher kann von einer Milieuabhängigkeit der Nutzung des Internet und der Anwendungen von E-Commerce ausgegangen werden und als bestätigt angesehen werden.

#### Literaturverzeichnis

Ascheberg, C., Ueltzhöffer, J. (1999): Transnationales Zielgruppenmarketing. Die Methode der Sozialen Milieus. Mannheim.

- Gräf, H., Tomczak, T.(1997): Online Marketing. In: Thexis. Forschungsinstitut für Absatz und Handel an der Universität St. Gallen.
- Hartmann, P.(1999): Lebensstilforschung Darstellung, Kritik und Weiterentwicklung, Opladen
- Heil, B.(1999): Wettbewerb auf elektronischen Märkten. Frankfurt/M.
- Hradil, S.(1990): Alte Begriffe und neue Strukturen Die Milieu-, Subkultur- und Lebensstilforschung der 80er Jahre, in: Vaskovics, L. (Hrsg.): Subkulturen und Subkulturkonzepte, Opladen.
- Korgaonkar, P.K., Wolin, L.D. (1999): A Multivariate Analysis of Web Usage. In: Journal of Advertising Research. Vol. 39, S.53-68.
- Morgan Stanley (1997) U.S. Investment Research-Internet Retail. Morgan Stanley.
- Neibecker, B.: Werthaltungen und kognitive Strukturen der Internetnutzer. In: Der Markt 1998/3+4 (37. Jg.), S.227-238.
- Reeb, M.(1998): Lebensstilanalysen in der strategischen Marktforschung. Wiesbaden.
- Rogers, E.M. (1986): Communication Technology. The New Media in Society. New York.
- Schenk, M., Dahm, H., Sonje, D. (1996): Innovationen im Kommunikationssystem. Münster, London.
- Schenk, M., Wolf, M. (2000): Nutzung und Akzeptanz von E-Commerce E-Commerce und die Bürger, Stuttgart.
- Schenk, M., Schmitt-Walter, N., Wolf, M. (2001): Internet und E-Commerce in den sozialen Milieus. In: Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft. Hrsg.: Kubicek, H., S.311-322.
- Schmidt, I.D., Döbler, Th., Schenk, M. (2000): E-Commerce: A Platform for Integrated Marketing. Münster, New Brunswick, London.

Prof. Dr. H. Krcmar, Petra Wolf, M.A.

# Ansätze zur Überwindung der digitalen Spaltung

Der Begriff "digitale Spaltung" umschreibt das Phänomen, dass sich die heutige Gesellschaft im Hinblick auf die Nutzung und Akzeptanz neuer Medien aufteilt in eine sog. Online und Offline-Gesellschaft. Unter Online-Gesellschaft versteht man den Teil der Bevölkerung, der Zugang zu neuen Medien bzw. insbesondere zum Internet hat, diesen aufgeschlossen gegenüber steht und sich diese Instrumente auch zunutze macht, während die Offline-Gesellschaft u.U. keinen Zugang hat, gegenüber der Internetnutzung auch Vorbehalte hat und so von zahlreichen Inhalten und Anwendungsbereichen ausgeschlossen ist.

#### Digitale Spaltung aus Sicht der Betroffenen: Online- und Offline-Gesellschaft

Besonders frappierend sind die Ausmaße der Digitalen Spaltung zwischen Industrie- und Entwicklungsländern, also auf internationaler Ebene. Um dies zu illustrieren wird häufig die Dichte der Telefonanschlüsse in Afrika - ca. 14 Millionen auf dem ganzen Kontinent – herangezogen, die nicht einmal die Werte von Städten wie Tokio oder Manhattan erreicht [Peters 2001, S. 3]. In viel größerem Umfang macht sich dieser Unterschied im Hnblick auf Internetnutzung bzw. Internetzugänge bemerkbar: Während etwa jeder zweite Amerikaner online ist, gilt dies nur für jeden 250. Afrikaner.

Auf nationaler Ebene äußert sich die Digitale Spaltung zwischen unterschiedlichen Bevölkerungsteilen, die entweder das Internet nutzen und daraus in unterschiedlichen Lebensbereichen Vorteile für sich erzielen, oder es aus verschiedenen Gründen nicht nutzen und somit zahlreiche Angebote und Chancen zur Partizipation nicht wahrnehmen können bzw. sogar berufliche Nachteile erleiden.

Obwohl die Internetnutzung auch in den bisher weniger internetaktiven Bevölkerungsteilen zunimmt, ist dennoch nicht ohne weiteres ein Ende der Spaltung in Sicht, da die Zunahme der Onlinenutzung hinsichtlich Umfang und Reichweite bei den Internetnutzern eine höhere Dynamik aufweist.

Am Beginn einer Auseinandersetzung mit dem Problem der Digitalen Spaltung in Deutschland steht daher die Charakterisierung der Offliner, um mit einer möglichst genauen Beschreibung dieser Bevölkerungsgruppen auch schon Hinweise auf die Gründe zu finden, die aus deren Sicht gegen eine Internetnutzung sprechen bzw. diese behindern, und so das Phänomen zu verstehen.

Verschiedene Aspekte werden über den Großteil der dazu aufgesetzten Studien hinweg als ausschlaggebend für die Internetnutzung bzw. –nichtnutzung angegeben:

- Alter: Insbesondere ältere Menschen nutzen seltener das Internet als andere Altersgruppen [van Eimeren 2001, S. 383].

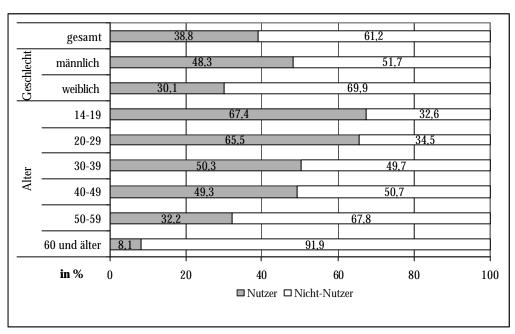
30 Krcmar/Wolf

- Berufstätigkeit: Berufstätige sind mit größerer Wahrscheinlichkeit Internetnutzer als Rentner oder nicht-Berufstätige [van Eimeren 2001, S. 383].

- Geschlecht: Frauen stehen Männern noch immer in der Internetnutzung nach [Van Eimeren 2001, S. 383].
- Schulbildung: Der Anteil der Internetnutzer ist unter Menschen mit Abitur bzw. énem Hochschulabschluss am höchsten [van Eimeren 2001, S. 383].
- Wohnort: Menschen, die in ländlichen Räumen wohnen, sind seltener Internetnutzer als Menschen, die in Städten leben [Perillieux 2000, S. 19].

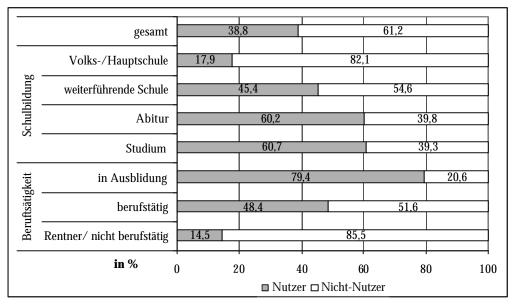
Zwei auf Ergebnissen der ARD/ZDF-Online-Studie 2001 basierende Grafiken verdeutlichen die Anteile der Internetnutzer in den einzelnen Bevölkerungsgruppen:

Abbildung1: Alter und Geschlecht der Internetnutzer und -nichtnutzer



Quelle: [van Eimeren, 2001, S. 383]

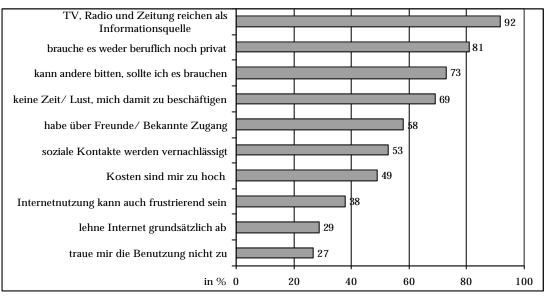
Abbildung 2: Bildung und Berufstätigkeit der Internetnutzer und -nichtnutzer



Quelle: [van Eimeren, 2001, S. 383]

Aus einer Auflistung der Gründe, die aus Sicht der Nichtnutzer gegen die Anschaffung eines Internetanschlusses sprechen, ergibt sich als wesentliches Hindernis gegen Internetnutzung ein Mangel an Motivation. Der Großteil der befragten Nichtnutzer ist der Auffassung, alle entsprechenden Informationen auch über andere Medien bekommen zu können, bzw. weder beruflich noch privat Bedarf für Internetanwendungen zu haben.

Abbildung 3: Gründe gegen die Anschaffung eines Internetzugangs



Quelle: [Grajcyk, 2001, S. 401]

32 Krcmar/Wolf

Immerhin fast die Hälfte der Befragten geben an, dass für sie auch die hohen Kosten gegen einen eigenen Internetanschluss sprechen, während der Anteil derjenigen, die sich von dem Medium überfordert fühlen auf 27% gesunken ist (von 31% im Vorjahr). Weitet man diese Betrachtung auf die Hindernisse für eine umfassende Durchsetzung des Mediums Internet aus, lassen sich diese zu drei kritischen Faktoren Zugang, Kompetenz und erwarteter Nutzen zusammenfassen:

Der Internetzugang ist die Grundvoraussetzung für die Nutzung des Mediums. Obgleich 27% der Befragten die Kostenfrage als Gegenargument für die Internetnutzung angeben, ist die Möglichkeit Zugang zum Internet zu bekommen für die wenigsten Nichtnutzer der ausschlaggebende Faktor.

Dem Mangel eines privaten Internetzugangs kann durch die Bereitstellung öffentlicher Zugangsorte wie bspw. Internetcafés begegnet werden, was insbesondere für die Erreichung finanziell schwächer gestellter Bevölkerungsteile sinnvoll erscheint. Hier spielt ebenfalls die Distanz zum eigenen Wohnviertel eine entscheidende Rolle bei der Überwindung der Hemmschwelle zur Nutzung des neuen Mediums. Verlassen der gewohnten Umgebung schafft zusätzliche Unsicherheit, daher sollten Zugangsorte möglichst in den Wohngebieten der anvisierten Zielgruppe eingerichtet werden.

Im Hinblick auf die Fähigkeit, mit Onlineanwendungen umgehen zu können, ergeben sich zunächst zwei wesentliche Hürden: Zum einen die sprachliche Kompetenz, mit der stark von Englischen Fachbegriffen und Fremdwörtern durchsetzten Begriffswelt des Mediums etwas anfangen zu können. Diese Facette der Kompetenz stellt sich insbesondere für ältere Menschen und für ausländische Bevölkerungsgruppen als Schwierigkeit dar.

Zum anderen die Medienkompetenz, d.h. die Fertigkeit im Umgang sowohl mit dem Computer als auch mit der Logik des Internets.

Der statistisch für die Nutzung oder Nichtnutzung des Internets bedeutsamste Faktor ist der Mehrwert, den man sich von der Internetnutzung verspricht. Im Fall eines Informationsmediums wie dem Internet ist dieser Mehrwert im vorhinein nur sehr schwierig abzuschätzen. Die Nutzenvermutung stützt sich im wesentlichen auf Versprechungen, die von Anbietern von Informationsangeboten gemacht werden. Für einen Großteil der Offliner spricht gerade die Schwierigkeit, einen persönlichen Nutzen bei der Internetnutzung auszumachen, gegen die Anschaffung eines Zugangs. Bislang fehlt im Repertoire der Onlineangebote die sog. *Killer-Applikation*, deren Mehrwert gegenüber herkömmlichen Verfahren eindeutig vermittelbar ist. Zudem stehen bei der Gestaltung von Onlineangeboten bislang noch zu sehr das technisch Machbare im Vordergrund im Gegensatz zu den Bedürfnissen und Gewohnheiten der anvisierten Zielgruppen.

#### Das Konzept der Sozialen Milieus zur Charakterisierung der On- und Offliner

Um Internetnutzer und –nichtnutzer noch differenzierter beschreiben zu können, als dies mit soziodemographischen Merkmalen alleine möglich ist, werden in der Marketing- und Kommunikationsforschung verschiedene Typologien verwendet, die mehrere Merkmale zu verschiedenen Typen kombinieren. Eine dieser Typologien ist die der Sozialen Milieus.

Hintergrund des Konzeptes der Sozialen Milieus ist der Versuch, Menschen mit ähnlicher Lebensweise und Lebensauffassung zu Gruppen zusammen zu fassen. Anhand von Merkmalen wie Bildung, Einkommen, Berufsgruppe, Werthaltung u.a. werden diese Gruppen bzw. Milieus in einem Positionierungsmodell über die Achsen "soziale Lage" und "Grundorientierung" verortet. Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass die Abgrenzungen fließend und nicht trennscharf sind.

Hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Bedeutung können die Milieus (siehe dazu auch den Beitrag von Schenk/ Wolf in diesem Heft) wie folgt eingeordnet werden:

Tabelle1: Die Sozialen Milieus basierend auf Sigma (2001)

Milieu	Bev.anteil in der BRD	Kurzbeschreibung
Etabliertes M.	8,8 %	Erfolgsorientierte Konsumelite der Gesellschaft mit ausgeprägten Exklusivitätsansprüchen
Intellektuelles M.	10,2 %	Aufgeklärte, postmateriell orientierte Werte-Avantgarde der Gesellschaft
Postmodernes M.	5,9 %	Extrem individualistische, 'multi-optionale' Life-Style-Avantgarde der Gesellschaft
Adaptives M.	8,3 %	Gut ausgebildeter, mobiler und pragmatischer Mainstream der jungen modernen Mitte
Statusorientiertes M.	15,4 %	Beruflich und sozial aufstrebende untere Mitte der Gesellschaft, die die Erfolgsinsignien unserer Konsumgesellschaft im Blick behält
Modernes bürgerl. M.	8,3 %	Konventionelle neue Mitte, die nach einem harmonischen, behüteten Leben in gesicherten Verhältnissen strebt
Trad. bürgerl. M.	14,2%	Sicherheits- und status-quo-orientierte Kriegsgeneration, die an traditionellen Werten wie Pflicht und Ordnung festhält
Trad. Arbeiterm.	6,2%	An der Notwendigkeit des Lebens ausgerichtete traditionelle Arbeiterkultur der Eckkneipen, Kleintierzüchter und Schützenvereine
Konsummaterialist. M.	11,4%	Stark materialistisch geprägte Unterschicht, die Anschluss halten will an die Konsumstandards der breiten Mitte
Hedonistisches M.	11,2%	Unangepasste junge Unterschicht, die Spaß haben will und sich den Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesell- schaft verweigert

Quelle: [Schenk 2001, S. 35.]

Es fällt auf, dass sich die Offliner auf drei Milieus konzentrieren, die durch stark unterdurchschnittliche Internetnutzung gekennzeichnet sind. Von diese drei Milieus werden zwei, das Traditionelle bürgerliche Milieu und das Traditionelle Arbeitermilieu werden zum Traditionellen Mainstream zusammengefasst. Das Konsummaterialistische Milieu bildet zusammen mit dem Hedonistischen Milieu die moderne Unterschicht.

Merkmale wie Bildung und Einkommen oder auch Beruf spielen also auch hier deutlich sichtbar eine Rolle bei der Beschreibung der Offliner, doch erlaubt das Konzept der Sozialen Milieus eine noch weitergehende Charakterisierung der Lebenswelt und damit der Gründe und der Hindernisse für die Internet-Nichtnutzung. Ansatzpunkte für Maßnahmen zur Steigerung der Onlineaktivitäten können so gezielter ansetzen.

#### **Programme und Initiativen**

34 Krcmar/Wolf

Die Frage, die sich in diesem Zusammenhang stellt, ist die nach dem Problem der Digitalen Spaltung. Ist es tatsächlich notwendig, eine möglichst vollständige Internetdurchdringung in der Bevölkerung zu erzielen? Welche Nachteile ergeben sich aus der Nichtnutzung?

Aus der Sicht der Offliner ergeben sich Nachteile in unterschiedlichen Lebensbereichen: Medienkompetenz auch im Umgang mit dem Internet wird in zunehmendem Umfang als Voraussetzung zur Berufsfähigkeit gesehen. Zahlreiche Jobs werden heute über das Internet vermittelt und Bewerbungen online eingereicht. Die Beherrschung von e-mail als Kommunikationsmedium gilt als Allgemeinbildung. In wachsendem Maß werden Dienstleistungen online angeboten, um bspw. im Bankensektor Schalterpersonal einsparen zu können. Das bedeutet gleichzeitig, dass das Angebot der konventionell angebotenen Dienstleistungen eingeschränkt wird und/ oder im Vergleich zu den Online-Services teurer ist. Menschen, die auf diese konventionellen Services angewiesen sind, befinden sich hier klar im Nachteil. Informationen können über das Internet schnell zu bestimmten Fragestellungen gesammelt werden, sei es der Preisvergleich bei einem Anschaffungsvorhaben oder die Information zu benötigten Formularen und Dokumenten bei Behördenangelegenheiten. Auch dies sind Vorteile, die sich nur Internetnutzern in dieser Form erschließen.

Aus der Sicht der öffentlichen Hand spielt hier auch eine rein pragmatische Überlegung eine Rolle: Das Angebot von sog. Bürgerservices auf digitalem Weg bietet für Behörden erst dann finanziellen Anreiz, wenn dieses tatsächlich einen – zumindest weitgehenden – Ersatz für konventionelle Dienstleistungen darstellen. Diese ist allerdings nur möglich, wenn auf digitalem Weg auch der überwiegende Teil der Kunden d.h. der Bürger erreicht werden kann und so der öffentliche Auftrag erfüllt wird. Das bedeutet, es gibt auch ein ganz pragmatisches Interesse, die Bürger 'ans Netz' zu bringen. Die Programme und Initiativen zum Thema Digitale Spaltung können nun nach unterschiedlichsten Kriterien gruppiert und kategorisiert werden.

Ordnet man die Vielfalt der Fördermaßnahmen bspw. nach der anvisierten Zielgruppe, so fallen insbesondere die Programme für Kinder und Schüler auf wie bspw. die Initiative "Schulen ans Netz' des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und der Deutschen Telekom, für Frauen und Mädchen, wie z.B. die Aktion "Frauen ans Netz' initiiert vom Bundesministeriums für Bildung und Forschung, dem Bundesarbeitsministerium, der Deutschen Telekom und der Zeitschrift Brigitte und auch die Projekte speziell für Senioren wie bspw. "Senioren @ns Netz' durchgeführt vom Verband Sächsischer Bildungsinstitute e.V.. Darüber hinaus können die Maßnahmen zur Förderung der Online-Kompetenz und –Nutzung auch nach privaten oder öffentlichen Akteuren bzw. Public-Private-Partnerships untergliedert werden, oder nach ihrer Reichweite in kommunale, landesweite oder bundesweite Initiativen. Zu den landesweiten Aktionen zählt der Wettbewerb "Internet für alle" in Baden Württemberg, der im folgenden vorgestellt werden soll.

Beispiel "Internet für alle" in Baden Württemberg

Im Rahmen des Wettbewerbs "Internet für alle" wurden 20 kommunale Projekte zur Überwindung der Digitalen Spaltung zur Förderung ausgewählt. Sie sollten beispielhafte Konzepte zur Bekämpfung der Digitalen Spaltung umsetzen und für andere Kommunen dokumentieren. Konkrete Ziele der kommunalen Projekte sind z.B. Steigerung der Online-Kompetenz, Erhöhung der Internet-Akzeptanz und der Anschlussdichte. Der Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Universität Hohenheim wurde mit der Evaluation der Projektfortschritte betraut (Informationen unter <a href="https://www.mfg.de/internet-fuer-alle/">www.mfg.de/internet-fuer-alle/</a>).

Tabelle 2: Geförderte Projekte

Stadt Kornwestheim: Web.Treff Kornwestheim

WEB.TREFF KORNWESTHEIM

Landkreise Heilbronn und Tübingen, Stadt Hechingen: RegioNet. Stadt Gengenbach: Zentrum für Kommunikation und neue Me-

dien.

Stadt Filderstadt: <a href="mailto:net.4.all@fidlerstadt.de">net.4.all@fidlerstadt.de</a>

Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Zollernalbkreis mbH:

Zollernalb.com

Stadt Schwäbisch Gmünd: Gmünd vernetzt.

Gemeinde Uhldingen-Mühlhofen: Internet für alle

Gemeinde Ilsfeld: "BürgerService4uns".

Gemeinde Wannweil: Kommunales Internetprojekt.

Gemeinde Mönchweiler: Ein Dorf wird Mediendorf.

Stadt Stutensee: Vereinsnetz

Landesverband Familienbildung BW: Family-Cyber-Point. Stadt Karlsruhe: Entwicklung von Medienkompetenz und

-praxis

 $\label{lem:condition} Arbeiterwohlfahrt\ Ortsverein\ Walld\"{u}rn:\ Kommunales\ Internet$ 

C@fe.

Stadt Pfullingen: E-P-O-S Erste Pfullinger Online-Soap Gemeindeverwaltung Ingersheim: Senioren online. Stadtverwaltung Aalen: Jung und alt – wir sind drin!

Stadt Rottweil, Kinder- und Jugendreferat.

Stadtbibliothek Freiberg am Neckar: Bibliotheken als Web-Portale

Stadt Baden-Baden: www.wir-wollens-wissen-Baden-Baden

,internetional'.











Beispielhaft werden im folgenden zwei Projekte des Wettbewerbs geschildert:

Stadt Kornwestheim: Web. Treff Kornwestheim [Michelberger, 2001]

Die Stadt Kornwestheim hat aufgrund ihrer historischen Entwicklung einen Ausländeranteil, der etwa dem doppelten Wert des Landesdurchschnitts in Baden-Württemberg entspricht. In der Weststadt beträgt der Ausländeranteil unter Jugendlichen rund 70% und gerade hier ist die Zahl der Offliner besonders hoch.

36 Krcmar/Wolf

Eine Umfrage zur Internetnutzung an städtischen Schulen ergab, deutliche Unterschiede zwischen deutschen und ausländischen Jugendlichen: Die Hälfe deutscher Jungen hat Zugang zum Internet, bei ausländischen Mädchen hingegen nur etwa ein Viertel. Auch das Interesse am Internet ist bei ausländischen Jugendlichen signifikant niedriger als bei deutschen. Nur halb so viele ausländische wie deutsche Mädchen bekunden Interesse am Internet. Das Projekt der Stadt Kornwestheim nahm sich gerade auch der Zielgruppe der ausländischen Jugendlichen an, da hier ein wichtiger Ansatzpunkt zur Bekämpfung der Digitalen Spaltung identifiziert wurde. Durch die Vermittlung von Onlinekompetenz und die Bereitstellung eines öffentlichen Zugangs können Berufschancen verbessert und Integration gefördert werden. Partner bei der Verwirklichung des Projektes waren alle städtischen Jugendeinrichtungen, die Eisenbahnersportgemeinschaft und die Arbeitsgemeinschaft Offene Jugendarbeit der Stadt Komwestheim.

Öffentliche Internetcafés, sog. Web.Treffs, sollten dort eröffnet werden, wo insbesondere Jugendliche aus Problemgruppen erleichterten Zugang finden. Ziel der ersten Projektphase war es, Kornwestheimer BürgerInnen öffentliche Zugangsmöglichkeiten zum World Wide Web zu eröffnen, Dabei sollen zunächst Jugendliche in sozialen Brennpunkten gefördert und integriert werden. Bis Ende 2001 sollten 6 Web.Treffs mit insgesamt 17 Terminals in Komwestheim eingerichtet werden.

Zur Vermittlung der Onlinekompetenz an die Zielgruppe wurde das Konzept der Mentoren aufgegriffen, sog. Web.Guides sollten überwiegend in den Web.Treffs ausgebildet werden. Zusätzlich stehen auch Räume der Stadtverwaltung Kornwestheim und des Netzwerkpartners TechMoteum GmbH für Schulungen zur Verfügung. Des weiteren wollten Teile des Gemeinderates, die am dem Projekt CUPARLA<sup>2</sup> teilgenommen hatten, an der Schulung der Web.Guides mitwirken.

Im Rathausfoyer wurde ein Web.Treff mit 2 Terminals, die gegen Entgelt genutzt werden können, eingerichtet. Diese werden von den Mitarbeitern der "Bürgerinformation" betreut. Zusätzlich waren dort Ausstellungen zu internetrelevanten Themen geplant. In dem Teilprojekt "Jugendnetzwerk" sollten zusätzlich Web.Treffs geschaffen werden. Der Jugend- und Bewohnertreff, die Mobile Jugendarbeit und das Schülercafé der Grund- Hauptschule sollten jeweils einen Terminal erhalten. Der Web.Treff, der mit 6 Internetanschlüssen in der Weststadt eröffnet wurde, stellt das Kernstück des gesamten Projektes dar. Die Web.City, Komwestheim mit Kooperationspartnern, eröffnete Web.Treffs, wo zunächst verstärkt Web.Guides ausgebildet werden sollten. Web.Guides wiederum betreuen Web.Treffs und deren Nutzer, wobei jeder Web.Treff auf eine besondere Nutzergruppe ausgerichtet ist.

Die Betreuung der Web.Treffs erfolgte zunächst durch sozialpädagogisch ausgebildetes Personal. Gleichzeitig werden Web.Guides ausgebildet, die später an der Betreuung dieser Einrichtungen mitwirken bzw. diese übernehmen sollten. Für die Web.Treffs wurden Nutzungsbedingungen erarbeitet. Es wurden Lernangebote für interessierte KornwestheimerInnen, wie zum Beispiel Schnupperkurse oder Web-Führerscheine, ausgearbeitet. Darüber hinaus sollten zielgruppenspezifische Nutzungsangebote, wie beispielsweise Lehrstellensuche via Internet sowie Bewerbungstraining, bereitgestellt werden. Die bereits im Internet bestehenden Mög-

lichkeiten zur Lehrstellensuche, Hausaufgabenhilfe oder Veranstaltungsinformationen sollten in Zukunft durch den "Markt der Arbeitsmöglichkeiten" und die "Taschengeldbörse" ergänzt werden. Die berechneten Kosten für eine Projektlaufzeit von zunächst 9 Monaten belaufen sich auf etwa 72 000 DM. Sie wurden jeweils zur Hälfte von den Projektpartnern aufgebracht und zur Hälfte aus dem Gewinn des Wettbewerbs 'Internet für alle', der vom Staatsministerium Baden Württemberg, der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg und der ITM GmbH mit weiteren Kooperationspartnern veranstaltet wurde, bestritten.

Mit Konzentration der Web. Treffs in Gebieten mit hohem Ausländeranteil und mit der Gewinnung von Web. Guides aus verschiedenen Kulturvereinen sollte nicht nur das Erreichen dieser "Offliner"-Gruppe sichergestellt werden, vielmehr war Ziel, diese Gruppe konkret in das Projekt einzubinden. Diese Integration stellt zudem auch die Dauerhaftigkeit des Projektes sicher und ermöglicht insbesondere das Erreichen schwer zugänglicher Zielgruppen, wie zum Beispiel türkische Mädchen.

Die Idee, den Zugang zur Zielgruppe über deren Mitglieder herzustellen, die die Bedürfnisse und auch Befürchtungen beispielsweise ausländischer Jugendlicher besser kennen und verstehen als Außenstehende, ist erfolgversprechend. Sie kann auf andere Projekte übertragen werden, sofern sich ehrenamtliche Helfer finden, die sich entsprechend der Kornwestheimer Web.Guides als Mentoren ausbilden lassen. Auch ist die Lage der Zugangsorte in den Wohnorten der Zielgruppen ein wichtiger Aspekt, der Hemmschwellen verringert und übertragen werden kann.

Stadt Karlsruhe: Entwicklung von Medienkompetenz und –praxis [Kosanke, 2001]

Spätaussiedlerinnen und –aussiedler stellen eine gesellschaftliche Gruppe dar, die von der Nutzung von IuK-Technologien fast gänzlich ausgeschlossen ist. Konkret wurden mit dieser Initiative Spätaussiedler im Alter zwischen 12 und 27 Jahren angesprochen. Gerade im städischen Umfeld ist im Allgemeinen von einer guten Internetdurchdringung auszugehen. Den Angaben des Amtes für Stadtentwicklung in Karlsruhe zufolge nutzt in Karlsruhe ein Drittel der Erwachsenen das Internet regelmäßig und bei den unter 30-jährigen sind es sogar 62%. Abgekoppelt von diesem Trend sind junge Spätaussiedler. Bei dieser Gruppe besteht die Gefahr, dass sie den Anschluss an die sich neuformierende Informationsgesellschaft verliert und damit ein weiteres Hindernis für eine gesellschaftliche Integration aufgebaut wird. Sie haben bereits Probleme, sich in der neuen Umgebung (u.a. Schule, Beruf und sozialem Zusammenleben) zurechtzufinden. Es bestehen sprachliche und kulturelle Barrieren. Ein weiteres Integrationshindernis ist die finanzielle Situation der Spätaussiedler.

Das Projekt wurde vom Medienbüro (eine Stabstelle des Bürgermeisteramtes Karlsruhe), dem Internationaler Bund (IB) Jugendgemeinschaftswerk Karlsruhe und der Volkshochschule (VHS) Karlsruhe initiiert. Durch die spezielle Förderung soll jungen Spätaussiedlern eine Perspektive geboten werden, damit soziale Randständigkeit und Isolation verhindert werden. Das Projekt sollte eine integrative Lösung bieten, da in einer Schulungsmaßnahme für Spätaussiedler Sprachunterricht mit der Vermittlung von Medienkompetenz verbunden ist.

Es war geplant, die Schulung im Rahmen dieses Programms im EDV-Labor der VHS Karlsruhe durchzuführen, einen "Internetkiosk" (ein freizugängliches Internetterminal) in den

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> ComputerUnterstützte PARLmentsArbeit, siehe auch [Schwabe, G., Krcmar, H. (2000):

38 Krcmar/Wolf

Eingangsbereich der VHS aufzustellen, sowie einen Internetzugang in den Räumlichkeiten des IB Karlsruhe zu schaffen. Das EDV-Labor der VHS Karlsruhe ist mit 16 Arbeitsplätzen ausgestattet und technisch auf einem aktuellen Stand (Pentium III-Rechner mit 128 MB Arbeitsspeicher, Windows 2000 und Office 2000).

Das Projekt ist zielgruppenspezifisch. Gefördert wird die Gruppe der jungen Spätaussiedler, die von dem allgemeinen Trend der Onlinedurchdringung weitgehend abgeschnitten sind. Das Projekt des Medienbüros Karlsruhe möchte durch spezifische Kurse die Onlinekompetenz und den Spracherwerb der Zielgruppe fördern. Hierzu wurden integrative Maßnahmen geplant, die Medienpädagogik mit konkreten Inhalten und Zwecken verbinden. Das Projekt baut auf einem bereits bestehenden Konzept der Sprachförderung des IB Karlsruhe auf. Neben dem bereits existierenden Konzept der Sprachförderung ist eine punktuelle Erreichung der Zielgruppe ohne größeren Werbeaufwand gewährleistet.

Ein weiterer Partner des Projektes ist die VHS Karlsruhe. Die VHS Karlsruhe bringt Erfahrungen aus dem Bereich der Erwachsenenbildung und insbesondere auch aus dem Bereich der IuK-Technologien ein. So beinhaltet das allgemeine VHS-Programm unter anderem EDV-Grundkurse, Kurse zu Betriebsystemen und Internet-Kurse.

Neben der Schulung der Zielgruppe war die Bereitstellung eines öffentlichen Internet-Zugangs ("Internetkiosk") im Foyer der VHS Karlsruhe geplant, sowie die Schaffung eines Internet-Zuganges in den Räumlichkeiten des IB Karlsruhe speziell für Spätaussiedler.

Das Projekt war in seiner ersten Phase auf die Zielgruppe der Spätaussiedler beschränkt. In der zweiten Phase des Projektes war eine Ausweitung der Zielgruppe auf Ausländer geplant. In dieser Phase sollen die Erfahrungen aus der ersten Phase berücksichtigt werden, indem der Programmerfolg bei der Zielgruppe evaluiert wird. Zudem sollte über eine Intensivierung der Öffentlichkeitsarbeit nachgedacht werden, wenn die Zielgruppe nicht mehr durch bestehende Kanäle zu erreichen sein sollte.

Die berechneten Kosten für eine Projektlaufzeit von zunächst 9 Monaten belaufen sich auf etwa

50.000 DM. Sie wurden jeweils zur Hälfte von der Stadt Karlsruhe aufgebracht und zur Hälfte aus dem Gewinn des Wettbewerbs 'Internet für alle', der vom Staatsministerium Baden Württemberg, der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg und der ITM GmbH mit weiteren Kooperationspartnern veranstaltet wurde, bestritten.

Das Projekt des Medienbüro Karlsruhe kann insbesondere für andere Großstädte als Vorbild dienen, da im städtischen Kontext die allgemeine Onlinedurchdringung meist hoch ist, jedoch die Bevölkerungsgruppe Spätaussiedler an diesem Trend nicht beteiligt ist. Die Strategie, Hemmschwellen dadurch zu vermindern, dass die Möglichkeit zum Herantasten an das neue Medium in eine Umgebung, die bereits bekannt ist, gegeben wird, hat sich hier wie auch in anderen Projekten als zielführend erwiesen. Ebenso stellt die sprachliche Barriere selbst schon ein nicht zu unterschätzendes Hindernis auch für deutschsprachige Offliner dar, so dass hier ein geeigneter Ansatzpunkt gegeben ist.

Der Ansatz Sprach- und Online-Kompetenz in Kombination zu vermitteln erscheint sowohl auf andere Kommunen bzw. andere Wirkungskreise als auch auf weitere Zielgruppen übertragbar zu sein. Generell ist die Kombination mit Internetkursen für jeden Sprachkurs denk-

bar. Insbesondere zur Förderung der Integration und Verbesserung der Berufschancen junger Menschen scheint diese Vorgehensweise sinnvoll.

#### Evaluation und Evaluationskriterien

Maßgebend für die Beurteilung der Teilnehmerprojekte des Baden Württembergischen Wettbewerbs 'Internet für alle' waren zum einen operative Kriterien wie die kurzfristige Realisierbarkeit der Projekte bzw. die Umsetzbarkeit an sich, aber auch die Übertragbarkeit der Projekterfahrungen auf andere Kommunen und die Vorbildfunktion der Ansätze. Außerdem wurden Breitenwirkung der Projekte, Nachhaltigkeit, Innovationsgrad und Kreativität in die Bewertung mit einbezogen. Zur Breitenwirkung zählte bspw. der Beitrag zur Erhöhung der Anschlussdichte in der Bevölkerung, die Erschließung neuer Zielgruppen und die Steigerung der Online-Kompetenz bei allen Bürgern.

Als wichtiger Punkt, sowohl für Breitenwirkung als auch für Nachhaltigkeit wurde die Einbindung und Vernetzung regionaler und kommunaler Akteure gesehen.

Die Evaluation der Projekte auf der Basis der geschilderten Kriterien erfolgte auf der Basis der Projektkonzepte und –dokumentationen, durch Vorortbesuche und wurde zudem &gänzt durch Fallstudien, die im Rahmen eines Seminars des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik der Universität Hohenheim angefertigt wurden.

Auf der Basis einer Zwischenbilanz der Projektumsetzung lassen sich erste Erfahrungen im Hinblick auf kritische Aspekte und Erfolgsfaktoren erkennen:

#### Niederschwelligkeit

Mit dem Begriff Niederschwelligkeit ist gemeint, die Zugangshürden zu den geförderten Angeboten möglichst gering zu halten, um hier nicht zusätzliche Hemmungen gegenüber dem Neuen und Fremden aufzubauen.

Dies beginnt mit der Selbstverständlichkeit der Angebotsformen - d.h. Angebote so zu formulieren, dass nicht schon der Veranstaltungstitel zum (sprachlichen) Hindernis wird, u.U. sind Kombination von beliebten Angeboten mit internetspezifischen Veranstaltungen sinnvoll. Online-Anmeldungen stellen für Internet-Anfänger ebenfalls eine zusätzliche Hürde dar, die durch das Angebot konventioneller Anmeldungsmedien verhindert werden kann.

Als wichtiger Aspekt im Zusammenhang mit Internetkursen hat sich eine möglichst homogene Zusammensetzung der Kursteilnehmer bezüglich ihres Kenntnisstandes gezeigt, Einsteigerkurse sollten demnach auch keinerlei Vorkenntnisse voraussetzen.

Auch der Veranstaltungsort kann zum Hemmnis werden, wenn fremde Umgebung zusätzlich Unsicherheiten schafft, dem kann begegnet werden, indem Kurse oder Schnupperveranstaltungen an beliebten Treffpunkten abgehalten werden oder sogar mit anderen Veranstaltungen kombiniert werden, so dass durch vertraute Umgebung und bekanntes Umfeld Scherheit vermittelt wird und Schwellenängste erst gar nicht auftreten.

Ein weiterer Ansatz, um Schwellenängste zu mildern ist die Ansprache über Personen aus dem eigenen Umfeld oder der eigenen gesellschaftlichen Gruppe, da diese ihre Ängste und Bedürfnisse besser verstehen und leichter Zugang finden.

40 Krcmar/Wolf

#### Mentorenkonzepte

Mentorenkonzepte stellen eine Form der Umsetzung des Niederschwelligkeitsprinzips dar: Es beruht darauf, dass Menschen, die zuvor ebenfalls Offliner oder Internetneulinge waren, sich bereit erklären, nach einer entsprechenden Schulung Betreuungsaufgaben für andere Neulinge als Ansprechpartner zu übernehmen. Die Acquise solcher Mentoren geschieht in der Regel auf Basis persönlicher Beziehungen, d.h. die zumeist ehrenamtlichen Mitarbeiter engagieren sich aufgrund persönlichen Interesses bzw. persönlicher Beziehungen zu Teammitgliedern oder der Zielgruppe. Daher ist bei Mentorennetzen die Größe des Netzwerkes ein entscheidender Faktor, wird das Netz zu groß, entsteht Anonymität, das persönliche Interesse tritt in den Hintergrund und Hemmschwellen nehmen zu. Dauerhaftes Mentoring setzt zudem Bezahlung voraus, d.h. das anfängliche Ehrenamt sollt bei längerfristigem Engagement in bezahlte Arbeit überführt werden, um Frustration zu vermeiden.

Mentorenkonzepte stellen eine flankierende Maßnahme für Kursprogramme zur Förderung der Online-Kompetenz dar, nicht jedoch einen Ersatz.

#### Akteursvernetzung als Erfolgsfaktor

Die Vernetzung von Aktivitäten und Akteuren, die sich mit dem Thema Digitale Spaltung beschäftigen, liefert einen wichtigen Beitrag zur Bündelung von Kräften und Erfahrung. Hier können Organisationen in Deutschland von den USA lernen, wo gemeinsame Plattformen zum Austausch von Erfahrungen und der Vermittlung von Ansprechpartnern einen wichtigen Bestandteil der Arbeit in diesem Bereich darstellen.

Zahlreiche private und öffentliche Anlaufstellen bieten eine Überblick über aktuelle Aktivitäten im Bereich Digital Divide mit dem Ziel, Erfahrungsaustausch und Akteursvernetzung zu fördern (z.B. <a href="www.benton.org">www.benton.org</a>; <a href="www.benton.org">www.digitaldivide.gov</a>; <a href="www.digitaldividenetwork.org">www.digitaldividenetwork.org</a>).

In Deutschland sind vergleichbare Treffpunkte noch Mangelware, erste Ansätze werden z.B. mit <a href="www.netzwerkdigitalechancen.de">www.netzwerkdigitalechancen.de</a>, einer Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie gemeinsam mit der Initiative D21, des Forum Informationsgesellschaft, der Universität Bremen und AOL gemacht.

#### Projektmanagement

Um Sach- und Personalressourcen richtig einschätzen und planen zu können, benötigen die zumeist weniger erfahrenen Projektleiter eine entsprechende Ausbildung. Hier ist swohl organisatorisches als auch technisches Basiswissen erforderlich, um Aufgaben wie Projektleitung oder Beschaffung von Hardware sinnvoll angehen zu können. Weiterhin ist eine klare Zuweisung von Aufgaben und Verantwortung wichtig, um verbindliche Ansprechpartner und Zuständigkeiten zu erreichen. Das Projektgeschäft sollte insbesondere bei hauptberuflichen Projektmitarbeitern nicht einfach zusätzlich zum "Normaljob" erledigt werden müssen. Konzentration auf wenige, gezielte Maßnahmen verringert die Gefahr, sich mit Details zu verzetteln. Zudem erhöhen dieses Vorgehen die Chance, schnell sichtbare Erfolge zu verbuchen und so auch längerfristige Motivation und Engagement sicher zu stellen.

In der Zusammenarbeit mit Technikneulingen ist ein behutsames Vorgehen und Heranführen an die neuen Technologien wichtig, um Verweigerungshaltungen, Ängsten und Blockaden vorzubeugen. Das Tempo sollte der Zielgruppe angepasst sein.

42 Krcmar/Wolf

#### Literatur

- Amt für Stadtentwicklung (Hrsg.): Ergebnisse der Bürgerumfrage 2000 Teil1. http://www.karlsruhe.de/Statistik/siska/afsta.htm (Zugegriffen am 11.06.2001)
- Grajcyk, A., Mende, A. (2001): ARD/ZDF-Offline-Studie 2001: "Nichtnutzer von Online: Internet für den Alltag (noch) nicht wichtig." In: MediaPerspektiven, Nr. 8, 2001, S. 398-409.
- Kosanke, I., Wolf, P., Krcmar, H. (2001): Stadt Karlsruhe: Entwicklung von Medienkompetenz und -praxis. <a href="www.netzwerkdigitalechancen.de">www.netzwerkdigitalechancen.de</a> (Zugegriffen am 22.01.2002): Good/ Best Practice Beispiele.
- Medien und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (Hrsg.) (2001): Ausschreibung: Aktionsprogramm "Internet für alle", Stuttgart, 2001.
- Michelberger, B., Wolf, P., Krcmar, H. (2001): Stadt Kornwesteheim: Web.Treff Kornwestheim. <a href="www.netzwerkdigitalechancen.de">www.netzwerkdigitalechancen.de</a> (Zugegriffen am 22.01.2002): Good/ Best Practice Beispiele.
- o.V. (2001): Internet für alle: Auch für Aussiedler. In: Amtsblatt, 16.02.2001, o.S..
- o.V. (2001): Sprachförderprojekt für Aussiedler erhielt Preis. In: Badische Neue Nachrichten, 15.02.2001, o.S..
- Perillieux, R., Bernnat, R., Bauer, M. (2000): Digitale Spaltung in Deutschland. BOOZ, ALLEN&HAMILTON (Hrsg.), <a href="https://www.initiatived21.de">www.initiatived21.de</a> (Zugegriffen am 12.08.2001)
- Peters, T.(2001): Spanning the Digital Divide understanding and tackling the issues. <a href="https://www.bridges.org">www.bridges.org</a> (Zugegriffen am 15.09.2001)
- Schenk, M., Wolf, M. (2001): Nutzung und Akzeptanz von E-Commerce. In: Arbeitsbericht der TA-Akademie, Nr. 209, Stuttgart 2001.
- Stadt Kornwestheim (2001): Projektskizze "Web.Treff Kornwestheim" zum Wettbewerb "Internet für alle", o.O., 2001.
- Stadt Kornwestheim (Hrsg.) (2001): Umfrage der Stadt Kornwestheim, In: <a href="http://www.kornwestheim.org">http://www.kornwestheim.org</a> (Zugegriffen am: 29.06.01)
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2000): Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden, 2000.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.) (2001): Struktur- und Regionaldatenbank, In: <a href="http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de">http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de</a> (Zugegriffen am: 04.06.2001)
- van Eimeren, B., Gerhard, H., Frees, B. (2001): ARD/ZDF-Online-Studie 2001: Internetnutzung stark zweckgebunden. In: Media Perspektiven, Nr. 8, 2001, S. 382-397.
- VHS Karlsruhe (Hrsg.) (2001a): Programm 1. Semester 2001: Beruf und EDV. In <a href="http://www.vhs.karlsruhe.de/Seiten/index.htm">http://www.vhs.karlsruhe.de/Seiten/index.htm</a> (Zugegriffen am 11.6.2001)
- VHS Karlsruhe (Hrsg.) (2001b): Jahresbericht 2000. Karlsruhe, 2001.

#### **Herbert Kubicek und Stefan Welling**

## Öffentliche Internet-Zugangs- und Lernorte als Sprungbretter in die digitale Welt

Wir wissen, dass die Anzahl der Internetnutzer kontinuierlich steigt. Und wir wissen auch, dass dabei nicht alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen vertreten sind. Der Beitrag von Schenk in diesem Band zeigt, dass bestimmte Milieus über-, andere unterrepräsentiert sind. Dasselbe gilt für die soziodemographischen Merkmale wie Alter, Geschlecht und Bildungsabschluss. Viele Menschen in Politik, Wissenschaft und Wirtschaft sind der Auffassung, dass diese ungleiche Verteilung mit Nachteilen im Berufsleben und im privaten Alltag verbunden sind. Die meisten davon sind auch der Auffassung, dass Staat und Wirtschaft gemeinsam geeignete Schritte unternehmen sollten, damit die bisher unterrepräsentierten Gruppen eine Chance erhalten, sich dieses neue Medium anzueignen. Der Slogan "Internet für alle" in Kampagnen der Bundesregierung (www.internet.fuer.alle.de) oder des Landes Baden-Württemberg (www.mfg.de/internet-fuer-alle) ist ein gutes Beispiel dafür.

Zwar gibt es auch Einwände gegen diese Prämissen, etwa dass alles nur eine Frage der Zeit sei, bis der Diffusionsprozess nach und nach alle Bevölkerungsgruppen erreiche und daher keine Intervention erforderlich sei (Hutter 2001). Darauf muss an dieser Stelle und in diesem Kontext jedoch nicht näher eingegangen werden. Stattdessen soll untersucht werden, welche Mittel und Wege geeignet sind, das Ziel "Internet für alle" effektiv und effizient zu erreichen. Dazu soll zunächst eine kurze Ursachenanalyse erfolgen. Dann werden öffentliche Internetzugangs- und Lernorte als eine geeignete Maßnahme zur Überwindung bestimmter Barrieren vorgestellt. Im dritten und letzten Schritt folgen dann einige Überlegungen zur Sicherung der Effektivität und Nachhaltigkeit dieser Einrichtungen, die in Bremen bereits umgesetzt werden und über die wir uns gern mit anderen Projekten und Initiativen austauschen möchten

#### Gründe der Nichtnutzung, Barrieren für eine Nutzung

Vor einer guten Therapie sollte eine gründliche Diagnose stehen. Wenn wir feststellen, dass Frauen, ältere Menschen und Menschen mit niedrigerem Bildungsabschluss bei den Internetnutzern unterrepräsentiert sind und wenn man dies ändern will, dann wäre es gut, die Gründe für die Nichtnutzung genau zu kennen. Entsprechende Fragen gibt es u.a. im Eurobarometer und in der ARD-ZDF-Online-Studie. Die Validität der Antworten auf derartige Fragen ist allerdings skeptisch zu beurteilen. Denn es wird unterstellt, dass die Nichtnutzung eine bewusste Entscheidung ist. Für vieles, was man nicht tut, hat man jedoch gar keinen bewussten Entscheidungsprozess durchlaufen. Man hat es entweder gar nicht zur Kenntnis genommen, es verdrängt, Urteile anderer übernommen, befindet sich noch im Klärungsprozess etc. Hinzu kommt, dass bei standardisierten Befragungen zur Nichtnutzung unterschiedliche Ant-

wortmöglichkeiten vorgegeben werden und konkrete Gründe, die darin nicht vorkommen, auch nicht erfasst werden.

Unter diesen Vorbehalten kann man die vorliegenden Befragungsergebnisse jedoch dahingehend zusammenfassen, dass die häufigste Antwort der Nichtnutzer lautet, sie brauchen das Internet nicht, weder beruflich noch privat. Konkrete Hindernisse wie zu hohe Kosten, zu komplizierte Technik oder Bedenken wegen sozialer Folgen werden um ein Vielfaches seltener genannt. Die Möglichkeit, bei gelegentlichem Bedarf jemand anderes zu bitten, kommt da noch sehr viel häufiger vor.

TV, Radio u. Zeitung reichen als Informationsquelle brauche es weder beruflich noch privat kann andere bitten, sollte ich es brauchen keine Zeit/Lust, mich damit zu beschäftigen habe über Freunde/Bekannte Zugang soziale Kontakte werden vernachlässigt Kosten sind mir zu hoch Internetnutzung kann auch frustrierend sein **2001** lehne Internet grundsätzlich ab **2**000 traue mir die Benutzung nicht zu 20 60 80 100 40

Abb.1: Gründe für die Internetnichtnutzung

Quelle: ARD/ZDF-Offline Studie 2001

Die Aussage "Ich brauche das nicht" kann vorgeschoben sein oder aus voller Überzeugung kommen. Sie beruht in der Regel jedoch nicht auf konkreter Erfahrung. Die meisten, die diese Antwort geben, haben es nicht ausprobiert und selbst festgestellt, dass für sie nichts drin ist. Sie haben es vielleicht gar nicht versucht, oder sie waren nicht in der Lage, etwas für sie Relevantes zu finden.

Wenn dies so ist, dann haben wir es mit einem Teufelskreis zu tun: Wer glaubt, dass es sich nicht lohnt, wird auch keine Anstrengungen unternehmen, sich also weder die erforderliche Technik anschaffen, noch sich bemühen, die für die Nutzung notwendigen Qualifikationen zu erwerben.

Ein solcher Teufelskreis kann durchbrochen werden, wenn helfende "Engel" eine positive Erfahrung vermitteln. Das können Freunde und Bekannte oder bei Jugendlichen Lehrer in der Schule sein. Eine positive Erfahrung schafft zunächst Motivation. Zum Wollen muss dann noch das Können hinzukommen.

Die für eine nutzbringende Internetnutzung erforderlichen Qualifikationen werden zumeist als Medienkompetenz bezeichnet. Darunter fassen die Medienpädagogen u.a. Nutzungs-, Gestaltungs- und Reflexionsfähigkeiten. Diese Ebene ist jedoch für konkretes Handeln noch

zu allgemein. Auch die Rede vom Internet ist noch viel zu undifferenziert. Die einzelnen Dienste wie E-Mail und Web erfordern unterschiedliche Fähigkeiten, und innerhalb des Web gilt das noch einmal für die verschiedenen Anwendungen. Eine Musikdatei von einer empfohlenen Website herunterzuladen, erfordert ganz andere Fähigkeiten, als Material für ein Referat in Erdkunde zu finden und auszuwählen.

Selbstverständlich sind die Benutzung eines PC und die Beherrschung technischer Elemente der Internetdienste notwendige Voraussetzungen für eine Nutzung. Sie garantieren jedoch noch keine nutzbringende Nutzung. Dafür müssen andere, inhaltlich-kognitive Fähigkeiten hinzukommen, die sehr viel mit den traditionellen Kulturtechniken und mit Kontext- und Orientierungswissen zu tun haben. Um eine Suchmaschine erfolgreich einzusetzen, muss man nicht nur wissen, wo man hinklickt, sondern neben Rechtschreibkenntnissen in der Lage sein, das Gesuchte angemessen in solchen Suchbegriffen zu formulieren, die das erreichbare Potenzial ausschöpfen und gleichzeitig eingrenzen. Dann muss man die sogenannten Treffer auf ihre Eignung überprüfen, die Qualität der Beiträge und die Zuverlässigkeit der Quellen einschätzen können u.a.m. Dies sind Anforderungen, die bis vor kurzen an Rechercheure, Bibliothekare, Journalisten und ähnliche Fachkräfte mit spezieller Ausbildung gestellt wurden. Ohne Zweifel ist es wünschenswert, wenn auch diese Fähigkeiten ein Stück weit entprofessionalisiert werden. Aber das geht nicht im Schnellkurs. Und wahrscheinlich auch nicht für alle unterrepräsentierten Gruppen auf die gleiche Art und Weise und mit gleichem Erfolg.

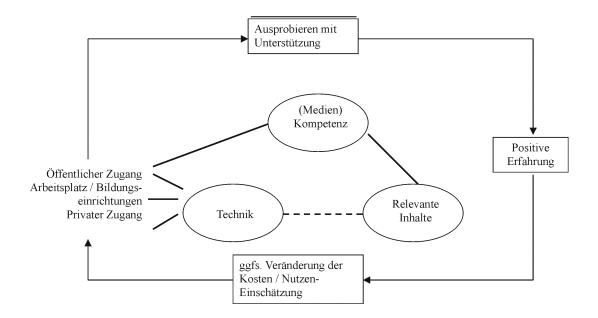
Vor allem wenn man die digitale Bildungskluft verringern und den Anteil der Internetnutzer unter den Menschen mit Hauptschulabschluss erhöhen will, muss man berücksichtigen, dass diese bildungsferneren Schichten kaum über Volkshochschulkurse erreicht werden und ein gewisses Bildungshandicap mitbringen, das nicht schon deswegen überwunden wird, weil es nun um das Internet geht. Vielmehr steht man letztlich bei der Vermittlung von Medienkompetenz hier vor den gleichen Problemen wie die allgemeine Erwachsenenbildung beim Ausgleich von Benachteiligungen. Auf deren Erfahrungen wird bisher beim Thema "Internet für alle" noch zu wenig zurückgegriffen.

Die Überwindung der Barrieren auf dem Weg zu einem "Internet für alle" wird auf jeden Fall nicht mit Standardmaßnahmen wie einem Internetführerschein gelingen. Sie muss vielmehr an den jeweiligen Voraussetzungen und Interessen der einzelnen Zielgruppen ansetzen. Dabei sollten bei einigen Gruppen die inhaltlichen Aspekte im Vordergrund stehen und die technischen Fertigkeiten eher nebenbei und indirekt vermittelt werden, während bei anderen die neuen Techniken als Anreiz und Katalysator zur Verbesserung der inhaltlich-kognitiven Qualifikationen genutzt werden können.

#### Eingebettete öffentliche Internetzugangs- und Lernorte

Die folgende Abbildung fasst die Grundüberlegung noch einmal zusammen.

Abb. 2: Die Bedeutung öffentlicher Internetzugänge für die Verbesserung der Internetnutzung



Wenn man keine hohen Erwartungen an das Internet hat, kann einen nur eine positive Erfahrung eines Besseren belehren, die ohne großen Aufwand mehr oder weniger nebenbei gemacht wird. Dazu erforderlich ist

- ein Zugang zum Internet, der weder Investitionen in Technik in Form von Geld und/oder Nerven kostet, noch technisches Know-How voraussetzt,
- eine Person, die einem als Ausgleich für die noch fehlende Medienkompetenz zeigt, was für einen selbst drin ist, und dies in einer auf die Bedürfnisse und Fähigkeiten abgestimmten Art und Weise,
- im Falle positiver, motivierender Erfahrungen eine gewisse Verfestigung des Urteils und eine schrittweise Vermittlung der Qualifikationen zur selbständigen Reproduktion dieser Erfahrungen, d.h. zur selbständigen, befriedigenden Nutzung.

Wo können die bisherigen Nichtnutzer solche positiven Erfahrungen machen und die skizzierten Qualifikationen in angemessener Art und Weise erwerben?

Schüler und Schülerinnen und Studierende können dies immer häufiger an ihren Ausbildungsstätten,

• Beschäftigte größerer Unternehmen am Arbeitsplatz.

Ungeklärt ist diese Frage für die Schülerinnen und Schüler der Schulen, die noch nicht am Netz sind, für die Beschäftigten der meisten Klein- und Mittelbetriebe, für Hausfrauen und – männer, für Arbeitslose, Rentner und Pensionäre, zusammen gut 30 Millionen Menschen (vgl. Abb. 3).

#### Abb. 3.

{bitte formal überarbeiten oder streichen}

Anfang 2001 haben wir in Bremen recherchiert, welche Einrichtungen ihren Besuchern den Zugang zu Rechnern mit Internetnutzung anbieten (Kubicek/Welling 2001). Wir sind auf die für eine 600.000-Einwohner-Stadt erstaunliche Zahl von 63 gekommen und erheben noch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Dabei handelt es sich um kommerzielle Internetcafés, um Zweigstellen der Stadtbibliothek, Jugendzentren, Bürgerhäuser, Altentagesstätten u.a.m. Die folgende Tabelle gibt die Verteilung auf Zielgruppen wieder.

**Tabelle 1: Zielgruppen der ZuLos in Bremen** 

Primäre Zielgruppe	Anzahl Einrichtungen
Gesamtbevölkerung	16
Jugendliche	14
Senioren	5
Mädchen, junge Frauen	5
Erwerbslose/Arbeitssuchende	3
Nicht-deutsche Jugendliche	2
Behinderte Jugendliche	1

Wie sieht es dabei mit dem speziellen zielgruppenbezogenen Betreuungsangebot aus?

Kommerzielle Internetcafés bieten nur begrenzt Hilfe, weil sie kaum betreute Einweisung anbieten. Ein großer Teil der bisherigen Nichtnutzer ist jedoch auf eine solche Hilfe angewiesen. Öffentliche Bibliotheken verfügen zunehmend über Rechner mit Internetzugang für ihre Besucher. Dort kann man schon einmal jemanden fragen. Eine wirkliche Betreuung scheitert aber oft an der personellen Ausstattung der meisten Bibliotheken.

Wie wichtig diese Betreuung jedoch ist, wurde in Interviews bei 19 der 63 bremischen Anbieter von Internetzugängen deutlich.

Die befragten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieser Einrichtungen geben an, dass ihre Nutzer

• in 4 Fällen nie bis selten Betreuung verlangen,

- in 10 Fällen drei- bis fünfmal während einer Stunde,
- in 5 Fällen sich sogar fünfmal und öfter an die Betreuer wenden.

Diese Nachfrage nach Hilfe richtet sich auf

- Probleme bei der Informationsrecherche im Internet: 60%
- Schwierigkeiten bei der Nutzung von Chatrooms: 53%
- E-Mail einrichten und nutzen: 40%
- Technische Probleme bei der Computernutzung: 40%.

Die Betreuung erschöpft sich für die einzelnen Benutzer nur teilweise in einem einmaligen Zeigen und Erklären. Die Befragten geben im Durchschnitt an, dass

- 50% der Besucher der Einrichtungen selten Hilfe benötigen und sich nach einer kurzen Einführung selbst zurechtfinden,
- 30% über einen längeren Zeitraum Hilfe brauchen und sich dann schließlich selbst zurechtfinden,
- 20% regelmäßig Hilfe brauchen und sich auch nach längerer Zeit nur schwer allein im Internet zurechtfinden.

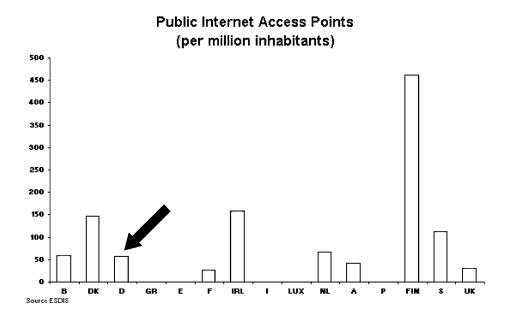
Diese Verteilung spiegelt die unterschiedlichen Qualifikationen und Fähigkeiten zum Lernen in der Gesellschaft wieder und kann grundsätzlich nicht überraschen. Wenn die Bildungskluft, der Abstand der Bildungsschichten bei der Internetnutzung, verringert werden soll, dann muss gerade den unteren Schichten geholfen werden, und diese haben einen höheren Betreuungsbedarf.

Sie gehen auch nicht ohne weiteres zur Volkshochschule und in die Stadtbibliothek. Von daher ist es sehr zu begrüßen, dass, wie in der Bremer Bestandsaufnahme festgestellt wurde, Jugendzentren, Altentagesstätten, Einrichtungen für Frauen oder Mädchen neben ihren bisherigen Unterhaltungs-, Bildungs- und Beratungsangeboten auch einen Internetzugang für ihre Besucher anbieten. Dieser Ansatz hat aus medientheoretischer Sicht die größten Erfolgschancen. Denn es ist anzunehmen, dass die Motivation der bisherigen Nichtnutzer am ehesten über die für sie attraktiven Inhalte und eine auf sie zugeschnittene Ansprache und Unterstützung erfolgen kann. Und im Jugendzentrum weiß man, wie man die dorthin kommenden Jugendlichen ansprechen kann, genauso wie man in der Altentagesstätte weiß, wie man die Senioren ansprechen muss. Aber das Personal dieser Einrichtungen versteht bisher überwiegend wenig von Computern und Internet. Gleichwohl sollten diese Internetzugangs- und Lernorte eine wichtige Komponente einer Internet-für-alle-Strategie bilden.

Auf europäischer Ebene wurde ihre Bedeutung kürzlich in einer Studie der Europäischen Kommission zum Thema hervorgehoben (Kommission 2001). Dort spricht man von Public Internet Access Points (PIABs). Im Benchmarking für den Weg in die Informationsgesellschaft wird deren Zahl pro 1 Million Einwohner ermittelt. Für Deutschland wird die Gesamtzahl mit 4.700 angegeben. Erstaunlich im internationalen Vergleich ist, dass Finnland,

Irland, Großbritannien und Schweden die höchsten PIAB-Quoten aufweisen und dass dies gleichzeitig die Länder mit den höchsten Anteilen privater Nutzung bzw. der Ausstattung der Privathaushalte sind.

Abb. 4: Public Internet Access Points in Europa



Im vergangenen Jahr haben wir mit Hilfe einer Förderung des Bundeswirtschaftsministeriums und zusammen mit AOL Deutschland nach dem Vorbild des US-amerikanischen Digital Divide Network das Netzwerk Digitale Chancen aufgebaut, das u.a. eine Datenbank aller recherchierbaren Internetzugangs- und Lernorte umfasst. Zum Stichtag 28. Februar 2002 umfasst diese Datenbank 3.500 vollständige Datensätze und knapp 1.000 in Bearbeitung. Sie kann abgefragt werden unter www.Internet.fuer.alle.de. Die Nichtnutzer können den nächsten Zugangs- und Lernort über eine telefonische Hotline erfragen.

Fast die Hälfte der vollständig erfassten Einrichtungen sind öffentliche Bibliotheken. Sie biden das Rückgrat der öffentlichen Internetzugänge in Deutschland. Im Verhältnis zu anderen Einrichtungen ist ihre Erfassung allerdings auch relativ einfach, weil die Bibliotheken gut organisiert sind. Im Vergleich dazu ist es sehr viel schwieriger, die kommerziellen Internetcafés oder die Jugendeinrichtungen mit Internetzugangsmöglichkeiten überhaupt vollständig ausfindig zu machen.

Die folgende Tabelle zeigt die derzeitige Verteilung der erfassten Zugangs- und Lernorte nach Trägern.

Tabelle 2: Institutionelle Einbettung der ZuLos

Institutionelle Einbettung der erfassten ZuL-Orte (N = 3481, Mehr-			
fachnennungen möglich)			
Öffentliche Bibliothek	1623 (= 46,62 %)		
Internetcafé	651 (= 18,70 %		
Jugendeinrichtung	477 (= 13,70 %		
Einrichtung der Erwachsenenbildung	87 (= 2,50 %)		
Seniorenzentrum	70 (= 2,01 %)		
Internetzentrum	56 (= 1,61 %)		
Volkshochschule	43 (= 1,24 %)		
Schule	39 (= 1,12 %)		
Bürgernetz	21 (= 0,60 %)		
Fachhochschule / Universität	11 (= 0,32 %)		
Sonstige	409 (= 11,75 %)		

Bibliotheken und kommerzielle Internetcafés wenden sich typischerweise an die gesamte Bevölkerung. Von den erfassten Zugangs- und Lernorten macht gerade ein Viertel zielgruppenspezifischen Angebote:

Tabelle 3: Zielgruppenausrichtung der ZuLos

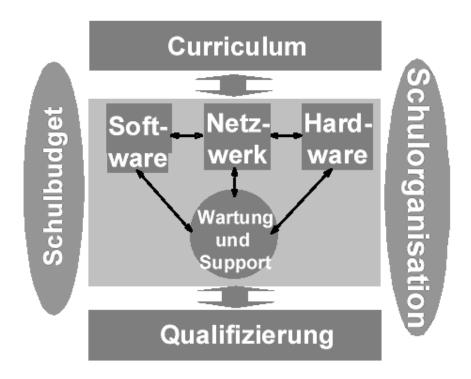
Anzahl der ZuL-Orte, die sich an bestimmte Zielgruppen wenden (N = 3481, Mehrfachnennungen möglich)		
Alle Kinder und Jugendliche	485 (= 13, 93 %)	
SeniorInnen	144 (= 4,14 %)	
Alle Frauen	89 (= 2,56 %)	
Nur Mädchen	72 (= 2,07 %)	
Arbeitslose Mneschen	63 (= 1,81 %)	
Nicht-Deutsche / Migranten	39 (= 1,12 %)	
Behinderte Menschen	38 (= 1,09 %)	
BetreiberInnen von Kleinbetrieben	18 (= 0,52 %)	
Alleinerziehende Mütter	17 (= 0,49 %)	

Nach der hier vertretenen Auffassung brauchen besonders benachteiligte Gruppen jedoch häufig zielgruppenspezifische Angebote. Daher liegt für die Zukunft eine große Herausforderung darin, weitere zielgruppenspezifische Angebote zu schaffen und die Einrichtungen, die die unterrepräsentierten Gruppen bisher schon ansprechen, zur Integration von Internetangeboten in ihre Betreuungsarbeit zu motivieren und zu befähigen.

#### Die Verbesserung der Nachhaltigkeit und Wirksamkeit

Aus den Erfahrungen mit der Kampagne "Schulen ans Netz" kann man lernen, dass es nicht damit getan ist, die Jugendeinrichtungen, Altentagesstätten und Ausländertreffs mit Rechnern auszustatten und diese an das Internet anzuschließen. Für den effektiven Einsatz von Computern und Internet im Schulunterricht haben wir die in Abb. 5 dargestellten Komponenten identifiziert.

Abb. 5: Integrierter Technikeinsatz in Schulen



Diese sind in nur leicht abgewandelter Form auch für eine Integration des Internet in das Angebot anderer Sozialeinrichtungen erforderlich:

- Informations- und Kursmaterial zu inhaltlich relevanten Internetangeboten, alltagstaugliche Übungen und kleine Projekte, die Nutzen stiften und Spaß machen,
- geeignete Software,
- ein internes Netzwerk,
- die erforderliche Hardware inkl. Peripherie wie Scanner, Digitalkamera etc.,
- Wartung und Support,
- Qualifizierung des Personals,
- Anpassung des Budgets der Einrichtung,
- Anpassung der Organisation der Einrichtung.

Gemessen an diesen Anforderungen haben die meisten Zugangs- und Lernorte noch erhebliche Probleme. In der Bremer Studie wurden nicht nur Interviews mit den Mitarbeitern der Einrichtungen geführt, sondern diese Interviewergebnisse im November 2000 auf inem gemeinsamen Workshop diskutiert. Dort wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer u.a. gebeten, die identifizierten Problemfelder mit Prioritäten zu versehen, indem insgesamt 5 Punkte nach der Dringlichkeit der Problemlösung zu vergeben waren (vgl. Abb. 6).

Abb. 6: Problemwahrnehmung der Mitarbeiter Bremer ZuLos

Problem	verteilte Punkte	Prozent
Zu wenig MitarbeiterInnen für ausreichende Betreuung während der Nutzungszeiten	0000000000	19
Unsichere Finanzierung gefährdet den dauerhaften Bestand des Internetangebots	0000000000	15
Zu alte Rechner	0000000	10
Hohe MitarbeiterInnenfluktuation be- bzw. verhindert die Entwicklung und dauerhafte Bereitstellung eines hochwertigen Internetangebots	0000000	10
Zu wenig Computer, um die Nachfrage zu befriedigen	000000	9
Betreute Nutzungszeiten zu kurz, da zu wenig Personal	00000	8
MitarbeiterInnenschulung für optimale Betreuung unzureichend	00000	8
Computerausfall durch Systemfehler/- abstürze häufig vom Personal nicht schnell genug behebbar	00000	8
Zu langsame Internetverbindungen	000	4
Probleme mit der BREKOM (mangelhafter Service)	000	4
Kosten für Zusammenarbeit mit Dozentlnnen anderer Einrichtungen (z.B. VHS) zu hoch	0 0	3
Gewünschte Zielgruppen nehmen das Angebot nicht an	•	1
Räumliche und technische Möglichkeiten für Schulungen ungenügend	•	1

Vor dem Hintergrund dieser Studie, einer weiteren im Sommer 2001 durchgeführten Untersuchung und den bisher in dem von der Forschungsgruppe Telekommunikation initiierten Projekt "Kooperations- und Beratungsnetzwerk für Internet-Zugangs- und Lernorte" gemachten Erfahrungen zeigen wir im folgenden kurz die Hauptprobleme der Zugangs- und Lernorte auf und schlagen Ansätze zu deren Lösung vor:

#### Technische Infrastruktur

Eine der Grundvoraussetzungen für den erfolgreichen Betrieb eines ZuLos ist eine funktionierende, den aktuellen technischen Standards entsprechende Hard- und Softwareausstattung. Die Situation vieler ZuLos ist demgegenüber gekennzeichnet durch:

- die Überalterung des Hardwarebestandes in vielen ZuLos,
- unakzeptable Ausfallzeiten von Hardware aufgrund fehlenden technischen Supports,
- die Unzufriedenheit mit bestehendem technischen Support durch Privatunternehmen und
- die fehlende breitbandige Internetanbindung

#### Lösungsansätze:

- Aufbau eines aus drei Ebenen bestehenden Support-Systems: Level 1: Hilfe vor Ort durch qualifiziertes Personal in den Einrichtungen, das in der Lage ist, kleinere Fehler und Probleme selbst zu beheben oder aber Probleme zumindest einzugrenzen, um den externen Support zu erleichtern. Ein geeignetes FAQ-System kann hier wertvolle Hilfe leisten. Level 2: HelpDesk, Telefon-Hotline zur weiteren Hilfe bei Problemen, die vor Ort nicht zu lösen waren, sowie einem Vor-Ort-Service bei Problemen, die am Telefon nicht zu lösen waren. Dazu kommt die Entwicklung und Erprobung von Musterlösungen. Level 3: Expertengruppe (in Zusammenarbeit mit Firmen), die als ultimative Hilfe zu Rate gezogen werden kann,
- Anbindung infrage kommender Einrichtungen an bestehende breitbandige Übertragungsinfrastrukturen (z.B. gemeinsame Anbindung von Schulen und Jugendeinrichtungen),
- Bereitstellung der erforderlichen Ressourcen, um die kontinuierliche Aktualisierung von Hard- und Software zu gewährleisten und
- Bildung von Einkaufsgemeinschaften zur Reduzierung von Hard- und Softwarebeschaffungskosten.

#### Personelle Probleme

Neben einer hochwertigen technischen Infrastruktur ist die kontinuierliche Beschäftigung qualifizierter Mitarbeiter die zweite wesentliche Voraussetzung, um den Nutzern der ZuLos geeignete medienkompetenzvermittelnde Angebote zu machen. Folgende Probleme mindern die Angebotsqualität und führen im ungünstigsten Fall zur Einstellung von Angeboten:

- der generelle Personalmangel vieler ZuLos,
- die starke Personalfluktuation aufgrund des hohen Anteils befristet Beschäftigter,
- das unzureichende Qualifikationsniveau vieler ZuLo-Mitarbeiter aufgrund fehlender Schulungsangebote und
- die Schwierigkeiten bei der Anwerbung externer Dozenten.

#### Lösungsansätze:

Entwicklung und regelmäßige Durchführung einrichtungsübergreifender bedarfsorientierter Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote für die ZuLo-Mitarbeiter,

- Zurverfügungstellung von Ressourcen, die den ZuLos die Beschäftigung zusätzlicher und längerfristig beschäftigte Mitarbeiter ermöglichen,
- raschere Integration befristet Beschäftigter in den Betriebsablauf der ZuLos,
- Förderung ehrenamtlichen Engagements in den ZuLos und
- Aufbau eines Online-Systems zur Unterstützung der Dozentenvermittlung.

#### Angebote für die Nutzer

Die Bedeutung von niedrigschwelligen, an den Interessen der potenziellen Nutzer orientierten Angeboten haben wir oben erläutert. Die bestehenden Defizite in diesem Bereich hängen unmittelbar mit den zuvor beschriebenen personellen Problemen zusammen. Nach wie vor fehlt es an

- adäquaten zielgruppenspezifischen pädagogisch-didaktische Konzepten für die Betreuung der Nutzerplätze im offenen Bereich und die Durchführung von Kursund/oder Projektangeboten und
- ausreichendem Wissen über die Zielgruppenadäquanz existierender Angebote.

#### Lösungsansätze:

- Entwicklung zielgruppenspezifischer pädagogisch-didaktischer Konzepten für die Betreuung der Nutzerplätze und die Durchführung von Kurs- und/oder Projektangeboten und effektive Multiplizierung dieser Konzepte sowie
- regelmäßige Evaluation bestehender Angebote als Grundlage für Qualitätsmanagement und -entwicklung.

#### Finanzierung

Die Verfügbarkeit ausreichender finanzieller Ressourcen ist eine wichtige Voraussetzung, um die bisher aufgezeigten Probleme zu lösen. Die unbeständige bis kritische finanzielle Situation vieler ZuLos ist gekennzeichnet durch:

- erheblichen Rückgang staatlicher Förderung für öffentliche und gemeinnützige Einrichtungen, die ZuLos betreiben,
- Schwierigkeiten bei der Erschließung zusätzlicher finanzieller Mittel für die Bereitstellung des i.d.R. additiven ZuLo-Angebots und
- starke Planungsunsicherheit aufgrund häufig nur kurz- oder mittelfristig verfügbarer Finanzmittel.

#### Lösungsansätze:

- Entwicklung von Kompetenzen zur Einwerbung zusätzlicher Finanzmittel aus Förderprogrammen,
- Erwirtschaftung von Eigenmitteln und

Einwerben von Spenden, Sponsoring und die Initiierung von Public-Private Partnerships.

#### Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Adäquates Marketing und eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit sind wichtige Voraussetzungen, um Unterstützer und Partner aus dem öffentlichen und privaten Sektor zu gewinnen. Zusätzlich dienen sie dazu, die gewünschten Zielgruppen erfolgreich anzusprechen. Als problematisch anzusehen ist

- die geringe Präsenz der ZuLos in den lokalen Medien, deren Einbeziehung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit unverzichtbar ist,
- das Fehlen geeigneter Öffentlichkeitsarbeitskonzepte für die Außendarstellung der ZuLos und
- das unzureichende Wissen über die Wirksamkeit bestehender Marketingkonzepte und deren Weiterentwicklung, um gezielt bestimmte Bevölkerungsgruppen anzusprechen.

#### Lösungsansätze:

- Entwicklung von Konzepten für die erfolgreiche Außendarstellung einzelner ZuLos und die gemeinsame einrichtungsübergreifende Öffentlichkeitsarbeit der Bremer Zu-Los.
- Entwicklung, Erprobung und Evaluation von Marketingkonzepten für die Ansprache einzelner Zielgruppen.

#### Management

Der Hauptgegenstand des ZuLo-Managements ist es, die für den Betrieb des jeweiligen Zu-Los erforderlichen Ressourcen zu bestimmen, den Einsatz der verfügbaren Ressourcen zu planen und die Bereitstellung zusätzlich benötigter Ressourcen zu organisieren. Somit ist das Management eine wesentliche Voraussetzung zur Realisierung eines langfristig und nachhaltig erfolgreichen ZuLo-Betriebs. Entsprechende Kompetenzen ließen sich vermitteln durch:

- die Entwicklung und Durchführung von Workshops und Seminaren zu den unterschiedlichen Aspekten des ZuLo-Managements und
- die Bereitstellung geeigneter Informationsmaterialien zum Thema.

Die Bereitstellung von Materialien zur Unterstützung der Arbeit der ZuLos erfolgt u.a. über die Webseiten des Netzwerks Digitale Chancen (s.o.). Dieses Angebot befindet sich im Aufbau und soll im Laufe diesen Jahres in ein eigenes Online-Portal für Zugangs- und Lernorte überführt werden. Dort sollen die in unterschiedlichen Bereichen gemachten Erfahrungen gebündelt, aufbereitet und den ZuLos zugänglich gemacht werden. Darüber hinaus ist die Stiftung Digitale Chancen, die das Netzwerk Digitale Chancen betreibt, an verschiedenen Initiativen beteiligt, die auch darauf abzielen, das Angebot der ZuLos zu verbessern. Dazu gehören u.a.:

 die Veranstaltung des transatlantischen Teens & Technology Roundtable 2002, der sich u.a. damit befasst, wie man (benachteiligte) Jugendliche bei der erfolgreichen Aneignung der neuen Technologien unterstützen kann,

- der Aufbau eines Projektbüros, das Einrichtungen der freien Wohlfahrtspflege im Rahmen eines bundesweiten Wettbewerbes zur Entwicklung innovativer Konzepte für Internetangebote unterstützen wird, sowie
- die Beteiligung an Initiativen zur Verbesserung der Qualifizierung von Sozialpädagogen im Bereich der internetgestützten Jugendarbeit.

Dabei kooperieren die Siftung Digitale Chancen und das im Aufbau befindliche Bremer Kooperations- und Beratungsnetzwerk für Internet-Zugangs- und Lernorte (KuB-Netzwerk) (www.kub-bremen.de) eng miteinander. Das Hauptziel des KuB-Netzwerks ist es, auf der Basis von Kooperationen mit Partnern den Betreibern der ZuLos dabei zu helfen, ihr Angebot zu verstetigen und sie dabei zu unterstützen, solche medienkompetenzvermittelnde Angebote für die Menschen in Bremen zu machen, die an deren lebensweltlichen Erfahrungsund Interessenssphären anknüpfen.

Von besonderer Bedeutung für die Startphase des Projektes ist die Entwicklung und Organisierung der Beratung der ZuLos. Diese ist in zwei Schritten organisiert:

- 1. Durchführung von Beratung vor Ort, per Telefon und E-Mail. Auf diese Weise soll den ZuLos zum einem zeitnah bei der Bewältigung akuter Probleme geholfen werden. Zum anderen ist die Beratung eine wichtige Informationsquelle, um den Unterstützungsbedarf der verschiedenen ZuLos weiter zu differenzieren.
- 2. Berücksichtigung der durch die Beratung gewonnenen Erkenntnisse bei der Entwicklung modularer Curriculumselemente für die Qualifizierung der ZuLo-Mitarbeiter, bei der Erstellung von Online-FAQ's (Frequently Asked Questions) zur Unterstützung bei der Lösung technischer Probleme und bei der Erstellung schriftlicher Handlungsempfehlungen und –Anleitungen für die ZuLos.

Zukünftig soll das KuB-Netzwerk Teil des LernNetzwerks Bremen werden, dem Bremer Beitrag zum Bundesprogramm 'Lernende Regionen'. Damit soll gewährleistet werden, dass die Bremer ZuLos zu einem integralen Teil der bremischen Lern- bzw. Bildungslandschaft werden. Sie sollen als neue Lernorte vor allem sicherstellen, dass die Menschen, die von den etablierten Lernorten nur bedingt erreicht werden (s.o.), geeignete Möglichkeiten finden, sich die Fähigkeiten anzueignen, die für die erfolgreiche Lebensplanung in der Wissens- und Informationsgesellschaft immer unverzichtbarer werden.

#### Literatur

Grajczyk, Andreas/ Mende, Annette (2001): Nichtnutzer von Online: Internet für den Alltag noch nicht wichtig. In: Media Perspektiven, 8/2001, S. 398-409.

- Hutter, Michael (2001): Der 'Digital Divide' ein vorübergehender Zustand? In: Internet@Future. Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft 2001, Bd. 9/2001, hrsg. v. Herbert Kubicek, Dieter Klumpp, Gerhard Fuchs, Alexander Roßnagel. Heideberg: Hüthig, S. 362-370.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2001): Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen "eInclusion". Das Potenzial der Informationsgesellschaft für die soziale Eingliederung in Europa, erstellt mit Unterstützung der Gruppe hochrangiger Experten für die beschäftigungspolitische und soziale Dimension der Informationsgesellschaft (ESDIS), SEK (2001) 1428, Brüssel, 18.9.2001
- Kubicek, Herbert (2001): Gibt es eine Digitale Spaltung Kann und soll man etwas dagegen tun? In: Internet@Future. Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft 2001, Bd. 9/2001, hrsg. v. Herbert Kubicek, Dieter Klumpp, Gerhard Fuchs, Alexander Roßnagel. Heidelberg: Hüthig, S. 371-377.
- Kubicek, Herbert, Stefan Welling (2000a): Measuring and Bridging the Digital Divide in Germany. Bremen. Universität Bremen. http://www.steppingstones.de/frame\_d.html (25.9.2000).
- Kubicek, Herbert, Stefan Welling (2000b):Vor einer digitalen Spaltung in Deutschland? Annäherung an ein verdecktes Problem von wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Brisanz. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft. 48. Jg. (2000), H. 4, S. 497-517.
- Kubicek, Herbert, Stefan Welling (2001): Studie zur betreuten Internetnutzung im Land Bremen. Bestandsaufnahme Defizitanalyse Handlungsoptionen. Studie für die Bremer-Regionale-Informationsgesellschaft-Strategieentwicklung. Bremen. Universität Bremen. http://www.fgtk.informatik.uni-bremen.de/website/pdf/studie.pdf (5.4.2001)
- Sandl, Ulrich (2001): Die 'Digitale Integration' vorantreiben eine Aufgabe für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. In: Internet@Future. Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft, Bd. 9/2001. Heidelberg: Hüthig, S. 378-381.

58 Fuchs

#### **Dr. Gerhard Fuchs**

## Internet und E-Commerce – Angebote nur für Eliten?

Gibt es die eine digitale Spaltung eine Spaltung der Gesellschaft in diejenigen, die Zugang zum Internet haben und von seinen Vorteilen profitieren können und in diejenigen, die möglicherweise dauerhaft von dessen Segnungen ausgeschlossen sind? Die schöne neue Internetwelt erscheint als die Spielwiese einer privilegierten, technophilen Elite. Sie spiegelt eine verbreitete Begeisterung über neue Technologien wider, eine Begeisterung, die manchmal fast zu einer Massenekstase zu werden scheint. Der Markt alleine wird es aber nicht bewerkstelligen, dass sich ein echter "universal access", das heißt ein Zugang für alle zu den Möglichkeiten des Internets durchsetzen wird.

#### Die Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg

Sieht man sich ihre Aufgabe an, musste es für die TA-Akademie naheliegend sein, sich mit dem Thema Internet auseinander zu setzen. Die TA-Akademie wurde vor knapp zehn Jahren vom Land Baden-Württemberg mit dem Ziel gegründet, Technikfolgen zu erforschen und zu bewerten, einen breiten Diskurs im Lande über wichtige technische Entwicklungen und deren Wirkungen anzustoßen sowie Politik in Fragen der Technikgestaltung zu beraten. Die TA-Akademie will zu einer zukunftsweisenden und humanen Entwicklung von Technik, Wirtschaft und Gesellschaft in Baden-Württemberg und darüber hinaus beitragen. Angelpunkt der eigenen Bemühungen ist dabei eine wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung, die ökologischen, ökonomischen und sozialen Geboten von Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit Rechnung trägt. Die TA-Akademie erarbeitet auf der Basis wissenschaftlich fundierter Konzepte und Methoden fach- und institutionenübergreifend Empfehlungen in enger Kooperation mit Experten und Laien und vermittelt diese adressatengerecht an gesellschaftliche Gruppen, politische Institutionen und die interessierte Öffentlichkeit.

#### Internet und die E-Society

Es ist offensichtlich, dass mit der Entwicklung des Internets weitreichende Veränderungen in allen Bereichen von Leben und Arbeit verknüpft sind. Aber die Diskussion gerade im Hinblick auf E-Commerce und E-Business ist nach wie vor weitgehend von Hoffnungen und Spekulationen gekennzeichnet. Es gibt viele Vorstellungen, Utopien, die oft paradiesische Verhältnisse vorhersagen, wenn man dem technischen Potenzial der Informationsund Kommunikationstechniken nur freien Lauf lässt. Mit jedem, zu jeder Zeit und an jedem

Ort zu kommunizieren, ist der Kulminationspunkt vieler dieser Erwartungen und macht deutlich, dass Restriktionen von Ort und Zeit im Internet keine Rolle mehr spielen sollen.

Unser Kenntnisstand über die konkreten Auswirkungen von E-Commerce und E-Business entspricht aber bei weitem nicht der öffentlichen Aufmerksamkeit die diesem Thema gewidmet wird. Deswegen hat die TA-Akademie Eigenforschungen durchgeführt, Expertisen u.a. bei Professor Schenk von der Universität Hohenheim in Auftrag gegeben, um die Informationsbasis zu erweitern und eine fundiertere Diskussion führen zu können.<sup>3</sup>

#### **Digital Divide?**

Gibt es die eine digitale Spaltung, eine Spaltung der Gesellschaft in diejenigen, die Zugang zum Internet haben und von seinen Vorteilen profitieren können und in diejenigen, die möglicherweise dauerhaft von dessen Segnungen ausgeschlossen sind? Für Baden-Württemberg liegen inzwischen Befragungsergebnisse vor, die besagen, dass fast jeder zweite Deutsche über 14 Jahre schon einmal im Internet war. Kombiniert man das mit der rasanten Zuwachsrate bei den Internetzugängen - Zuwächse seit dem letzten Jahr von über 35% - ergibt sich die berechtigte Frage, ob es denn überhaupt noch eine digitale Spaltung gibt bzw. die digitale Spaltung überhaupt ein signifikantes Problem darstellt? Tatsächsind die Zahlen verwirrend. Die Internet-Beauftragte der CDU/CSU-Bundestagsfraktion sprach unlängst davon, dass es eine digitale Wissenskluft gebe und hat Versäumnisse der Bundesregierung ausgemacht. Andere Umfragen zeigen, dass 50% der Bundesbürger als internet-resistent betrachtet werden können. Es gibt also Menschen, die kein Internet haben, weil kein PC in der Nähe ist, viele Alte sind ausgeschlossen und viele Junge verlieren schnell wieder das Interesse. Ein Gang über die letzte CEBIT in Hannover zeigte, wie man sich die neue schöne Welt des Internets vorzustellen hat. Junge, gestylte und dynamische Menschen mit dem Handy in der Hand, vor dem Laptop liegend oder sitzend und sich dem Kaufrausch hingebend, per Mausklick die Order für Aktien oder ein Versteigerungsgebot abgebend. Die schöne neue Internetwelt erscheint als die Spielwiese einer privilegierten, technophilen Elite. Sie spiegelt eine verbreitete Begeisterung über neue Technologien wider, eine Begeisterung die manchmal fast zu einer Massenekstase zu werden scheint. In den Medien wie in den alltäglichen Unterhaltungen mit den Leuten an der Ecke wird Technologie zum Jungborn für alles, was neu und vielversprechend ist: ein Füllhorn von wunderbaren Jobs, höheren Einkommen, besserer Gesundheit, einem längeren und befriedigenderen Leben. Verbesserungen, die man früher der modernen Zivilisation, neuen Ideologien (Sozialismus) oder der Wissenschaft zugerechnet hatte, erwartet man nun von der Technologie, besonders vom 'Internet'. Sind die neuen Anwendungen nur Business für Eliten, für junge, kaufkraftstarke, der Technik gegenüber aufgeschlossene Gruppen? Wird diese glückliche Minorität weiterhin die Früchte des technologischen Fort-

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Siehe die Literaturübersicht im Anhang.

60 Fuchs

schritts ernten und werden auf der anderen Seite signifikante Teile der Bevölkerung von den Segnungen der Technik ausgeschlossen? Oder kann man damit rechnen, dass die Internet-Penetration tatsächlich flächendeckend sein wird? Soll und kann die Politik Initiativen entfalten oder hält sie sich besser aus dem schnelllebigen Geschäft heraus? Besitzen die Individuen die notwendigen Qualifikationen, um mit E-Mail, E-Banking und E-Commerce produktiv umzugehen? Können die kleinen und mittleren Unternehmen mit den technischen Entwicklungen Schritt halten oder werden sie abgehängt?

Die Anzahl der Personen, die Computer nutzen, steigt ständig – sowohl die Zahl derjenigen, die am Arbeitsplatz mit ihm umgehen wie auch die Zahl derjenigen, die ihn in der Freizeit benutzen. Das Internet wird somit immer mehr Personen zugänglich. Das Internet wird dabei primär genutzt, um Informationen zu sammeln und Freizeit zu organisieren. Elektronisch abgewickelter Geschäftsverkehr (E-Commerce, Bestellungen, Bezahlen etc.) hat bislang eine weit geringere Bedeutung und Akzeptanz als dies die Diskussionen in der Öffentlichkeit vermuten ließen. Die Einstellungen in der Bevölkerung zu diesen Entwicklungen sind in den USA wie in Deutschland ausgesprochen positiv. Für Technikfeindlichkeit oder Skepsis gibt es keine Anzeichen. Als Wermutstropfen ist allenfalls zu verspüren, dass selbst 43% der Amerikaner den Eindruck haben, von der technischen Entwicklung überrollt zu werden und nicht Schritt halten zu können.

Zugang zum Internet zu haben und regelmäßig damit umzugehen, spiegelt noch nicht die Lebenserfahrung der Mehrheit der Bevölkerung wider – nicht einmal in den USA. Dort wird seit einigen Jahren die Diskussion um die so genannte "Digitale Wissenskluft" ("Digital Divide") vehement geführt. Untersuchungen zeigen, dass der typische Internetnutzer bei weitem nicht der Durchschnittsbürger ist. Internetnutzer haben ein höheres Einkommen als der Durchschnitt, sind jünger, besser qualifiziert. Unterrepräsentiert sind ältere Menschen, Arbeitslose, Hausfrauen, allgemein nicht im Berufsleben stehende Gruppen und solche mit einem geringen Einkommen und geringer Bildung. MitarbeiterInnen in kleinen bzw. mittleren Unternehmen sind ebenfalls im Vergleich zu solchen größerer Unternehmen weniger stark vertreten. Der Internetzugang bei Minoritäten ist auch unterdurchschnittlich, allerdings primär deswegen, weil in diesen Gruppen andere soziale Benachteiligungen (niedriges Einkommen und Bildungsniveau) konzentrierter auftreten.

Ein signifikanter Anteil der Bevölkerung – Experten nennen Zahlen von 20 bis 30% - könnte somit, wenn die Entwicklung, wie momentan zu beobachten ist, weitergeht, aus der so genannten Informationsgesellschaft ausgeschlossen bleiben. Das ist eine Entwicklung, die signifikante und schwerwiegende ökonomische, erzieherische und soziale Implikationen haben kann. Es ist sicherlich richtig, dass fallende Preise für PCs und den Internetzugang weiterhin die Anschlusszahlen in die Höhe treiben werden. Der Markt alleine wird es jedoch nicht bewerkstelligen, dass sich ein echter 'universal access', das heißt ein Zugang für alle zu den Möglichkeiten des Internets durchsetzen wird.

#### **Ist Zugang alles?**

Ist Zugang aber alles? Selbst wenn wir zu dem Schluss kommen sollten, dass es eine digitale Spaltung gibt, muss gefragt werden, ob es eine öffentliche Aufgabe ist, den Internetzugang zu fördern und ob die Frage des Zugangs zum Internet in diesem Zusammenhang überhaupt die wichtigste ist. Die Bedeutung der Förderung des Internetzugangs ergibt sich ja nur daraus, dass angenommen wird, der Internetzugang entscheide mit über demokratische und gesellschaftliche Partizipationsmöglichkeiten, Zugang zu Dienstleistungen, Ausbildungs- und Beschäftigungschancen. An und für sich braucht es nicht dramatisch zu sein, wenn eine signifikante Gruppe von Menschen vom Internet ausgeschlossen bleibt. Vielleicht sind sie sogar besser dran, zufriedener, fröhlicher ohne Netzzugang. Für einige Jobs oder Lebensstile ist das Internet tatsächlich nicht entscheidend. Sich Musik von einer Website herunterzuladen, oder sich an Chatgroups zu beteiligen, um die letzten Entwicklungen im Bereich des Snowboard-Designs zu diskutieren, ist nicht jedermanns Sache. Es gibt keinen Grund, warum uninteressierte Personen in eine Richtung gedrängt werden schlen, die ihnen nichts bringt. Das Problem der Exklusion ist aber wichtig, weil in der nahen Zukunft alle Mitglieder der Gesellschaft vom Internet in der einen oder anderen Weise betroffen sein werden. Kritisch wird die Angelegenheit insbesondere dann, wenn Substitution bei der Zurverfügungstellung von Diensten und Gütern stattfindet. D.h. wenn etwa die persönliche Dienstleistung gänzlich durch eine Online-Dienstleistung ersetzt wird. Dieses Szenario ist nicht unrealistisch. Treibendes Moment der Internetentwicklung ist nicht nur ein besserer Service und neue Dienstleistungen, sondern auch das Kostenargument. Durch Online-Aktivitäten sollen bei den Anbietern Kosten eingespart werden. Eine parallele Zurverfügungstellung von Diensten Online und Offline würde die potenziellen Einsparmöglichkeiten wieder zunichte machen. Ein gutes Beispiel hierfür sind die Banken, die viele ihrer Filialen schließen möchten und die Kunden dazu veranlassen wollen, ihre Geschäfte per Computer und/oder Telefon abzuwickeln. Schon heute sind in Großbritannien immer mehr Gemeinden ohne eine eigene Bankfiliale. Zugangsmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen, gibt allein aber noch keine Gewähr dafür, dass der Zugang verantwortungsvoll und kompetent genutzt wird - also etwa nicht nur um neueste Nachrichten über Britney Spears zu lesen oder das Veranstaltungsprogramm der Villa Berg. D.h. vielleicht haben wir es überhaupt nicht mit einer neuen Spaltung der Gesellschaft zu tun, sondern mit einer alten, die darauf beruht, dass Kompetenzen wie Auswahlfähigkeit, Vorstellungsvermögen, Innovationsfreude, Selbständigkeit ungleich verteilt sind.

Um der Entstehung von neuen und der Verfestigung von alten Ungleichheiten entgegenzutreten, darf man sich allerdings nicht auf die Förderung von Zugang und Hardware-Komponenten beschränken. Der Eurobarometer (2000) errechnete, dass die Verbreitung von Online-Medien in privaten Haushalten der EU bei 8,3% liegt. Über die Hälfte der Be-

62 Fuchs

fragten gab an, dass sie keinen Bedarf für Internet-Dienste habe. Computer und eine Infrastruktur für die Nutzung des Internet zur Verfügung zu stellen, billige Zugänge zu gewährleisten – das ist sicherlich nur eine Seite der Medaille. Die Kosten sind nur eines der Hindernisse, um ins Netz zu gehen und dort zu bleiben. Die Politik darf sich, wenn sie wirklich etwas bewirken will, nicht damit begnügen, nur die Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, die in der Bundesrepublik zudem bereits beispielhaft gut ausgestattet ist. Neben den harten Komponenten spielen die weichen eine mindestens ebenso große Rolle. Die potenziellen Nutzer müssen etwas Sinnvolles im Netz finden können. Das betrifft sowohl die Angebote wie auch die Kompetenz im Umgang mit dem Internet. Im Gegensatz zu Fernsehen, Telefon, Telefax erfordert das Internet aktive Strategien der Nutzer und bei der momentan gegebenen Innovationsgeschwindigkeit auch die Bereitschaft, sich an regelmäßig verändernde Oberflächen und Bedienungsstrukturen zu gewöhnen. Die meisten Personen machen Erfahrungen im Umgang mit dem Internet am Arbeitsplatz, d.h. das Internet wird Teil von Arbeitsroutinen. Die Personenkreise, die keine Möglichkeit haben, sich am Arbeits- oder am Ausbildungsplatz mit dem Internet auseinander zu setzen, müssen unterstützt werden, d.h. Hausfrauen, ältere Mitbürger, Arbeitslose. Diese Personenkreise an das Internet heranzuführen, wird zu einer großen Herausforderung für die Politik werden.

#### Internet für jeden!

Internet für jeden! Wenn dies so ist, geht es vielleicht nicht unbedingt 'nur' um Internet für alle, sondern um Internet für jeden, nämlich den Versuch, an den speziellen Bedürfnissen der Menschen, der unterschiedlichen Gruppen und Milieus anzusetzen. Ihnen zu zeigen, dass das Internet möglicherweise einen Mehrwert für ihre speziellen Interessen bieten kann, bzw. Angebote zu entwickeln, die auf die spezielle Situation verschiedener Gruppen oder Milieus, z.B. Ältere, Arbeiter, jugendliche drop-outs etc. zugeschnitten sind.

In den Diskussionen um Internet und seinen Gebrauch wird oft davon ausgegangen, dass das Internet separiert vom Rest des Lebens einer Person zu denken ist, gewissermaßen ein add-on, das Veränderungen im realen Leben bewirkt bzw. dieses stört. Richtig daran ist, dass internet-basierte Aktivitäten eine Umverteilung unserer knappen insbesondere zeitlichen Ressourcen bedeuten. Gerade bei intensiven Internetnutzern, die mehr als fünf Stunden pro Woche sich im Netz aufhalten, müssen notwendigerweise andere Tätigkeiten zurückgehen. Das kann auf Kosten lokaler, persönlicher Kontakte gehen, es kann eine Verschiebung beim Fernsehkonsum, den Lesegewohnheiten (Bücher, Zeitschriften), beim sozialen Engagement etc. mit sich bringen. Auf der Basis unseres Wissens über die Internetnutzung muss aber gesagt werden, dass das Internet weniger dramatische Veränderungen im Verhalten der Nutzer hervorbringt, als dass es bestehende Verhaltensdispositionen zum Teil dramatisch verstärkt. Zum Beispiel tendieren kommunikationsfreudige Personen dazu, das Internet zu nutzen, um den Kreis ihrer Freunde und Bekannten zu erweitern und intensiver zu pflegen, während andere das Internet dazu nutzen, um ihre geringen sozialen

Aktivitäten noch weiter zu reduzieren. Insofern ist es wichtig, bei Maßnahmen, die auf eine Erleichterung und Erhöhung des Internetzugangs zielen, die konkreten Lebenssituationen der einzelnen Gruppen und Personen in die Überlegungen mit einzubeziehen und das Internet als einen zunehmend integralen Bestandteil des Alltags zu begreifen.

Fuchs

#### Literatur

Barthel, J./ Fuchs, G./ Renz, Ch./ Wolf, H.-G. (2000): Electronic Commerce - Herausforderungen und Chancen für Baden-Württemberg. Workshopdokumentation. Stuttgart. (ISBN 3-932013-97-2)

- Brandt, M./ Volkert, B. (2001): Analyse regionaler Online Märkte (ROM), 2. aktualisierte Auflage. (ISBN 3-934629-30-X)
- Bude, H. (2000): Neues Unternehmertum in Deutschland: Fälle aus Baden-Württemberg. Stuttgart. (ISBN 3-934629-20-2)
- Fröschle, H.-P./ Hauptmann, E. (2001): Technische Rahmenbedingungen und organisatorische Veränderungen durch Electronic Commerce. Fallstudie einer E-Commerce-Implementierung im Handel. Stuttgart. (ISBN 3-934629-43-1)
- Fuchs, G./ Teutsch, B. (Hrsg.) (2001): Regulationsdefizite bei Electronic Commerce? Workshopdokumentation. Stuttgart. (ISBN 3-934629-41-5)
- Huber, Birgit/ Reiff, Isabelle/ Ruiz Ben, Esther/ Schinzel, Britta (2001): Frauen in IT und ausgewählten technischen Ausbildungen und Berufen in Baden-Württemberg. Stuttgart. (ISBN 3-934529-67-9)
- Konrad, K. (2001): Electronic Commerce: Erwartungsdynamiken, Leitbilder, Szenarien. Zwei Fallstudien zu Entwicklung und Einsatz von Anwendungen im Business-to-Business-Bereich. Stuttgart. (ISBN 3-934629-46-6)
- Menez, Raphael/Munder, Irmtraud/ Töpsch, Karin (2001): Qualifizierung und Personaleinsatz in der IT-Branche. Stuttgart. (ISBN 3-934629-54-7)
- Michel, L./ Burgdorff, F./ Heinze, M. (2000): Regionale Initiativen zur Förderung von Electronic Commerce in Nordrhein-Westfalen. Stuttgart. (ISBN 3-934629-14-8)
- Müller, G./ Schoder, D. (1999): Electronic Commerce Hürden, Entwicklungspotentiale, Konsequenzen. Ergebnisse aus der Electronic Commerce Enquête. Stuttgart (ISBN 3-932013-68-9)
- Preissl, B./ Erber, G./ Kreh, O. (2000): Arbeitsmarkteffekte und Electronic Commerce. Konzeptionelle Überlegungen. Stuttgart. (ISBN 3-934629-16-4)
- Renner, T./ Schwengels, C. (2000): Electronic Commerce in Vertrieb und Beschaffung. Fall-studien zum Einsatz von internet-basierten Technologien für Vertrieb und Beschaffung. Stuttgart. (ISBN 3-934629-26-1)
- Riehm, U./ Orwat, C./ Wingert, B. (2001): Online-Buchhandel in Deutschland. Die Buchhandelsbranche vor der Herausforderung des Internet. Stuttgart. (ISBN 3-934629-45-8)
- Schenk, M./ Wolf, M. (2000): Nutzung und Akzeptanz von E-Commerce und die Bürger. Stuttgart. (ISBN 3-934629-17-2)
- Schenk, Michael/ Wolf, Malthe (2001): Nutzung und Akzeptanz von E-Commerce. Stuttgart. (ISBN 3-934629-63-6)

Gabriele Winker

### Frauen geben Technik neue Impulse

In diesem Artikel wird die personelle und inhaltliche Unterrepräsentanz von Frauen im Internet verdeutlicht. Zunächst stelle ich den ungleichen Zugang von Frauen und Männern zum Internet dar und verweise auf Aktivitäten, mit denen mehr Frauen der Zugang zum Netz ermöglicht werden kann. In einem zweiten Schritt beleuchte ih Internet-Angebote, die allzu häufig an typisch männlichen Interessen ausgerichtet sind und Lebenssituationen von Frauen kaum in den Blick nehmen. Auch in diesem Abschnitt bleibe ich nicht bei einer Technikkritik stehen, sondern zeige Ansatzpunkte für frauenpolitisches Handeln auf. Abschließend verweise ich auf die Unterrepräsentanz von Frauen in der Informatik, die u.a. auch deshalb aufgebrochen werden muss, um in Zukunft das Internet mit den unterschiedlichen Lebenserfahrungen von Frauen gestalten zu können.

#### Geschlechtsspezifische Internetnutzung

Nach wie vor nutzen Frauen das Internet zögerlicher als Männer. Zwar hat sich mit der wetteren Verbreitung des neuen Mediums auch die sehr starke Unterrepräsentanz von Frauen im Internet verringert, dennoch bleibt die Zurückhaltung von Frauen gerade in Bezug auf eine intensive Internetnutzung auffällig. Nach einer Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) vom März 2001 beträgt der Frauenanteil bei der Internetnutzung bereits 42% (www.gfk.de). Zu einer deutlich niedrigeren Prozentzahl kommt jedoch das Hamburger Marktforschungsunternehmen W3B, nach dessen Online-Befragung der Frauenanteil bei der Internetnutzung zur Zeit bei 35% liegt (www.w3b.de).

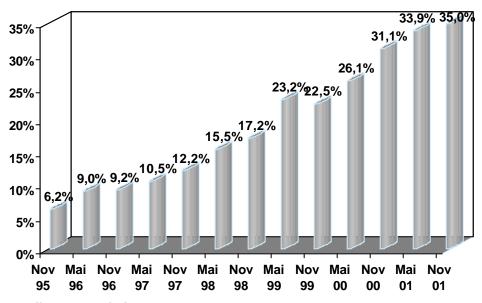
Auffällig ist, dass der Frauenanteil unter den Internet-Nutzenden je nach Erhebungsart der zumeist kommerziellen Studien stark schwankt. Angesichts dieser deutlich divergierenden Zahlen ist zu beachten, dass die GfK in Telefoninterviews repräsentativer Haushalte auch die gelegentliche Nutzung des Internet zu Hause oder im Büro einbezieht, während es sich bei W3B um Online-Studien handelt, bei denen durch die Form der Datenerhebung über Online-Fragebögen vor allem regelmäßige Nutzer und Nutzerinnen befragt werden. Die Geschlechterdifferenz ist damit bei der regelmäßigen Internetnutzung erheblich ausgeprägter als bei der gelegentlichen Internetnutzung.

Die weiblichen Internetnutzerinnen sind deutlich jünger als ihre männlichen Kollegen. Es sind vor allem Frauen unter dreißig Jahren, die heute zu den Hauptnutzerinnen des Internet zählen (Fittkau/Maaß 2001, 31). Auch bei den Berufsgruppen zeigen sich starke Unterschiede: Während unter Schülerinnen und Schülern und Auszubildenden der Anteil beider Geschlechter inzwischen ausgeglichen ist, reduziert sich bereits bei den Studierenden der Frauenanteil auf ca. 40%. Von den Angestellten im Netz sind rund 30 % weiblich, wohingegen bei den Beamten und Selbständigen nicht einmal jede vierte Person eine Frau ist (ebd.). Nach wie vor steigt der Anteil der Nutzerinnen und Nutzer signifikant

66 Winker

mit der Höhe des Einkommens (www.gfk.de). Damit fehlt auch weiterhin vor allem einkommensschwächeren Frauen der Zugang zum Internet.

Abb.1: Frauenanteil im deutschsprachigen Netz



Quelle: www.w3b.de

Die meisten Userinnen und User nutzen sowohl einen privaten Computer als auch den Anschluss am Arbeits- oder Ausbildungsplatz zum Surfen und E-Mailen. Allerdings können sich nach der ARD/ZDF-Onlinestudie (2000) deutlich mehr Männer (39%) als Frauen (24%) von beiden Orten aus einwählen, während Frauen häufiger entweder über einen Internetzugang zu Hause *oder* im Beruf verfügen (Eimeren/Gerhard 2000, 339). Grundsätzlich nutzen Frauen das Internet weniger intensiv als Männer. Ca. 23% aller Frauen nutzen das Internet maximal drei Stunden pro Woche, unter Männern liegt der Anteil bei 15% (Fittkau/Maaß 2001, 82). Auch die Anzahl der Nutzungstage pro Woche ist bei den Frauen niedriger als bei mämlichen Internet-Nutzern (ebd.).

Die Nutzung des Internet variiert erheblich, wenn sie nach Diensten differenziert wird. Auch hier lassen sich Geschlechterunterschiede feststellen. Frauen surfen im World Wide Web im Beruf deutlich seltener als Männer. Der Studie von Fittkau und Maaß (2001, 84f.) zufolge nutzen ca. 30% der Frauen, aber nur 21% der Männer das WWW beruflich gar nicht. Bei der privaten Nutzung ist die Häufigkeit zwischen den Geschlechtern ausgegichener verteilt. E-Mails als moderne Form der Kommunikation werden heute von fast allen Internetnutzenden eingesetzt. Sowohl bei Frauen als auch bei Männern sind es jeweils über 97%, die zumindest gelegentlich E-Mails versenden. In Online-Chatrooms sind erheblich mehr – vor allem unter 19jährige – Frauen als Männer anzutreffen. Anders sieht es hingegen bei den Newsgroups, den themenorientierten Diskussionsforen im Internet, aus. Diese Form des Austausches nutzen deutlich mehr Männer als Frauen (Fittkau/Maaß 2001, 36). Diese geringe Präsenz wird in der Literatur darauf zurückgeführt, dass der im Netz gepflegte Kommunikationsstil Frauen eher davon abhält, sich an Diskussionen zu beteiligen (vgl. u.a. Becker/Funken 1998).

#### Medienkompetenz für alle

Auch wenn sich mit der Zunahme der Internetgemeinde die deutliche Unterrepräsentanz von Frauen verringert, stehen wir vor der Situation, dass noch weit über die Hälfte der Frauen keinen Zugang zum Internet gefunden hat. Mit dem Internet entstehen neue Informations-, Kommunikations- und Beteiligungsformen, die sich Personen mit Medienkompetenz nutzbar machen können. Medienkompetenz wird somit zur Grundlage gesellschaftlicher Teilhabe, lässt sich jedoch nur über den alltäglichen Umgang mit Medien erwerben. Wer sich in globalen Netzen nicht kompetent bewegen kann, wird an den Rand gedrückt und hat wenig Chancen der aktiven Teilnahme am beruflichen und gesellschaftlichen Leben.

Deswegen ist es wichtig, dass jede einzelne Frau ausprobieren kann, wie sie das neue Medium Internet für ihre Interessen einsetzen will. Es ist eine politische Aufgabe, den universellen Zugang zum Internet für alle sicherzustellen. Dringend erforderlich sind öffentliche BürgerInnen- bzw. Informationsterminals, an denen Frauen mit fachlicher Hilfe erste Hürden überspringen können. Viele Frauen benötigen einen Raum, in dem sie sich das neue Medium frei von Versagensängsten mit der Unterstützung von Expertinnen aneignen können. Es ist sinnvoll, öffentlich finanzierte Medien-Beratungsstellen bei Frauenorganisationen einzurichten. In all diesen Einrichtungen muss der direkte, kostenlose Zugang zu entscheidungsrelevanten Informationen sichergestellt und die Nutzung neuer Dienste ermöglicht werden. Auch erste Frauen- und Mädchen-Internet-Cafés haben sich als Anlaufstelle für Interessierte bewährt (vgl. <a href="https://www.freiburger-netzfrauen.de">www.freiburger-netzfrauen.de</a>). Aufgabe ist, diese Angebote in allen Kommunen zur Verfügung zu stellen

Dass es nach wie vor auch einen großen Qualifizierungsbedarf gibt, haben die über 100.000 Teilnehmerinnen gezeigt, die seit 1999 an der Aktion "Frauen ans Netz" teilgenommen haben (www.frauen-ans-netz.de). In Zukunft muss bei Frauenqualifizierungen sowohl die regionale Verbreitung als auch gleichzeitig ein inhaltlicher Ausbau in Richtung fachlich komplexer und auch wirtschaftlicher Fragestellungen wie z.B. E-Commerce vorangetrieben werden. Auch müssen zielgruppenspezifische Angebote ausgebaut werden (z.B. für Alleinerziehende, bildungsferne Frauen oder Migrantinnen).

Spezifische Frauenqualifikationen sind deswegen so wichtig, weil gerade Frauen ein gebrauchswertorientierter Umgang mit Technik nachgesagt wird. So wird von Frauen erwartet, dass sie mit Technik nicht spielerisch umgehen, sondern sie in einer sehr anwendungsbezogenen Weise nutzen. Deswegen ist über konkrete Frauenprojekte darauf zu achten, dass bei Frauen die für eine umfassende Medienkompetenz ebenfalls notwendige instrumentelle Handhabung der neuen Medien nicht zu kurz kommt. Wichtig ist also, Frauen für eine spielerische Offenheit gegenüber den neuen Medien zu gewinnen, ohne dabei den gebrauchswertorientierten Umgang mit Information, Kommunikation und Unterhaltung zu verdrängen.

Inhalte im Internet: Geschlechtersensitivität als Qualitätskriterium

68 Winker

Leider gibt es keine abgesicherten Untersuchungen zu der Frage, worin die Gründe für die zögerliche Nutzung des Internet durch Frauen liegen. Allerdings ist zu vermuten, dass einer der Hauptgründe die mangelnde Qualität des Angebotes darstellt. Dies lässt sich stützen durch die Ergebnisse des "Verweigereratlanten" von Emnid vom Mai 2001, nach denen rund 60% der Frauen gegenüber ca. 44% der Männer die private Nutzung des Internet verweigern.<sup>4</sup> Das Medienforschungszentrum Ipsos-Reid hat Mitte 2001 eine globale Studie über die Motivationen der "Verweigerer" aus 30 verschiedenen Ländern vorgestellt. Die Mehrzahl der "Internetmuffel" (40%) gab hier an, das World Wide Web schlicht nicht zu brauchen, etwa ein Drittel hatte keinen Computer für einen Internetzugang, und ein Viertel der Befragten war einfach nicht daran interessiert.<sup>5</sup>

Um die Qualität von Informationssystemen im WWW zu beurteilen, ist es wichtig, die unterschiedlichen Lebenslagen zu berücksichtigen, in denen sich Frauen allgemein und im Vergleich zu Männern in unserer Gesellschaft befinden. Daraus lassen sich Bedürfnisse nach Informationen ableiten, die für Frauen besonders interessant sind und/oder zur Zeitersparnis und Arbeitserleichterung beitragen können. Unter dem Aspekt des *Gender Mainstreaming* gilt es – neben expliziten Frauenseiten – besonders darauf zu achten, inwieweit die unterschiedlichen Informationsbedarfe auch in allgemeinen Informationsseiten berücksichtigt sind. In diesem Zusammenhang wurde das Qualitätskriterium Geschlechtersensitivität für die Informationsbereitstellung entwickelt Winker/Preiß 2000). Die Geschlechtersensitivität von Informationen wird nach diesem Ansatz anhand von zwei Dimensionen überprüft. Es wird erstens nach der Existenz und Breite von Informationen gefragt, die für die Arbeits- und Lebensbedingungen von Frauen von besonderem Interesse sind. Zweitens wird untersucht, ob die Suche nach diesen Informationsangeboten im Netz auch möglich ist. In diesem Zusammenhang wird auch danach gefragt, ob vorhandene Informationen eine Differenzierung nach Geschlecht zulassen.

Gerade die Flexibilität der neuen IT-Technologie erlaubt es, Gender Mainstreaming in allen Bereichen real umzusetzen. Heute muss nicht mehr darum gerungen werden, ob Frauenprojekte getrennt oder integriert dargestellt werden sollen. In einem datenbankbasierten Informationsangebot ist beides gleichzeitig realisierbar und die Nutzerinnen entscheiden, welche Darstellungsart ihren Bedürfnissen besser entspricht. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass im Systementwurf Fraueninteressen überhaupt mitgedacht werden (vgl. Winker 1999).

Die wichtigsten Websites stellen heute die Eingangsportale von Providern dar, die häufig auch Suchmaschinen integrieren. Zu den Portalen gehören darüber hinaus bekannte WWW-Adressen wie die Stadt- oder Landesinformationssysteme. Auch wenn es noch viele weitere Portale gibt (z.B. Frauenzeitschriften), sollen in diesem Artikel ausschließlich Suchmaschinen und öffentliche Portale etwas näher betrachtet werden.

Inhaltliche Verengung durch Suchmaschinen

<sup>4</sup> http://emind.emnid.de/news/studien.html

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> www.angusreid.com/media/content/displaypr.cfm?id\_to\_view=1244

Je mehr Themen im Netz angeboten werden, umso schwieriger wird das Auffinden dieser Seiten, da sich das Internetangebot zunächst völlig unstrukturiert darstellt. Deswegen sind auch Suchmaschinen die mit Abstand meistgenutzten Seiten im Internet. Neben der computergesteuerten Volltextrecherche erhalten manuell erstellte Kataloge, in denen das Internetangebot gesichtet, verschlagwortet und kategorisiert wird, einen immer höheren Stellenwert. Allerdings kann bei der rapide wachsenden Anzahl von Internetseiten die Suche, Verschlagwortung und Katalogisierung von Informationsangeboten nie vollständig sein. Es lässt sich feststellen, dass dabei die Informationsbedürfnisse unterschiedlicher Interessengruppen ungleich bedient werden und so vor allem die meisten frauenrelevanten Themen ins Hintertreffen geraten.

Ein unverhohlener Androzentrismus steckt oft im Aufbau der Schlagwortkataloge. So tauchen zum Beispiel auf der Startseite von AOL unter Women die Kategorien Love&Sex, Fashion, Beauty, Lifestyle sowie Kids&Teens auf. Ein zweites Beispiel ist Lycos. Die Sparte Frauen war bis vor kurzem eine Unterkategorie von Entertainment (neben Erotik, TV und Lifestyle). Inzwischen ist die Kategorie Frauen nur noch als Suchbegriff eingebbar und dann wird die Nutzerin auf Themen wie Haushalt, Erotik, Familie, Beauty, Mode etc. verwiesen. Bei Suchmaschinen wie AOL und Lycos erscheinen Frauen somit in der Regel als das Besondere, das Andere, das dem Bereich Familie, Beziehung oder – moderner ausgedrückt – Lifestyle zugeordnet wird. Frauen werden in die Ecke des attraktiven Heimchens am Herd gedrängt, und die Artikel und Links fallen inhaltlich auf das Niveau von schlecht gemachten Boulevardzeitschriften zurück. Es wird das alte Stereotyp rekonstruiert, wonach Frauen für das Private, die Beziehungen, das Schöne und das Familiäre zuständig sind. Ergebnisse aus der Frauen- und Geschlechterforschung haben immer wieder nachgewiesen, wie diese Absonderung von Frauen als spezifische Gruppe und ihre Zuordnung zu einem einzigen Bereich des vielfältigen menschlichen Lebens die Grundvoraussetzung für die Abwertung von Frauen in unserer Gesellschaft bilden. Anstatt diese Zuordnung und Stereotypisierung von Frauen mit einem neuen Medium, das vielfältigste Zugriffe auf einzelne Informationen erlauben würde, aufzubrechen, wird dieses Vorgehen bei den genannten, sehr häufig besuchten Portalen geradezu zementiert.

Andere Webkataloge sind auf dem Weg, auch frauenrelevante Themen such- und findbar zu machen, allerdings bestehen dabei enorme Lücken in der Durchsetzung des Gender Mainstreaming. So ist bei *Web.de* oder auch bei *Yahoo*, dem einzigen Webkatalog, der frauenspezifische Fragen in mehrere Kategorien integriert, die Auswahl der Kategorien oft noch willkürlich. Die Kategorien sind teilweise kaum mit Inhalten gefüllt. In manchen Bereichen bleiben Informationen, die insbesondere Frauen ansprechen, im Aufbau des Katalogs vollständig unberücksichtigt. Solche Schlagwortkataloge ermöglichen letztendlich keine gezielte Suche nach Themen, die für einzelne Gruppen von Frauen, z.B. berufliche Wiedereinsteigerinnen oder allein erziehende Mütter, interessant sein könnten.

Um der dargestellten Problematik der Suchmaschinen und Kataloge zu entgehen, wurden im amerikanischen Raum zwei Suchmaschinen – WWWomen und Femina – speziell für Frauen erstellt, bei denen durch die Art der Suche und die redaktionelle Aufbereitung des Informationsangebots frauenrelevante Themen und Perspektiven besondern berücksichtigt

70 Winker

werden. Im deutschsprachigen Raum ist dieser Sonderweg von speziellen Frauensuchmaschinen zur Zeit wenig erfolgreich, da die finanziellen Ressourcen fehlen, um einen tatsächlich umfassenden Katalog aufzubauen. Umso wichtiger ist es deswegen, frauenrelevante Schlagworte in die vorhandenen Kataloge, z.B. in *Web.de* zu integrieren. Das bedeutet, dass Schlagworte wie Schwangerschaft, Mädcheninitiative, Frauenprojekt, Lesbe uvm. im Sinne des Gender Mainstreaming integraler Bestandteil der großen Suchmaschinen werden und darunter eingeordnete Seiten damit auch auffindbar sind.

#### Öffentliche Internetauftritte

Auch bei vielen öffentlichen Portalen im Internet stellt sich die Frage, ob getrennte Frauenserver aufgebaut werden sollen oder die verschiedenen Informationsbedarfe, die sich aus den unterschiedlichsten Lebensbedingungen ergeben, in die Stadt-, Land- oder Bundesauftritte integriert werden sollen. Über den besten Weg lässt sich lange trefflich streiten. Angesichts der Tatsache, wie schwierig es bisher ist, alltäglich interessante und wichtige Informationen im Netz zu finden, sollte auf beiden Wegen vorangegangen werden.

Gerade auf Landesebene bestehen eine Reihe von Ansätzen, eigene Frauenserver aufzubauen und zu pflegen. Das zeitlich erste bundesdeutsche Landesportal ist das Fraueninfosystem Sachsen-Anhalt (www.frisa.de). Weitere Landesfrauenportale gibt es in Niedersachsen, Schleswig-Holstein sowie Nordrhein-Westfalen. Im Entstehen begriffen ist www.frauenaktiv.de vom Land Baden-Württemberg, das aber von der Funktionalität und Informationstiefe den anderen Landesportalen deutlich nachsteht. Ein erster wichtiger Schritt könnte sein, einen baden-württembergischen Frauen-Server einzurichten, der diesen Namen verdient und seine kontinuierliche Pflege sicherzustellen. Neben spezifischen Frauenportalen ist die Integration von frauenrelevanten Themen in die kommunalen und landespolitischen Internetauftritte dringend geboten. Allerdings zeigt eine Studie zu den Internetauftritten der bundesdeutschen Landeshauptstädte (Winker/Preiß 2000), dass Fraueninteressen im bisherigen deutschsprachigen Angebot kaum mitgedacht werden. Diese Studie kommt zum Ergebnis, dass die virtuelle Abbildung der Städte noch weitaus schlechter ist als die städtische Realität, die bei der Unterstützung von Frauenbelangen ebenfalls noch viel zu wünschen übrig lässt. Deutsche Landeshauptstädte sind noch weit davon entfernt, mit ihren elektronischen Stadtinformationssystemen ein Angebot für Frauen zur Verfügung zu stellen, das zur Zeitersparnis und Arbeitserleichterung führen kann und die vorhandenen Angebote von und für Frauen im öffentlichen Raum präsent werden lässt. Es fehlen in der Darstellung – in der kommunalen Realität durchaus vorhandene – Weiterbildungsangebote, Schwangerenberatungsstellen, Kinderbetreuungseinrichtungen, Mädchenzentren, Frauenorganisationen und vieles mehr (ebd). Suchmöglichkeiten nach Geschlecht werden – auch dort wo es Sinn machen würde – kaum angeboten. Nach Veröffentlichung der oben genannten Studie haben die Betreiber des Internetportal Bremen (www.bremen.de) zügig reagiert. Dort gibt es zum Beispiel inzwischen einen Ärztenavigator, in dem nicht mehr nur nach Fachgruppe und Bezirk, sondern auch gezielt nach Ärztinnen gesucht werden kann.

Auch das Landesportal Baden-Württemberg spricht über die Kategorie "leben und mitgestalten" Frauen als Zielgruppe an, verweist darunter allerdings nur auf die Erfolge der Politik zur besseren Vereinbarung von Beruf und Familie. Unabhängig davon, dass es kritisch zu betrachten ist gerade dieses Thema den Frauen und nicht den Familien zuzuordnen, werden auf dieser Website auch keine konkreten öffentlichen Unterstützungsleistungen dargestellt, mit denen dieses Ziel besser zu erreichen sein könnte.

Es gibt im öffentlichen Bereich insgesamt einen großen Nachholbedarf, was die gendersensitive Qualität der Internet-Portale angeht. Gerade öffentliche Einrichtungen müssen darauf verpflichtet werden, Frauenrealitäten auf ihren Internetseiten qualitativ hochwertig, den Möglichkeiten des Mediums entsprechend abzubilden und damit für Frauen wissenswerte Informationen bereitzustellen. Denn nur wenn sich Frauenalltag im Internet widerspiegelt, kann auch für die Mehrheit von Frauen das erreicht werden, was mit dem Begriff der Medienkompetenz als aktive gesellschaftliche Teilhabe und Einflussnahme mit Recht gefordert wird.

Das bedeutet, dass die Unterrepräsentanz von Frauen im Internet nicht nur in Zusammenhang mit schlechteren Zugangsbedingungen für Frauen gesehen werden kann. In Zukunft müssen auch sehr sorgfältig die Inhalte und Strukturen des WWW analysiert und gestaltet werden. Der Alltag von Frauen unterscheidet sich in der Regel noch immer recht deutlich vom typischen Männeralltag. Nach wie vor sind vor allem Frauen für die unbezahlte Hausund Sorgearbeit zuständig. Die Bewältigung dieses Alltags – zunehmend verbunden mit paralleler Erwerbsarbeit – wird aufgrund vielschichtiger Individualisierungsprozesse in unserer Gesellschaft immer komplexer. Damit gewinnen alltagsorientierte Informationssysteme, die zu einer Erleichterung des Alltags beitragen können, an Bedeutung.

#### Unterrepräsentanz von Frauen in der IT-Technik

Frauen sind allerdings nicht nur im Internet unterrepräsentiert, sondern noch viel deutlicher in den (informations-)technischen Bildungsbereichen und Berufen. Verantwortlich für diese Situation sind die gesellschaftlichen Vorstellungen von Technik. Geschlechterstereotype wie "Frauen sind gefühlvoll und fürsorglich", "Männer sind technisch kompetent und dominant" beeinflussen die Erwartungen an das Rollenverhalten von Mädchen und Jungen und prägen die Leitbilder, die sie sich suchen. Noch immer wird ein Technikmythos verbreitet, mit dem technisches Wissen zum männlichen Geheimwissen stilisiert wird.

Zwar gehen viele Frauen heute in Ausbildung und Beruf ganz selbstverständlich mit zahreichen Anwendungen der Informations- und Kommunikationstechnologien um. Doch etwas überzeichnet lässt sich sagen, dass sobald eine größere Anzahl von Frauen etwas Technisches tut, diese Aufgabe nicht mehr zur Technik gehört. Gleichzeitig stellen die Studiengänge im Bereich der Informatik vor allem Technikorientierung und einen nüchternen, emotionslosen Umgang mit technischen Problemstellungen in den Vordergrund. Dies führt wiederum dazu, dass sich nur wenige Frauen für informationstechnische Berufe und Studiengänge interessieren.

Mit der mangelhaften Frauenbeteiligung in technischen Disziplinen bleiben die kreativen Potentiale von Frauen, ihre Lebenserfahrungen und Werte bei der Entwicklung grundlegen72 Winker

der Technologien ungenutzt. Dies stellt nicht nur eine Diskriminierung von Frauen dar, sondern kann weitergehende negative Auswirkungen auf das bundesdeutsche Wirtschaftssystem haben. Denn beinahe alle Expertinnen und Experten sind sich inzwischen darin einig, dass Berufe im Bereich neuer Technologien heutzutage nicht nur die technische Kompetenz ihrer Beschäftigten, sondern mindestens im gleichen Maße soziale und kommunikative Kompetenz benötigen, Fähigkeiten also, die eher Frauen zugeschrieben werden. Gleichzeitig herrscht ein Fachkräftemangel im Bereich der informationstechnischen Berufe. Die Bundesrepublik Deutschland kann sich auf einem weltweit umkämpften Markt nicht mehr leisten, bei der Auswahl der besten technischen Fachkräfte auf die Hälfte der Menschheit, die Frauen zu verzichten.

Vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst wird seit Beginn des Jahres 2001 deswegen das Netzwerk Frauen.Innovation.Technik Baden-Württemberg gefördert (www.netzwerk-fit.de). Unter der Projektleitung der Autorin an der FH Furtwangen angesiedelt, verfolgt es primär das Ziel, die Attraktivität von Studiengängen in den Ingenieurwissenschaften und der Informatik zu steigern und Frauen zu ermutigen, diese Studienfächer zu wählen. Mit Probestudientagen und anderen Schnupperkursen werden Mädchen und junge Frauen zur Auseinandersetzung mit Technik motiviert. Diese Angebote tragen dazu bei, das Berufswahlspektrum für Richtung Mädchen in (informations-) technischer Berufe zu erweitern. Mit einer Sommerhochschule für Frauen in der Informatik, der Informatica Feminale, wird Studentinnen und Praktikerinnen in der IT-Branche eine fachliche Weiterbildung und ein Erfahrungsaustausch unter technisch interessierten Frauen ermöglicht. Es werden Netzwerke geknüpft, die auch der Karriereförderung einzelner Informatikerinnen und Ingenieurinnen dienen. Die einwöchige Informatica Feminale hat in Baden-Württemberg zum ersten Mal im September 2001 mit knapp 200 Teilnehmerinnen an der FH Furtwangen stattgefunden und wird von 22. - 28. September 2002 an der Universität Freiburg durchgeführt (<u>www.netzwerk-fit.de/informatica</u>).

Ebenfalls an der FH Furtwangen wird mit einem Frauenstudiengang WirtschaftsNetze (<a href="www.wnb.fh-furtwangen.de">www.wnb.fh-furtwangen.de</a>) im Bereich der Wirtschaftsinformatik experimentiert, der in März 2002 seine Tore geöffnet hat. Hintergrund dieses Projektes ist die Überlegung, alle Möglichkeiten auszuprobieren, mit denen mehr junge Frauen für die Informatik gewonnen werden können.

In dem Maße wie es auch weiter gelingt, die Studienanfängerinnenquote in der Informatik von derzeit bundesweit 18% zu steigern (1994 lag sie an ihrem Tiefpunkt bei 11%), werden auch in Zukunft unterschiedliche Lebenserfahrungen in die Gestaltung des Internet einfließen, die gerade auch Bürgerinnen bei ihren Aufgaben im Alltag unterstützen können. Wichtig sind netzbasierte Anwendungen, die Arbeitserleichterung und Zeitersparnis für den Alltag gerade von doppelbelasteten Frauen bieten. Notwendig sind darüber hinaus auch qualifizierte Redaktionen, die das Prinzip des Gender Mainstreaming in das Internet-Informationsangebot integrieren. Gleichzeitig kann über geschlechtersensitive Alltagsinformationssysteme auch die Präsenz von Frauen in der Öffentlichkeit erhöht werden.

- Becker, Barbara / Christiane Funken (1998): Elektronische Kommunikation. In: Gabriele Winker / Veronika Oechtering (Hrsg.): Computernetze Frauenplätze. Frauen in der Informationsgesellschaft. Opladen: Leske & Budrich, S.175-185
- Eimeren, Birgit van / Heinz Gerhard (2000): ARD/ZDF-Online-Studie. In: Media Perspektiven 8/2000, S.338-349
- Fittkau, Susanne / Holger Maaß (Hrsg.) (2001): Frauen im Internet. WWW-Benutzer-Analyse, April/Mai 2001
- Winker, Gabriele (1999): Geschlechterverhältnis und vernetzte Systeme. In: Zeitschrift für Frauenforschung 17, Heft 1+2/99, S.9-25
- Winker, Gabriele / Gabriele Preiß (2000): Unterstützung des Frauen-Alltags per Mausklick? Zum Potenzial elektronischer Stadtinformationssysteme. In: Zeitschrift für Frauenforschung und Geschlechterstudien, Heft 1+2/2000, S.49-80

Dr. Claus Hoffmann

# start und klick! Das Einsteigerprogramm für PC und Internet der Landesstiftung Baden-Württemberg

start und klick! ist das europaweit größte Einsteigerprogramm für PC und Internet. Veranstalter ist die Landesstiftung Baden-Württemberg. Mit speziellen Kursangeboten wird seit September 2001 die Computerund Internetkompetenz der baden-württembergischen Bevölkerung verbessert. Ziel ist es, der Tendenz einer modernen Zweiklassengesellschaft entgegen zu wirken und Bürger, die Computer und Internet nicht oder nur selten nutzen, zu motivieren, sich Kenntnisse im Umgang mit modernen Informationstechnologien anzueignen. Seit Projektstart fanden etwa 5.000 Kurse mit insgesamt 50.000 Teilnehmenden in Baden-Württemberg statt.

#### Grundlagen start und klick!

Das Einsteigerprogramm start und klick! der Landesstiftung Baden-Württemberg vermittelt grundlegende Kenntnisse in der Computer- und Internetanwendung für weite Bevölkerungskreise in Baden-Württemberg. Mit einer nachhaltigen Investition von derzeit etwa 10,17 Mio. Euro werden seit September 2001 flächendeckend Weiterbildungskurse angeboten und durchgeführt. Täglich finden ca. 30 start und klick!-Kurse für PC oder Internet statt. Jährlich qualifizieren sich im Rahmen des europaweit größten Medienkompetenzprojekts etwa 130.000 Personen für den Umgang mit den neuen Medien.

Start und klick! ist ein wichtiger Schritt bei der Verwirklichung der Informationsgesellschaft in Baden-Württemberg. Das verbesserte Weiterbildungsangebot soll die Computer- und Internetkompetenz der baden-württembergischen Bevölkerung steigern. Die zeitlich befristete, besonders intensive Kampagne soll Bürger motivieren, sich mit Computer und Internet als dem gängigen Handwerkszeug und einer fundamentalen Kulturtechnik unserer heutigen Lebens- und Arbeitswelt vertraut zu machen. Mit start und klick! soll damit der Tendenz einer modernen Zweiklassengesellschaft entgegengesteuert werden, nach der ein Teil der Bevölkerung neue elektronische Medien kompetent und souverän im Alltag nutzt, während der andere Teil davon ausgeschlossen bleibt.

Veranstalter von start und klick! ist die Landesstiftung Baden-Württemberg, deren Gesellschaftszweck in der Förderung von gemeinnützigen Projekten besteht, soweit diese geeignet sind, die Zukunftsfähigkeit Baden-Württembergs zu sichern. Die MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg hat das Projektmanagement für start und klick! übernommen.

Im Februar 2002 nutzten 51,5 Prozent der Baden-Württemberger über 14 Jahren das Internet. Dies entspricht 4,5 Millionen Personen. Einen Computer verwendeten 68,4 Prozent der baden-württembergischen Bevölkerung bzw. 6,0 Millionen Personen in dieser Altersgruppe. Dies bedeutet, dass 4,3 Millionen Baden-Württemberger das Internet bislang weder privat noch beruflich nutzen. Die entsprechende Zahl für die Computernutzung beläuft sich auf 2,7 Millionen Personen.<sup>6</sup> Diese Zielgruppe der Nicht-Nutzer soll mit dem Programm start und klick! angesprochen und motiviert werden, sich zu qualifizieren.

Abbildung 1 stellt die Entwicklung der Computer- und Internetnutzung in Baden-Württemberg grafisch dar.

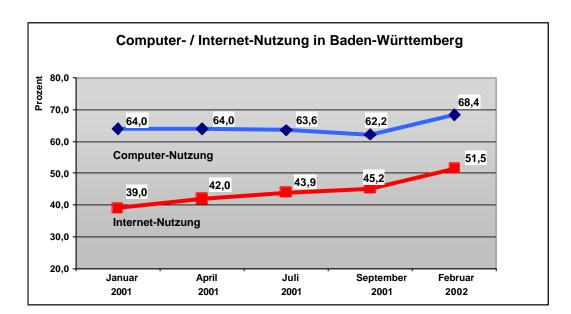


Abb. 1: Entwicklung der Computer-/Internetnutzung in Baden-Württemberg

Quelle: SWR Medienforschung

# Geförderte Computer- und Internetkurse

Die Landesstiftung gewährt auf Internet- und Computerkurse, die bestimmte Mindestanforderungen erfüllen, einen Zuschuss in Höhe der Hälfte der Kursgebühr, maximal 52 Euro pro Teilnehmenden. Ziel der geförderten Computerkurse ist die Vermittlung einer Grundkompetenz für die sichere und sinnvolle Nutzung des Computers. Die Teilnehmenden sollen ein Verständnis für die Grundfunktionen des Computers aufbauen und in einfache Anwendungsprogramme, etwa Textverarbeitung oder Tabellenkalkulation, eingeführt werden. Zur Zielgruppe gehören baden-württembergische Bürger ohne oder mit nur geringen Compu-

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Quelle SWR Medienforschung: http://www.mediendaten.de

terkenntnissen. Die Themen der Computerkursen erstrecken sich von den Grundlagen des Computers und Betriebssystemfunktionen über die Einführung in einfache Anwendungen bis hin zu Kommunikationsformen wie Telefax oder Elektronische Post mit Hilfe des Computers. Ein standardisierter Lernzielkatalog und einheitliches Kursbegleitmaterial stehen für Kursanbieter zur Verfügung.

Die Internetkurse sollen eine Grundkompetenz für die sichere und sinnvolle Nutzung des Internets im privaten, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld vermitteln. Neben den notwendigen technischen Qualifikationen sollen auch Kenntnisse im Umgang mit den Inhalten und Dienstleistungen des Internets gelehrt werden. Die Internetkurse richten sich an Bürger Baden-Württembergs ohne oder mit nur geringen Internetkenntnissen und -erfahrungen. Behandelt werden Themen wie Grundlagen und Entstehung des Internets, Möglichkeiten des Internetzugangs, Browsernutzung, Formen der Internetrecherche, Möglichkeiten der Information, Kommunikation und Transaktion per Internet und auch Grundlagen der Datensicherheit und des Datenschutzes sowie rechtliche Besonderheiten. Ein entsprechender Lernzielkatalog und einheitliches Kursbegleitmaterial wurden für die start und klick!-Partner entwickelt.

Die Computer- und Internetkurse müssen definierte Anforderungen an Hardware- und Softwareausstattung, fachliche Kompetenz der Lehrenden, Kursbegleitmaterial, zeitlichen Umfang und räumliches Umfeld erfüllen. Gefordert werden beispielsweise Computer mit Pentium II- oder einem vergleichbaren Prozessor, eine aktuelle Softwareausstattung, für jeden Teilnehmenden einen eigenen Schulungscomputer, mindestens zwölf Zeitstunden Unterricht bzw. 16 Unterrichtseinheiten und der Nachweis einer technischen und pädagogischen Kompetenz und Erfahrung der Trainer.

### Marketing und Kommunikation

Eine breit angelegt Werbe- und Kommunikationskampagne begleitet das Programm start und klick! Ziel ist es, eine zielgruppengerechte Ansprache von Bürgern zu erreichen. Zu diesem Zweck wurde zunächst die Identifikationsmarke start und klick! entwickelt. Sämtliche von der Landesstiftung Baden-Württemberg unterstützten Kurse müssen von den Partnern mit dem Logo gekennzeichnet und beworben werden. Zur Werbung dienen Plakate und Informationsbroschüren, die von den Partnern, aber auch von Kommunen, Verbänden und Multiplikatoren verteilt werden. Außerdem werden den Kursanbietern einheitliche Teilnahmebestätigungen zur Verfügung gestellt, die ansprechend gestaltet sind und der Bedeutung des Projekts gerecht werden. Die Druckmaterialien sind in der folgenden Abbildung 2 wiedergegeben.

Abb. 2: Plakat, Teilnahmebestätigung und Flyer start und klick!

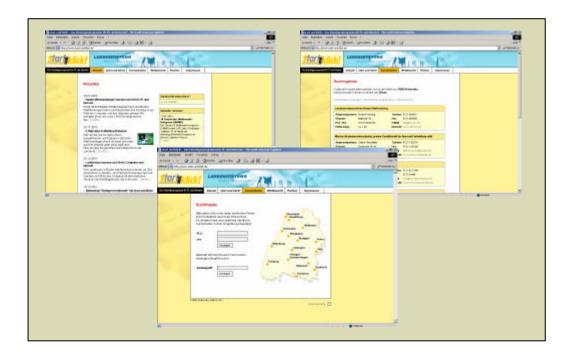


Regelmäßig werden aktuelle Mitteilungen über das Projekt an Medienvertreter verschickt und Medienkontakte gepflegt. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Partner bezüglich start und klick! wird zudem unterstützt und koordiniert. Um die Bekanntheit des Projekts noch zu steigern, werden im Jahr 2002 mit sechs baden-württembergischen Tageszeitungen start und klick!-Rallyes durchgeführt. Interessierte Bürger können sich zudem bei einer Hotline telefonisch zum Ortstarif (Nummer 01801/070700) über Kursanbieter in ihrer Region informieren.

Eine Website im Internet (www.start-und-klick.de) bietet vielfältige und aktuelle Informationen zu start und klick! und listet sämtliche Kursanbieter in einer Datenbank auf. Kursanbieter lassen sich nach geografischen Kriterien suchen, so dass Bürger, die bereits einen Internetzugang haben, gezielt einen Anbieter in ihrer Region finden können. Die Website dient aber auch zur Information der Partner und Interessenten von start und klick!. Abbidung 3 stellt einzelne Seiten der Website dar.

78 Hoff-

# Abb. 3: Website www.start-und-klick.de

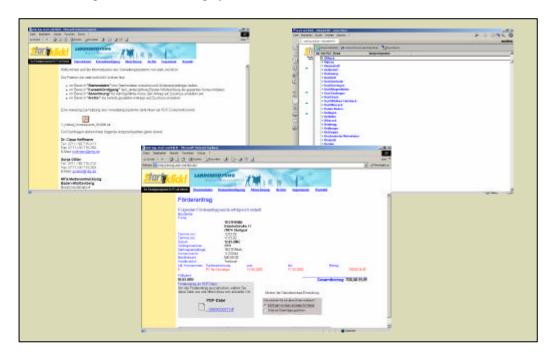


# Verwaltungsverfahren

Zur Projektabwicklung wurde Anfang des Jahres 2002 ein onlinegestütztes Antrags und Abrechnungssystem in Betrieb genommen, das die Zahlungs und Prüfvorgänge unterstützt und erleichtert. Die Kursanbieter tragen ihre Abrechnungsdaten über das Internet in eine Datenbank ein. Im Abrechnungssystem werden dann automatisch die vollständig ausgefüllten Abrechnungsformulare erstellt und als PDF-Dokumente zum Ausdruck für die Antragsteller bereitgestellt. Die start und klick!-Partner müssen die Formulare lediglich noch um bestimmte Anlagen ergänzen und an die MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg senden. Vor der Freigabe der Mittel werden die Anträge sachlich und rechnerisch geprüft.

Das Verwaltungsverfahren zeichnet sich durch eine hohe Effizienz und Effektivität der Projektabwicklung aus. Das onlinegestützte System ermöglicht die Abwicklung von ca. 15.000 Abrechnungsvorgängen pro Jahr. Die technischen Voraussetzungen zur Nutzung des Systems sind gering, vorausgesetzt wird lediglich ein aktueller Standardbrowser und eine Internetverbindung. Abbildung 4 vermittelt einen Eindruck vom Antrags- und Abrechnungssystem start und klick!.





### Ergebnisse start und klick! in Baden-Württemberg

Im Zeitraum von September 2001 bis März 2002 haben über 470 Partner Computer- und Internetkurse für die Landesstiftung Baden-Württemberg veranstaltet. Unter ihnen befanden sich ca. 250 private Anbieter, ca. 150 Volkshochschulen und 70 sonstige Partner, beispielsweise Familienbildungsstätten, Landfrauenvereine, Vereine Hardware4Friends, private Vereine sowie soziale, kirchliche und karitative Einrichtungen. Für das Einsteigerprogramm start und klick! konnten nicht nur zahlreiche etablierte Anbieter, sondern auch neue Initiativen und Veranstalter gewonnen werden. Gerade für Zielgruppen, die bisher wenig Affinität zu den Themen Computer und Internet aufwiesen, entstanden neue Kursangebote, die sich speziell an den Bedürfnissen der Personenkreise orientieren.

Seit September 2001 fanden etwa 5.000 Kurse mit insgesamt 50.000 Teilnehmenden statt. Das verbesserte Weiterbildungsangebot in den Bereichen Computer und Internet wird von den baden-württembergischen Bürgern intensiv genutzt. Entgegen einem bundesweiten Trend verzeichnet in Baden-Württemberg die Nachfrage nach EDV-Kursen entsprechend den aktuellen Erfahrungen des Volkshochschulverbands Baden-Württemberg keinen Rückgang bei den Teilnehmerzahlen. Eine erste statistischen Auswertung der Teilnehmerzahlen zeigt zudem, dass gerade im ländlichen Raum das vielfältige und günstige Angebot an Computer- und Internetkursen auch stark genutzt wird.

80 Breiter

Dr. Andreas Breiter

# Web.Punkte - über die Schule ins Internet

Auf dem Weg in die Wissensgesellschaft werden Schulen neben den anderen Bildungseinrichtungen eine wichtige Rolle für das lebensbegleitende Lernen spielen. Bislang stehen die Institutionen eher nebeneinander und die Öffnung der Schule in die lokale Gemeinschaft findet auch nur an wenigen Standorten statt. Mit dem Projekt "Web.Punkte" hat der Senator für Bildung und Wissenschaft des Landes Bremen gemeinsam mit einem privaten Partner (Deutsche Telekom AG) versucht, diese Lücke zu schließen. An 25 Schulstandorten in Bremen und Bremerhaven wurden Internet-Cafés eingerichtet, die vormittags der Schule für ihre pädagogische Arbeit und nachmittags dem Stadtteil zur Verfügung stehen. Die Betreuung des Raumes am Nachmittag und die Unterstützung der externen Nutzerinnen und Nutzer erfolgt durch Schülerinnen und Schüler der Schulen ("Scouts").

# Die "Digitale Kluft" als bildungspolitische Herausforderung

Unter den Expertinnen und Experten herrscht erstaunliche Einigkeit: Das Internet wird die Art und Weise wie wir leben und arbeiten grundlegend verändern und auch die privaten und öffentlichen Kommunikationsformen werden davon betroffen sein. Allerdings lässt sich zum heutigen Zeitpunkt nicht sagen, was sich genau wie verändern wird. Es geht zum einen um direkte Einwirkungen durch den Einsatz Internet-basierter Technologien, zum anderen um parallele ökonomische und soziale Prozesse der Globalisierung und Individualisierung, die wiederum Folgen für die Internetnutzung bestimmter Bevölkerungsgruppen oder Beschäftigte hat. Es herrscht daher heute die allgemeine Überzeugung, dass es für Bürgerinnen und Bürger notwendig sein wird, dieses neue Medium zu verstehen und für ihre jeweiligen Zwecke zu nutzen. Die effektive Verwendung des "World Wide Web" als komplexe verteilte Informationsquelle erfordert Fertigkeiten, die in der Vergangenheit speziellen Berufen im Bereich des Informations-, Dokumentations- und Bibliothekswesens oder Journalistinnen und Journalisten vorbehalten waren und die nun selbstständig von allen Menschen ausgeführt werden könnten.

Die Vermittlung von Medienkompetenz in Zusammenhang mit Methodenkompetenz sowie Informations- und Kommunikationskompetenz ist daher eine Schlüsselaufgabe der Bildungseinrichtungen. Die Ausstattung von Schulen und Hochschulen mit Computern und Internetanschlüssen wird daher trotz sonst zurückgehender Bildungsetats stark gefördert. Angesichts der Investitionen wird allerdings zunehmend diskutiert, welche Aufgabe die Schule und damit der Staat zur Förderung medienkompetenter Bürgerinnen und Bürger hat. Neben der instrumentellen Nutzungskompetenz – wie bei einem "Computer-Führerschein" – müssen die gestalterischen und kritisch-reflexiven Elemente einer Herausbildung von Medienkompetenz berücksichtigt werden (vgl. Aufenanger 2001; Baacke 1996; Moser 1999) – und diese lassen sich für Kinder und Jugendliche aus allen sozialen Gruppen am ehesten gemeinsam in der Schule erlernen. Aus gesamtgesellschaftlicher Perspektive wird über die Schule aber nur jeder

Achte erreicht. Für Studierende ist die Universität und für Erwerbstätige die betriebliche Fortbildung der Qualifizierungsort. Aber unter den 80 Millionen Deutschen befinden sich auch 16 Millionen Hausfrauen und Hausmänner, vier Millionen Erwerbslose und über 20 Millionen Seniorinnen und Senioren. Medien sind im ökonomische Sinne Erfahrungsgüter, das bedeutet, ihr Nutzen lässt sich erst dann beurteilen, wenn sie benutzt werden. Dazu gibt es speziell beim Internet hohe Barrieren. TNS-Emnid hat im bundesdeutschen Durchschnitt fast die Hälfte der Bevölkerung als "Internet-Verweigerer" identifiziert (TNS-Emnid 2001). Die Wortwahl suggeriert, dass es sich dabei um Menschen handele, die nach sorgfältiger Prüfung zu dem Ergebnis gelangt sind, dass für sie nichts Relevantes im Internet zu finden sei und auch E-Mail oder Foren keinen Nutzen für sie hätten. Häufig ist das Gegenteil der Fall: es fehlt die Erfahrung und die angeblichen "Verweigerer" werden sich auch keinen Computer kaufen, um sich vom Gegenteil zu überzeugen.

Dennoch verfügen etwa 40 Prozent der deutschen Bevölkerung über einen Zugang zum Internet, sei es zu Hause oder an der Arbeitsstätte (GfK 2000). Die nähere Analyse der soziodemografischen Zusammensetzung der Nutzerinnen und Nutzer offenbart allerdings eine "digitale Kluft" zwischen den Bildungsschichten. So ist der Anteil der Hochschulbsolventen fast zehn Mal so groß wie bei Menschen mit Hauptschulabschluss (ausführlicher bei Kubicek & Welling 2001). Der gesellschaftliche Sprengstoff liegt darin, dass diejenigen, die ohnehin bildungsmäßig einen Vorsprung besitzen, diesen durch Aneignung des neuen Mediums ausbauen, während die bisher schon Benachteiligten weiter zurückfallen. Es entsteht ein Teufekkreis, da die Aneignung des neuen Mediums nur dann möglich ist, wenn "alte" Kulturtechniken (insbesondere Lesen und Schreiben) bereits beherrscht werden. Somit offenbart die digitale Kluft keine neue Trennungslinie oder ungleiche Chancen, sondern sie verschärft das vorhandene Bildungsgefälle. Daher sollten alle Menschen die Chance erhalten, in die Nutzung dieses neuen Mediums eingeführt zu werden und zu erfahren, ob und wie es im beruflichen und im privaten Zusammenhang in den persönlichen Medien-Mix integriert werden kann. Neben Initiativen wie "Schulen ans Netz" und Ausstattungsprogrammen für Hochschulen gibt es unter dem Motto "Internet für alle" inzwischen vielfältige Initiativen von staatlichen Institutionen oder Verbänden für spezielle Nutzungsgruppen, Angebote in Bibliotheken, Volkshochschulen und Jugendheimen sowie kommerzielle Internetcafés (siehe www.-digitalechancen.de). Das Angebot öffentlicher Internet-Zugangsorte ist allerdings noch verbesserbar und ausbaubar. Verschiedene Untersuchungen verweisen auf folgende Problembereiche:Anzahl und Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

- Aufbau und Management der technischen Infrastruktur,
- Umfang, Qualität und Vielseitigkeit der Angebote,
- unzureichende Angebote für die Internetnutzung unterrepräsentierter Bevölkerungsgruppen,
- Unterversorgung sozial benachteiligter Nachbarschaften.

Genau in diese Lücke stößt das Projekt Web.Punkte durch die Verbindung schulischer Medienarbeit und der Öffnung des Computerraumes der Schule für Bürgerinnen und Bürger des Stadtteils am Nachmittag. Das Projekt ist zudem eingebettet in den Schulentwicklungsprozess hin zu einer stärkeren Öffnung der Schule.

82 Breiter

Die Web.Punkte als Kombination schulischer Öffnung und der Bereitstellung von Internetzugängen für Bürgerinnen und Bürger

In fast allen Schulgesetzen der Bundesländer ist die Offnung von Schule als ein bildungspolitisches Ziele verankert. So steht beispielsweise im Bremischen Schulgesetz: "Die Schule ist Teil des öffentlichen Lebens ihrer Region und prägt deren soziales und kulturelles Bild mit. Sie ist offen für außerschulische, insbesondere regionale Initiativen und wirkt im Rahmen ihrer Möglichkeiten an ihnen mit [...]" (§4, 6 BremSchG) und weiter "[z]ur Erfüllung ihres Auftrages arbeitet die Schule zusammen mit Institutionen, die allgemein für die Angebote und Hilfen [...] zuständig sind, insbesondere mit den außerschulischen Bildungs-, Förderungs- und Beratungsangeboten der Jugendhilfe, mit den örtlichen Beiräten sowie sozialen und kulturellen Einrichtungen der Region [...]" (§ 12 BremSchG). In anderen europäischen Ländern wird diese Bedeutung der Schule als Mittelpunkt auch der kommunalen Entwicklung bereits wesentlich stärker gesehen (siehe Breiter 2001). Auch Fachleute aus Wissenschaft und Praxis betonen die Bedeutung für die Schulentwicklung. (siehe bspw. Buhren 1997, Marczinski / Rixius 1996). Dazu gehört die Einbindung des Schulumfeldes, externer Partner (Volkshochschule, Bibliotheken, Jugendeinrichtungen oder lokale Unternehmen) und auch die doppelte Nutzung von Räumen und Ressourcen. Dafür gibt es schon viele Beispiele an verschiedenen Schulen; Teile eines Gesamtkonzepts sind sie noch nicht, sondern in erster Linie auf die Initiative von Einzelnen angewiesen.

Daher greifen Investitionsprogramme zur Ausstattung von Schulen mit PCs und Netzwerken zu kurz: Sie verpassen die stärkere Bündelung bereits vorhandener Ressourcen durch Einbeziehung weiterer regionaler Akteure. Außerdem sind nur große kommunale Schulträger zu derartig umfangreichen Programmen in der Lage, während Landkreise, kleinere Städte oder Gemeinden weder die finanziellen noch die personellen und organisatorischen Ressourcen zur Abwicklung zur Verfügung stehen. Es ist daher ein neues bzw. verändertes Verständnis einer regionalen Bildungslandschaft zu entwickeln: Synergieeffekte zwischen den Bildungseinrichtungen müssen genutzt werden, damit allen Bürgerinnen und Bürgern der Region Nutzungsmöglichkeiten zum Erwerb der notwendigen Kernkompetenzen in der Informationsund Wissensgesellschaft zur Verfügung stehen.

Als eine Maßnahme wurde mit dem Projekt "Web.Punkte" im Lande Bremen ein für Deutschland einmaliges Kooperationsprojekt zwischen der Deutschen Telekom AG und dem Senator für Bildung und Wissenschaft des Landes Bremen als "Public-Private-Partnership" gestartet. Dabei geht es zum einen um eine verbesserte Ausstattung von Schulen mit neuen Medien und zum anderen um ein Angebot für Bürgerinnen und Bürger aus dem Stadtteil. Zu Beginn des Schuljahrs 2001/2002 wurden insgesamt 25 weiterführende Schulen in Bremen (19) und Bremerhaven (6) mit Internet-Cafés ausgestattet. Beide Partner bringen dafür bis Ende 2002 jeweils zwei Millionen DM auf. In einer Pilotphase von August bis Dezember 2000 wurden 6 Schulstandorte versorgt und die Erfahrungen daraus für den weiteren "Roll-out" genutzt. Alle Schulen der Sekundarstufen I und II waren aufgefordert sich zu bewerben. Dabei musste ein inhaltliches Konzept sowohl für die Nutzung am Vormittag als auch für die Einbindung externer Nutzergruppen am Nachmittag vorgelegt und bestehende

Kooperationen dargelegt werden. Insgesamt hatten sich auf die verbleibenden 19 "Web.Punkte" über 25 Schulen beworben.

Die Besonderheit des Projektes liegt in der Kombination einer schulinternen Nutzung des Raumes am Vormittag und der Öffnung des "Web.Punktes" für schulexterne Personen und Institutionen aus dem Stadtteil am Nachmittag. Ziel ist es, verschiedenen potenziellen Nutzergruppen im Stadtteil die Möglichkeit eines betreuten Zuganges zum Internet zu geben. Die Chance für die Schulen liegt darin, über den "Web.Punkt" Kooperationen mit Personen und Institutionen des Stadtteils zu entwickeln. Das Projekt hatte von Anfang an den Anspruch, eine möglichst breite regionale Verteilung unter besonderer Berücksichtigung benachteiligter Regionen zu erreichen. Dies ist sowohl in Bremerhaven-Lehe als auch im Bremer Osten gut gelungen. Fast alle Regionen der Städte verfügen über einen Standort (siehe Abbildung 1). Die inhaltliche Unterstützung der externen Nutzerinnen und Nutzer erfolgt durch Schülerinnen und Schüler ("Scouts"). Die Scouts helfen einerseits beim technischen Support, andererseits sind sie Ansprechpartner für Nutzerinnen und Nutzer, die Hilfen bei der Bedienung der Software oder beim Finden von Informationen im Internet benötigen. Neben der Vermittlung von Computer- und Internetkenntnissen werden die Scouts deshalb auch auf verschiedene Nutzungssituationen durch Trainerinnen und Trainer vorbereitet. Für ihre Tätigkeit erhalten sie eine Aufwandsentschädigung, die im Rahmen des Projektes den Schulen zur Verfügung gestellt wird.

Bremerhaven

Bremen

Pilotschulen seit 12/2000

Neue Standorte seit 10/2001

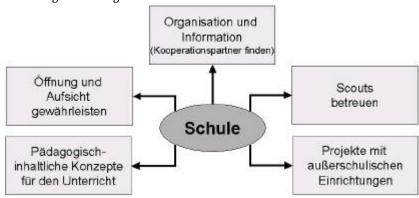
Abbildung 1: Regionale Verteilung der Standorte

Anforderungen an die Schule

An die Schulen wurden im Rahmen der Ausschreibung hohe Anforderungen gestellt. Zielgruppe waren ausschließlich Schulen der Sekundarstufen I und II, im Verlauf der Realisierung kam noch ein Förderzentrum für Schülerinnen und Schüler mit speziellen Bedürfnissen in Bremen-Nord hinzu. Die Schule musste aus Sicherheitsgründen einen Raum in peripherer Lage mit direktem Außenzugang bereit stellen, der zudem gegenüber dem übrigen Schulbereich abgetrennt werden kann. Diese Voraussetzung erfüllten einige Bewerbungen nicht. Die 84 Breiter

Zugänglichkeit auch für Rollstühle war eine weitere Voraussetzung, die später aber als Kann-Kriterium eingeführt wurde, weil die Bedingungen in den meisten Schulstandorten nicht vorlagen. Im Rahmen eines Kontraktes musste sich die Schule verpflichten, die Offnung des Raumes am Nachmittag zwischen 14 und 19 Uhr zu gewährleisten, davon sollten mindestens 15 Wochenstunden nicht durch feste Gruppen belegt sein, sondern freier Zugang herrschen. Den Schulen obliegt die Auswahl und die Betreuung der "Scouts", ihre Finanzierung musste über den Eltern- oder Schulverein abgewickelt werden. Aufgrund der schulrechtlichen Voraussetzungen und der Form der Betreuung der Nutzerinnen und Nutzer durch Minderjährige, muss die Schule sicher stellen, dass eine Aufsicht durch Lehrkräfte, Eltern oder andere Personen während der Öffnungszeiten gewährleistet ist. Die Schule verpflichtet sich zudem, mit allen Nutzerinnen und Nutzern eine Vereinbarung für den Umgang mit den Geräten und mit Inhalten aus dem Internet abzuschließen (ein Beispiel dazu findet sich unter www.webpunkte-bremen.de). Sie erklärt sich außerdem dazu bereit, an der laufenden Evaluation teilzunehmen, die neben einer Befragung der externen Nutzerinnen und Nutzer auch eine Befragung der Scouts und der verantwortlichen Lehrkräfte vorsieht. Last but not least hat die Schule für eine regelmäßige Reinigung des Raumes zu sorgen.

Abbildung 2: Aufgaben der Schule



Leistungen für die Schule

Die Schulen erhalten folgende Leistungen im Gegenzug für die im Kontrakt festgelegten Anforderungen:

### Renovierung eines Raumes je Schule

Der ausgewählte Raum wird baulich so hergerichtet, dass er auch attraktiv auf externe Besucherinnen und Besucher wirkt. Im Rahmen eines Deckelbetrags von 40.000 DM wurden der Fußboden neu gelegt, Wände und Decken gestrichen, die Elektroversorgung erneuert und neue Tische und Stühle gekauft.

#### Technische Ausstattung

In jeden Raum kommen 15 PCs sowie diverse Peripheriegeräte (Beamer, Digitalkamera, Laserdrucker). Die Schule erhält zusätzlich einen Laptop. Alle Arbeitsplätze werden vernetzt und mit einem Switch und Router mit 2 Mbit/s über die Deutsche Telekom AG an das Internet angeschlossen (Datendirektverbindung und T-DSL).

### Qualifizierung von Schülerinnen und Schülern zu "Scouts"

Die Scouts sind das Herzstück des Konzeptes. Im Rahmen zehnstündiger Schulungen durch Studierende und Mitarbeiterinnen der Universität Bremen wurden die Schülerinnen und Schüler der Schulen darauf vorbereitet, die technische und inhaltliche Betreuung der externen Nutzerinnen und Nutzer durchzuführen. Inhalte der Schulungen sind einerseits technisches Basiswissen, vor allem aber "pädagogische" Geschicklichkeit im Umgang mit Computer-Laien (z.B. wie richte ich einen Free-Mail-Account ein, wie finde ich Webseiten mit Suchmaschinen oder wie erstelle ich ein Dokument in einer Textverarbeitung?).

# • Mittel zur Bezahlung der "Scouts" und für den laufenden Betrieb

Die ausgewählten Schülerinnen und Schüler werden mit Stundenlöhnen zwischen 7,50 DM und 15 DM bezahlt, je nach Alter und Einsatzgebiet der Scouts. Die Schulvereine erhalten dafür 15.000 DM pro Jahr. In der Pilotphase stellte sich heraus, dass die Betriebskosten richt alleine von den Schulen getragen werden konnten (Mäuse, Toner, Papier, Datenträger usw.) – dafür erhalten die Schulvereine jährlich 1.500 DM.

### Technischer Support

In der Stadtgemeinde Bremen hat sich seit zwei Jahren ein für die Schulen kostenloses Supportangebot etabliert, das vom Schulträger finanziert wird. Der S3-Verein (siehe www.schul-support-service.de), in dem vornehmlich Studierende der Informatik arbeiten, hat eine Standardkonfiguration für die Web.Punkte entwickelt und auch installiert und wartet dieses System an allen stadtbremischen Standorten. In Bremerhaven hat die Stadtbildstelle den technischen Support übernommen.

### Koordinierung und Beratung durch das Projektteam an der Universität Bremen

Die Schulen werden während der Projektlaufzeit vom Projektteam der Universität Bremen unterstützt, das vom Senator für Bildung und Wissenschaft mit der Gesamtkoordination beauftragt wurden. Im Rahmen der Koordination erfolgen regelmäßige Arbeitstreffen der Schulen sowie moderierte Diskussionen auf einer Mailing-Liste, es gibt spezielle Unterstützung für die Scouts, zusätzliche Schulungs- und Informationsangebote und die Scouts-Schulungen werden regelmäßig durchgeführt. Die Universität führt auch die Evaluation durch.

### Erfahrungen und Konzepte für eine Verstetigung

Das erste Jahr mit den sechs Pilotschulen und die ersten Monate im Vollbetrieb hat zahlreiche Erkenntnisse ergeben, die später als Basis für die Evaluation dienen werden. Die Schulen haben sich sehr intensiv beteiligt und sehr viel Arbeit in die Konzepte und den Betrieb gesteckt. Einige von ihnen haben allerdings Schwächen bei der Konzeption und Organisation offenbart (Überforderung einzelner Lehrkräfte). Für die Schulen war und ist die Unterstützung durch die Projektleitung sehr wichtig, viele der übergreifenden Aufgaben wären aus eigener Kraft nicht möglich gewesen. Aus Sicht der Projektleitung an der Universität Bremen war die Zusammenarbeit mit dem privaten Partner anfangs sehr schwerfällig, hat sich aber

86 Breiter

sehr gut entwickelt, so dass heute von einer wirklichen "Public-Private-Partnership" gesprochen werden kann. Die spezifischen Bremer Bedingungen machten eine Zusammenarbeit mit der städtischen BauManagement Bremen (BMB) als Bauaufsicht nötig, die bei den Pilotschulen zu einer Beschleunigung der Baumaßnahmen, später allerdings aufgrund der weiteren Auslagerung der Aufgaben an ein Architekturbüro kaum kontrollierbar waren, und es kam dadurch zu erheblichen Verzögerungen von bis zu drei Monaten. Die Zusammenarbeit mit Teilen der Behörde insbesondere mit der zuständigen Abteilung des Schulträgers für den Aufbau der Netzinfrastruktur war anfangs sehr schwierig, da es erhebliche Meinungsverschiedenheiten hinsichtlich der Realisierung einer sicheren WAN-Anbindung der Schulen gab. Die enge bereits bestehende Kooperation mit dem Landesinstitut für Schule (LIS) und damit eine Verzahnung mit dem pädagogischen Support konnte dagegen weiter ausgebaut werden. Die externen Nutzerinnen und Nutzer sind nach den bisherigen stichprobenartigen Erlebungen sehr dankbar für das Angebot und nehmen es – mit Unterschieden zwischen den Standorten, aber insgesamt flächendeckend - intensiv wahr. Insbesondere Seniorinnen und Senioren nutzen die "Web.Punkte" in den frei verfügbaren Zeiten sowie in speziellen Kursen. Gerade bei ihnen hat die Arbeit mit den Scouts Hemmschwellen abgebaut und zugleich bei den Schülerinnen und Schülern wichtige Entwicklungen bewirkt (Aufbau von technischen und sozialen Kompetenzen, Selbstbewusstsein). Die Evaluation im Laufe des Jahres 2002 wird dazu weitere Ergebnisse liefern. An den Standorten bestehen vielfältige Angebote – hier eine Auswahl:

- Reservierte "Surf-Zeiten" für Senioren, Familien, Mädchen und Frauen,
- Kurse für Verwaltungskräfte, Reinigungspersonal, Eltern u.a. durch Scouts (PC und hternet, Homepage),
- Thementage (z.B. Job-Börsen),
- Spezielle Kursangebote (z.B. Seniorenchat, "Mädchen ans Netz"),
- Angebote f
   ür benachteiligte Gruppen (Kinder bzw. Erwachsene mit speziellen Bed
   ürfnissen, Einrichtung von barrierefreien Zug
   ängen),
- Gemeinsame Projekte (z.B. Zusammenarbeit bei der Entwicklung eines Stadtteilinformationssystems),
- Spezielle Stadtteilangebote (z.B. digitale Verwaltungsdienstleistungen).

Für eine Verstetigung über das Projektende im Dezember 2002 hinaus sind noch zahlreiche Maßnahmen zu ergreifen. Dazu gehört insbesondere eine stärkere Vernetzung mit anderen Zugangs- und Lernorten wie den Bibliotheken, den Gemeinschaftszentren, Jugendeinrichtungen oder auch der Volkshochschule. Insbesondere bei den Jugendeinrichtungen gibt es Konkurrenzgefühle, da sie das gleiche Klientel ansprechen, aber wesentlich schlechter ausgestattet sind. Die Befürchtung ist, dass durch die neuen stadtteilbezogenen Angebote der Schulen weitere Jugendliche von der Jugendzentren wegbleiben und die attraktiveren Angebote der Schulen nutzen werden. Daher ist hier ein Erfahrungsaustausch und eine Beratung notwendig, um komplementäre Angebote aufzubauen und zwischen schulischen und außerschulischen Lernorten Synergieeffekte zu erzielen. Es geht auch um neue Finanzierungsmodelle im Kontext neuer Steuerungsmodelle in der öffentlichen Verwaltung. Schulen haben beispielsweise derzeit keine oder nur halblegale Möglichkeiten zur Verbuchung von Einnahmen – Eltern-

vereine sind für derart komplexe Aufgaben häufig überfordert. Ein solches ehrgeiziges Projekt muss daher in einer regionalen Bildungslandschaft verankert werden, damit es nachhaltig wirken kann. Um dies zu erreichen, sind alle Akteure und auch weitere private Partner, gefordert.

Webseite des Projektes: www.webpunkte-bremen.de

#### Literatur

- Aufenanger, Stefan (2001): Medienkompetenz als Aufgabe von Schulentwicklung. SchulVerwaltung. Sonderausgabe 1. S. 4-6.
- Baacke, Dieter (1996): Medienkompetenz Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In Rein, Antje von (Hrsg.): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt. S. 112-124.
- Breiter, Andreas (2001): IT-Management in Schulen. Pädagogische Hintergründe, Planung, Finanzierung und Betreuung des Informationstechnikeinsatzes. Neuwied: Luchterhand.
- Buhren, Claus G. (1997): Öffnung von Schule: pädagogischen und/oder ökonomische Gewinne? In Böttcher, Wolfgang et al. (Hrsg.): Wege zu einer neuen Bildungsökonomie. Weinheim: Juventa. S. 229-235.
- GfK (2000): GfK Online-Monitor. 5 Untersuchungswelle. Präsentation der zentralen Ergebnisse. GfK AG.
- Kubicek, Herbert / Welling, Stefan (2001): Internet für alle durch institutionelle Förderung: Zur Rolle von Stiftungen, Öffentlichen Bibliotheken und anderen gemeinnützigen Einrichtungen in einer diversifizierten Informationsordnung. In Kops, Manfred, Schulz, Wolfgang / Held, Thorsten (Hrsg.): Von der dualen Rundfunkordnung zur dienstespezifisch diversifizierten Informationsordnung? Baden-Baden: Nomos. S. 217-248.
- Marczinski, A. / Rixius, Norbert (1996): Wie Lehren und Lernen sich verändern können: Gestaltung des Schullebens und Öffnung von Schule. Jahrbuch des Landesinstituts für Schule und Weiterbildung NRW: Schule auf neuen Wegen: Anstöße, Konzepte, Beispiele.
- Moser, Heinz (1999): Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter (2. Auflage). Opladen: Leske + Budrich.

TNS-Emnid (2001): Der Verweigereratlas. Basiserhebung. Initiative D21 und TNS Emnid.

Carmen Stadelhofer

# Fit für die Wissensgesellschaft – Interneterschließung für SeniorInnen

Internet und andere neue Informations- und Kommunikationstechnologien als Arbeitsinstrumente der Wissensgesellschaft bestimmen zunehmend das Arbeitsleben und den Lebensalltag. Es ist daher wichtig, allen Menschen die Möglichkeit zu erschließen, diese neuen Medien kennen und nutzen zu lernen, damit alle am gesellschaftlichen Fortschritt partizipieren können und einer "digitalen Spaltung" in unserer Gesellschaft entgegengewirkt wird. Bisher nutzen nur wenige SeniorInnen das Internet. Bei vielen älteren Menschen bestehen Vorbehalte hinsichtlich der Internetnutzung, die Ursachen hierfür sind komplex. Aufgrund der demographischen und gesellschaftlichen Entwicklungen ist es notwendig, SeniorInnen in ihrem unmittelbaren Lebensumfeld Möglichkeiten zu schaffen, durch eigene Erprobung die Hemmschwellen gegenüber der Technik abzubauen und den Nutzen für das eigene Leben kennen zu lernen. Bisher erfolgreich durchgeführte Maßnahmen zeigen, dass durch pädagogisch durchdachte zielgruppenspezifische Herangehensweisen, kostengünstige Zugangsorte und internetkundige SeniorInnen als TutorInnen nachhaltige Erfolge bei der Interneterschließung älterer Menschen erreicht werden können. Die notwendigen finanziellen und strukturdlen Investitionen aus Staat und Wirtschaft lohnen sich - die neuen Techniken unterstützen das selbständige Leben im Alter, weiterbildungsinterssierte, internetkundige SeniorInnen sind bereit, ihre im Lebenslauf erworbenen Kompetenzen älteren und jüngeren Menschen zur Verfügung zu stellen und dabei die neuen Techniken zu nutzen. Bei entsprechender Weiterbildung können "Senior-Internet-HelferInnen" kostengünstig und wirkungsintensiv die Freiwilligenarbeit in der Zivilgesellschaft stärken.

# Internetnutzung als Voraussetzung gesellschaftlicher Partizipation

Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, vor allem das Internet, wirken sich direkt und indirekt auf den Lebensalltag jedes Einzelnen wie auf die Gesamtgesellschaft aus. Alle sind davon betroffen; diejenigen, die diesen Entwicklungen folgen und sich Kompetenzen zur Handhabung der neuen Techniken aneignen ebenso wie diejenigen, die sich gegenüber diesen Entwicklungen distant zeigen. Dies gilt auch für die stark wachsende Gruppe der älteren Menschen.

Zunehmend werden bereits heute Alltagsvorgänge in Beruf und Privatleben per elektrorischer Post (E-Mail) und elektronischer Kontoführung (E-Banking) erledigt. Zukunftsprognosen gehen davon aus, dass viele Unternehmen in Zukunft aufgrund intensiven Kostenwettbewerbs bestimmte Funktionen ausschließlich Online anbieten werden (E-Commerce). Immer mehr öffentliche Einrichtungen stellen ihr Dienstleistungsangebot aus Kosten- und Flexibilitätsgründen auf Onlineangebote um. Die BürgerInnen werden viele Verwaltungsvorgänge per Internet erledigen können (E-Government, s. z.B. <a href="www.verwaltungsreform-bw.de">www.verwaltungsreform-bw.de</a>). Das Internet wird auch in verschiedenen Bereichen der Politik mehr und mehr an Bedeutung gewinnen, Wahlen über das Internet sind nicht mehr in allzu großer Ferne (s. z.B. www.politik-

digital.de , <a href="www.internetwahlen.de">www.internetwahlen.de</a> ). Im Dienstleistungsbereich wird es immer mehr "intelligente" Haustechniken geben. Auch der (Weiter-)Bildungsbereich wird sich durch die neuen Techniken entscheidend verändern (E-Learning), Informationen werden weltweit per Internet von Bibliotheken, Datenbanken bezogen und auch Weiterbidungsangebote werden durch virtuelle Hochschulen oder Volkshochschulen vermittelt werden (vgl. Delphie-Studie von 1999, Booz, Allen & Hamilton, Studie "Digitale Spaltung in Deutschland, August 2000). Das bedeutet, dass der Erwerb von Kenntnissen im Umgang mit dem Internet bzw. der "Erwerb von Multimediakompetenz" dabei sind, zu einer vierten Schlüsselqualifikation zu werden wie Lesen, Schreiben und Rechnen. Sicherlich wird es auch weiterhin eine Reihe von Tätigkeiten, Rollen und Lebensstilen geben, für die der Umgang mit dem Internet nicht zwangsläufig gegeben oder notwendig sind. Zieht manjedoch die oben skizzierten Entwicklungen in Betracht, ist davon auszugehen, dass diejenigen, die sich dem Zugang zu den neuen Medien verschließen bzw. denen der Zugang zu den neuen Medien nicht erschlossen wird, in vielen Bereichen zeitlich (Geschwindigkeit der Informationsgewinnung), inhaltlich (Informationsdichte) und dadurch auch teilweise wirtschaftlich benachteiligt sein werden.

Aufgrund der skizzierten rapiden Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien weltweit hat die Europäische Union 1999 das "eEurope"-Programm entwickelt, das in allen europäischen Staaten umgesetzt werden soll. In Deutschland ist in diesem Zusammenhang die Initiative der Bundesregierung "Internet für alle" (s. <a href="https://www.bundesregierung.de">www.bundesregierung.de</a>) entstanden, die in den einzelnen Bundesländern gezielt durchgeführt wird. Um die Internetfähigkeit der BürgerInnen in Baden-Württemberg zu fördern, hat die Landesregierung Baden-Württemberg im Jahr 2000 das Aktionsprogramm "Internet für alle" gestartet (s. www.mfg.de).

Trotz dieser politischen Anstrengungen sprechen neuere Studien von einer großen Gruppe von "Internet-Verweigerern", vor allem bei den älteren Menschen und bei Menschen mit niedrigem Schulabschluss (Quelle: ARD/ZDF-Offline-Studie 2001). Es stellt sich die Frage, ob diese Menschen die Internet-Nutzung wirklich "verweigern" oder ob es sich hierbei nicht eher um einen Mangel an Gelegenheit zur Erkundung des konkreten Nutzens des Internet handelt, ob ihr Desinteresse gegenüber dem Internet nicht vor allem in fehlenden Informationen, Erprobungsmöglichkeiten und kostengünstigen Zugangsmöglichkeiten begründet ist. Auf die Gefahr der zunehmenden "digitalen Spaltung" in gesellschaftliche Gruppen, die von den neuen Medien profitieren und Gruppen, die diese Medien nicht nutzen, wird allenthalben hingewiesen. Es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, bundesweit öffentliche Lernorte zu schaffen und auf die jeweilige Zielgruppe bezogene didaktisch reflektierte Herangehensweisen zur Interneterschließung zu entwickeln (vgl. den Beitrag von Kubicek in diesem Band). Dies gilt insbesondere für ältere Menschen, da diese in hrem natürlichen Lebensumfeld oft nicht die Möglichkeit haben, mit den neuen Medien unmittelbar in Kontakt zu kommen oder die gegebenen Möglichkeiten aus Scheu, sozialisationsbedingter Technikdistanz oder beruflich erworbener Antipathie gegenüber Computern nicht nutzen.

Durch Internetcafés, Internetzugänge in öffentlichen Bibliotheken etc. wird versucht, Maßnahmen zur Überwindung der "digitalen Spaltung" zu ergreifen. Da viele dieser Orte der breiten Bevölkerung nicht bekannt sind, versucht das Netzwerk "Digitale Chancen", eine bundesweite Datenbank von Zugangs- und Schulungsmöglichkeiten aufzubauen, die per

Internet abgerufen werden kann, oder wo sich Interessierte durch einen kostenlosen Telefonanruf (01805-383725) informieren können.

Gesellschaftliche Gewinne durch die Internetnutzung von SeniorInnen

"SeniorInnen" ist kein Begriff, der durch das biologische Alter definiert wird. Er wird hier gebraucht für Erwachsene, die sich bereits in der Nacherwerbsphase befinden, die im letzten Drittel ihres Berufslebens stehen, aber das Pensionsalter noch nicht erreicht haben, arbeitslose/ arbeitssuchende ältere Erwachsene und Frauen am Ende der aktiven Familienphase. Die neueren Forschungen weisen nach, dass die heute 50- oder 60-jährigen ArbeitnehmerInnen und Menschen in der nachberuflichen Phase und Frauen am Ende der aktiven familiären Phase nicht mehr mit Gleichaltrigen von früher vergleichbar sind. Im allgemeinen sind ihre Lebenserwartung und der Bildungsstand höher, sie sind durch das Berufsleben und die Familienarbeit weniger verbraucht als die früheren Kohorten. Ältere Erwachsene verfügen heute im allgemeinen über eine gute gesundheitliche Verfassung, zahlreiche in Beruf, Familie und Gesellschaft erworbenen Erfahrungen und Kompetenzen, und die Bereitschaft, das "dritte Lebensalter" aktiv zu verbringen. Kommunikative und soziale Kompetenzen, gesellschaftliches Wissen, Menschen- und Fachkenntnisse, Verfügen über Organisationswissen, Weiterbidungsbereitschaft etc. sind die besonderen Stärken der Älteren. Eine aktive Internetnutzung ist zu erwarten, wenn es gelingt, sie für deren Nutzung zu motivieren.

Eine Repräsentativuntersuchung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) der Bundesanstalt für Arbeit hat ergeben, dass es in fast 60 % der deutschen Betriebe keine Beschäftigten mehr gibt, die älter als 50 Jahre sind (Quelle: IAB, www.iab.de). In Anbetracht dieser Tatsache und bereits existierender Erfahrungen im Bereich der Freiwilligenarbeit – auch im Bereich Interneterschließung - kann angenommen werden, dass in der Zielgruppe 50+ ein großes Potential an Menschen steckt, die über ein hohes Maß an selbstbestimmter Zeit verfügen, die nach neuen sinnstiftenden Tätigkeiten und Aufgaben suchen. Didaktisch gut vermittelte Einführungen in den Bereich Internet/neue Medien können dazu führen, dass sie bereit sind, sich vertieftes Internet-Wissen anzueignen, um es als Arbeitsinstrument zur Wissensvertiefung und Kommunikationsmöglichkeit hinsichtlich eigener Interessen, aber auch zur Weitergabe ihres persönlichen oder beruflichen Wissens an Gleichaltrige oder Jüngere zu nutzen.

Die Tatsache, dass die Gruppe der älteren Menschen aufgrund ihrer finanziellen Ressourcen ein nicht unbeträchtlicher Wirtschaftsfaktor ist (Quelle: Neufeld, Wirtschaftsfaktor älterer Mensch, Frankfurt 1999) und dem Online-Commerce / den Herstellern technischer Geräte für ein selbstbestimmtes Altern somit ein potentiell bedeutsamer Kundenkreis zugeführt wird, kann als weiterer Grund für verstärkte Maßnahmen zur Heranführung älterer Menschen an das Internet/Neue Medien aufgeführt werden.

# Derzeitiger Stand der Internetnutzung älterer Erwachsener in Deutschland und sich daraus ergebende Erfordernisse

Das Thema "SeniorInnen und Internet" wurde in den letzten vier Jahren in Deutschland von verschiedenen Seiten aufgegriffen. Zum einen waren es die Älteren selbst, die sich aufmach-

ten, in Form von Selbsthilfegruppen die Möglichkeiten des Internets für sich zu entdecken und zu nutzen. Zum anderen wurde von politischer Seite das Thema öffentlich gemacht und konkrete Unterstützungsmaßnahmen ergriffen, so z. B. durch die Informationskampagne "Senior-Info-Mobil", die vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert wird.

Die Zahl der InternetnutzerInnen in der Gruppe der über 60jährigen stieg in den letzten Jahren beständig. Nutzten 1997 erst 0,2 % der über 60jährigen das Internet, sind es mittlerweile mehr als 8 % (ARD-ZDF Online-Studie, 2001). Bei der Gruppe der 50 – 60 jährigen liegt die Nutzungsrate bereits bei 32 %. Das ist zwar im Vergleich zu anderen Kohorten, etwa den 14 bis 29-jährigen, von denen bereits weit über 50 % das Internet nutzen, immer noch sehr wenig, aber der Trend ist ein deutliches Indiz für das wachsende Interesse auch der älteren Generation an den neuen Medien. Allerdings ist bei den genannten Zahlen zu berücksichtigen, dass es innerhalb der NutzerInnengruppe große Unterschiede gibt. Es ist zu unterscheiden zwischen denjenigen, die Zugang zum Internet haben und das Internet gelegentlich zum Schreiben von Mails benutzen und denjenigen, die das Internet häufiger oder regelmäßig benutzen zur Erledigung verschiedener Vorgänge. Bisher ist die Zahl der älteren männlichen Nutzer wesentlich größer als die Zahl der weiblichen.

Im deutschsprachigen Bereich gibt es mittlerweile im Internet zahlreiche umfassende Webseiten für die Zielgruppe "ältere Erwachsene" mit Informationen und Plauderecken zu fast allen Lebensbereichen, Diskussionsforen und Chats (z.B. <a href="www.seniorweb.uni-bonn.de">www.seniorweb.uni-bonn.de</a>, <a hr

Eine Vorstellung von Senioren-Internet-Initativen sowie Senioren-Internet-Projekten findet sich im "Lerncafe", dem ersten deutschen Online-Journal für weiterbildungsinteressierte ältere Menschen. Das "Lerncafe" ist ein Modellprojekt des ZAWiW, das vom BMBF gefördert wird, es erscheint monatlich und bietet weiterbildungsinteressierten SeniorInnen eine interessante Informations- und Lernplattform ( <a href="www.lerncafe.de">www.lerncafe.de</a>).

Das Internet gibt älteren (wie jüngeren) Menschen die Möglichkeit, sich unabhängig von Wohnort und Lebenssituation umfassend weltweit über alle Themen des persönlichen Interesses zu informieren, praktische Alltagsdinge zu erledigen (z.B. Bahn- und Telefonauskunft, Homebanking, umfassende Reiseinformationen) und mit Familienmitgliedern oder Menschen ähnlichen Interesses schnell und kostengünstig zu korrespondieren. Das Internet bietet ihnen die Möglichkeit, sich über bestimmte Frage- und Problemstellungen (z.B. Gesundheitsfragen, politische Ereignisse, ökologische Probleme) sehr gezielt zu informieren und sich mit anderen via elektronischer Post oder Beteiligung über Diskussionsforen im Netz auszutauschen oder zusammenzuarbeiten. Datenbanken und geführte Linklisten helfen bei der Recherche nach bestimmten Publikationen und Materialien. Die Erfahrungen in den vom ZAWiW durchgeführten Internetprojekten zeigen das Interesse, die Lembereitschaft und das hohe Maß an Aneignung spezifischer technischer und inhaltsbezogener Kompetenzen durch weiterbildungsinteressierte ältere Erwachsene selbst, wenn ihnen die entsprechenden Rahmenbedingungen geboten werden. Beispiele für eine sinnvolle Internetnutzung von SeniorInnen, die

zugleich auch Beispiele für einen gelungenen Brückenschlag Alt-Jung übers Netz darstellen, finden sich in dem vom ZAWiW im Auftrag der Bund-Länder-Kommission durchgeführten Modellprojekt "www.gemeinsamlernen.de". Dass die netzbezogenen Möglichkeiten auch die Kommunikation und Zusammenarbeit von SeniorInnen in Europa und weltweit fördern, zeigt die vom ZAWiW koordinierte Informations- und Kommunikationsplattform im Internet des "Europäischen Netzwerkes Learning in Later Life" (www.lill-online.net) sowie das Projekt "Selbstorganisierte Lerngruppen in Europa", bei dem sechs Seniorengruppen aus sechs europäischen Ländern zu selbstgewählten Themen im und übers Netz miteinander arbeiten (www.solill.net).

Vor allem Ältere, die in ländlichen Bereichen wohnen oder in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, werden die Möglichkeiten der durch Internet und anderen neuen Technologien vermittelten Möglichkeiten der Fort- und Weiterbildung und anderer Dienstleistungsangebote von zu Hause aus nutzen können. Bei Beeinträchtigung der Seh-, Geh- oder Hörfähigkeit können die neuen Medien, z.B. durch Texterkennungssysteme, Sprachcomputer u.ä. wichtige Kompensationsleistungen erbringen und sozialintegrierende Funktionen ausüben. In Zukunft wird auch bei der älteren Generation das Online-Studium eine zunehmende Rolle spielen, d.h. das Studieren via Internet mit Hilfe von multimedial aufbereiteten Lehr-Lerneinheiten.

Begleitforschung des ZAWiW wie andere relevante Befragungen in diesem Zielgruppenbereich zeigen, dass ältere Menschen zunächst an der Nutzung der elektronischen Post und an einer gezielten Informationssuche interessiert sind. Surfen um des Surfens willen interessiert sie im allgemeinen nicht. Viele wägen nach einer ersten "Schnupperphase" persönlichen Nutzen (informative und kommunikative Gewinne) und Kosten (Lernaufwand, Zeitaufwand, gesundheitliche Auswirkungen, vor allem finanzieller Aufwand und Unterstützung bei technischen Problemen) ab, bevor sie sich für die Nutzung des Internets oder gar den Kauf eines eigenen Computers/ Installation eines Internetanschlusses entscheiden.

Es wurde bei den befragten aktiven älteren InternetnutzerInnen deutlich, dass über die elektronische Post die Kommunikation im Familienkreis, insbesondere zwischen Großdtern und (Enkel-)Kindern belebt wird, aber auch, dass – oft vermittelt über seniorenspezifische Plattformen - verstärkt Kontakte zwischen älteren Menschen mit ähnlich gelagerten Interessen entstehen, die in manchen Fällen zu virtuellen und realen Freundschaften führen. Die aktive Nutzung von anderen interaktiven Kommunikationsformen übers Netz wie Foren, Chats oder Netmeeting ist den meisten nicht vertraut. Der Nutzung des Internets für "E-Banking" und "E-Commerce" und anderen Anwendungsbereichen stehen viele Ältere allerdings noch sehr skeptisch gegenüber.

Wenn man ältere Menschen an den gesellschaftlichen Entwicklungen und Diskursen via neuer Medien partizipieren lassen und gesellschaftlich von ihrem Erfahrungswissen profitieren möchte, ist die gezielte Förderung weiterreichender Kompetenzen im Umgang mit den neuen Medien notwendig. Dies beinhaltet auch Diskurse über rechtliche Probleme, Fragen der Datensicherheit, ethische Probleme, die Entwicklung von Beratungs- und Unterstützungsstrategien oder Konfliktlösungsstrategien in virtuellen Zusammenhängen.

In Anbetracht des schon jetzt großen Anteils älterer Menschen in unserer Gesellschaft, der weiteren demographischen Entwicklungen und der steigenden Lebenszeiterwartung älterer Menschen sind die bisherigen Anstrengungen und Erfolge zur Hinführung älterer Menschen zur Internetnutzung/Nutzung der neuen Medien allerdings noch unzureichend. Es ist davon auszugehen, dass bisher vor allem diejenigen Älteren den Zugang zum Internet gefunden haben, die ihrer Einstellung nach zu der Gruppe der "technikoffenen" Menschen gehören, die auch sonst offen für "Neues" und somit lernbereit sind. Ein NutzerInnenpotential liegt bei der Gruppe derjenigen, die bei Befragungen derzeit angeben, sich "mit der Absicht zu tragen, sich damit auseinander zu setzen". Die große Gruppe älterer Menschen, die sich als "distant gegenüber den neuen Medien" einordnen lassen, sehen bisher für sich keine persönlichen Gewinne, die die Mühen und Kosten der Interneterschließung ausgleichen. Hier müssen verstärkt Maßnahmen ergriffen werden, will man nicht hinnehmen, dass eine große Gruppe BürgerInnen über einen großen Zeitabschnitt ihres Lebens von den gesellschaftlichen Entwicklungen und aktiver gesellschaftlicher Teilhabe ausgeschlossen bzw. durch mangelnde Kenntnis benachteiligt wird.

Die rapiden Entwicklungen im Bereich der neuen Technologien machen einerseits lebenslanges Lernen erforderlich, andererseits fördern die neuen Technologien im hohen Maße selbstbestimmtes Lernen und selbstgesteuerte Lebensführung im Alter und können somit zu Wohlbefinden und Erhalt von Selbstständigkeit auch im hohen Alter entscheidend beitragen. Dies lebenspraktisch zu vermitteln und Zugangsbarrieren abzubauen ist eine große gesellschaftliche Herausforderung.

## Bewährte Wege der Interneterschließung

Die Berichte in den Medien und die gängigen Fachbücher erwecken - auch heute noch - bei vielen älteren Menschen die Vorstellung, das Internet sei nur etwas für Junge - die Technik sei kompliziert, es koste viel und Englischkenntnisse seien notwendige Voraussetzung. Es ist notwendig, hier Aufklärungsarbeit zu leisten und aufzuzeigen, wie die Internetnutzung tatsächlich funktioniert und welche Möglichkeiten und Chancen die Nutzung des Internets für ältere Menschen bietet, vor allem auch für diejenigen, die physisch nicht mehr ganz so mobil, aber geistig sehr wach und interessiert sind.

In den letzten vier Jahren sind verschiedene Methoden zur Interneterschließung erfolgreich erprobt worden Es gilt, an den bisherigen positiven Erfahrungen bei der Erschließung des Internets für die Zielgruppe "Ältere Menschen" anzuknüpfen. Sie sollen hier beispielhaft benannt und in perspektivischer Weise kommentiert werden.

# Die Kampagne "Senior-Info-Mobil"

Um ältere Menschen über den Nutzen und sinnvolle Anwendungsmöglichkeiten neuer Informations- und Kommunikationstechnologien zu informieren, wurde im Frühsommer 1998 die Informationskampagne "Senior-Info-Mobil" (SIM) gestartet. Sie wird vom Verein "Seniorinnen und Senioren in der Wissensgesellschaft" (VSiW) mit Unterstützung des Bundswirtschaftsministeriums und namhafter Sponsoren aus der Industrie (IBM, Telecom, Microsoft u.a.) durchgeführt. Mit einem Doppeldecker-Infobus mit 6 (mittlerweile 12) Einzel-PCs und der Möglichkeit von Anwendungsdemonstrationen mit Hilfe eines Beamers sowie einem mobilen Netzwerk mit 7 PCs als "mobiles elektronisches Klassenzimmer" kommt das "Senior-Info-Mobil" in ausgewählte Städte/Gemeinden. Das SIM -Team führt die 3 - 5tägigen

Aktionen in enger Zusammenarbeit mit den vor Ort vorhandenen Einrichtungen der Seniorenbildung und Seniorenarbeit und anderen unterstützenden Institutionen durch und gibt interessierten älteren BürgerInnen die Möglichkeit, sich kostenlos zu informieren und beraten zu lassen.

Im Zeitraum von Oktober 1998 bis Dezember 2000 wurde die SIM - Kampagne als Modellprojekt vom ZAWiW der Universität Ulm und den sozialwissenschaftlichen Instituten ISAB und empirica im Auftrag des VSiW durchgeführt. Das "Senior-Info-Mobil" war in über 100 Städten und Gemeinden unterwegs, die Kampagne erreichte mehr als 100.000 interessierte Menschen im Alter über 50 Jahren und bezog über 900 ehrenamtliche HelferInnen von den jeweiligen Standorten mit ein. Durch eine gute Resonanz in Presse, Radio und Femsehen gewann die Kampagne eine breite Öffentlichkeit. Der große Erfolg der Kampagne ist mit Sicherheit auch auf den Fakt zurückzuführen, dass das SIM-Team bei den verschiedenen Angeboten vor Ort (Schnupperkurse, freies Surfen, gezielte Demonstrationen oder elektronisches Klassenzimmer) jeweils durch ältere internetkundige SeniorInnen unterstützt wurde, die als InformantInnen und Internet-TutorInnen tätig waren (www.uni-ulm.de/LiLL/senior-info-mobil).

Es kann davon ausgegangen werden, dass die bundesweite Kampagne "Senior-Info-Mobil" wesentlich dazu beigetragen hat, die Bereitschaft älterer Menschen in Deutschland hinsichtlich der Nutzung des Internets zu erhöhen. Beleg sind u.a. die stark wachsende Nachfrage älterer Menschen nach Internet-Einführungskursen bei den verschiedenen Bildungsträgern und die große Zahl an Internetcafés, die im Anschluss an die SIM-Aktionen entstanden sind. Aus diesen Gründen wird die SIM- Kampagne mit Unterstützung des BMWi auch nach der Modellphase weitergeführt, bei weiterer sehr guter Resonanz seitens der Älteren (www.vsiw.de). Viele Impulse der SIM-Kampagne sind in regionalen Zusammenhängen aufgegriffen worden. Ähnlich gelagerte regionale Informationskampagnen, z.B. mit Kleinbus und mobilen Internetgeräten, die jeweils vor Ort aufgebaut werden, stoßen ebenfalls auf großes Interesse, so z.B. das Projekt "Mobiles Internet-Cafe" der Akademie Ländlicher Raum im Rahmen der Medieninitiative des Landes Baden-Württemberg, (www.mfg.de/mic/veranstalter.html ) Diese Erfahrungen lassen schlussfolgern, das eine Erschließungsweise im Sinne der "aufsuchenden" Pädagogik und das spielerische Experimentieren als Annäherungsstrategie erfolgreich sind. Es scheint sinnvoll, dieses Konzept weiter zu verfolgen und noch stärker situativ und in Bezug auf konkrete Subzielgruppen einzusetzen (stadtteilbezogen, in Altersheimen, Krankenhäusern u.ä.).

### Senior-Internet-Cafes und seniorInnenspezifische Einführungen

Die Einrichtung von Senior-Internet-Cafes hat ebenfalls entscheidend zur Verbreitung des Internets in dieser Bevölkerungsgruppe beigetragen. Die Gestaltung der verschiedenen Senior-Internet-Cafes ist unterschiedlich, die Konzepte sind abhängig von den jeweiligen InitiatorInnen, infrastruktuellen Rahmenbedingungen und Nutzungskonzepten. Es gibt auch nicht "den" bewährten Senioren-Internet-Einführungskurs. Verschiedene NutzerInnentypen erfordern verschiedene sequentielle Angebote, z.B.

• informelles spielerisches Lernen durch Schnupperkurse und offene Internet-Nutzungsmöglichkeiten, bedarfsbezogene Angebote

- Lernen im Tandem,
- themenbezogenes Lernen in Projektgruppen mit Unterstützung bei der Bewältigung technischer Anwendungen,
- formale anwendungsbezogene Kursangebote mit kontinuierlichem Lernaufbau.

Diese Angebote stehen nicht in gegenseitiger Konkurrenz, sondern ergänzen sich. Wichtig ist die grundsätzliche Erfahrung, die im Rahmen der SIM-Kampagne gemacht wurde: Der Internetzugang kann auch ohne Vorkenntnisse in Bezug auf Computeranwendungen situativ und spielerisch erschlossen werden. Wird das Interesse am Internet/Computer geweckt, führt das in der Folge oft zu einer Nachfrage nach Erwerb von Basis-Computernutzungswissen (Textverarbeitung, Bildgestaltung etc).

Eine zeitlich begrenzte Differenzierung der Einführungsangebote für spezifische NutzerInnengruppen hat sich in vielen Fällen als positiv erwiesen, "junge Alte" haben beim Erstkontakt oft andere Fragen und Interessen als "ältere Alte". Auch sind immer wieder beim Erstkontakt geschlechtsspezifische Unterschiede in der Herangehensweise festzustellen. Viele Männer interessieren sich für die technischen Aspekte und bringen diesbezüglich oft schon Vorkenntnisse mit, viele Frauen möchten sich erst mal von dem sinnvollen Nutzen der Anwendungen überzeugen, bevor sie bereit sind, die technischen Hürden zu überwinden. Positive Erfahrungen wurden hier mit "Schnupperkursen für ältere Frauen" gemacht.

Die Bedeutung von Senior-Internet-TutorInnen beim Erstkontakt ist hoch einzuschätzen: Sie vermitteln den ErstnutzerInnen das Gefühl, keine Scham haben zu müssen wegen anfänglicher Unsicherheiten in der Mausführung und Unkenntnis in Sachfragen. Senior-Internet-TutorInnen haben in der Regel ein methodisches Vorgehen und eine Erklärungsweise, die dem Lernrhythmus und dem Bedürfnis Älterer nach anwendungsbezogenem Lernen in altagspraktischen Kontexten entsprechen. Die Tatsache, dass viele von ihnen sich erst im fortgeschrittenen Alter Computer-/Internetkenntnisse angeeignet haben, wirkt auf andere Ältere ermutigend.

Ebenfalls positive Erfahrungen wurden im Rahmen von "Jung hilft Alt"-Internetprojekten gemacht, wo SchülerInnen Älteren beim Einstieg ins Internet behilflich sind, so zum Beispiel im sächsischen Projekt "Senioren ans Netz", das bundesweit Nachahmung gefunden hat (www.seniorenansnetz.de).

Ein gutes Beispiel für eine gelungene Form von Senior-Internet-Cafe ist das "Cafe Anschluss" in Frankfurt, das vom "Frankfurter Verband" eingerichtet wurde. An diesem Beispiel wird deutlich, dass das Internet keineswegs zu einer Vereinsamung älterer Menschen führt, sondern neue reale Lern- und Begegnungsorte ermöglicht, bei denen virtuelle und reale Kommunikation im Kontext gelungener sozialer Arrangements zu Lernbereitschaft und Wissensfreude führt (<a href="https://www.lerncafe.de/lerncafe2">www.lerncafe.de/lerncafe2</a>, Rubrik Internetgruppen).

Auch die Erfahrungen in den Gruppen Forschendes Lernen am ZAWiW verdeutlichen, wie SeniorInnen das Internet als Arbeitsinstrument in den Projektablauf selbstverständlich integrieren und nützen (www.uni-ulm.de/LiLL/forschlern).

Ältere wollen Technik mitgestalten und fühlen sich verantwortlich für eine ethisch verantwortbare Nutzungsweise der Informations- und Kommunikationstechnologien. Aus diesem Grund haben SeniorInnen aus ganz Deutschland mit Unterstützung des ZAWiW eine Initiative "Virtuelles Lernnetzwerk älterer Erwachsener" "ViLE" ins Leben gerufen. Die Initiative hat zum Ziel, bildungsinteressierte ältere Menschen mit Zugang zum Internet zu einer "Lern-

Community" zusammenzuführen. Die Community soll einen neuen, erweiterten Rahmen bilden, über den sich Einzelpersonen und Gruppe ähnlichen Interesses übers Netz und in regionalen Zusammenhängen treffen, sich gegenseitig unterstützen, thematische Lerngruppen organisieren und technisches wie inhaltliches Know How weitergeben.(s. www.gemeinsamlernen.de/vile).

## Entwicklung adressatenspezifischer Materialien

Am ZAWiW besteht seit 1996 der Arbeitskreis Forschendes Lernen "Senioren/Seniorinnen und Internet" (AK Senet). Die Mitglieder des Arbeitskreises haben sich zur Aufgabe gestellt, das selbst erschlossene Internet-Wissen an andere ältere Menschen weiterzugeben. Sie sind als TutorInnen und KursleiterInnen sowohl auf regionaler Ebene in Internetcafes, Internetkursen u.a., als auch auf bundesweiter Ebene im Rahmen der Kampagne "Senior-Info-Mobil" des VSiW tätig. Um Zugangsbarrieren abzubauen und älteren Menschen die Möglichkeit des selbstgesteuerten Lernens zu erschließen, haben sie zusammen mit den MitarbeiterInnen des ZAWiW 1997 eine Buchpublikation (mit Lerndiskette) "Einstiegshilfe ins Internet - von Senioren für Senioren" erstellt, die - bewusst benutzerfreundlich gestaltet - in präzisen Arbeitsschritten und verständlicher Sprache technisches Know How vermittelt. Dieses Buch hat vielen Einzelinteressierten den Zugang zum Internet eröffnet und ist auch für die Weitergabe andere Menschen von Wissen an ältere genutzt worden (www.uniulm.de/LiLL/einstiegshilfe). Mittlerweile gibt es mehrere Bücher dieser Art, die von Älteren als hilfreich empfunden werden.

Aufgrund der positiven Resonanz auf die "Einstiegshilfe" und der großen Nachfrage bei den SIM-Einsätzen hat das ZAWiW 1999/2000 eine multimediale CD-Rom mit Informationen zu den neuen Informations- und Kommunikationstechniken (Internet, Videokonferenzen) entwickelt, die interessierten SeniorInnen und MultiplikatorInnen in der Altenbidung und Altenarbeit einen leicht zugänglichen Überblick über verschiedene Nutzungsmöglichkeiten des Internets ermöglicht. Die Realisierung des Projektes wurde durch den von der Bundesregierung gestifteten "Deutschen Seniorenpreis Multimedia" sowie die Unterstützung zahlreicher SeniorInnen, v.a. des AK Senet, sowie anderer Senioren-Internet-Projekte möglich. Die CD-Rom enthält eine Fülle von Informationen, Anleitungen, Demonstrationen und Erprobungen für ErstnutzerInnen wie MultiplikatorInnen im Bereich der Senioren-Internet-Bildung. Ein "Mausprogramm" dient dazu, den völlig Computerunkundigen die Scheu vor der "Maus" zu nehmen und erste Sicherheit zu vermitteln. Einführende Erklärungen mit Demonstration verdeutlichen, dass die technischen Hürden überwindbar und zahlreiche sinnvolle Nutzungsmöglichkeiten gegeben sind. Für MultiplikatorInnen gibt es u.a. eine komplette Anleitung zur Vorbereitung von Weiterbildungskompaktveranstaltungen zu den neuen Kommunikationstechnologien: Materialien zur Organisation und Ablaufplanung, didaktische Konzeptionen und konkrete Schulungsmaterialien. Die CD ist von der Zielgruppe mit sehr positiver Resonanz aufgenommen worden. Sie ist gegen eine Aufwandsentschädigung von 10 Euro (plus 1.50 € Porto) beim ZAWiW zu beziehen (www.gemeinsamlernen.de/cd).

Bei der SIM-Kampagne konnte festgestellt werden, dass das Erstinteresse vieler potentieller NutzerInnen über Inhalte zu erzielen ist. Für die Kampagne wurde vom Ak-Senet ein www-Führer mit "thematischen Zugängen" zu einer breiten Palette an Themen entwickelt. Die

"thematischen Zugänge" sind online verfügbar <u>(www.uni-ulm.de/LiLL/webfuehrer)</u> oder können für 6 Euro plus Porto beim ZAWiW als Broschüre bezogen werden.

Aus diesen Erfahrungen lassen sich folgende Komponenten für eine erfolgreiche Internet-Erschließungsstrategie herauskristallisieren:

- Schaffung zielgruppenspezifischer Zugangsweisen
- Berücksichtigung adressatenspezifischer und situationsspezifischer Nutzungsformen .
- Vermittlung des technischen Know Hows auch in informellen Lernsituationen
- Qualifizierung und Einsatz von Senior-Internet- TutorInnen, die eine besondere Zielgruppennähe haben und Vorbildfunktionen wahrnehmen können
- Erarbeitung erschließender Materialien zur Computer- und Internetnutzung mit Aktualisierungsmöglichkeiten
- Initiierung und Moderierung problemorientierter kooperativer Projektarbeit mit den neuen Kommunikationstechniken, in der selbstgesteuertes Lernen unter kommunikativen und sozialen Aspekten gefördert wird.

# Entwicklungsbedarfe

Um eine nachhaltige Erschließung der neuen Medien für Ältere zu garantieren, scheinen folgende Maßnahmen sinnvoll und sollten gefördert werden:

Aufbau von Kompetenz-Netzwerken auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene - zum Austausch von Erfahrungen, als Ideenbörse, zur thematischen Weitergabe von Know-How, zum Bekanntmachen von gelungenen Projekten, zur Initiierung von Zusammenarbeit in Online-Projekten, zur Präsentation der Fülle von vorhandenen Initiativen im Netz, zur gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit und zur Stärkung der Präsenz des Themas in politischen Diskursen.

Maßnahmen zur Qualifizierung und Weiterbildung ehrenamtlich arbeitender SeniorInnen zu Senior-Internet-HelferInnen in den Bereichen Technik, Methodik, Organisation, Beratung und Kommunikation. Ziel der Ausbildung soll es sein, interneterfahrene SeniorInnen zu befähigen, ihr Wissen an andere Einzelpersonen, Gruppen und Einrichtungen der Freiwilligenarbeit weiterzugeben. Als Zielgruppen für den Einsatz solcher "Senior-Internet-HelferInnen kommen insbesondere in Betracht:

- Ältere Menschen in Privathaushalten, insbesondere ältere Frauen und Menschen mit körperlichen Beeinträchtigungen
- Pflegende Angehörige, die durch Ihren Einsatz ans Haus gebunden sind
- Ältere Menschen in Altenwohnanlagen
- Ältere Menschen in der Freiwilligenarbeit.

Auf- und Ausbau von regionalen Servicepoints, in denen ehrenamtliche SeniorInnen ihr Erfahrungswissen einbringen können und gemeinsam mit professioneller Unterstützung andere (ältere) Menschen beim Einstieg in die Wissensgesellschaft unterstützen. Aufgaben der regionalen Servicepoints könnten sein:

• Beratungs- und Unterstützungsdienste für Einzelpersonen und MultiplikatorInnen

- Durchführung von PC- und Internetkursen
- Vermittlung aktueller Informationen über Einsatzmöglichkeiten der neuen Kommunikationstechnologien für Einrichtungen der Altenbildung und Altenarbeit
- Unterstützung beim Aufbau von Internetcafés und deren Finanzierung
- Unterstützung bei der Suche nach Fördergeldern und Kooperationspartnern zur Durchführung von Projekten.

### Literatur

- Beck, Klaus/ Glotz, Peter/ Vogelsang, Gregor (2000): Die Zukunft des Internet: Internationale Delphi-Befragung zur Entwicklung der Online-Kommunikation. Konstanz.
- Booz, Allen & Hamilton (2000): Digitale Spaltung in Deutschland: Ausgangssituation, internationaler Vergleich, Handlungsempfehlungen.. Downloadmöglichkeit bei <a href="www.digitale-chancen.de">www.digitale-chancen.de</a> in der Rubrik "Internetnutzung/Statistik".
- Erkert, Thomas/ Salomon, Jürgen (Hrsg.) (1998): Seniorinnen und Senioren in der Wissensgesellschaft. Bielefeld.
- Grajczyk, Andreas / Mende, Annette (2001): ARD/ZDF-Offline-Studie 2001. Nichtnutzer von Online: Internet für den Alltag (noch) nicht wichtig. Online erhältlich als PDF-Datei über <a href="https://www.ard-werbung.de/MediaPerspektiven">www.ard-werbung.de/MediaPerspektiven</a>
- Neufeld, Hildegard ua. (1999): Der ältere Mensch als Wirtschaftsfaktor. Frankfurt am Main 2. völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage.
- Stadelhofer Carmen (2000): Möglichkeiten und Chancen der Internetnutzung durch Ältere. In: Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie 33, S. 186-194.
- Stadelhofer, Carmen (1999): Selbstgesteuertes Lernen und neue Kommunikationstechnologien. Gutachten für das Bundesministerium für Bildung und Forschung. In: G. Dohmen u. a.: Weiterbildungsinstitutionen, Medien, Lernumwelten. Rahmenbedingungen und Entwicklungshilfen für das selbstgesteuerte Lernen. Hrsg. vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, Bonn, S. 147-208.
- Stadelhofer, Carmen (1999): Selbstgesteuertes Lernen und Neue Kommunikationstechnologien als neue Wegpfeiler in der Altenbildung In: S. Becker, L. Veelken, KP Wallraven (Hrsg.) Handbuch Altenbildung. Theorien und Konzepte für Gegenwart und Zukunft, Opladen, S. 304-310.
- Stadelhofer, Carmen (2000): Über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg. Neue Formen des Lernens in der Seniorenbildung am Beispiel des Europäischen Netzwerkes "Learning in Later Life" (LiLL). In: R. Rüdel, C. Stadelhofer (Hrsg) Interdisziplinäre Beiträge zu Zeit und Raum, Band 8 der Reihe "Beiträge zur Allgemeinen Wissenschaftlichen Weiterbildung", Bielefeld, S 32-50.
- Stadelhofer, Carmen (2001): Gemeinsam lernen im und über das Netz. Hessische Blätter für Volksbildung: Neue Medien in der Weiterbildung, Heft 4.
- Stadelhofer, Carmen (2001): Marktsegment SeniorInnen. Entwicklung bedarfs- und bedürfnisorientierter Weiterbildungsangebote und deren Umsetzung als Beitrag zur neuen Lernkultur, in: Verband ländlicher Heimvolkshochschulen (HVHS) (Hrsg.): Was wünschen unsere Kunden? Fachtagung 2000, Stuttgart, S. 19-27.

- Stadelhofer, Carmen / Wecker Angelika (Hg.) (1998): Internet... Eine kleine Einstiegshilfe von SeniorInnen für SeniorInnen. In Zusammenarbeit mit dem AK SeNeT. Bielefeld.
- Stadelhofer, Carmen/ Carls, Christian u.a. (Hg.) (1999): Internet sinnvoll nutzen für Menschen ab 50 und davor. CD-Rom.
- Stadelhofer, Carmen/ Carls, Christian/ Marquard Markus/ Ühlein Astrid (im Druck): Abschlußbericht zum Projekt "Senior-Info-Mobil", Projektphase 1999/Projektphase 2000. Liegt dem BMWi zur Veröffentlichung vor.
- van Eimeren, Birgit/ Gerhard, Heinz/ Frees, Beate (2001): ARD/ZDF-Online-Studie 2001. Internetnutzung stark zweckgebunden Entwicklung der Onlinemedien in Deutschland. Online erhältlich als PDF-Datei über <a href="https://www.ard-werbung.de/MediaPerspektiven">www.ard-werbung.de/MediaPerspektiven</a>

# **Stefan Berninger**

# WEB for ALL - Barrierefreiheit im Internet

Für viele Menschen ist der Begriff der Barrierefreiheit an bauliche Gegebenheiten geknüpft; die Notwendigkeit von Rampen an Gebäuden, Hebebühnen in Bussen und für Rollstuhlfahrer benutzbare Toiletten ist allmählich

ins Bewusstsein der Öffentlichkeit gedrungen. Doch auch im Internet gibt es für unterschiedliche Gruppen von Menschen, z.B. Blinde und Sehbehinderte, aber auch SeniorInnen und Mobilitätsbehinderte, Barrieren, die die Zugänglichkeit zum World Wide Web erschweren oder sogar unmöglich machen, obwohl das gerade für diese Menschen eine erhebliche Erweiterung ihrer Möglichkeiten bedeuten kann. Es ist ohne großen Aufwand zu gewährleisten, dass jede/r, behindert oder nicht, das Internet nutzen kann. WEB for ALL hat es sich zur Aufgabe gemacht, Standards für



ein barrierefreies Internet zu entwickeln und zu verbreiten. Im Projekt sind fünf schwerbehinderte MitarbeiterInnen beschäftigt, darunter eine blinde Kollegin. WEB for ALL bietet Webseitentests an, aber auch Vorträge und Fachtagungen zum Thema und nicht zuletzt die Erstellung neuer – barrierefreier – Sites oder die Änderung bestehender.

#### Internet bietet behinderten Menschen neue Chancen

Behinderte Menschen werden durch Barrieren benachteiligt. Das können Stufen an Gebäuden oder das Fehlen von behindertengerechten Toiletten sein. Doch auch das Internet, insbesondere das World Wide Web, ist voll von Barrieren, und viele Menschen werden im Internet daran gehindert, an Informationen zu gelangen. Menschen mit Sinnesbehinderungen, insbesondere sehbehinderte und blinde Menschen, können große Bereiche dieses Mediums nicht nutzen und werden von ihm ausgeschlossen. Viele WebdesignerInnen verwenden zunehmend Methoden oder bewegte Bilder, die eine Informationsweitergabe nur für Sehende anbieten. Blinde Menschen arbeiten aber mit Programmen, die ausschließlich Text wiedergeben.

Oft steht für AuftraggeberInnen mehr das Aussehen der Seiten als die Übermittlung von Information im Vordergrund. Das hat zur Folge, dass viele behinderte Menschen, aber auch SeniorInnen oder Menschen mit älteren Computern und Anwendungsprogrammen für das Internet (Browsern) die Seiten nicht oder nur unvollständig lesen können. Es ist ohne Probleme und größeren Aufwand möglich, Webseiten so zu gestalten, dass sie von allen Menschen gut genutzt werden können. Hier setzt das Projekt Web für All an. Wir setzen uns dafür ein, dass alle Menschen unabhängig davon, ob sie behindert sind oder nicht, das Internet nutzen können. Daher muss es in einer Art und Weise gestaltet sein, dass alle zu ihm Zugang haben. Das Internet muss barrierefrei sein! Wir wollen auch erreichen, dass Internetangebote im öffentlichen Raum baulich barrierefrei zugänglich sind.

Das Internet gewinnt in immer mehr Bereichen unseres Lebens an Bedeutung.

Abb. 1: Die Europäische Union hat in ihrem Aktionsplan eEurope den Bereich eAccessibility aufgenommen und will damit den barrierefreien Zugang behinderter und älterer Menschen zum Internet fördern.



Quelle: www.webforall.info

Gerade für Menschen, die in Ihren Möglichkeiten eingeschränkt sind, bietet es neue Chancen:

- So könnte manche/r Mobilitätsbehinderte/r von zu Hause aus arbeiten oder einkaufen
- blinde Menschen, die bisher nur sehr eingeschränkt tagesaktuelle Ereignisse in der Presse verfolgen konnten, könnten plötzlich mitlesen und mitreden
- Menschen mit Sinnes- oder Körperbehinderung könnten durch und mit den neuen Informations- und Kommunikationstechniken auch einen Arbeitsplatz finden.

Oder, wie Anna Courtpozanis, blinde Mitarbeiterin bei WEB *for* ALL, von Ihrem ersten Kontakt mit Computer und Internet erzählte: "Ich saß in einem kleinen, engen Wohnzimmer, der Computer mittendrin und ich hatte auf einmal das Gefühl von unendlicher Weite." Und das sollte ihr keiner mehr nehmen dürfen.

## Wer ist WEB for ALL?

WEB for ALL ist ein Projekt des Vereins zur beruflichen Integration und Qualifizierung e.V. (VbI) mit Sitz in Heidelberg. Der VbI e.V. hat das Ziel, behinderte Menschen zu qualifizieren und zu beschäftigen. Das Projekt wird mit Unterstützung der Bundesanstalt für Arbeit, des Europäischen Sozialfonds, dem Land Baden-Württemberg (Sozialministerium) und weiterer Sponsoren durchgeführt.

Im Projekt werden schwerbehinderte ArbeitnehmerInnen geschult und für die Gestaltung von barrierefreien Webseiten ausgebildet. Damit wird zum einen für alle eine Grundlage für eine berufliche Zukunft und zum anderen die Basis für eine Zusammenarbeit mit Multiplikatoren im Internetbereich geschaffen.

Wir arbeiten zu fünft in einem Team. Alle MitarbeiterInnen sind schwerbehindert. Zwei KollegInnen sind blind bzw. stark sehbehindert und deshalb besonders qualifiziert dafür, Webseiten auf ihre Barrierefreiheit hin zu überprüfen und Aussagen darüber zu treffen, wie diese am besten barrierefrei zu gestalten sind.

### Probleme für Behinderte im Internet

Das Internet – unendliche Weiten? Aber leider nicht für alle! Auf Webseiten entstehen in Abhängigkeit von den verwendeten Gestaltungsmitteln verschiedene Barrieren für unterschiedliche Arten von Behinderungen. Besonders blinde und sehbehinderte Menschen haben Schwierigkeiten. Da der Bildschirm visuell nicht erfasst werden kann, nutzt ein blinder Mensch eine Sprachausgabe oder eine Braillezeile, und Text wird vom Computer vorgelesen bzw. kann in Punktschrift umgesetzt und ertastet werden.

Abb. 2 und 3: Die blinde Mitarbeiterin von WEB for ALL Anna Courtpozanis nutzt als Ausgabegerät am Computer einen Kopfhörer (links) und eine Braillezeile (rechts).





Quelle: www.webforall.info

Viele sehbehinderte Menschen können kleine Schriften nicht erkennen und benutzen eine Vergrößerungs-Software. Ein Mensch mit Rot-Grün-Blindheit kann natürlich eine rote Schrift auf grünem Hintergrund nicht wahrnehmen. Viele ältere Menschen nutzen das Internet nicht, weil sie sich aufgrund einer Sehschwäche nur schlecht auf einer Seite orientieren können. Auch bei anderen Behinderungen können Probleme auftreten. So verwenden nicht nur blinde, sondern auch manche mobilitätsbehinderte Menschen ausschließlich die Tastatur, also keine Maus. Beim entsprechenden Einsatz des HTML-Codes kann man sich mit der Tabulatortaste von einem Link zum nächsten fortbewegen. Oder bei speziellen flackernden Effekten besteht die Gefahr, dass ein Mensch mit Epilepsie bei einer Bildfrequenz von ca. 20 Hertz einen Anfall erleidet. Im Zuge der immer stärkeren Leistungsfähigkeit der Computer und des Internets ist zu befürchten, dass immer mehr multimediale Effekte Einzug halten. Dies ist so lange kein Problem, wie alle grafischen und akustischen Informationen gleichzeitig auch alternativ als Text auf dem Bildschirm zur Verfügung stehen. Problematisch ist es aber, wenn der Besucher einer Webseite eine Information ausschließlich über die Lautsprecher seines Computers (als Audio-Datei) erhält. Dies schließt gehörlose Menschen aus.

Abb. 4: Der stark sehbehinderte Informatiker Stefano Fadani nutzt beim Arbeiten am Computer eine spezielle Vergrößerungs-Software.



Quelle: www.webforall.info

Die Probleme, die auf Internetseiten entstehen, sind unterschiedlich, aber allen Seiten ist gemeinsam: Wenn bestimmte Grundregeln der Barrierefreiheit eingehalten werden, können alle Menschen das Internet nutzen.

### Lösungen

Man kann eine Internetseite auch z. B. als blinder Mensch gut erfassen. Dabei hilft speziell entwickelte Soft- oder Hardware, die viele Möglichkeiten bietet, die aber nur einwandfrei arbeitet, wenn sie spezielle – eben barrierefreie – Bedingungen vorfindet. Damit das funktioniert müssen bestimmte Regeln bei der Gestaltung von Webseiten beachtet werden.

Die wichtigste Regel ist zunächst: Jede Information muss als Text vorhanden sein. Viele Webdesigner – oder deren Kunden – fürchten, dass ihre Seite "langweilig" oder "nur schwarz-weiß" wird, wenn man sie barrierefrei gestaltet. Das ist ein Vorurteil, das auf Unwissen basiert. Man kann durchaus Bilder einbinden, man muss sie nur mit sinnvollem, beschreibendem Alternativ-Text (Alt-Tag) versehen, damit auch blinde Menschen eine Information über deren Inhalt erhalten. Man kann Farben verwenden, solange der Kontrast ausreichend bleibt und die Farben nicht festgelegt sind, also im Browser frei eingestellt werden können. Auch Schriftgröße und -art sollten nicht absolut festgelegt werden, damit sich Sehbehinderte ihre eigene Einstellung einrichten können. Für Hörbehinderte ist eine Textalternative zu nur durch Töne wiedergegebene Informationen wichtig. Es ist nicht notwendig – und auch nicht erstrebenswert – extra Versionen zusätzlich zu der "normalen" Version zu erstellen. Zum einen machen zwei Versionen mehr Arbeit und die "Textversion" wird erfahrungsgemäß schlechter gepflegt, zum anderen ist "eine Seite für alle", von ganz wenigen Ausnahmen abgesehen, ohne Abstriche an der Qualität machbar.

An dieser Stelle konnten nur einige Beispielen genannt werden. Wir haben auf der Grundlage vieler schon vorhandener Richtlinien, u. a. natürlich denen des W3-Consortiums, unsere eigenen Empfehlungen für ein barrierefreies Webdesign entwickelt. Wenn Sie an tiefer gehenden Ausführungen interessiert sind, können Sie sich entweder auf unserer Homepage www.webforall.info, hier besonders unter "Ausführliches", informieren oder unter der u. g. Adresse unsere Broschüre "Barrierefreiheit im Internet – ein Handbuch für Webdesigner" mit vielen Bildbeispielen bestellen.

# Zugänglichkeit: Gesetze und Regelungen

In den USA müssen Behörden inzwischen im Rahmen des Anti-Diskriminierungsgesetzes, Artikel 508, hre Websites barrierefrei gestalten. Die Europäische Kommission hat im Rahmen ihres Aktionsprogramms "eEurope" den Bereich "eAccessibility" aufgenommen und Leitlinien sowohl für die eigenen Internetseiten als auch für die Internetseiten der Mitgliedstaaten verabschiedet. Am 7. November 2001 hat das Bundeskabinett das Gleichstellungsgesetz für behinderte Menschen verabschiedet. In § 11 heißt es da:

"(1) Träger öffentlicher Gewalt im Sinne des § 7 Abs. 1 Satz 1 gestalten ihre Internetauftritte und -angebote sowie die von ihnen zur Verfügung gestellten grafischen Programmoberflächen, die mit Mitteln der Informationstechnik dargestellt werden, (...) schrittweise technisch so, dass sie von behinderten Menschen grundsätzlich uneingeschränkt genutzt werden können. (...)"

Das heißt, dass in Zukunft diese Internet- und Intranetseiten barrierefrei angeboten werden müssen. Im Hinblick auf gewerbliche Anbieter sind in dem Gesetz Zielvereinbarungen vorgesehen. Diese Anbieter werden aber schon aus wirtschaftlichem Eigeninteresse nicht der Entwicklung hinterher hinken wollen.

# Überprüfung und Beratung

Sie sind nicht sicher, ob Ihre Seiten Barrieren enthalten? Unsere blinden und sehbehinderten MitarbeiterInnen testen Ihre bestehenden Internetseiten mit spezieller Software und einer von WEB *for* ALL entwickelten Checkliste auf Barrierefreiheit. Sie erhalten, je nach Bedarf, eine erste Einschätzung oder eine gründliche Analyse.

Wir bieten Ihnen Beratung, wie Ihre bestehenden Seiten mit dem geringsten Aufwand unter Beibehaltung Ihres Konzeptes barrierefrei zu gestalten sind oder testen Ihren Entwurf, noch bevor Sie ihn ins Netz stellen. Außerdem geben wir Ihnen Tipps zur Konzeptionierung Ihrer gesamten Internet-Präsenz.

### Infoveranstaltungen, Vorträge, Fachtagungen

Sie möchten für sich und Ihre Mitarbeiter, Kunden oder Vereinsmitglieder eine Informationsveranstaltung zum Thema "barrierefreies Internet" durchführen oder einen Vortrag dazu hören? Wir kommen gerne zu Ihnen und informieren Sie nicht nur ausführlich, sondern zeigen Ihnen auch anhand von anschaulichen Beispielen, was Barrieren im Internet für Auswirkungen haben und wie sie zu vermeiden sind.

Abb. 5: Fachtagung von "WEB for ALL" und dem Paritätischen Bildungswerk zum Thema "Barrierefreies Internet" am 22.11.2001 in Stuttgart. Die Verantwortlichen von Webseiten aus

verschiedenen öffentlichen Institutionen hören aufmerksam den Ausführungen der WEB for ALL-MitarbeiterInnen zu.



Quelle: www.webforall.info

Für Webdesigner, die Verantwortlichen für Websites und andere Interessierte bieten wir halboder ganztägige Fachtagungen an.

Auf der Startseite unseres Internet-Auftritts <u>www.webforall.info</u> befindet sich ein Link "Aktuell: Veranstaltungen", unter dem Sie sich einen Überblick über unsere bisherigen Aktivitäten verschaffen können.

### Webseitengestaltung

Wir erstellen, ändern und pflegen Ihre Webseiten. Dabei richten wir uns sowohl nach **h**ren Vorstellungen und Wünschen, als auch nach unseren Empfehlungen für Barrierefreiheit im Internet.

Über die konkreten Angebote von WEB *for* ALL und bei Fragen, auf die Sie in diesem Skript nicht erschöpfend Antwort erhalten haben, können Sie sich auf unserer Website <a href="https://www.webforall.info">www.webforall.info</a> informieren. Wenn Sie Informationsmaterial auf Papier möchten, können Sie sich auch gerne an unsere Kontaktadresse wenden: WEB for ALL, Alte Eppelheimer Straße 38, 69115 Heidelberg, Tel.: 06221/27089, <a href="mailto:S.Berninger@webforall-heidelberg.de">S.Berninger@webforall-heidelberg.de</a>. Hier können Sie auch unsere Broschüre "Barrierefreiheit im Internet – ein Handbuch für Webdesigner" zum Preis von 6 EUR + Versandkosten bestellen.

106 Zu den Autoren

Dorothea Schaller

# Mobiles Internet-Café und mobile Internet-Schule: unterwegs in Baden Württemberg

Das mobile Internet-Café ( mIC ) des Regionalverbands Schwarzwald-Baar-Heuberg wurde im Oktober 1998 gestartet. Seitdem ist das mIC Woche für Woche in der Region und darüber hinaus unterwegs. Die Nachfrage nach dem mobilen Internet-Café spricht für das große Interesse der Kommunen an derartigen Angeboten. Schon kurz nach Projektstart haben viele Gemeinden, Schulen und sonstige Institutionen das Internet-Café bestellt. In den vergangenen Jahren haben über 65.000 Besucher das mIC an 120 verschiedenen Standorten genutzt. Der Erfolg des mIC s zeigt, wie hoch das Interesse ist, die Medienkompetenz gerade im ländlichen Raum zu stärken.

### Start im Oktober 1998

Das mobile Internet-Café (mIC) des Regionalverbands Schwarzwald-Baar-Heuberg wurde in Zusammenarbeit mit der Akademie Ländlicher Raum Baden-Württemberg am 17. Oktober 1998 gestartet. Seitdem ist das mIC Woche für Woche in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg und darüber hinaus unterwegs. Der Wirtschaftsstandort Schwarzwald-Baar-Heuberg braucht ein derartiges Engagement, um sich im "global village" rechtzeitig zu positionieren. Gerade für den ländlichen Raum stellen die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien die Wachstumschance schlechthin dar, denn mit diesen neuen Technologien besteht erstmals die Möglichkeit, fernab der großen Ballungsgebiete hochqualifizierte Arbeitsplätze in einer noch nicht absehbaren Vielfalt zu schaffen.

Das mIC kommt in die Städte und Gemeinden der Region. Vor Ort bietet es den Bürgern die Gelegenheit, selbst Erfahrungen im Netz der Netze zu sammeln: Eigenes Surfen im Internet, Versand von E-Mails, Teilnahme an weltweiten Diskussionen, aktuelle Nachrichten, das Wetter vom Satellitenbild, Online-Dienste, Informationen über Hardware usw. Eine leicht verständliche Einführung in die Benutzung, Beratung und spezielle Vorträge zu den Möglichkeiten und Chancen der neuen Medien ergänzen das Angebot des mobilen Internet-Cafés.

Die Technologien der neuen elektronischen Kommunikation bieten insbesondere den ländlichen Räumen die Chance, geographische Standortnachteile zu kompensieren. Die Faktoren Information, Kommunikation und Geschwindigkeit erlangen in der Arbeitswelt unserer Dienstleistungsgesellschaft immer größere Bedeutung. Diese Standortqualitäten wurden in der Vergangenheit vor allem mit den urbanen Zentren assoziiert. Heute, da die elektronische Kommunikation den schnellen Austausch nicht nur von Sprache, sondern von allen digitali-

sierbaren Informationen (Text, Bilder, Filme, Graphiken) erlaubt, zeigt sich, dass die Nutzung und der Einsatz neuer Kommunikationstechnologien nicht länger ein urbanes Phänomen ist: Diese Technologien können heute genauso gut auch in den ländlichen Regionen genutzt werden. Voraussetzung hierfür ist allerdings Medienkompetenz, die jedoch unabhängig vom geographischen Standort erworben und eingesetzt werden kann.

Abbildung 1: mIC-Fahrzeug



### **Initiative des Regionalverbandes**

Der Regionalverband SBH hat frühzeitig diese Perspektiven erkannt. Im Rahmen seiner Regionalen Medieninitiative will er die Region fit machen für das Informationszeitalter. Angesichts der guten Voraussetzungen in der Region (z.B. renommierte Hochschulen und eine gute Infrastruktur für die Datenübertragung) geht es vor allem darum, die regionalen Kräfte zu bündeln und so die Entwicklung der Neuen Medien zu beschleunigen. Dies geschieht beispielsweise durch die Erarbeitung von Empfehlungen für den Auftritt von Kommunen im Internet (RegioWeb) oder eben durch die Bereitstellung des mobilen Internet-Cafés.

Eigene Erfahrungen mit den Neuen Medien sind die Grundvoraussetzung dafür, diese Technologie effektiv in den eigenen Arbeitsprozess zu integrieren. Internetangebote gehören in großstädtischen Bibliotheken und Bildungszentren bereits seit Anfang der neunziger Jahre zum selbstverständlichen Dienstleistungsangebot. In den ländlichen Regionen besteht hier noch ein gewisser Nachholbedarf. "Erstkontakt" mit den Neuen Medien ist aber nötig, um

Zu den Autoren

Hemmschwellen abzubauen und konkrete Fragen für den eigenen Bedarf und Einsatz zu formulieren. Für die Neuen Medien gilt das Gleiche wie einst für das Telefon: Wer noch nie telefoniert hatte, brauchte auch keinen Apparat, wer jedoch einmal ein Gespräch geführt hatte, konnte sich den Alltag ohne Telefon schon bald nicht mehr vorstellen. Das Konzept des mobilen Internet-Cafés ist es, den Bürgern des ländlichen Raumes einen Erstkontakt mit den Neuen Medien anzubieten.

In den Rechnern des Internet-Cafés sind weit über 250 Internetadressen der verschiedensten Wissensgebiete abgespeichert, so dass jeder Besucher innerhalb weniger Sekunden auf Daten externer Rechner zugreifen kann. Einführungen in das Internet ermöglichen dem Besucher, selbständig die gewünschten Informationen aus den über 800 Millionen Seiten des Internets zu finden. Darüber hinaus werden, begleitend zu den Vor-Ort-Terminen, Vortragsveranstaltungen zu verwandten Themen organisiert, z.B. Telearbeit, Intranet und künftige Arbeitsformen.

## mobIS - mobile Internet-Schule: das fliegende Klassenzimmer

Seit November letzten Jahres gibt es jetzt beim Regionalverband die 2. mobile Internet-Schule des Landes, kurz mobIS genannt. Die mobile Internet-Schule besteht aus 10 Laptops mit Internetzugang, Drucker, einem Projektor und einer Leinwand. Sie ist das fliegende Klassenzimmer zum Thema Internet und Medienkompetenz. Man kann e-mails versenden, Online einkaufen, recherchieren, ecommerce anbieten und Webseiten gestalten. Das Veranstaltungsprogramm orientiert sich an aktuellen und für den ländlichen Raum bedeutenden Themen aus Politik, sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Bereichen. Die Seminare richten sich deshalb nach den jeweiligen Zielgruppen aus:

- Mitarbeiter in den Behörden
- Landwirte und Verbraucher
- Lehrer/Schüler
- Handels-/ Gewerbevereine,
- Anfänger/ Fortgeschrittene

### **Beispiel E-Government**

Im Zeitalter der Informationsgesellschaft wird der Umgang mit Medien und Information immer wichtiger. Deshalb ist es sinnvoll, bereits jetzt mit dem Erwerb von Know-how zu beginnen, das heißt, allen Bürgern im Land die Erlangung der nötigen Kompetenz zu &möglichen und dies führt auch zu einem besseren Bürger-Feedback. Beispiel E-Government: eine Ampel schaltet nicht mehr von Gelb auf Grün, der Frost hat einen Gehweg aufgerissen oder irgendwo liegt wilder Müll: dies kann der Bürger heute im Online-Bürgerservice online melden. Bislang musste er in solchen Fällen im Rathaus anrufen und sich erst an den richtigen Ansprechpartner vermitteln lassen. Jetzt sind diese Hinweise und Beschwerden auch über das Internet möglich und landen sicher beim zuständigen Verwaltungsmitarbeiter. Wer eine Störung oder einen Schaden online melden möchte, klickt den Bürgerservice an und findet dort Online-Formulare. Doch diese Fertigkeit muss geübt werden.

Beim Herunterladen der Software fangen bei vielen mobIS-Teilnehmern die Probleme an: "Ich habe alles so gemacht wie es da stand, aber jetzt finde ich es nicht mehr. Können Sie mir sagen, wo ich es auf meinem Computer wiederfinde?"

Abbildung 2: mobIS Unterricht



### **Beispiel Lokale Agenda**

Die Stadt Esslingen bietet den Agenda-Prozess künftig auch im Internet an. Dazu sollen im Netz gleich mehrere so genannte Webforen eingerichtet werden, in denen sich Bürger und Verwaltung über aktuelle Themen austauschen und diskutieren können. Das eröffnet der Lokalen Agenda neue Wege der Bürgerbeteiligung. Bevölkerungsgruppen, die sich bislang zum Beispiel aus zeitlichen Gründen nicht am Agenda-Prozess beteiligen konnten, haben so die Möglichkeit, dies künftig online und zu jeder Tageszeit zu tun.

Das größte Hindernis auf dem Weg zu einem Electronic Government scheint die Ausbidung zu sein. Deshalb richten sich die mobIS-Schulungen nicht nur an die breite Bevölkerung

sondern auch an die Mitarbeiter in den Rathäusern. Wir bieten ein maßgeschneidertes Seminar auf die jeweilige Zielgruppe an. Dazu gehört auch der Umgang mit den neuen Bürgerdiensten.

### **Beispiel Senioren - Online**

Das Internet ist drauf und dran, seinen Ruf als Medium für die Jugend zu verlieren. Denn immer mehr ältere Menschen in Deutschland zeigen sich interessiert, berichtet das Handelsblatt. Nach einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Forsa sind derzeit fast 20 Prozent der Deutschen über 50 Jahre bereits online. Viele ältere Menschen wissen gar nicht, was hternet für sie alles bedeutet und freuen sich, wenn sie bspw. alte Gedichte finden, die sie von ihrer Kindheit her kennen und seitdem nie wieder gehört haben. Viele besuchen ihren Heimatort im Internet oder wir begeben uns zusammen auf Ahnenforschung. Wichtig ist hierzu die persönliche Nähe, da muss man sich mehr Zeit lassen und Geduld haben, da viele das erste Mal vor einem Computer sitzen. Mit anderen Worten: Das Informationszeitalter muss als Mensch daher kommen, um von den Bürgermeistern, Landfrauen und Senioren akzeptiert zu werden.

Diese persönliche Nähe will die mobile Internet-Schule herstellen. Der bislang älteste Teilnehmer, Herr Karl Werner, ist 97 Jahre alt. Befragt, warum er an diesem Kurs teilnimmt, sagte er: "Ich möchte mich im Internet mit anderen Menschen unterhalten, mit meinem Sohn e-mailen, und wenn ich mal nicht mehr so laufen kann, möchte ich Online einkaufen und außerdem interessieren mich Spiele. Ich habe gehört, dass man sich im Internet einen Schach-Spieler Online aussuchen kann!"

### Projekt "Landfrauen gehen online"

In enger Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Ernährung und Ländlicher Raum Baden-Württemberg und dem Regierungspräsidium Freiburg hat die mobile Internet-Schule des Regionalverbands Schwarzwald-Baar-Heuberg das Projekt "Landfrauen gehen online" organisiert. Ziel dieser Qualifizierungsmaßnahme war es, wirtschaftliche Verbesserungen für die Betriebe zu erreichen: So zum Beispiel die Festigung der Einkommen im Bereich "Urlaub auf dem Lande" oder die Vermarktung der bäuerlichen Angebote. Das Projekt dauerte 22 Tage und hatte folgende Schwerpunkte":

- 1. Erstellen eines Plakates
- 2. Eigene Hofsprospekte und Briefköpfe
- 3. Erstellen einer eigener Homepage.

Bereits 3 Monate nach Freischaltung der Webseiten lagen bei jedem Urlaubsanbieter 2-3 Buchungen vor. Die Anfragen und Buchungen kommen aus England, Spanien, Dänemark, Belgien, Deutschland und hauptsächlich aus Holland.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Internetadressen dieser Arbeiten im Anhang

Nicht nur dieses Projekt hat gezeigt: Die mobile Internet-Schule ist eine gute Ergänzung des mobilen Internet-Cafés da der Informationsbedarf bei den Teilnehmern immer größer wird.

### Förderer und Sponsoren

Ermöglicht wurde dieses Projekt durch die Akademie Ländlicher Raum in Zusammenarbeit mit der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg sowie die Unterstützung durch verschiedene Sponsoren: Ministerium für Ernährung und Ländlicher Raum, Microsoft AG, T-Online AG, Badischer Gemeindeversicherungs-Verband, Schwarzwälder-Bote, DIG (Digital Information Group), SWOL (SW-Online), VHS-Volkshochschule Villingen-Schwenningen, Arbeitsamt Villingen-Schwenningen, Autohaus Storz St.Georgen, Städte Forum Südwest, PERPETUUM-Ebner-Stiftung.

### Links und Kontaktadresse:

mobiles Internet-Café Dorothea Schaller Regionalverband-Schwarzwald-Baar-Heuberg Johannesstraße 27 78056 Villingen Schwenningen Telefon: 07720-9716 0

E-Mail: schaller@regionalverband-sbh.de

### Projektadressen "Urlaub auf dem Lande"

- www.rinkenbachhof.de
- www.eulersbacher-hof.de
- www.auf-dem-ramsel.de
- <u>www.hanseleshof.de</u>
- www.ferien-im-vortal.de
- www.pension-obersteigenbach.de

112 Zu den Autoren

# Zu den Autoren

Stefan Berninger hat 1993 an der Universität Mannheim das Studium der Geschichte und Germanistik abgeschlossen. Er ist Rollstuhlfahrer und nutzt eine spezielle Tastatur zur Eingabe am Computer. Seit August 2000 ist er Projektleiter des Projektes WEB for ALL in Heidelberg. Träger ist der "Verein zur beruflichen Integration und Qualifizierung e. V." (VbI), der das Ziel hat, behinderte Menschen zu qualifizieren und wieder auf dem Arbeitsmarkt zu etablieren.

Andreas Breiter; Studium der Informatik, Soziologie und Politologie an der Universität Frankfurt/Main und an der University of Southampton. Von 1995 bis 1997 wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung Informations- und Kommunikationssysteme am Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung in Karlsruhe. Seit 1997 wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsgruppe Telekommunikation an der Universität Bremen. In 2000 Promotion in Angewandter Informatik bei Prof. Kubicek und Prof. Nake mit dem Thema "Informationstechnikmanagement in Schulen. Gestaltung eines integrierten Technikeinsatzes in Schulen". Seit November 2000 wissenschaftlicher Assistent am Fachbereich Mathematik/Informatik der Universität Bremen.

Claus Hoffmann, Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim. Abschluss 1993: Diplom-Ökonom. 1994 bis 1999 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachgebiet Kommunikationswissenschaft/Journalistik der Universität Hohenheim. Promotion 2001. Thema der Dissertation: Das Intranet als Medium der Mitarbeiterkommunikation. Seit 1999: Lehrbeauftragter der Universität Hohenheim für Medienund Redaktionsmanagement. Seit 1999 Mitarbeiter der MFG Medienentwicklung. 1999-2001 Projektleiter des Aktionsprogramms Virtuelle Organisationen. Seit 2001 Leiter Medienbildung und Projektleiter des Einsteigerprogramms für PC und Internet start und klick!

Gerhard Fuchs, Studium der Politikwissenschaft, Soziologie und Volkswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität München, dort 1987 Promotion zum Dr. phil., Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Geschwister-Scholl-Institut für Politische Wissenschaft und am Sonderforschungsbereich 333 der Universität München, Gastprofessor an der Northwestern University, Evanston, Ill./USA, seit 1994 Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg.

Helmut Krcmar studierte Wirtschaftswissenschaften in Saarbrücken. Von 1978 bis 1984 Forscher und Unternehmensberater am Institut für Wirtschaftsinformatik an der Universität Saarbrücken bei Prof. Dr. A.-W. Scheer. 1984-1985 Arbeit als IBM Post Doctoral Fellow am IBM Los Angeles Scientific Center, Los Angeles, USA. Danach Assistant Professor für Informationssysteme an der Leonard N. Stern Graduate

School of Business, New York University, New York und am Baruch College, City University of New York. Seit 1987 Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik im Institut für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Hohenheim, Stuttgart. Gründer der Forschungsstelle für Informationsmanagement (FIM) an der Universität Hohenheim und der Informations- und TechnologieManagement Beratungsgesellschaft mbH (ITM) in Stuttgart.

- Herbert Kubicek, Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Köln mit Abschluss Diplom-Kfm. 1971, Dr. rer. pol 1974, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Trier 1977 1987, seit 1988 Professor für Angewandte Informatik mit dem Schwerpunkt Informationsmanagement und Telekommunikation an der Universität Bremen. Forschungsprojekte zur Implementierung von Informationsnetzwerken; u.a. Konzeption und Entwicklung von www.bremen.de sowie der prämierten Bremer Bewerbung im Multimedia Städtewettbewerb MEDIA@Komm. International vergleichende Forschung zu politischen Programmen für den Weg in die Informationsgesellschaft (u.a. USA und Deutschland in den Bereichen Verwaltung, Schulen und interaktives Fernsehen).
- **Christoph-E. Palmer**; geboren 1962 in Stuttgart, war Professor für Politische Wissenschaft der Fachhochschule für Polizei in Schwenningen und ist derzeit Minister des Staatsministeriums und für europäische Angelegenheiten. Seit Juni 2001 gehört er dem Landtag von Baden-Württemberg an.
- **Dorothea Schaller,** Berufsausbildung zur Lithographin in Stuttgart. 20 Jahre als Lithographin gearbeitet. 1997 Ausbildung zum Multimedia Entwickler. Seit September 1998 beim Regionalverband Schwarzwald-Baar-Heuberg als Projektleiterin des mobilen Internet Cafés und der mobilen Internet-Schule. Zusätzlich Beratung und Hilfeleistung der Städte und Gemeinden bei ihren Internetauftritten.
- Michael Schenk, Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Regensburg, Diplom-Kaufmann. 1977 Promotion zum Dr. rer. pol. an der Universität Augsburg und Projektleiter beim Markt- und Meinungsforschungsinstitut Infratest (München). 1983 Habilitation; 1984 1985 Professor für Medienwirtschaften der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz, seit 1986 an der Universität Hohenheim. Seit 1998 Professor Dr. rer. pol. Dr. habil. Michael Schenk ist Mitglied der Expertengruppe Zukunft Schweiz, Schweizerischer Nationalfonds (SNF), Bern.
- Carmen Stadelhofer, Studium der Fächer Germanistik, Romanistik und Pädagogik. Seit 1984 Akademische Oberrätin an der Universität Ulm. Seit März 1994 Leiterin des Wissenschaftlichen Sekretariats/der Geschäftsstelle des Zentrums für Allgemeine Wissenschaftliche Weiterbildung (ZAWiW) der Universität Ulm. Arbeits- und Forschungsschwerpunkte: Allgemeine wissenschaftliche Weiterbildung von (Familien-) Frauen und Menschen im dritten Lebensalter. Erschließung und Nutzung neuer Me-

dien in der Erwachsenenbildung, Leitung von Forschungsprojekten im Sinne der Aktionsforschung auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene.

- Stefan Welling, Diplom-Sozialwirt, arbeitet seit Februar 2000 für die Forschungsgruppe Telekommunikation. Die Schwerpunkte seiner Arbeit liegen in den Bereichen computerunterstützter Jugendarbeit und der Vernetzung lokaler Lernorte zu regionalen Bildungsnetzwerken. Derzeit Promotion zum Thema "Nutzung neuer Medien durch Jugendliche in außerschulischen Kontexten (Jugendzentren)".
- Martin Welker, seit 2000 bei der MFG Medienentwicklung in Stuttgart und verantwortlich für die Bereiche Informationszentrum/Internationale Projekte. 2001 Promotion an der Universität Mannheim zum Dr. phil. mit einer Arbeit zur Erklärung des Internet-Nutzungsverhaltens. Von 1995 bis 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Lehreinheit für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Mannheim. 1992 bis 2000 Nachrichten-Journalist u.a. für die Deutsche Presse Agentur. 1991 Abschluss Magister (Politische Wissenschaft/Volkswirtschaftslehre), Universität Mannheim.
- Ulrich Winchenbach arbeitet seit 1997 bei der MFG Medienentwichklung des Landes Baden-Württemberg in Stuttgart. Dort leitet er den Bereich Regionale Medienentwicklung, bei dem auch die Projekte "Aktionsprogramm: Internet für alle" und "Wettbewerb: InternetDorf" angesiedelt sind. Nach Abschluss seines Psychologie-Diplom-Studiums 1996 war er im Bereich Personal- und Organisationsentwicklung eines großen Einzelhandelsunternehmens tätig.
- Gabriele Winker ist seit 1994 Professorin für Arbeits- und Sozialwissenschaften an der FH Furtwangen, 1994 Promotion zum Dr. rer. pol. an der Universität Bremen. 1993 Mitglied im Graduiertenkolleg "Geschlechterverhältnis und sozialer Wandel. Handlungsspielräume und Definitionsmacht von Frauen" an der Universität Dortmund, 1981 Abschluss des Studiums mit dem Diplom Verwaltungswissenschaft, 1975 1981 Studium der Sozialwissenschaften an der Universität Konstanz.
- Malthe Wolf studierte an der Universität Hohenheim Wirtschaftswissenschaften mit den Vertiefungsrichtungen Marketing, Personal und Organisation sowie angewandte Sozialforschung und Statistik und schloss sein Studium Mitte 2000 ab. Er ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft und Sozialforschung sowie der Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung an der Universität Hohenheim. Seine Themenschwerpunkte sind Electronic-Commerce, Digitale Spaltung und Internetakzeptanz.
- **Petra Wolf** ist seit Abschluss ihres Studiums an der Universität Stuttgart (06/2000) am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Universität Hohenheim als wissenschaftliche Mitarbeiterin tätig. Ihre Themenschwerpunkte sind EGovernment, Digitale Spaltung und Internetakzeptanz sowie Führungsinformationen im Kommunalmanagement.