





DIVSI Internet-Milieus 2016

Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung

Eine Grundlagenstudie des
SINUS-Instituts Heidelberg
im Auftrag des
Deutschen Instituts für
Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)

sinus  MARKT- UND
SOZIAL-
FORSCHUNG
Partner von INTEGRAL Wien

 **DIVSI**
Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet

Hamburg, Juni 2016

IMPRESSUM

Deutsches Institut
für Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)
Mittelweg 110B, 20149 Hamburg
Matthias Kammer, Direktor
Joanna Schmölz, Stellv. Direktorin und Wissenschaftliche Leitung
Meike Otternberg, Dr. Dirk Graudenz, Projektteam Studien

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg
Projektleitung: Dr. Silke Borgstedt
Projektteam: Maximilian von Schwartz, Beate Rätz, Susanne Ernst

© 2016 Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)



DIVSI®

DIVSI Internet-Milieus®

sind *eingetragene Markenzeichen* von Deutsche Post gemeinnützige Gesellschaft für sichere und vertrauliche Kommunikation im Internet mbH, 53113 Bonn.

Erschienen: 1. Auflage, Juni 2016

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
1. Einführung	9
1.1 Hintergrund und Aufgabenstellung der Studie.....	9
1.2 Die zentralen Forschungsfragen und Themenkomplexe.....	10
1.3 Methodisches Vorgehen im Überblick.....	11
2. Zentrale Befunde	12
3. Mobiler, intensiver, interaktiver – wie sich das Online-Verhalten der deutschen Bevölkerung verändert	14
3.1 Immer mehr Zeit im Online-Modus.....	14
3.2 Wachsende Bedeutung von sozialem Netzwerken und Instant Messaging.....	17
3.3 Steigender Online-Optimismus.....	19
3.4 Bei aller Euphorie: Wer sind eigentlich die Offliner?.....	22
3.5 Steigende Alltagsrelevanz des Internets – aber nur gering sinkender Offliner-Anteil.....	25
4. Die DIVSI Internet-Milieus 2016	27
4.1 Entwicklung der DIVSI Internet-Milieus.....	27
4.2 Das aktualisierte Modell der DIVSI Internet-Milieus.....	31
4.3 Vorstellung der einzelnen DIVSI Internet-Milieus.....	33
4.3.1 Netz-Enthusiasten (15 Prozent).....	34
4.3.2 Souveräne Realisten (12 Prozent).....	40
4.3.3 Effizienzorientierte Performer (15 Prozent).....	46
4.3.4 Unbekümmerte Hedonisten (11 Prozent).....	52
4.3.5 Verantwortungsbedachte Etablierte (16 Prozent).....	58
4.3.6 Vorsichtige Skeptiker (12 Prozent).....	64
4.3.7 Internetferne Verunsicherte (19 Prozent).....	70
5. Chancengerechtigkeit im Internet – digitale und soziale Teilhabe	76
5.1 Was ist eigentlich digitale Teilhabe?.....	76
5.2 Teilhaben zu wollen, heißt nicht unbedingt, teilhaben zu können.....	78

6. Vertrauen und Verantwortung: Was verschafft Sicherheit im Online-Alltag?.....	82
6.1 Das Individuum: Wie viel Eigenverantwortung im Internet ist gewünscht?.....	83
6.2 Der Staat: Soll und kann er für Sicherheit im Internet sorgen?.....	84
6.3 Die Unternehmen: Verantwortung übernehmen ohne Vertrauen zu genießen?	87
7. Risiken im Internet: Wie sie wahrgenommen werden und das Online-Verhalten beeinflussen	89
7.1 Was man online fürchtet und was man tatsächlich erlebt hat.....	89
7.2 Strategien im Umgang mit Risiken im Netz: Annehmen, vermeiden oder bewältigen	91
8. Paradoxien im digitalen Alltag	96
8.1 Wer mehr Chancen als Gefahren im Internet sieht, schützt sich; wer mehr Gefahren wahrnimmt, schützt sich weniger	96
8.2 Privates bleibt nicht privat: Der freie Umgang mit Daten ist nicht immer freiwillig	98
8.3 Der Handel mit persönlichen Daten: Ablehnen, was man selbst praktiziert	102
8.4 Eine digitale Auszeit wünschen sich vor allem diejenigen, die nicht so häufig online sind	105
9. Zusammenfassung und Ausblick.....	107
10. Anhang: Methoden und Stichprobe	111
11. Literatur- und Quellenverzeichnis	114
DIVSI Studien im Überblick	115

Vorwort



Matthias Kammer

Direktor des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)

Das Internet hat in den vergangenen Jahren praktisch alle Lebensbereiche rasant verändert oder zumindest beeinflusst. Eine Vielfalt an Angeboten und fortschreitende Mobilität haben es omnipräsent gemacht. Was bedeutet diese Entwicklung für die Menschen in Deutschland? Ticken wir jetzt alle gleichermaßen digital? Oder gibt es doch noch große Unterschiede im Nutzungsverhalten des Einzelnen? Wie werden technische Neuerungen in den Alltag integriert? Vor welchen gesellschaftlichen Anforderungen und Herausforderungen stehen wir angesichts der enormen Entwicklungsdynamik?

Eine Vielzahl von Fragen stellt sich also auch noch nach der ersten DIVSI Milieu-Studie aus dem Jahr 2012, mit der die digitale Gesellschaft in Deutschland erstmals gründlich vermessen wurde. Die vorliegende umfangreiche Aktualisierung – erneut basierend auf Tiefeninterviews sowie bundesweit repräsentativen Umfragen – zeigt inwieweit sich das tatsächliche Nutzungsverhalten, aber auch bereits digitale Grundhaltungen verändert haben. Damit bietet die Untersuchung nicht nur einen aktuellen Stand, sondern stellt eine Fortentwicklung des Ursprungsmodells dar, mit der Veränderungen, die mit dem digitalen Wandel einhergehen, und Auswirkungen auf die Gesellschaft wissenschaftlich fundiert dargestellt werden können.

Wir wollten wissen, was sich seit 2012 in der und für die digitalisierte Gesellschaft verändert hat:

- Wie oft, wie lange, womit und wofür Menschen „ins Internet gehen“,
- welche Chancen und Risiken sie dabei wahrnehmen,
- wen sie in der Verantwortung sehen, wenn es um Sicherheit im Internet-Alltag geht,
- wem sie diesbezüglich wie weit vertrauen und etwas zutrauen und
- inwiefern sie sich selbst souverän oder überfordert fühlen in der digitalen Welt.

Eine wesentliche Erkenntnis zeigt dabei, dass sich der digitale Wandel nicht nur technisch vollzieht. Gleichzeitig ändern sich auch die Haltungen zum Internet kontinuierlich.

2016 zeigt die Bevölkerung in Deutschland einen ausgeprägten Internet-Optimismus: Eine große Mehrheit (72 Prozent) sieht mehr Chancen als Gefahren im Internet. Die Menschen fühlen sich heute dem Internet deutlich verbundener und möchten es nicht mehr missen. Das Internet ist

Foto: Frederike Heim

gewissermaßen in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Gleichzeitig werden die digitalen Lebenswelten vielfältiger, insbesondere Einstellungen und Haltungen der Internet-Intensivnutzer differenzieren sich weiter aus. Nicht mehr jeder „Heavy User“ liebt das Internet bedingungslos.

Und es zeigen sich (neue) Herausforderungen:

69 Prozent der Bevölkerung in Deutschland möchten am Internet-Geschehen teilhaben. Das bedeutet aber nicht automatisch, dass sie dazu auch in der Lage sind.

Immer noch jeder Sechste ist Offliner und nutzt das Internet nie. Diese Gruppe bedarf einer besonderen Aufmerksamkeit und Unterstützung. Nicht wenige fühlen sich überfordert, und es macht ihnen Angst, dass immer mehr Bereiche ihres vertrauten Alltags dem digitalen Wandel unterworfen werden. Aber auch teilweise sehr aktive Internetnutzer fühlen sich überfordert und sind eingeschränkt in ihren Teilhabe-Möglichkeiten.

Die Bereitstellung technischer Zugänge oder aktivere Internetnutzung allein scheinen nicht ausreichend, um die digitale – und damit auch immer mehr die soziale und gesellschaftliche Teilhabe – sicherzustellen. Menschen müssen sich souverän in der digitalen Welt bewegen und Risiken richtig einschätzen können. Elementar ist dabei auch die Frage, wie vertrauensbildende Rahmenbedingungen geschaffen werden können.

Die vorliegende Studie liefert vier Jahre nach der Veröffentlichung der ersten Typologie zum Komplex „Vertrauen und Sicherheit im Internet“ ein aktualisiertes Modell der DIVSI Internet-Milieus. Sie zeigt damit Veränderungen und Entwicklungsdynamiken in der digitalen Gesellschaft. Dies kann wertvolle Erkenntnisse liefern für Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft, um zielgruppenspezifisch auf Befindlichkeiten und Entwicklungen reagieren zu können.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre und freue mich auf Reaktionen.

A handwritten signature in blue ink that reads "Matthias Kammer". The signature is fluid and cursive.

Matthias Kammer
Direktor DIVSI

1. Einführung

1.1 Hintergrund und Aufgabenstellung der Studie

Die Digitalisierung der Gesellschaft und die Verbreitung des Internets sind längst keine neuen Erscheinungen mehr. Mit Blick auf die Innovationsdynamik und entsprechend schnelldrehenden Veränderungen, die die technischen Neuerungen auf gesellschaftlicher Ebene mit sich bringen, kann man jedoch von einer immer noch rasanten Entwicklung sprechen. Das Deutsche Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) untersucht seit 2011 die mit dem digitalen Wandel einhergehenden Veränderungen, mit besonderem Fokus auf die gesellschaftliche Dynamik. Klar ist, dass das Internet immer mobiler und dadurch omnipräsenter wird. Was bedeutet diese Entwicklung für die Menschen in Deutschland? Wie gestaltet sich die Integration der technischen Neuerungen in ihren Alltag? Welche Anforderungen und Herausforderungen ergeben sich für die Internetnutzer, aber auch für die Personen, die nur selten oder gar nicht online sind?

Es ist für Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft nicht nur wichtig zu verstehen, wie sich die Digitalisierung im Alltag der Menschen konkret niederschlägt. Um auf die daraus entstehenden Herausforderungen angemessen reagieren zu können, gilt es zudem zu erfassen, welche Chancen und Risiken die Bevölkerung wahrnimmt und wie sich dies in auf ihr Verhalten auswirkt.

Für dieses Vorhaben ist eine lebensweltliche Perspektive auf Einstellungen zum Internet nicht nur hilfreich, sondern notwendig. DIVSI erforscht die digitalen Lebenswelten der Menschen in Deutschland und entsprechende Konsequenzen für Handlungskorridore und Umsetzungspotenziale. Die 2012 daraus entstandenen DIVSI Internet-Milieus¹ bilden die jeweils aktuelle digitale Alltagswirklichkeit in unserer Gesellschaft mit besonderem Fokus auf die Zusammenhänge „Vertrauen und Sicherheit im Internet“ ab. Zur Pflege dieses Modells gehört die regelmäßige Aktualisierung, um eventuelle Größenveränderungen und Neu-Formationen der einzelnen Gruppen rechtzeitig zu erfassen. Lebenswelten verändern sich kontinuierlich im Zuge des Wertewandels und veränderter Lebensbedingungen; im Zeitverlauf ergeben sich dabei nicht nur quantitative Verschiebungen, sondern auch Veränderungen in der Zusammensetzung und der Abgrenzung der Gruppen untereinander. Insbesondere mediennutzungsbasierte Zielgruppentypologien wie die DIVSI Internet-Milieus erfordern aufgrund der fortschreitenden technischen Entwicklungen regelmäßige Aktualisierungen.

Die vorliegende Studie liefert nun – vier Jahre nach der Veröffentlichung der ersten Typologie zum Komplex „Vertrauen und Sicherheit im Internet“ – ein aktualisiertes Modell der DIVSI Internet-Milieus. Damit stellt sie ein umfassendes empirisches Fundament dar, mit dessen Hilfe zielgruppenspezifisch auf die Befindlichkeiten innerhalb der Gesellschaft reagiert werden kann, wenn es um das weite Handlungsfeld der Digitalisierung geht. Des Weiteren ermöglicht die Erhebung und Analyse der Veränderungen der Internetnutzung und der Einstellungen gegenüber dem Internet ein detailliertes Verständnis der Veränderungsdynamik. Damit lassen sich zukünftig relevant werdende Herausforderungen mit Blick auf die digitalisierte Gesellschaft erkennen.

¹ Siehe DIVSI (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg. Eine Aktualisierung der identifizierten Internet-Milieus wurde in 2013 vorgenommen: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2013/12/DIVSI_Milieu-Studie_Aktualisierung_2013.pdf (Zugriff: 02.03.2016)

1.2 Die zentralen Forschungsfragen und Themenkomplexe

Ziel der Studie ist es, sowohl die aktuell relevanten als auch die sich im Zeitverlauf der letzten vier Jahre veränderten Einstellungen und Verhaltensmuster im Kontext Internet in der Tiefe zu verstehen. Im Zentrum der Studie stehen entsprechend die folgenden Themenbereiche und Forschungsfragen:

Digitalisierungslevel

- Wie oft, wie lange, womit und wofür gehen die Deutschen ins Internet?
- Einstellungen gegenüber dem Internet wie Offenheit und Interesse an Neuerungen, gesellschaftliche Relevanz und die Zukunft des Internets
- Souveränität beziehungsweise Überforderung im Umgang mit dem Internet

Chancen und Risiken in der digitalen Welt

- Vorteile der Digitalisierung
- Wahrgenommene Risiken und die daraus folgenden Konsequenzen

Einstellungen zu Vertrauen und Sicherheit im Internet

- Wer ist verantwortlich und wem vertraut man bezüglich Sicherheitsfragen?
- Sicherheitsgefühl und Umgang mit Sicherheitsfragen

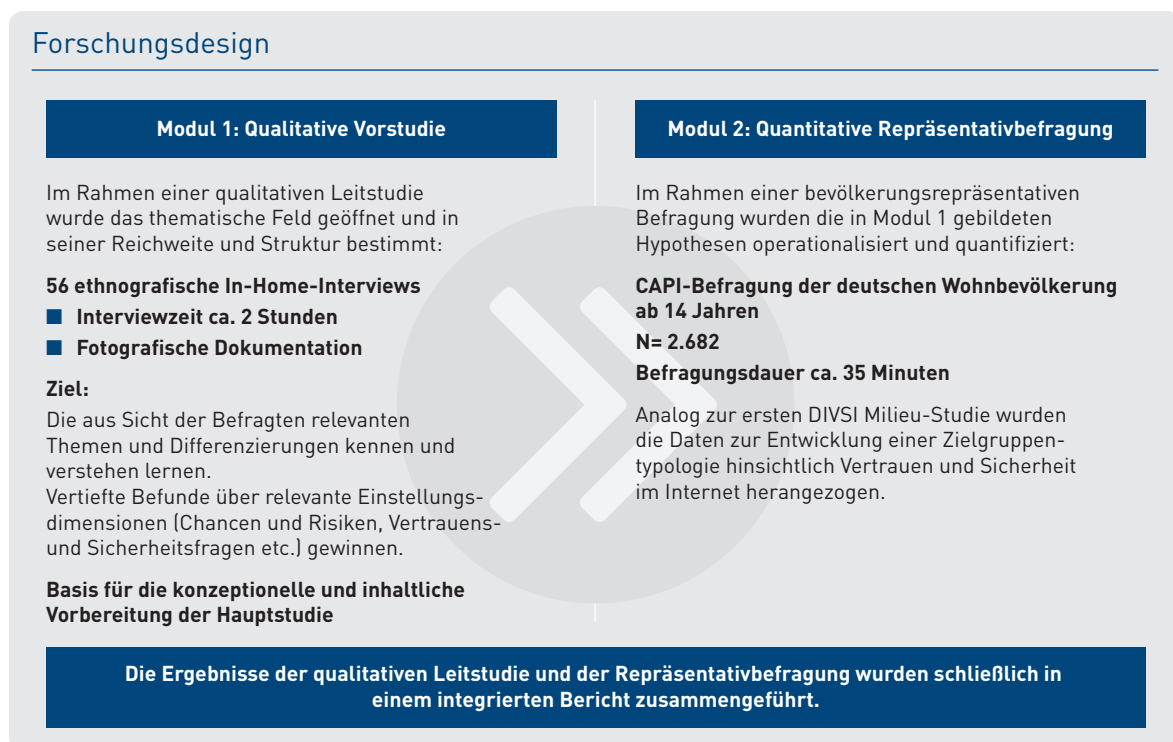
Privatsphäre und Personal Data Economy

- Relevanz von Privatsphäre-Fragen und der Umgang mit persönlichen Daten
- Einstellungen gegenüber einer Ökonomisierung der eigenen Daten

1.3 Methodisches Vorgehen im Überblick

Die Komplexität der Fragestellung und das Ziel, die tieferliegenden Einstellungen zum Internet zu verstehen und plastisch darstellen zu können, erforderte ein zweistufiges Erhebungsverfahren. Die in einer ersten Phase durchgeführten qualitativen Interviews dienten der Erfassung der aktuell relevanten und die Menschen bewegenden Themen und Fragen hinsichtlich des Internets. In einer zweiten quantitativen Erhebung wurden die identifizierten Einstellungsmuster überprüft.

Die folgende Grafik zeigt einen Überblick über das zweistufige Forschungsdesign. Detaillierte Informationen zum methodischen Vorgehen, zur Aktualisierung des Modells der DIVSI Internet-Milieus und zur zugrundeliegenden Stichprobe finden sich im Anhang dieses Berichts.



2. Zentrale Befunde

Die Bevölkerung in Deutschland zeigt 2016 einen ausgeprägten Internet-Optimismus: 72 Prozent sehen mehr Chancen als Gefahren im Internet (2012: 68 Prozent). Eine Sorge davor, dass in Zukunft vieles nur noch online erledigt werden kann, findet sich lediglich bei 38 Prozent (2012: 47 Prozent). Dass das Internet an Bedeutung im Alltag gewonnen hat, zeigt sich vor allem an folgenden Fakten:

- Die Menschen fühlen sich heute dem Internet deutlich verbundener und möchten es nicht mehr missen. So kann sich 2016 mehr als die Hälfte (60 Prozent) der Gesamtbevölkerung ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellen (2012: 50 Prozent).
- Die Menschen verbringen immer mehr Zeit im Internet; 58 Prozent der Menschen sind täglich online (2012: 38 Prozent). Das Internet spielt zunehmend eine bedeutende Rolle für berufliche Zwecke: 23 Prozent nutzen das Netz vier Stunden täglich oder mehr für Schule, Ausbildung oder Beruf (2012: 3 Prozent).
- Die Internetnutzung ist mobiler geworden. Die Zahl der Smartphone-Besitzer hat sich in den letzten vier Jahren vervierfacht (2016: 68 Prozent; 2012: 16 Prozent). Und fast jeder, der ein Smartphone besitzt, geht damit auch online (92 Prozent).
- Kommunikation und Interaktion sind zentrale Treiber der intensiveren Internetnutzung. 69 Prozent der Befragten nutzen Soziale Netzwerke. Besonders relevant sind diese weiterhin insbesondere für Jüngere. Allerdings lassen sich in den älteren Kohorten die größten Zuwächse verzeichnen: Die Gruppe der 50- bis 64-Jährigen hat deutlich zugelegt (2012: 43 Prozent; 2016: 70 Prozent), bei den über 64-Jährigen hat sich der Anteil sogar verdoppelt (2012: 9 Prozent; 2016: 19 Prozent).

16 Prozent der Bevölkerung nutzen das Internet nie (2012: 20 Prozent). Die grundsätzliche Haltung gegenüber dem Internet ist allerdings bei den Offlinern deutlich weniger ablehnend als noch 2012:

- Die Zahl der Offliner, die in der Nutzung des Internets keinen persönlichen Vorteil erkennen können, ist von 55 Prozent in 2012 auf 46 Prozent in 2016 gesunken.
- Auch haben heute weniger Offliner Angst davor, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann. War dies vor vier Jahren noch für 60 Prozent der Offliner voll und ganz zutreffend, liegt der Wert 2016 bei 50 Prozent.
- 83 Prozent der Offliner lassen Online-Aktivitäten von anderen erledigen, wenn sie etwas „im Internet brauchen“. Sie sind somit zum Teil zumindest „passiv online“.

Das Internet ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen, gleichzeitig werden die digitalen Lebenswelten vielfältiger. **Die digitale Gesellschaft driftet weiter auseinander:**

- Das aktualisierte Modell der DIVSI Internet-Milieus zeigt, dass sich die digitale Gesellschaft insbesondere im Bereich der Internet-Intensivnutzer ausdifferenziert. Mit den *Netz-Enthusiasten* (12 Prozent) und den *Souveränen Realisten* (15 Prozent) entstehen zwei neue Internet-Milieus mit euphorisch-emotionalem bzw. kritisch-nüchternem Zugang zum Internet.
- 69 Prozent der Bevölkerung in Deutschland möchten an dem teilhaben, was im Internet geschieht. Das heißt aber nicht automatisch, dass sie dazu auch in der Lage sind. Insbesondere die Internet-Milieus der *Unbekümmerten Hedonisten* und der *Internetfernen Verunsicherten* laufen Gefahr, von zentralen Bereichen der Digitalisierung ausgeschlossen zu sein – selbst wenn sie aktive Onliner sind.

Für die Bevölkerung sind Fragen zur Sicherheit im Internet in den letzten vier Jahren immer wichtiger geworden. Gleichzeitig bezweifeln zwei Drittel (68 Prozent) der Menschen, dass Datensicherheit im Internet überhaupt möglich sei (2012 war dies mit 55 Prozent nur etwas mehr als die Hälfte).

Die Skepsis, dass Datensicherheit im Internet überhaupt möglich ist, steht nicht im Widerspruch zum grundsätzlichen Internet-Optimismus; es hat sich vielmehr eine pragmatische Grundhaltung in Sicherheitsfragen etabliert: Den Menschen ist bewusst, dass die Internetnutzung Risiken birgt, gleichzeitig ist es für sie unverzichtbar, online zu sein.

Die Verantwortung für Sicherheit im Internet sehen die Menschen in Deutschland sowohl bei Unternehmen und Staat, als auch bei sich selbst:

- Bei Sicherheitsfragen schreibt sich ein Großteil der Bevölkerung Eigenverantwortung zu: 82 Prozent sagen, dass jeder selbst für Sicherheit im Internet sorgen müsse.
- Unternehmen und Staat sehen die Befragten ebenso klar in der Pflicht. Es bestehen jedoch erhebliche Vertrauensdefizite gegenüber diesen Akteuren:
 - 88 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass Unternehmen für einen besseren Datenschutz sorgen müssen. Gleichzeitig gehen 48 Prozent davon aus, dass große Anbieter von Online-Diensten nicht sorgfältig mit persönlichen Daten umgehen. 74 Prozent empfinden es als Gefahr, dass Großkonzerne wie Google oder Facebook immer mehr Daten von Internetnutzern sammeln.
 - 70 Prozent der Befragten ist es wichtig, dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt. Dabei zeigen sich jedoch Zweifel im Hinblick auf die Umsetzbarkeit: 66 Prozent der Befragten glauben, dass der Staat diesem Auftrag nicht gerecht werden und die Bürger nicht vor den Gefahren im Internet schützen kann.

Das Online-Verhalten der Bevölkerung in Deutschland erscheint teilweise widersprüchlich. Die Befragten handeln scheinbar nicht immer nach den selbstgesetzten Maßstäben:

- 74 Prozent der Onliner vermuten, dass Informationen, die sie im Internet hinterlassen, prinzipiell von Unternehmen zu Geld gemacht werden. Diese Praxis lehnt ein Großteil der Onliner mit Blick auf die eigenen Daten ab: Nur 21 Prozent können sich vorstellen, einen Tausch von persönlichen Daten gegen Online-Services (wie z.B. Apps) einzugehen. Gleichzeitig werden Online-Dienste, bei denen entsprechende Daten qua Nutzung automatisch preisgegeben werden (z.B. Messenger-Dienste) besonders intensiv genutzt.
- 64 Prozent der Internetnutzer sagen, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten gewöhnen müsse. Gleichzeitig möchten selbst diese Personen nicht, dass persönliche Daten von ihnen im Internet zu finden sind.

Digital Detox ist kein Trend für Intensiv-Onliner. Insbesondere Personen, die überdurchschnittlich viel Zeit im Netz verbringen, haben ein deutlich weniger ausgeprägtes Bedürfnis nach einer Online-Auszeit als Menschen, die eher selten online sind.

3. Mobiler, intensiver, interaktiver – wie sich das Online-Verhalten der deutschen Bevölkerung verändert

2012 hat DIVSI erstmals eine Grundlagenstudie zum Thema Vertrauen und Sicherheit im Internet in Deutschland veröffentlicht. Dabei wurden sowohl die Nutzungsweisen des Internets wie auch die generellen Einstellungen zur Thematik untersucht. Zwar liegen zwischen 2012 und 2016 lediglich vier Jahre, mit Blick auf den Prozess der rasant fortschreitenden Digitalisierung sind es aber Welten. Das mobile Internet war 2012 bei weitem noch nicht so verbreitet und Messenger-Dienste wie WhatsApp oder Community-Services wie Instagram waren gerade einmal knapp zwei Jahre alt und noch lange kein Mainstream, sondern vor allem Tummelplätze für die jüngere, netz-euphorische Avantgarde. So wurden 2012 noch achtmal mehr SMS als WhatsApp-Nachrichten verschickt – schon 2014 hatte sich das Verhältnis nahezu umgekehrt.

Dies ist nur ein Beispiel von vielen. In den vergangenen vier Jahren haben immer mehr digitale Angebote bei immer mehr Menschen einen festen Platz im Alltag erobert. Mittlerweile ist es für den Großteil der Bevölkerung zur Normalität geworden, mobil im Internet zu sein, sich online zu vernetzen und das Internet als wesentliche Infrastruktur sowohl bei einer Vielzahl privater wie auch beruflicher Aktivitäten für unverzichtbar zu erklären.

Wie aber sieht der sogenannte „digitale Alltag“ inzwischen aus und was genau hat sich verändert? Handelt es sich dabei lediglich um Veränderungen auf der technischen Ausführungsebene oder zeigen sich auch Entwicklungen bei den Einstellungen und Werthaltungen gegenüber der Digitalisierung im Allgemeinen bzw. der Beziehung zum Internet im Speziellen? Auf diese Fragen gibt dieses Kapitel erste Antworten. Darauf aufbauend wird in Kapitel 4 überprüft, inwiefern sich die Landschaft der DIVISI Internet-Milieus verändert hat.

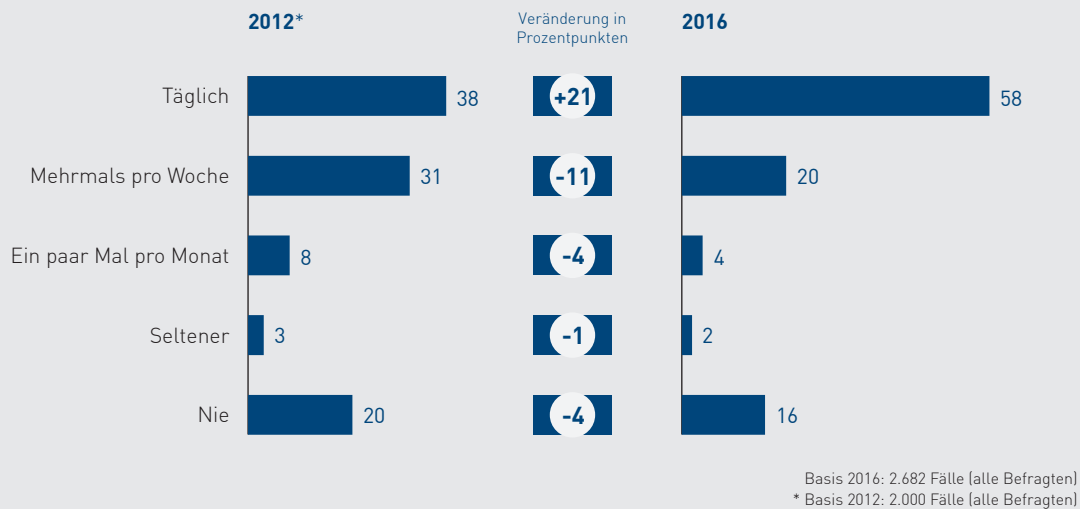
3.1 Immer mehr Zeit im Online-Modus

Während die Mehrheit der Menschen täglich online ist, bleibt ein Sechstel offline

Der Anteil der deutschsprachigen Bevölkerung, der das Internet täglich nutzt, ist in den letzten vier Jahren um 21 Prozentpunkte gestiegen: Mehr als die Hälfte ist mittlerweile täglich im Netz. Der Anteil der Gelegenheitsnutzer hat sich stark reduziert (von 31 auf 20 Prozent), die Offliner hingegen machen 2016 noch 16 Prozent aus (2012: 20 Prozent). Die Veränderungen im Digitalisierungslevel in den letzten vier Jahren haben somit weniger zwischen Onlinern und Offlinern stattgefunden, sondern vielmehr innerhalb der Onliner.

Häufigkeit der Internetnutzung im Zeitvergleich

Wie häufig nutzen Sie persönlich das Internet? in Prozent

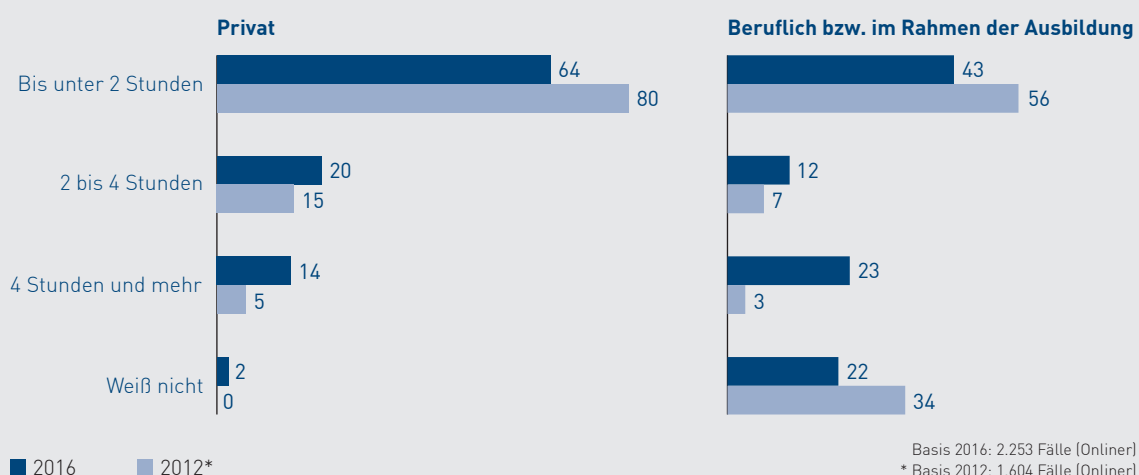


Die Menschen sind nicht nur häufiger, sondern auch deutlich länger im Internet

2016 geben 14 Prozent der Onliner an, täglich vier Stunden oder länger zu privaten Zwecken online zu sein. 2012 waren es lediglich 5 Prozent. Auch mit Blick auf berufliche Tätigkeiten oder im Rahmen von Schule, Ausbildung oder Universität haben sich die Online-Zeiten in den vergangenen vier Jahren ausgedehnt: 2012 waren es nur 3 Prozent der Onliner, die das Internet vier Stunden und länger für diese Zwecke nutzten; heute sind es bereits 23 Prozent. In der gestiegenen Nutzungsdauer zeigt sich auch eine gestiegene Relevanz des Internets für das Berufsleben.²

Private und berufliche Internetnutzung

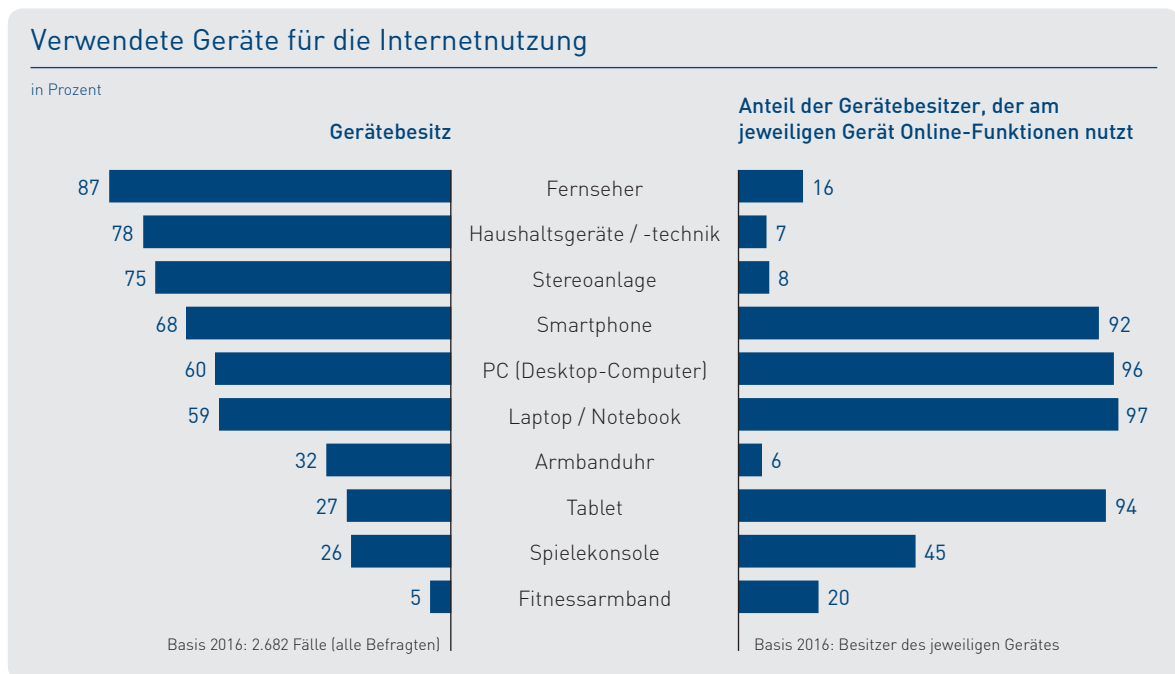
Wie lange sind Sie an einem normalen Werktag insgesamt online? in Prozent



² In der 2015 veröffentlichten DIVSI U9-Studie „Kinder in der digitalen Welt“ wird die in der Wahrnehmung von Eltern gestiegene Bedeutung des Internets für das spätere (berufliche) Leben von Kindern deutlich. So sind 65 Prozent der Eltern in Deutschland der Auffassung, dass Kinder den Umgang mit digitalen Medien von klein auf lernen müssen, um nicht von der Gesellschaft abgehängt zu werden. Siehe DIVSI (2015): DIVSI U9-Studie - Kinder in der digitalen Welt. Hamburg, S. 91.

Die Zahl der Smartphone-Besitzer hat sich in den vergangenen vier Jahren vervierfacht

Im Vergleich zu 2012 verfügen die Menschen heute über weitaus mehr internetfähige Geräte. Besonders deutlich fallen die Veränderungen bei Tablet und Smartphone aus. Sie haben ihren „Exotenstatus“ verloren: Besaßen 2012 lediglich 2 Prozent der Befragten ein Tablet, ist es heute bereits gut ein Viertel. Auch der Zuwachs bei den Smartphones ist beachtlich: Der Anteil der Smartphone-Besitzer hat sich seit 2012 mehr als vervierfacht. Mit 68 Prozent ist es inzwischen das am weitesten verbreitete (mobile) internetfähige Gerät. Dementsprechend ist auch die mobile Internetnutzung deutlich gestiegen. Von denjenigen, die ein Smartphone besitzen, nutzen damit 92 Prozent Online-Funktionen; beim Tablet sind es 94 Prozent. Darüber hinaus sind weiterhin PC und Laptop/Notebook wichtige Geräte, wenn es um den Zugang zum Internet geht. Ebenfalls über 90 Prozent der Personen, die solche Geräte ihr Eigen nennen, gehen damit auch online.



Zur Illustration der quantitativen Ergebnisse werden hier und in den folgenden Kapiteln zu den jeweiligen Themen und Fragestellungen Zitate aus den qualitativen Gesprächen angeführt:

„Wenn ich aber nur schnell was gucken will, nehme ich, seit ich das iPhone habe, das ist jetzt seit anderthalb Jahren, das iPhone, weil es einfach schneller geht. Bis dieser Laptop hochgefahren ist usw. dauert es einfach viel zu lange.“
(weiblich, 58 Jahre)

„Ich gehe mit dem Handy online. Das ist mein treuer Begleiter. Das ist auch das, wo man am schnellsten etwas machen kann.“
(männlich, 19 Jahre)

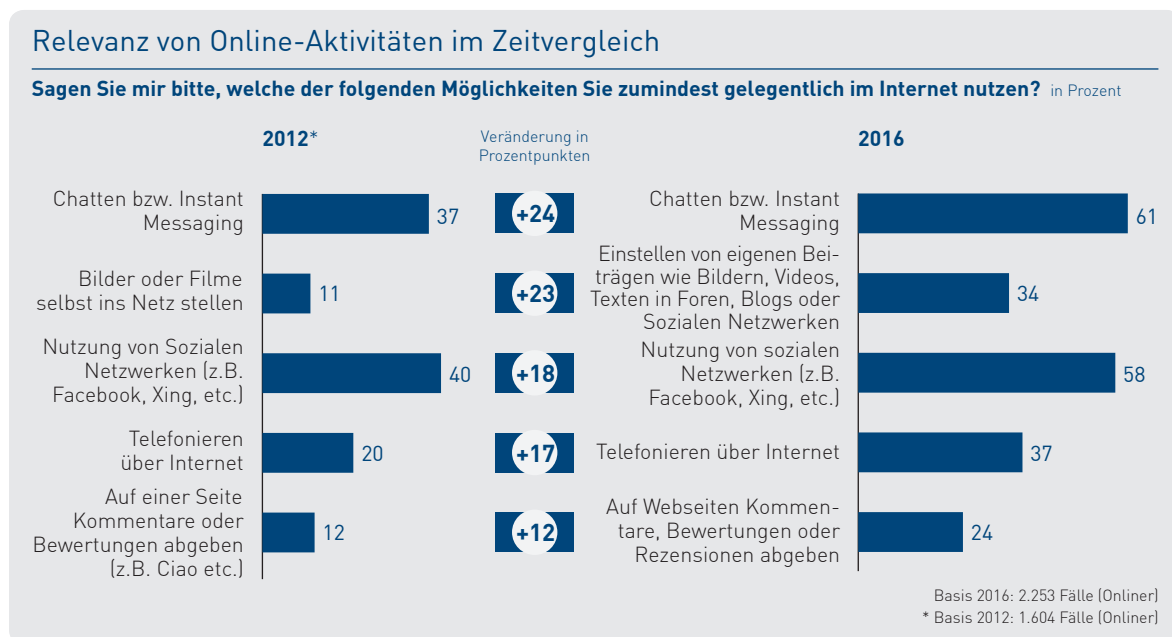
„Je nach dem. Wenn ich gemütlich bin, nehm´ ich mir das iPad zum Onlinegehen und sitze auf dem Sofa.“
(weiblich, 33 Jahre)

3.2 Wachsende Bedeutung von sozialem Netzwerken und Instant Messaging

Kommunikative Aktivitäten rücken in den Vordergrund

Wer wie viel Zeit online verbringt ist eine wichtige Frage. Mindestens genauso wichtig ist aber die Frage, was die Menschen im Internet eigentlich machen. Im Ranking der Online-Aktivitäten hat sich auf den ersten beiden Plätzen seit 2012 nichts verändert: Weiterhin dient das Internet 90 Prozent der Onliner zumindest gelegentlich der Informationssuche und dem E-Mail-Verkehr. Die Zuwächse gegenüber 2012 liegen dabei unter 5 Prozent.

Sehr große Zuwächse zeigen sich hingegen bei Aktivitäten, die im Zusammenhang mit Sozialen Netzwerken beziehungsweise zwischenmenschlicher „informeller“ Kommunikation stehen. So erfreuen sich beispielsweise Messenger-Dienste immer größerer Beliebtheit. Diese Entwicklung lässt sich auch global beobachten. So konnte die App WhatsApp ihre weltweite Nutzerzahl in den vergangenen zwei Jahren vervierfachen. Zu Beginn des Jahres 2016 wurden erstmals über eine Milliarde Nutzer registriert.³ Im Zuge der steigenden Bedeutung von Social Media verändert sich auch die generelle Nutzungsweise des Internets: Immer mehr Menschen sind nicht mehr nur Rezipienten von Online-Inhalten, sondern werden selbst zu Produzenten, indem sie zu einem größeren Anteil eigene Beiträge in Foren, Blogs oder Sozialen Netzwerken einstellen und deutlich mehr Kommentare, Rezensionen und Bewertungen abgeben als noch vor vier Jahren.



„Es gibt so eine Forums-Hilfsseite für Programmierung in jeglichem Sinne, da bin ich ziemlich aktiv. Also einerseits stelle ich Fragen, wenn ich jetzt irgendein Problem habe und nicht weiterkomme und andererseits beantworte ich Fragen anderer und löse denen ihre Probleme.“ (männlich, 32 Jahre)

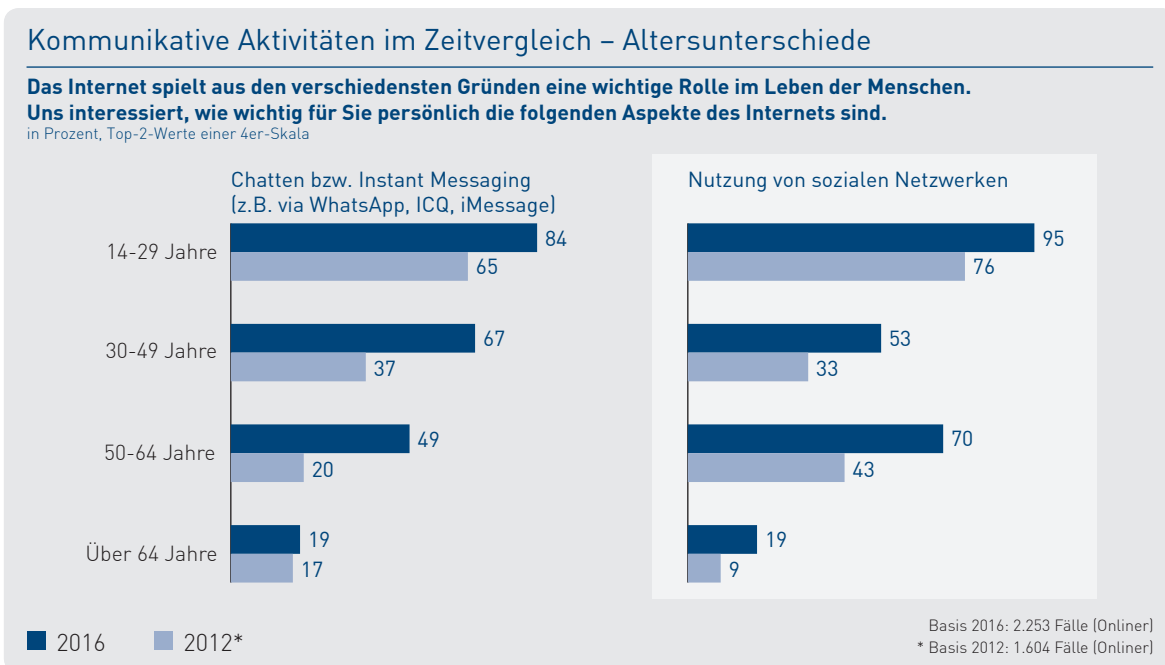
³ <http://www.faz.net/aktuell/technik-motor/computer-internet/fakten-hintergruende-und-zukunftsplaene-von-whatsapp-14004248.html> [Zugriff: 23.03.2016]

„Jetzt WhatsApp, früher habe ich viel Google-Talk, ICQ und MSN-Messenger benutzt, das ist jetzt schon lange her.“
(weiblich, 24 Jahre)

„Also es gibt manche Dinge, die ich noch in XING mache, indem ich da weiß, da sind bestimmte Fachleute und da kann ich noch einmal was ablassen.“
(männlich, 70 Jahre)

Soziale Netzwerke sind nicht mehr nur für junge Onliner interessant

Wurden Soziale Netzwerke und Instant Messaging 2012 vor allem von Jüngeren genutzt, haben insbesondere die 30- bis 64-Jährigen hier stark zugelegt. Bei ihnen hat sich die Bedeutung von Messenger-Diensten deutlich erhöht. Ähnlich verhält es sich bei den Sozialen Netzwerken. Hier hat sich selbst der Anteil der über 64-Jährigen in den letzten Jahren verdoppelt.

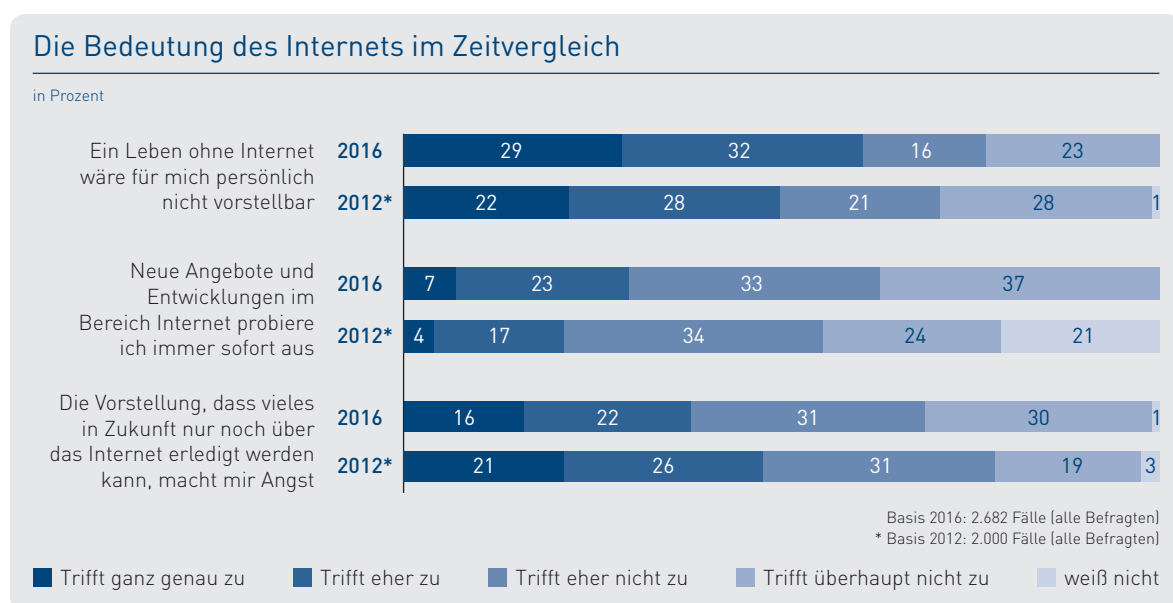


Wearables und „Internet der Dinge“ sind noch nicht etabliert

Wie gezeigt gehen die Menschen in Deutschland immer mehr über Mobilgeräte online. Es ist heute für viele normal, mit dem Smartphone eine Fahrkarte zu kaufen oder Produktinformationen zu recherchieren. Dass aber auch ganz andere Geräte mittlerweile Online-Anwendungsmöglichkeiten haben, ist nur wenigen präsent. Derzeit verwenden beispielsweise nur 6 Prozent Online-Funktionen an Haushaltsgeräten/-technik (z.B. Kühlschrank, Heizung), das heißt, Systeme, die unter den Begriff „Smart Home“ gefasst werden. Die qualitativen Befunde der vorliegenden Studie zeigen, dass noch am ehesten moderne Heizungsgeräte online gesteuert werden. Motivation ist hierbei, das eigene Heizverhalten so effizient wie möglich zu gestalten, um Umwelt und Geldbeutel zu schonen. Auch Online-Funktionen von Smartwatches oder Fitnessarmbändern nutzt derzeit nur ein Bruchteil der Bevölkerung (2 Prozent bzw. 1 Prozent). Das Internet der Dinge ist somit im Alltag der Menschen noch nicht angekommen.

3.3 Steigender Online-Optimismus

Die Intensivierung der Internetnutzung steht in Zusammenhang mit einer generell veränderten Haltung gegenüber Digitalisierungsprozessen. Während 2012 für die Hälfte der Deutschen ein Leben ohne Internet unvorstellbar war, sind es 2016 bereits 61 Prozent. Die These, dass die steigende IT-Durchdringung des Alltags den Menschen Sorgen bereitet, lässt sich anhand der Daten dieser Studie nicht bestätigen. Im Gegenteil: Die Menschen haben immer weniger Angst davor, dass man in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigen kann. War dies 2012 noch fast die Hälfte (47 Prozent), sind es 2016 nur noch 38 Prozent. Zwar zeigt auch weiterhin nur eine Minderheit Interesse daran, neue Angebote umgehend auszuprobieren, aber auch dieser Anteil der „Early Adopter“ ist in den letzten Jahren gestiegen.



Wie die folgenden Zitate aus der qualitativen Befragung zeigen, fürchten die Befragten weniger die zunehmende Digitalisierung des Alltags, sondern eher eine fehlende oder nicht funktionierende Internetverbindung. Viele tägliche Dinge möchte man mittlerweile gar nicht mehr offline erledigen. Vereinzelt wird aber auch gerade diese Abhängigkeit als Problem gesehen. Denn was passiert eigentlich, wenn plötzlich der Strom ausfällt oder die Internetverbindung nicht mehr funktioniert?

„Ohne dieses Smartphone könnte ich weder privat noch beruflich existieren. Und um das zuzuspitzen: Es ist so, ich fühle mich eingeschränkt, wenn ich keinen Strom habe, wenn ich nicht online gehen kann, oder wenn mit diesem Gerät irgendwas passiert.“ (männlich, 54 Jahre)

„Dann wäre ich abgeschnitten von der Außenwelt. Ich brauche das Internet für alles, was ich mache.“ (weiblich, 33 Jahre)

„Es wäre einfach viel stressiger und komplizierter, weil man sich nicht mehr mit Leuten absprechen könnte. Meine Freizeit und meine Hobbys würden deutlich darunter leiden.“ (männlich, 29 Jahre)

Immer weniger Menschen fühlen sich mit dem Medium Internet überfordert

Die zunehmende Verbundenheit mit dem Internet geht auch mit einem gestiegenen Selbstbewusstsein in punkto Internetkompetenz einher. Gaben 2012 noch 35 Prozent an, mit dem Medium Internet eigentlich überfordert zu sein, sind es aktuell noch 30 Prozent. Es fühlen sich dabei allerdings nicht nur Menschen überfordert, die gar nicht online sind, sondern auch 21 Prozent derer, die sich regelmäßig im Internet bewegen (siehe hierzu auch Kapitel 5 zur digitalen Teilhabe). Betrachtet man die selbst zugeschriebene Online-Kompetenz, zeigt sich, dass sich die Menschen 2016 kompetenter einstufen als noch vier Jahre zuvor. So lag der Durchschnittswert auf einer umgekehrten Schulnotenskala, auf der ‚1‘ Anfänger und ‚6‘ Experte bedeutet, 2012 bei 3,1. 2016 beträgt er 3,6.

Was sind die Gründe für diesen Zuwachs an selbst zugeschriebener Kompetenz? Die Ergebnisse zeigen, dass die subjektive Online-Kompetenz mit der Dauer zusammenhängt, die man online ist. Unter den Internetnutzern, die sich eine 5 oder 6 geben, sind 81 Prozent mindestens eine Stunde am Tag für private Zwecke online. Von denjenigen, die weniger als eine Stunde täglich online sind, wählt nur etwa jeder Zehnte eine 5 oder 6 für die Einschätzung der persönlichen Online-Kompetenz.

Zudem zeigen die qualitativen Interviews, dass Programme und Anwendungen in der Wahrnehmung der Menschen immer bedienungsfreundlicher werden, nach dem Motto: „Anschalten, draufklicken und los geht’s.“

„Das wird irgendwie alles viel intuitiver.“

(männlich, 39 Jahre)

„Ich höre ein Fremdwort, das ich nicht kenne, das geb’ ich in mein iPad ein und zack hab’ ich die Erklärung!“

(weiblich, 52 Jahre)

Die Chancenwahrnehmung nimmt im Zeitvergleich zu

Bereits 2012 sahen 68 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung mehr Chancen als Gefahren im Internet. Trotz vielfältiger neuer Herausforderungen (z.B. auch in Sachen Datenschutz und Cyber-Kriminalität) hat sich diese Auffassung noch etwas weiter verbreitet. Heute sehen 72 Prozent der Befragten mehr Chancen als Gefahren im Internet. Als Argument werden vor allem die Informationsangebote und die schnelle und praktische Organisation des Alltags via Online-Services genannt. Aber auch den sozialen Aspekten kommt eine bedeutende Rolle zu: Mit Freunden und Bekannten in Kontakt bleiben zu können (82 Prozent) oder unentgeltliche Kommunikationsmöglichkeiten (74 Prozent) werden als wichtige Vorzüge des Internets genannt.

Die Chancenwahrnehmung hängt stark mit der Nutzungsintensität zusammen. Diejenigen Onliner, die täglich im Netz sind, sagen zu 85 Prozent, dass das Internet mehr Chancen als Gefahren birgt. Von den Onlinern, die das Internet nicht täglich nutzen, sagen dies nur 71 Prozent.

Wahrgenommene Chancen des Internets

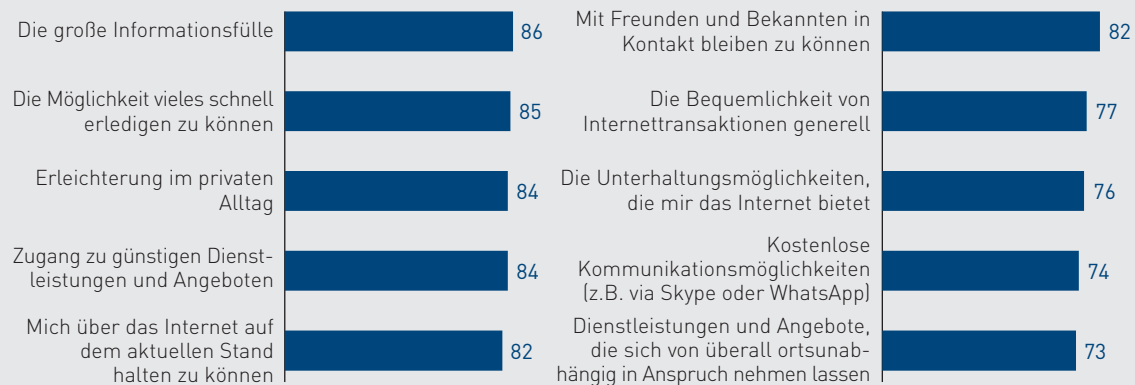
in Prozent



Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)
* Basis 2012: 2.000 Fälle (alle Befragten)

■ Trifft ganz genau zu ■ Trifft eher zu ■ Trifft eher nicht zu ■ Trifft überhaupt nicht zu ■ weiß nicht

Das Internet spielt aus den verschiedensten Gründen eine wichtige Rolle im Leben der Menschen. Uns interessiert, wie wichtig für Sie persönlich die folgenden Aspekte des Internets sind. in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 2.253 Fälle (Onliner)

„Ich sehe eher die Chancen. Klar, doch. Es kommt natürlich auch immer auf den Nutzer drauf an. Aber natürlich bietet das Internet halt doch trotzdem mehr Chancen als Risiken. Also für mich, finde ich jetzt.“
(weiblich, 24 Jahre)

„Chancen, die es bietet? Also für mich persönlich überhaupt nicht, aber für andere, meinen Mann, meine Tochter. Den ganzen Tag sitzt die dann davor und guckt und guckt und bestellt irgendwas und sowas. Aber für mich sehe ich da nichts.“
(weiblich, 70 Jahre)

„Vorteile auf jeden Fall, dass du halt auf der ganzen Welt Dinge bestellen kannst, anschauen kannst. Du kannst eine Weltreise durch das Internet machen.“
(männlich, 39 Jahre)

„Man bekommt schnell und effektiv Informationen. Schneller als im Internet geht es ja nicht. Wie viele Zeitungen will man sich durchlesen, bis man die Informationen hat?“
(weiblich, 31 Jahre)

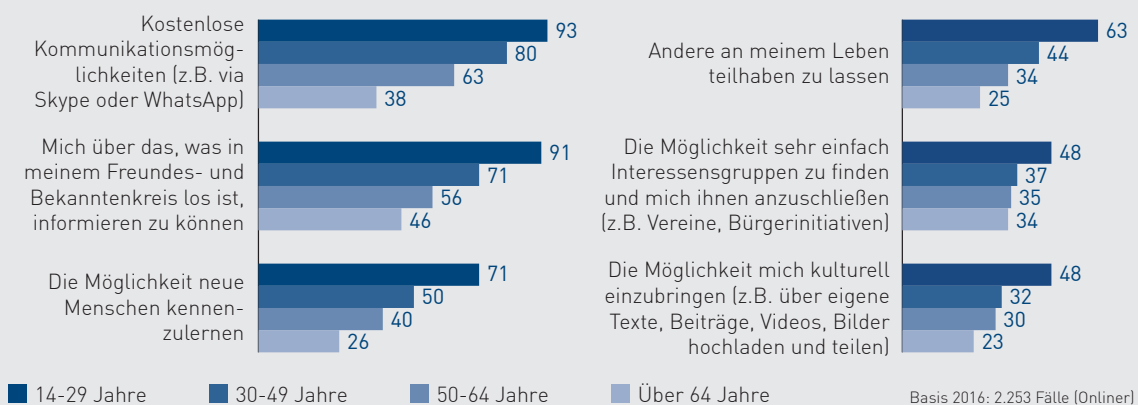
„Die Chancen sind, dass es ein Demokratisierungsinstrument ist auf politischer Ebene. Dass die Menschen sich ohne Zensur einander mitteilen können, und dass sie sich auch versammeln und organisieren können.“
(weiblich, 52 Jahre)

Kommunikation und Interaktion sind vor allem für Jüngere Treiber, online zu sein

Die potenziellen Vorteile des Internets werden mehr von den jüngeren als den älteren Befragten für persönlich relevant eingeschätzt. Dies zeigt nochmals, dass das Internet gerade für die nachwachsenden Generationen nicht mehr wegzudenken ist. Besonders groß sind die Unterschiede zwischen Jüngeren und Älteren bei der Bedeutung von Kommunikation und Interaktion im Netz – auch wenn die älteren Generationen hier wie oben ausgeführt aktiver geworden sind: Während kostenlose Kommunikationsmöglichkeiten für 93 Prozent der 14- bis 29-jährigen Onliner ein wichtiger oder gar sehr wichtiger Vorteil des Internets sind, sagen das bei den über 64-jährigen Onlinern nur 38 Prozent. Ähnlich verhält es sich bei den wahrgenommenen Chancen Sozialer Netzwerke: Nur ca. ein Drittel der über 50-jährigen Onliner schätzt das Internet für die Möglichkeit, neue Menschen kennenzulernen. Bei den unter 50-Jährigen sind es hingegen fast zwei Drittel. Eine mögliche Erklärung hierfür kann neben der generell größeren Internet-Euphorie bei den Jüngeren allerdings auch ein altersbedingt stärkeres Kommunikations- und Vernetzungsbedürfnis sein. Gerade für Jugendliche gilt heute: Ohne digitale Teilhabe keine soziale Teilhabe.

Relevanz sozialer Aktivitäten – Altersunterschiede

Das Internet spielt aus den verschiedensten Gründen eine wichtige Rolle im Leben der Menschen. Uns interessiert, wie wichtig für Sie persönlich die folgenden Aspekte des Internets sind. in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



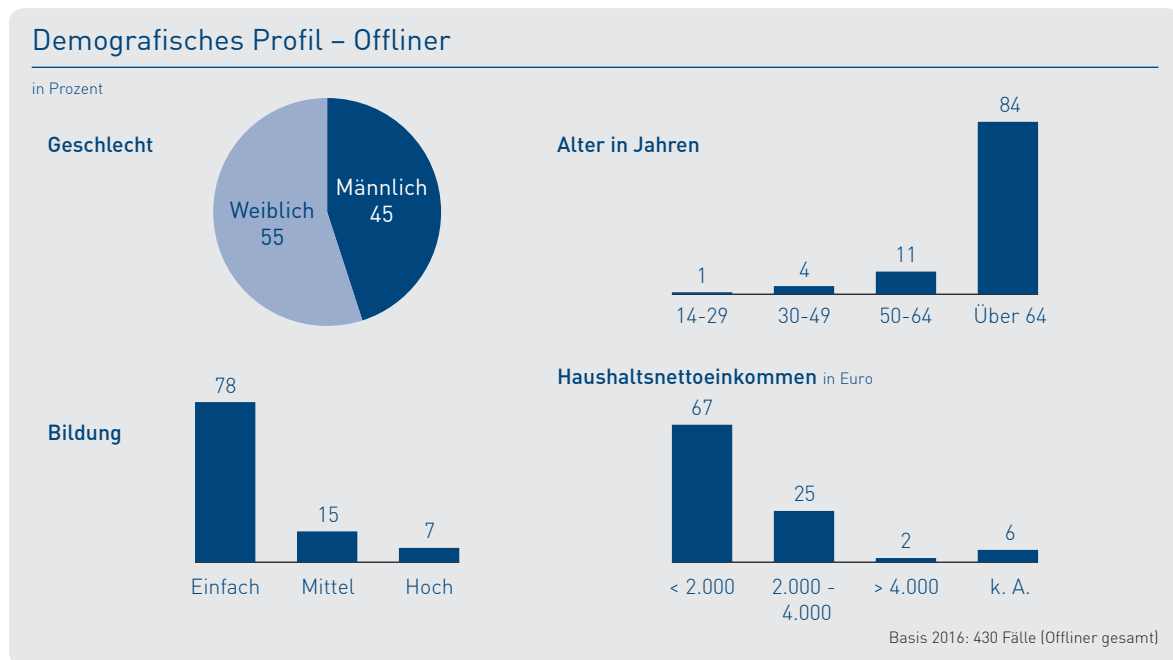
3.4 Bei aller Euphorie: Wer sind eigentlich die Offliner?

Umso selbstverständlicher und unabdingbarer die Internetnutzung für das Gros unserer Gesellschaft geworden ist, desto erstaunlicher scheint es, dass im Jahre 2016 in Deutschland noch immer jeder Sechste das Internet überhaupt nicht nutzt. Damit bleibt relevant, genau zu beschreiben, aus welchen Teilen der Gesellschaft die Offliner überwiegend stammen und warum sie auf das Internet verzichten.

Offliner sind in mehrfacher Hinsicht gesellschaftlich benachteiligt

Im Vergleich zu 2012 sind die Offliner 2016 deutlich gealtert. Heute besteht diese Gruppe zu 84 Prozent aus Menschen, die 65 Jahre und älter sind. Vor vier Jahren machte diese Alterskohorte 69 Prozent der Offliner aus. Hintergrund dieser Alterung ist neben der demografischen Entwicklung der Wohnbevölkerung in Deutschland die Tatsache, dass inzwischen vor allem jüngere (ehemalige) Offliner Zugang zum Internet gefunden haben.

Neben dem klaren Altersschwerpunkt gibt es einen Bildungsschwerpunkt: 78 Prozent haben nur einen niedrigen formalen Bildungsgrad, was sich auch in der sozioökonomischen Situation niederschlägt: 67 Prozent der Offliner verfügen nur über ein geringes Einkommen. Dies hängt aber auch mit der Lebenssituation der Offliner zusammen: Entsprechend der Altersstruktur ist ein Großteil nicht mehr berufstätig. 85 Prozent der Offliner sind Rentner und lediglich 9 Prozent dieser Gruppe sind erwerbstätig.



Gestiegene Wertschätzung für das Internet selbst bei den Offlinern

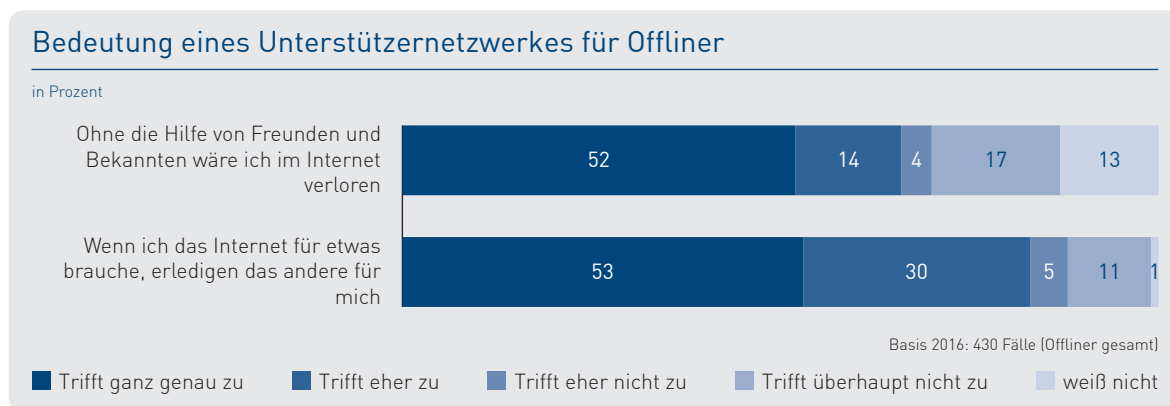
Fragt man die Offliner, aus welchen Gründen sie das Internet nicht nutzen, wird am häufigsten gesagt, dass man es im Alltag nicht benötige (56 Prozent). Trotzdem ist die Wertschätzung für die Möglichkeiten des Internets selbst in dieser Gruppe seit 2012 gestiegen. So sagten damals 55 Prozent, dass sie nicht online seien, weil sie darin keinen Nutzen für sich erkennen. 2016 nennen dies noch 46 Prozent als Barriere. Auch wenn die Offliner nicht selbst im Internet aktiv sind, wissen sie um die Vorzüge des Internets, z.B. dass dadurch vieles bequem von zu Hause zu erledigen ist oder „dass bestimmte Dinge nur online zu bekommen sind“. Die qualitativen Interviews zeigen, dass viele Offliner auf Verwandte und Bekannte zurückgreifen, die ihnen bei Bedarf beispielsweise Informationen zu einem bestimmten Thema recherchieren und ausdrucken oder gewünschte Produkte im Netz bestellen.

*„Da habe ich sicherlich den größten Fehler begangen, als ich damals gesagt habe: ‚Ich will nicht.‘“
(weiblich, 70 Jahre)*

*„Ich bin da extrem vorsichtig und frage lieber meinen Sohn, der sich gut auskennt.“
(männlich, 60 Jahre)*

*„Der Jüngste, das ist so ein IT-Spezialist, und bevor ich dann da was mache, da sage ich Uwe, wie sieht's denn aus? Oder wenn er da ist, dann sagt er, das kannst du machen, das kannst du machen.“
(männlich, 73 Jahre)*

Die Ergebnisse der repräsentativen Befragung bestätigen diesen Eindruck: 83 Prozent der Offliner sagen, dass andere Dinge für sie online erledigen, wenn sie etwas brauchen; 66 Prozent meinen zudem, dass sie ohne die Hilfe von Freunden und Bekannten im Internet verloren wären. Somit ist ein erheblicher Teil der Offliner zumindest phasenweise „passiv online“.



Antizipierte Überforderung als große Barriere für die Internetnutzung

Eine zentrale Zugangsbarriere bei den Offlinern ist die antizipierte Überforderung im Umgang mit dem Netz: 55 Prozent sagen, dass sie nicht online sind, weil es ihnen zu kompliziert erscheint, und 27 Prozent haben Angst, im Internet etwas falsch zu machen.

Ein beachtlicher Teil der Offliner (44 Prozent) ist der Auffassung, man habe nicht das richtige Alter für die Internetnutzung. Je älter die Offliner sind, desto häufiger wird dieser Grund angeführt. Die Ergebnisse der qualitativen Studie legen nahe, dass diese Auffassung nicht auf Eigenschaften des Internets beruht, sondern der mangelnden Bereitschaft oder fehlendem Bedarf, sich im Alter noch weiteren „neuen“ Technologien zu öffnen.

„Ich meine, es ist ja gut, dass es so ist. Die wachsen damit auf. Und für die ist das bestimmt, auch für die Schule und für alles, denke ich mal, schon sehr, sehr schön. Aber, wie gesagt, für die älteren, ob man das noch unbedingt sich alles in den Kopf knallen muss, weiß ich nicht.“ (weiblich, 70 Jahre)

„Meine Tochter sagt dann: „Aber du kannst es doch.“ Ich sage: „Das kann ja schon sein. Aber ich will es ja auch gar nicht.“ Ich könnte das mit Sicherheit, aber ich will es ja auch gar nicht.“ (männlich, 63 Jahre)

Sicherheitsbedenken haben bei den Offlinern zugenommen

Auch wenn die Offliner sich generell den Möglichkeiten des Internets stärker öffnen, wird heute häufiger als vor vier Jahren das mangelnde Vertrauen in die Sicherheit im Internet als Grund für die Nicht-Nutzung genannt (2012: 18 Prozent; 2016: 28 Prozent). Negativnachrichten wie die Snowden-Enthüllungen oder Berichte über Datendiebstahl können die Treiber dieser veränderten Sicherheitswahrnehmung sein (siehe hierzu auch Kapitel 6: „Vertrauen und Verantwortung: Was verschafft Sicherheit im Online-Alltag?“). Gerade wenn die Vorbehalte groß und der antizipierte Nutzen (noch) gering sind, wirken solche „Skandale“ besonders abschreckend.

3.5 Steigende Alltagsrelevanz des Internets – aber nur gering sinkender Offliner-Anteil

Die vorausgehenden Teilkapitel machen deutlich, dass die Dynamik der Digitalisierung nicht nur das Online-Verhalten selbst verändert, sondern auch die entsprechenden Einstellungen und Zugehörigkeitsmuster. Die aktuelle technische Entwicklung bedingt somit auch gesellschaftlichen Wandel. Dabei können zwei grundlegende Trends formuliert werden, die die Struktur der digitalen Lebenswelten formen:

- Die Onliner sind immer mehr mit dem Internet zusammengewachsen und können sich ein Leben „ohne“ kaum mehr vorstellen; dabei hat sich die Art der Aktivitäten deutlich erweitert. Diese Entwicklung führt zur Ausdifferenzierung von „Online-Stilen“, die sich in sehr unterschiedlichen digitalen Lebenswelten ausprägen.
- Auch die Unterscheidung zwischen Onlinern und Offlinern ist weiterhin relevant, denn der Anteil der Bevölkerung, der nie aktiv das Internet nutzt, ist nicht marginal. Abgesehen von der Frage, warum das so ist, ist bedeutsam, welche Konsequenzen ein Offline-Sein heute hat und ob es eventuell weitere Gruppen der Gesellschaft gibt, die – obwohl sie regelmäßig online sind – nicht gleichberechtigt an den Chancen der Digitalisierung teilhaben können oder wollen (vgl. hierzu Kapitel 5).

Es geht somit immer noch um das „Ob“ (Internet ja/nein), aber noch mehr als vor vier Jahren um das „Wie“, wenn man ein differenziertes Bild der Gesellschaft mit Blick auf ihr Online-Verhalten zeichnen möchte. Was die wesentlichen Barrieren sind, nicht online zu sein, wurde im vorherigen Teilkapitel erläutert. Worin liegen aber die Gründe, dass die Menschen nicht nur deutlich mehr Zeit online verbringen, sondern auch eine engere – geradezu emotionale – Verbindung zum Internet aufgebaut haben? Insbesondere im Rahmen der qualitativen Teilstudie der vorliegenden Untersuchung wurde deutlich, dass es sich um ein Konglomerat aus zumeist konkret erlebten und sichtbaren Veränderungen handelt, das sich für die Befragten aus folgenden Komponenten zusammensetzt:

1. Die Infrastruktur des Netzes wird unsichtbar und allgegenwärtig:

Bedurfte es für den Internetzugang vor zehn Jahren für die breite Masse noch eines stationären Gerätes mit Router und Kabel, reicht heute ein Smartphone und eine drahtlose Breitbandverfügbarkeit, die Stand Mitte 2015 für 98 Prozent aller Haushalte gegeben ist.⁴

2. Zugänge und Anwendungen kosten immer weniger Geld:

Die Geräte, die man für den Internetzugang benötigt, werden leistungsstärker und teilweise kostengünstiger, viele Anwendungen werden unentgeltlich angeboten. Zudem sind Mobilfunk-Internetzugänge günstiger geworden oder über WLAN mancherorts kostenlos.

3. Technisches Know-how wird überflüssig:

Die Nutzung der Geräte und deren Anwendungen wird „intuitiver“. Man braucht nicht mehr zu verstehen, wie etwas funktioniert, sondern kann gewünschte Abläufe per Knopfdruck bzw. Display-Berührung aktivieren.

⁴ http://www.zukunft-breitband.de/SharedDocs/DE/Anlage/Digitales/breitband-verfuegbarkeit-mitte-2015.pdf?__blob=publicationFile [Zugriff: 23.03.2016]

4. Convenience durch Vernetzung der Anwendungen:

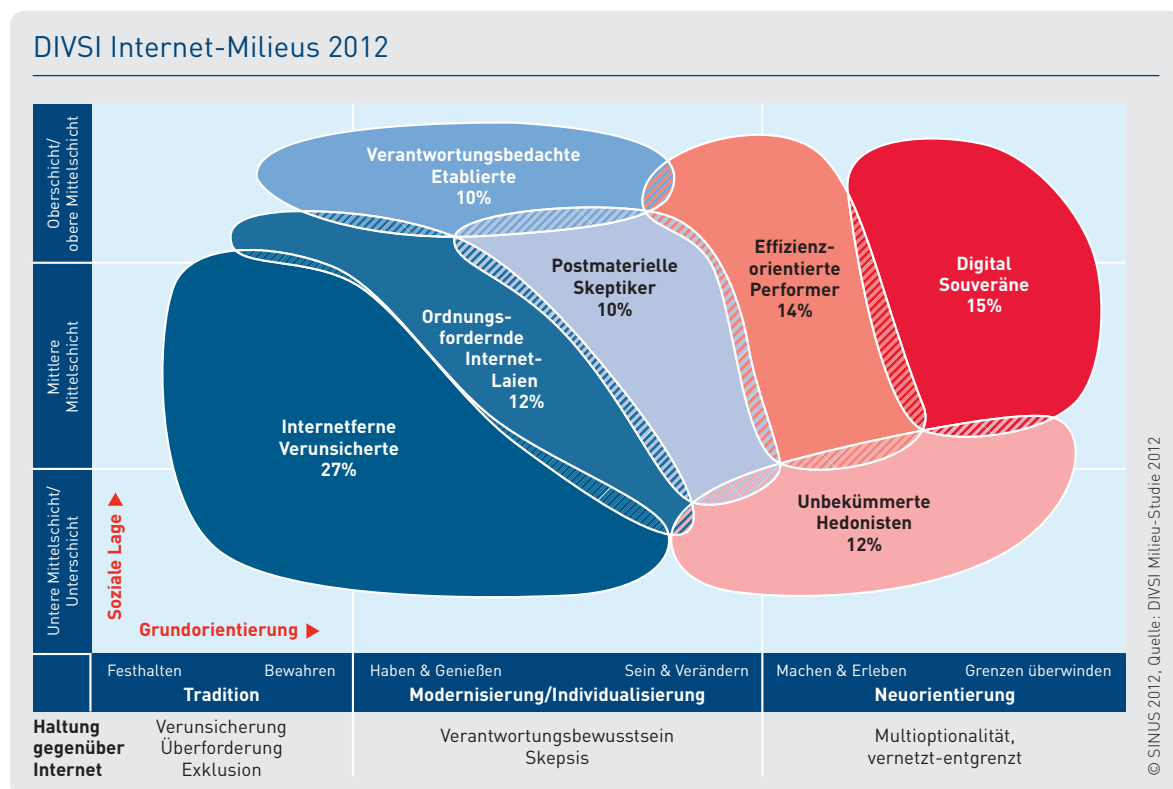
Viele Online-Dienste sind miteinander vernetzt, und es reicht ein einziges Zugangskonto für die Nutzung dieser Dienste. Besitzt man beispielsweise eine Online-ID bei einem bestimmten Anbieter, hat man unter anderem Zugriff auf den dazugehörigen App Store zum Download von Apps, den Speicher-Dienst zum Speichern und Synchronisieren von Daten und den Messenger-Dienst zum Versenden von Nachrichten oder Dateien. Ebenso genügt z.B. ein Facebook-Profil für die Nutzung verschiedener Online-Dienste.

Das folgende Kapitel zeigt auf, was diese übergeordneten Veränderungen im Verhalten und Denken der Menschen für die Landkarte der digitalen Lebenswelten bedeuten und wie sie sich im Zuge dieser Entwicklungen verändern.

4. Die DIVSI Internet-Milieus 2016

4.1 Entwicklung der DIVSI Internet-Milieus

Mit der DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet wurde 2012 erstmals ein Modell zur Erfassung und Beschreibung digitaler Lebenswelten in Deutschland entwickelt. Die DIVSI Internet-Milieus ermöglichen es, die digitale Gesellschaft in ihrer Komplexität und Heterogenität zu verstehen und Differenzierungen auch jenseits soziodemografischer Merkmale zu erfassen. Mithilfe qualitativer und quantitativer Methoden der Sozialforschung wurden sieben Internet-Milieus identifiziert und in einem Modell verortet, das die vielfältigen Einstellungen zum Internet und entsprechende Nutzungsweisen bevölkerungsrepräsentativ typologisiert.



Die Darstellung der Internet-Milieus spannt sich anhand zweier Achsen auf, der sozialen Lage auf der vertikalen und der Einstellung zum Internet sowie der grundlegenden Werthaltung auf der horizontalen Achse. Je höher eine Gruppe in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener sind Bildung und Einkommen. Je weiter rechts ein Internet-Milieu angesiedelt ist, desto wichtiger und selbstverständlicher ist das Online-Sein – zumeist verbunden mit der Tatsache, dass diese Personen auch mehr Zeit online verbringen als diejenigen, die in der Grafik weiter links zu finden sind. Die Farbgebung der einzelnen Internet-Milieus verdeutlicht damit auch die Nähe zum und die Offenheit für das Internet: Die in Blautönen gehaltenen Internet-Milieus zeichnen sich durch eine gewisse Internetferne und die in Rottönen gehaltenen durch eine mehr oder weniger ausgeprägte Internetsnähe aus.

Im Zuge der erstmaligen Entwicklung des Modells der DIVSI Internet-Milieus wurden die identifizierten Einstellungstypen zudem auf das Bezugssystem der Sinus-Milieus projiziert, d.h. die befragten

Personen wurden zum einen nach unterschiedlichem Internetverhalten bzw. unterschiedlicher Einstellung zum Internet gruppiert (s.o.), und zum anderen wurde jeder Befragte einem Sinus-Milieu zugeordnet.⁵ Die Sinus-Milieus repräsentieren die Lebenswelten in unserer Gesellschaft und die sie konstituierenden Grundorientierungen, Wertprioritäten und Lebensstile. Erst die Verknüpfung von internetbezogenen Einstellungen und grundsätzlichen Werthaltungen liefert empirisch fundierte, lebendige und anschauliche Zielgruppen-Profile.

Das Modell der DIVSI Internet-Milieus verknüpft somit Erkenntnisse auf verschiedenen Ebenen. Neben der sozio-ökonomischen Positionierung auf der vertikalen Achse (Einkommen, Bildung) bündelt die horizontale Achse drei weitere Ebenen:

- Nutzungsintensität
- Einstellung zum Internet
- Grundlegende Werthaltungen

Durch die Verbindung dieser Ebenen wird die digitale Grundhaltung multiperspektivisch erfasst. Das Modell ist somit weit mehr als eine Nutzertypologie; es liefert eine anschauliche Kartografie der digitalen Gesellschaft.

Bei der Weiterentwicklung des Modells ist die Frage zu klären, ob und auf welche Weise sich auf den verschiedenen Ebenen in den letzten vier Jahren Veränderungen ergeben haben und wie sich diese in der Zusammensetzung der digitalen Gesellschaft niederschlagen.

Die Dynamik der Digitalisierung: Was unterscheidet die digitalen Lebenswelten heute?

Die fortschreitende Digitalisierung verändert den Lebensalltag der Menschen in Deutschland und hat somit deutliche Auswirkungen auf die charakteristischen Merkmale und die Verteilung und Größe der DIVSI Internet-Milieus. In einer ersten quantitativen Aktualisierung der Typologie in 2013⁶ zeigte sich, dass grundlegende Einstellungen zu Vertrauen und Sicherheit im Internet sich nicht kurzfristig verändern. Gleichzeitig waren Ansätze für Verschiebungen zu erkennen und es konnten ein leicht steigender Digitalisierungsgrad und eine zunehmende Vertrautheit mit dem Netz festgestellt werden.⁷

⁵ Dies erfolgt durch einen Indikator in Form einer Fragebatterie. Je nachdem wie die Befragten die entsprechenden Fragen beantworten, werden sie mit Hilfe eines Algorithmus einem SINUS-Milieu zugeordnet.

⁶ Die 2013 veröffentlichte Aktualisierungs-Studie bezog sich auf die Größenverhältnisse der sieben DIVSI Internet-Milieus. Die Erhebung der Daten zu Nutzungs- und Einstellungsfragen hinsichtlich des Internets wurden in dem Zusammenhang nicht aktualisiert. Vergleichsdaten sind nun verfügbar, da im Zuge der vorliegenden Studie ausgewählte Nutzungs- und Einstellungsfragen ein zweites Mal erhoben wurden. Link zur Aktualisierungs-Studie: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2013/12/DIVSI_Milieu-Studie_Aktualisierung_2013.pdf (Zugriff: 23.05.2016)

⁷ Die Landschaft der DIVSI Internet-Milieus verschob sich von 2012 bis 2013 dahingehend, dass die sehr netzaffinen Internet-Milieus der *Digital Souveränen*, der *Effizienzorientierten Performer* und der *Unbekümmerten Hedonisten* als Gruppe von 41 Prozent auf 44 Prozent wuchsen. Die internetfernen Milieus der *Ordnungsfordernden Internet-Laien* und der *Internetfernen Verunsicherten* schrumpften zusammengenommen um 2 Prozentpunkte (von 39 auf 37 Prozent). Die Gruppe der selektiv agierenden und sicherheitsorientierten *Verantwortungsbedachten Etablierten* und *Postmateriellen Skeptiker* blieb weitgehend konstant bei 20 Prozent in 2012 und 19 Prozent in 2013. Im Laufe eines Jahres war somit der Digitalisierungslevel innerhalb der deutschen Bevölkerung leicht gestiegen, der Anteil der internetfernen Milieus war leicht rückläufig.

Kapitel 3 zeigte, dass sich diese ersten Anzeichen aus dem Jahr 2013 im Gesamtverlauf der vergangenen vier Jahre noch weiter verstärkt haben. Zu beobachten sind ...

- ... eine deutliche Intensivierung der Internetnutzung,
- ... eine engere Verbundenheit mit dem Internet (auch eine wachsende Annäherung an das Internet bei den Offlinern),
- ... eine wachsende Bedeutung von Online-Interaktion und -Kommunikation und
- ... eine Verringerung des Anteils der Offliner.

Es gibt somit deutliche Veränderungen auf der Ebene des Nutzungsverhaltens aber auch hinsichtlich der Einstellung zum Internet. Gleichzeitig zeigen sich in den grundsätzlichen Werteorientierungen der Befragten kaum Veränderungen.⁸ Dieses Ergebnis ist aus der Perspektive der Wertewandelforschung plausibel: Während ein spezifischer Nutzungskontext und die dazugehörigen Einstellungsmuster je nach Kategorie größeren Schwankungen unterliegen, bleiben Werthaltungen längere Zeit konstant. Die kontinuierliche Trendforschung des SINUS-Instituts zeigt, dass sich grundlegende Veränderungen in Zeitabständen von ca. acht bis zehn Jahren bewegen – sofern keine Ereignisse eintreten, die das gesellschaftliche Gefüge strukturell verändern (z.B. in den 1990er Jahren die Wiedervereinigung).

Da es sich bei den DIVSI Internet-Milieus allerdings um eine kombinierte Typologie handelt, die nicht nur grundlegende Werthaltungen, sondern auch konkretes Online-Verhalten und zugehörige Einstellungen einbezieht, ist ihre Entwicklung nicht unabhängig von der – zur Zeit rasanten – Dynamik der technischen Entwicklung. In diesem Zusammenhang ist von erforderlichen Modellveränderungen in kürzeren Abständen auszugehen. Vier Jahre nach der erstmaligen Identifizierung der DIVSI Internet-Milieus stellt sich somit die Frage, inwieweit sich nicht nur das tatsächliche Nutzungsverhalten, sondern auch bereits die digitalen Grundhaltungen verändert haben – insbesondere mit Blick auf die Diversifizierung von Online-Angeboten und der sich schnell durchsetzenden technischen Neuerungen (beispielsweise die Verbreitung von Smartphones).

Veränderung auf Ebene der Einstellungen zum Internet

Die o.g. Veränderungen führen bei der Grundanlage des Modells im Vergleich zu 2012 zu einer stärkeren Ausdifferenzierung der horizontalen Achse, d.h. der Einstellungs- und Werte-Achse. Ein Blick auf die Einstellungsdimensionen aus dem Jahr 2012 verdeutlicht eine Unterteilung der X-Achse in drei Teilbereiche, die sich durch ihre Nähe und Distanz zum Internet erklären. Links auf der Achse befinden sich die weit vom Internet Entfernten, das heißt diejenigen Personen, die wenig bis keine Berührungspunkte mit dem Netz haben und sich mehrheitlich überfordert damit fühlen. Im mittleren Bereich der Achse sind diejenigen Personen angesiedelt, die eine reservierte Haltung gegenüber dem Internet aufweisen und sich sowohl aus Unsicherheit, aber auch aus einer kritischen bis skeptischen Sichtweise eher zurückhaltend im Netz bewegen. Im rechten Teil der Achse finden sich die dem Internet offen gegenüber stehenden Intensivnutzer, die sich souverän online bewegen und an den vielfältigen Anwendungs- und Vernetzungsmöglichkeiten teilhaben wollen.

⁸ In der repräsentativen Befragung wurde auch der SINUS-Milieu-Indikator integriert, der grundlegende Werteorientierungen erfasst.

Einstellungen zum Internet

Einstellungsdimension 2012

Haltung gegenüber dem Internet ►

Verunsicherung Überforderung Exklusion	Verantwortungsbewusstsein Skepsis	Multioptionalität, vernetzt-entgrenzt
--	--------------------------------------	--

Einstellungsdimension 2016

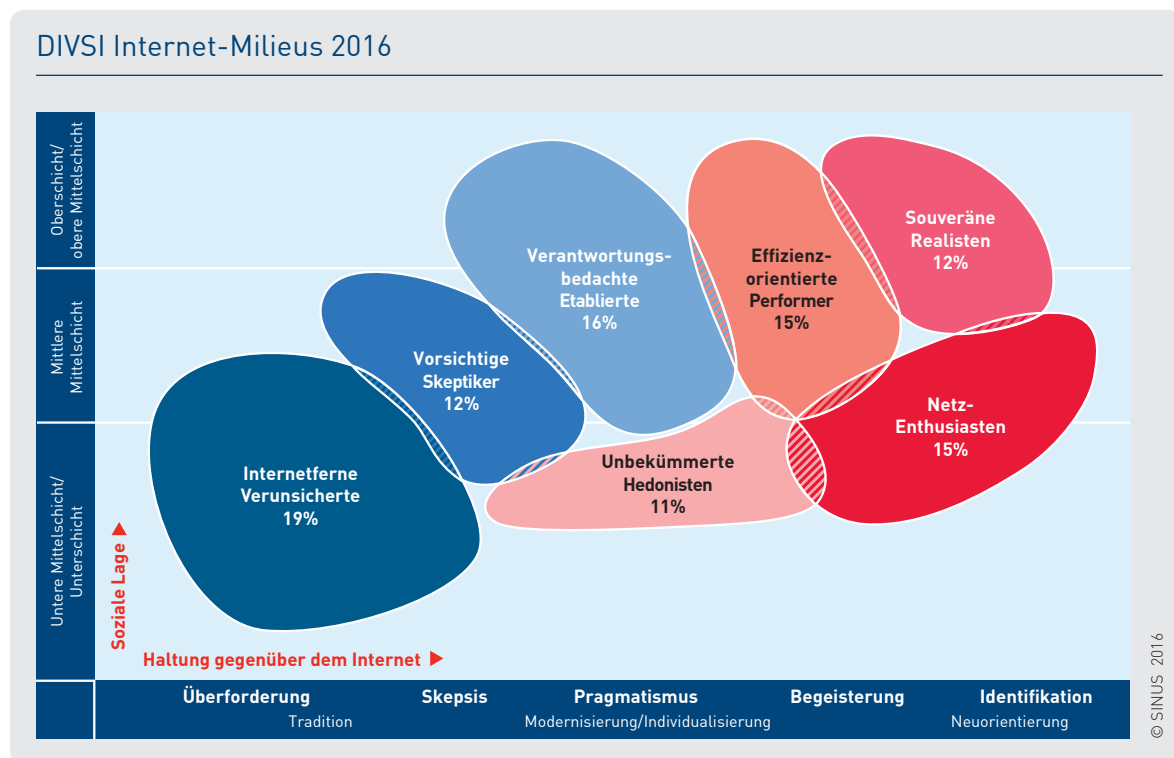
<p>„Also ich finde, dass man sich halt viel zu sehr auf diese virtuellen Welten bezieht.“</p> <p>„Ich hab unheimlich Angst, wenn ich jetzt auf eigene Faust was mache, dass das Ding zum Abstürzen kommt.“</p>	<p>„Ich bin nur ein normaler User mit einer gewissen Neugierde und einem Interesse, was breit angelegt ist.“</p> <p>„Das Internet ist eine große Hilfe, aber nicht die Bibel.“</p> <p>„Ich weiß, dass es klüger wäre, sicherer mit seinen Daten umzugehen, aber da habe ich keine Lust zu, was soll mir schon passieren.“</p>	<p>„Meine gesamte Arbeit wäre ohne Internet nicht möglich. Also das ist quasi die Basis meiner Existenz.“</p> <p>„Ich finde, das Internet ist eigentlich das Beste, was die Menschheit schaffen konnte.“</p> <p>„Du kannst eine Weltreise durch das Internet machen, deswegen sehe ich viel mehr Vorteile als Risiken für mich.“</p>		
Überforderung	Skepsis	Pragmatismus	Begeisterung	Identifikation

Die Einstellungsdimensionen auf Basis der vorliegenden Studie tragen der Erkenntnis Rechnung, dass das Internet in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist und von deutlich mehr Menschen als selbstverständliche Infrastruktur des Alltags angesehen wird. Es zeigt sich ein fließender Verlauf der Grundhaltungen innerhalb der digitalen Lebenswelten von einer skeptischen, über eine pragmatische Sicht und Nutzung des Internets bis zu einer emotionalen Perspektive, die sich in einer Identifikation mit dem Internet fortführt. Diese Einstellungsdimensionen spiegeln sowohl die Nähe beziehungsweise Distanz zum Internet als auch die Intensität der Nutzung wider.

4.2 Das aktualisierte Modell der DIVSI Internet-Milieus

Die Veränderungen in der Landschaft der digitalen Lebenswelten lassen sich in drei zentralen Thesen bündeln:

- 1. Das Internet ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen:** Ein pragmatischer, unaufgeregter Zugang zum Netz ist für weite Teile der Gesellschaft normal geworden, Verunsicherung und Skepsis nehmen bei den möglichen digitalen Grundhaltungen weniger Raum ein als noch 2012. Auch bei den Offlinern ist die Wertschätzung des Internets gestiegen, allerdings wuchsen auch ihre Sicherheitsbedenken.
- 2. Die digitale Gesellschaft driftet auseinander:** Fanden sich bei den zurückhaltenden, internetfernen Personen 2012 noch deutlich mehr Menschen nicht nur in einfacher, sondern auch in gehobener sozialer Lage, sind die Internetfernen nunmehr nahezu ausschließlich Menschen mit geringem Einkommen und geringer Formalbildung.
- 3. Intensiv-Onliner sind nicht automatisch Internet-Fans:** Nach wie vor kann ein Internet-Milieu identifiziert werden, das euphorisch alle neuen Entwicklungen im Bereich des Internets mit großem Interesse aufnimmt und bejaht (*Netz-Enthusiasten*). Gleichzeitig wird eine gewisse Ernüchterung im stark digitalisierten Bereich der Gesellschaft sichtbar, die eine sehr intensive Nutzung mit einer selektiv-kritischen Sicht auf bestimmte Entwicklungen und Möglichkeiten des Netzes vereint (siehe insbesondere *Souveräne Realisten*) und sich vom „internet-trunkenen Mainstream“ absetzt.



Das aktualisierte Modell der DIVSI Internet-Milieus zeigt unmittelbar den höheren Digitalisierungsgrad und die gesteigerte Nähe zum Internet innerhalb der Bevölkerung in Deutschland: Insgesamt betrachtet können ein Zuwachs und eine Ausdifferenzierung derjenigen Gruppen festgestellt werden, die dem Internet offen gegenüber stehen. Gleichzeitig wird der Anteil der weniger internetaffinen Menschen in Deutschland geringer. So haben sich die in Rottönen dargestellten Anteile der

internetaffinen Lebenswelten anteilmäßig von 44 Prozent auf 53 Prozent der Gesamtbevölkerung vergrößert. Die in Blau gehaltenen weniger internetaffinen Lebenswelten sind von 56 Prozent auf 47 Prozent zurückgegangen.

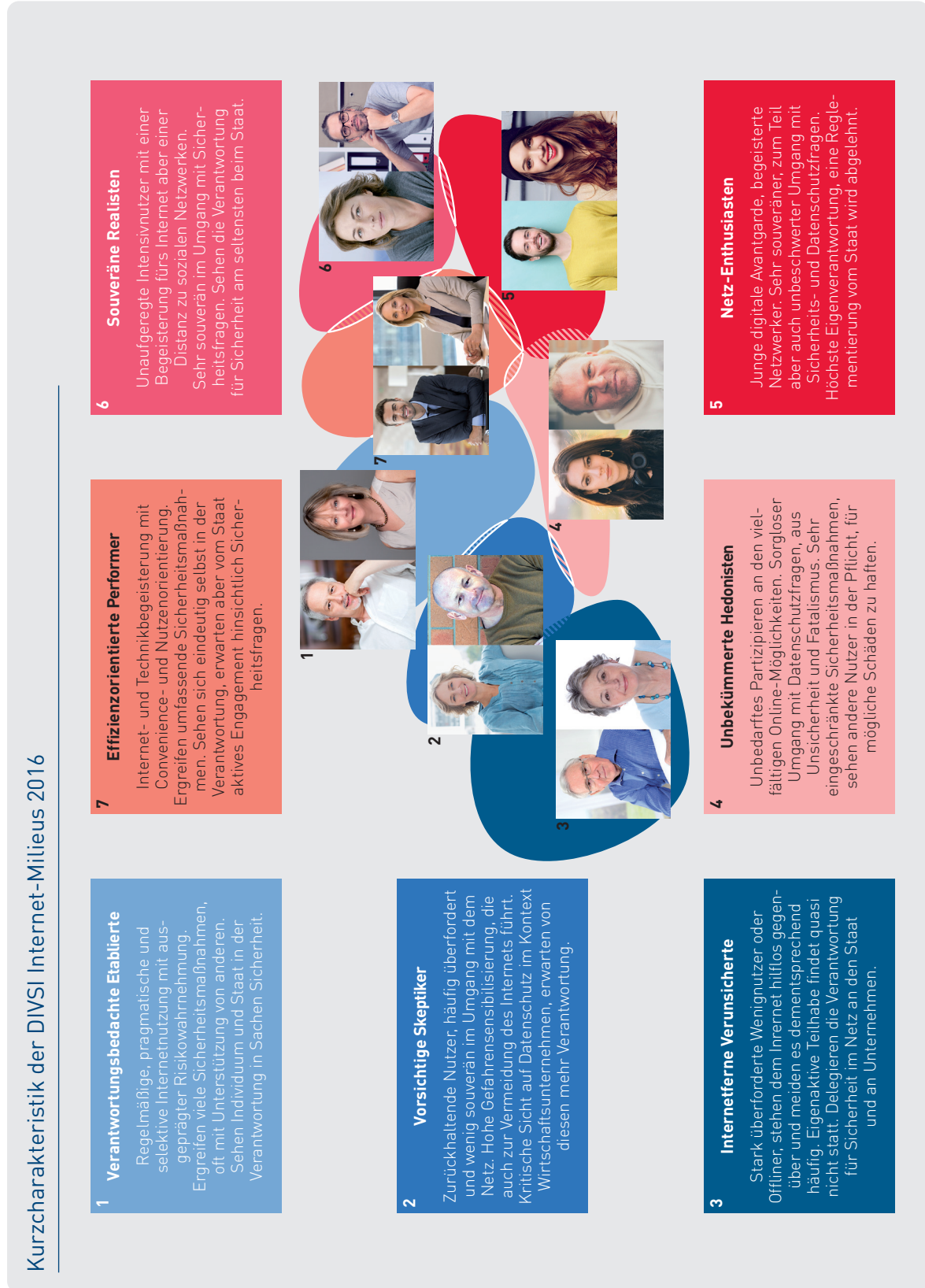
Auch in der Binnenstruktur der DIVSI Internet-Milieus gibt es Veränderungen. Im Bereich der (in Rot gehaltenen) internetaffinen Milieus lassen sich vier Gruppen identifizieren: Die bisherigen *Digital Souveränen* finden sich überwiegend in den Internet-Milieus der *Netz-Enthusiasten* und der *Souveränen Realisten* wieder. Ein zentrales Unterscheidungsmerkmal dieser beiden Typen ist die unbedingte Begeisterung der *Netz-Enthusiasten* für Soziale Netzwerke. Bei den Angehörigen dieses Internet-Milieus findet eine Identifikation mit und über das Internet statt. Den *Souveränen Realisten* dagegen ist – trotz einer sehr intensiven Nutzung – unbedingt daran gelegen, sich von den immer stärker in den Alltag vordringenden Entwicklungen des Internets, insbesondere mit Blick auf Kommunikationsplattformen, nicht bestimmen zu lassen. Des Weiteren ist die Gruppe der *Unbekümmerten Hedonisten* heute in der Mitte des Spektrums von Internetnähe und Internetferne verortet. Die zum Teil deutlich ausgeprägte Unsicherheit im Umgang mit dem Netz führt dazu, dass dieses Internet-Milieu als weniger souverän und internetnah verstanden werden muss.

Ein Blick auf die internetfernen Typen im Modell zeigt, dass das Internet-Milieu der *Ordnungsfordernden Internet-Laien* in der aktuellen Matrix keine Rolle mehr spielt. Hintergrund ist vor allem die offenere Haltung gegenüber dem Internet bei den „ehemals“ *Ordnungsfordernden Internet-Laien*. In Kombination mit ihrem weiterhin sehr ausgeprägten Sicherheitsbedürfnis führt dies dazu, dass viele von ihnen mittlerweile dem Internet-Milieu der *Verantwortungsbedachten Etablierten*, aber auch der *Vorsichtigen Skeptiker* zuzuordnen sind. Charakteristisch für das Internet-Milieu der *Internetfernen Verunsicherten* ist die relativ homogene soziale Lage: Diesem Internet-Milieu, das zu einem Großteil aus Offlinern besteht, gehören ganz überwiegend Menschen aus niedrigen Einkommensklassen und mit formal niedrigem Bildungsabschluss an.

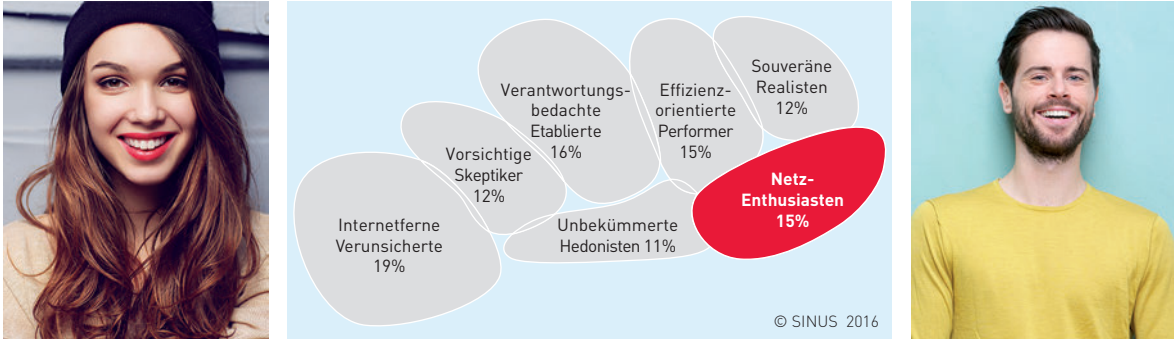
Die nachfolgende Tabelle zeigt im Überblick, wie sich die aktualisierten DIVSI Internet-Milieus zusammensetzen:

DIVSI Internet-Milieus		2016						
		Netz-Enthusiasten	Souveräne Realisten	Effizienzorientierte Performer	Verantwortungsbedachte Etablierte	Unbekümmerte Hedonisten	Vorsichtige Skeptiker	Internetferne Verunsicherte
2012	Digital Souveräne	78	80	15	10	4	11	-
	Effizienzorientierte Performer	14	3	56	27	9	7	-
	Verantwortungsbedachte Etablierte	1	4	11	24	4	10	1
	Unbekümmerte Hedonisten	6	6	7	5	68	8	1
	Postmaterielle Skeptiker	1	6	4	9	7	35	4
	Ordnungsfordernde Internet-Laien	-	-	6	20	4	13	5
	Internetferne Verunsicherte	-	1	1	5	4	16	89
	Summe	100	100	100	100	100	100	100

4.3 Vorstellung der einzelnen DIVSI Internet-Milieus



4.3.1 Netz-Enthusiasten (15 Prozent)



„Also ohne das Internet ist es schon echt extrem schwer heutzutage. Natürlich, ich kann leben, aber mein Leben, so wie es jetzt ist, wäre komplett anders. Also auf den Kopf gestellt.“

(weiblich, 24 Jahre).

Die *Netz-Enthusiasten* lieben das Internet. Sie können und möchten sich ein Leben ohne das Netz nicht vorstellen. Sie sind besonders aktive und souveräne Nutzer, die ihren Alltag weitestgehend online leben und organisieren und eine ausgesprochene Begeisterung für Soziale Netzwerke teilen. 13 Prozent von ihnen sind fast den gesamten Tag online (7 Prozent im Durchschnitt der Gesamtbevölkerung).

Im Internet-Milieu der *Netz-Enthusiasten* finden sich die meisten jungen Menschen. Der Altersschwerpunkt liegt bei 14 bis 24 Jahren. Die Geschlechterverteilung zeigt einen leichten Überhang männlicher Vertreter. Die Werteorientierung ist von postmodernen Selbstverwirklichungsidealen bestimmt, d.h. der Suche nach immer wieder neuen Erfahrungen und Herausforderungen, der Abkehr von Routinen und sowie der rhetorisch kultivierten Ablehnung eines klassisch-linearen Karrierewegs. Typisch sind Neugier und der Wunsch, Grenzen zu testen und idealerweise zu verschieben sowie spaßorientierter Genuss.

„Also am allerwichtigsten ist mir, dass man Spaß hat und viele neue Eindrücke sammelt, damit rückblickend betrachtet die Zeit langsamer vergeht, damit man auf etwas zurückschauen kann. Also viel Abwechslung, neue Eindrücke und dass man Spaß hat und glücklich ist.“

(männlich, 19 Jahre)

Fotos: Shutterstock

Soziodemografisches Profil – Netz-Enthusiasten

Geschlecht und Alter	Leicht höherer Männeranteil: 54 Prozent. Altersdurchschnitt liegt bei 33 Jahren. Jüngste Gruppe im Typenvergleich: Altersschwerpunkt bei unter 30 Jahren.
Lebenssituation	Ein knappes Drittel lebt noch im elterlichen Haushalt. Mit 40 Prozent höchster Anteil an Singles (gesamt: 19 Prozent).
Bildung	Überdurchschnittlicher Anteil hat einen Universitäts- oder Hochschulabschluss (13 Prozent, gesamt: 11 Prozent). Insgesamt mittleres Bildungsniveau.
Beruf	Die Hälfte ist in Vollzeit erwerbstätig. 18 Prozent gehen zu einer Universität oder Fachhochschule, 9 Prozent sind noch Schüler.
Einkommen	Das Durchschnittseinkommen liegt im oberen Mittelfeld, 39 Prozent haben ein Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.750 € und 4.000 € (gesamt: 28 Prozent).

Die Rolle des Internets in der Lebenswelt der Netz-Enthusiasten

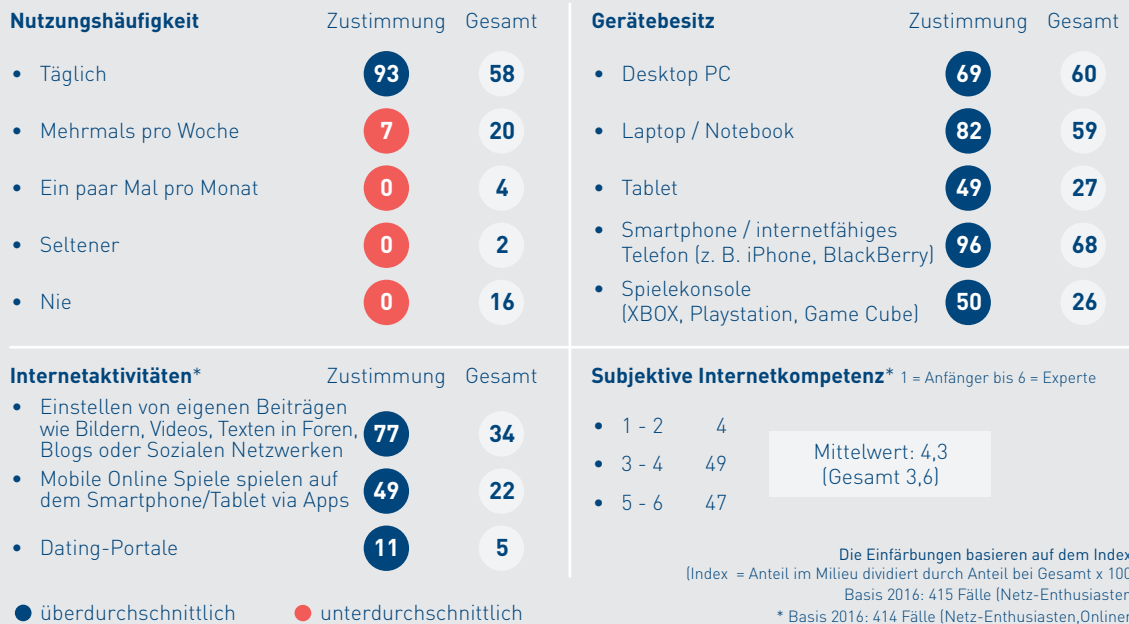
Kein anderes Internet-Milieu verbringt für private Zwecke täglich mehr Zeit online. Die *Netz-Enthusiasten* besitzen die meisten mobilen onlinefähigen Geräte. Die Hälfte von ihnen hat ein Tablet (gesamt: 27 Prozent). Das Smartphone ist ihr „treuer Begleiter“ in fast allen Alltagssituationen; 95 Prozent sind damit regelmäßig im Internet (gesamt: 62 Prozent). Auch geht keine andere Gruppe häufiger mit der Spielkonsole online, was die Spaß- und Unterhaltungsorientierung des Milieus unterstreicht.

Konkrete Situationen, in denen sie explizit „offline“ sein wollen, sind ihnen eher fremd. Sei es im Urlaub, bei gemeinsam mit Freunden verbrachter Zeit oder beim Fernsehen; eine parallel stattfindende Internetnutzung – meistens über das Smartphone – ist in ihrer digitalen Lebenswelt gang und gäbe. Sie reagieren mehrheitlich mit großer Neugier und Begeisterung auf neue Angebote und Entwicklungen im Internet und probieren sie immer sofort aus (60 Prozent vs. 30 Prozent gesamt). Ein Leben ohne Internet und insbesondere ohne Online-Communitys ist für sie im Milieu-Vergleich am allerwenigsten vorstellbar.

„Ich finde, das Internet ist eigentlich das Beste, was die Menschheit schaffen konnte. Das ist eine globale Vernetzung von allen Menschen. Es hätte nichts Besseres geben können und es gibt auch nichts Besseres, um die Welt zu verbinden.“
(männlich, 19 Jahre)

Nutzungshäufigkeit, Gerätebesitz und subjektive Internetkompetenz

in Prozent



Sie weisen ein sehr differenziertes Aktivitätsspektrum im Netz auf und sind bei fast allen Nutzungsmöglichkeiten überdurchschnittlich aktiv – vom Informationen recherchieren über die Nutzung von Mediatheken von TV-Sendern und Streamingplattformen bis zu Dating-Portalen, aber auch bei Online-Spielen in Sozialen Netzwerken oder auf Webseiten. Ein charakteristisches Merkmal dieser Gruppe ist die intensive Teilnahme und Teilhabe in Sozialen Netzwerken. Kein anderes Internet-Milieu ist aktiver beim Posten von eigenen Beiträgen oder dem Teilen von Beiträgen anderer (z.B. Bilder, Videos, Texte).

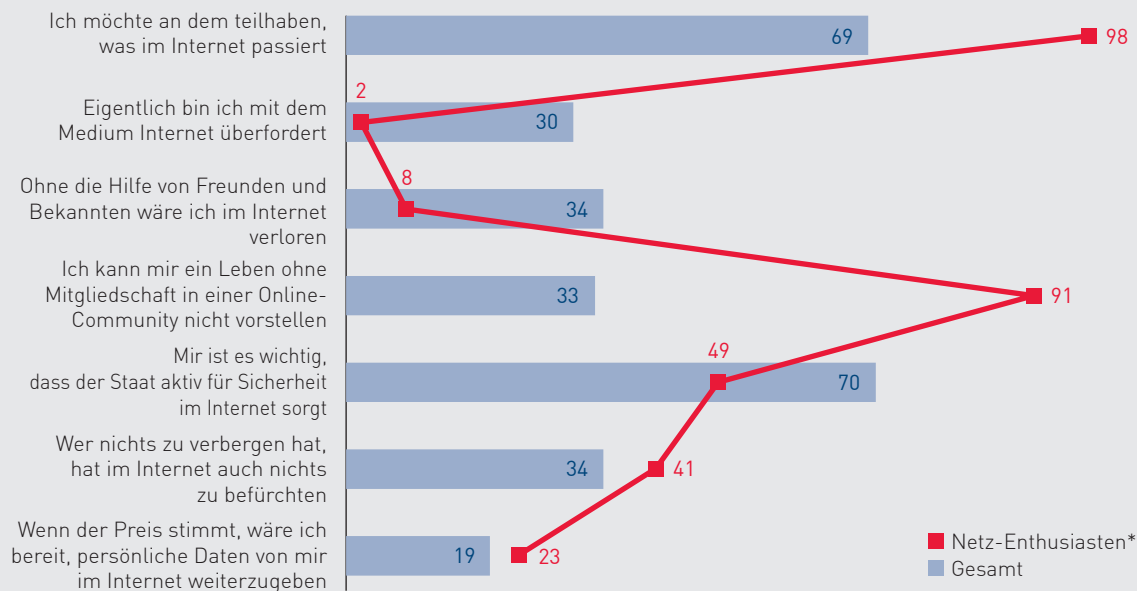
„Also ich habe zwei, drei Foto-Galerien und ich lade auf der einen aktiv hoch. Also ich schreibe ständig Kommentare, da wird jeden Tag drei, vier Mal reingeguckt und gepostet und kommentiert, mit Anderen kommuniziert, was beauftragt, Aufträge angenommen und so weiter und so fort.“

(weiblich, 24 Jahre)

Unter den Netz-Enthusiasten finden sich viele „junge Hipster“, die sich im Internet insbesondere für Veranstaltungstipps, Produktinformationen und alles rund um Musik, Kultur und Unterhaltung interessieren. Nachrichten, Politik und Zeitgeschehen finden als Themenbereiche dagegen seltener ihre Aufmerksamkeit. Ihr Interesse an Informationen zu Computerspielen und zu Entwicklungen im IT-Bereich ist im Milieu-Vergleich am stärksten ausgeprägt. Besonders wichtig ist ihnen das Internet aber auch für berufliche Fragen oder die Organisation ihres Ausbildungs- oder Uni-Alltags. Nicht nur bequeme und von überall durchzuführende Recherchetätigkeiten, sondern auch den Austausch mit anderen über Soziale Netzwerke oder Messenger-Dienste sehen sie als praktische Möglichkeiten. Das Themenfeld Beruf und Karriere empfinden sie im Milieu-Vergleich am häufigsten als relevant und interessant im digitalen Kontext. Ihre vergleichsweise positive Einstellung gegenüber Dating-Portalen zeigt, dass sie einen Großteil ihres Lebens, inklusive sozialer Beziehungen, über das Netz organisieren. „Neue Leute“ und auch potenzielle Beziehungspartner über das Internet kennenzulernen ist aus ihrer Sicht heutzutage ohnehin keine Besonderheit.

Einstellungen zum Internet

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)
 * Basis 2016: 415 Fälle (Netz-Enthusiasten)

Der Blick auf das Internet ist deutlich chancenfokussiert. 93 Prozent der *Netz-Enthusiasten* sind der Meinung, es berge mehr Chancen als Gefahren (gesamt: 72 Prozent). Die Begeisterung für die soziale Dimension des Internets spiegelt sich in den wahrgenommenen Vorteilen der digitalen Welt wider. Hier stechen nicht nur kostenlose Kommunikationsmöglichkeiten über Messenger-Dienste wie WhatsApp heraus, sondern insbesondere die Möglichkeit, sich über das, was im Bekannten- und Freundeskreis geschieht, auszutauschen und andere am eigenen Leben teilhaben zu lassen. Als Vorteil des sozialen Austauschs über das Netz empfinden die *Netz-Enthusiasten* aber auch die Chance, sich kulturell einbringen zu können.

„Mit Freunden in Kontakt bin ich über Soziale Netzwerke wie Facebook und WhatsApp. Oder auch Instagram, Fotos reichen ja manchmal auch schon aus. Und wir telefonieren auf jeden Fall ganz viel. SMS schreiben wir nicht mehr so viel, weil es jetzt auch WhatsApp gibt. Und das ist ja kostenfrei.“
 (weiblich, 23 Jahre)

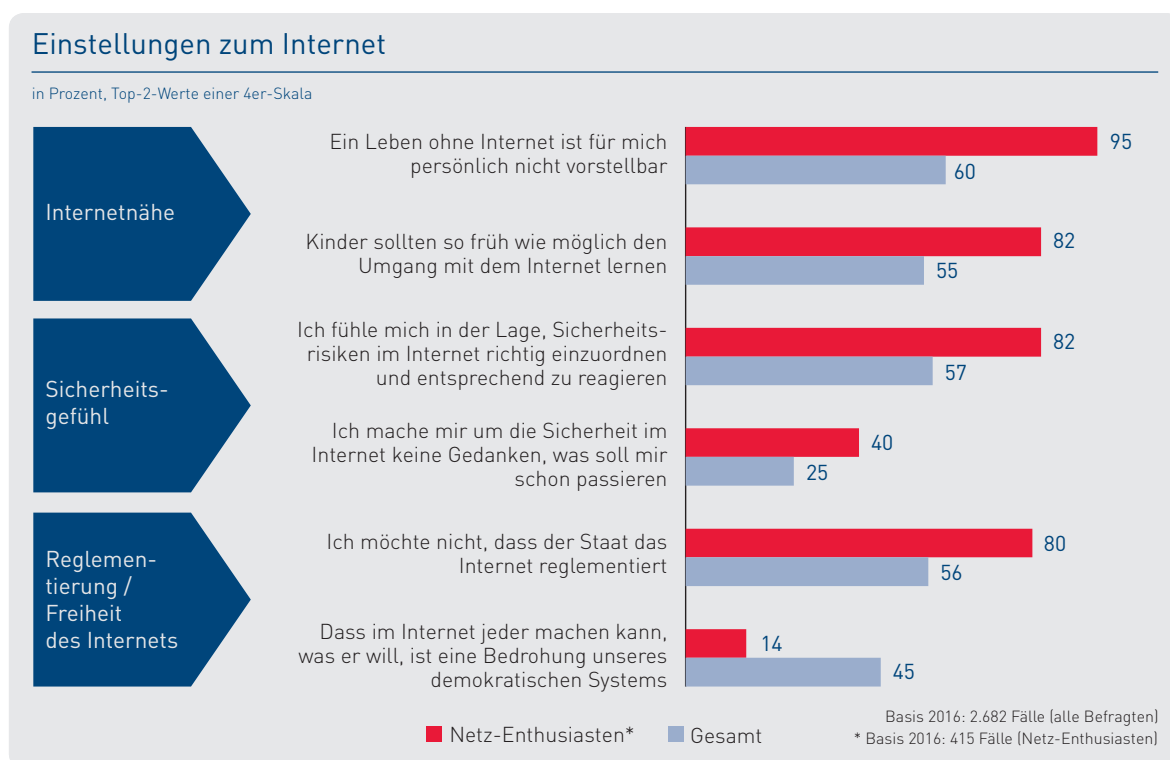
Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung

Mögliche Risiken bei der Internetnutzung lassen *Netz-Enthusiasten* eher unberührt. Nicht nur sehen sie weniger Risiken als die Vertreter aller anderen Internet-Milieus, sie fühlen sich auch am häufigsten in der Lage, Gefahren im Internet aus dem Weg gehen zu können und schreiben sich selbst die höchste Internetkompetenz im Milieu-Vergleich zu. Dies zeigt sich auch an diversen Maßnahmen zum Schutz vor Online-Gefahren, wobei sie vor allem auf technische Lösungen setzen: *Netz-Enthusiasten* haben am häufigsten eine Firewall installiert, nutzen am häufigsten Virenschutzprogramme und – relevant für den tatsächlichen Schutz – aktualisieren diese regelmäßig.

Charakteristisch für dieses Internet-Milieu ist gleichzeitig eine optimistisch unbeschwerte Art, sich im Netz zu bewegen. Eine einfache Handhabung und Bedienung der verschiedenen Anwendungen spielt für sie eine deutlich wichtigere Rolle als der Schutz der eigenen Daten. Dass sie bestimmte Aktivitäten nicht durchführen, weil sie ihnen zu riskant erscheinen, ist eher keine Option. Sie vertrauen – teils auch unhinterfragt – in ein weiterhin reibungsloses Online-Sein.

*„Also vielleicht gehe ich damit auch zu sorglos um, aber für mich gehört das alles so dazu. Ich habe mir, wie gesagt, ich habe halt noch nie schlechte Erfahrungen gemacht und dann hat man da vielleicht auch so das Gefühl: ‚Ja, warum soll was passieren? Ist ja auch bis jetzt nie was passiert.‘“
(weiblich, 24 Jahre)*

Die Verantwortung, für die eigene Sicherheit im Internet zu sorgen, sehen *Netz-Enthusiasten* häufiger als alle anderen Internet-Milieus bei sich selbst. Eine Erwartung an den Staat, dass dieser aktiv für Sicherheit sorgt, findet sich nur bei knapp der Hälfte (gesamt: 70 Prozent); sie sind im Gegenteil mit Abstand am deutlichsten der Meinung, dass der Staat das Netz nicht reglementieren sollte. Der Wunsch nach Sicherheit im Internet steht eindeutig hinter dem Wunsch nach Freiheit zurück. Sie können sich nicht vorstellen, auf Freiheiten zu verzichten, um dafür im Gegenzug mehr Sicherheit zu bekommen oder für den Schutz der eigenen persönlichen Daten etwas zu bezahlen. Unternehmen möchten sie dagegen durchaus in die Pflicht nehmen; 90 Prozent denken, dass diese für einen besseren Datenschutz sorgen müssten (gesamt: 88 Prozent).



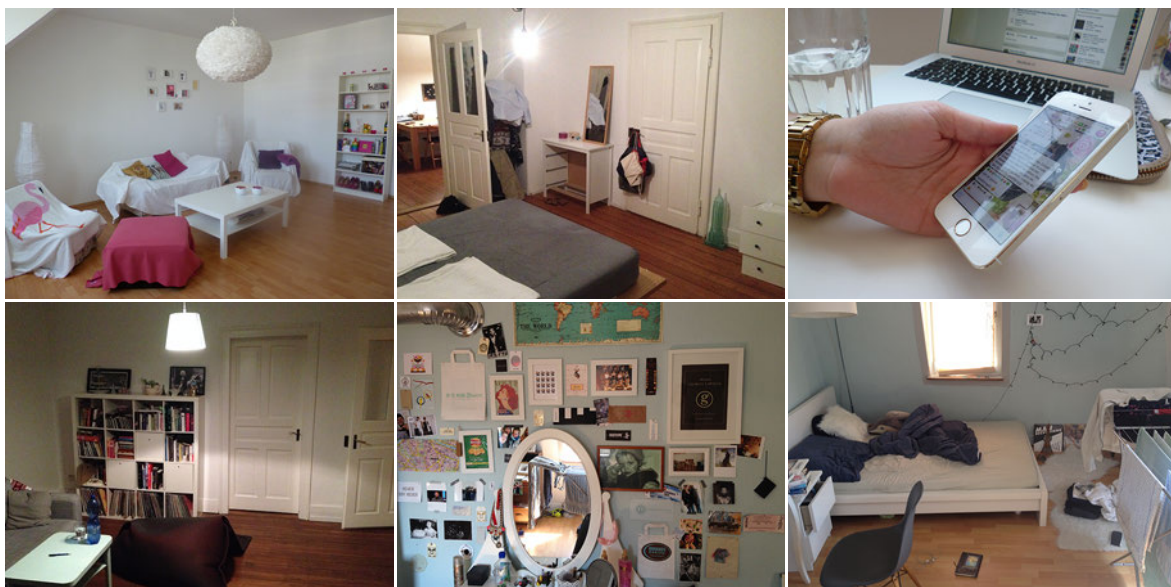
Der Blick in die digitalisierte Zukunft

Die sich weiter entwickelnde Digitalisierung und die Vorstellung, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann, lösen bei den *Netz-Enthusiasten* im Milieu-Vergleich am seltensten Ängste oder Unbehagen aus. Im Gegenteil hat ihre sehr enge und intensive Verbindung zum Netz eher zur Folge, dass sie ein „Nicht-Dabei-Sein“ als problematisch sehen. Gleichaltrige, die beispielsweise kein Mitglied auf Facebook oder WhatsApp sind, wären ihrer Meinung nach im Nachteil, da Informationen und Wissenswertes spät oder gar nicht zu ihnen gelangen.

Im Milieu-Vergleich gehen *Netz-Enthusiasten* recht offen mit den eigenen persönlichen Daten um. Die deutliche Mehrheit hat Informationen in Sozialen Netzwerken unter bürgerlichem Namen veröffentlicht. Dass Großkonzerne, wie Google oder Facebook, immer mehr Daten von Internetnutzern sammeln, empfinden sie deutlich seltener als Gefahr als der Durchschnitt (59 Prozent vs. 74 Prozent gesamt). Sie gehen grundsätzlich davon aus, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten gewöhnen muss und haben zum Teil eine recht unbekümmerte Haltung gegenüber der möglichen Verwertung der eigenen Daten durch Dritte.

„Vielleicht bin ich aber jetzt auch schon aus einer anderen Generation, die das ein bisschen lockerer sieht. Und ich hatte auch noch nie Probleme damit. Und was die dann wirklich mit den Daten machen, sollte mir eigentlich relativ egal sein.“ *(weiblich, 23 Jahre)*

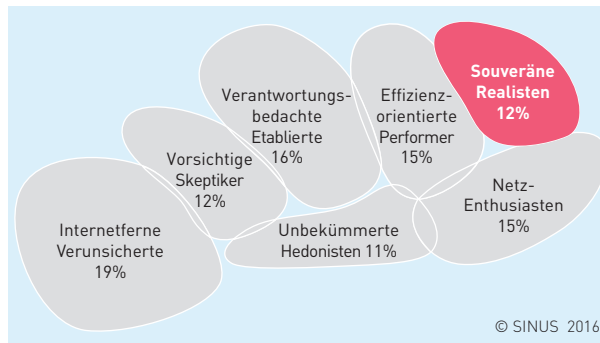
Gleichzeitig halten sie ihre eigenen Daten nicht für wertlos und können sich durchaus vorstellen, einen Nutzen aus der Weitergabe derselben zu ziehen. Einer möglichen Monetarisierung persönlicher Daten stehen sie offener gegenüber als die meisten anderen Internet-Milieus (mit Ausnahme der *Unbekümmerten Hedonisten*, die hier besonders herausstechen): Für 30 Prozent der *Netz-Enthusiasten* ist es in Ordnung, wenn im Tausch für einen Service (z.B. eine App) andere Zugriff auf ihre Daten erhalten (gesamt: 19 Prozent).



Fotos: SINUS

Nähere Erläuterungen zu den Wohnbildern vergleiche Kapitel 10 Seite 111.

4.3.2 Souveräne Realisten (12 Prozent)



„Meine gesamte Arbeit wäre ohne das Internet nicht möglich. Also das ist quasi die Basis meiner Existenz.“
(männlich, 32 Jahre)

Souveräne Realisten sind unaufgeregte Intensivnutzer. Sie sind zwar von den bisherigen und in Zukunft zu erwartenden Errungenschaften und Möglichkeiten des Internets überzeugt, beobachten die digitale Entwicklung aber durchaus kritisch, insbesondere wenn es um Soziale Netzwerke geht. In diesem Internet-Milieu sind 83 Prozent täglich online (gesamt: 58 Prozent).

Unter den *Souveränen Realisten* findet sich mit 61 Prozent der höchste Männeranteil im Vergleich aller Internet-Milieus. Auch das formale Bildungsniveau ist am höchsten. In dieser Gruppe finden sich die meisten Hochverdiener. Ihr Altersschwerpunkt liegt bei 45 bis 54 Jahren. Eine unabhängige und selbstgestaltete Lebensführung mit Raum für Kreativität ist ihnen von zentraler Bedeutung, gepaart mit dem Wunsch nach einem zufriedenstellenden Lebensstandard.

„Meine persönliche Freiheit, dieses Mich-Ausleben-Können, das ist mir schon ziemlich wichtig. Dass ich meine Kreativität ausleben kann, dass ich meinen Lebensstil auch beibehalten kann.“
(weiblich, 24 Jahre)

„Ein gutes Leben, dass man sich auch etwas gönnt, dass man, wenn man essen geht, auch etwas Gutes isst. Ich lege auch viel Wert auf entsprechend gutes IT-Equipment, zum Beispiel einen guten Laptop oder einen guten PC, der vielleicht ein bisschen teurer ist aber mehr Möglichkeiten bietet, das kostet vielleicht ein bisschen mehr Geld, aber das ist in Ordnung.“
(männlich, 40 Jahre)

Fotos: Shutterstock

Soziodemografisches Profil – Souveräne Realisten

Geschlecht und Alter	Höchster Männeranteil im Vergleich aller Internet-Milieus: 61 Prozent. Altersdurchschnitt liegt bei 46 Jahre. Altersschwerpunkt bei 45 bis 54 Jahren.
Lebenssituation	Die Mehrheit lebt in einer Partnerschaft, 38 Prozent mit und 35 Prozent ohne Kinder.
Bildung	Höchster Anteil mit Universitäts- oder Hochschulabschluss im Milieu-Vergleich. Überdurchschnittlich hohes formales Bildungsniveau.
Beruf	60 Prozent sind in Vollzeit angestellt, der höchste Anteil im Milieu-Vergleich (gesamt: 43 Prozent). Mit 10 Prozent höchster Anteil an leitenden Angestellten (gesamt: 6 Prozent).
Einkommen	Gehobene Einkommensklassen, ein Viertel verfügt über ein Haushaltsnetto- einkommen zwischen 4.000 € und 7.500 € oder mehr (gesamt: 13 Prozent).

Die Rolle des Internets in der Lebenswelt der Souveränen Realisten

Das Interesse am Internet und der Wunsch, an dem teilzuhaben, was im Netz passiert ist überdurchschnittlich hoch; ein Leben ohne Internet können sich drei Viertel der *Souveränen Realisten* nicht vorstellen (gesamt: 60 Prozent) – auch weil ihnen damit willkommene Kommunikations- und Organisationsmöglichkeiten fehlen würden. Charakteristisch für dieses Internet-Milieu ist eine zurückhaltende Einstellung gegenüber Sozialen Netzwerken, bei einer gleichzeitig sehr hohen Internetaffinität. 27 Prozent der Onliner unter ihnen nutzen keine Online-Communitys (gesamt Onliner: 31 Prozent). Eigene Beiträge wie Bilder, Videos oder Texte stellen sie durchschnittlich oft ins Internet. Ohne Soziale Netzwerke grundsätzlich abzulehnen, sind die *Souveränen Realisten* dennoch der Meinung, dass diese nicht zu sehr den eigenen Alltag und das soziale Miteinander beeinflussen sollten. Nur ein Zehntel von ihnen sagt, dass sie sich ein Leben ohne Online-Community nicht vorstellen können (gesamt: 33 Prozent). Sich in ihrem Leben „bestimmen lassen“, sei es von Kommunikationsplattformen und/oder von internetfähigen Geräten, möchten sie nicht.

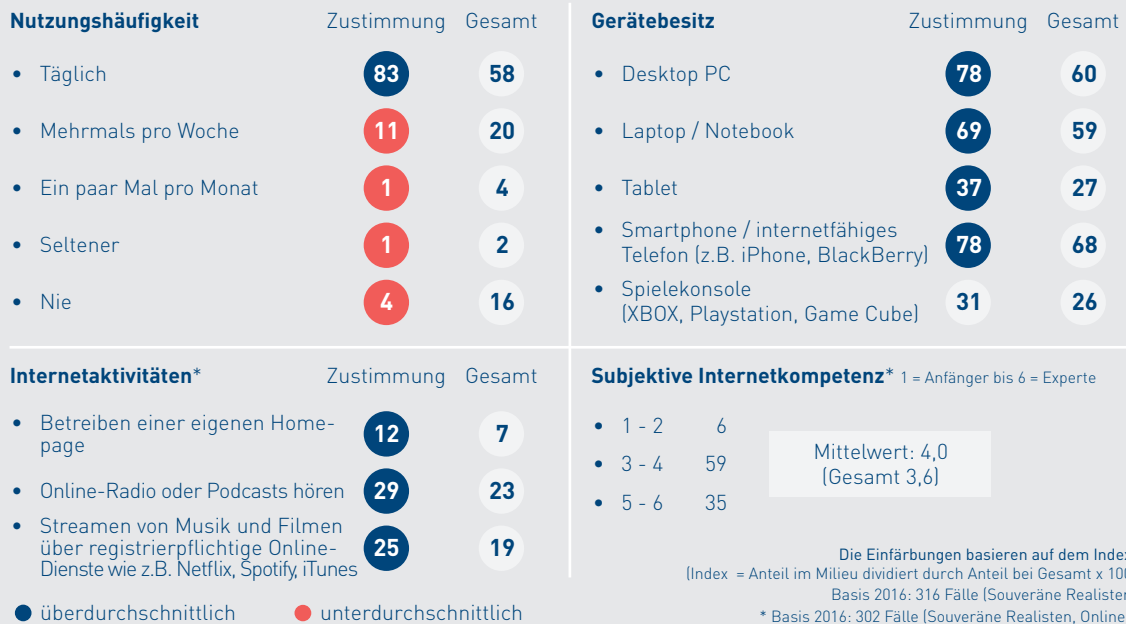
„Ich denke schon, dass junge Menschen auf jeden Fall abhängig sind von Sozialen Netzwerken.“
(männlich, 40 Jahre)

„Vielleicht reden Menschen irgendwann gar nicht mehr miteinander in den Clubs. Und jeder steht dann nur noch mit seinem Handy da. Das geht mir jetzt schon total auf den Keks.“
(weiblich, 23 Jahre)

„Ich mache eigentlich nichts bei Facebook. Ich gucke nur ab und zu rein, wenn mir langweilig ist, was da für Bilder gepostet werden oder was für Artikel gepostet wurden, welche Veranstaltungen wann, wo sind. Da ist Facebook auch ganz hilfreich.“
(männlich, 19 Jahre)

Nutzungshäufigkeit, Gerätebesitz und subjektive Internetkompetenz

in Prozent

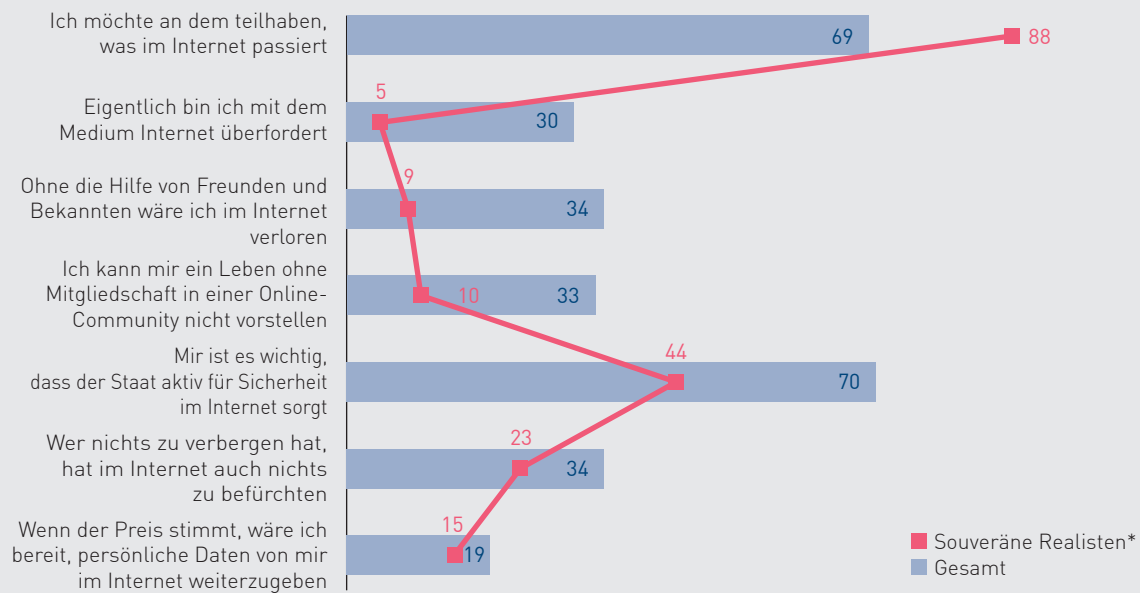


Souveräne Realisten trennen im Milieu-Vergleich am wenigsten zwischen beruflicher und privater Internetnutzung. 54 Prozent der Onliner lesen in ihrer Freizeit auch berufliche Mails (gesamt Onliner: 43 Prozent), über Privates kommunizieren 61 Prozent von ihnen während der Arbeitszeit über digitale Kanäle (gesamt Onliner: 48). Sie besitzen von allen Internet-Milieus klar am häufigsten einen stationären Computer – eingerichtet an einem festen Arbeitsplatz in der Wohnung, für den privaten und den beruflichen Gebrauch. Verglichen mit den anderen Internet-Milieus finden sich in dieser Gruppe auch überdurchschnittlich viele Personen, die mobile internetfähige Geräte besitzen.

Inhaltliche Schwerpunkte, für die sie sich im Internet interessieren, sind eher nüchterner und nutzenorientierter Natur: Themenbereiche wie Finanzanlagen, Versicherungen und Steuertipps, aber auch Wissenschaft und Technik stehen bei ihnen im Milieu-Vergleich am höchsten im Kurs. Deutlich ausgeprägter ist auch ihr Interesse an Politik und Zeitgeschehen (43 Prozent der Onliner, gesamt Onliner: 32 Prozent). Unterhaltungsaspekte spielen in diesem Internet-Milieu insbesondere in Form von Online PC- oder Konsolenspielen eine Rolle (29 Prozent der Onliner, gesamt Onliner: 25 Prozent).

Einstellungen zum Internet

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)
 * Basis 2016: 316 Fälle (Souveräne Realisten)

Die Sicht auf das Internet ist klar chancenorientiert: 79 Prozent sind der Meinung, das Internet berge mehr Chancen als Gefahren. Erleichterungen des privaten und beruflichen Alltags, Erledigungen, um die man sich unabhängig von Zeit und Ort kümmern kann, aber auch die große Informationsfülle und kostenlose Kommunikationsmöglichkeiten rangieren oben auf ihrer Liste der Vorteile. *Souveräne Realisten* betonen außerdem den Zugang zu freien und unabhängigen Meinungen; 32 Prozent der Onliner begrüßen die Möglichkeit, sich politisch einzubringen – zum Beispiel in Form von Diskussionen im Netz (gesamt Onliner: 23 Prozent).

„Ja, es ist momentan immer noch die ehrlichste Berichterstattung. Klar, man muss da auch differenzieren, aber es ist immer noch die, die am wenigsten vom Geld beeinflusst wird, weil es schwer ist, die Meinung im Internet zu kaufen.“ (männlich, 29 Jahre)

Werbung, die passgenau auf die eigenen Interessen zugeschnitten ist, stehen sie kritisch gegenüber. Dass das Internet als eine Art Gedächtnisstütze fungieren könnte, sehen sie im Milieu-Vergleich unterdurchschnittlich als Vorteil (44 Prozent der Onliner, gesamt Onliner: 54 Prozent).

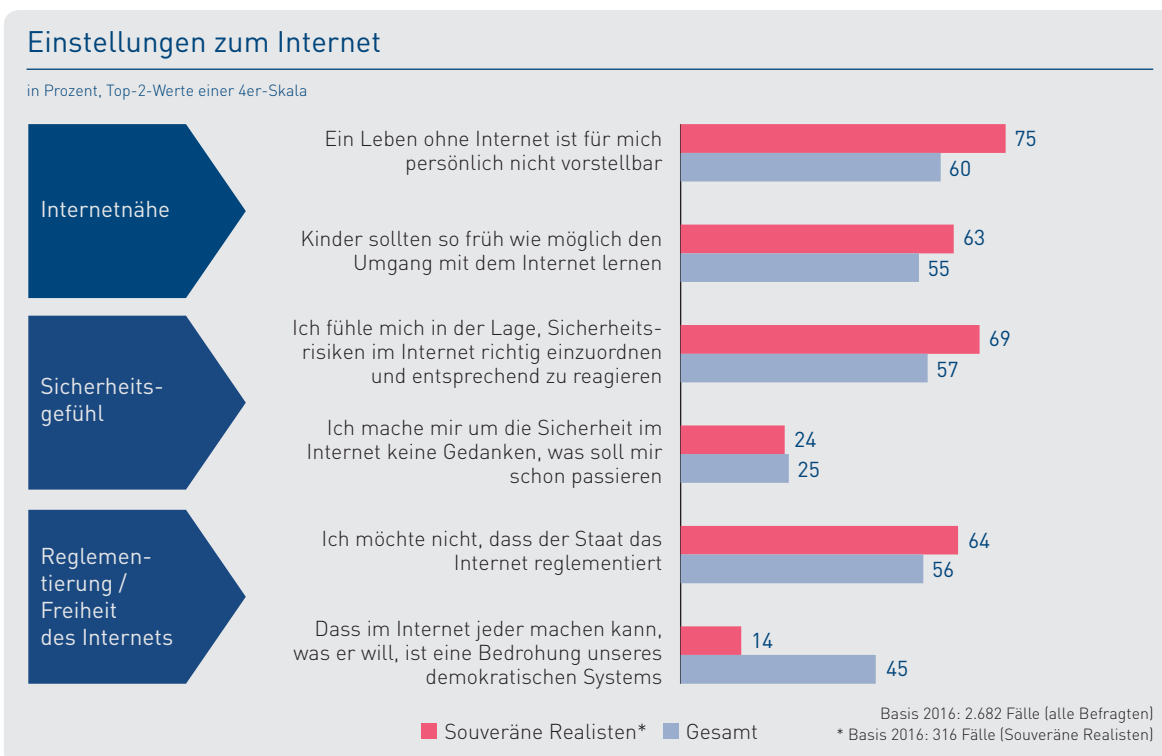
Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung

Hinsichtlich des Themas Sicherheit im Internet und der Frage, wer für diese verantwortlich sein könnte und sollte, befinden sich die *Souveränen Realisten* in einem gewissen Dilemma. „Nur“ etwas mehr als die Hälfte geht davon aus, dass es Datensicherheit im Netz grundsätzlich nicht geben könne (gesamt: 68 Prozent) und mit 47 Prozent haben sie sich im Milieu-Vergleich am seltensten damit abgefunden, dass das Internet – per se – unsicher sei (gesamt: 57 Prozent). Andererseits fällt es ihnen schwer, Akteure zu benennen, denen Verantwortung für (Daten-)Sicherheit übertragen werden sollte

beziehungsweise könnte: Den Nutzer selbst sehen sie mit 66 Prozent seltener als der Durchschnitt für den Schutz der eigenen Daten verantwortlich (gesamt: 68 Prozent) und nur ein Drittel ist der Meinung, dass Nutzer für Schäden haften sollten, wenn ihre Geräte nicht genügend gesichert sind und sie damit andere gefährden (gesamt: 49 Prozent). Auch Unternehmen werden von ihnen weniger stark in die Verantwortung genommen, für einen besseren Datenschutz zu sorgen, was darin begründet sein kann, dass sie diesen im Milieu-Vergleich (abgesehen von den *Vorsichtigen Skeptikern*) am wenigsten zugestehen, sorgfältig mit persönlichen Daten umzugehen. Dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt, erwarten sie mit 44 Prozent im Milieu-Vergleich am seltensten (gesamt: 70 Prozent). Auch zeigen sie ein eingeschränktes Vertrauen in Internetangebote des Staates.

Dieses eher unklare Sicherheits- und Verantwortungskonzept wirkt sich jedoch nicht auf ihr eigenes Nutzungsverhalten aus. *Souveräne Realisten* schreiben sich im Milieu-Vergleich nach den *Netz-Enthusiasten* die zweithöchste subjektive Kompetenz im Umgang mit dem Netz zu. Möglichen Gefahren und Risiken begegnen sie mit souveräner Gelassenheit: Dass sie sich – aus Sorge, Fehler zu machen – zurückhaltend oder vorsichtig bewegen, kommt lediglich bei 20 Prozent vor (gesamt: 55 Prozent); lediglich 5 Prozent sehen sich vom Internet überfordert. Sie gehen mehrheitlich davon aus, dass ihre Daten sicher sind, was an den ergriffenen Schutzmaßnahmen, aber auch an einer eigengestalteten und zum Teil von Dritten unabhängigen Sicherheitsstrategie liegt.

„Ich bin da eher ein Klassiker, ich mache Back-ups für mich und habe da jetzt nicht alles outgesourct und in Clouds gespeichert, das mache ich nicht. Die Speicherung habe ich schon bei mir. Deswegen bin ich da sicher und beruhigt und sage zum Thema Sicherheit: ‚Okay, ich sehe da kein Problem‘.“
(männlich, 40 Jahre)



Der Blick in die digitalisierte Zukunft

Souveräne Realisten haben so gut wie keine Vorbehalte gegenüber einer weitergehenden Digitalisierung. Die Vorstellung, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann, löst lediglich bei 11 Prozent Unbehagen aus (gesamt: 38 Prozent). Dass im Internet „jeder machen kann, was er will“ sehen sie eher als Zugewinn an Freiheit und dementsprechend als Chance des Internets, denn als mögliche Bedrohung des demokratischen Systems. Sie sind überdurchschnittlich oft der Meinung, dass Kinder den Umgang mit dem Netz so früh wie möglich lernen sollten, um bestmöglich auf die digitalisierte Welt vorbereitet zu sein.

Kritisch stehen sie einer möglicherweise sich verbreitenden Ökonomisierung persönlicher Daten und einem „zu laxen“ Umgang damit gegenüber. Sie sind im Milieu-Vergleich etwas seltener als der Durchschnitt bereit, ihre persönlichen Daten im Internet gegen entsprechende Vergütung bereitzustellen (15 Prozent, gesamt: 19 Prozent). Hintergrund dieser Zurückhaltung ist ihre vergleichsweise skeptische Einstellung gegenüber einer unbedarften (auch unbewussten) Weitergabe persönlicher Daten. Das Thema Privatsphäre spielt ihrer Meinung nach eine wichtige Rolle im Kontext Internet, ihnen ist es seltener als dem Durchschnitt egal, dass Dritte persönliche Dinge im Internet über sie erfahren könnten (19 Prozent der Onliner, gesamt Onliner: 25 Prozent). Sie sind sich darüber bewusst, dass Daten heute schon eine relevante Ware sind und halten das Argument, man habe im Netz nichts zu befürchten, „nur“ weil man grundsätzlich nichts zu verbergen habe, für kurzsichtig und irreführend beziehungsweise irrelevant für eine umfassender zu führende Diskussion über Privatsphäre, Datenschutz und Überwachung. Sie halten das Thema „Überwachung der Bürger durch neue Technologien“ im Milieu-Vergleich am seltensten für überbewertet (abgesehen von den *Internetfernen Verunsicherten*).

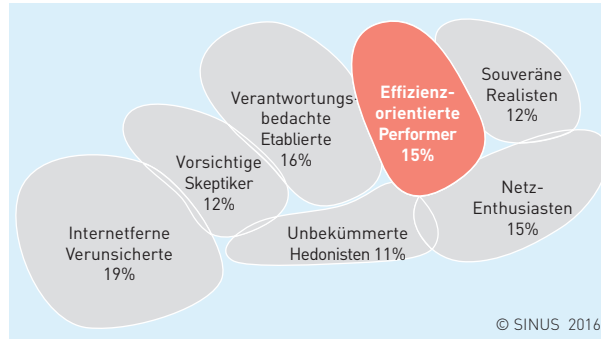
„Daten sind zumindest ein sehr wichtiger Handelsposten, glaube ich, zwischen großen Firmen, auch jetzt schon. Ich glaube, auch jetzt tauschen viele Firmen untereinander die Daten aus, das sind garantiert wichtige Handelsgüter.“ (männlich, 29 Jahre)

„Ich sehe die Gefahr, dass natürlich die allgemeine Überwachung immer stärker wird, dass man jetzt immer sagen kann, was wer wann wo wie und mit wem gemacht hat.“ (männlich, 32 Jahre)



Fotos: SINUS

4.3.3 Effizienzorientierte Performer (15 Prozent)



„Ich brauche das Internet, und ich kann mir auch nicht mehr vorstellen, ohne zu leben, einfach, weil ich in der Welt lebe, in der ich lebe.“
(männlich, 39 Jahre)

Die *Effizienzorientierten Performer* sind vom Internet begeistert, insbesondere von den mobilen Möglichkeiten, die den beruflichen wie privaten Alltag erleichtern. Die Verantwortung, für Sicherheit im Netz zu sorgen, sehen sie zwar – stärker als alle anderen Internet-Milieus – beim Staat, Sicherheitsrisiken begegnen sie aber dennoch proaktiv, souverän und pragmatisch.

Die Geschlechterverteilung dieses Internet-Milieus zeigt einen leicht höheren Frauenanteil, der Altersdurchschnitt liegt bei 38 Jahren, das formale Bildungsniveau befindet sich im Mittel der Gesamtbevölkerung.

Effizienzorientierte Performer sind leistungs- und erfolgsorientiert. Sie verfolgen – nicht nur technische – Entwicklungen aufmerksam und kontinuierlich und statten sich mit dem jeweils passenden Rüstzeug aus, um in der Gesellschaft idealerweise vorne mit dabei zu sein. Das Erreichen eines gehobenen Lebensstandards ist ein wichtiges Lebensziel.

„Also ich finde schon, es ist wichtig, dass man Ziele hat (...) die einem in einer gewissen Weise so eine Orientierung geben, wo man sagt, da will ich mal hin oder das hätte ich auch gern mal.“
(männlich, 39 Jahre)

„Eigentlich müsste ich sagen Gesundheit, weil das jeder sagt, aber ich bin auch ein bisschen materialistisch, wenn ich ehrlich bin.“
(weiblich, 33 Jahre)

Fotos: Shutterstock

Soziodemografisches Profil – Effizienzorientierte Performer

Geschlecht und Alter	Leicht höherer Frauenanteil: 56 Prozent. Altersdurchschnitt liegt bei 38 Jahren. 24 Prozent sind zwischen 14 und 24 Jahren, 22 Prozent zwischen 35 und 44 Jahren.
Lebenssituation	Ein überdurchschnittlicher Teil (38 Prozent) lebt mit Partner und Kind oder Kindern (gesamt: 31 Prozent), 21 Prozent leben noch bei ihren Eltern.
Bildung	Mit 38 Prozent höchster Anteil an mittlerer Reife als Schulabschluss. Formales Bildungsniveau liegt im Mittel der Gesellschaft.
Beruf	19 Prozent sind qualifizierte Angestellte (gesamt: 14 Prozent). 18 Prozent sind noch Schüler, Azubis oder Studenten (gesamt: 10 Prozent).
Einkommen	Mittlere Einkommensklassen, 42 Prozent liegen zwischen 2.750 € und 5.000 € Haushaltsnettoeinkommen (gesamt: 36 Prozent).

Die Rolle des Internets in der Lebenswelt der Effizienzorientierten Performer

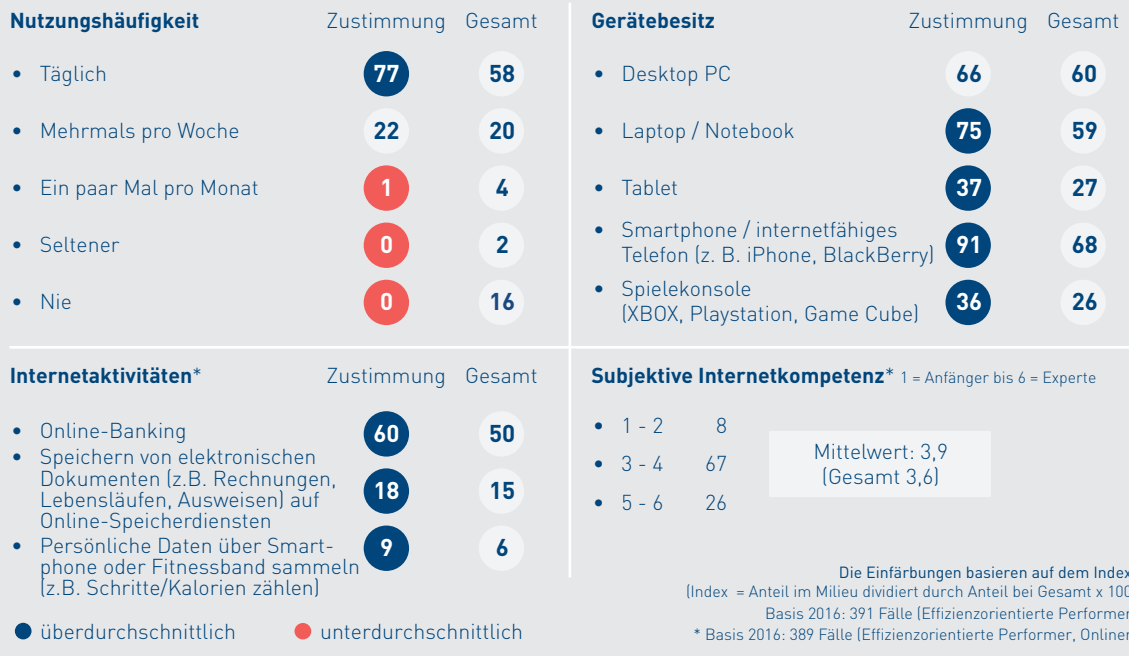
Ein Leben ohne Internet ist für die meisten Vertreter dieses Internet-Milieus nicht vorstellbar. Sie möchten nicht auf die schnelle und „ständig und überall“ mögliche Informationsbeschaffung verzichten und von dem „was draußen los ist“ abgekoppelt sein. Von daher kann sich auch über die Hälfte ein Leben ohne die Mitgliedschaft in einer Online-Community nicht vorstellen (gesamt: 33 Prozent). 75 Prozent der Onliner halten sich über Beiträge in Blogs, Foren und sozialen Medien über den Status Quo ihrer Freunde und Bekannten auf dem Laufenden (gesamt Onliner: 57 Prozent). 39 Prozent von ihnen stellen eigene Beiträge und Inhalte ins Netz (gesamt Onliner: 34 Prozent). *Effizienzorientierte Performer* sind vielfältig aktiv im Internet. Beispielsweise wickelt keine andere Gruppe Bankgeschäfte häufiger online ab oder bucht so oft Reisen oder Urlaube über das Internet. Sie interessieren sich zudem insbesondere für Produktinformationen und das Thema Reisen und Urlaub. Themenbereiche, die sie überdurchschnittlich häufig verfolgen, sind Veranstaltungstipps und Ernährung.

Eine ständig und überall vorhandene Verbindung zum Internet ist den *Effizienzorientierten Performern* wichtig. 88 Prozent gehen regelmäßig mit dem Smartphone online (gesamt: 62 Prozent). Das Nutzungsspektrum fällt dabei breit aus: E-Mails checken auch abseits vom Arbeitsplatz, Informationen über Wikipedia beziehen oder sich inspirieren lassen hinsichtlich passender Kochrezepte während eines Markteinkaufs. Auch für die private Kommunikation ist das Smartphone unverzichtbar (v.a. Messenger-Dienste oder Soziale Netzwerke). Sie sind breit ausgestattet mit internetfähigen Geräten: Tablets, Laptops und Spielekonsolen sind in diesem Internet-Milieu überdurchschnittlich stark verbreitet.

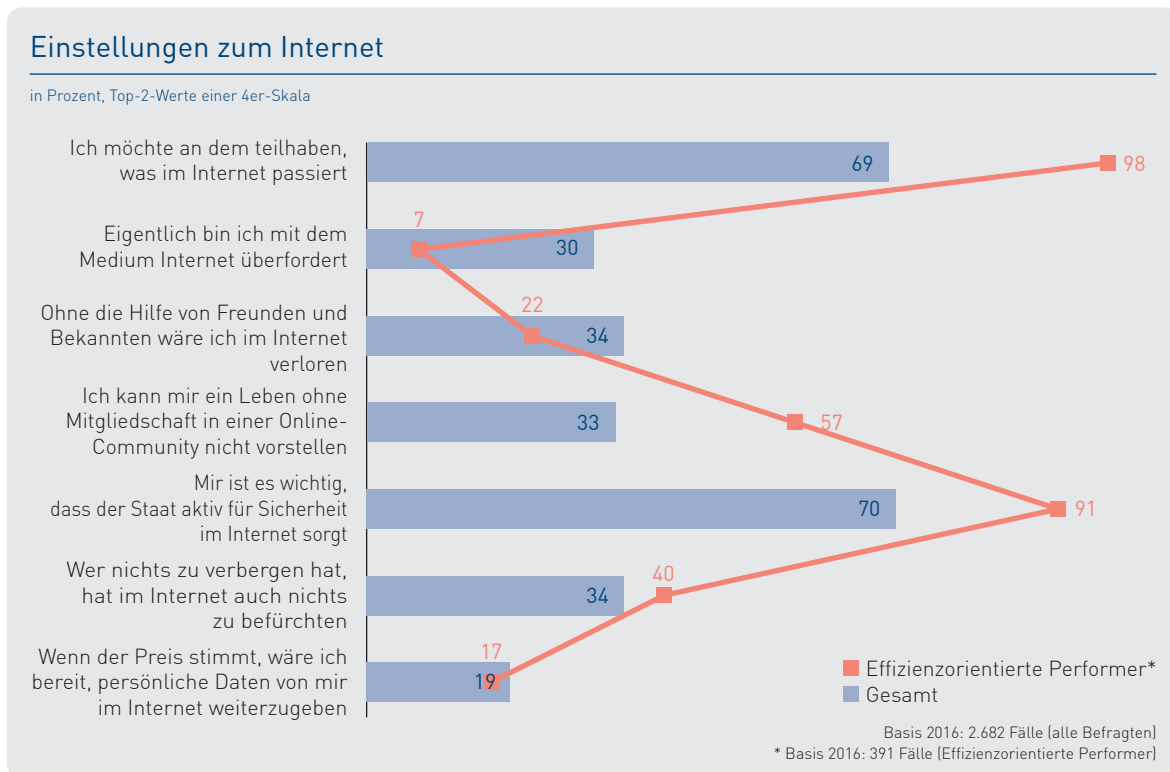
„Durch das Smartphone ist ja momentan jeder an das Internet gekoppelt. Das nehme ich halt immer mit und gucke immer mal schnell rein. Und dann haben wir noch so ein Mini-Tablet von Apple. Darauf lese ich mir Sachen durch, wenn sie etwas länger sind.“ *(weiblich, 31 Jahre)*

Nutzungshäufigkeit, Gerätebesitz und subjektive Internetkompetenz

in Prozent



92 Prozent der *Effizienzorientierten Performer* sehen mehr Chancen als Risiken, wenn sie ans Internet denken (gesamt: 72 Prozent). 91 Prozent sehen im Internet eine der besten Erfindungen, die es je gab (gesamt: 70 Prozent). Diese begeisterte und chancenorientierte Perspektive speist sich nicht nur aus alltagserleichternden Aspekten, willkommene Vorteile sind auch kostenlose Kommunikationsmöglichkeiten beispielsweise über WhatsApp und Skype und Unterhaltungsangebote. Überdurchschnittlich oft sehen die Onliner das Internet auch als eine hilfreiche Gedächtnisstütze (63 Prozent vs. gesamt Onliner: 54 Prozent).



Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung

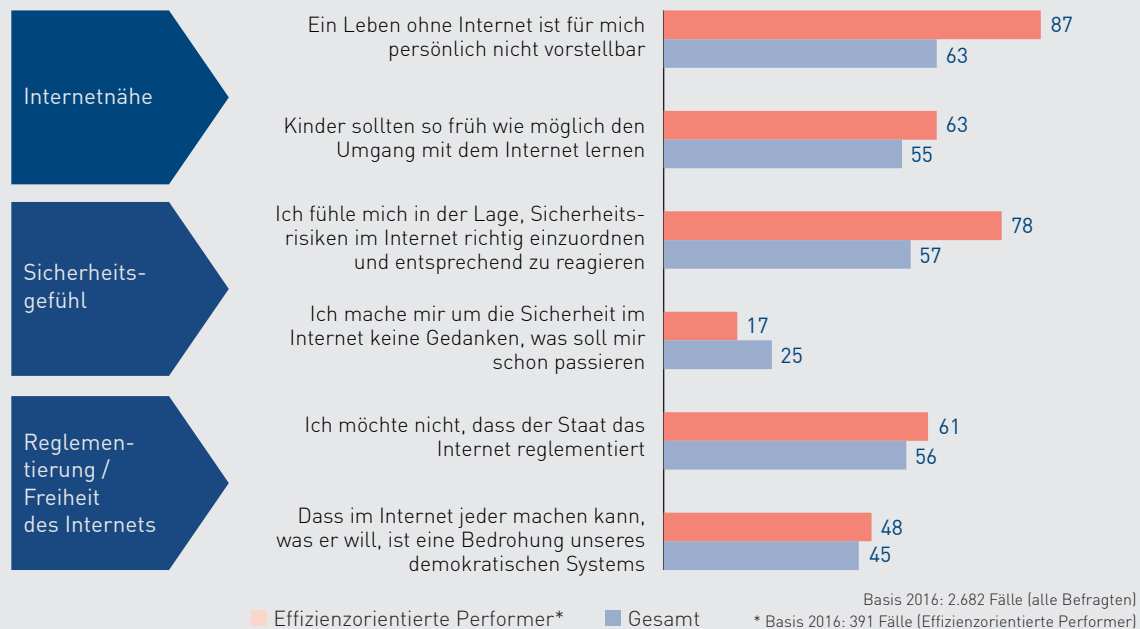
Sicherheitsrisiken begegnen sie souverän und pragmatisch. Mehr als drei Viertel fühlt sich in der Lage, mögliche Gefahren im Netz richtig einordnen und entsprechend auf sie reagieren zu können (gesamt: 57 Prozent) und vertraut auf die sich selbst zugeschriebene Internetkompetenz. Sie ergreifen ein ganzes Bündel an Sicherheitsvorkehrungen, dazu gehören „selbstverständlich“ Virenschutzprogramme, regelmäßige Passwort-Aktualisierungen und aufmerksames Lesen von Datenschutzhinweisen. Hier zählen sie zu den am stärksten sicherheitsbedachten Internet-Milieus. Drei Viertel der Onliner dieses Internet-Milieus bewegen sich bewusst vorsichtig im Internet und stellen keine privaten Daten und Fotos online (gesamt Onliner: 67 Prozent).

Unabhängig davon, dass *Effizienzorientierte Performer* für sich persönlich „keine Bedrohung“ im Internet sehen und sich grundsätzlich sicher fühlen, haben sie ein differenziertes Verantwortungskonzept, wenn es darum geht, wer für Sicherheitsfragen verantwortlich sein sollte. 76 Prozent halten den Nutzer selbst für den Schutz der eigenen Daten verantwortlich (gesamt: 68 Prozent); 94 Prozent schreiben auch den Unternehmen die Pflicht zu, für einen besseren Datenschutz zu sorgen (gesamt: 88 Prozent). Am häufigsten im Milieu-Vergleich haben sie aber auch den Staat im Blick: 91 Prozent erwarten von ihm, sich aktiv um Sicherheit im Internet zu kümmern (gesamt: 70 Prozent). Hinsichtlich eines eventuell zu starken Eingreifens des Staates in die Welt und die Organisation des Internets haben sie nur wenig Bedenken, im Gegenteil wünschen sich drei Viertel der *Effizienzorientierten Performer* ein staatliches Sicherheitssiegel für Angebote im Internet (gesamt: 59 Prozent).

„Ich finde, es sollte gewisse gesetzliche Standards geben, die vom Staat kontrolliert werden und von den Unternehmen eingehalten werden müssen.“ (männlich, 39 Jahre)

Einstellungen zum Internet

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Der Blick in die digitalisierte Zukunft

Als Fans des technologischen Fortschritts wünschen sich *Effizienzorientierte Performer* eine weitere Digitalisierung ihres Alltags. Sie stehen Entwicklungen, die sich heute schon abzeichnen, sehr offen und positiv gegenüber und sind gespannt darauf, „was noch alles kommen wird“.

„Ja, ich lasse heute schon mein Fahrverhalten ‚tracken‘. Von O2 gibt es so ein Modul, das man einsteckt, und das sagt mir: ‚Dort hast Du scharf gebremst und dort hast Du stark beschleunigt. Das sagt es mir jetzt schon.“
 (männlich, 47 Jahre)

„Oder, ich weiß nicht, ich hab meinen Schlüssel vergessen und rufe meinen Mann an und sage: ‚Hey, ich komme nicht rein‘, und er macht über sein Handy dann meine Tür auf. Cool ist das schon.“
 (weiblich, 30 Jahre)

Ohne konkrete Sicherheitsdefizite bei sich persönlich festzustellen, können sie sich im Milieu-Vergleich am häufigsten vorstellen, für die Sicherheit der eigenen Daten etwas zu bezahlen. Einer Ökonomisierung und Vermarktung der eigenen persönlichen Daten stehen sie kritischer gegenüber. 17 Prozent wären bereit, persönliche Daten von sich im Internet preiszugeben, wenn der Preis dafür stimmt (gesamt: 19 Prozent). Eher noch könnten sie sich umgekehrt vorstellen, Anbietern und Dienstleistern etwas dafür zu bezahlen, dass diese eben keine Daten von ihnen sammeln und vermarkten.

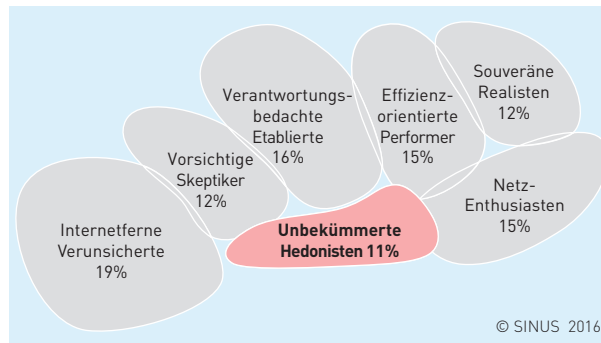
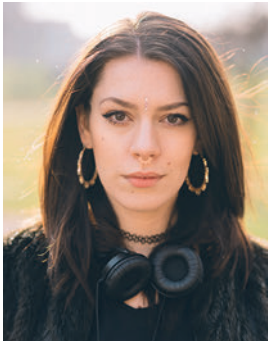
„Also ich finde, es ist ja legitim, dass Google Services anbietet und dafür etwas zurückbekommen will. Ich finde, was fehlt, ist, dass es Möglichkeiten gibt, dem zu entgehen, indem man zum Beispiel dafür bezahlt. Also ich hätte kein Problem damit zu sagen, ‚Google, ich zahle dir 5 € im Monat und ich benutze deine Suchmaschine, aber ich will nicht, dass du irgendwas von mir mitschneidest.‘“

(männlich, 39 Jahre)



Fotos: SINUS

4.3.4 Unbekümmerte Hedonisten (11 Prozent)



„Ohne Internet würde mir diese Gewohnheit fehlen, auch so etwas wie eine körperliche Gewohnheit, also aufzustehen und erst mal aufs Handy zu patschen. Dann würde mir auf jeden Fall der Zeitvertreib fehlen. Und der Kontakt, den man dann halt hat, es wäre alles etwas komplizierter so über SMS und Telefon.“
(weiblich, 26 Jahre)

Unbekümmerte Hedonisten partizipieren ausgiebig an den Möglichkeiten des Internets und sind dabei besonders begeistert von Sozialen Netzwerken. Dennoch sind sie nicht souverän im Umgang mit dem Netz und gestehen sich das auch selbst ein. Vor allem der Umgang mit persönlichen Daten ist unbedarft und ihre Gefahren- und Risikowahrnehmung widersprüchlich. Sicherheitsmaßnahmen ergreifen sie – aus Unwissenheit und Arglosigkeit – vergleichsweise selten.

Unbekümmerte Hedonisten liegen demografisch in der Mitte der Gesellschaft: Sie verfügen in der Regel über ein mittleres formales Bildungsniveau und zählen zu den Durchschnittsverdienern. Der Altersdurchschnitt liegt bei 44 Jahren. Der Frauenanteil in dieser Gruppe ist geringfügig höher als der Männeranteil. Ihr Wertekanon wird bestimmt von einem unverkopften Wunsch nach Spaß, Freizeit, Unterhaltung und Spontaneität. Sie reagieren eher distanziert auf Regeln beziehungsweise Autoritäten und (Leistungs-)Anforderungen der Gesellschaft. In diesem Sinne sehen sie sich selbst häufig als Außenseiter.

„Ich verfolge nicht so ehrgeizig Ziele, wie mir scheint, habe aber gute Laune dabei!“
(weiblich, 26 Jahre)

„Ich bin locker, aufgeschlossen und lerne gerne neue Leute kennen. Ich sehe gerne neue Sachen, irgendwelche neuen Plätze oder so. Ich verreise furchtbar gern, mache furchtbar gern Urlaub, unternehme immer gern etwas Neues, bin aktiv auf jeden Fall, ich mache Sport.“
(männlich, 28 Jahre)

Fotos: Shutterstock

Soziodemografisches Profil – Unbekümmerte Hedonisten

Geschlecht und Alter	Leicht höherer Frauenanteil: 54 Prozent. Altersdurchschnitt liegt bei 44 Jahren. Breiteste Altersstreuung im Milieu-Vergleich: 16 Prozent sind 14 bis 24 Jahre alt, 15 Prozent sind aber auch 65 Jahre und älter.
Lebenssituation	Die Mehrheit lebt in einer Partnerschaft, mit oder ohne Kinder (wie im Bevölkerungsmittel: 68 Prozent).
Bildung	Formales Bildungsniveau liegt im Mittel der Gesellschaft. Überdurchschnittlicher Anteil hat Abitur; unterdurchschnittlicher Anteil hat eine Fachhochschule oder Universität besucht.
Beruf	25 Prozent sind einfache Angestellte (gesamt: 22 Prozent), 20 Prozent mittlere Angestellte (gesamt: 17 Prozent). 12 Prozent sind Schüler, Azubis oder Studenten (gesamt: 10 Prozent).
Einkommen	Mittlere Einkommensklassen: 50 Prozent haben ein Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.000 € und 4.000 € zur Verfügung.

Die Rolle des Internets in der Lebenswelt der Unbekümmerten Hedonisten

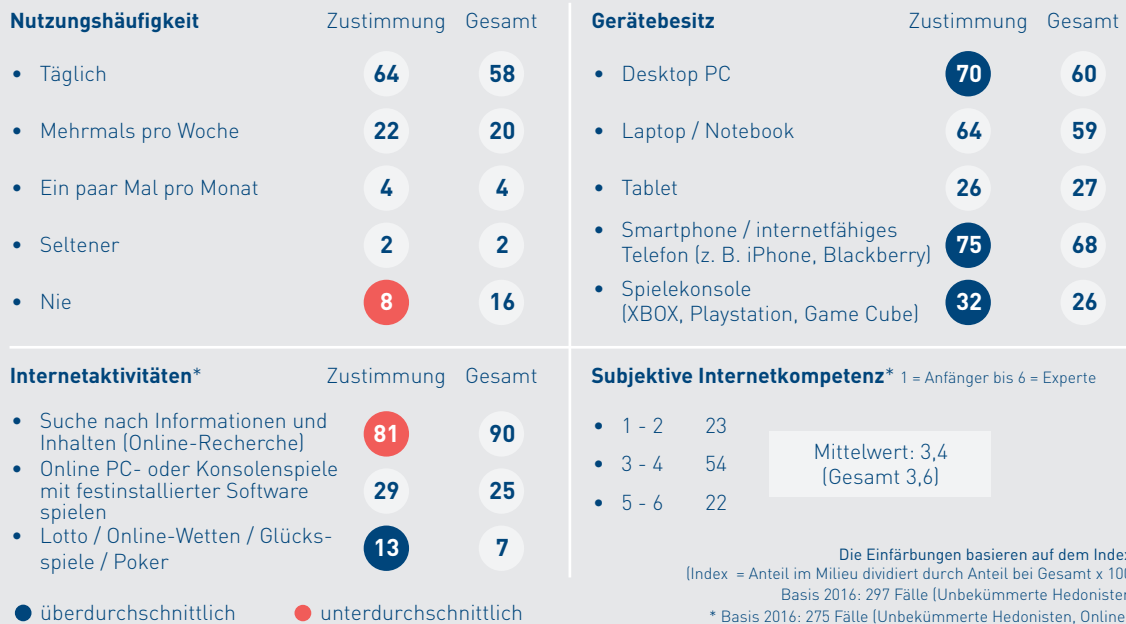
Unbekümmerte Hedonisten möchten „unbedingt“ am Geschehen im Internet teilhaben. 46 Prozent probieren neue Angebote und Entwicklungen immer sofort aus (gesamt: 30 Prozent), ein Leben ohne Internet ist für sie überdurchschnittlich oft nicht vorstellbar. Das Internet gilt in dieser Gruppe mehrheitlich als eine der besten Erfindungen, die es je gab (73 Prozent, gesamt: 70 Prozent).

Aus ihrer Sicht birgt das Internet mehr Chancen als Gefahren. Als herausragenden Vorteil sehen sie die Möglichkeiten des sozialen Miteinanders über das Netz (neue Menschen kennenlernen, andere am eigenen Leben teilhaben lassen, sich austauschen). Maßgeschneiderte und ihren Bedürfnissen angepasste Informationen und Werbung empfindet ein überdurchschnittlich großer Teil dieses Internet-Milieus als Vorteil. Zeit- und vor allem kostensparende Aspekte spielen eine bedeutende Rolle mit Blick auf die Vorteile und Chancen des Internets.

„Man spart ja nicht nur Zeit und Weg, sondern auch das Geld. Das Meiste, was in der Zeitung steht, sehe ich online. Da spare ich mir dann jeden Tag 70, 80 Cent. Wenn man das mal hochrechnet auf 365 Tage, also ohne Internet wird es schwerer.“
(männlich, 31 Jahre)

Nutzungshäufigkeit, Gerätebesitz und subjektive Internetkompetenz

in Prozent



Unbekümmerte Hedonisten sind etwas häufiger als der Durchschnitt täglich online (64 Prozent, gesamt: 58 Prozent). Smartphones sind überdurchschnittlich verbreitet und ein beliebtes Instrument, um mit anderen zu kommunizieren und Dinge im Internet zu "checken". Sie besitzen im Vergleich mit anderen internet-affinen Milieus seltener ein Tablet. Die Geräteausstattung spiegelt auch ihr Interesse an Unterhaltungsangeboten wider: Sie besitzen überdurchschnittlich oft eine Spielekonsole, 20 Prozent nutzen Online-Funktionen am Fernseher (gesamt: 14 Prozent).

„Ich kann mit meinem Blue-ray-Player ins Internet gehen, darüber gucke ich auch meistens die Filme. Mit der Playstation kann ich auch ins Internet gehen.“ (männlich, 31 Jahre)

„Wobei ich benutze größtenteils mein Smartphone, aber manchmal auch mein iPad. Also größtenteils benutzt mein Freund den Computer und ich mein Handy.“ (weiblich, 24 Jahre)

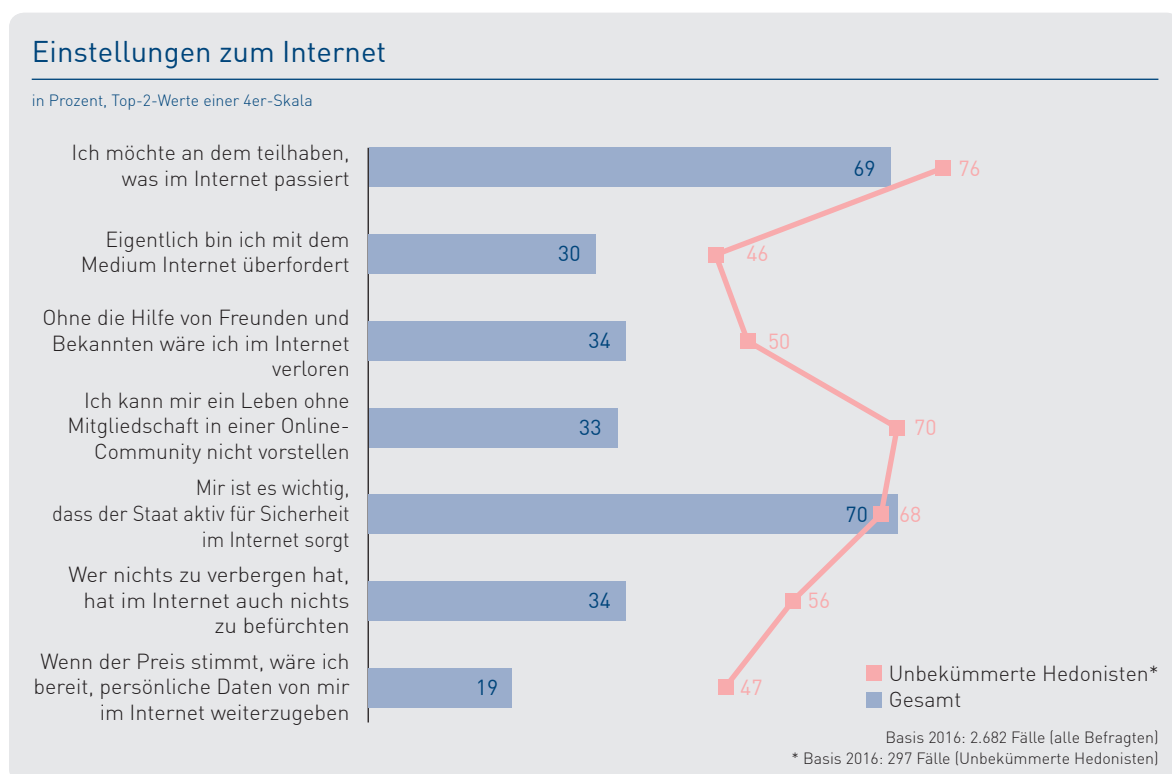
81 Prozent der Onliner unter ihnen recherchieren im Internet nach Informationen – gemeinsam mit den *Internetfernen Verunsicherten* am seltensten im Milieu-Vergleich (gesamt Onliner: 90 Prozent). Das Interesse an Online-Informationen über Politik und Zeitgeschehen liegt in dieser Gruppe unter dem Durchschnitt (26 Prozent, gesamt Onliner: 32 Prozent). Etwas überdurchschnittlich fällt hingegen das Interesse an Informationen zum Komplex Beruf und Karriere beziehungsweise Stellenanzeigen aus (30 Prozent der Onliner, gesamt Onliner: 25 Prozent). Weitere Themenfelder, die sie häufiger als alle anderen Internet-Milieus verfolgen, sind Wellness- und Schönheit sowie Dekorations- und Einrichtungsfragen. Überdurchschnittlich oft verbringen sie Zeit mit Online-Spielen, sei es auf dem PC, der Konsole oder in Sozialen Netzwerken und mit Online-Wetten und Glücksspielen.

Soziale Netzwerke spielen eine bedeutende Rolle im Leben der *Unbekümmerten Hedonisten*: 70 Prozent können sich ein Leben ohne die Mitgliedschaft in einer Online-Community nicht vorstellen

(gesamt: 33 Prozent). Sie erstellen und/oder teilen häufiger als der Durchschnitt der Internet-Milieus (eigene) Beiträge und halten damit ihren Freundes- und Bekanntenkreis auf dem Laufenden, insbesondere in Sachen Freizeitgestaltung.

„Was mache ich auf Facebook? Ich trage meine Bilder ein, wo ich jetzt im Urlaub war und so. Was ich unternehme mit Freunden zusammen, so was stelle ich da rein.“ (männlich, 31 Jahre)

„Ja, ich bin bei tumblr, Instagram, Twitter, Snapchat, oder was sind noch Soziale Netzwerke?“ (weiblich, 26 Jahre)



Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung

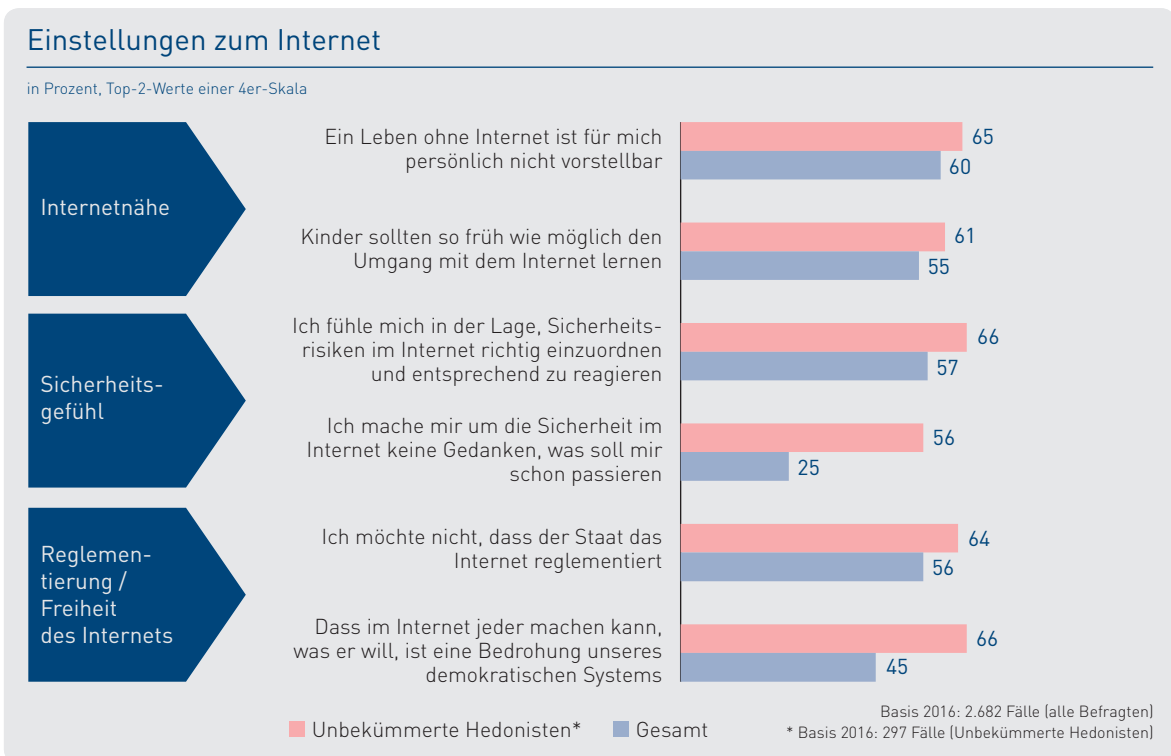
Charakteristisch für dieses Internet-Milieu ist eine diffuse bis widersprüchliche Risiken- und Gefahrenwahrnehmung. Fast die Hälfte der Onliner der *Unbekümmerten Hedonisten* sieht beispielsweise bei der Nutzung von TV-Mediatheken, dem Kommunizieren mit Ämtern und Behörden oder dem Lesen von Kommentaren und Bewertungen auf Webseiten ein Risiko. Damit liegen sie jeweils über dem Durchschnitt aller Internet-Milieus. Umgekehrt sehen sie das Herunterladen oder Streamen von Filmen und/oder Musik ohne dafür zu bezahlen überdurchschnittlich oft nicht als Risiko. Hinsichtlich konkreter Gefahren, denen sie persönlich ausgesetzt sein könnten, sind sie besonders unbedarft: Dass sie ihren Computer mit einem Virus infizieren könnten, dass sie Opfer eines Betrugs beim Online-Banking werden oder ihre persönlichen Daten unerwünscht an Dritte weitergegeben werden könnten sehen sie im Milieu-Vergleich jeweils am seltensten als eine für sie persönlich relevante Gefahr. *Unbekümmerte Hedonisten* fühlen sich hinsichtlich Sicherheitsfragen als eine Art Außenseiter und sehen sich nicht persönlich in der Gefahrenzone oder „Schusslinie“: Sie wissen nicht was an ihren Daten für andere interessant sein könnte und behaupten daher nichts zu verbergen zu haben (56 Prozent, gesamt: 34 Prozent).

„Ich glaube, die Leute, die da etwas Böses wollen, die haben es auf Leute abgesehen, wo es etwas zu holen gibt. Ich fühle mich da jetzt nicht so bedroht oder habe groß Angst, dass sich da jemand in mein Bankkonto reinhackt oder so.“ (männlich, 28 Jahre)

„Aber wenn da irgendwas passiert, dann kann ich das auch mit der Bank klären und gut ist. Soviel Geld ist da jetzt auch nicht drauf, dass irgendjemand mein Konto leer räumt.“ (weiblich, 27 Jahre)

Gleichzeitig gesteht sich aber ein weit überdurchschnittlicher Teil (knapp die Hälfte) ein, mit dem Internet eigentlich überfordert und auf die Hilfe aus dem Freundes- und Bekanntenkreis angewiesen zu sein. Bei aller Begeisterung fehlt es den *Unbekümmerten Hedonisten* also an Souveränität im Umgang mit dem Netz: Knapp die Hälfte hat den Eindruck, sich nicht genügend auszukennen und ist damit eigentlich überfordert. 55 Prozent fühlen sich sogar den Gefahren im Internet hilflos ausgesetzt (gesamt: 39 Prozent). Trotzdem beziehungsweise gerade deswegen ergreifen sie Sicherheitsmaßnahmen nur sehr eingeschränkt. Beispielsweise haben die Onliner im Milieu-Vergleich am seltensten ein Virenschutzprogramm installiert (53 Prozent vs. gesamt Onliner: 76 Prozent). Auch stellt nur ein Viertel – aus Sicherheitsgründen – so wenig private Daten wie möglich ins Internet (gesamt Onliner: 44 Prozent). Hintergrund sind sowohl ihre Überforderung und ein fehlendes Wissen über Möglichkeiten, die eigenen Daten zu schützen, als auch ihre Unbedarftheit: Der Wunsch nach einer einfachen und bequemen Bedienung von Anwendungen hat für sie deutlich Vorrang vor der Sicherheit der eigenen Daten. Die fehlende Souveränität im Umgang mit dem Netz – insbesondere mit Blick auf Sicherheitsfragen – führt bei den *Unbekümmerten Hedonisten* zu einem gewissen Fatalismus: Sie haben sich im Milieu-Vergleich am häufigsten damit abgefunden, dass das Internet an sich unsicher sei (66 Prozent vs. gesamt: 58 Prozent).

Hinsichtlich der Frage, wer für Sicherheit im Internet verantwortlich sein könnte, nehmen sie mehrheitlich den Nutzer selbst, aber auch den Staat in die Pflicht. Hier unterscheiden sie sich nicht



vom Durchschnitt aller Internet-Milieus. Am häufigsten nehmen sie jedoch andere Nutzer in die Verantwortung, für Schäden zu haften, wenn deren Geräte nicht genügend gesichert seien und somit andere gefährdeten (61 Prozent vs. gesamt: 49 Prozent).

Der Blick in die digitalisierte Zukunft

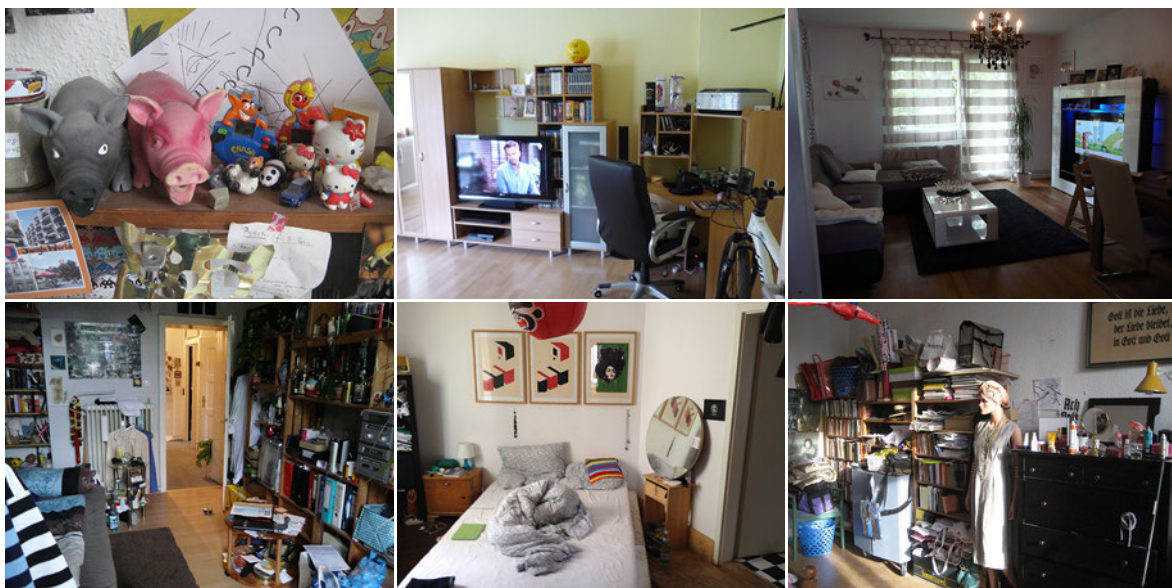
Der weitergehenden Digitalisierung des Alltags begegnen die *Unbekümmerten Hedonisten* mit gemischten Gefühlen und einem Mix aus Interesse und diffuser Sorge. So sagen 71 Prozent, dass das Internet als freies Medium unter keinen Umständen reglementiert werden solle (gesamt: 60 Prozent). Gleichzeitig empfinden 66 Prozent die Möglichkeit, im Internet machen zu können, „was man wolle“, als eine Gefahr für das demokratische System (gesamt: 45 Prozent).

Sie pflegen einen unbedarften Umgang mit ihren eigenen persönlichen Daten, basierend auf der Überzeugung, dass sie selbst nichts zu verbergen hätten und ihnen dementsprechend auch nichts passieren könne, beziehungsweise sie sich keine weiteren Gedanken darüber machen müssten. Die Bedeutung und den Wert der eigenen persönlichen Daten ermessen zu können, fällt ihnen schwer, was sie zum Teil auch resignieren lässt: 60 Prozent der *Unbekümmerten Hedonisten* ist es egal, was mit ihren Daten im Internet geschieht (gesamt: 12 Prozent). Sie gehen überdurchschnittlich oft davon aus, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten gewöhnen müsse (73 Prozent vs. gesamt: 59 Prozent). Gleichzeitig sind sie im Milieu-Vergleich am ehesten dazu bereit, persönliche Daten für eine geldwerte Gegenleistung weiterzugeben (47 Prozent vs. gesamt: 19 Prozent) und haben zum Teil eine Ahnung davon, dass diese heute schon ein Handelsgut darstellen.

„Sozusagen verkaufe ich meine Daten für die Annehmlichkeit einfach bei Google das einzutippen. Aber das ist dann auch aus Ahnungslosigkeit und Bequemlichkeit.“ (weiblich, 26 Jahre)

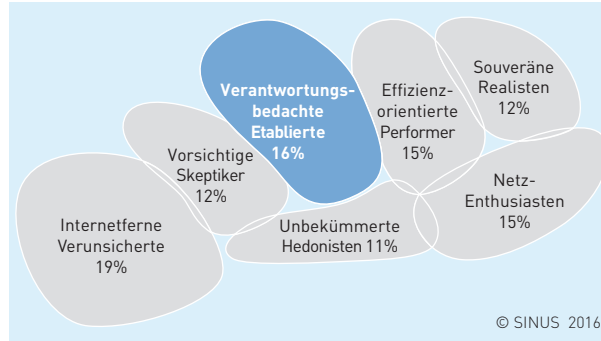
„Also dass digitale Information praktisch die Währung ist in Zukunft? Nein, das glaube ich nicht. Das ist Science Fiction.“ (männlich, 39 Jahre)

„Also ich würde mich auf jeden Fall tracken lassen, das könnte ich mir vorstellen, auf jeden Fall.“ (männlich, 39 Jahre)



Fotos: SINUS

4.3.5 Verantwortungsbedachte Etablierte (16 Prozent)



„Also ich würde mich auch ohne Internet nicht langweilen. Dann könnte ich mich endlich meinen ganzen Büchern, meinen CDs und Sprach-CDs widmen, und dann habe ich auch noch das Fernsehen.“

(weiblich, 52 Jahre)

Verantwortungsbedachte Etablierte sehen die Digitalisierung als positive und wichtige Entwicklung, an der sie in jedem Fall teilhaben möchten. Ihre Einstellung zum Netz ist aber nicht euphorisch, sondern eher abwägend und besonnen. Sie sind zwar regelmäßig, aber selektiv im Netz unterwegs. Soziale Netzwerke und Unterhaltungsansprüche spielen nur eine unterdurchschnittliche Rolle. In punkto Sicherheit sehen sie den Nutzer selbst in der Verantwortung, erwarten aber auch vom Staat ein eindeutiges Engagement.

Im Internet-Milieu der Verantwortungsbedachten Etablierten finden sich zu einem großen Anteil formal Hochgebildete. Die Geschlechterverteilung zeigt einen leicht höheren Anteil an Frauen. Das Einkommensniveau liegt leicht über dem Mittel der Gesellschaft. Das Durchschnittsalter liegt bei 52 Jahren. Ihre Grundeinstellung zum Leben und zur Gesellschaft wird von bürgerlich-liberalen, leistungs- und sicherheitsorientierten Wertvorstellungen dominiert. Sie plädieren für eine ausgewogene Balance zwischen Fortschritt und Entschleunigung.

„Es war das Wichtigste in meinem Leben, dass meine Söhne gut erzogen und gut ausgebildet wurden. Diese Phase ist mehr als abgeschlossen. Insofern habe ich im privaten wie im beruflichen Umfeld den Erfolg gehabt, den man sich wünschen kann.“

(männlich, 54 Jahre)

„Also wir haben sicher einen gehobenen Lebensstil, wir haben Geld, wir haben eine sehr schöne Wohnung. Wir können uns Reisen leisten, wir essen gut, wir trinken gut, und ich arbeite viel, das ist mein Lebensstil.“

(weiblich, 58 Jahre)

Fotos: Shutterstock

Soziodemografisches Profil – Verantwortungsbedachte Etablierte

Geschlecht und Alter	Ausgewogener Frauen- und Männeranteil. Altersdurchschnitt liegt bei 52 Jahren. 24 Prozent sind 45 bis 54 Jahre alt und weitere 24 Prozent sind 65 Jahre und älter.
Lebenssituation	Mit 72 Prozent höchster Anteil Verheirateter (gesamt: 55 Prozent). Auch aufgrund des Alters leben überdurchschnittlich viele (44 Prozent) mit Partner ohne Kinder, die häufig schon ausgezogen sind (gesamt: 37 Prozent).
Bildung	Das formale Bildungsniveau liegt über dem Mittel der deutschsprachigen Wohnbevölkerung. 20 Prozent haben einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss (gesamt: 14 Prozent).
Beruf	13 Prozent sind in Teilzeit angestellt (gesamt: 10 Prozent), 3 Prozent sind Beamte im gehobenen Dienst (gesamt: 1 Prozent), 17 Prozent sind qualifizierte Angestellte (gesamt: 14 Prozent).
Einkommen	Gehören zu den mittleren Einkommensklassen: 46 Prozent verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.500 € und 5.000 € (gesamt: 45 Prozent).

Die Rolle des Internets in der Lebenswelt der Verantwortungsbedachten Etablierten

Ein Leben ganz ohne Internet können sich die *Verantwortungsbedachten Etablierten* mehrheitlich nicht vorstellen und liegen damit im Durchschnitt der Internet-Milieus. Gleichzeitig erholen sich 55 Prozent dieser Gruppe am besten, wenn sie offline sind (gesamt: 51 Prozent) und haben konkrete Vorstellungen von Situationen, in denen sie explizit nicht online sein wollen – nämlich bei Restaurant-Besuchen, bei den Mahlzeiten zu Hause und wenn sie Zeit mit Freunden oder Familie verbringen.

„Sagen wir mal so, ich kann problemlos Wochen darauf verzichten. Ich muss das auch nicht jeden Tag haben. Oder wenn ich mal gar kein Internet habe in irgendeinem hintersten Urlaubsort, dann ist das auch gut. Aber ich wollte jetzt nicht grundsätzlich im Alltag mehr darauf verzichten.“
(weiblich, 58 Jahre)

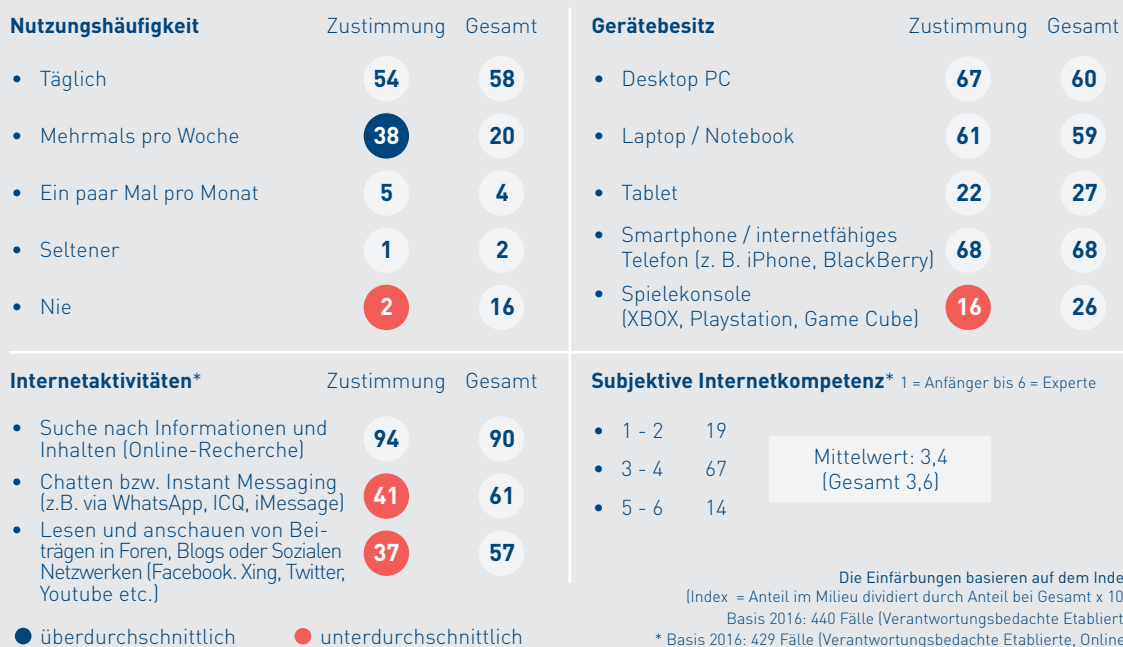
„Und wenn ich genug Stress hatte, dann erhole ich mich auch nicht, wenn ich etwas Angenehmes im Internet mache. Dann mache ich lieber erst mal etwas anderes, zum Beispiel spazieren gehen oder auf dem Balkon sitzen und in den Himmel schauen oder Musik hören.“
(weiblich, 52 Jahre)

Etwas mehr als die Hälfte der *Verantwortungsbedachten Etablierten* ist täglich im Internet (54 Prozent, gesamt: 58 Prozent). Im Milieu-Vergleich nutzen sie das Internet am häufigsten mehrmals die Woche. Sowohl die Geräteausstattung als auch die im Netz unternommenen Aktivitäten zeugen von einem selektiven, pragmatischen und im Milieu-Vergleich deutlich weniger unterhaltungsorientierten Umgang mit dem Netz. Nur ein vergleichsweise kleiner Teil besitzt eine Spielekonsole oder ein Tablet.

„Fürs Internet nutze ich zu 80 Prozent das Smartphone. 10 Prozent den Laptop für Präsentationen und Businessdokumente. Und 10 Prozent das Tablet für Infos und Entertainment.“
(männlich, 54 Jahre)

Nutzungshäufigkeit, Gerätebesitz und subjektive Internetkompetenz

in Prozent



Die Online-Aktivitäten dieser Gruppe fallen recht nüchtern und „seriös“ aus. Ihre Hauptbeschäftigungen im Netz sind Informationssuche, E-Mail-Verkehr und das Lesen von Online-Nachrichten. Neben Produkt- und Dienstleistungsangeboten interessieren sie sich insbesondere für allgemeine Nachrichten, aber auch für Informationen aus ihrer Region. Gesundheitsthemen und Ernährung verfolgen sie häufiger als der Durchschnitt der Internet-Milieus.

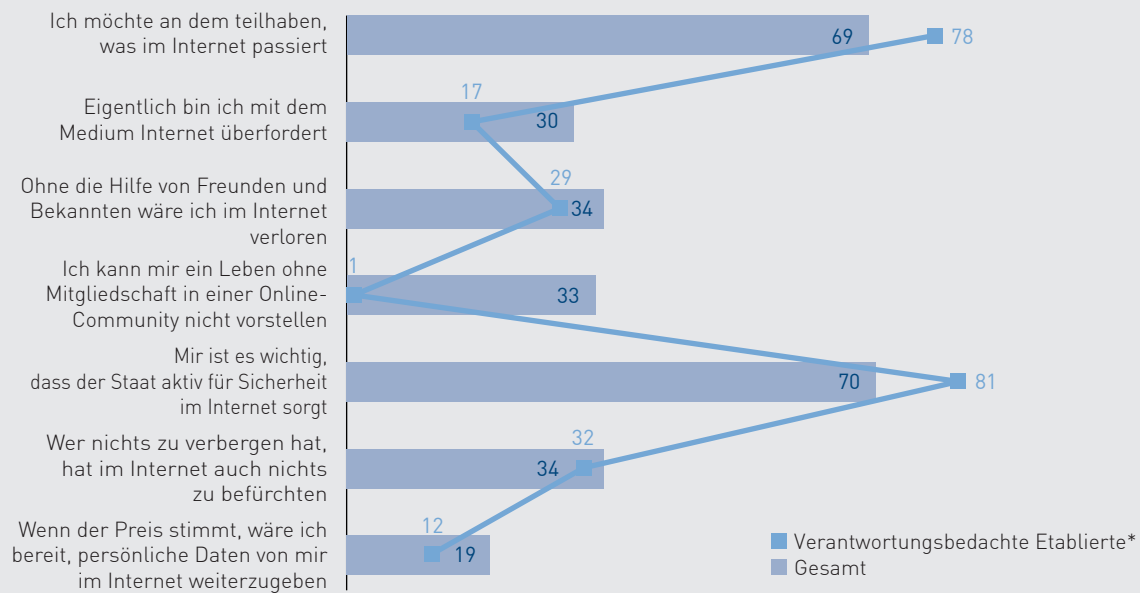
Deutlich seltener als der Durchschnitt kommunizieren die Onliner über Messenger-Dienste wie beispielsweise WhatsApp. Der (inhaltliche) Austausch über Soziale Netzwerke spielt im Medienalltag der *Verantwortungsbedachten Etablierten* eine sehr untergeordnete Rolle: Über die Hälfte der Onliner nutzt keine Sozialen Netzwerke (59 Prozent, gesamt Onliner: 31 Prozent) und lediglich 10 Prozent von ihnen teilen Beiträge anderer beziehungsweise stellen eigene Fotos, Videos oder Texte auf entsprechenden Plattformen ein (gesamt Onliner: 37 Prozent beziehungsweise 34 Prozent). Deutlich seltener als der Durchschnitt konsumieren sie online verfügbare Inhalte wie Filme und Musik, sei es aus TV-Mediatheken oder über Streaminganbieter, die eine Registrierung beziehungsweise Gebühr verlangen oder auch nicht.

Der Blick auf das Internet ist klar chancenorientiert, 81 Prozent sind der Meinung, es berge mehr Chancen als Risiken (gesamt: 72 Prozent). Alltagserleichternde Aspekte, der schnelle und bequeme Zugang zu günstigen Angeboten und Dienstleistungen und die immense Informationsfülle stehen für sie im Vordergrund. Kritisch sehen sie die Möglichkeiten, aber insbesondere die Auswirkungen des sozialen Austauschs über das Netz. Sie befürchten überdurchschnittlich oft, dass die Qualität persönlicher Beziehungen unter zu viel Online-Kommunikation leiden würde (74 Prozent vs. gesamt: 64 Prozent).

„Das, was Kontaktpflege ausmacht, ist natürlich nicht das Internet, sondern es ist die persönliche Begegnung. Und man wird vereinsamen, wenn man keine persönliche Begegnung mehr hat, also sprich nur noch übers Internet Kontakte pflegt.“
(weiblich, 58 Jahre)

Einstellungen zum Internet

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)
 * Basis 2016: 440 Fälle (Verantwortungsbedachte Etablierte)

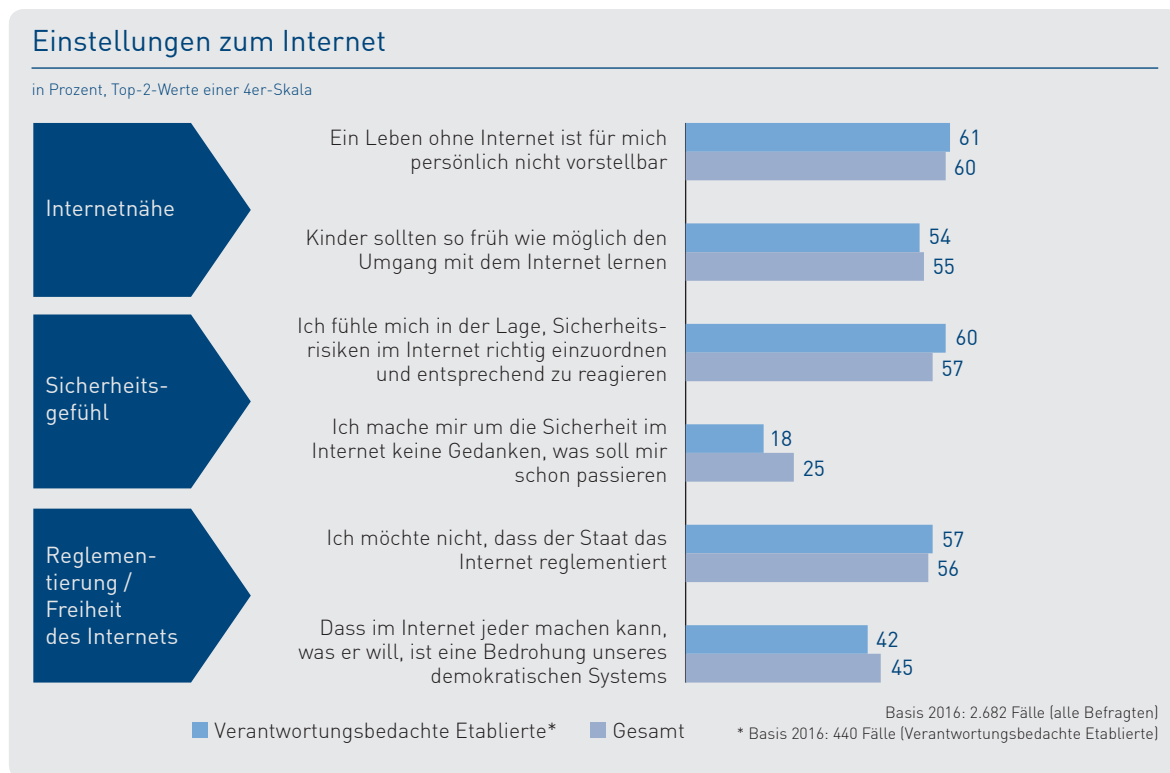
Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung

Verantwortungsbedachte Etablierte sind sehr aufmerksam hinsichtlich möglicher Risiken und gestalten ihre persönliche Internetnutzung auch auf Basis dieser Gefahrenwahrnehmung: 36 Prozent der Onliner machen kein Online-Banking, weil sie es für zu riskant halten (gesamt Onliner: 27 Prozent), 35 Prozent speichern aus demselben Grund keine Fotos oder Videos auf Online-Speicherdiensten (gesamt Onliner: 26 Prozent). Insbesondere die Themen Datenschutz und der Umgang mit persönlichen Daten spielen eine zentrale Rolle in ihrer Gefahrenwahrnehmung und wirken sich überdurchschnittlich oft auf das eigene Handeln im Netz aus: 93 Prozent bewegen sich stets vorsichtig im Internet und stellen zum Beispiel keine privaten Daten und Fotos ein (gesamt: 67 Prozent).

„Ja, dass jemand meine Daten gegen meinen Willen verwendet, in irgendeiner Form. Ich habe auch letzstens die Diskussion mit jemandem gehabt über Fotos. Ein Stück weit muss man sich natürlich die Frage stellen, wenn ein Foto irgendwo im Internet ist, kann es sein, dass es irgendwo für blöde Zwecke verwendet wird.“
 (weiblich, 33 Jahre)

Verantwortungsbedachte Etablierte sehen Staat wie Individuum in der Verantwortung in Sachen Internetsicherheit. 81 Prozent erwarten, dass sich der Staat aktiv um die Sicherheit im Netz kümmert (gesamt: 70 Prozent). Im Milieu-Vergleich gehen sie am häufigsten davon aus, dass man Internetangeboten von staatlichen Einrichtungen vertrauen kann (84 Prozent, gesamt: 63 Prozent). Gleichzeitig sagen aber auch 74 Prozent, dass die Nutzer selbst für den eigenen Datenschutz verantwortlich sind (gesamt: 68 Prozent). Hier geht ein leicht überdurchschnittlicher Anteil mit gutem Vorbild voraus: 80 Prozent der Onliner haben einen Virenschanner (gesamt Onliner: 76 Prozent) und 64 Prozent aktualisieren die Antiviren-Software regelmäßig (gesamt: 60 Prozent). Zum anderen greifen sie häufiger als der Schnitt auf ein Unterstützungsnetzwerk zurück. Auch wenn sie sich durchaus dazu in der

Lage sehen, Risiken richtig einzuschätzen und entsprechend darauf reagieren zu können, gehen sie bezüglich Sicherheitsfragen auf Nummer sicher und holen sich Unterstützung von versierteren Bekannten oder Freunden: Bei einem Viertel der Onliner kümmert sich jemand anderes um ihre IT-Sicherheit (gesamt Onliner: 18 Prozent).



Der Blick in die digitalisierte Zukunft

Die Vorstellung, dass zukünftig vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann, bereitet den *Verantwortungsbedachten Etablierten* eher kein Unbehagen. Ihnen ist klar, dass die Digitalisierung mit großen Schritten weitergehen wird. Dabei haben sie zwar den Eindruck, sich heute noch gar kein Bild davon machen zu können, „was da in den nächsten Jahren noch so kommt“. Gleichzeitig haben sie aber das Gefühl, die Lage insgesamt kompetent einschätzen zu können und sich im Internet gut genug auszukennen.

„Mein Sohn hat mir neulich erzählt, dass die Autos zukünftig sowieso automatisch gesteuert sein werden und dass es dadurch keine Unfälle mehr geben wird. Also dass solche Entwicklungen kommen werden, glaube ich schon. Ich finde das einerseits gut, weil es das Unfallrisiko ausschließt und dadurch auch die Volkswirtschaft nicht so belastet wird. Aber andererseits ist das eben das Leben, dass es individuell ist und dass man seine eigenen Entscheidungen trifft. Deswegen finde ich es sehr unattraktiv, so kontrolliert und gesteuert zu leben.“ (weiblich, 52 Jahre)

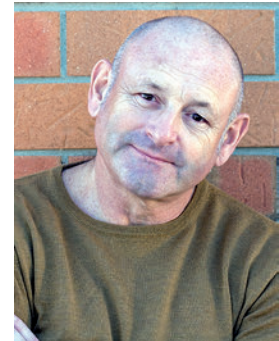
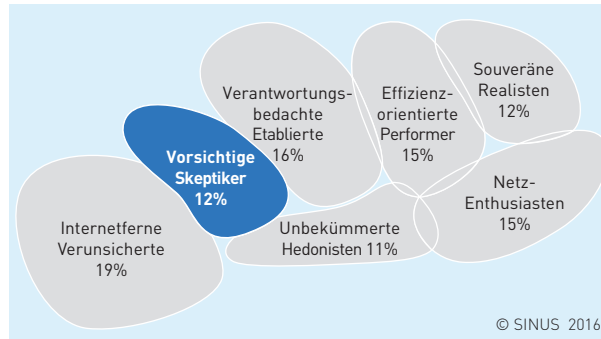
Einer zu erwartenden Ökonomisierung persönlicher Daten stehen sie kritisch gegenüber. Heute schon empfinden sie den Umstand, dass Großkonzerne wie Google oder Facebook immer mehr Daten von Internetnutzern sammeln, überdurchschnittlich als Gefahr (85 Prozent, gesamt: 74 Prozent). Hintergrund dieser Sorge ist eine befürchtete Kontrolle der einzelnen Bürger beziehungsweise Nutzer und damit ein Rückgang freiheitlicher Werte und nach dem Solidarprinzip funktionierender Systeme und Mechanismen.

„Also ich hoffe, dass da die Politik einen Riegel vorschiebt. Das ist ja die gleiche Diskussion, ob derjenige, der eine Schachtel Zigaretten am Tag raucht, mehr Krankenversicherungsbeitrag bezahlen muss. Wie will man das kontrollieren? Das kann man nicht und soll man nicht kontrollieren. Ich denke, dass das eine falsche Entwicklung wäre.“ *(weiblich, 58 Jahre)*



Fotos: SINUS

4.3.6 Vorsichtige Skeptiker (12 Prozent)



„Ohne Internet zu sein, ist ja wie fasten. Das tut auch gut, mal auf etwas zu verzichten. Und dann sieht man erst, wie abhängig man vielleicht ist. Das wird einem dann erst bewusst, wie oft man online ist, und was man da alles tut.“
(weiblich, 34 Jahre)

Vorsichtige Skeptiker sind zurückhaltende Nutzer. Sie sind häufig überfordert und wenig souverän im Umgang mit dem Internet. Gefahren im Kontext Datensicherheit erscheinen ihnen groß und unüberschaubar. Besonders kritisch sehen sie den Umgang von Unternehmen mit persönlichen Daten. Im Milieu-Vergleich haben sie mit die stärksten Bedenken im Hinblick auf die fortschreitende Digitalisierung.

Das Durchschnittsalter dieses Internet-Milieus liegt bei 49 Jahren, ein Fünftel ist aber auch bereits über 65 Jahre alt. Sie weisen ein mittleres formales Bildungsniveau auf, mit einem im Durchschnitt geringeren Anteil formal niedrig Gebildeter und einem etwas über dem Mittel der Gesellschaft liegenden Einkommensniveau. *Vorsichtigen Skeptikern* sind ein umsichtiges Miteinander in der Gesellschaft und ein nachhaltiger Lebensstil wichtig. Ihre Wertekonfiguration wird von konservativ-bürgerlichen Werten einerseits und postmateriellen Werten andererseits dominiert.

„Das Wichtigste sind die persönlichen Beziehungen, weil ohne die letzten Endes alles nichts ist. Und das Zweitwichtigste ist die Arbeit. Aber hinter der Arbeit stehen für mich eben auch bestimmte intellektuelle Interessen. Also mir war immer sehr daran gelegen, zu verstehen, wie die Welt funktioniert. Das ist eben in einer Weise mein großes Lebensprojekt.“
(männlich, 57 Jahre)

„Mir ist wichtig, dass man mit der Umwelt, also sowohl mit der Natur als auch mit dem Menschen, fair und gerecht umgeht. Und dass keiner durch mein Handeln zu Schaden kommt oder irgendwelche Nachteile hat. Entsprechend versuche ich auch zu leben und einzukaufen etc.“
(weiblich, 34 Jahre)

Fotos: Shutterstock

Soziodemografisches Profil – Vorsichtige Skeptiker

Geschlecht und Alter	Leicht höherer Frauenanteil: 54 Prozent. Altersdurchschnitt liegt bei 49 Jahren. 44 Prozent sind zwischen 35 und 54 Jahre alt, 20 Prozent sind 65 Jahre und älter.
Lebenssituation	70 Prozent leben mit ihrem Partner (gesamt: 68 Prozent), 51 Prozent sind verheiratet (gesamt: 55 Prozent). 5 Prozent leben ohne Partner, aber mit Kind (gesamt: 3 Prozent).
Bildung	Das formale Bildungsniveau liegt leicht über dem Mittel der deutschsprachigen Wohnbevölkerung. 16 Prozent haben die Hochschulreife (gesamt: 10 Prozent).
Beruf	Mit 17 Prozent der höchste Anteil an Angestellten in Teilzeit (gesamt: 10 Prozent), mit 3 Prozent die meisten Freiberufler (gesamt: 1 Prozent).
Einkommen	Das Einkommensniveau befindet sich leicht unter dem Mittel: 44 Prozent verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.500 € und 4.000 € (gesamt: 37 Prozent).

Die Rolle des Internets in der Lebenswelt der Vorsichtigen Skeptiker

Vorsichtige Skeptiker haben sich an die alltagserleichternden Aspekte und die immer und überall verfügbare Informationsfülle „gewöhnt“. Die Aussage, dass sie ohne das Internet nicht leben könnten, trifft für die Hälfte von ihnen zu (gesamt: 60 Prozent). Sie sind aber wenig euphorisch und eher zurückhaltend, wenn es um die Adaption von digitalen Neuerungen geht. Nur 17 Prozent probieren neue Sachen im Netz immer sofort aus (gesamt: 30 Prozent). Ihr Wunsch, an dem teilzuhaben, was im Internet passiert, ist verglichen mit dem Durchschnitt weniger ausgeprägt.

Sie möchten vorhandene internetfähige Geräte so lange benutzen, wie sie funktionieren und sich nicht „aus einer Laune“ heraus oder weil es „gerade Mode“ ist, die nächste Geräte-Generation zulegen. Im Milieu-Vergleich sind sie weniger gut ausgestattet und besitzen seltener als der Durchschnitt Smartphones und Tablets.

„Ich habe in meinem Büro sogar noch einen alten Windows-98-Rechner. Der Hintergrund ist der, er funktioniert nach wie vor recht gut. Die Programme für das technische Zeichnen sind relativ teuer und ich verwende ein Programm, das ist noch von 1998 oder von 2000, das ist wunderbar.“

(männlich, 46 Jahre)

Sie sind zwar regelmäßig online, eine tägliche Nutzung kommt aber seltener vor als im Schnitt der Internet-Milieus. In diesem Internet-Milieu finden sich zudem 8 Prozent Offliner. Die Onliner unter ihnen trennen die private Nutzung strikter von der beruflichen als die Onliner der anderen Internet-Milieus und lesen während der Arbeitszeit seltener private Nachrichten.

Nutzungshäufigkeit, Gerätebesitz und subjektive Internetkompetenz

in Prozent



Die *Vorsichtigen Skeptiker* sind deutlich weniger aktiv im Internet als der Durchschnitt, insbesondere Online-Shopping und -Banking, aber auch Reisebuchungen oder das Lesen von Kommentaren und Rezensionen auf Webseiten betreiben sie vergleichsweise selten. In ihren Alltag integriert sind die niedrigschwelligen Basisanwendungen wie Nachschlagen und Suchen von Informationen, E-Mail-Verkehr und Lesen von Online-Nachrichten.

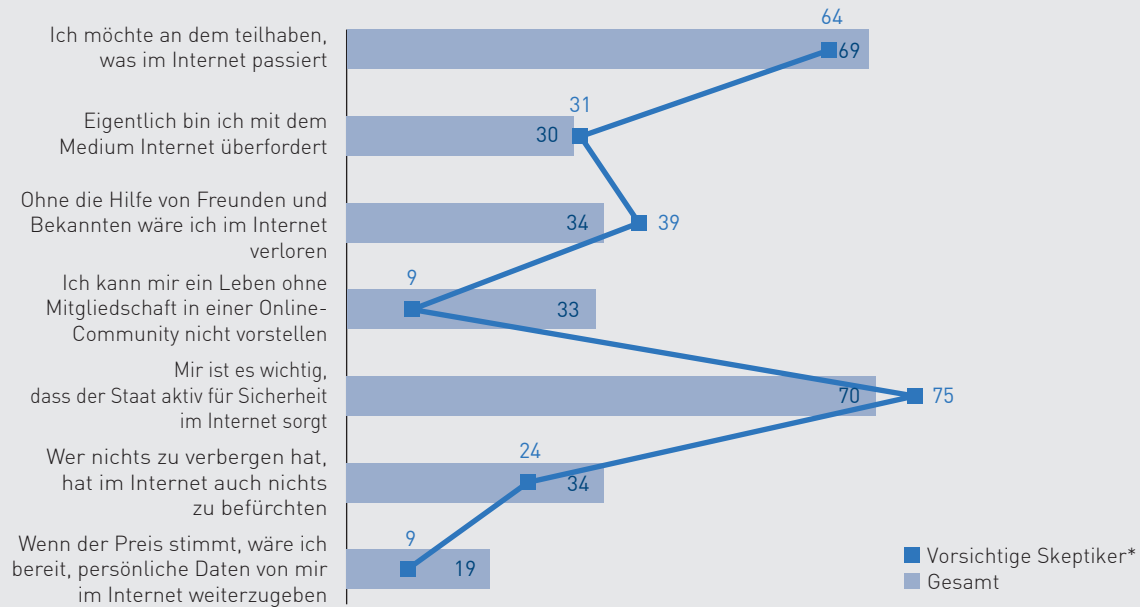
Die Bedeutungszunahme von Sozialen Netzwerken in der Gesellschaft sehen sie als kritische Entwicklung. Über Soziale Netzwerke neue Menschen kennenzulernen oder andere am eigenen Leben teilhaben zu lassen, liegt ihnen eher fern. Sich online „zur Schau zu stellen“ ist ihre Sache nicht. Auch dass Verabredungen und Organisatorisches unter Freunden heute vielfach „nur noch“ über WhatsApp stattfinden, stört Teile dieses Internet-Milieus massiv. Dennoch nutzen 42 Prozent der Onliner Messenger-Dienste wie WhatsApp (gesamt Onliner: 61 Prozent), weil sie sich letztlich dieser Entwicklung doch nicht völlig verschließen können beziehungsweise möchten.

„Also Facebook war mir schon immer ein Rätsel, warum da so ein Hype drum gemacht wird. Also ich muss jetzt nicht mein Leben ins Web stellen. Die Leute, die mir wichtig sind, denen kann ich Bilder auf dem Smartphone zeigen. Dieses Ins-Fernsehformat-Bringen seines Lebens finde ich absurd. Also das Leben besteht nicht aus Bildschirmen, es ist nicht digital. Ich glaube, die Leute verbringen da viel zu viel Zeit damit und vergessen dabei das wahre Leben. Also wenn ich mir überlege, was man da auch alles an Freunden angeblich hat, das ist doch Quantität und nicht Qualität.“
 (männlich, 46 Jahre)

„Und WhatsApp ist tragischerweise wichtig geworden. Das hat sich einfach etabliert, da sind halt doch irgendwie alle. Ich krieg die Leute auch nicht davon weg. Ich würde da ja sofort rausgehen.“
 (männlich, 43 Jahre)

Einstellungen zum Internet

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



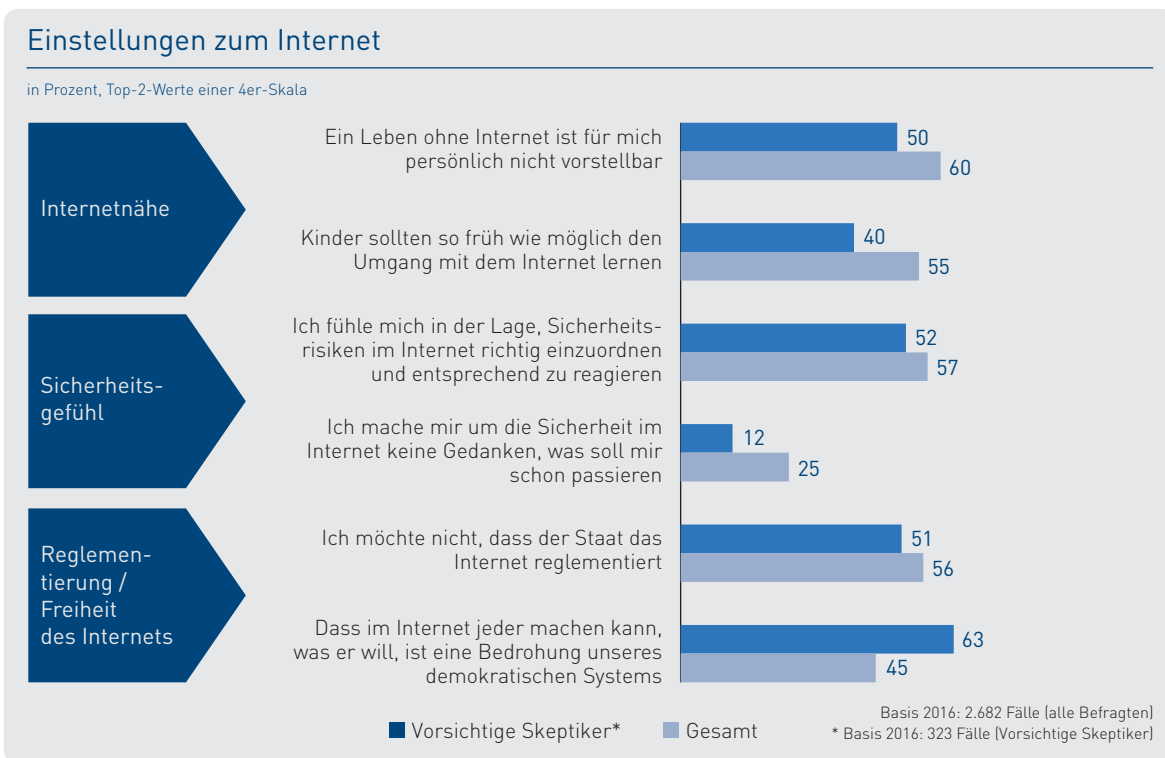
Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)
 * Basis 2016: 323 Fälle (Vorsichtige Skeptiker)

Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung

Vorsichtige Skeptiker sehen deutlich mehr konkrete Gefahren bei der Internetnutzung als der Durchschnitt der Internet-Milieus, insbesondere mit Blick auf „Datendiebstahl“ oder „Hackerangriffe“: 71 Prozent der Onliner befürchten, dass ihre Daten möglicherweise an Dritte weitergegeben werden (gesamt Onliner: 58 Prozent). Datensicherheit und Datenschutz stellen den herausragenden Unsicherheitsfaktor für sie dar. 73 Prozent sind der Meinung, dass ihre persönlichen Daten nicht sicher sind (gesamt Onliner: 53 Prozent). Im Milieu-Vergleich vermeiden sie es (nach den *Verantwortungsbedachten Etablierten*) am häufigsten, persönliche Daten im Internet zu hinterlassen. Die Sicherheitsbedenken der *Vorsichtigen Skeptiker* sind auch Ausdruck von Überforderung. 51 Prozent von ihnen fühlen sich den Gefahren im Netz hilflos ausgesetzt (gesamt: 39 Prozent). Sie glauben verglichen mit allen anderen Internet-Milieus am seltensten daran, dass es Datensicherheit im Internet überhaupt geben kann. 49 Prozent wären bereit, für den Schutz ihrer persönlichen Daten etwas zu bezahlen (gesamt: 42 Prozent).

Die *Vorsichtigen Skeptiker* blicken in Sachen Datenschutz besonders misstrauisch auf Wirtschaftsunternehmen und Dienstleister: Im Milieu-Vergleich sind sie am seltensten der Ansicht, dass große Unternehmen sorgfältig mit Daten umgehen und sehen es überdurchschnittlich häufig als Gefahr, dass Großkonzerne wie Google und Facebook Daten von Internetnutzern sammeln. 90 Prozent erwarten, dass Firmen und Anbieter sich mehr in Sachen Datenschutz engagieren (gesamt: 88 Prozent); etwas häufiger als der Durchschnitt verlangen sie, dass Unternehmen für entstandene Schäden haften (84 Prozent, gesamt: 79 Prozent). Neben Unternehmen nehmen sie auch den Staat in die Pflicht, sich für Sicherheit im Internet zu engagieren (75 Prozent, gesamt: 70 Prozent). Allerdings gehen nur 39 Prozent davon aus, dass man Internetangeboten von staatlichen Einrichtungen trauen kann (gesamt: 63 Prozent).

67 Prozent sehen die Verantwortung für den Schutz der eigenen Daten auch bei sich selbst (gesamt: 68 Prozent). *Vorsichtige Skeptiker* ergreifen gängige Sicherheitsmaßnahmen wie Virenschutzprogramme und gehen mit verdächtig erscheinenden E-Mails vorsichtig um. Häufiger als der Durchschnitt holen sie sich auch Hilfe bei Freunden und Bekannten.



Der Blick in die digitalisierte Zukunft

Knapp die Hälfte der *Vorsichtigen Skeptiker* sieht der fortschreitenden Digitalisierung mit Sorge beziehungsweise Unbehagen entgegen und hat Angst davor, dass vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann (gesamt: 38 Prozent). Eine frühe Sozialisation mit digitalen Medien empfinden sie mehrheitlich als nicht empfehlenswert, 57 Prozent würden Kinder so lange wie möglich vom Internet fernhalten (gesamt: 45 Prozent).

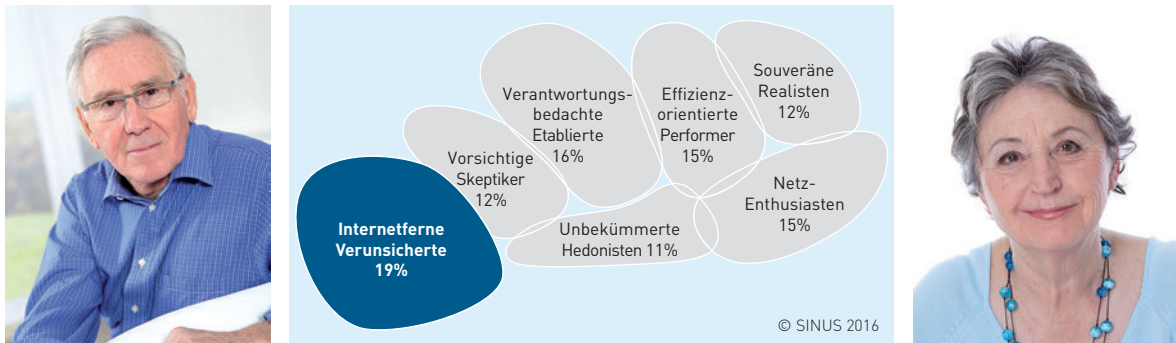
Die Ökonomisierung und „Vermarktung“ der eigenen persönlichen Daten lehnen sie ab. Für 91 Prozent wäre es nicht in Ordnung, Daten im Netz für eine Gegenleistung weiterzugeben (gesamt: 80 Prozent). *Vorsichtige Skeptiker* empfinden den aktuellen Umgang der Unternehmen mit Nutzerdaten schon als kritisch und teilen eher nicht die Auffassung, dass der Umgang mit den eigenen Daten davon abhängig zu machen sei, ob man als Person (im Internet) etwas zu verbergen habe oder nicht.

„Die heutige Währung sind ja eigentlich deine persönlichen Daten. Aber das wissen halt viele nicht. Die sagen: „Ich nutze was kostenlos im Netz.“ Dann sage ich: „Nein, nutzt du nicht. Du bezahlst nur nicht mit Geld, du bezahlst mit deinen Daten. Eigentlich müsste uns Facebook bezahlen, weil das ist eine Werbefirma.“
(männlich, 43 Jahre)



Fotos: SINUS

4.3.7 Internetferne Verunsicherte (19 Prozent)



„Ich gehe sehr vorsichtig mit dem Internet um, eher distanziert. Also, ich bin ein Mensch, der lebt noch von Printmedien, das ist so und da wird sich auch nicht mehr groß was ändern.“

(männlich, 61 Jahre)

Internetferne Verunsicherte sind im Umgang mit dem Internet stark überfordert und nehmen deutlich mehr Risiken als Chancen wahr. Das führt zu einer extrem zurückhaltenden Nutzung oder zu einer rigorosen Meidung des Netzes (knapp drei Viertel sind Offliner). Weil sie sich mit dem Internet kaum auskennen, delegieren sie die Verantwortung für die Sicherheit vor allem an den Staat und die Unternehmen und nehmen sich selbst vergleichsweise wenig in die Verantwortung.

Die Gruppe der *Internetfernen Verunsicherten* bildet das größte der DIVSI Internet-Milieus. Der Altersdurchschnitt liegt bei 67 Jahren, 70 Prozent sind 65 Jahre und älter. Sie weisen den höchsten Anteil formal niedrig Gebildeter auf, auch das Durchschnittseinkommen ist im Milieu-Vergleich am niedrigsten. Etwas mehr Frauen als Männer zählen zu diesem Internet-Milieu.

Internetferne Verunsicherte finden sich überwiegend im traditionellen Segment der Gesellschaft. Sie sind insbesondere darauf bedacht, das bisher Erreichte zu sichern und ein (weiterhin) harmonisches Leben in guter Gesundheit im Kreise der Familie zu verbringen. Von den großen gesellschaftlichen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte (Individualisierung, Digitalisierung) fühlen sie sich überfordert.

„Das Wichtigste in meinem Leben ist jetzt eigentlich, dass wir gesund bleiben.“ (weiblich, 67 Jahre)

„Na Wert hat für mich, sagen wir mal, dass man freundlich miteinander umgeht, dass man andere Menschen akzeptiert und respektiert, weil vieles entsteht ja dadurch, weil der Eine vor dem Anderen keinen Respekt mehr hat.“ (weiblich, 66 Jahre)

Fotos: Shutterstock

Soziodemografisches Profil – Internetferne Verunsicherte

Geschlecht und Alter	Leicht höher Frauenanteil: 55 Prozent. Weisen mit 67 Jahren den höchsten Altersdurchschnitt auf. 70 Prozent sind 65 Jahre und älter.
Lebenssituation	62 Prozent sind verheiratet. Mehr als die Hälfte lebt mit dem Partner, ohne Kinder, die in den meisten Fällen aus dem Haus sind. 19 Prozent sind verwitwet.
Bildung	Das formale Bildungsniveau liegt weit unter dem Mittel der deutschsprachigen Wohnbevölkerung: 66 Prozent sind formal niedrig gebildet (gesamt: 41 Prozent).
Beruf	Mit 70 Prozent überdurchschnittlicher Anteil an Rentnern (gesamt 25 Prozent); mit 29 Prozent die meisten Facharbeiter und Vorarbeiter (gesamt: 17 Prozent).
Einkommen	Das Einkommensniveau befindet sich deutlich im unteren Bereich: 57 Prozent haben ein unter 2.000 € liegendes Haushaltsnettoeinkommen.

Die Rolle des Internets in der Lebenswelt der Internetfernen Verunsicherten

Der Großteil der *Internetfernen Verunsicherten* (72 Prozent) ist nie online. Als Begründung dafür führen 59 Prozent an, dass es schlichtweg keine konkreten Anlässe gibt, in denen man auf das Internet angewiesen ist. In anderen Worten: Man kommt aus eigener Sicht gut ohne das Internet aus. Eine zentrale Barriere ist aber auch die Überforderung mit dem Netz – 55 Prozent ist das Internet zu kompliziert.

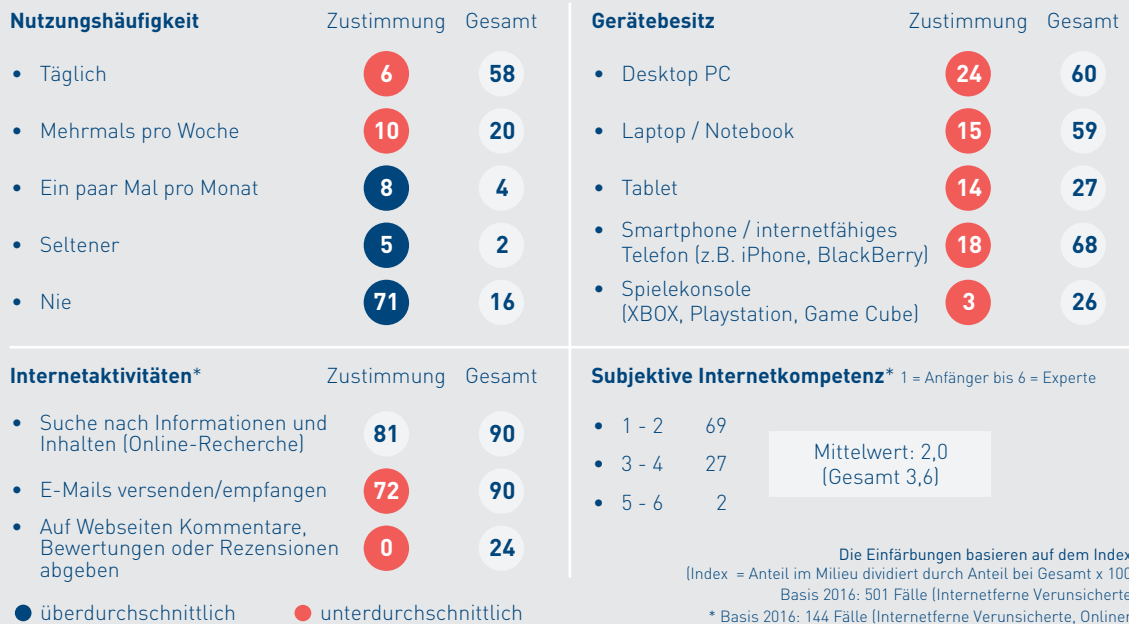
Auch unter den Onlinern der *Internetfernen Verunsicherten* spielt das Internet keine bedeutsame Rolle im Alltag. Sie finden die digitale Welt alles in allem befremdlich und nutzen die vielfältigen Möglichkeiten des Internets daher auch deutlich seltener als die anderen Internet-Milieus. Beispielsweise erledigen sie Einkäufe oder Bankgeschäfte nur sehr selten online. Hintergrund ist dabei nicht nur ihre Unsicherheit im Umgang mit dem Netz, sondern auch der Wunsch, Dinge wie gewohnt anzufassen bzw. anzuprobieren oder das Bedürfnis, einen „realen“ Ansprechpartner vor Ort zu haben. Noch am ehesten schreiben sie gelegentlich E-Mails zum Verschicken von Fotos in den Bekanntenkreis oder recherchieren gezielt Informationen im Internet. Einige haben sich hier auch an das Smartphone gewöhnt. Oft wird die Internetfunktion aber aus Kostengründen gemieden oder weil man fürchtet, etwas falsch machen zu können.

„Ich gucke höchstens manchmal bei Google, wenn man so Medikamente aufgeschrieben kriegt, dass man da mal guckt, was es ist. Oder wenn Ärzte jetzt hier irgendwas schreiben, was sich dahinter verbirgt.“
(weiblich, 70 Jahre)

„Also ich kaufe nichts im Internet. Gar nicht, überhaupt nicht. Dadurch, dass ich selber im Verkauf arbeite, ist Internet-Einkaufen für mich überhaupt gar keine Alternative. Informieren ja, aber kaufen nein. Ich muss Sachen anfassen und ausprobieren können.“
(weiblich, 52 Jahre)

Nutzungshäufigkeit, Gerätebesitz und subjektive Internetkompetenz

in Prozent



Von allen Internet-Milieus können sich die *Internetfernen Verunsicherten* noch am ehesten ein Leben ohne Internet vorstellen. Sie kritisieren, dass ein zu häufiger und umfassender Umgang mit digitalen Medien ungesund und gefährlich sei. Insbesondere Soziale Netzwerke, von denen sie über (jüngere) Verwandte und Freunde immer wieder hören, sind ihnen suspekt. Selbst die Onliner dieser Gruppe befürchten zu 91 Prozent, dass die Qualität der persönlichen Beziehungen unter zu viel Online-Kommunikation leidet (gesamt Onliner: 60 Prozent).

„Ich finde, krank ist ein harter Ausdruck, aber ich glaube, dass auch schon viele krank sind durch diesen Computer. Jetzt nicht durch Strahlung oder so, sondern ja abhängig, süchtig.“

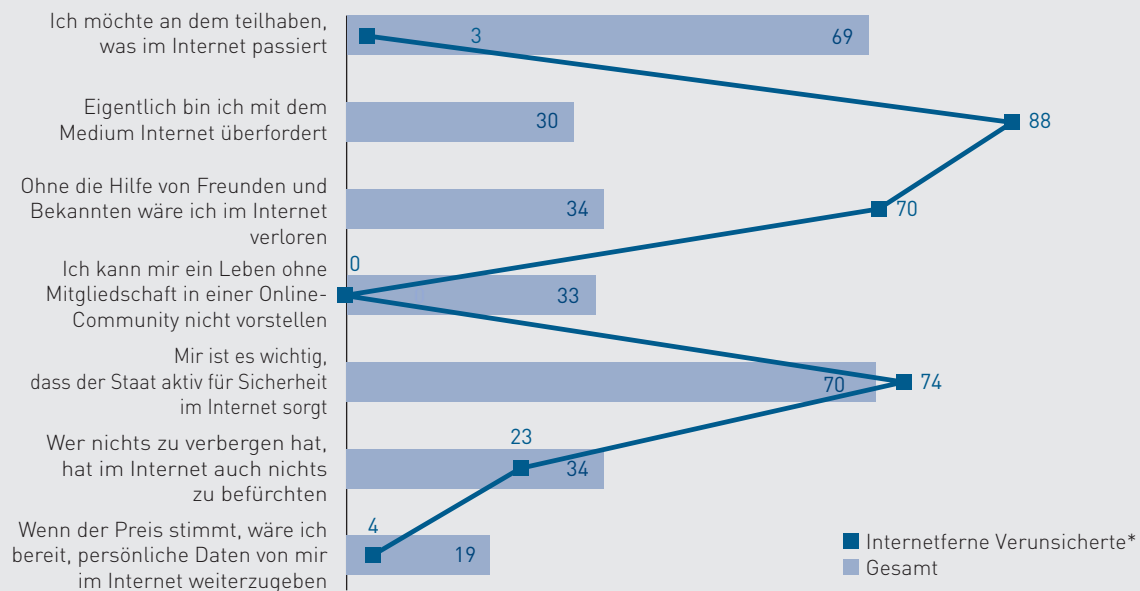
(weiblich, 59 Jahre)

„Und dann mit diesen Sozialen Netzwerken wie Facebook, da hört man ja immer wieder: ‚Ach, kannst mir doch schreiben, ich bin doch in Facebook.‘ Hab ich gesagt: ‚Nee, das mache ich nicht.‘ Weil man hört so viel und liest so viel, was da alles passieren kann. Man kann ja da ausgespäht werden in Facebook.“

(weiblich, 67 Jahre)

Einstellungen zum Internet

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)
 * Basis 2016: 501 Fälle (Internetferne Verunsicherte)

Internetferne Verunsicherte haben eine klar risikenzentrierte Perspektive auf das Internet. Knapp die Hälfte geht davon aus, dass es mehr Risiken als Chancen birgt (gesamt: 22 Prozent). Gefahren, denen sie sich bei der Internetnutzung im Milieu-Vergleich überdurchschnittlich ausgesetzt sehen, sind Opfer eines Betrugs beim Online-Banking zu werden und dass die eigenen Daten ausgespäht und illegal genutzt werden. Risiken in Kauf zu nehmen (beispielsweise für einen Zugewinn an Zeit oder aus Bequemlichkeit), ist für sie vergleichsweise selten eine Option: So erledigen zum Beispiel nur 25 Prozent der Onliner dieses Internet-Milieus ihre Bankgeschäfte über das Internet (gesamt Onliner: 50 Prozent). Wer kein Online-Banking nutzt, führt als wesentliches Argument an, darin ein Risiko zu sehen (46 Prozent vs. gesamt Onliner: 27 Prozent). Lediglich 13 Prozent der Onliner dieser Gruppe sagen über sich, dass sie sich ausreichend mit dem Netz auskennen, um Gefahren aus dem Weg zu gehen (gesamt Onliner: 61 Prozent). Entsprechend bewegen sie sich sehr zurückhaltend im Internet.

„Und bei den Medien, da habe ich immer den Eindruck, da steht einer irgendwie und greift das ab, was ich schreibe oder liest das, was ich schreibe. Ja, ich habe Angst um meine Daten. Ich habe auch ein Unsicherheitsgefühl, weil man so viel hört. Zum Beispiel dass bei Online-Banking Daten geklaut wurden von Hackern.“
 (weiblich, 67 Jahre)

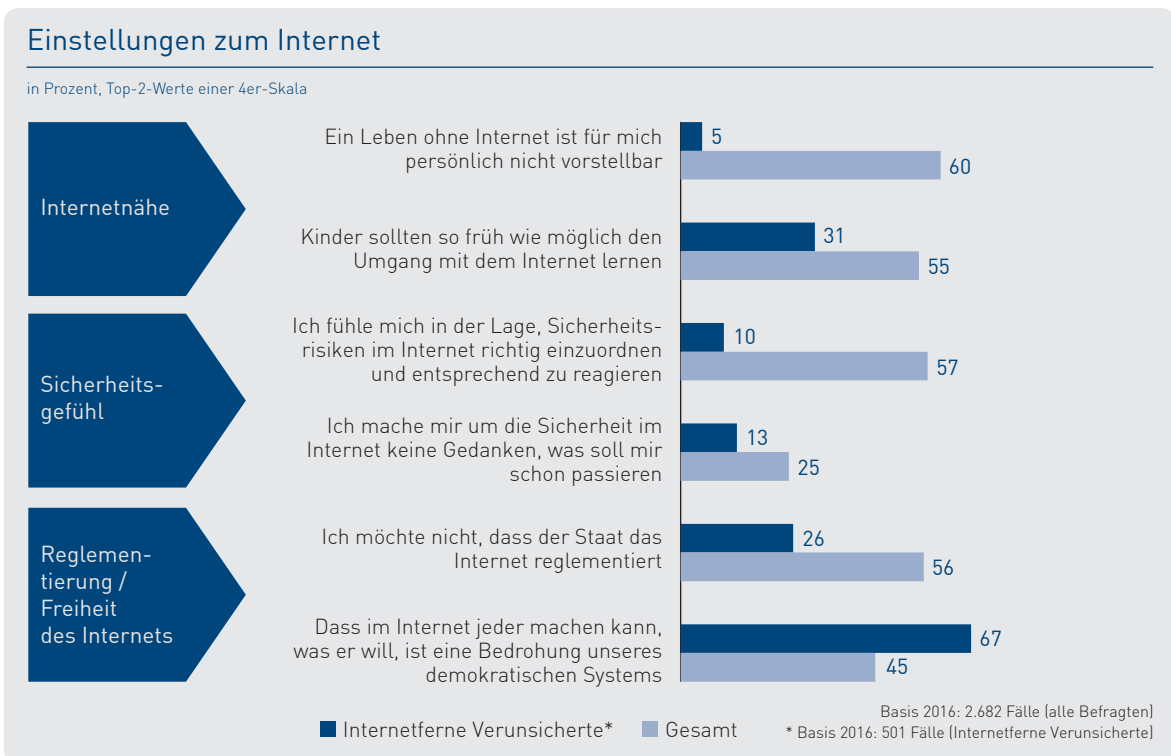
„Keiner kann mir garantieren bis heute, dass meine Daten nicht missbraucht werden, keiner.“
 (männlich, 64 Jahre)

Vertrauen, Sicherheit und Verantwortung

Die *Internetfernen Verunsicherten* haben ein äußerst geringes Selbstvertrauen mit Blick auf das Internet. Selbst unter den Onlinern dieses Internet-Milieus sagen 90 Prozent, dass sie Angst haben, Fehler zu machen und sich deswegen zurückhaltend im Netz bewegen (gesamt Onliner: 48 Prozent). Diese ausgeprägte Überforderung mit dem Internet bedeutet, dass sie auf ein Unterstützernetzwerk angewiesen sind, um im Internet einigermaßen handlungsfähig zu sein. 76 Prozent der Onliner unter ihnen gestehen sich ein, dass sie ohne die Hilfe von Freunden und Bekannten im Internet verloren wären (gesamt Onliner: 27 Prozent). Typischerweise holen sie sich Hilfe zum Installieren von Anwendungen und konsultieren Freunde und Bekannte, wenn sie sich nicht sicher sind, womöglich etwas Unnützes oder Gefährliches anzuklicken. Sie lassen aber nicht nur sicherheitsrelevante Aspekte von Dritten regeln, sondern delegieren häufig auch „Internet-Arbeitsaufträge“ an ihr Unterstützernetzwerk: Der Aussage, „wenn ich das Internet für etwas brauche, erledigen das andere für mich“ stimmt knapp die Hälfte der Onliner unter ihnen zu (gesamt Onliner: 17 Prozent).

Die umfassende Überforderung mit dem Internet führt bei den *Internetfernen Verunsicherten* dazu, die Verantwortung für Sicherheit und Datenschutz an andere zu delegieren. Mit 66 Prozent sind sie im Milieu-Vergleich am seltensten der Meinung, dass jeder selbst für seine Sicherheit im Internet sorgen muss (gesamt: 80 Prozent). Umgekehrt erwarten knapp drei Viertel, dass sich der Staat aktiv um Sicherheit bemüht. Gleichzeitig ist ihr Vertrauen in Angebote von staatlichen Einrichtungen unterdurchschnittlich ausgeprägt, auch hier steht das grundsätzliche Misstrauen gegenüber der digitalen Welt und seinen Angeboten im Vordergrund.

„Ich kenne mich jetzt nicht aus, aber wenn ich zum Beispiel bei Google bin, dann muss Google mir garantieren, dass mit den Daten nichts passiert. Die müssten mir eigentlich eidesamtlich erklären: Mit Ihren Daten passiert nichts.“ (männlich, 64 Jahre)



Der Blick in die digitalisierte Zukunft

Internetfernen Verunsicherten bereitet die weitere Digitalisierung ihres Alltags große Sorgen. Die breite Mehrheit hat Angst davor, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden könnte (84 Prozent vs. 38 Prozent gesamt). Der Meinung, dass man sich an einen offeneren Umgang mit persönlichen Daten gewöhnen müsse, gewinnen sie überhaupt nichts ab – zu groß sind ihre derzeitigen Sorgen über den unkontrollierten Umgang mit persönlichen Daten. Die Weitergabe persönlicher Daten mit der Aussicht auf eine angemessene Bezahlung lehnen sie daher rigoros und im Milieuvvergleich am stärksten ab (94 Prozent vs. 80 Prozent gesamt).



5. Chancengerechtigkeit im Internet – digitale und soziale Teilhabe

Der souveräne Umgang mit digitalen Medien und dem Internet bekommt eine immer wichtigere Rolle, wenn es um die Frage nach Chancengerechtigkeit in einer Gesellschaft geht. Wenn immer mehr Alltagsorganisation und -gestaltung heute digital gesteuert ist, bedeutet digitale Teilhabe gleichzeitig auch soziale Teilhabe. Denn „teilzuhaben“ meint die Möglichkeit, an den Infrastrukturen und Angeboten einer Gesellschaft umfassend partizipieren zu können und dadurch ein gleiches Maß an sowohl beruflichen wie auch privaten Chancen zu erlangen. Wer nicht von Online-Infrastrukturen profitieren kann oder möchte, ist von bestimmten Prozessen ausgeschlossen oder muss sich entsprechende Unterstützung organisieren, vor allem wenn Vorgänge nicht mehr in anderer Form durchführbar sind bzw. sein werden.

84 Prozent der Menschen in Deutschland sind online. Das ist ein großer Anteil der Bevölkerung. Dabei ist allerdings zu bedenken:

- 16 Prozent der deutschen Bevölkerung gehen nie ins Internet und nutzen Online-Angebote daher nicht.
- Die anderen 84 Prozent sind sehr unterschiedlich aufgestellt hinsichtlich Wunsch und Fähigkeit, an den Möglichkeiten einer digital vernetzten Gesellschaft teilzuhaben.

Die unterschiedlichen digitalen Lebenswelten gilt es daher auch mit Blick auf ihr jeweiliges Teilhabe-Potenzial bzw. mögliche Barrieren und Einschränkungen zu beschreiben, um darzulegen, wie Chancengerechtigkeit aktuell verteilt ist bzw. künftig verteilt sein wird. Es stellt sich somit die Frage, ob alle gleichermaßen in der Lage sind, die Optionen und Chancen der Digitalisierung zu nutzen, „nur“ weil sie rein technisch über Zugangsmöglichkeiten und die notwendigen technischen Geräte verfügen. Kann ferner vorausgesetzt werden, dass die festgestellte intensivere und vielfältigere Nutzung automatisch einen souveränen Umgang nach sich zieht? Führen heute immer einfacher zu bedienende, nutzerfreundlichere Endgeräte zu einer offeneren Haltung gegenüber dem Internet? Welche neuen Gräben werden sich künftig in der digitalen Gesellschaft auftun, d.h. wer ist abgehängt oder droht, in den nächsten Jahren nicht mehr mitzukommen?

5.1 Was ist eigentlich digitale Teilhabe?

Was digitale Teilhabe genau ausmacht, wird in einer Gesellschaft – abhängig von den länderspezifischen technischen, sozialen und politischen Standards – jeweils unterschiedlich definiert. Zudem gibt es kein Instrument, das anhand von Indikatoren den Grad der digitalen Teilhabe mess- und vergleichbar macht. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden erste Indikatoren entwickelt und zueinander in Bezug gesetzt, um sich dieser Frage systematisch zu nähern.

Die vorausgehenden Kapitel zeigen, dass es für ein tieferes Verstehen der digitalisierten Gesellschaft nicht ausreicht, (lediglich) zu erfassen, was die Menschen online machen. Relevanter – gerade auch mit Blick auf künftige Entwicklungen – sind die zugrundeliegenden Haltungen und Werteorientierungen in den verschiedenen Internet-Milieus. Die vorliegende Studie setzt bei zentralen motivationalen Voraussetzungen für digitale Teilhabe an, die eine Nutzung bestimmter Angebote überhaupt erst ermöglichen.

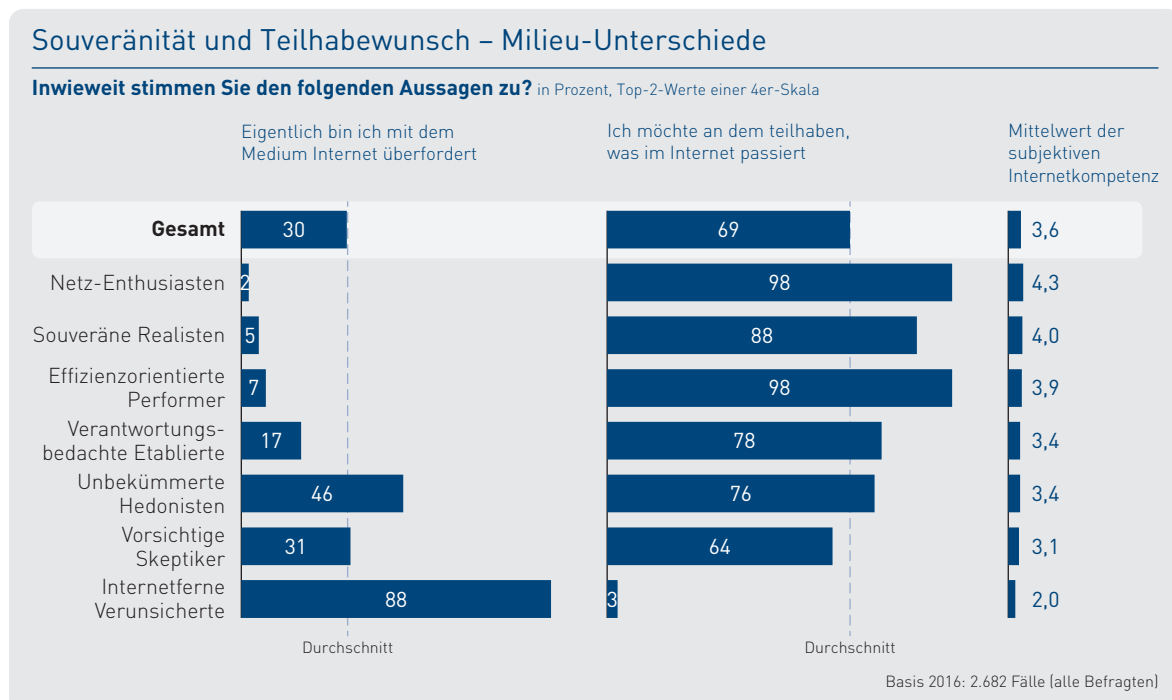
Die Exploration wesentlicher Zugangsweisen zum Internet und die Analyse der quantitativen Verteilung dieser Haltungen im Rahmen der Entwicklung des DIVSI Internet-Milieu-Modells lässt auf zwei wesentliche Indikatoren zur Beurteilung des digitalen Teilhabe-Potenzials schließen:

- **Teilhabewunsch:** An dem teilhaben wollen, was im Internet geschieht.
- **Subjektive Souveränität:** Sich souverän fühlen im Umgang mit dem Internet (zusammengesetzt aus zwei Aspekten: Grad der persönlich empfundenen Überforderung und selbst zugeschriebener Internetkompetenz).

Der Wunsch, an dem teilzuhaben, was im Internet geschieht, ist innerhalb der vergangenen vier Jahre in der Gesamtbevölkerung erkennbar gestiegen (2012: 54 Prozent, 2016: 61 Prozent).

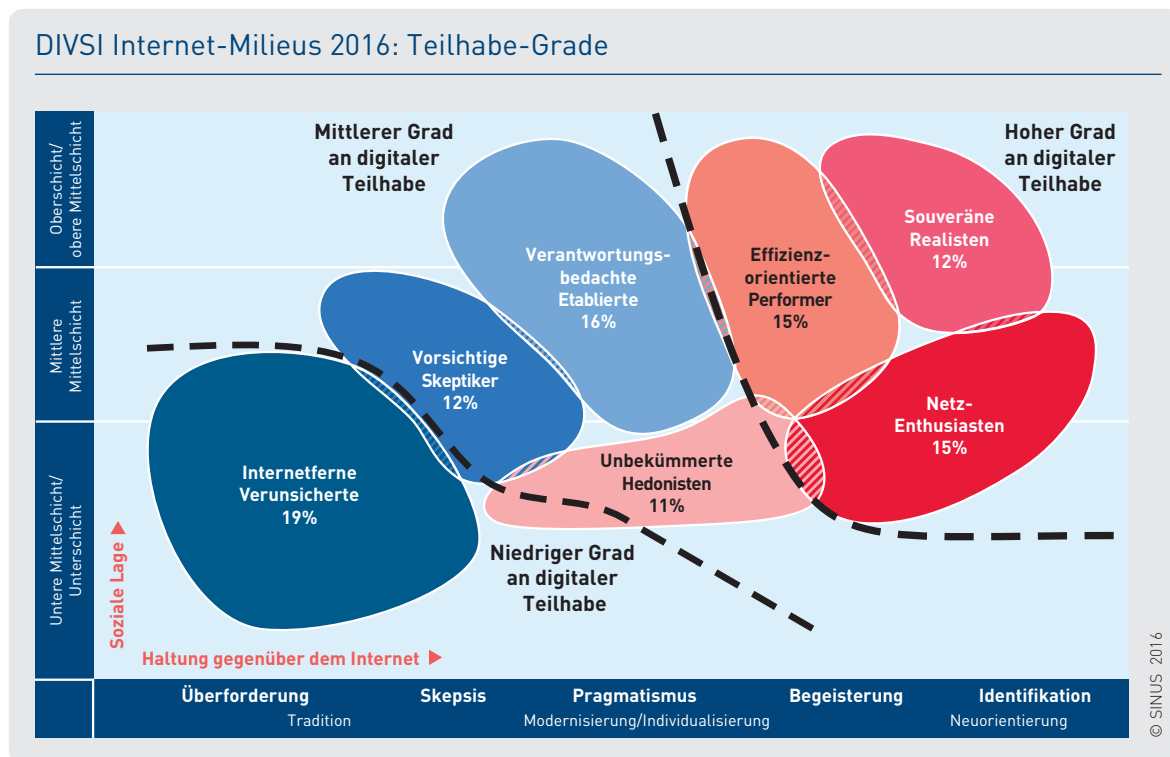
Trotz des wachsenden Wunsches nach Teilhabe an der digitalen Welt, gibt es große Unterschiede zwischen den verschiedenen Internet-Milieus; die Spanne reicht von 3 Prozent Zustimmung bei den *Internetfernen Verunsicherten* bis hin zu 98 Prozent bei den *Netz-Enthusiasten* und *Effizienzorientierten Performern*.

Auch die selbst zugeschriebene Internetkompetenz – als weitere zentrale Voraussetzung digitaler Teilhabe – hat in der Gesamtbevölkerung zwischen 2012 und 2016 zugenommen (Mittelwert steigt von 3,1 auf 3,6). Mit Blick auf die Internet-Milieus zeigen sich ebenso deutliche Unterschiede. Überfordert sehen sich vor allem die *Internetfernen Verunsicherten* und die *Unbekümmerten Hedonisten*. Bei letzteren zeigt sich besonders deutlich, dass ein ausgeprägter Teilhabewunsch nicht gleichzeitig bedeutet, dass man sich als entsprechend souverän im Umgang mit dem Internet einschätzt. Dieses Internet-Milieu möchte teilhaben, schätzt sich aber selbst als wenig kompetent hierfür ein.



5.2 Teilhaben zu wollen, heißt nicht unbedingt, teilhaben zu können

Die Bündelung der genannten Teilhabevoraussetzungen verdeutlicht die Existenz unterschiedlicher Teilhabe-Grade, denen die DIVSI Internet-Milieus – wie auf der folgenden Grafik ersichtlich – zugeordnet werden können.



Die in Rottönen gehaltenen, dem Internet sehr offen und positiv gegenüberstehenden Internet-Milieus der *Netz-Enthusiasten*, der *Souveränen Realisten* und der *Effizienzorientierten Performer* weisen einen hohen Grad an Teilhabe an der digitalen Welt auf. Diese drei Gruppen haben ein weit überdurchschnittlich ausgeprägtes Interesse an dem, was im Internet geschieht und sind begeistert von den Möglichkeiten, die das Internet privat und beruflich bietet. Gleichzeitig zeigen sie einen sehr souveränen Umgang mit dem Netz. Eine empfundene Überforderung im Zusammenhang mit Nutzungs- und Sicherheitsfragen kommt in diesen drei digitalen Lebenswelten quasi nicht vor. Die *Netz-Enthusiasten* schreiben sich im Milieu-Vergleich die höchste Internetkompetenz zu, gefolgt von den *Souveränen Realisten* und den *Effizienzorientierten Performern*.

Einen mittleren Grad an digitaler Teilhabe weisen die DIVSI Internet-Milieus der *Unbekümmerten Hedonisten*, der *Verantwortungsbedachten Etablierten* und der *Vorsichtigen Skeptiker* auf. Die selbst zugeschriebene Internetkompetenz liegt bei allen drei Typen etwas unter dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung. Das Zusammenspiel von Teilhabe-Wunsch und Souveränität gestaltet sich bei diesen Internet-Milieus divergent:

Die *Verantwortungsbedachten Etablierten* weisen einen mittleren Grad an digitaler Teilhabe auf, weil sie zwar einen relativ souveränen Umgang mit dem Internet vorweisen, ihr Teilhabe-Wunsch jedoch als bedingt und – im Vergleich zu den sehr internet-euphorischen Gruppen mit hohem Teilhabe-Grad – als „gebremst“ beschrieben werden kann. *Verantwortungsbedachte Etablierte* sind sehr sicherheitsorientierte, abwägende und selektive Nutzer, die durchaus auf Angebote im Internet – wie

zum Beispiel Online-Banking – verzichten, weil diese ihnen zu riskant erscheinen. Die *Vorsichtigen Skeptiker* bewegen sich hinsichtlich ihres Teilhabe-Wunsches leicht unter dem Durchschnitt und ein knappes Drittel von ihnen ist mit dem Internet eigentlich überfordert (gesamt: 30 Prozent). Ihre Unsicherheit und ihre ausgeprägten Sicherheitsbedenken lassen sie von vielen Aktivitäten Abstand halten. Diese beiden Internet-Milieus können als selektive Onliner beschrieben werden, die Online-Angebote nur nutzen, wenn sie definitiv überzeugt sind, dass diese die bessere Lösung darstellen (z.B. für Recherchen). Auch die *Unbekümmerten Hedonisten* weisen einen mittleren Grad an digitaler Teilhabe auf. Sie charakterisiert zwar ein überdurchschnittlich ausgeprägter Wunsch, an dem teilzuhaben, was im Internet geschieht, sie sind mit diesem allerdings stärker als der Durchschnitt überfordert und weniger souverän. Dem bei den *Unbekümmerten Hedonisten* deutlich vorhandenen Wunsch nach Teilhabe steht also ihre Unsicherheit im Umgang mit dem Netz entgegen. Ihre Überforderung äußert sich durch eine weniger differenzierte und deutlich weniger gefahrensensibilisierte Sicht auf das Internet. Fehlendes Wissen über mögliche Gefahren und entsprechende Sicherheitsmaßnahmen und eine fatalistische Akzeptanz eventuell zu erlebender Schäden führen dazu, dass deutlich weniger Sicherheitsmaßnahmen, etwa zum Virenschutz etc., ergriffen werden. Aufgrund dieses unbekümmerten, teils sogar hilflosen Umgangs mit möglichen Risiken und Gefahren ist ein Teil dieses Internet-Milieus im Bereich der geringsten digitalen Teilhabe anzusiedeln.

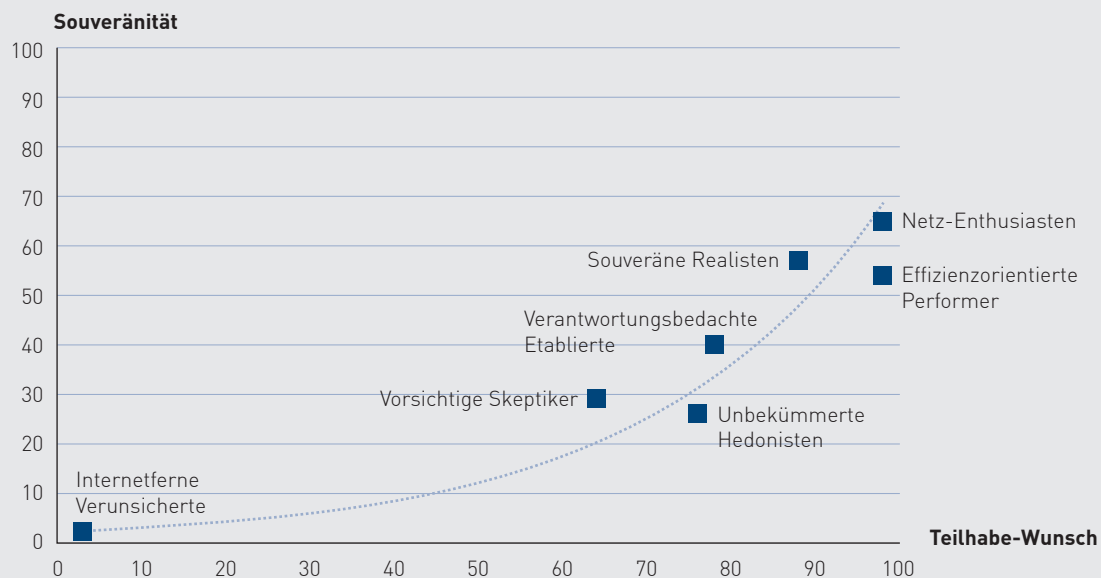
Personen mit dem geringsten Grad an digitaler Teilhabe befinden sich insbesondere im Internet-Milieu der *Internetfernen Verunsicherten*. Die Vertreter dieses Internet-Milieus zeichnet ein deutlich eingeschränktes Interesse und eine gleichsam nicht vorhandene Souveränität im Umgang mit dem Internet aus, die sich aus Verunsicherung und Überforderung, aber auch aus einer sehr eingeschränkten subjektiven Internetkompetenz speist. Sie sind nicht in der Lage, sich souverän und sicher im Netz zu bewegen und meiden es zu einem großen Anteil: 72 Prozent der *Internetfernen Verunsicherten* sind Offliner. Sie verspüren so gut wie keinen Wunsch nach digitaler Teilhabe, die Wahrnehmung von Risiken überwiegt eindeutig das Erkennen möglicher Chancen und Vorteile der Digitalisierung.

Verortung der DIVSI Internet-Milieus im Spannungsfeld von Souveränität und Teilhabe-Wunsch

Wie sich verschiedene Gruppen in der Bevölkerung in Deutschland nach dem Grad ihres Teilhabewunsches und nach ihrer Souveränität im Umgang mit dem Netz unterscheiden, wird abschließend grafisch veranschaulicht: Je höher und weiter rechts angeordnet sich ein Internet-Milieu befindet, desto größer ist der Wunsch nach digitaler Teilhabe (Zustimmung zur Aussage „Ich möchte an dem teilhaben, was im Internet passiert“) und die selbst zugeschriebene Kompetenz beziehungsweise Souveränität im Milieu-Vergleich (Zustimmung zur Aussage „Eigentlich bin ich mit dem Internet überfordert“). An der Spitze stehen die *Netz-Enthusiasten*; vergleichbar hohe Index-Werte zeigen sich bei den *Souveränen Realisten* und den *Effizienzorientierten Performern*. Die *Verantwortungsbedachten Etablierten* liegen im Mittelfeld, gefolgt von den *Unbekümmerten Hedonisten* und den *Vorsichtigen Skeptikern*. Den mit Abstand geringsten Index-Wert erreichen die *Internetfernen Verunsicherten*, sie wünschen weder an dem Internet teilzuhaben noch halten sie sich für souverän.

Index digitaler Teilhabe – Milieu-Unterschiede

Indexwerte in Prozent



Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)

Was bedeutet ein eingeschränkter Grad an digitaler Teilhabe?

Welche Konsequenzen zieht es nach sich, wenn das Interesse an dem, was im Netz geschieht und/oder eine gewisse Souveränität nicht oder nur eingeschränkt gegeben ist? Was bewirkt ein eingeschränkter Grad an digitaler Teilhabe, wenn davon auszugehen ist, dass in Zukunft vieles nur noch online erledigt werden kann? Was bedeutet es, wenn das Internet der Dinge weiter ins Private vordringt und beispielsweise finanzielle Einsparmöglichkeiten – etwa bei Heizkosten – am besten und effektivsten über netzbasierte Anwendungen und entsprechende Geräte erreicht werden können? Was heißt es, wenn gesellschaftliche Mitsprache – auch, aber nicht nur im politischen Kontext – immer häufiger über so genannte Beteiligungsverfahren und -plattformen im Internet stattfindet?

Die verschiedenen Grade digitaler Teilhabe bei den DIVSI Internet-Milieus verweisen darauf, dass es in Deutschland relevante Bevölkerungsgruppen gibt, die wenig oder auch gar nicht an vom Internet getragenen und gesteuerten zukünftigen Entwicklungen partizipieren und von diesen profitieren können. Dabei handelt es sich keineswegs nur um „Offliner fortgeschrittenen Alters“; vielmehr werden auch aktive und netzaffine Gruppen wie die *Unbekümmerten Hedonisten* von bestimmten zukünftigen Entwicklungen ausgeschlossen sein. Wegen ihrer Überforderung im Umgang mit dem Netz werden sie sich Chancen und Vorteile der Digitalisierung im Alltag nur eingeschränkt zu Nutze machen können. Auch bei netzbasierten Mitspracheformen werden sie möglicherweise außen vor bleiben.

Wenn die fortschreitende Digitalisierung Sorge bereitet

Ein Teil der Bevölkerung befürchtet, künftig von der Gesellschaft durch die fortschreitende Digitalisierung abgekoppelt zu werden. Bei den *Internetfernen Verunsicherten*, den *Unbekümmerten Hedonisten* und den *Vorsichtigen Skeptikern* löst die Vorstellung, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann, durchaus Angst und Sorge aus.

Knapp die Hälfte der *Vorsichtigen Skeptiker*, die einen mittleren Grad an digitaler Teilhabe aufweisen, empfindet Unbehagen bei dem Gedanken, dass das Internet zukünftig eine noch größere Rolle im eigenen Alltag spielen wird. Bei den klar am Netz interessierten *Unbekümmerten Hedonisten* mit einem mittleren bis niedrigen Grad an digitaler Teilhabe, äußert etwas mehr als die Hälfte diese Sorge. Ganz abgeschlagen sind hier die *Internetfernen Verunsicherten*. Sie sehen sich nicht in der Lage, mitzuhalten und mitzumachen, wenn das Internet einen noch weitergehenden Einzug in ihr Leben hält.

Völlig anders verhält es sich bei den *Souveränen Realisten*, den *Netz-Enthusiasten* und den *Effizienzorientierten Performern*. Sie blicken mit großer Gelassenheit in eine digitalisierte Zukunft und sehen sich ohne Zweifel in der Lage, die zu erwartenden Entwicklungen mitzumachen und an ihnen teilzuhaben. Auch die *Verantwortungsbedachten Etablierten*, die einen mittleren Grad an digitaler Teilhabe aufweisen, erwarten bei der Vorstellung, dass vieles in Zukunft nur noch über das Internet laufen wird, für sich keine „gravierenden Probleme“.



6. Vertrauen und Verantwortung: Was verschafft Sicherheit im Online-Alltag?

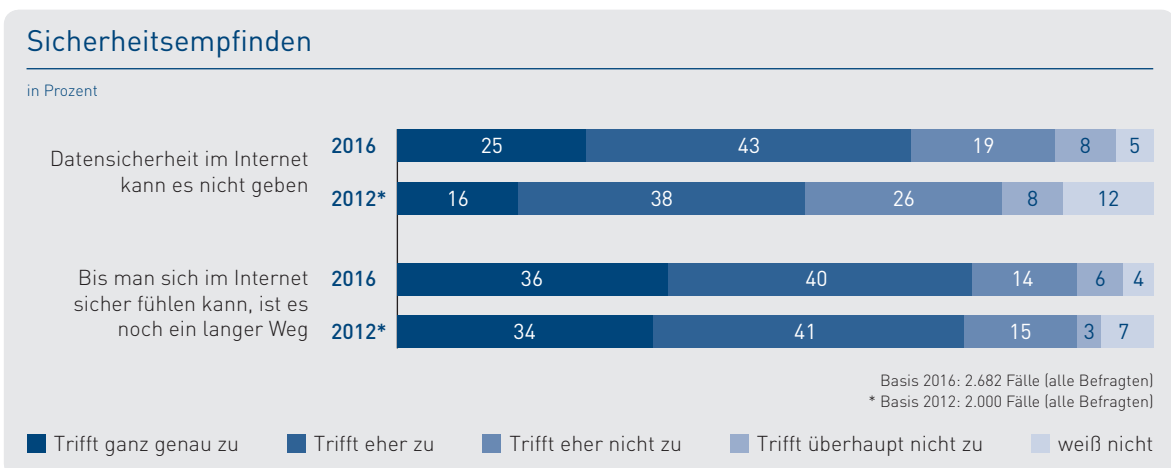
Mit zunehmender Digitalisierung und Vernetzung entstehen nicht nur Verbesserungen und Beschleunigungen, sondern auch neue Herausforderungen. Je existenzieller die Prozesse, die im Alltag digital gesteuert bzw. gespeichert werden (z.B. medizinische Behandlungen, politische Entscheidungen, Verwaltung von Finanzen), desto relevanter wird die Frage, ob und inwieweit man Online-Angeboten und Services (überhaupt) vertrauen kann und wer im Falle eines Schadens eigentlich die Verantwortung übernimmt. Zahlreiche Vorfälle in den vergangenen Jahren verstärken die öffentliche Wahrnehmung dieser Herausforderungen und machen die Suche nach Antworten und Lösungen zu einer dringenden Angelegenheit.

In Folge der Medienberichterstattung im Zusammenhang mit den Enthüllungen des ehemaligen NSA-Mitarbeiters Edward Snowden und diverser Nachrichten über „Datenklau“ bei weltbekannten Unternehmen haben Fragen nach grundsätzlicher Sicherheit im Netz, aber auch nach konkreten potenziellen Risiken (für den Nutzer) ein stärkeres Gewicht im öffentlichen Diskurs bekommen. Bereits die Ergebnisse der qualitativen Studie zeigen, dass die Befragten deutlich stärker für mögliche Gefahren im Internet sensibilisiert sind als noch vor wenigen Jahren. Dies betrifft sowohl die eher abstrakt wahrgenommenen Bedrohungen (Stichwort: NSA), als auch ganz konkrete, im Alltag „spürbare“ Erfahrungen von z.B. Hacker-Angriffen auf private Profile in Sozialen Netzwerken oder E-Mail-Konten.

„Dass einer die Garantie gibt, dass ein Konto definitiv nicht gehackt werden kann, das kann ich mir nicht vorstellen. Es gibt ja auch Profi-Hacker. Wenn die sich bei der NSA einhacken, irgendwer schafft es immer.“
(männlich, 53 Jahre, Effizienzorientierte Performer)

„Mein Facebook-Account war das, der wurde halt gehackt.“
(weiblich, 24 Jahre, Unbekümmerte Hedonisten)

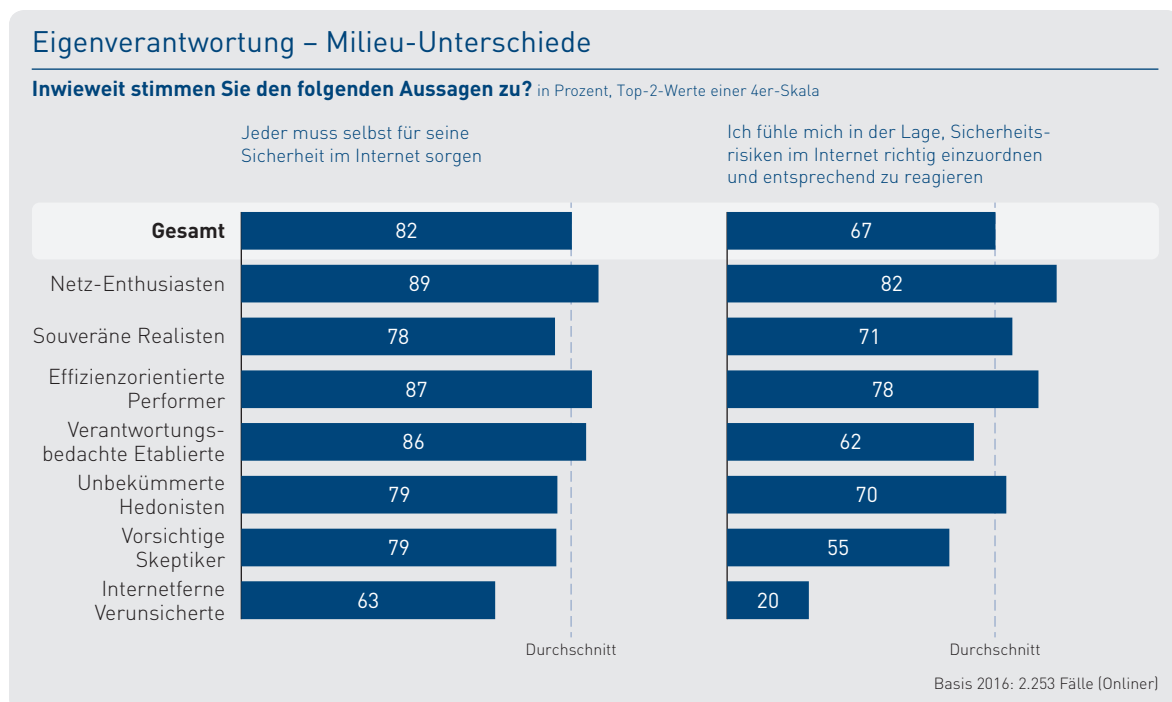
„Die Privatsphäre ist mir wertvoller geworden, weil man von so vielen Skandalen wie zum Beispiel mit dem NSA gehört hat. Und dann wird man natürlich hellhöriger und vorsichtiger.“
(männlich, 56 Jahre, Internetferne Verunsicherte)



Diese gestiegene Risikosensibilität führt bei der Mehrheit der Bevölkerung allerdings weniger zu erhöhter „Alarmbereitschaft“ oder einer vehementen Forderung nach Maßnahmen für mehr Internetsicherheit. Es hat sich vielmehr ein nüchterner Fatalismus eingestellt: Wie 2012 meinen nach wie vor drei Viertel der Bevölkerung, dass es noch ein langer Weg sei, bis man sich im Internet sicher fühlen könne. Aber heute bezweifeln deutlich mehr Menschen als noch vor vier Jahren, dass Datensicherheit im Internet überhaupt möglich ist (2016 gut zwei Drittel, 2012 nur etwas mehr als die Hälfte). Vor dem Hintergrund dieser Befunde drängen sich verschiedene Fragen auf: Worauf vertrauen die Menschen eigentlich, wenn sie trotz eines fehlenden grundsätzlichen Sicherheitsgefühls immer mehr Zeit online verbringen? Wen nehmen sie in die Verantwortung, wenn es um die Sicherheit im Netz geht? Sich selbst, den Staat oder die Unternehmen (d.h. Anbieter von Online-Diensten)? Die folgenden Ergebnisse zeigen, dass die Nutzer nicht auf einen dieser Akteure setzen, sondern – vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen digitalen Lebenswelt – ganz unterschiedlichen Vertrauens- und Verantwortungskonzepten folgen.

6.1 Das Individuum: Wie viel Eigenverantwortung im Internet ist gewünscht?

„Jeder muss selbst für die eigene Sicherheit im Internet sorgen“ – diese Auffassung teilen 82 Prozent aller Onliner. Wer das Internet nutzt, geht überwiegend davon aus, eigenverantwortlich auf die eigene Sicherheit achten zu müssen. Innerhalb der DIVSI Internet-Milieus zeigt sich eine große Spannweite hinsichtlich der Zustimmung zu dieser Aussage. Sie reicht von 63 Prozent bei den *Internetfernen Verunsicherten* bis zu 89 Prozent bei den *Netz-Enthusiasten*. Diese Heterogenität lässt sich mit der milieuspezifischen Selbst-Zuschreibung von Internetkompetenz erklären: Je souveräner die Vertreter eines Internet-Milieus sind, desto eher sehen sie auch die Verantwortung bei sich selbst. Und umgekehrt: *Internetferne Verunsicherte* und *Vorsichtige Skeptiker*, die Defizite bei ihrer Sicherheitskompetenz artikulieren, sehen die Verantwortung für die Sicherheit im Netz weniger bei sich selbst. Im Vergleich der Internet-Milieus sind sie besonders sicherheitsbedacht und sehen überdurchschnittlich



viele Gefahren bei der Internetnutzung. Diese Ergebnisse decken sich mit einer zentralen Erkenntnis der ersten DIVSI Milieu-Studie aus dem Jahr 2012: Wer sich nicht auskennt, fordert Schutz; wer sich sicher fühlt, wünscht Freiheit.⁹

Auch die Ergebnisse der qualitativen Vorstudie verdeutlichen, dass für Onliner in unterschiedlichen Internet-Milieus die Eigenverantwortung eine zentrale Rolle spielt.

„Zunächst gibt es die Eigenverantwortung. Wenn ich mit solchen Dingen umgehe, dann muss ich auch das Mindestinteresse haben, zu lernen, wie damit halbwegs sicher umzugehen ist. Zum Zweiten gibt es die Verantwortung der Hersteller. Die würde ich aber nicht allzu hoch ansetzen. Und es gibt die Verantwortung des Staates. Der kann aber auch nur bedingt flexibel agieren. Und das war es eigentlich schon. In dieser Triade zwischen Eigenverantwortung, Hersteller und Politik muss jeder seinen Teil dazu beitragen.“ (männlich, 54 Jahre, Verantwortungsbedachte Etablierte)

„Ist ähnlich wie im Straßenverkehr. Der Staat regelt, dass rechts vor links gilt, per Gesetz, aber derjenige, der sich auf den Straßen bewegt, muss sich daran halten, bzw. muss auch mal gucken.“ (männlich, 39 Jahre, Effizienzorientierte Performer)

„Ich würde mir wünschen, ehrlich gesagt, dass ich als einzelner Bürger mehr Rechte bekomme und auch darüber entsprechend informiert werde. Also das fände ich sinnvoll. Dass der einzelne, wie ich selber auch gerade merke, mehr Verantwortung über sich selber nimmt und auch das Kleingedruckte liest und sich erkundigt, wo kann ich mich besser schützen. Das finde ich wichtig.“ (männlich, 64 Jahre, Internetferne Verunsicherte)

„Internetschutz war halt für mich so selbstverständlich, das geht von dir aus, das wird dir anerzogen. Du kannst dir die, also... Mir wurde von klein auf gesagt: „Also wenn du im Internet bist, du weißt schon, ne? Was du dir anguckst, das guckst du dir halt an, und das wissen vielleicht auch andere Menschen, dass du dir das anguckst.““ (weiblich, 20 Jahre, Netz-Enthusiasten)

6.2 Der Staat: Soll und kann er für Sicherheit im Internet sorgen?

Die Verantwortung bei sich selbst zu sehen, schließt nicht aus, auch den Staat in die Verantwortung zu nehmen und sich von ihm mehr Engagement für die Sicherheit im Netz zu wünschen: 70 Prozent der Menschen in Deutschland ist es wichtig, dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt.

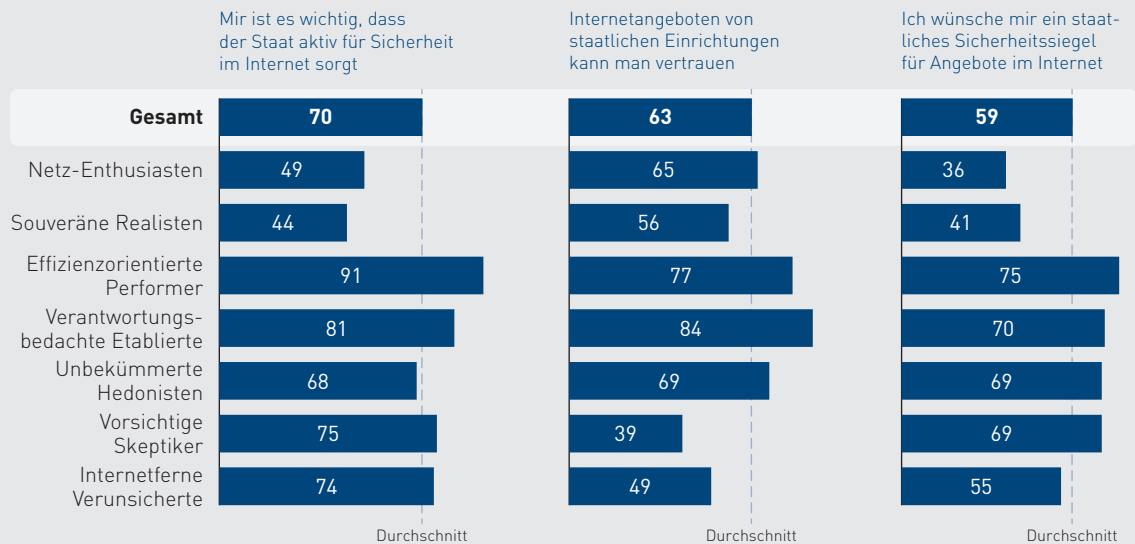
Die Frage nach staatlichem Engagement spaltet die Gesellschaft

Die Erwartung an den Staat, sich dem Thema Sicherheit anzunehmen, ist in den DIVSI Internet-Milieus nicht gleich stark ausgeprägt. Im Gegenteil, die Unterschiede zwischen den einzelnen Lebenswelten sind enorm: Während weite Teile der *Effizienzorientierten Performer* (91 Prozent) und der *Verantwortungsbedachten Etablierten* (81 Prozent) fordern, dass sich der Staat aktiv für Sicherheit im Internet einbringen sollte, sind es bei den *Netz-Enthusiasten* und *Souveränen Realisten* nur knapp die Hälfte (49 Prozent bzw. 44 Prozent). Dies ist insofern plausibel, als die beiden erstgenannten Gruppen auch in anderen Fragen stark in den Staat und dessen Institutionen vertrauen.

⁹ DIVSI (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg. S. 157

Erwartungen an den Staat – Milieu-Unterschiede

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 2.682 Fälle (alle Befragten)

Insgesamt 63 Prozent sind der Meinung, dass man Online-Angeboten von staatlichen Einrichtungen vertrauen kann. Aber: Lediglich 14 Prozent sind davon vollkommen überzeugt – knapp die Hälfte ist somit nur tendenziell dieser Meinung. Besonders die Gruppe der *Vorsichtigen Skeptiker* ist hier zurückhaltend. Von ihnen bekunden gerade einmal 39 Prozent, dass man staatlichen Internetangeboten vertrauen kann (nur 0,3 Prozent sind voll und ganz davon überzeugt). Nichtsdestotrotz wünschen sich 69 Prozent von ihnen ein staatliches Sicherheitssiegel für Angebote im Internet (gesamt: 59 Prozent). Auffallend selten wollen hingegen die Intensivnutzer der *Netz-Enthusiasten* und *Souveränen Realisten* staatliche Siegel. Sie sind generell skeptisch, wenn es um staatliche Aktivitäten im Kontext Internet geht, weil sie Freiheitsbeschränkungen in der digitalen Welt befürchten: 80 Prozent der *Netz-Enthusiasten* und 64 Prozent der *Souveränen Realisten* lehnen Reglementierungen durch den Staat ab (gesamt: 56 Prozent).

„Und der Staat ist schon auch verantwortlich Grenzen zu setzen. Zum Beispiel Kinderpornografie. Es gibt Dinge, die sind einfach nicht in Ordnung, die sind gesetzlich verboten, die müssen auch im Internet gesetzlich verboten bleiben.“ (männlich, 39 Jahre, Effizienzorientierte Performer)

„Ja, ich wünsche mir, dass die Regierungen sich möglichst raushalten aus dieser Sache. Weil das Internet so gewachsen ist und so viele Chancen jetzt gebracht hat, ohne dass irgendjemand dort großartig reglementiert hat. Und ich glaube kaum, dass sich ein Verbrechen verhindern lässt, weil man jetzt besonders tolle Abhörmaßnahmen benutzt.“ (männlich, 22 Jahre, Unbekümmerte Hedonisten)

„Ja, das ist der Knackpunkt. Weil ich will eigentlich nicht, dass der Staat da irgendwie... Wenn jeder Staat da rumwurschtelt im Internet, das... In China, da kommt vielleicht jedes 300.000ste Video mal durch, in Deutschland vielleicht die Hälfte, weiß ich nicht.“ (weiblich, 20 Jahre, Souveräne Realisten)

Der Staat ist nur eingeschränkt in der Lage, Sicherheit im Netz zu gewährleisten

Auch wenn sich 70 Prozent der Befragten wünschen, dass der Staat aktiv für Sicherheit sorgt, bedeutet das nicht, dass ihm dies ebenso viele zutrauen. Eher das Gegenteil ist der Fall: 66 Prozent glauben, dass der Staat die Bürger nicht vor den Gefahren im Internet schützen kann. In der qualitativen Studie begründen die Befragten ihre Vertrauensdefizite häufig mit aktuellen Skandal-Meldungen, z.B. um abgehörte Telefone von deutschen Spitzenpolitikern oder die Hackerangriffe auf den Bundestag im Jahr 2015. Solche Vorfälle erschüttern offenkundig das Vertrauen der Menschen in die Kompetenz des Staates, Gefahren aus dem Internet souverän abwehren zu können. Dem Wunsch nach einem stärkeren Engagement des Staates bei Sicherheitsfragen steht ein nur gering ausgeprägtes Vertrauen in dessen Fähigkeit gegenüber, diesen „Auftrag“ erfüllen zu können. Selbst zwei Drittel der Personen, die explizit fordern, dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt, sind der Auffassung, dass der Staat die Bürger nicht vor den Gefahren im Internet schützen kann.

„Also wenn man jetzt sieht, was im Bundestag passiert ist, das ist ja gar nicht richtig hochgekommen. [...] und dass also hochgradige Spezialisten das eingerichtet haben für die Regierung, das ist natürlich... Da kann man also praktisch das ganze Vertrauen verlieren. Wenn das dort passiert, was ist dann erst bei mir hier! Was läuft denn da ab? Also, puh, da kann man spekulieren. Aber man darf es nicht.“
(männlich, 70 Jahre, Verantwortungsbedachte Etablierte)

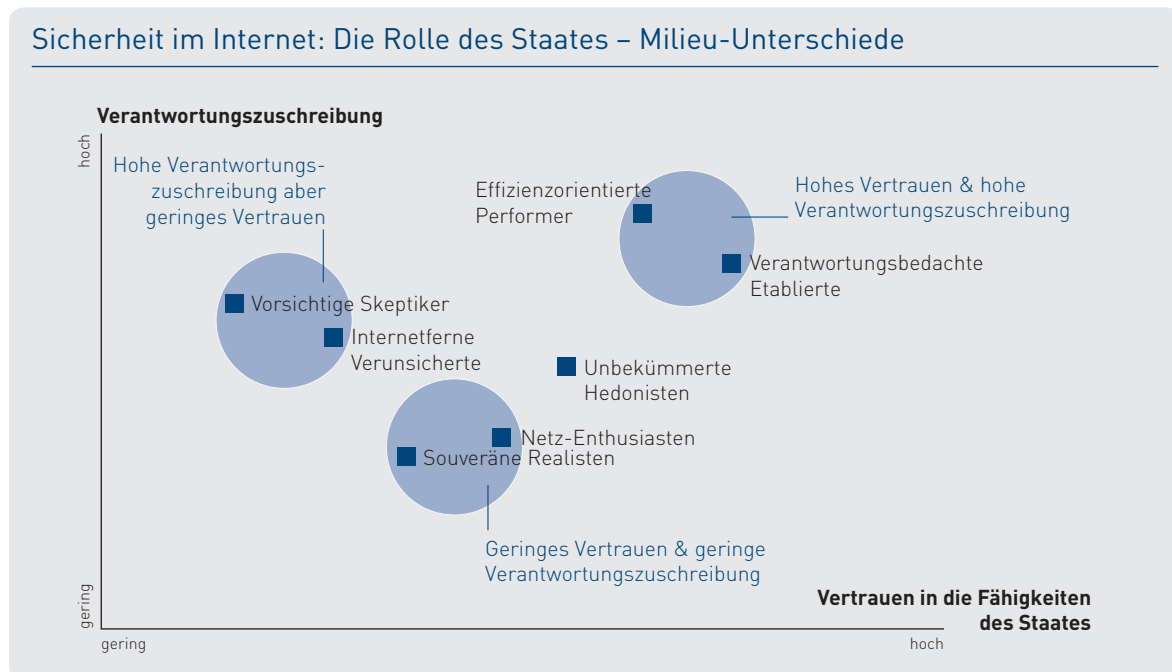
„Ja, aber es gibt ja immer wieder so gute Hacker, die besser sind als der Staat. Und das bringt ja dem Staat dann nichts. Klar wäre es schön, wenn er sich auch daran beteiligen würde, irgend so ein Sicherheitsnetzwerk oder Programm zu entwickeln. Aber es kann halt immer noch irgendjemand besser sein als der Staat und Spam verbreiten oder sich irgendwo einhacken.“
(weiblich, 23 Jahre, Souveräne Realisten)

„Der Staat kann das nicht. Kann das der Staat? Wüsste ich nicht, wie der das kann. Der Staat kann das natürlich in dem Sinne, dass man sagt, was ist Datenschutz usw. Der hat Gesetze erlassen. Aber ob sich jetzt die Internetgestalter daran halten, ist natürlich nicht so gut überprüfbar. Aber wenn man Vergehen aufdeckt, dann muss das natürlich genauso wie sonst wo verfolgt werden, wenn das gegen unsere Gesetze spricht.“
(weiblich, 58 Jahre, Verantwortungsbedachte Etablierte)

Das Spannungsverhältnis von Verantwortungszuschreibung und Vertrauen in die Fähigkeiten des Staates in Sachen Sicherheit im Internet lässt sich wie folgt zusammenfassen: Die sehr internetaffinen und besonders souveränen Gruppen der *Souveränen Realisten* und der *Netz-Enthusiasten* zeichnen sich durch vergleichsweise wenig Erwartungen an den Staat aus und schenken staatlichen Angeboten im Netz ein relativ geringes Vertrauen. *Effizienzorientierte Performer* und *Verantwortungsbedachte Etablierte* sehen den Staat eindeutig in der Pflicht, sich um Sicherheitsbelange (für die Bürger) zu kümmern und sind häufiger als die anderen Internet-Milieus der Meinung, dass dieser auch in der Lage dazu ist. Kritisch und verunsichert sind die beiden Internet-Milieus der *Vorsichtigen Skeptiker* und der *Internetfernen Verunsicherten*: Dem ausgeprägten Wunsch nach Unterstützung durch den Staat steht ein mangelndes Vertrauen gegenüber, was seine Wurzeln – insbesondere bei den *Internetfernen Verunsicherten* – in ihrer grundsätzlichen Verunsicherung hinsichtlich Sicherheitsfragen hat.

Die folgende Grafik stellt die milieuspezifischen Ausprägungen von Verantwortungszuschreibung und Vertrauen einander gegenüber und ist Ergebnis der quantitativen und qualitativen Datenanalyse. Die Verortung der jeweiligen Verantwortungszuschreibung erfolgte primär über die Zustimmung zur Aussage „Mir ist wichtig, dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt“. Das Vertrauen in die Fähigkeit des

Staates, Sicherheit im Internet zu gewährleisten, wurde durch verschiedene Items operationalisiert („Internetangeboten von staatlichen Einrichtungen kann man vertrauen“, „Der Staat kann die Bürger nicht vor den Gefahren im Internet schützen“) und zusammenfassend auf der horizontalen Achse dargestellt.



6.3 Die Unternehmen: Verantwortung übernehmen ohne Vertrauen zu genießen?

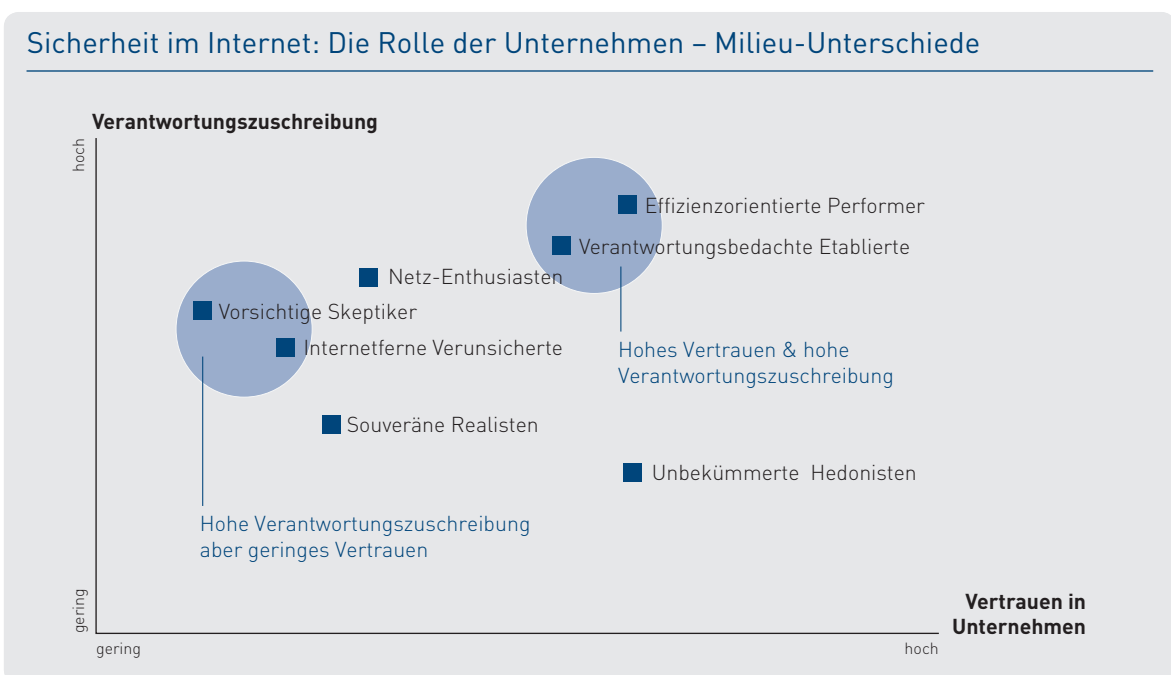
Der dritte relevante Akteur im Kontext Vertrauen und Sicherheit sind aus Nutzersicht die Anbieter von Online-Diensten, d.h. Unternehmen, die ganz konkret mit Nutzerdaten arbeiten. Welche Erwartungen haben die Menschen an sie und welches Vertrauen schenken sie ihnen?

88 Prozent der Menschen in Deutschland sind der Auffassung, dass Unternehmen für einen besseren Datenschutz sorgen müssen. Diese Erwartung an Unternehmen unterscheidet sich nur unwesentlich in den digitalen Lebenswelten.

Die Vertrauenswürdigkeit der Unternehmen ist in den Augen der breiten Mehrheit mehr als fraglich: 74 Prozent empfinden es als Gefahr, dass Großkonzerne wie Google oder Facebook immer mehr Daten von Internetnutzern sammeln. Vor allem großen, bekannten Marken unterstellen einige, nicht sorgfältig mit Kundendaten umzugehen. Bei dieser Einschätzung unterscheiden sich die digitalen Lebenswelten erheblich: Insbesondere die *Vorsichtigen Skeptiker* schenken den Großunternehmen ein sehr eingeschränktes Vertrauen. Sie gehen nur zu 15 Prozent davon aus, dass diese verantwortungsvoll mit Nutzerdaten umgehen. Aber auch *Internetferne Verunsicherte* und *Souveräne Realisten* sind hier kritisch. In diesen Internet-Milieus herrscht die Auffassung vor, dass Unternehmen die eigenen Interessen über die Privatsphäre ihrer Nutzer beziehungsweise Kunden stellen. Auch wenn *Souveräne Realisten* und *Netz-Enthusiasten* beide ein eher geringes Vertrauen in die Unternehmen setzen, unterscheiden sie sich in ihrer Verantwortungszuschreibung deutlich: Während die *Souveränen Realisten* dies deutlich weniger erwarten, fordern *Netz-Enthusiasten* mehr Verantwortung der Unternehmen für die Sicherheit im Internet. *Effizienzorientierte Performer*, *Unbekümmerte Hedonisten* und *Verantwortungsbedachte Etablierte* setzen das größte Vertrauen in die Unternehmen. Ca. drei Viertel dieser Internet-Milieus sind der Meinung, dass man großen, bekannten Marken im Umgang mit persönlichen Daten vertrauen kann. Die Argumentation von *Effizienzorientierten Performern* und

Verantwortungsbedachten Etablierten lautet dabei meist, dass derart große Akteure Imageschäden befürchten müssen, wenn sie nicht gewissenhaft mit den Daten ihrer Kunden umgehen. Den Unbekümmerten Hedonisten hingegen ist dies einerlei: Sie fordern erst gar nicht, dass Unternehmen mehr Verantwortung für Sicherheit im Internet übernehmen sollten.

Die folgende Grafik stellt die milieuspezifischen Ausprägungen von Verantwortungszuschreibung und Vertrauen einander gegenüber und ist Ergebnis der quantitativen und qualitativen Datenanalyse. Die Verortung der jeweiligen Verantwortungszuschreibung erfolgte primär über die Zustimmung zur Aussage „Die Unternehmen müssen für einen besseren Datenschutz sorgen“. Das Ausmaß des Vertrauens basiert insbesondere auf dem Item „Ich bin überzeugt davon, dass große, bekannte Marken mit persönlichen Daten im Internet sorgfältig umgehen“.



„Ich glaube, Sicherheit im Internet wird immer mehr ein Thema. Und das finde ich gut so. Es wird diskutiert. Und auch Google und Facebook merken, dass sie ihre Nutzer verlieren, wenn sie da nicht tätig werden und Möglichkeiten einräumen.“

(weiblich, 52 Jahre, Verantwortungsbedachte Etablierte)

„Ich erwarte, wenn ich irgendwo in irgendeiner Form registriert bin als Kunde, dass mit meinen Daten sehr vertraulich umgegangen wird. Aber ich bin sicher, dass es nicht so ist.“

(männlich, 42 Jahre, Verantwortungsbedachte Etablierte)

„Also ich habe da so ein bisschen blindes Vertrauen, würde ich sagen, weil ich vertraue diesen Konzernen schon. Also Facebook ein bisschen weniger jetzt, weil, ich weiß auch nicht, Facebook gegenüber hat man irgendwie ein bisschen mehr Misstrauen als Google gegenüber zum Beispiel. Vielleicht habe ich mich da auch beeinflussen lassen, aber Google hat für mich ein eher positives Bild.“

(weiblich, 24 Jahre, Netz-Enthusiasten)

„Wenn ich bei Facebook wäre, kann ich denen sowieso alles nachschmeißen. Mit Datenschutz haben die es zum einen nicht. Und zum anderen, ich lasse mich doch von denen nicht beobachten, was ich tue und was ich will.“

(männlich, 53 Jahre, Effizienzorientierte Performer)

7. Risiken im Internet: Wie sie wahrgenommen werden und das Online-Verhalten beeinflussen

Die Menschen in Deutschland gehen eher nicht davon aus, dass das Internet überhaupt sicher sein kann und erwarten mehrheitlich, dass es noch ein langer Weg ist, bis man sich im Netz sicher fühlen kann (vgl. Kapitel 6). Was bedeutet diese Grundannahme aber mit Blick auf den digitalisierten Alltag? Welchen konkreten Gefahren sehen sich die Onliner persönlich ausgesetzt? Und welche Konsequenzen ziehen sie aus ihrer jeweiligen Risiken- und Gefahrenwahrnehmung?

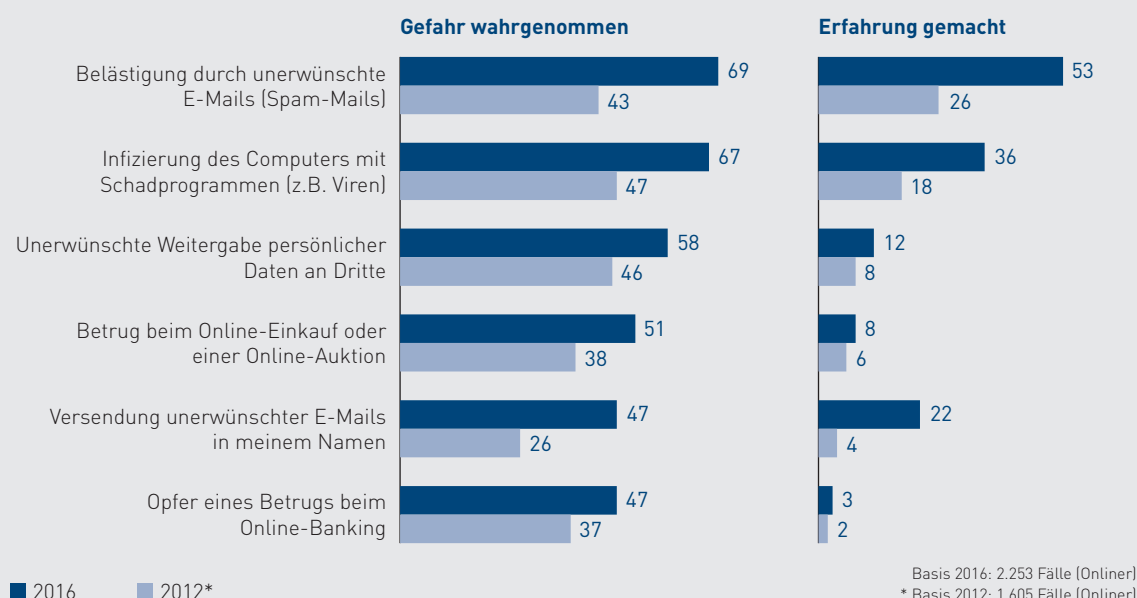
7.1 Was man online fürchtet und was man tatsächlich erlebt hat

Die von den Onlinern wahrgenommenen Risiken im Internet sind vielfältig. Sie reichen von Bedrohungen durch Schadprogramme für die eigene Software, Daten oder Geräte über diverse Formen von Online-Betrug bis hin zu sozialen beziehungsweise psychologischen Gefahren wie beispielsweise Online-Mobbing oder -Stalking. Die Zahlen belegen deutlich, dass fast alle potenziellen Gefahren von einem größeren Anteil der Bevölkerung wahrgenommen werden als noch vor vier Jahren. Gleichzeitig wurden nach eigenem Bekunden mehr negative Erfahrungen im Internet gemacht. Anteilig haben die Onliner am meisten schlechte Erfahrungen mit Belästigungen durch unerwünschte E-Mails (Spam-Mails) gemacht. Diese Gefahr wird auch am häufigsten als Problem wahrgenommen. Von ähnlich vielen Onlinern wird die Gefahr einer Infizierung des Computers mit Schadprogrammen genannt. Mehr als ein Drittel hat das auch bereits erlebt. Besonders häufig im Vergleich zu 2012 werden E-Mails (im jeweils eigenen Namen) ungewollt verschickt.

Gefahrenwahrnehmung und negative Erfahrungen im Netz im Zeitvergleich – 1

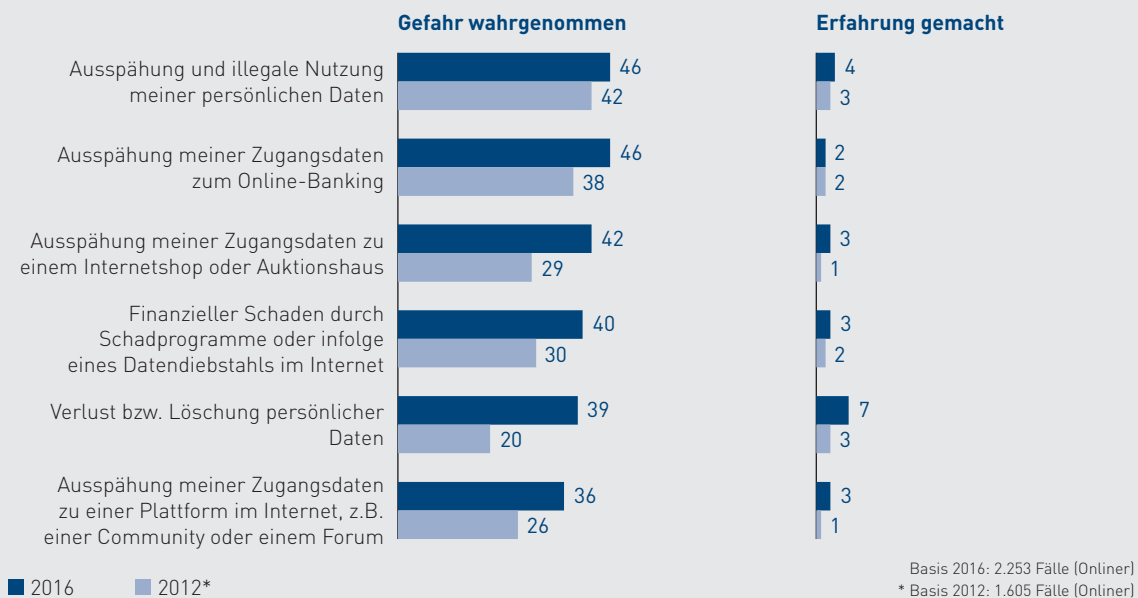
In welcher Hinsicht sehen Sie für sich persönlich eine Gefahr bei der Internetnutzung?

Welche der folgenden Erfahrungen haben Sie persönlich bereits im Internet gemacht? in Prozent



Gefahrenwahrnehmung und negative Erfahrungen im Netz im Zeitvergleich – 2

**In welcher Hinsicht sehen Sie für sich persönlich eine Gefahr bei der Internetnutzung?
Welche der folgenden Erfahrungen haben Sie persönlich bereits im Internet gemacht?** in Prozent



Auch in den qualitativen Interviews berichten die Befragten von zahlreichen Risiken, die ihnen Sorge bereiten und von Negativerfahrungen, die sie in diesem Kontext gemacht haben.

„Das Risiko des Internets ist, dass es keine Privatsphäre mehr gibt, dass alles öffentlich ist, dass Du überhaupt keine Individualität mehr bewahren kannst, weil jeder alles über dich weiß. Und Du hast überhaupt keinen Freiraum mehr. Und die Einflussnahme von außen ist ja viel, viel größer, weil die ja in deinen privaten Bereich eindringen in einem Ausmaß, dem wir uns überhaupt nicht bewusst sind.“
(weiblich, 58 Jahre, Verantwortungsbedachte Etablierte)

„Und sonst, ja, gab zum Beispiel mal einen Fake-Account von mir, wo dann irgendwelche Leute irgendwelche Weiber angeschrieben haben und so Geschichten. Das gab es auch mal.“
(männlich, 35 Jahre, Vorsichtige Skeptiker)

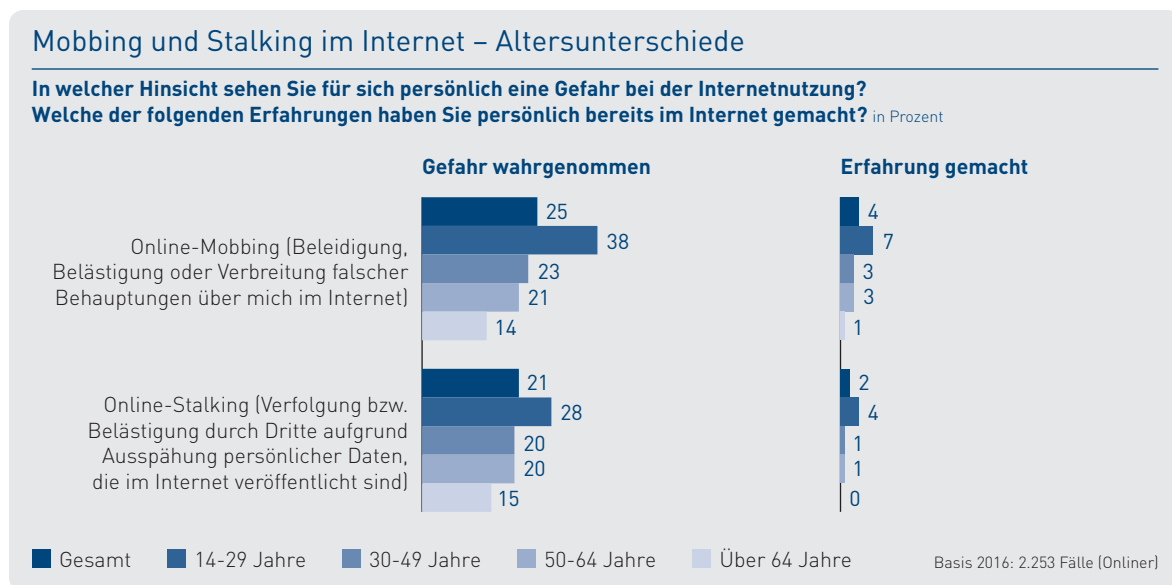
„Also ich nicht, aber mein kleiner Bruder hat mal über das Handy meiner Eltern etwas runtergeladen und dann hatten wir ein Abo an der Backe.“ (weiblich, 26 Jahre, Unbekümmerte Hedonisten)

„Ich habe mal diese Geisel-Software gekriegt. Da gibt es ja diese Software, die einem den Rechner sperrt und sagt, Sie sollen soundsoviel Euro überweisen, damit dann der Rechner wieder freikommt. Das war auch das Einzige. Ich konnte es mit einer Software überwinden und habe im Prinzip meinen Rechner zurückerobert. Also das ging. Ich habe dann sogar den Rechner nochmal neu installiert. Das war das einzige Mal, dass ich irgendwie groß irgendwelche Viren kassiert habe.“
(männlich, 29 Jahre, Souveräne Realisten)

Interessant ist der Blick auf diejenigen Gefahrenaspekte, die einerseits von vielen als Risiko wahrgenommen werden, denen andererseits aber nur wenige persönlich negative Alltagserfahrungen gegenüber stehen. So ist das wahrgenommene Risiko Opfer eines Betrugs beim Online-Banking oder

beim Online-Einkauf zu werden in Prozentpunkten deutlich stärker gestiegen als die tatsächlich gemachte negative Erfahrung. Auch die nicht gewollte Weitergabe persönlicher Daten an Dritte hat in der Wahrnehmung deutlich stärker an Gewicht gewonnen als sie tatsächlich häufiger erlebt wurde. Offenbar ist es die Antizipation eines hohen Schadens durch eine solche Erfahrung, die zu einer ausgeprägten Gefahrenwahrnehmung führt. Hierzu gehören insbesondere finanzielle Verluste (Betrug beim Online-Banking oder Online-Shopping) und die Beschädigung der eigenen Privatsphäre (unerwünschte Weitergabe, Verwendung oder Veränderung persönlicher Daten). Der potenzielle Schaden erscheint wesentlich essentieller als bei der Infizierung durch Schadprogramme oder der Belästigung durch unerwünschte E-Mails.

Verletzungen der Privatsphäre sind vor allem für Jüngere ein Risiko im Netz. Online gemobbt zu werden befürchten deutlich mehr jüngere als ältere Onliner: 38 Prozent bei den unter 30-Jährigen vs. „nur“ 23 Prozent bei den 30- bis 49-Jährigen (bei den über 50-Jährigen sind es nochmals weniger). Ein ähnliches Bild ergibt sich auch bei Online-Stalking. Verantwortlich für diese Unterschiede in der Gefahrenwahrnehmung dürfte die Tatsache sein, dass diese Erfahrungen von der jüngeren Altersgruppe auch häufiger gemacht werden. Mobbing tritt tendenziell an Orten auf, an denen junge Menschen üblicherweise aufeinandertreffen – sowohl offline als auch online (z.B. Schule, Soziale Netzwerke ...).



7.2 Strategien im Umgang mit Risiken im Netz: Annehmen, vermeiden oder bewältigen

Eine Gefahren- bzw. Risikobewertung für das Internet als Ganzes ist den Onlinern kaum möglich und so messen sie unterschiedlichen Aktivitäten ganz unterschiedliche Risiken zu. Auch hinsichtlich der gezogenen Konsequenzen ergibt sich ein breites Handlungsspektrum. Es zeigen sich drei Strategien des Umgangs mit wahrgenommenen Gefahren:

- Die Akzeptanz bzw. Hinnahme möglicher Gefahren,
- die Vermeidung bestimmter Internetaktivitäten, um Gefahren aus dem Weg zu gehen und
- das Ergreifen konkreter Sicherheitsmaßnahmen.

Welche Strategie wie ausgeprägt verfolgt wird, hängt zum einen von der generellen Relevanz der Internetaktivitäten ab, unterscheidet sich aber zum anderen stark in den jeweiligen digitalen Lebenswelten.

Inkaufnahme von Risiken aufgrund von Unverzichtbarkeit

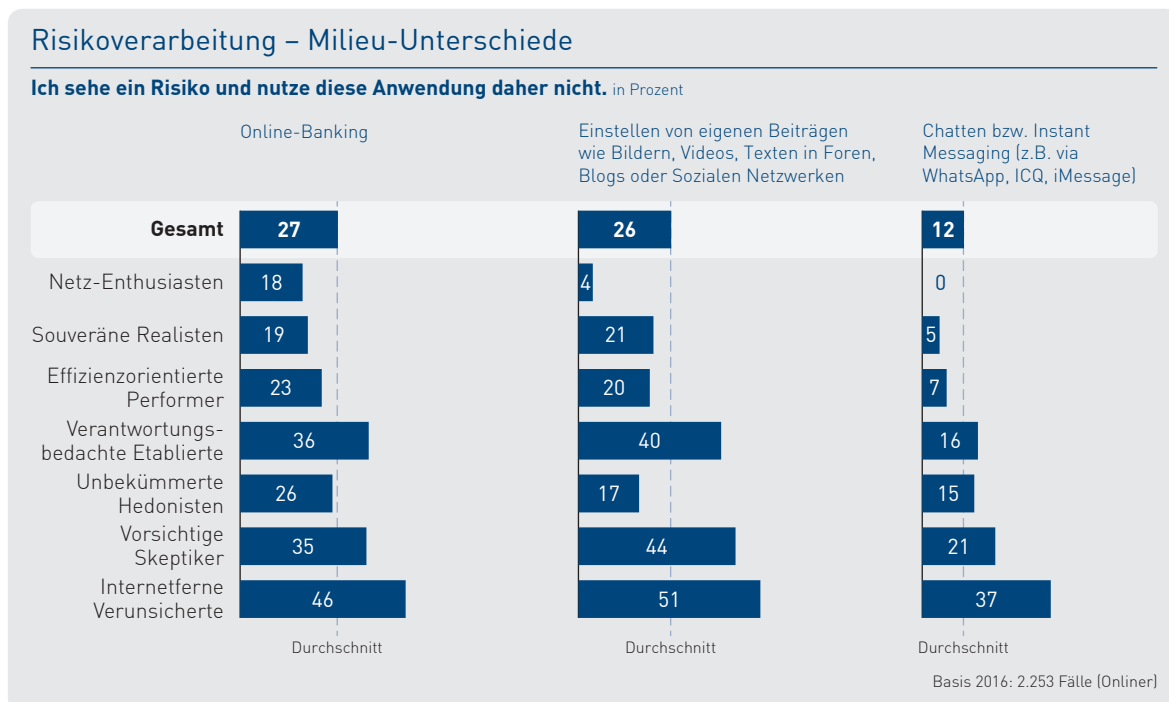
Mit 35 Prozent ist der Anteil derer, die ein Online-Angebot nutzen, obwohl sie dabei ein Risiko wahrnehmen, beim E-Mail-Verkehr am größten. Diese Beobachtung ist plausibel, wenn man bedenkt, dass die meistgenannte wahrgenommene Gefahr auch die am häufigsten gemachte Negativ-Erfahrung bei der Internetnutzung ist: Die Belästigung durch unerwünschte E-Mails. Allerdings ist das Versenden und Empfangen von E-Mails eines der Angebote, die von den meisten Onlinern (90 Prozent) genutzt werden. Da viele Services im Internet nur dann in Anspruch genommen werden können, wenn eine E-Mail-Adresse hinterlegt wird, ist der antizipierte Nachteil eines E-Mail-Verzichts groß, und das verbundene Risiko wird in Kauf genommen.

Inkaufnahme von Risiken aus Sorglosigkeit

Ein Viertel der Onliner macht sich um die eigene Sicherheit im Internet keine Gedanken, weil sie keine ernsthaften Gefahren für sich persönlich wahrnehmen. Mit 57 Prozent ist diese Auffassung jedoch nur bei den *Unbekümmerten Hedonisten* mehrheitlich vertreten. Diese Gruppe ist sich vieler Gefahren nicht bewusst und zeichnet sich durch einen eher laxen Umgang mit Sicherheitsfragen aus. Aber auch 41 Prozent der *Netz-Enthusiasten* geben an, sich keine Gedanken über ihre Sicherheit im Netz zu machen. Gemein mit den *Unbekümmerten Hedonisten* ist ihnen, dass sie nur äußerst ungern dazu bereit sind, aus Risikogründen auf die Möglichkeiten des Internets zu verzichten. Allerdings sind sie im Umgang mit digitalen Medien sehr viel selbstbewusster als die *Unbekümmerten Hedonisten*, so dass sie optimistisch sind, Probleme lösen zu können, die durch argloses Surfverhalten auftreten könnten.

Vermeidung bestimmter Internetaktivitäten als Vorsichtsmaßnahme

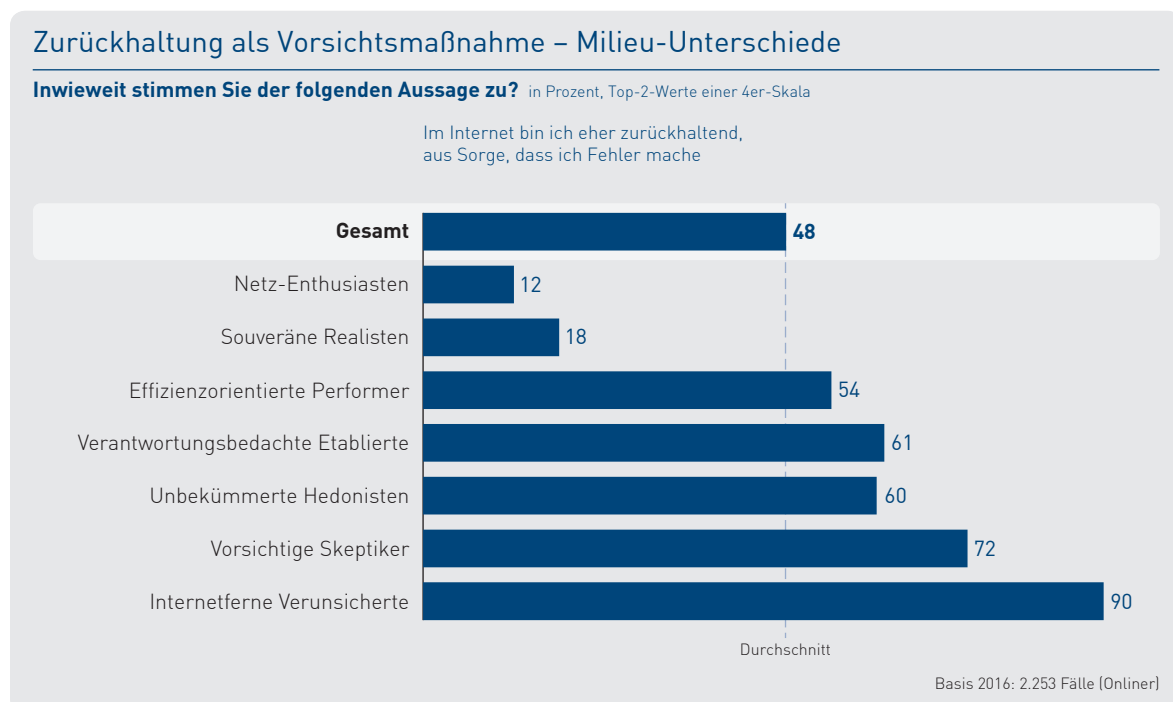
Ein Viertel der Onliner meidet aufgrund von Risikowahrnehmungen Aktivitäten, die einen möglichen finanziellen Schaden, einen Verlust wichtiger Daten oder rechtliche Probleme nach sich ziehen könnten (z.B. Online-Banking, Nutzung von digitalen Speicherdiensten, Streamen bzw. Hoch- und Herunterladen gratis verfügbarer Inhalte). Der Blick auf die DIVSI Internet-Milieus offenbart in diesem



Zusammenhang ausgeprägte Unterschiede zwischen den internetfernen und den internetnahen Milieus. So meidet gut ein Viertel der Internetnutzer Online-Banking wegen der damit verbundenen Risiken. Unter den *Internetfernen Verunsicherten* ist es sogar die Hälfte. Wenn überhaupt im Internet unterwegs, agiert diese Gruppe generell sehr vorsichtig. Die Vertreter dieser Lebenswelt fühlen sich schnell überfordert und versuchen, jegliche Risikoherde zu umgehen. So werden auch Geldgeschäfte lieber am Schalter im persönlichen Gespräch abgewickelt. Die *Vorsichtigen Skeptiker* und *Verantwortungsbedachten Etablierten* sind ebenfalls zurückhaltend in Sachen Online-Banking, ganz anders die *Netz-Enthusiasten* – hier geben nur 18 Prozent an, aus Risikogründen auf Online-Banking zu verzichten. Für dieses Internet-Milieu finden nahezu alle Lebensbereiche auch im Netz statt. Die Risiken bei Internet-Aktivitäten werden geringer bewertet bzw. eher in Kauf genommen. Bei anderen Aktivitäten können sie die von anderen Milieus wahrgenommenen Gefahren zum Teil gar nicht erkennen bzw. nachvollziehen. Zum Beispiel verzichten nur 4 Prozent der *Netz-Enthusiasten* aus Sicherheitsgründen auf das Einstellen von eigenen Beiträgen in Sozialen Netzwerken (gesamt: 26 Prozent). Auf Chatten bzw. Instant Messaging verzichtet in dieser Gruppe aus Risikogründen so gut wie niemand (0,4 Prozent vs. 12 Prozent in der Gesamtbevölkerung).

Je höher die subjektive Souveränität desto geringer die Verzichtsbereitschaft

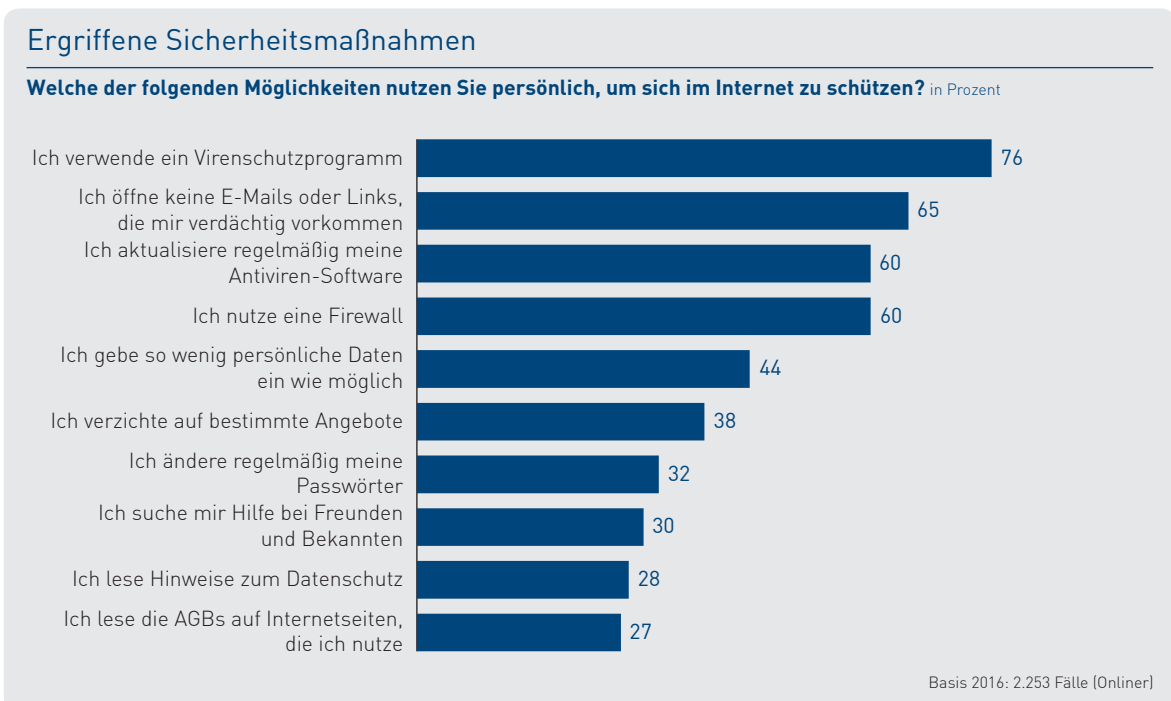
„Im Internet bin ich eher zurückhaltend, aus Sorge, dass ich Fehler mache“ – während von den Onlinern der *Netz-Enthusiasten* hier nur 12 Prozent zustimmen, sind es bei den *Internetfernen Verunsicherten* 90 Prozent. Verzicht auf bestimmte Online-Services aus Sicherheitsgründen ist bei den *Netz-Enthusiasten* keine Option. Zudem betrachten sie das Internet nicht aus der „Fehlerperspektive“, sondern erwarten, dass ein Angebot so intuitiv bedienbar ist, dass sie keine Fehler machen können. Ansonsten würde es sich ohnehin nicht durchsetzen. Auch die *Souveränen Realisten* sehen vor dem Hintergrund ihrer selbst zugeschriebenen Internetkompetenz keinen Anlass, sich in ihrem Online-Verhalten zurückzuhalten. Für die *Internetfernen Verunsicherten* ist die primäre Perspektive im Internet hingegen die Gefahr: Sie denken zunächst an die eigenen (mangelnden) Kompetenzen und machen daher nur Dinge, bei denen sie sich sicher fühlen, d.h. nur sehr wenige.



Abwehr von Gefahren durch das Ergreifen konkreter Sicherheitsmaßnahmen

Den Menschen sind diverse Möglichkeiten bekannt, sich vor Gefahren im Internet zu schützen. Die nachfolgende Grafik zeigt die zehn meistgenutzten Sicherheitsmaßnahmen. Besonders häufig werden Virenschutzprogramme verwendet, dennoch ist knapp ein Viertel der Onliner ohne ein solches Schutzprogramm im Netz unterwegs. 60 Prozent verwenden eine Firewall, weniger als die Hälfte achtet darauf, so wenig persönliche Daten wie möglich im Internet zu hinterlassen. Die Passwörter ändert nur ein Drittel regelmäßig.

Die am seltensten ergriffenen Maßnahmen stehen im Zusammenhang mit Beratungs- und Aufklärungsangeboten: Lediglich 3 Prozent der Onliner besuchen spezielle Kurse, die sie im Bereich Internetsicherheit fit machen oder wenden sich an professionelle Beratungsstellen, z.B. über telefonische Hotlines.

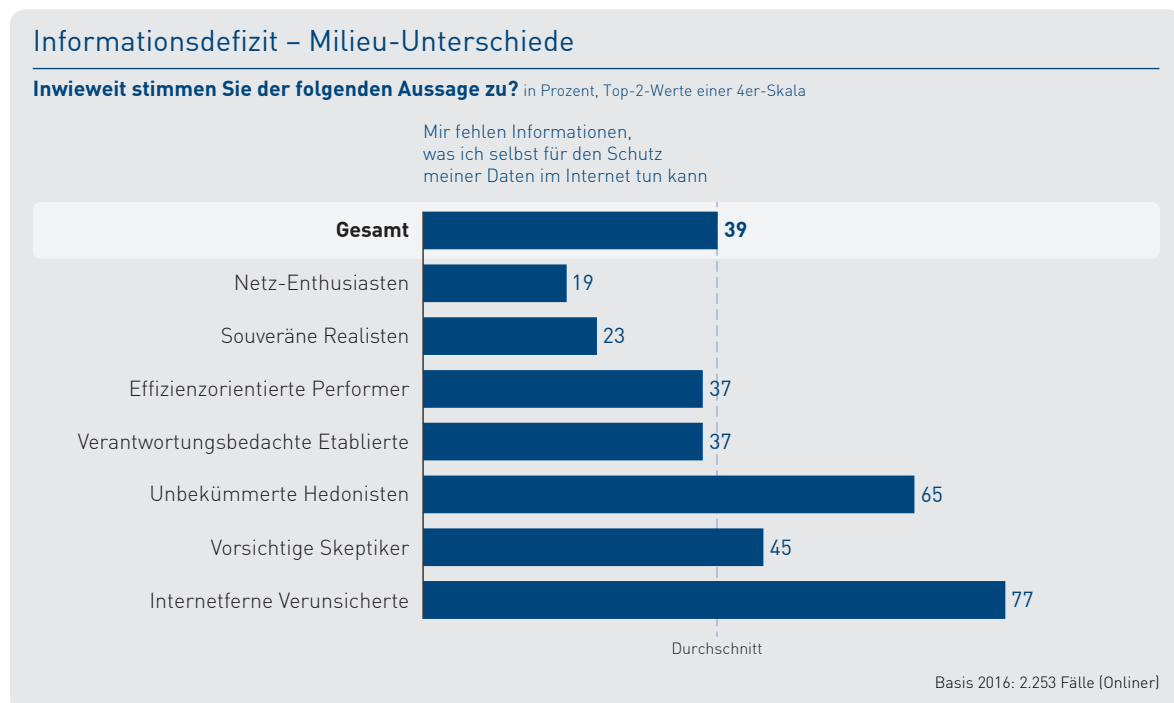


IT-Sicherheit ist vorwiegend eine Männer-Domäne

Während es mit Blick auf Nutzungsweise und Einstellungen zum Internet kaum Geschlechterunterschiede gibt, ist das Themengebiet IT-Sicherheit hingegen eine Männerdomäne. Alle abgefragten Sicherheitsmaßnahmen werden häufiger von Männern als von Frauen ergriffen. Frauen tendieren eher dazu, die Verantwortung für die eigene Sicherheit im Internet an andere zu übertragen. Beispielsweise sagen 24 Prozent aller Internetnutzerinnen, dass sich jemand anderes um ihre IT-Sicherheit kümmert. Von den Männern sagen dies lediglich halb so viele. Des Weiteren informieren sich deutlich weniger Frauen als Männer über Sicherheitstechnik (15 Prozent vs. 31 Prozent). Diese geschlechter-spezifischen Unterschiede sind dabei altersunabhängig.

Wenn nur wenige Sicherheitsmaßnahmen ergriffen werden, fehlt häufig das Wissen darüber

Die Onliner der Internet-Milieus der *Unbekümmerten Hedonisten* und der *Internetfernen Verunsicherten* ergreifen im Milieu-Vergleich relativ wenig konkrete Sicherheitsmaßnahmen. Ein Virenschutzprogramm verwenden 64 Prozent der *Internetfernen Verunsicherten* und 53 Prozent der *Unbekümmerten Hedonisten*. Dass sie darauf achten, so wenig persönliche Daten wie möglich ins Netz zu stellen, trifft nur auf 25 Prozent der *Unbekümmerten Hedonisten* zu. Und lediglich 14 Prozent der *Internetfernen Verunsicherten* ändern regelmäßig ihre Passwörter. Hintergrund dieser Zurückhaltung in Sachen Schutzmaßnahmen ist insbesondere die Überforderung, sich damit konkret auseinander zu setzen. Die Vertreter beider Gruppen geben überdurchschnittlich oft an, dass ihnen beispielsweise Informationen dazu fehlen, was sie selbst für den Schutz ihrer Daten im Internet machen können.

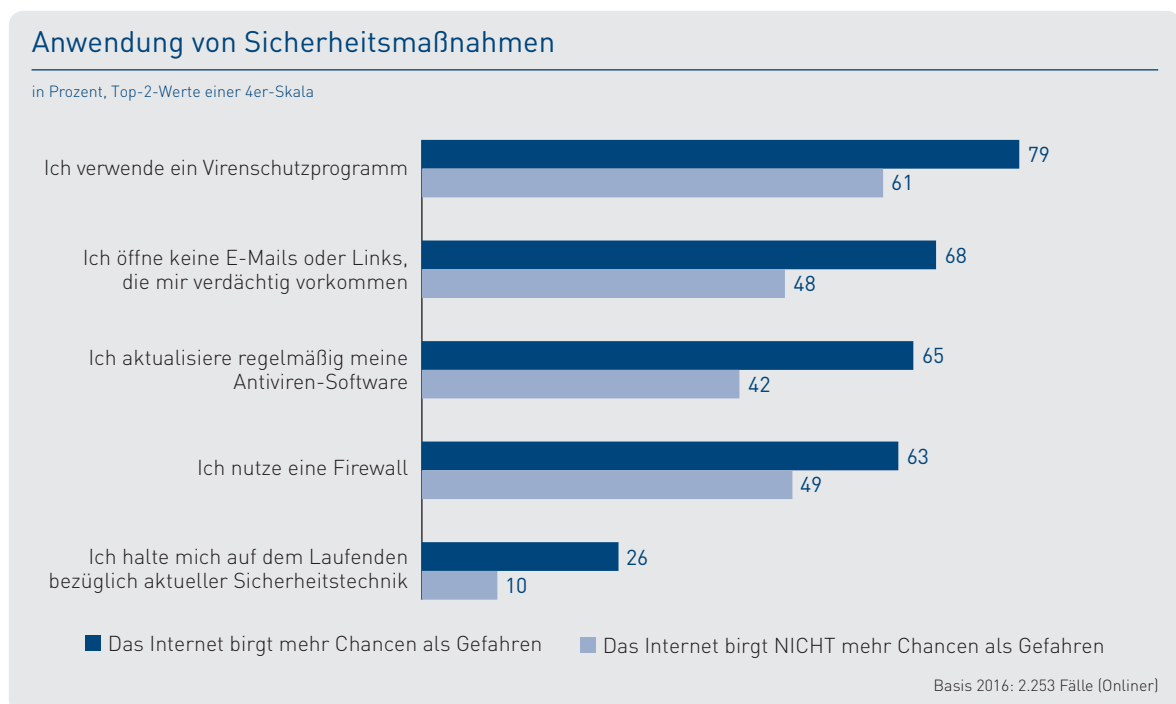


8. Paradoxien im digitalen Alltag

Nicht immer scheint das Handeln der Onlinebevölkerung auch im Einklang mit ihrer Einstellung zu digitalen Fragen zu stehen. Welche Implikationen hat beispielsweise eine mehr oder eine weniger umfassende Gefahrensensibilisierung für das tatsächliche Ergreifen von Sicherheitsmaßnahmen? Was gilt als „privat“ und ist letztlich trotzdem öffentlich und wer entscheidet darüber? Und wie stehen die Befragten zur Ökonomisierung der eigenen Daten, die für fast alle Anbieter beliebter sogenannter „Gratis-Dienste“ (wie Suchmaschinen oder Messenger-Apps) die Geschäftsgrundlage darstellt?

8.1 Wer mehr Chancen als Gefahren im Internet sieht, schützt sich; wer mehr Gefahren wahrnimmt, schützt sich weniger

Im Allgemeinen liegt die Vermutung nahe, dass Personen, die mehr Gefahren wahrnehmen auch mehr Sicherheitsmaßnahmen ergreifen. Untersucht man aber den Zusammenhang von Gefahrenwahrnehmung und ergriffenen Sicherheitsmaßnahmen bei der Internetnutzung, offenbart sich ein Paradoxon: Präventionsmaßnahmen ergreifen vor allem diejenigen, die betonen, dass es mehr Chancen als Risiken im Internet gibt und eben nicht die Personen, die eher auf die Gefahren im Netz sehen. Die folgende Grafik zeigt, wie sich diese beiden Gruppen in der Anwendung konkreter Sicherheitsmaßnahmen unterscheiden:

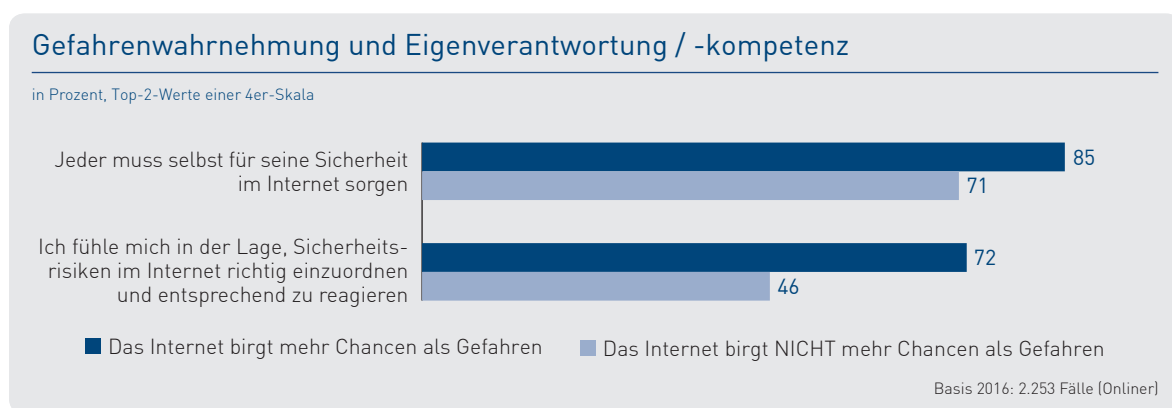


79 Prozent der Onliner, die eine eher chancenorientierte Einstellung zum Internet haben, verwenden Virenschutzprogramme. Bei den Onlinern, die eher die Gefahren betonen, sind es hingegen nur 61 Prozent. Bei der regelmäßigen Aktualisierung von Schutzprogrammen und der Verwendung einer Firewall zeigt sich ein ähnliches Bild.

Wie aber lässt sich dieser Widerspruch erklären bzw. auflösen? Warum ergreifen gerade die „Chancenorientierten“ aktiver Sicherheitsmaßnahmen als die „Gefahrenorientierten“?

Erklärungsansatz #1: Chancenorientierte pochen stärker auf Eigenverantwortung und sehen sich als kompetenter im Umgang mit dem Internet

Menschen, die eher Chancen als Gefahren im Netz sehen, setzen stärker auf Eigenverantwortlichkeit im Internet. 85 Prozent von ihnen sind der Meinung, dass jeder selbst für die eigene Sicherheit im Internet zu sorgen hat. Bei den weniger „Chancenorientierten“ sind es 71 Prozent. Zum anderen halten sich diejenigen Internetnutzer, die eher die Chancen betonen, bezüglich aktueller Sicherheitstechnik eher auf dem Laufenden: 26 Prozent dieser eher Chancenorientierten, informieren sich über Sicherheitstechnik, aber nur 10 Prozent der eher Gefahrenorientierten. Generell blickt die chancenorientierte Gruppe selbstbewusster auf die eigene Internetkompetenz als die Gruppe, die eher die Gefahren betont.



Erklärungsansatz #2: Chancenorientierte Milieus verbringen mehr Zeit online und ergreifen daher „zwangsläufig“ mehr Sicherheitsmaßnahmen, weil sie sich auch mehr Gefahren aussetzen

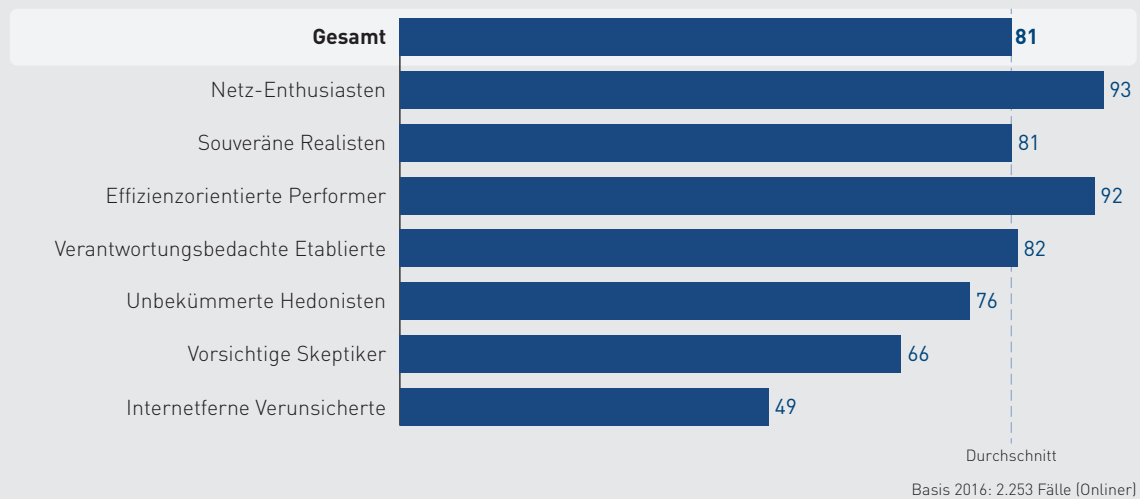
Der Blick auf die digitalen Lebenswelten ermöglicht zusätzliche Ansatzpunkte, um dieses widersprüchlich erscheinende Handeln genauer zu beleuchten. Außer bei den *Internetfernen Verunsicherten* überwiegt in allen Internet-Milieus die Chancenperspektive – am deutlichsten trifft das jedoch auf die *Verantwortungsbedachten Etablierten* sowie die netzaffinen Milieus der *Netz-Enthusiasten*, *Effizienzorientierten Performer* und *Souveränen Realisten* zu.

Insbesondere für die drei letztgenannten Internet-Milieus sind die digitalen Möglichkeiten gelebter Alltag. Sie verbringen deutlich mehr Zeit online als die übrigen Milieus und erleben nicht nur gewünschte Vorteile des Internets, sondern begegnen in ihrem (alltäglichen) Umgang auch häufiger Gefahrensituationen, denen sie aus dem Weg gehen müssen. Der Blick auf getroffene Sicherheitsmaßnahmen zeigt, dass eben diese versierten und netzaffinen Milieus deutlich häufiger Vorkehrungen treffen, um sich im Netz zu schützen. Bei den *Verantwortungsbedachten Etablierten* stellt insbesondere ihre stark sicherheitsorientierte Einstellung zum Internet den Beweggrund dar, mögliche Maßnahmen auch tatsächlich zu ergreifen.

Chancenorientierung – Milieu-Unterschiede

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala

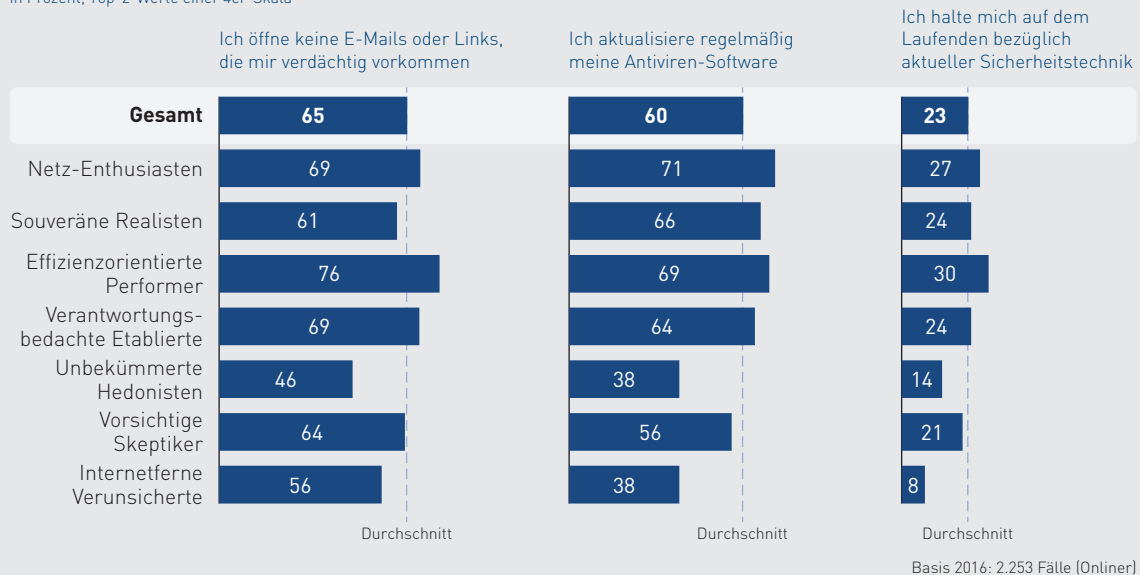
Das Internet birgt mehr Chancen als Gefahren



Sicherheitsmaßnahmen – Milieu-Unterschiede

Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie persönlich, um sich im Internet zu schützen?

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



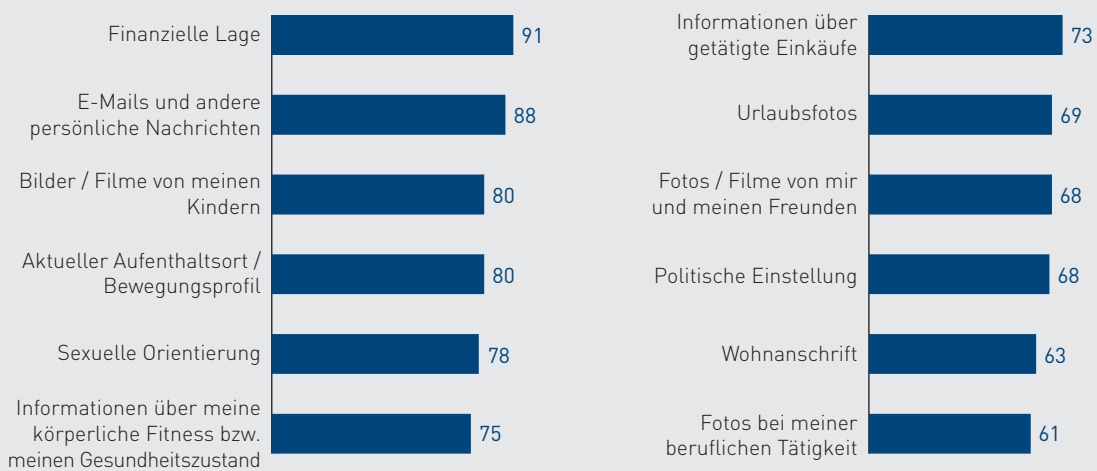
8.2 Privates bleibt nicht privat: Der freie Umgang mit Daten ist nicht immer freiwillig

Eine Mehrheit der Internetnutzer ist der Meinung, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten im Internet gewöhnen müsse (64 Prozent). Gleichzeitig stört es einen Großteil der Befragten, wenn gewisse Informationen über sie im Internet zu finden sind. Paradoxe Weise stört es selbst diejenigen Personen, die betonen, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten im Internet gewöhnen

müsse. 91 Prozent dieser Gruppe wären beunruhigt, wenn die persönliche Finanzsituation online von Dritten einsehbar wäre. 88 Prozent der gleichen Personengruppe möchten nicht, dass Inhalte von E-Mails und anderen persönlichen Nachrichten offen im Internet zu finden sind. Ebenfalls über drei Viertel von ihnen wollen nicht, dass Bilder bzw. Filme von den eigenen Kindern im Internet gefunden werden können und der persönliche aktuelle Aufenthaltsort oder die eigene sexuelle Orientierung recherchierbar sind. Es zeigt sich somit: Obwohl ein Großteil der Onliner der Meinung ist, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten gewöhnen müsse, sollen private Angaben auch privat bleiben.

Informationen, die nicht online auffindbar sein sollen – 1

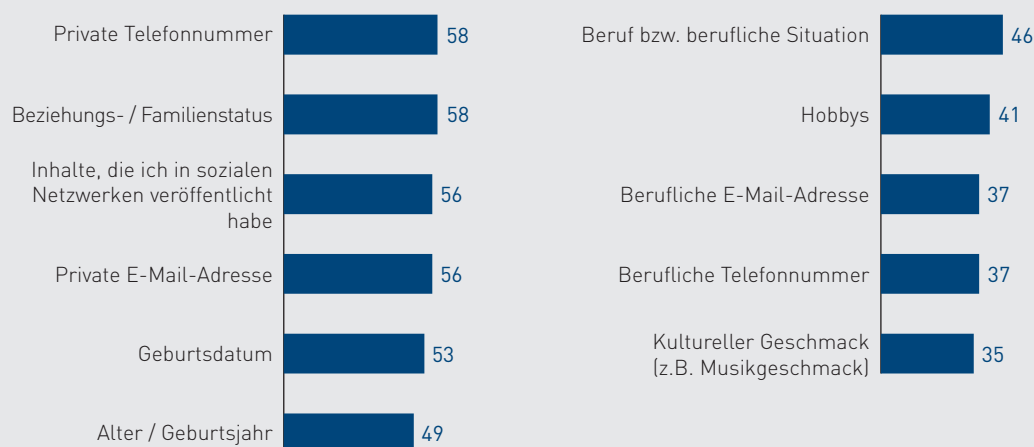
Inwiefern stört es Sie bzw. würde es Sie stören, wenn folgende persönliche Informationen über Sie online zu finden sind / wären? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 1.443 Fälle (Onliner, die der Auffassung sind, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten gewöhnen muss)

Informationen, die nicht online auffindbar sein sollen – 2

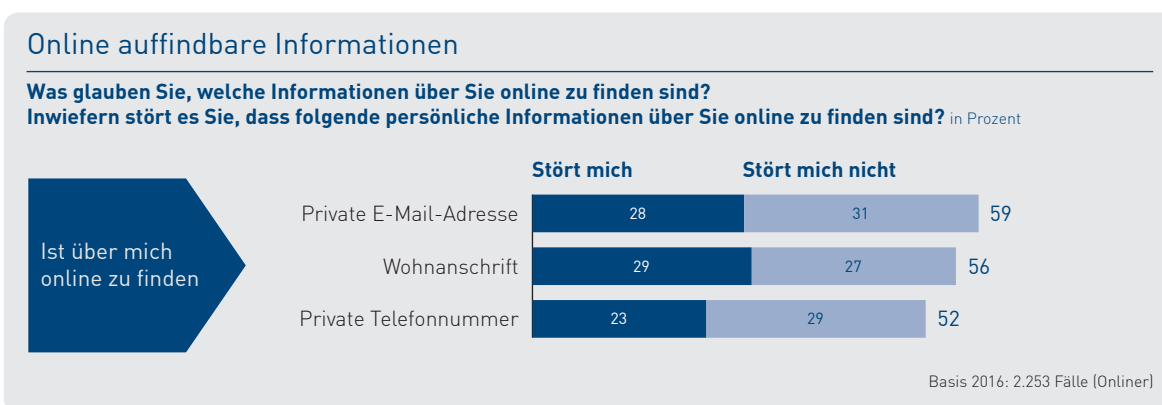
Inwiefern stört es Sie bzw. würde es Sie stören, wenn folgende persönliche Informationen über Sie online zu finden sind / wären? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 1.443 Fälle (Onliner, die der Auffassung sind, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten gewöhnen muss)

Erklärungsansatz #1: Freier Umgang mit Daten ist nicht gewünscht, sondern notwendiges Übel

Die Zustimmung zu der Aussage, dass man sich an einen freieren Umgang mit Daten gewöhnen müsse, kann nicht als Plädoyer für einen freieren Umgang mit Daten interpretiert werden. Wie die weitere Analyse zeigt, handelt es sich dabei um eine nüchterne Resignation in Bezug auf die geringe Kontrolle über die eigenen Daten. 59 Prozent der Onliner glauben, dass ihre private E-Mail-Adresse online auffindbar ist, fast die Hälfte davon stört das aber. Ähnlich viele glauben, dass ihre Wohnanschrift online auffindbar ist, auch dies löst bei jedem Zweiten Unbehagen aus.



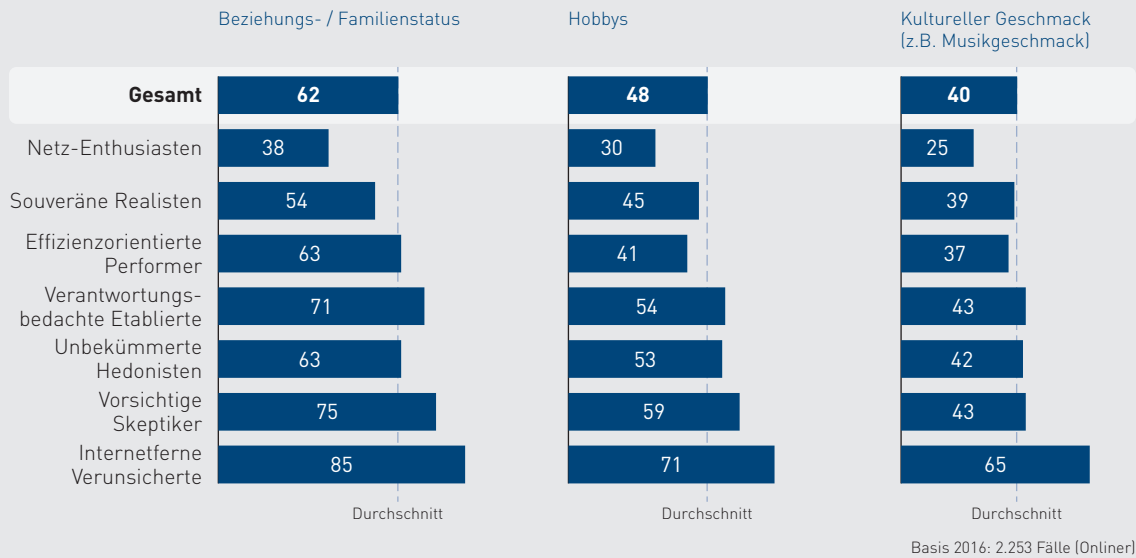
Dass persönliche Informationen im Internet überhaupt ungewollt eingestellt sind, erklären die Befragten vor allem mit der Schwierigkeit, auf bestimmte Services (wie z.B. Messenger-Dienste) im Lebensalltag verzichten zu können oder zu wollen. Zum anderen ziehen sie die eigene Arglosigkeit heran, wie in den qualitativen Interviews deutlich wurde: Man mache sich oft einfach „keine Gedanken“ darüber, dass die Preisgabe von persönlichen Daten „nur schwer zurückgenommen“ werden könne und die Datenweitergabe irgendwann eine „Eigendynamik“ entwickle, auf die man keinen Einfluss mehr habe.

Erklärungsansatz #2: Nicht alle persönlichen Informationen sind aus Sicht der Internetnutzer gleichermaßen privat

Mit Blick auf Veröffentlichungen im Internet zeigt sich, dass Privatheit alters- und lebensweltspezifisch unterschiedlich verstanden wird: Jeweils etwa die Hälfte der Internetnutzer stört es, wenn Beziehungsstatus, Hobbys oder der kulturelle Geschmack (z.B. der Film- oder Musikgeschmack) im Internet nachgelesen werden können. Bei dieser Frage sind die Unterschiede zwischen den DIVSI Internet-Milieus sehr groß. Vor allem die *Netz-Enthusiasten* teilen das allgemeine Unbehagen in vielen Punkten nicht. 40 Prozent würde es stören, wenn ihr aktuelles Alter online auffindbar wäre (gesamt: 53 Prozent). Die berufliche Situation möchten 35 Prozent von ihnen nicht online auffindbar wissen (gesamt: 52 Prozent). Nur ein Drittel stören veröffentlichte Informationen zum Beziehungs- bzw. Familienstatus (gesamt: 62 Prozent). Auch im Preisgeben von Hobbys oder kulturellem Geschmack sehen sie weniger ein Problem. Diese Einstellung teilen auch die *Effizienzorientierten Performer*. Beide Internet-Milieus haben den jüngsten Altersdurchschnitt und sind in Sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter oder Instagram am aktivsten. Es ist für sie schlichtweg gelebter Alltag, sich dort über die eigenen Hobbys und Vorlieben zu definieren und persönliche Informationen zu veröffentlichen. Mit anderen Worten: Um am öffentlichen Leben in der digitalen Welt teilzuhaben, bedarf es aus Sicht dieser Internet-Milieus einer eigenen Online-Identität samt persönlicher Informationen, die mit der Internetgemeinschaft geteilt werden.

Informationen, die nicht online auffindbar sein sollen – Milieu-Unterschiede

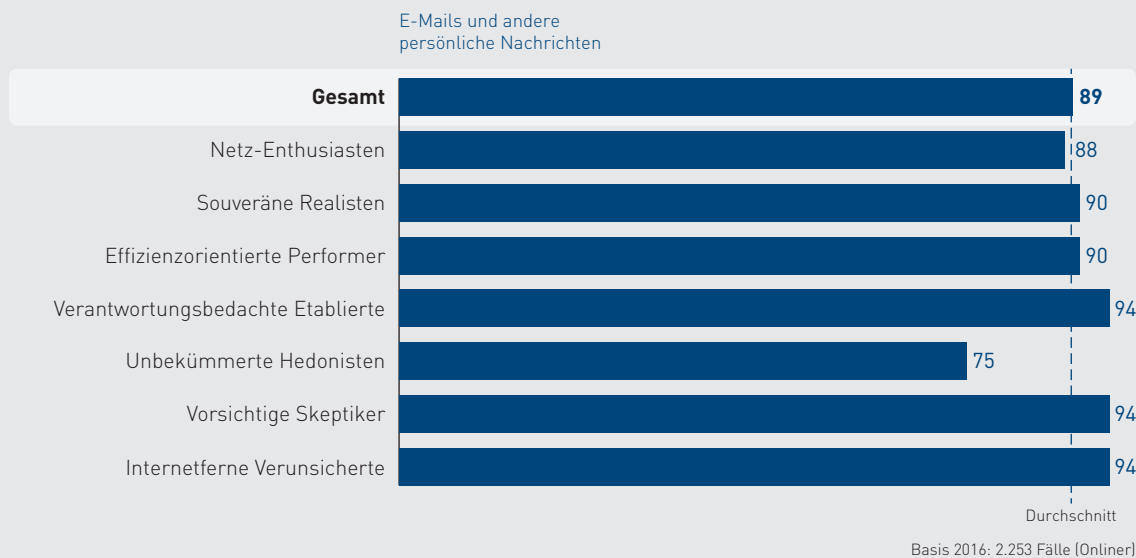
Inwiefern stört es Sie bzw. würde es Sie stören, wenn folgende persönliche Informationen über Sie online zu finden sind / wären? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Diese Ergebnisse decken sich mit den Befunden der DIVSI U25-Studie, die zeigt, dass für die junge Generation in erster Linie als privat gilt, was in den Bereich des Intimen oder Peinlichen fällt. Entsprechend zählen auch in dieser Befragung das eigene Alter, aber auch Angaben wie die berufliche E-Mail-Adresse nicht dazu. Ganz anders verhält es sich mit Inhalten persönlicher Nachrichten, die offen im Netz kursieren könnten. Diese Vorstellung löst sehr wohl auch bei den *Netz-Enthusiasten* ein großes Unbehagen aus.

Informationen, die nicht online auffindbar sein sollen – Milieu-Unterschiede

Inwiefern stört es Sie bzw. würde es Sie stören, wenn folgende persönliche Informationen über Sie online zu finden sind / wären? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Im Gegensatz zu den *Netz-Enthusiasten* möchten *Vorsichtige Skeptiker* und *Internetferne Verunsicherte* überhaupt keine Angaben über sich im Internet wissen. Für sie sind alle Informationen, die direkt ihre Person betreffen streng privat und sollten daher nicht frei zugänglich sein.

8.3 Der Handel mit persönlichen Daten: Ablehnen, was man selbst praktiziert

Es ist der breiten Mehrheit (75 Prozent) bekannt, dass die im Internet preisgegebenen Informationen von Firmen zu Geld gemacht werden können. Beispielsweise lassen sich über Cookies und IP-Adressen Profile der Internetnutzer erstellen, die viel über persönliche (Kauf-)Präferenzen aussagen und somit wertvoll für den Kundengewinn sind. Der Erfolg „kommerzieller Datensammler“ basiert darauf, dass die Menschen oft arglos das „Kleingedruckte“ in den Geschäftsbedingungen überlesen oder sich schlichtweg kein Bild darüber machen wollen oder können, wie viele kommerziell verwertbare Spuren sie von sich im Internet hinterlassen. Darauf deuten auch folgende Befunde hin: Lediglich 6 Prozent der Internetnutzer gehen davon aus, dass ihr Online-Verhalten schon einmal getrackt wurde. Ebenfalls nur 6 Prozent der Onliner nutzen anonyme Suchmaschinen (z.B. Startpage, DuckDuckGo oder ixquick), die Datensammlern das Leben erschweren.

Inwiefern wären die Menschen aber bereit, bewusst Daten von sich preiszugeben, wenn ihnen dadurch ein persönlicher Vorteil entstünde? Um dieser Frage nachzugehen, wurden folgende Aussagen zur Bewertung gestellt:

1. Ist es für Sie in Ordnung, wenn im Tausch für einen Service (z.B. eine App) andere Zugriff auf Ihre persönlichen Daten erhalten?

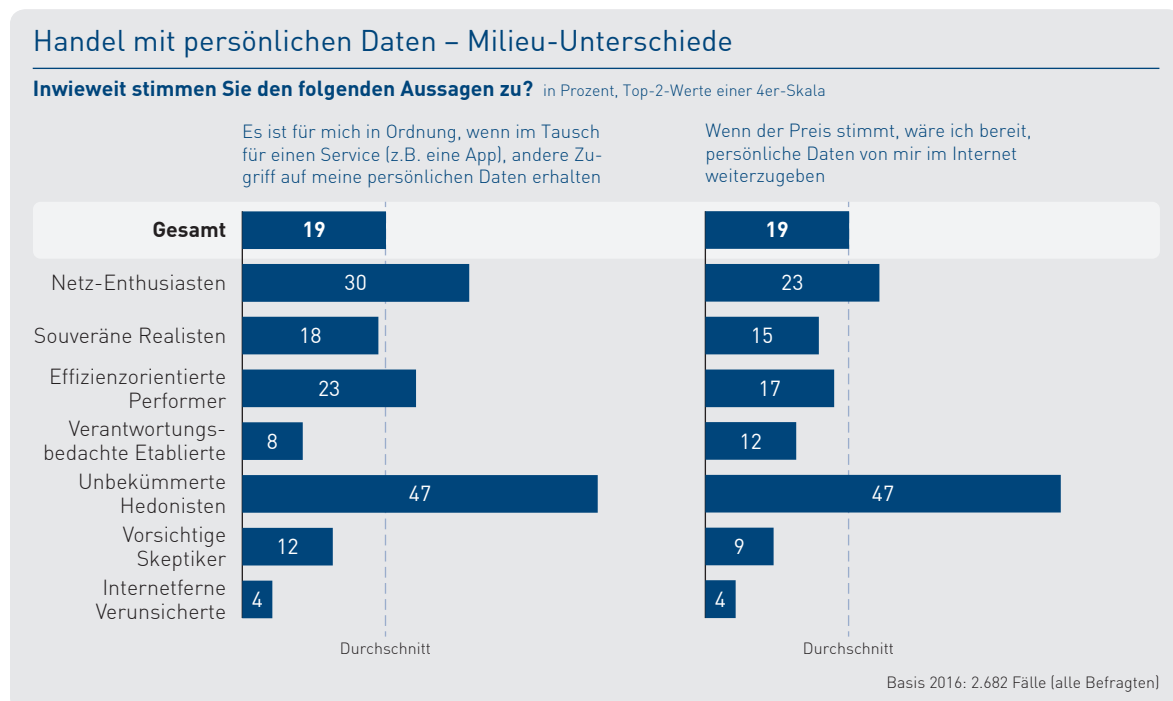
Nur 21 Prozent stimmen hier zu, und in keinem der DIVSI Internet-Milieus findet sich eine mehrheitlich offene Einstellung zu diesem „Geschäftsmodell“. Dennoch sind die milieuspezifischen Unterschiede groß: Während nur 4 Prozent der *Internetfernen Verunsicherten* bereit sind zum Tausch, sind es bei den *Unbekümmerten Hedonisten*, die einen offeneren Umgang mit den eigenen Daten pflegen, fast 50 Prozent. An zweiter Stelle folgen die *Netz-Enthusiasten*, die im Umgang mit den eigenen Daten unkritischer und pragmatischer agieren, als der Großteil der anderen Internet-Milieus. Knapp ein Drittel von ihnen ist bereit, persönliche Daten gegen einen Service zu tauschen.

Die mehr oder weniger deutliche milieuübergreifende Verslossenheit gegenüber einem Verkauf der eigenen Daten widerspricht dem tatsächlichen Verhalten und impliziert Unwissenheit über den faktisch stattfindenden Umgang mit persönlichen Daten. Das legt ein Blick auf die mit am häufigsten genutzten Online-Dienste nahe. Die Nutzung des Messenger-Dienstes WhatsApp zum Beispiel setzt das Einverständnis der User voraus, dass einige ihrer Daten kommerziell verwertet werden dürfen. Offensichtlich wird dieser Aspekt von den Usern aber ausgeblendet. Auch mit jeder Suchanfrage bei Google wird letztlich ein Tauschgeschäft abgeschlossen: Nutzer erhalten Rechercheergebnisse und vermitteln gleichzeitig dem Unternehmen über die Suchbegriffe Informationen über sich. Das Suchmaschinenangebot von Google hatte im Februar 2015 in Deutschland einen Marktanteil von 95 Prozent.¹⁰ Die Menschen lehnen also eine Idee ab, die sie gleichzeitig längst in ihren Alltag integriert haben.

¹⁰ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/167841/umfrage/marktanteile-ausgewaehlter-suchmaschinen-in-deutschland/> [Zugriff: 23.05.2016]

2. Wären Sie bereit, persönliche Daten von sich im Internet weiterzugeben, wenn der Preis stimmt?

Dieser Aussage stimmt nur knapp ein Fünftel zu. Mit 47 Prozent wären die *Unbekümmerten Hedonisten* noch am ehesten dazu bereit, persönliche Daten für einen entsprechenden Preis weiterzugeben. Der zweithöchste Zustimmungswert kommt von den *Netz-Enthusiasten*, wo allerdings nur noch 23 Prozent zustimmen. In den übrigen DIVSI Internet-Milieus stößt die Vorstellung auf sehr große Ablehnung. Die Idee, die eigenen Daten zu verkaufen, scheint den Menschen insgesamt noch fremd zu sein. Unternehmen gegen Geld Einblicke in das Private zu geben, fühlt sich für viele falsch oder gar unmoralisch an.



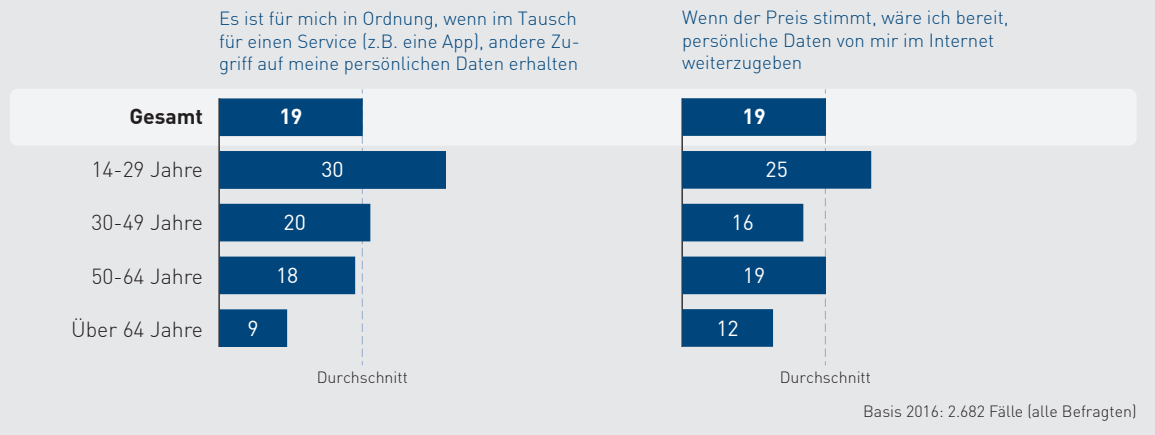
Die große Mehrheit ist beim Tausch von persönlichen Daten zurückhaltend – sei es gegen einen Service oder gegen Geld. Viele sind grundsätzlich gegen eine Kommerzialisierung und wünschen sich, dass der Umgang mit persönlichen Daten (seitens der Unternehmen und Anbieter) auf struktureller, d.h. sicherheitstechnischer und nicht auf wirtschaftlicher Ebene gelöst wird.

Erklärungsansatz #1: Die Akzeptanz des Geschäfts mit persönlichen Daten ist eine Altersfrage

Zwar ist die Bereitschaft, mit den persönlichen Daten zu handeln, in der Gesellschaft eher gering ausgeprägt, es weist aber manches darauf hin, dass die Internetnutzer in Zukunft offener dafür werden könnten. Neben den oben dargestellten Einstellungsausprägungen in den digitalen Lebenswelten gibt es hier auch nennenswerte Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Die junge Generation ist offener für den Tausch persönlicher Daten gegen einen Service oder gegen Geld. Vor allem für Befragte, die 65 Jahre und älter sind, ist ein Handel mit den persönlichen Daten hingegen weitestgehend tabu.

Handel mit persönlichen Daten – Altersunterschiede

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala

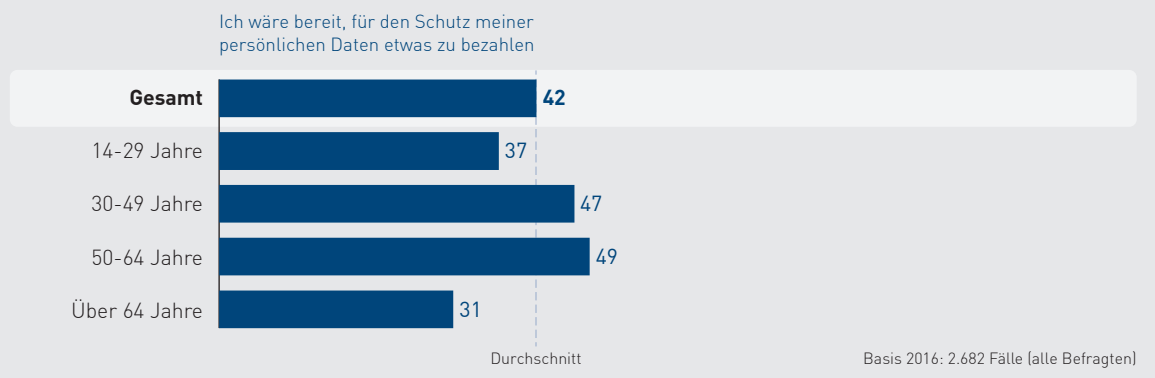


Erklärungsansatz #2: Die Bereitschaft, für den Schutz der eigenen Daten zu zahlen, ist größer als die Bereitschaft, die eigenen Daten zu verkaufen

Neben einem Tausch von Daten gegen Services wird häufig auch die Möglichkeit diskutiert, für den Schutz der eigenen Daten Geld zu zahlen. Dabei zeigt sich, dass der Anteil derer, die dazu bereit wären, mit 42 Prozent deutlich über dem Anteil derer liegt, für die der Verkauf der eigenen Daten in Frage käme (19 Prozent). Die eigenen Daten sind also eher ein Gut, das es zu schützen gilt, als ein Gut, mit dem man Handel treibt. Auch bei der Zahlungsbereitschaft gibt es altersspezifische Unterschiede. Sie verhalten sich jedoch anders als die Tendenzen bei der Verkaufsbereitschaft: Die jüngste und die älteste Generation sind selten bereit, ein „Schutzgeld“ für die persönlichen Daten zu zahlen. Die 14- bis 29-jährigen Internetnutzer sind es kaum gewohnt, für Online-Dienste Geld einzusetzen und schätzen das Internet sehr für seine vermeintlich kostenlosen Angebote. Bei der Gruppe der über 64-Jährigen spielen die Privatsphäre- und Datenschutzfragen im Netz eine entscheidende Rolle. Bevor sie dafür bezahlen, würden sie aber wohl eher gänzlich auf solche Angebote verzichten. Am ehesten bereit zu zahlen wären die 30- bis 64-Jährigen. Viele in dieser Altersgruppe „brauchen“ das Internet schlichtweg und bewerten die Privatheit im Netz als wichtig. Die Gratis-Mentalität der jüngeren Internetnutzer ist hier eher selten vertreten.

Zahlungsbereitschaft für den Schutz eigener Daten – Altersunterschiede

in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



8.4 Eine digitale Auszeit wünschen sich vor allem diejenigen, die nicht so häufig online sind

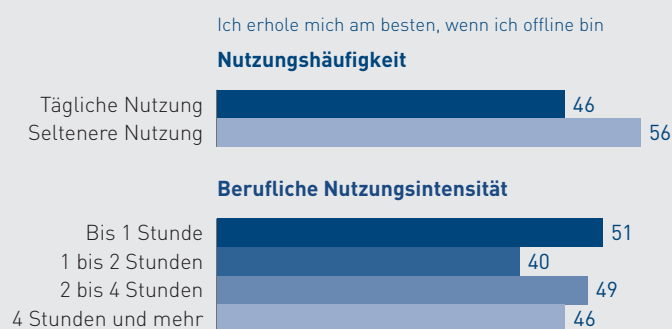
In den vergangenen Jahren wird vermehrt über das Phänomen eines „Digital Detox“ (deutsch: Digitale Entgiftung) berichtet. Dahinter verbirgt sich die Idee, sämtliche digitalen Verbindungen für eine gewisse Zeit zu kappen, um so den Stress abzubauen, der durch „Always-On“ und die damit einhergehende ständige Erreichbarkeit entsteht. Nachdem bereits rund um den kalifornischen IT-Standort Silicon Valley erfolgreich „Digital Detox“-Wochenenden angeboten werden, haben sich jetzt auch in Deutschland die ersten Anbieter auf solche Angebote spezialisiert: An Wochenenden in der Natur wird den Teilnehmenden eine Reihe „analoger Erlebnisse“ geboten, die zur Erholung führen und „den inneren Akku“ wieder aufladen sollen. Aber auch im Kleinen wird der „Digital Detox“ praktiziert. So verzichten einige gelegentlich bewusst auf digitale Medien und darauf, erreichbar zu sein – sei es zu Hause, bei einem Spaziergang oder beim Sport.

Die Vermutung liegt nahe, dass sich vor allem die Intensivnutzer des Internets mitunter „digital vergiftet“ fühlen und digitale Auszeiten zur Erholung wünschen. Tatsächlich ist es aber genau andersrum: Es sind die Personen, die eher selten und kurz online sind, die angeben, sich besser offline als online zu erholen. Dies zeigt unter anderem der Vergleich zwischen den Nutzern, die täglich online sind und denjenigen, die seltener online sind: Von den täglichen Nutzern sagen 46 Prozent, dass sie sich besser erholen, wenn sie offline sind. Bei den Onlinern, die nicht jeden Tag im Internet sind, sagen dies deutlich mehr: 56 Prozent.

Da angenommen werden kann, dass Stress im Zusammenhang mit digitalen Medien auch oder vor allem durch die berufliche Nutzung entsteht, lohnt der Vergleich zwischen Personen, die viel bzw. wenig Zeit für berufliche Zwecke online sind. Es zeigt sich, dass wer beruflich viel mit dem Internet zu tun hat, kein gesteigertes Bedürfnis nach Erholung abseits digitaler Medien hat. Am größten ist der Anteil derer, die sagen, dass sie sich am besten offline erholen, sogar bei der Gruppe, die am wenigsten Zeit (unter einer Stunde am Tag) für berufliche Zwecke online ist.

Wunsch nach digitalen Auszeiten

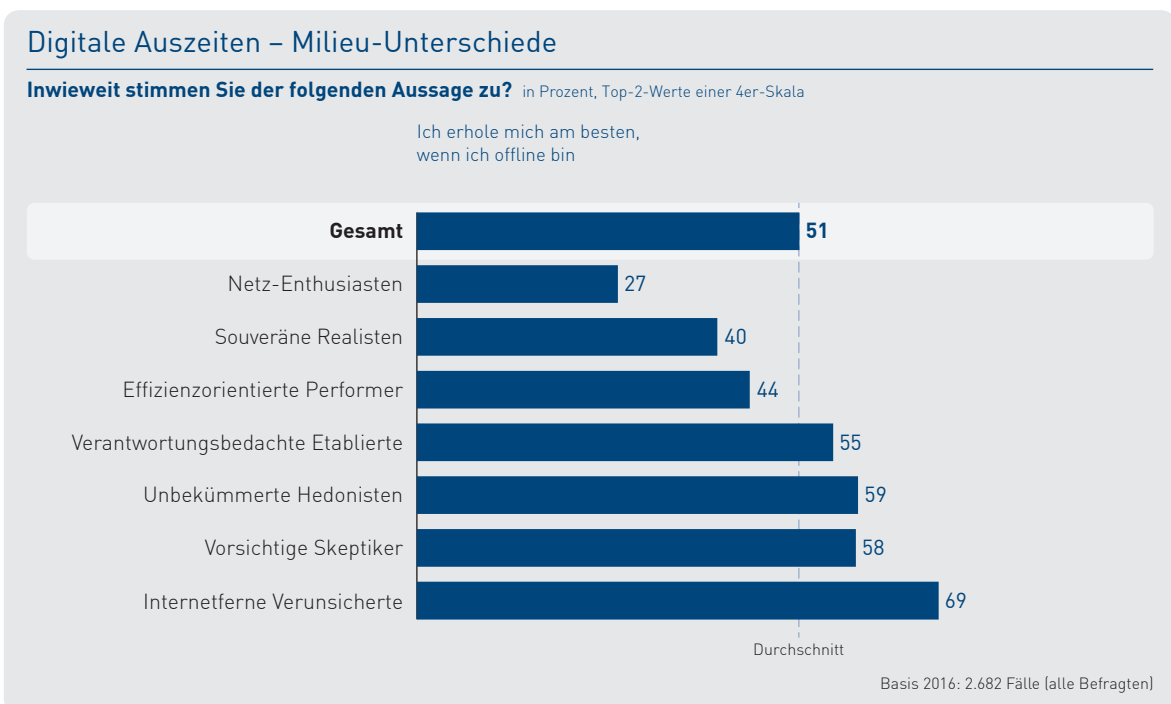
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? in Prozent, Top-2-Werte einer 4er-Skala



Basis 2016: 2.253 Fälle (Onliner)

Erklärungsansatz: In manchen DIVSI Internet-Milieus findet Erholung mittlerweile online statt

Warum verhält es sich so widersprüchlich, dass nicht in erster Linie die Intensivnutzer zur Entspannung und Erholung offline sein wollen? Dies liegt daran, dass es vielen mittlerweile besonders gut oder gar besser gelingt, mit Hilfe von Internetangeboten abzuschalten – beispielsweise bei Musik oder Filmen, die über Streamingdienste geladen werden oder bei Videospiele. Der Blick auf die DIVSI Internet-Milieus zeigt, dass es vor allem die digitalen Lebenswelten mit einem schmalen Nutzungsspektrum digitaler Unterhaltungsmöglichkeiten sind, für die Erholung eher fernab digitaler Sphären stattfindet.



Mehrheitlich äußern insbesondere die *Internetfernen Verunsicherten* (69 Prozent), die *Vorsichtigen Skeptiker* (58 Prozent) und die *Verantwortungsbedachten Etablierten* (55 Prozent), dass sie sich am besten offline erholen. Es sind gerade diese Internet-Milieus, die im Vergleich wenigen Aktivitäten online nachgehen. Vor allem Unterhaltungsangebote finden im Milieu-Vergleich hier selten Verwendung: Die drei genannten Internet-Milieus streamen selten Musik, Podcasts oder Filme, nutzen die Mediatheken von TV-Sendern wenig und spielen kaum Videospiele. Auf den ersten Blick überraschend erscheint die Tatsache, dass die Unbekümmerten Hedonisten sich auch mehrheitlich am besten offline erholen können. Dieses Internet-Milieu ist zwar online-begeistert, aber auch jenseits der Online-Welt unterhaltungsorientiert und viel unterwegs. Sich „richtig“ zu erholen bedeutet bei den Unbekümmerten Hedonisten vor allem, andere Menschen zu treffen und etwas zu erleben. Die Internet-Milieus, die dem Gedanken des „Digital Detox“ hingegen scheinbar weniger abgewinnen können, sind die *Netz-Enthusiasten* (27 Prozent), die *Souveränen Realisten* (40 Prozent) und die *Effizienzorientierten Performer* (44 Prozent). Alle drei zeichnen sich durch ein breites Nutzungsspektrum aus und nutzen auch Online-Unterhaltungsmöglichkeiten im Milieu-Vergleich oft. Darüber hinaus sind sie kompetente Internetnutzer, für die der Umgang mit digitalen Medien selbstverständlich und keine Stresssituation ist. Im Besonderen gilt dies für die *Netz-Enthusiasten*.

9. Zusammenfassung und Ausblick

Die Beziehung zum Internet wird intensiver – und unverzichtbar

Die Mehrheit der Menschen in Deutschland steht der fortschreitenden Digitalisierung positiv gegenüber, auch mit Blick in die Zukunft. Dass das Internet zukünftig noch mehr als heute den eigenen Alltag durchdringen wird, bereitet ihnen keine Angst. Vielmehr ist es so, dass für die meisten von ihnen ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellbar ist.

Durch den direkten Vergleich mit den Ergebnissen der DIVSI Milieu-Studie von 2012 kann die aktuelle Untersuchung aufzeigen, dass der digitale Wandel sich nicht nur technisch vollzieht, sondern dass sich auch die entsprechenden Haltungen zum Internet kontinuierlich verändern. Heute sind nicht nur wesentlich mehr Menschen täglich online als 2012, sie betonen auch die Chancen, die das Netz bereithält, deutlich stärker. Gleichzeitig wird das Internet immer selbstverständlicher: Online zu sein ist der Normalzustand; fehlt hingegen eine Internetverbindung, bedeutet dies für viele eine erhebliche Beeinträchtigung ihres Alltags.

Die Landschaft der DIVSI Internet-Milieus hat sich merklich verändert

Die Aktualisierung der DIVSI Internet-Milieus zeigt deutliche Veränderungen im Panorama der digitalen Lebenswelten, die durch zwei wesentliche Entwicklungen erklärbar sind:

- **Pragmatische Wende im Netz:** Ein unaufgeregter Umgang mit dem Internet wird Normalität für weite Teile der Gesellschaft. Verunsicherung und Skepsis nehmen bei den digitalen Grundhaltungen weniger Raum ein als noch 2012. Das Internet ist somit in der Mitte der Gesellschaft angekommen.
- **Nicht alle Intensivnutzer sind Internet-Fans:** Waren 2012 noch alle Internet-Milieus, die viel Zeit online verbringen, uneingeschränkte Befürworter neuer Entwicklungen, hat sich dieses Gesellschaftssegment nun ausdifferenziert: Nach wie vor kann ein Internet-Milieu identifiziert werden, das euphorisch alle neuen Online-Angebote mit großem Interesse aufnimmt und das Internet „liebt“ (*Netz-Enthusiasten*). Gleichwohl gibt es inzwischen auch ein Internet-Milieu, das eine intensive Nutzung mit einer selektiv-kritischen Sicht auf bestimmte Entwicklungen und Möglichkeiten des Internets vereint (*Souveräne Realisten*). Die uneingeschränkte Begeisterung ist hier einer zunehmenden Ernüchterung gewichen.

Der Graben zwischen On- und Offlinern existiert weiterhin – aber die Bedeutung des Internets steigt auch bei den Offlinern

Auch wenn es heute weniger sind als noch vor vier Jahren, gibt es weiterhin Menschen in Deutschland, die das Internet nicht nutzen (16 Prozent „Offliner“ heute gegenüber 20 Prozent 2012). Zudem ist die Gruppe der Offliner näher an das Internet herangerückt. Sie nutzen das Internet zwar nicht aktiv selbst, aber...

- ... sie sehen zunehmend die Vorteile, die sich durch das Internet im Alltagsleben ergeben und wertschätzen entsprechende Entwicklungen. So begrüßen sie beispielsweise, dass man eine Reise auch bequem von zu Hause aus buchen kann, auch wenn sie selbst lieber ins Reisebüro gehen.

- ... sie delegieren Online-Aktivitäten an vertraute Personen. Dies betrifft zum Beispiel den „Auftrag“, schnell etwas zu recherchieren oder etwas im Internet zu bestellen, das über andere Wege nicht oder nur mühsam zu beschaffen wäre.

Zudem ist fraglich, ob es mittlerweile überhaupt noch möglich ist, offline zu sein. Auch Menschen, die das Internet nicht nutzen, wissen, dass immer mehr Prozesse im Alltag, an denen auch sie teilnehmen, online gesteuert sind. Ist beispielsweise jemand ein Offliner, der sich in einem online-gestützten Verkehrsleitsystem bewegt? Offliner werden somit zwangsläufig immer mehr zu (Passiv-)Onlinern, nämlich wenn digitale Infrastrukturen immer unsichtbarer werden und sich das Internet der Dinge weiter etabliert.

Die Gruppe der Offliner bedarf dennoch der Aufmerksamkeit und Unterstützung. Nicht wenige fühlen sich überfordert und es macht ihnen Angst, dass immer mehr Bereiche ihres vertrauten Alltags dem digitalen Wandel unterworfen werden. In dieser Gruppe sammeln sich zudem auch andere Zukunftsängste (gesundheitliche Versorgung, ökonomische Existenzsicherung etc.), die vor allem mit Blick auf die soziodemografischen Merkmale nachvollziehbar werden: Hier finden sich überwiegend Personen, die formal niedrige Bildungsabschlüsse erzielt haben, über 64 Jahre alt sind oder im niedrigen Einkommensbereich nahe dem Existenzminimum leben.

Ungleich verteilte Teilhabechancen an der digitalisierten Gesellschaft

Die vorliegende Studie beschreibt nicht nur die verschiedenen Einstellungen zum Internet, sondern identifiziert milieuspezifische Grade der Teilhabe bzw. Teilhabechancen am digitalen Leben. Diese digitale Teilhabe muss heute als wesentlicher Bestandteil sozialer Teilhabe verstanden werden – denn: Ohne digitale Teilhabe keine soziale Teilhabe. Die Ergebnisse zeigen, dass die Teilhabechancen an der digitalisierten Zukunft über die DIVSI Internet-Milieus ungleich verteilt sind und dies ist längst mehr als eine Frage danach, ob jemand das Internet nutzt oder nicht. Entscheidend ist neben dem Wunsch nach digitaler Teilhabe die subjektiv empfundene Souveränität:

- Einen hohen Grad an digitaler Teilhabe weisen die internetnahen Gruppen der *Netz-Enthusiasten*, *Souveränen Realisten* und *Effizienzorientierten Performer* auf. Sie vereint eine subjektiv hohe Souveränität im Umgang mit dem Internet und ein ausgeprägter Wunsch, an allem was im Netz passiert, teilzuhaben. Neuen Innovationen werden hohes Interesse und Aufmerksamkeit entgegen gebracht. Gleichzeitig fühlen sie sich in der Lage, auf Unvorhergesehenes und auf Gefahren entsprechend reagieren zu können. In diesen Internet-Milieus stehen die Chancen der Digitalisierung im Fokus der Aufmerksamkeit. Zukünftige Entwicklungen, die eine noch stärkere Organisation des beruflichen wie privaten Alltags mithilfe des Internets erfordern, stellen für sie keinerlei Hindernis dar. Mehr noch: Sie sehen sich in der Lage – auch über das Internet – die Gesellschaft mitzugestalten, etwa in Form von digital organisierten Meinungsbildungsprozessen.
- Einen mittleren Grad an digitaler Teilhabe weisen die Gruppen der *Verantwortungsbedachten Etablierten* und der *Vorsichtigen Skeptiker* auf. Diese Internet-Milieus zeichnet eine Zurückhaltung bei der Nutzung des Internets aus. Hintergrund ist eine gewisse Überforderung mit dem Netz – teils verzichten sie aus Sorge vor Sicherheitsproblemen auf verschiedene Anwendungen und Möglichkeiten, wie beispielsweise Online-Banking. Aber auch ihr Interesse an der Digitalisierung ist geringer als in den Internet-Milieus mit einem hohen Teilhabe-Grad. Die Unsicherheit im Umgang mit dem Internet, gepaart mit einer eingeschränkten Chancenwahrnehmung wirkt als Barriere für die Teilhabe an zukünftig noch stärker digital geprägten Infrastrukturen und Angeboten.

- Besonderes Augenmerk wird künftig auf die *Unbekümmerten Hedonisten* zu richten sein: Ihrem zwar vorhandenen großen Wunsch nach Teilhabe stehen eine ausgeprägte Überforderung und ein vergleichsweise unbedarfter Umgang mit möglichen Risiken entgegen. Sie weisen, gemeinsam mit den *Internetfernen Verunsicherten*, einen eher geringen Grad digitaler Teilhabe auf und sind nur teilweise in der Lage, Chancen und Optionen der Digitalisierung für sich zu nutzen und an zukünftigen Entwicklungen zu partizipieren.
- Ein besonders geringer Teilhabegrad an der digitalen Welt findet sich bei den *Internetfernen Verunsicherten*. Sie fühlen sich weder kompetent im Umgang mit Online-Angeboten, noch zeigen sie einen ausgeprägten Wunsch, von diesen Gebrauch zu machen. Diese Gruppe ist zudem zu einem großen Teil in prekärer sozioökonomischer Lage.

Zur Sicherstellung der digitalen und damit auch immer mehr der sozialen und gesellschaftlichen Teilhabe reicht weder die Bereitstellung technischer Zugänge noch die Motivation zu mehr Internetnutzung aus. Entscheidend ist vielmehr, die Menschen auch entsprechend zu befähigen, sich souverän in der digitalen Welt bewegen und Risiken richtig einzuschätzen zu können. Dabei geht es wesentlich auch um die Frage, wie sichere und nachvollziehbare Rahmenbedingungen geschaffen werden können, die gerade für internetferne Personen vertrauensbildend wirken.

Der Glaube an Datensicherheit im Internet schwindet – aber das trübt den Optimismus nicht

Im Vergleich zu 2012 fühlt sich die Bevölkerung in Deutschland den verschiedenen Risiken heute stärker ausgesetzt. Die Befragten berichten zum Beispiel häufiger von tatsächlichen Negativerlebnissen wie dem Befall ihrer Computer mit Schadprogrammen, der Belästigung durch Spam-Mails etc. Insgesamt erscheint das Thema Sicherheit im Netz präsenter, aber auch diffuser als noch 2012. Der „Glaube“ an eine grundsätzlich mögliche (Daten-)Sicherheit ist deutlich zurückgegangen; es hat sich vielmehr ein nüchterner Fatalismus eingestellt. Insbesondere die Sorge um einen möglichen Missbrauch der eigenen persönlichen Daten treibt die Menschen in Deutschland um. Sie haben Schwierigkeiten einzuschätzen, welche Auswirkungen beispielsweise die Enthüllungen des ehemaligen NSA-Mitarbeiters Edward Snowden oder Vorfälle wie die Hackerangriffe auf den deutschen Bundestag auch für sie persönlich haben (könnten). Interessant ist, dass die gestiegene Wahrnehmung verschiedener Risiken im Internet nicht dazu führt, dass die Menschen weniger vom Internet begeistert sind. Im Gegenteil: Der Internetoptimismus ist sogar gestiegen.

Sinkendes Vertrauen in diejenigen, die Verantwortung tragen sollten

Den Menschen ist noch deutlicher bewusst als vor vier Jahren, dass es in punkto Verantwortung für Sicherheit im Internet keine einfachen Lösungen geben kann. Wer den Staat in der Verantwortung sieht, möchte noch lange nicht, dass dieser etwas reglementiert. Wer Eigenverantwortung befürwortet, verlangt gleichzeitig klare Regeln.

Für Sicherheitsfragen im Internet sieht die große Mehrheit der Bevölkerung auch sich selbst in der Pflicht (82 Prozent). Eine Grundregel ist aus Nutzersicht, sich in der Infrastruktur des Netzes bewusst zu bewegen; man sollte die notwendigen Regeln beachten und Vorsichtsmaßnahmen ergreifen (z.B. sichere Passwörter wählen) sowie den gesunden Menschenverstand einschalten; sonst ist man selbst schuld, wenn etwas passiert. Neben der eigenen Umsicht wird der Staat als verantwortlich für Sicherheitsfragen gesehen. Die deutliche Mehrheit der Befragten (70 Prozent) erwartet, dass sich

dieser aktiv um Sicherheit im Netz kümmert. Umgekehrt ist jedoch das Vertrauen in die Fähigkeit des Staates, die Bürger vor den Gefahren zu schützen, seit 2012 deutlich zurückgegangen.

Als dritter Akteur im Kontext Sicherheit werden Unternehmen, also die Anbieter von Online-Diensten, in die Pflicht genommen. Die breite Mehrheit (88 Prozent) der Bevölkerung ist beispielsweise der Meinung, dass Unternehmen für einen besseren Datenschutz sorgen sollten. Gleichzeitig ist mehr als die Hälfte der Befragten davon überzeugt, dass Anbieter von Online-Diensten nicht gewissenhaft mit Nutzerdaten umgehen.

Ausblick: Sind die Menschen ausreichend auf eine digitalisierte Zukunft vorbereitet?

Das Internet wird im Alltag der Menschen insbesondere durch mobile onlinefähige Geräte immer präsenter. Weitere Innovationen werden diese Dynamik in den nächsten Jahren nochmals verstärken. Nur eine kleine Minderheit der Bevölkerung hat bereits konkrete Vorstellungen von den Möglichkeiten, die zum Beispiel „SmartHome“-Technologien bieten und es wird noch dauern, bis das „Internet der Dinge“ im Alltag der Menschen zur Normalität wird. Eine rechtzeitige Vorbereitung auf neue, infrastrukturelle Entwicklungen ist jedoch wichtig, damit die Möglichkeiten und Risiken neuer Techniken richtig eingeschätzt und zum persönlichen Vorteil in den Alltag integriert werden können.

Eine weitere Entwicklung, die zukünftig deutlich relevanter werden wird, ist der auf verschiedensten Wegen stattfindende Handel mit persönlichen Daten. Auch wenn den meisten Befragten im Prinzip klar ist, dass Unternehmen ihre Daten monetarisieren, können sie für den eigenen Handlungsbereich nicht überblicken, ob und inwieweit sie selbst (schon) Teil dieses komplexen Systems einer Datenvermarktung sind. „Personal Data Economy“ im Sinne einer aktiv eingesetzten persönlichen Daten-Strategie ist noch selten anzutreffen (außer z.B. bei professionellen Bloggern). Gerade hier ist es aber von Bedeutung, dass die Nutzer – wenn sie schon ihre Daten zur Verfügung stellen – um den Wert ihrer Daten wissen und sich diesen ggf. auch entsprechend vergüten lassen. Dazu gehört auch, Nutzer überhaupt in die Lage zu bringen, selbst entscheiden zu können, ob und wie ihre Daten verwendet werden dürfen, was auch mit Aufklärung und entsprechend notwendigen Rahmenbedingungen verbunden ist.

Aufklärende Maßnahmen über Möglichkeiten aber auch Fallstricke künftiger Entwicklungen wären demnach wichtige Handlungsansätze, um möglichst viele Menschen als souveräne Akteure an der digitalen Welt teilhaben zu lassen. Für die Frage, wie die jeweiligen Personengruppen erreicht und angesprochen werden können, liefert die vorliegende Studie detaillierte Beschreibungen der digitalen Lebenswelten in Deutschland. Zudem identifiziert sie diejenigen Internet-Milieus, die Gefahr laufen, von zukünftigen Entwicklungen ausgeschlossen zu sein, obwohl sie Onliner sind. Dabei wird deutlich, dass die Grenzen künftig immer weniger zwischen Onlinern und Offlinern verlaufen werden, sondern zwischen denjenigen, die den digitalen Wandel aktiv mitgestalten und denen, die daran teilhaben wollen, aber nicht können.

10. Anhang: Methoden und Stichprobe

Das zentrale Forschungsziel der vorliegenden Studie war es, Veränderungen und Konstanten in den Einstellungen und Zugangsweisen zum Internet zu erkennen und auf Basis dieser Befunde eine Aktualisierung des 2012 erstellten Modells der DIVSI Internet-Milieus durchzuführen. Für die Umsetzung bedurfte es sowohl eines vertieften qualitativen Verständnisses als auch eines quantitativen Datensatzes, um Hypothesen überprüfen bzw. quantitativ be- oder widerlegen zu können. Dementsprechend kombiniert der Forschungsansatz qualitative und quantitative Methoden.

Phase 1: Qualitativ-psychologische Erhebung

Der Fokus der qualitativ-psychologischen Erhebung lag nicht ausschließlich auf der Internetnutzung, sondern vor allem auf den dahinterliegenden (handlungsleitenden) Einstellungen, die entscheidend für die jeweiligen milieuspezifischen Zugangsweisen sind. Um diese Einstellungen unverfälscht einzufangen, empfahlen sich non-direktiv geführte Einzel-Explorationen. Diese arbeiten nach dem didaktischen Prinzip, den Befragten Raum zu geben, um ihre Wahrnehmungen, Meinungen und Emotionen in ihrer natürlichen Alltagssprache zu schildern. Unbeeinflusst von strukturierten Vorgaben konnten die Gesprächspartner so all das zum Ausdruck bringen, was aus ihrer subjektiven Sicht von Bedeutung ist. Die Gespräche wurden als ethnografische In-Home-Interviews bei den Gesprächspartnern zu Hause geführt. So konnten Einblicke in die Lebenswelten gewonnen und fotografisch festgehalten werden. Darüber hinaus bietet dieses Vorgehen den Vorteil, dass sich die Interviewten in ihrer eigenen Umgebung sicher fühlen und in der Regel ungefiltert antworten, da soziale Normen in den eigenen „vier Wänden“ eine geringere Rolle spielen als in für Forschungszwecke eingerichteten Teststudios.

Im August und September 2015 wurden auf diese Weise 56 Interviews von für qualitative Erhebungsmethoden speziell geschulten Mitarbeitern des SINUS-Instituts durchgeführt. Neben einer der Gesamtbevölkerung entsprechenden Alters- und Geschlechterverteilung wurde auf eine regionale Streuung in Nord-, Ost-, Süd- und Westdeutschland geachtet. Darüber hinaus wurden Vertreter aller sieben DIVSI Internet-Milieus (basierend auf der DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet von 2012) befragt. Bei den ca. zweistündigen Interviews wurde ein Gesprächsleitfaden eingesetzt. Dieser gewährleistete, dass alle relevanten Forschungsfragen im Verlauf des Interviews thematisiert wurden. Die Inhalte des Gesprächsleitfadens basierten auf den Ergebnissen der Vorgängerstudien und der Sichtung der gängigen Forschungsliteratur. Die Interviews wurden digital aufgezeichnet und anschließend durch das SINUS-Institut inhaltsanalytisch entsprechend der Methode der hermeneutischen Textinterpretation ausgewertet.

Die Zugehörigkeit zu einem Internet-Milieu basiert auf der Werteorientierung der Menschen in Bezug auf Fragen zum Internet und digitalen Medien. Werteorientierungen lassen sich zum einen verbal beschreiben, indem grundsätzliche Haltungen zum Leben erklärt und anhand von Beispielen sowie in Form von Zitaten dargelegt werden. Was Menschen aber persönlich wichtig ist und was sie miteinander verbindet, zeigt sich zum anderen ebenso in ihrer jeweiligen Lebensstilkultur, u.a. den bevorzugten Freizeitaktivitäten, Produktpräferenzen und der Gestaltung der eigenen vier Wände. Daher wurde im Rahmen der qualitativen Tiefeninterviews auch eine fotografische Dokumentation der Lebenswelten durchgeführt. Die ausgewählten Bilder veranschaulichen in Kapitel 4.3. typische Wohnstile der einzelnen DIVSI Internet-Milieus und bringen damit die zielgruppenspezifische Alltagsästhetik visuell auf den Punkt.

Phase 2: Die quantitative Repräsentativ-Erhebung

Die Ergebnisse der qualitativen Phase wurden in den Fragebogen für die anschließende quantitative Befragung integriert. Bei der Fragebogenentwicklung bestand die Herausforderung vor allem darin, einerseits genügend Überschneidungen mit der Befragung der Vorgängerstudie zu erhalten, um so Veränderungen quantitativ messen zu können und andererseits aktuelle Themengebiete, die in den vergangenen vier Jahren an Bedeutung gewonnen haben, ausreichend abzudecken. Es entstand ein ca. 35-minütiger Fragebogen. An der computergestützten Befragung (CAPI) nahmen insgesamt 2.683 Personen teil. In den Monaten Oktober und November 2015 wurde die Repräsentativ-Erhebung vom Feldinstitut Ipsos durchgeführt.

Zur quantitativen Überprüfung der Notwendigkeit einer Modell-Aktualisierung wurde den erhobenen Daten im Zuge der Auswertung zunächst der bestehende Indikator und Algorithmus von 2012 zugrunde gelegt. Dabei zeigte sich im Vergleich mit 2012 folgende Größenentwicklung der DIVSI Internet-Milieus:

DIVSI Internet-Milieus	2012	2016
Digital Souveräne	15	27
Effizienzorientierte Performer	14	17
Verantwortungsbedachte Etablierte	10	8
Unbekümmerte Hedonisten	12	12
Ordnungsfördernde Internet-Laien	12	7
Postmaterielle Skeptiker	10	9
Internetferne Verunsicherte	27	20

Für die Aktualisierung waren dabei vor allem die folgenden Punkte von Relevanz:

- Das bisherige Internet-Milieu der *Digital Souveränen* vergrößert sich deutlich von 15 Prozent auf 27 Prozent. Damit hätte sich ein sehr großes Internet-Milieu vermeintlich Gleichgesinnter ergeben. Eine genauere Analyse der zugrundeliegenden Daten zeigte allerdings, dass es bedeutsame Unterschiede innerhalb dieser Gruppe gibt. Wie schon die qualitative Erhebung ergab, bestätigte die quantitative Untersuchung, dass nur bei einem Teil der bisherigen *Digital Souveränen* eine unbedingte Begeisterung für Soziale Netzwerke und eine weitgehende Identifikation mit und über Online-Communitys existiert. Einem anderen Teil dieses Typs ist dies nicht wichtig. Für sie zählt vor allem ihre Unabhängigkeit – auch in punkto soziale Netzwerke.
- Die bisherigen Internet-Milieus der *Ordnungsfördernden Internet-Laien* und der *Internetfernen Verunsicherten* verkleinern sich und sind weniger gut voneinander unterscheidbar in ihren Ansichten.

Die beschriebenen Veränderungen erforderten eine Anpassung des Typenmodells und somit eine Aktualisierung des Indikatorinstruments und des Zuordnungsalgorithmus.

Typenbildung

Ausgangspunkt der quantitativen Typenaktualisierung war eine umfassende Statement-Batterie die auf dem Indikator von 2012 und den Ergebnissen der qualitativen Phase basiert. Um die hinter den Einzelmeinungen stehenden grundlegenden Einstellungsfaktoren zu bestimmen, wurde zunächst

eine Faktorenanalyse der Einstellungsbatterie durchgeführt. Ergebnis nach Eigenwert-Kriterium war ein 14-Faktoren-Modell. Im nächsten Schritt wurde sich einer speziellen Form der Clusteranalyse bedient. Grundsätzlich ist das Ziel der Clusteranalyse die Bildung von Gruppen (Typen), die hinsichtlich ihrer themenbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen in sich möglichst homogen sind und sich gleichzeitig deutlich voneinander unterscheiden. Dabei wurde folgendes Vorgehen gewählt:

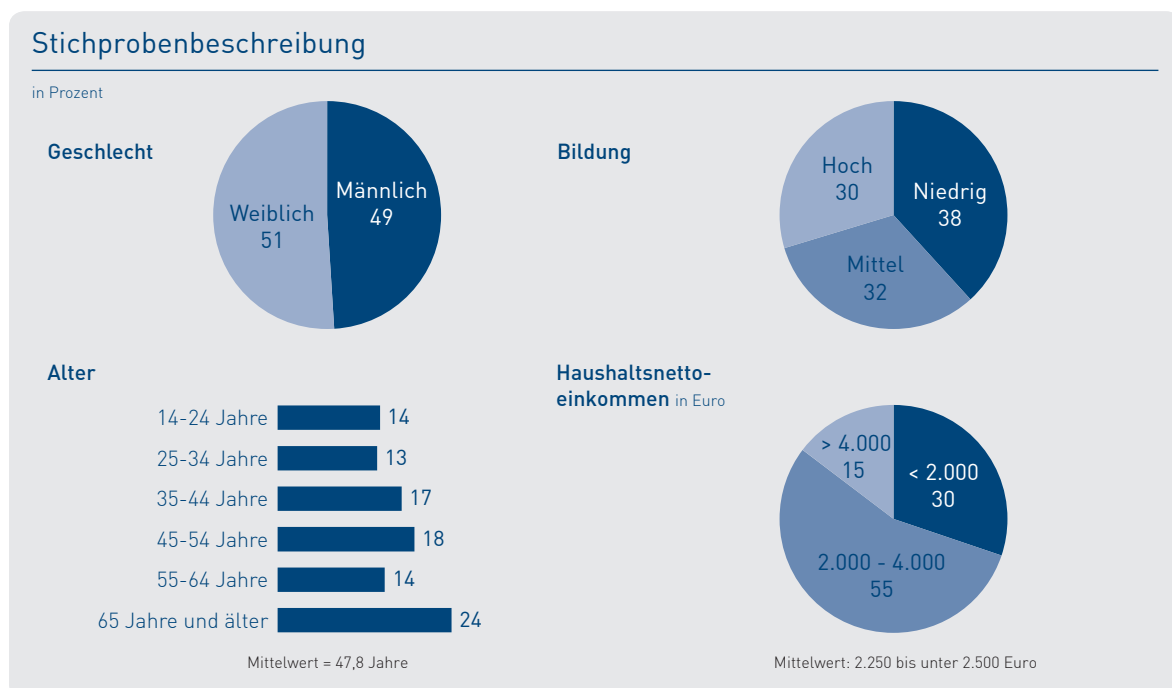
1. Hypothesengeleitete Definition von Typen-Seeds (Kristallisationspunkte) auf der Basis der ermittelten Einstellungsfaktoren
2. Klassifikation der Befragten entsprechend der größten Nähe zu einem der gesetzten Typenzentren (Kriterium der geringsten euklidischen Distanz)

Mit Hilfe dieser faktoriell optimierten Segmentationsanalyse wurden verschiedene Typenlösungen erarbeitet und analysiert. Das beste Ergebnis im Sinne konsistenter und plausibler Segmente erbrachte die Sieben-Typen-Lösung, die im vorliegenden Bericht (siehe Kapitel 4) umfassend beschrieben wird.

Im nächsten Schritt wurden nun die Gespräche der qualitativen Phase erneut inhaltsanalytisch ausgewertet. So konnten die jeweiligen Gesprächspartner den aktualisierten Internet-Milieus zugeordnet werden. Dieses Vorgehen dient einerseits der Validierung der definierten Gruppen. Darüber hinaus generiert es qualitatives Material (Zitate und Fotografien der Wohnwelten) für die Berichtslegung.

Stichprobenbeschreibung

Die Stichprobe der quantitativen Befragung ist repräsentativ für die deutschsprachige Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren (2015) in Deutschland und berücksichtigt dabei die Merkmale Geschlecht, Alter und Region. In der Studie wird zwischen drei formalen Bildungsgraden unterschieden, die wie folgt definiert sind: Formal hochgebildet (Fachhochschulreife, Abitur, Fachhochschulabschluss, Universitäts-/Hochschulabschluss, Promotion), formal mittelgebildet (mittlere Reife/Realschulabschluss oder polytechnische Oberschule mit Abschluss nach der zehnten Klasse), formal niedriggebildet (Schule ohne Abschluss beendet, Volks-/Hauptschulabschluss oder polytechnische Oberschule mit Abschluss nach der achten oder neunten Klasse).



11. Literatur- und Quellenverzeichnis

Bericht zum Breitbandatlas Mitte 2015 im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) 2015: http://www.zukunft-breitband.de/SharedDocs/DE/Anlage/Digitales/bericht-zum-breitbandatlas-mitte-2015-ergebnisse.pdf?__blob=publicationFile. Berlin. (Zugriff: 23.03.2016).

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet 2012: DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg. <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-milieu-studie/> (Zugriff: 23.05.2016).

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet 2013: DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg. Aktualisierung 2013: https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2013/12/DIVSI_Milieu-Studie_Aktualisierung_2013.pdf (Zugriff: 02.03.2016).

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet 2014: DIVSI U25-Studie – Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Hamburg. <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u25-studie-kinder-jugendliche-und-junge-erwachsene-in-der-digitalen-welt/> (Zugriff: 23.05.2016).

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet 2015: DIVSI U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt. Hamburg. <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u9-studie-kinder-der-digitalen-welt/> (Zugriff: 23.05.2016).

Frankfurter Allgemeine Zeitung 2016: Wie geht es weiter mit Whatsapp? Frankfurt. <http://www.faz.net/aktuell/technik-motor/computer-internet/fakten-hintergruende-und-zukunftsplaene-von-whatsapp-14004248.html> (Zugriff: 23.03.2016).

DIVSI Studien im Überblick



Big Data (2016)

Zugespitzt auf die Themen "Smart Health" und "Smart Mobility" fasst der Bericht Erkenntnisse aus vielen Expertenrunden des DIVSI Forschungsprojekts „Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex?“ zusammen. Er liefert Argumente für eine gesellschaftliche Debatte und wägt dabei Chancen und Risiken ab.



Das Recht auf Vergessenwerden (2015)

Die Entscheidung des EuGH zum „Recht auf Vergessenwerden“ lässt gleichwohl Fragen unbeantwortet, die im Spannungsfeld zwischen Persönlichkeitsrechten, Datenschutz und dem Recht auf Meinungs- und Pressefreiheit liegen. Dieser komplexen Problematik widmet sich diese Publikation und formuliert schließlich konkrete Empfehlungen für einen „Lösch-Kodex“.



DIVSI Studie Beteiligung im Internet – Wer beteiligt sich wie? (2015)

Was ist Beteiligung im Internet eigentlich genau? Wie und weshalb bringen Internet-Nutzer sich ein? Die zweite Studie im Rahmen des DIVSI Forschungsprogramms „Beteiligung im Netz“ untersucht Formen, Vorteile und Hürden der Beteiligung im Internet aus Sicht der DIVSI Internet-Milieus. In der qualitativen Untersuchung kommen dabei die Internetnutzer selbst zu Wort.



DIVSI U9-Studie: Kinder in der digitalen Welt (2015)

Wissenschaftlich untermauert wird aufgezeigt, wie Kinder zwischen 3 und 8 Jahren die digitale Welt für sich erschließen und welchen Einfluss die digitale Lebenswelt der Eltern auf die digitale Sozialisation der Kinder hat. Die DIVSI U9-Studie liefert eine Vielzahl von Fakten und stellt Ansätze zur Entwicklung von geeigneten Maßnahmen bereit.



DIVSI Studie – Daten: Ware und Währung (2014)

In einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung untersucht DIVSI das Online-Nutzungs- und -Konsumverhalten in Deutschland. Im Fokus stehen Einstellungen der Internet-Nutzer zu Themen der Datensicherheit sowie Weiterverwendung von persönlichen Daten.



DIVSI Studie – Wissenswertes über den Umgang mit Smartphones (2014)

Über Smartphones sind Menschen heute nahezu ununterbrochen „online“. Mit steigendem Nutzungsumfang fällt dabei eine Vielzahl von Daten an. „Was geschieht mit meinen Daten?“ lautet daher die Leitfrage dieser Studie und nimmt die Möglichkeiten der Einsichtnahme und Einflussnahme durch Nutzer bei unterschiedlichen mobilen Betriebssystemen in den Blick.



Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex? (2014)

Mit dem Projekt „Braucht Deutschland einen Digitalen Kodex?“ lotet DIVSI aus, ob ein Digitaler Kodex ein geeignetes Mittel ist, verbindliche Regeln im Internet auszuhandeln und durchzusetzen. Der Projektbericht steuert nicht nur zu diesem Gedanken Anregungen bei. Er bietet darüber hinaus generelle Anstöße, über die nachzudenken sicherlich lohnt.



DIVSI Studie zu Bereichen und Formen der Beteiligung im Internet (2014)

Das DIVSI Forschungsprogramm „Beteiligung im Netz“ leistet auf einer breiten theoretischen und empirischen Basis einen Beitrag zum öffentlichen Verständnis der Beteiligungschancen des Internets – und ihrer Voraussetzungen. Die Studie präsentiert einen ersten Schritt in diesem Vorhaben und verschafft einen Überblick über den heutigen Stand der Forschung.



DIVSI U25-Studie (2014)

Die DIVSI U25-Studie liefert erstmals fundierte Antworten auf Fragen, die das Verhalten der nachwachsenden Generation im Hinblick auf das Netz betreffen. Über die Nutzungsformen hinaus werden auch die Denk- und Handlungslogiken sowie der lebensweltliche Hintergrund untersucht.



DIVSI Studie zu Freiheit versus Regulierung im Internet (2013)

Wie sicher fühlen sich die Deutschen im Internet? Wie viel Freiheit und Selbstbestimmung wollen sie? Nach wie viel Regulierung wird verlangt? Die Studie zeigt ein detailliertes Bild des Nutzungsverhaltens der Deutschen im Internet und ihrer Wahrnehmung von Chancen und Risiken.



Entscheider-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2013)

Wie denken Entscheider über das Internet? Welchen Akteuren schreiben sie welche Verantwortung und welche Einflussmöglichkeiten zu? Was sagen sie zu Sicherheits- und Freiheitsbedürfnissen? Die Studie verdeutlicht erstmals, wie diejenigen über das Internet denken, die wesentlich die Spielregeln gestalten und Meinungsbilder prägen.



Meinungsführer-Studie „Wer gestaltet das Internet?“ (2012)

Wie gut kennen sich Meinungsführer im Netz aus? Wie schätzen sie ihre Einflussmöglichkeiten ein? Welche Chancen, Konfliktfelder und Risiken erwachsen daraus? In persönlichen Gesprächen wurden führende Repräsentanten aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung, Wissenschaft und Verbänden interviewt.



Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet (2012) + Aktualisierung (2013)

Die Milieu-Studie differenziert erstmals unterschiedliche Zugangsweisen zum Thema Sicherheit und Datenschutz im Internet in Deutschland, basierend auf einer bevölkerungsrepräsentativen Typologie.

