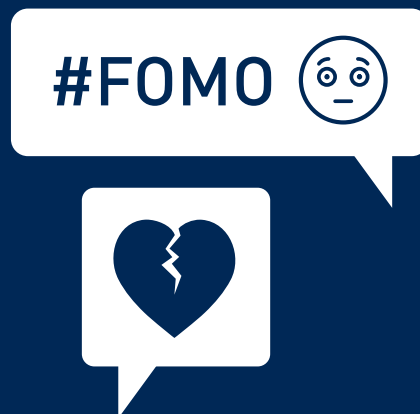


DIVSI U25-Studie
Euphorie war gestern



Die „Generation Internet“
zwischen Glück und
Abhängigkeit



DIVSI U25-Studie

Euphorie war gestern

Die „Generation Internet“ zwischen Glück und Abhängigkeit

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, November 2018

IMPRESSUM

Deutsches Institut
für Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)
Mittelweg 110B, 20149 Hamburg
Matthias Kammer, Direktor

Projektleitung DIVSI: Meike Otternberg, Joanna Schmözl (Wissenschaftliche Leitung)
Projektleitung Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg: Dr. Silke Borgstedt
Projektteam: Inga Borchard, Franziska Jurczok, Ekaterine Javakhishvili, Isabelle Repohl

© 2018 Deutsches Institut
für Vertrauen und Sicherheit
im Internet (DIVSI)

DIVSI ist eine gemeinnützige Initiative der Deutsche Post AG, gegründet im Jahr 2011.



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, November 2018

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
1. Einführung	9
1.1 Hintergrund und Aufgabenstellung der Studie.....	9
1.2 Forschungsfragen.....	10
1.3 Methodisches Vorgehen im Überblick.....	11
2. Zentrale Befunde	12
3. Die „Generation Internet“ zwischen Glücksmomenten und Zwängen	15
3.1 Internetnutzung und die Kosten.....	15
3.2 Die emotionale Dimension der Internetnutzung.....	17
4. Digitale Kompetenz qua Geburt? Vom begrenzten Generationenbegriff hin zur Vielfalt digitaler Lebenswelten	26
5. Digitale Lebenswelten der Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Profile der DIVSI Internet-Milieus U25	30
5.1 Souveräne.....	36
5.2 Enthusiasten.....	40
5.3 Pragmatische.....	44
5.4 Unbekümmerte.....	48
5.5 Skeptiker.....	52
5.6 Verantwortungsbedachte.....	56
6. Der Hype ist vorbei: Vorbehalte gegenüber Sozialen Medien steigen – ohne WhatsApp und Co. geht es aber nicht	61
6.1 Wer nutzt was – und warum?.....	61
6.2 Verhalten im Kontext Soziale Medien: Diskutieren, Posten, Sexting.....	66
7. (Un-)Sicherheit im Internet – ist Vertrauen überhaupt noch möglich?	72
7.1 Risikowahrnehmung und persönliche Betroffenheit gestiegen.....	72
7.2 Datensicherheit gilt als komplex und illusorisch.....	84
7.3 Sicherheitsmaßnahmen im Internet.....	88
7.4 Intuition als Lösung.....	92
8. Vorbereitung auf die Zukunft in einer zunehmend digitalisierten Welt	95

9. Fazit der Studie	104
9.1 Omnipräsenz der digitalen Welt ist für die „Generation Internet“ Fluch und Segen zugleich	104
9.2 Grundsätzliche Chancenorientierung, aber persönliche Angriffe, Falschinformationen und technische Unklarheiten sorgen für eine erhöhte Risikosensibilität unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen	105
9.3 Wahrgenommene Ohnmacht: Wunsch nach besserer Vorbereitung auf die digitale Zukunft	106
10. Methode	107
10.1 Die qualitative Vorstudie	107
10.2 Die Repräsentativerhebung	108
DIVSI Studien im Überblick	110

Vorwort



Matthias Kammer

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

Mein Vorwort für die erste U25-Studie wurde vor gut viereinhalb Jahren verfasst. Mit der damals viel beachteten Untersuchung lieferten wir erstmals einen fundierten Einblick in die digitalen Lebenswelten der nachwachsenden Generation. Weit über reine Nutzungsstatistik hinaus lernten wir viel über die Denk- und Handlungslogiken junger Menschen, über ihre Einstellungen zum Internet sowie über die Motive und Barrieren, die ihr Verhalten in der digitalen Welt steuerten.

Die Zeitspanne von 2014 bis in die Gegenwart ist relativ kurz, gemessen an der Schnelllebigkeit des Internets und der rasanten technologischen Entwicklung allerdings gigantisch. Höchste Zeit also, wieder genau hinzuschauen und hinzuhören. In bewährter Zusammenarbeit mit dem renommierten Heidelberger SINUS-Institut entstand die Ihnen nun vorliegende Studie. Auch sie erlaubt vertiefte Einblicke in den Alltag der „Generation Internet“ und zeigt vor allem auf, wie schnell Digitalisierung ihre Lebenswirklichkeit verändert.

Einen wesentlichen Unterschied im Umgang mit der digitalen Welt bei den heute 14- bis 24-Jährigen im Vergleich zu Gleichaltrigen vor vier Jahren signalisiert bereits der Titel: Die Zeiten einer unbesorgten Nutzung der sich bietenden technischen Möglichkeiten sind Vergangenheit. Die Ergebnisse zeigen vielmehr: Der Hype ist vorbei, reine Euphorie war gestern.

Offliner sind inzwischen gänzlich von der U25-Landkarte verschwunden; gleichzeitig besitzen nahezu 100 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen Smartphones und sind ganz selbstverständlich täglich online.

2014 bedeutete ein Mehr an Internetnutzung auch eine positivere Einstellung zum Internet. Heute reichen die Haltungen der sogenannten „Generation Internet“ von Glück über Ernüchterung bis hin zu Misstrauen und Angst vor Abhängigkeit.

Bei aller grundsätzlich chancenorientierten Einstellung zur digitalen Welt sehen 14- bis 24-Jährige vermehrt Online-Risiken und

Foto: Frederike Heim

verspüren im Umgang mit dem Internet eine latente Unsicherheit. Knapp ein Drittel fürchtet, „internetsüchtig“ zu sein, und sogar doppelt so viele nehmen eine Beleidigungskultur wahr, die sie zum Teil davon abhält, die eigene Meinung zu äußern. Das vielfach vorgefasste Bild von sich kopflös in jedes digitale Abenteuer stürzenden Jugendlichen widerlegt die Studie eindrücklich. Ebenso entschieden lehnen sie selbst es ab, als „Digital Natives“ bezeichnet zu werden – auch, weil ihnen sehr wohl bewusst ist, welcher Anstrengungen es bedarf, souverän durchs digitale Dickicht zu navigieren.

Einen solchen – mehr oder weniger souveränen – Umgang mit dem Internet erlernen sie derzeit hauptsächlich durch eigene Erfahrungen und indem sie vieles „einfach mal ausprobieren“. Im Ranking der vertrauenswürdigen Ratgeber in Sachen Internet steht das eigene Bauchgefühl weit vor Expertenmeinungen, Eltern oder Schule.

Auch wenn und obwohl es sich um die erste Generation handelt, in der es keine Offliner gibt, fühlen sich bei Weitem nicht alle jungen Menschen ausreichend auf eine digitale Zukunft vorbereitet. Gut 40 Prozent – und damit doppelt so viele wie noch in 2014 – haben sogar regelrecht Angst vor einer Zukunft, in der vieles nur noch digital geht.

Die Studie gibt, wie die hier knapp angerissenen Ergebnisse zeigen, einen tiefen Einblick in die Lebenswirklichkeit der jungen Generation in Deutschland im digitalen Zeitalter. Daraus ergibt sich Handlungsbedarf in vielerlei Hinsicht. Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre der DIVSI U25-Studie und freue mich auf Ihre Anmerkungen.



Matthias Kammer
Direktor DIVSI

1. Einführung

1.1 Hintergrund und Aufgabenstellung der Studie

Die Digitalisierung gilt ohne Frage nach wie vor als eine der wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen der Gegenwart, die kraftvolle Umwälzungen in zahlreichen Lebensbereichen bewirkt. Die Stimmung in Deutschland ist dabei uneins, und auch der öffentliche Diskurs ist ebenso von Begeisterung wie auch von Skepsis geprägt. Als unumstritten gilt dabei jedoch, dass die Internetnutzung heute mit erheblichen Kompetenzanforderungen an die Nutzer einhergeht. Dabei geht es längst nicht mehr nur um das funktionale Know-how zu E-Mail, Browsern oder Apps oder die Bedienung einzelner Geräte.

Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Monopolisierung im Netz, die vor allem durch große Digitalkonzerne aus den USA betrieben wird, stellt sich die Frage, was Internetnutzer insbesondere auch über den Umgang mit Informationen oder die Weiterverwendung und Speicherung von Daten wissen oder wissen müssen. Mit immer neuer Dringlichkeit. „Googeln“ ist beispielweise für viele Menschen eine Selbstverständlichkeit geworden – der Begriff steht synonym für jede Suche im Internet. Dass sich dahinter ein Konzern verbirgt, der einer der einflussreichsten Gestalter des Internets ist und maßgeblich mitentscheidet, was im Netz möglich ist oder nicht, ist dagegen weniger präsent und führt exemplarisch vor Augen, vor welchen Herausforderungen Politik und Gesellschaft stehen.

Die Suchmaschine Google feiert 2018 bereits ihren 20. Geburtstag, d.h., ein großer Teil der Befragten dieser Studie hat eine Welt ohne Google nicht kennengelernt. Was bedeutet es aber, „mit dem Internet aufgewachsen zu sein“? Vermeintliche „Digital Natives“ gelten gemeinhin als Vorhut, die durch das Annehmen oder Ignorieren technischer Innovationen wesentlich mitbestimmt, was in Sachen Internet handlungsleitend wird, und die Internetrealität anderer gesellschaftlicher Gruppen prägen könnte. Die vorliegende Studie wirft einen Blick auf genau diese Gruppe – die 14- bis 24-Jährigen –, und dies mit dem besonderen Fokus auf den Aspekt „Vertrauen und Sicherheit im Internet“.

Zum zweiten Mal nach 2014 untersucht DIVSI die digitale Alltagswirklichkeit dieser Altersgruppe und liefert neue Erkenntnisse über deren Wahrnehmung des Internets. Auch mögliche Risiken und entsprechende Umgangsweisen mit den wahrgenommenen Gefahren werden im Rahmen der Studie beleuchtet. Die Aktualisierung des Modells der DIVSI Internet-Milieus U25 illustriert dabei, wie sich die Lebenswelten im Zuge des gesellschaftlichen Wertewandels und sozialer wie wirtschaftlicher Veränderungen entwickeln. Im Zeitverlauf ergeben sich dabei quantitative Verschiebungen und auch Veränderungen in der Zusammensetzung sowie der Abgrenzung der verschiedenen Segmente. Insbesondere mediennutzungsbasierte Zielgruppentypologien wie die DIVSI Internet-Milieus U25 erfordern aufgrund der fortschreitenden technischen Entwicklung regelmäßige Aktualisierungen.

Wie bereits im Jahr 2014 wurde auch für die vorliegende Studie eine zweistufige Herangehensweise gewählt, um die Perspektive der jungen Menschen hinreichend erfassen zu können. Im Rahmen von qualitativen Gruppen-Explorationen wurden das Bedeutungsspektrum des Themas und die themenbezogenen Einstellungen und Emotionen ausgelotet. Auf diese Weise wurde auch die aktuelle Sprachwelt der Jugendlichen und jungen Erwachsenen eingefangen. In der darauf aufbauenden quantitativen Erhebung konnten abschließend ein repräsentatives Bild der Meinungsverteilung in der Zielgruppe ermittelt und die DIVSI Internet-Milieus U25 neu bestimmt werden.

Die DIVSI U25-Studie 2018 zeigt auf, dass eine differenzierte Kommunikation mit jungen Menschen notwendig ist, um sie für die Chancen und Herausforderungen einer „digitalen Zukunft“ zu sensibilisieren. Angebote zur Entwicklung von Medien- und Internetkompetenz sollten zwischen den

verschiedenen Lebenswelten differenzieren. Dabei wird ein milieuspezifischer Ansatz gewählt, um mögliche Angebote treffsicher auf Zielgruppen mit unterschiedlichen Voraussetzungen und Bedürfnissen anzupassen. Die DIVSI U25-Studie zeigt auf, an welchen Stellen aktuell die größten Herausforderungen liegen, und kann damit als Grundlage für die Entwicklung einer zielgruppensensiblen „digitalen Bildung“ dienen.

1.2 Forschungsfragen

Die Neuauflage der DIVSI U25-Studie hat zum Ziel, das aktuelle Spektrum der digitalen Lebenswelten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland abzubilden. Im Fokus der Untersuchung stehen – wie 2014 – neben der Nutzung digitaler Medien vor allem die Einstellungen der jungen Menschen zum Internet, ihre Haltung zu Fragen rund um Datenschutz und Privatsphäre, zu Sozialen Medien und aktuell wahrgenommenen Trends im Netz. Einen besonderen Schwerpunkt bilden die Themen Vertrauen und Sicherheit sowie die damit verbundenen Verhaltenskonsequenzen bei den 14- bis 24-Jährigen. Die Fragenkomplexe sind im Folgenden kurz aufgelistet.

Internetnutzung und damit verbundene Kosten

- Wie häufig wird das Internet genutzt?
- Wie gut kommen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit ihrem mobilen Datenvolumen zurecht?
- Wer trägt die Kosten für die Internetnutzung (zu Hause und für das mobile Datenvolumen) sowie für das Smartphone?

Soziale und emotionale Dimensionen der Internetnutzung

- Welche positiven und negativen Empfindungen sind mit der Internetnutzung verknüpft?
- Wie wird der Umfang der eigenen Internetnutzung bewertet, und wie ist die subjektive Perspektive auf Internetsucht?
- Welche Funktion erfüllen Soziale Medien, und welche Emotionen sind mit ihrer Nutzung verbunden?
- Welche Bedeutung hat das Internet in Bezug auf soziale Teilhabe und aktive Partizipation?

Selbstbild, digitale Kompetenzen und Bildung

- Wie schätzen junge Menschen die eigene Internetkompetenz ein?
- Sehen sie sich als „Digital Natives“?
- Wo erwerben Jugendliche und junge Erwachsene Internetwissen?
- Wer sind ihre Ansprechpersonen bei Fragen zum Internet?
- Welche Rolle spielt die Schule bei der Vermittlung von Internetkompetenz?
- Wie wird die Bedeutung des Internets für die Zukunft eingeschätzt?

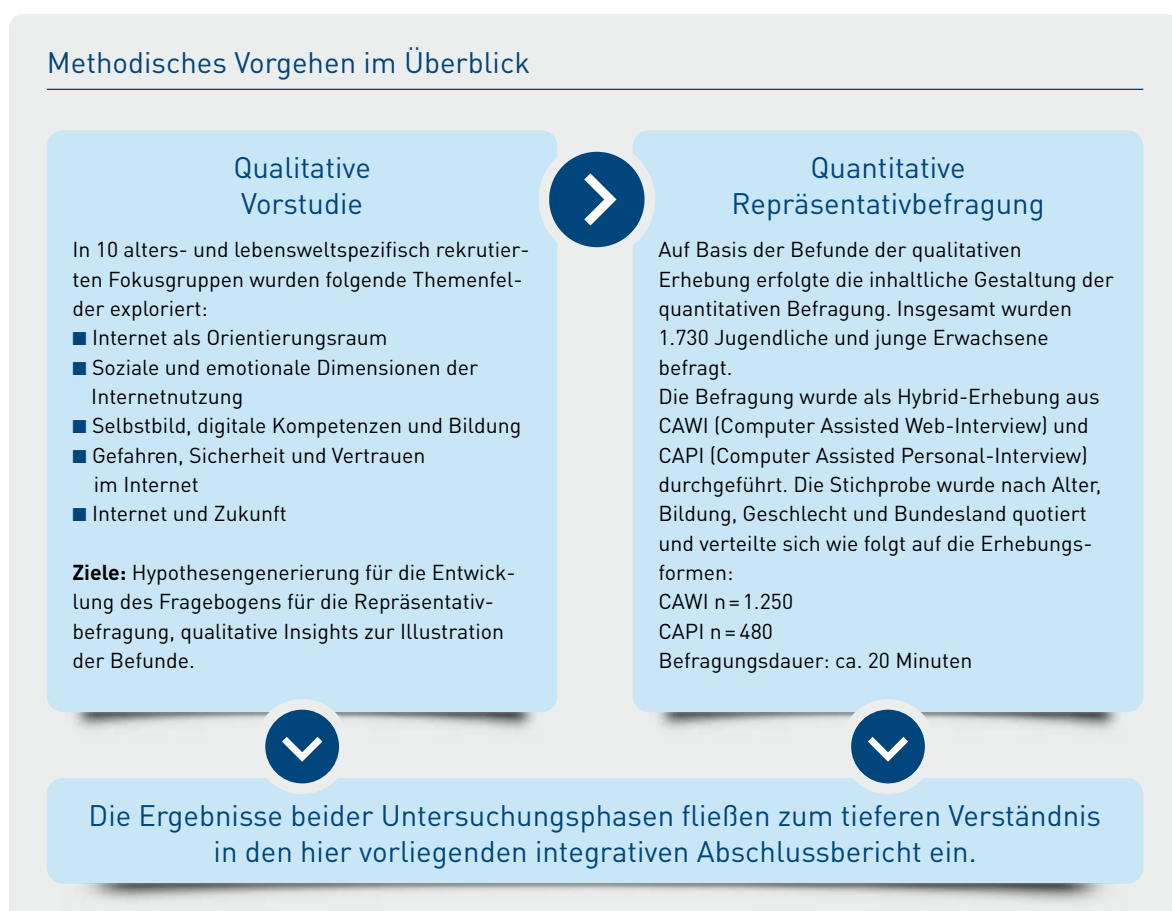
Gefahren, Sicherheit und Vertrauen im Internet

- Welche Gefahren und Risiken im Internet nehmen Jugendliche und junge Erwachsene wahr?
- Wie sehr fühlen sie sich von ihnen betroffen?
- Welche Schutzmaßnahmen treffen sie?
- Worauf basiert Vertrauen im Netz, und welche Vertrauensformen gibt es?

1.3 Methodisches Vorgehen im Überblick

Die Beantwortung der forschungsleitenden Fragen erforderte ein zweistufiges Erhebungsverfahren, welches qualitative und quantitative Methoden kombiniert. Insbesondere das Ziel, die für die Repräsentativerhebung relevanten Themen in der Sprachwelt der Jugendlichen und jungen Erwachsenen selbst zu fassen, begründete die Notwendigkeit einer qualitativ-psychologischen Leitstudie. Auf den Ergebnissen dieser ersten Untersuchungsphase aufbauend, wurde die quantitative Hauptstudie konzipiert.

Die folgende Grafik gibt einen Überblick über das zweistufige Forschungsdesign. Eine detaillierte Darstellung der einzelnen Untersuchungsmethoden und Auswertungsverfahren findet sich im Anhang dieses Berichts.



2. Zentrale Befunde

Alle Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland sind online, Smartphones und mobiles Internet sind selbstverständlich

- Während vor vier Jahren noch zwei Prozent der jungen Menschen zwischen 14 und 24 offline waren, gibt es in dieser Altersgruppe heute keine Offliner mehr. 99 Prozent nutzen das Internet täglich. Das ist ein Zuwachs von 28 Prozentpunkten im Vergleich zum Jahr 2014.
- Wer in Deutschland lebt und zwischen 14 und 24 Jahren alt ist, besitzt heute mit höchster Wahrscheinlichkeit ein Smartphone. Von den 99,8 Prozent Smartphone-Besitzern steht dabei nur 7 Prozent kein mobiles Datenvolumen für die Internetnutzung zur Verfügung.

Das Internet ist immer da und vor allem eins: praktisch.

- Für die überwiegende Mehrheit der 14- bis 24-Jährigen sind digitale Infrastrukturen und Angebote unverzichtbar. 68 Prozent stimmen zu, dass ein Leben ohne Internet für sie nicht vorstellbar wäre.
- Das Internet ist aus Sicht der Jugendlichen und jungen Erwachsenen vor allem praktisch, weil es den Zugang zu Informationen erheblich erleichtert und ehemals mühsame Vorgänge beschleunigt.
- 69 Prozent gehen so weit zu sagen, dass das Internet sie glücklich macht.
- Die Omnipräsenz der digitalen Welt wird jedoch nicht nur positiv erlebt: 64 Prozent haben das Gefühl, im Internet Zeit zu verschwenden; 19 Prozent meinen gar, dass das Internet „nervt“.

Internetnutzung ist nicht immer freiwillig: Jugendliche und junge Erwachsene nehmen wahr, dass es in vielen Lebensbereichen keine Alternative zum Internet gibt. Diese befürchtete bzw. erlebte Abhängigkeit vom Internet erzeugt Unbehagen.

- Die Vorstellung, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann, machte 2014 gut einem Fünftel der 14- bis 24-Jährigen Angst. 2018 hat sich dieser Wert mit 41 Prozent nahezu verdoppelt.
- Fast die Hälfte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen wünscht sich eine Zukunft, in der man weniger online ist.

Angst vor Internetsucht ist weit verbreitet: Nicht nur der äußere, sondern auch der von vielen wahrgenommene „innere Zwang“ zur Internetnutzung bereitet jungen Menschen Sorgen.

- Die Befürchtung, ein vernünftiges Maß im Umgang insbesondere mit dem mobilen Internet überschritten zu haben, ist weit verbreitet und wird in der Altersgruppe unter dem Schlagwort „Internetsucht“ diskutiert.
- Fast jeder Dritte zwischen 14 und 24 Jahren fürchtet, „internetsüchtig“ zu sein, nimmt die eigene Internetnutzung also als problematisch wahr.

Grundlegender Wandel in der Nutzung und Wahrnehmung Sozialer Medien: Gegenüber 2014 haben sich sowohl der Blick der jungen Menschen auf Soziale Medien als auch deren Nutzung stark verändert.

- Mehr Messaging, weniger Networking: Während die Beliebtheit von Facebook bei den 14- bis 24-Jährigen sinkt, ist für 99 Prozent der Befragten WhatsApp nicht mehr wegzudenken. Mit einem Nutzeranteil von 73 Prozent hat auch Instagram in dieser Altersgruppe Facebook (67 Prozent) mittlerweile überholt.
- Selbstpräsentation im Netz ist längst nicht für alle relevant. 54 Prozent posten selten bis nie etwas, weil sie so wenig Daten wie möglich von sich teilen möchten – wichtiger ist ihnen, andere zu beobachten.
- Rund zwei Drittel sind der Meinung, es gebe heute im Internet eine Beleidigungskultur: Wer sich dort äußert, müsse damit rechnen, beleidigt oder beschimpft zu werden. Für mehr als ein Drittel ist das der Grund, auf eigene Posts zu verzichten.

Jugendliche sehen grundsätzlich Chancen im Internet, nehmen aber auch die Risiken stärker wahr; dies ist nicht mit einer Zunahme an Sicherheitsmaßnahmen verbunden.

- Gefürchtet werden insbesondere Angriffe auf die eigene Identität (Mobbing, Veröffentlichung persönlicher Informationen) sowie Falschinformationen. So ist die Angst vor Veröffentlichung peinlicher oder intimer Posts gestiegen (um 18 Prozentpunkte), ebenso die vor Fake-Profilen, also der Täuschung durch gefälschte Nutzerprofile (um 16 Prozentpunkte). Das systematische Sammeln von Daten, z.B. zu Marketingzwecken, ist für Jugendliche eher ein Nebenschauplatz.
- Das Internet ist eine Blackbox: Junge Menschen wissen häufig nicht, wovon sie eigentlich bereits betroffen waren, und wissen zumeist auch nicht, was dagegen hilft.
- 20 Prozent der Befragten ist es inzwischen egal, was mit den eigenen Daten passiert. 2014 waren dies noch 8 Prozent.
- Die Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen ist trotz gestiegener Risikowahrnehmung rückläufig. Besonders deutlich fallen die Unterschiede bei der sogenannten selektiven Kontrolle aus. Während 2014 noch 67 Prozent der 14- bis 24-Jährigen angaben, nur Seiten zu nutzen, bei denen sie wissen, dass sie sicher sind, sind es heute nur noch 46 Prozent.

„Digital Native“ zu sein, ist kein Selbstläufer: Die Vorstellung, junge Menschen seien qua Geburtsjahr digital kompetent, lehnen 14- bis 24-Jährige entschieden ab.

- Jugendliche und junge Erwachsene betonen, dass sich auch diejenigen, die mit dem Internet groß geworden sind, das notwendige Digitalwissen erst erarbeiten müssen.
- 14- bis 24-Jährige möchten sich die Anstrengungen nicht absprechen lassen, die sie auf sich nehmen, um zu einem souveränen Umgang mit dem Internet zu gelangen.
- 47 Prozent der Befragten kennen die Bezeichnung „Digital Native“ überhaupt nicht.

Junge Menschen fühlen sich auf eine digitale Zukunft unzureichend vorbereitet. Kompetenzen eignen sie sich zumeist durch eigene Erfahrungen und den Freundeskreis an.

- Die umfassende Digitalisierung aller Lebensbereiche haben Jugendliche und junge Erwachsene klar vor Augen. Sie nehmen hierzu eine eher defensive Haltung ein und sehen sich nicht ausreichend vorbereitet.
- Nur noch 57 Prozent der 14- bis 24-Jährigen glauben, gut über die Möglichkeiten zum Schutz der eigenen Daten im Internet informiert zu sein, während sich im Jahr 2014 noch fast drei Viertel der Befragten gut informiert fühlten.
- Aus der Perspektive junger Menschen erfolgt die Qualifizierung in Sachen Internet aktuell vor allem in Eigenregie oder durch den Freundeskreis. Weniger relevant als Vermittler von Wissen über das Internet sind Eltern oder Verwandte (33 Prozent bzw. 19 Prozent). Lehrerinnen und Lehrer spielen hierbei nur für 18 Prozent der Jugendlichen eine zentrale Rolle.
- 69 Prozent der 14- bis 24-Jährigen fühlen sich von der Schule nicht ausreichend auf die digitale Zukunft vorbereitet. Insbesondere Themen wie Sicherheit und Schutz der Privatsphäre kommen aus ihrer Sicht nur unzureichend vor.
- Jüngere erleben die Schule hier positiver; fast die Hälfte der 14- bis 17-Jährigen sagt, dass das Thema Sicherheit im Internet dort wichtig ist.

Zwischen 2014 und 2018 haben sich die Haltungen der 14- bis 24-Jährigen gegenüber dem Internet ausdifferenziert und führen zu einer teilweisen Neuformation der Landschaft der Internet-Milieus.

- Die Trennung von Offlinern und Onlinern ist mittlerweile obsolet – es gibt in dieser Alterskohorte keine Offliner mehr.
- Der enge lineare Zusammenhang zwischen Intensität der Internetnutzung und positiver Einstellung gegenüber der Digitalisierung ist nicht mehr gegeben: Es gibt eine wachsende Anzahl von Intensivnutzern mit einer durchaus distanzierten Haltung gegenüber einer Welt, die zunehmend über Online-Kanäle organisiert ist.
- Distanz zum Internet zeigt sich somit 2018 nicht mehr in einer weniger intensiven Nutzung, sondern in einer jeweils anders gelagerten Haltung und Nutzungsweise. So gibt es Lebenswelten, die einen kompetent-souveränen Umgang mit Komplexität und Online-Risiken pflegen, ebenso wie solche, die eher durch Ernüchterung oder Misstrauen geprägt sind.
- Demgegenüber wird Online-Enthusiasmus zum kennzeichnenden Merkmal einer eigenen Internet-Lebenswelt, die sich von kritischem Hinterfragen oder rationalem Pragmatismus bewusst abgrenzt.

3. Die „Generation Internet“ zwischen Glücksmomenten und Zwängen

Unter den 14- bis 24-Jährigen in Deutschland gibt es heute niemanden mehr, der das Internet nicht nutzt. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen leben einen selbstverständlich digitalisierten Alltag. Dabei wird die Wahrnehmung des Internets klar vom alltagspraktischen Nutzen dominiert – euphorische Schilderungen über Erlebnisse mit oder im Internet sind eher selten.

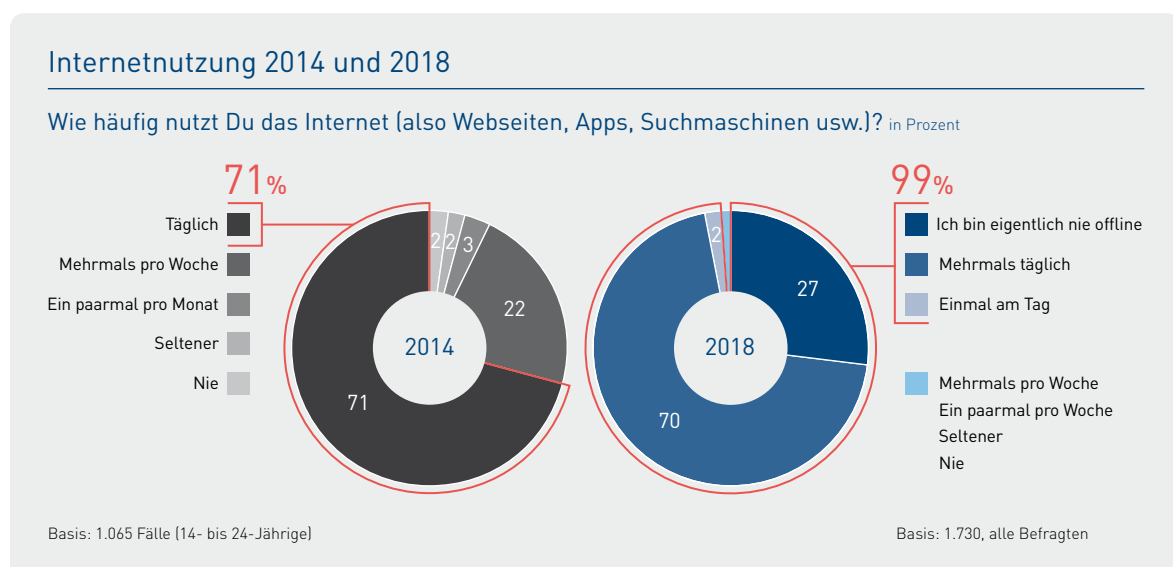
Jugendliche haben sich in ihrem Online-Leben bequem eingerichtet, realisieren dabei aber auch, dass es für sie im Prinzip gar keine andere Möglichkeit gibt, als sich mit den Anforderungen der digitalen Gesellschaft zu arrangieren. Entsprechend nehmen sie zwar Chancen deutlich und bewusst wahr, sehen aber zunehmend auch Restriktionen und Risiken. Junge Menschen befinden sich somit in einem Spannungsverhältnis zwischen Spaß an Kommunikation oder Unterhaltung im Internet einerseits und andererseits der Erkenntnis, dass es zum digitalisierten Leben keine Alternative mehr gibt.

Im Folgenden wird zunächst ein Blick auf die Entwicklung der Internetnutzung seit dem Jahr 2014 geworfen. Die aktuelle Rolle von Smartphones und mobilen Daten im digitalen Alltag und ihre Finanzierung werden ebenso beleuchtet wie die emotionale Komponente der Internetnutzung, die das oben genannte Spannungsverhältnis erklärt und differenziert.

3.1 Internetnutzung und die Kosten

Mehrmals täglich online sein ist normal – tägliche Nutzung seit 2014 deutlich gestiegen

In der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen gibt es keine Offliner mehr. 99 Prozent nutzen das Internet mindestens einmal täglich, ein knappes Drittel versteht sich als „always on“, im Sinne von „eigentlich nie offline“. Ein Großteil (70 Prozent) nutzt mehrmals täglich Webseiten, Apps, Suchmaschinen oder andere Angebote. Der Anteil derjenigen Personen mit täglicher Internetnutzung ist dabei um 28 Prozentpunkte im Vergleich zum Jahr 2014 gestiegen.

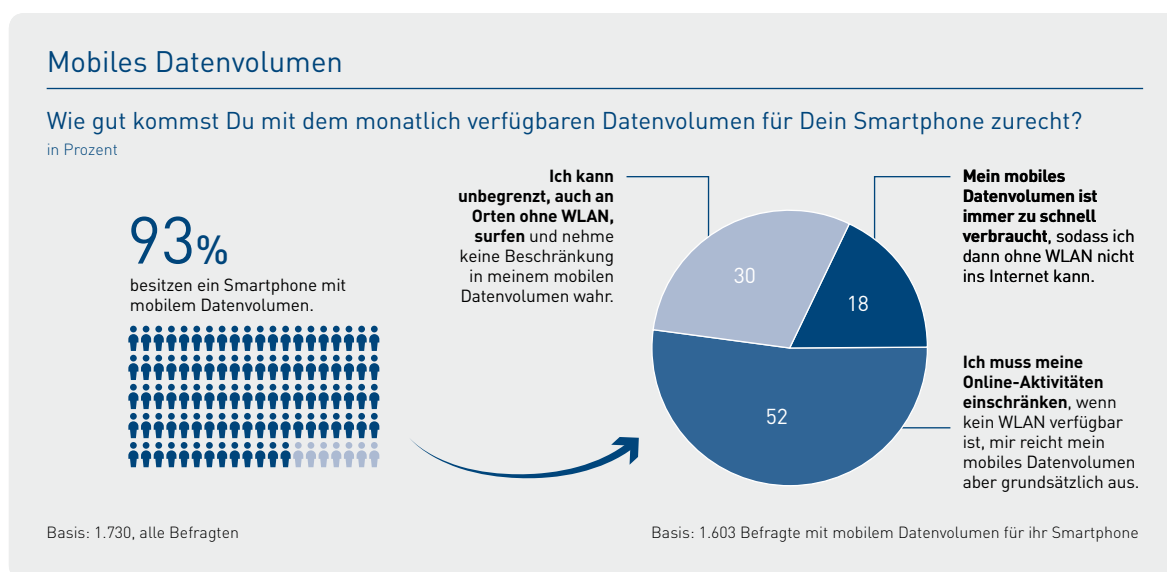


Fast alle besitzen ein Smartphone – kein mobiles Datenvolumen zu haben, ist die Ausnahme

Jeden Tag mehrfach online zu sein, ist vor allem dann realisierbar, wenn ein Zugang immer und überall möglich ist. Dass die Jugendlichen und jungen Erwachsenen entsprechend ausgerüstet sind, illustrieren die Zahlen eindrücklich: 99,8 Prozent der jungen Internetnutzer besitzen ein Smartphone. Eine Minderheit von sieben Prozent dieser Gruppe hat kein mobiles Datenvolumen und kann das Smartphone daher nur in Verbindung mit einem WLAN-Zugang nutzen. Auf die 14- bis 17-Jährigen trifft dies deutlich häufiger zu (12 Prozent) als auf die 18- bis 24-Jährigen (5 Prozent).

Mobiles Datenvolumen: Ja, aber für 70 Prozent mit Einschränkung

Nur 30 Prozent derjenigen, denen ein mobiles Datenvolumen zur Verfügung steht, geben an, unbegrenzt auch an Orten ohne WLAN surfen zu können und keine Einschränkung wahrzunehmen. Für 52 Prozent der Befragten gilt, dass sie ihre Online-Aktivitäten einschränken müssen, wenn kein WLAN verfügbar ist, sie das mobile Datenvolumen aber als prinzipiell ausreichend empfinden. 18 Prozent haben hingegen das Gefühl, dass es immer zu schnell verbraucht ist, sodass sie häufig auf ein WLAN angewiesen sind. Je niedriger das Bildungsniveau ist, desto eher wird das mobile Datenvolumen als nicht ausreichend wahrgenommen: Während der entsprechenden Aussage 15 Prozent der formal hoch Gebildeten zustimmen, sind es im Bereich mittlerer Bildung 19 Prozent und im Segment niedriger Bildung 24 Prozent.



Mehrheit finanziert mobiles Datenvolumen und Smartphones selbst

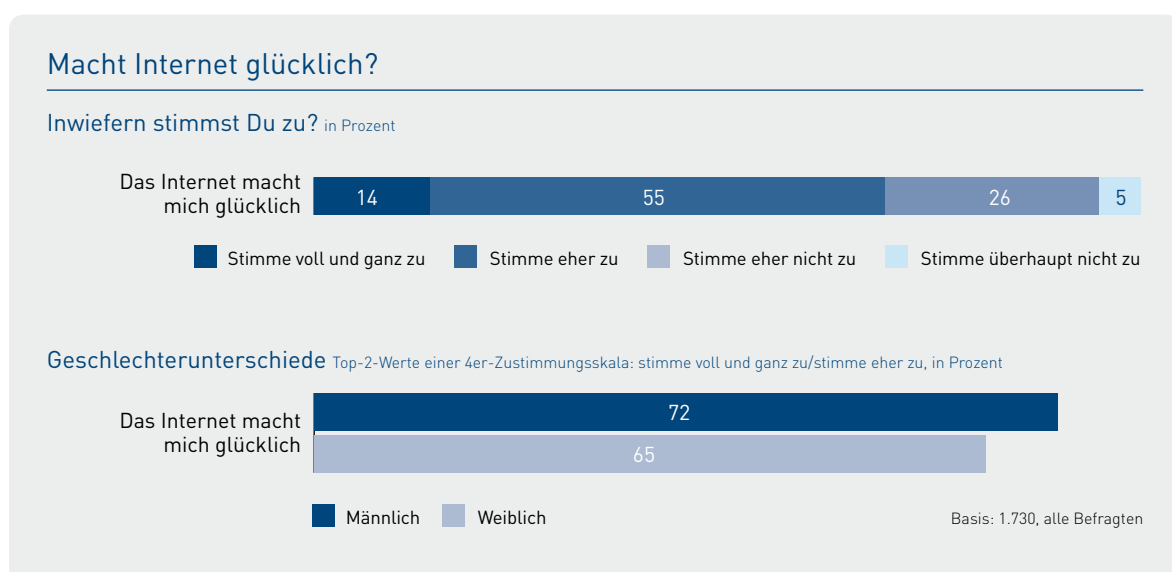
Für das mobile Datenvolumen und für das Smartphone kommen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Gegensatz zum Internetanschluss zu Hause zum größten Teil selbst auf: 62 Prozent tragen die Kosten für ihr mobiles Datenvolumen und Smartphone selbst, während nur 26 Prozent den Internetanschluss zu Hause selbst zahlen. Hier interessiert vor allem der Blick auf die Altersgruppe

der 14- bis 17-Jährigen, die noch mehrheitlich zu Hause und in weitgehender finanzieller Abhängigkeit von den Eltern leben. Während der heimische Internetanschluss bei 97 Prozent der 14- bis 17-Jährigen von den Eltern bezahlt wird, ist dies bei den Kosten fürs Smartphone bzw. des mobilen Datenvolumens nur bei 58 Prozent der Fall. 10 Prozent teilen sich die Kosten mit den Eltern, und 30 Prozent kommen dafür selbst auf, d.h., bei den unter 18-Jährigen finanziert ein knappes Drittel das Smartphone und das mobile Datenvolumen selbst. Bei den 18- bis 24-Jährigen sind es bereits 79 Prozent. In dieser Gruppe geben 16 Prozent an, dass die Kosten von den Eltern übernommen werden.

3.2 Die emotionale Dimension der Internetnutzung

Zu wissen, wer wie häufig online ist, nützt allenfalls für eine grobe Einschätzung des Digitalisierungsgrads. Hinreichend ist diese Kenntnis nicht, denn sie erhellt nur die Oberfläche der digitalen Praxis junger Menschen. Entscheidender ist die Frage, was das Internet ihnen bedeutet und mit welchen Gefühlen und Erwartungen sie der weiteren Entwicklung begegnen.

Die Ergebnisse sprechen auf den ersten Blick eine klare Sprache – die Haltung zum Internet ist grundsätzlich positiv: 69 Prozent stimmen der Aussage voll und ganz oder eher zu, das Internet mache sie glücklich. Mädchen und junge Frauen zeigen sich hier zwar etwas distanzierter, sie stimmen aber ebenfalls mehrheitlich zu, dass das Internet sie glücklich macht (65 Prozent im Vergleich zu 72 Prozent bei den Jungen und jungen Männern).



Glück bedeutet Convenience

Wenn immerhin über zwei Drittel der 14- bis 24-Jährigen zustimmen, dass das Internet sie glücklich macht, lohnt es zu verstehen, was genau diese Glücksmomente ausmacht.

In der qualitativen Vorstudie wurden die Teilnehmenden gebeten, dazu etwas aufzuschreiben. In den Antworten zeigt sich, dass es vor allem der praktische Nutzen ist, der die positive Wahrnehmung

des Internets ausmacht. Insbesondere die Erleichterung des Alltags in der Erledigung von Dingen und der Beschaffung von Informationen spielt eine zentrale Rolle. Ebenso relevant sind schnelle und unkomplizierte Kommunikation und Unterhaltung sowie Inspiration.

„Das Internet macht mich glücklich, weil ...“ – Teil 1

Das Internet macht mich glücklich, weil...

...ich vielseitige Möglichkeiten zur Kommunikation, Unterhaltung und Informationsbeschaffung habe (und dies schnell & unkompliziert).

... es mir Denkanregungen gibt, mir richtige Antworten liefert und es universell ist

ich damit schon einige neue Leute kennengelernt habe und auch den Kontakt zu Freunden aus dem Ausland leichter erhalten kann.

... weil es mir einiges im Alltag erleichtert und so alles um einiges entspannter macht

Freiheit in der Recherche.
Umfassend.
Allwissend.

„Glücklich bin ich nur dann, wenn ich irgendwie die perfekte Antwort habe auf meine Frage. Oder die Hausaufgabe, die ich machen musste, da jetzt genau drinsteht.“

(weiblich, 15 Jahre)

„Es macht mich glücklich, dass es mir ein bisschen was abnimmt. Oder dass es Prozesse vereinfacht. Ich mag das, und deswegen macht mich es irgendwo glücklich.“

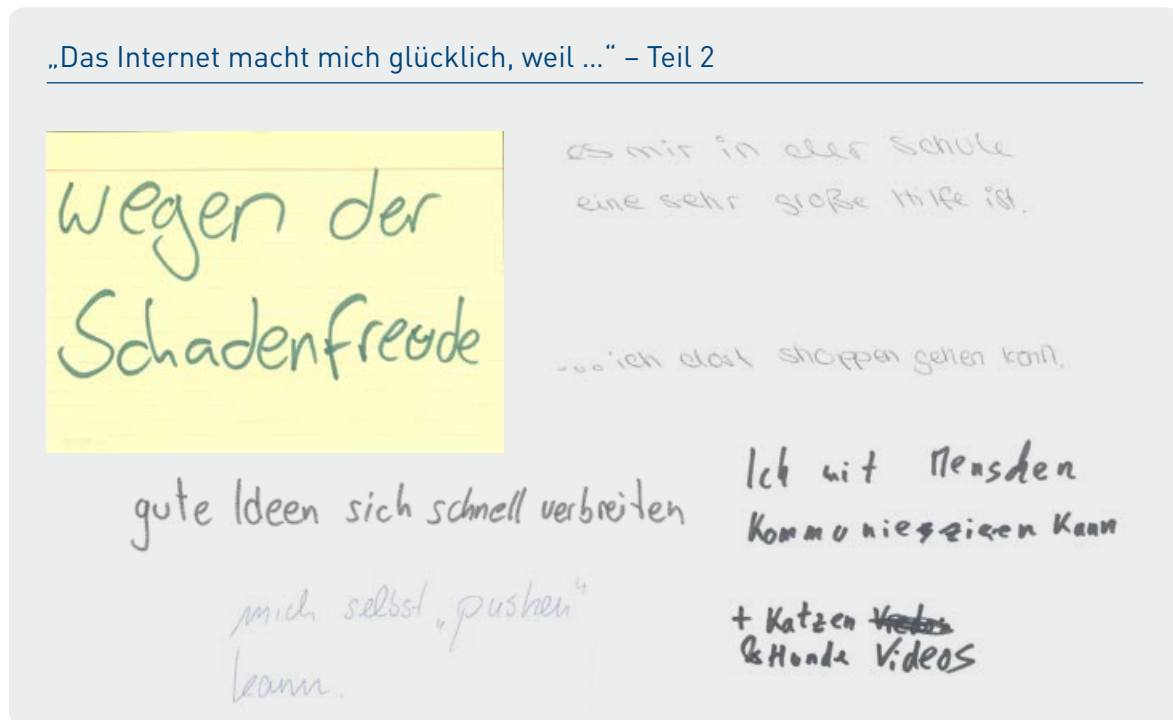
(männlich, 20 Jahre)

„Wenn ich einen Aufsatz schreiben muss, gucke ich einfach [bei Google] die Biographie von denen an, und da ist man halt froh drüber. Z.B. meine Eltern meinten, früher mussten die dafür jedes Mal in die Bibliothek rennen, jetzt habe ich das in einer Minute gegoogelt.“

(männlich, 16 Jahre)

Vereinzelt spielen auch das Verbreiten von Ideen und das Ausprobieren neuer Dinge eine Rolle oder die Möglichkeiten, online zu shoppen. Einige denken an die zahlreichen (Amateur-)Videos im Internet, die Situationskomik oder auch Missgeschicke zeigen und Lachanfalle bis hin zu Schadenfreude auslösen.

„Das Internet macht mich glücklich, weil ...“ – Teil 2



„Ich finde, manche Sachen würde man sich nicht trauen, wenn man nicht durchs Internet schon mal gesehen hätte, wie es funktioniert. [...] Einfach irgendwas bauen, etwas auseinandernehmen, irgendetwas reparieren. Keine Ahnung, wenn ich weiß, mein Handy ist kaputt, aber ich kann im Internet einfach nachgucken, wie ich es reparieren kann, dann mache ich es einfach.“

(männlich, 23 Jahre)

Nur bei wenigen lassen sich „Internet“ und „Glück“ nicht verknüpfen:

„Ich musste lange überlegen, bis mir was eingefallen ist, was mich am Internet glücklich macht, weil ich schon relativ kritisch dem Ganzen gegenüberstehe.“

(weiblich, 17 Jahre)

Das Internet ist immer da

Online-Aktivitäten sind nicht nur Bestandteil eines jeden Tages, vielmehr strukturieren sie den Tag sogar wesentlich mit. Dies verschafft einerseits ein Gefühl von angenehmer Routine, aber erzeugt durchaus einen Aufforderungscharakter, insbesondere, wenn in bestimmten Intervallen Informationen eintreffen, auf die reagiert werden muss.

„Das ist überall, ich stehe morgens auf, schreibe dann schon den ganzen Leuten, die mir geschrieben haben. Dann mache ich mich fertig. Dann höre ich Musik über Spotify. Dann fahre ich zur Arbeit, gucke meistens irgendwie eine Netflix-Serie. Ich gehe zur Arbeit, muss [irgendetwas] machen, kein Problem, auch über das Internet. Also, das ist ja eigentlich die ganze Zeit da. Während ich schlafe, kriege ich auch Nachrichten, aber die lese ich dann nicht, ich schlafe.“

(weiblich, 23 Jahre)

„Ich finde, das stimmt schon, weil einerseits gibt es die Nutzung, weil es notwendig ist oder den Alltag erleichtert, und andererseits die Abhängigkeit, dass Leute gar nicht mehr können, ohne alle fünf Minuten in ihr Profil zu gucken.“ (weiblich, 17 Jahre)

Ein Alltag ohne Internet ist für die 14- bis 24-Jährigen heute kaum vorstellbar, denn zahlreiche digitale Alltagspraktiken sind gewissermaßen optionslos im Handlungsrepertoire abgespeichert. So kann die Orientierung in der eigenen Stadt schnell zum Abenteuer werden, wenn kein mobiles Internet verfügbar ist. Der folgende Dialog zeigt das eindrücklich:

„Auch Google Maps jetzt. Ohne das hätte ich viel länger gebraucht, um hierherzukommen. Wenn ich mir hätte eine Stadtkarte nehmen müssen, um zu gucken, wo ich hinmuss und wie ich da hinkomme, das hätte wahrscheinlich ewig gedauert. [...] Aber man muss ja hierherkommen und man kann ja nicht zu jemandem gehen, der ganz Berlin im Kopf hat, und sagen ‚Ich muss da und da hin‘ und der erklärt einem das.“ (männlich, 17 Jahre)

„Das mache ich ehrlich gesagt öfter, als ich im Internet gucke. Und so kommt man auch gut durch Berlin, indem man Leute fragt. [...] und ein paar Freunde von mir machen es auch. Die starten eine Gegenbewegung, und die kommen auch echt gut klar und können sich sozial integrieren. Es ist halt, man findet immer andere Wege. Ich glaube, das würden wir auch schaffen.“ (weiblich, 17 Jahre)

Man schätzt somit zwar die Vorteile, sieht sich aber gleichzeitig schlecht vorbereitet für Situationen, in denen kein (mobiles) Internet verfügbar ist. Zumindest theoretisch möchte man sich vorstellen können, bestimmte Aktivitäten auch offline erledigen zu können.

„Ich würde jedem raten, man darf sich einfach nicht abhängig machen vom Internet. Also angenommen, das wäre von jetzt auf morgen [...] gibt es nicht mehr, dann muss man trotzdem weiterleben können. Manche sind ja so darauf angewiesen und wissen gar nicht mehr, was sie machen können, wenn sie mal einen Tag kein WLAN mehr haben. Ich weiß nicht, man kann doch alles in Büchern nachgucken, man kann zu den Leuten hinfahren, man kann doch alles ohne diese ganze digitale Welt, ohne diese Digitalisierung und durch diese ganze Technik meistern. Das hat man ja damals auch geschafft. Und ich finde das schade, wenn man sich eben nur von solchen Geräten so abhängig macht.“ (männlich, 17 Jahre)

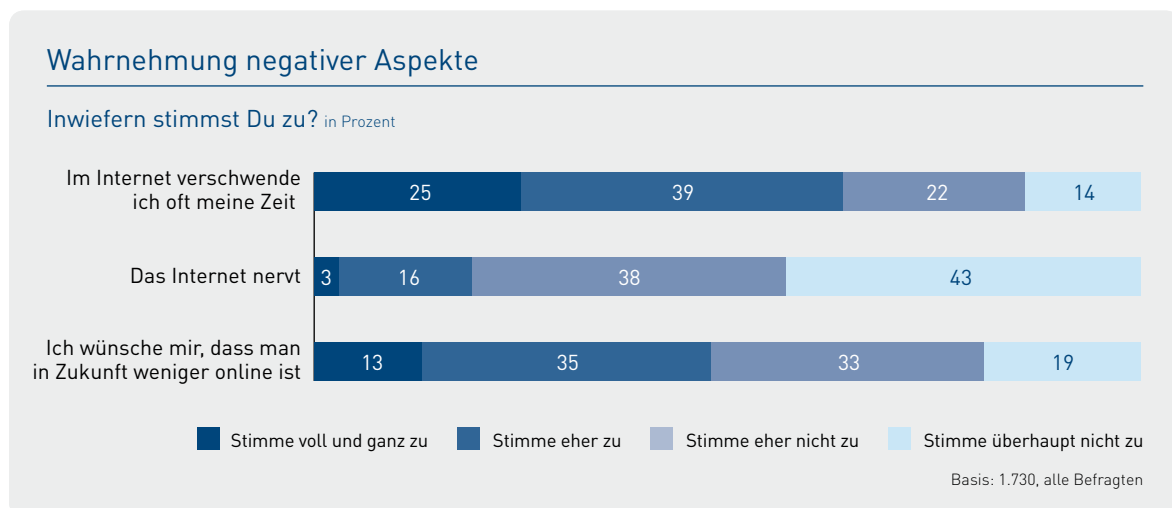
„Weil ich gerne selber bestimme, weil ich gerne selber, ohne Hilfsmittel über mein Leben bestimmen kann, möchte. Warum? Ich weiß, das hat doch damals auch geklappt, warum sollte ich denn alles von einem kleinen Gerät aus machen? Man selber hat doch auch die Möglichkeit, man kann doch selber sprechen, man kann doch aussprechen, was man denkt, direkt, ohne das noch irgendwo einzutippen, oder? Ich weiß nicht. Warum sollte man auch so viele Daten von sich preisgeben? Weiß ich nicht. Man hat doch einen Kopf, den man benutzen kann. Warum muss das alles über eine externe Form passieren?“ (weiblich, 17 Jahre)

Das Internet ist Fluch und Segen zugleich

Videos online anzuschauen, in Sozialen Medien durch Bildergalerien zu klicken oder nach einem ganz bestimmten Paar Turnschuhe in acht verschiedenen Online-Shops zu suchen, macht glücklich, bedeutet aber nicht selten auch, dass dabei häufig ganz nebenbei die Zeit verstreicht. In diesem Zusammenhang flankieren auch einige negative Aspekte die ansonsten positive Wahrnehmung des Internets.

Mit 64 Prozent hat deutlich über die Hälfte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen das Gefühl, im Internet die Zeit zu verschwenden. Gleichzeitig haben sich viele so sehr an diese mehr oder weniger lieb gewonnenen Aktivitäten gewöhnt, dass ihnen ohne Internet schnell langweilig wird. Über die Hälfte (52 Prozent) wüsste abends ohne Internet nicht, was sie tun könnte, bei den 14- bis 17-Jährigen sind dies sogar 59 Prozent.

Dieses Dilemma aus gefühlter Zeitverschwendung und Alternativlosigkeit führt dazu, dass fast jeder Fünfte (19 Prozent) sagt, dass das Internet nervt. Fast die Hälfte der 14- bis 24-Jährigen wünscht sich zudem, dass man in Zukunft weniger online ist. 13 Prozent stimmen der Aussage voll und ganz zu, 35 Prozent stimmen eher zu.



Weitere ambivalente Assoziationen zum Internet betreffen seine häufig nicht durchschaubare Funktionsweise. Die Jugendlichen haben den Eindruck, dass sie als „einfache Nutzer“ heute die Grenzen des World Wide Web kaum mehr erkennen („Das Internet ist für mich ... zu groß“) und Risiken nicht mehr überschauen können („Datensammler“), und dadurch letztlich latent das Gefühl, sich im Internet „zu verlieren“.

„Das Internet ist für mich ...“

Das Internet ist für mich...
... ein großer Datensammler,
eine vielseitige Informationsquelle
(& eine entfremdende Plattform)!

zu groß

... wie ein schwarzes
Loch

Das Internet ist für mich ein
Medium wo man vorsichtig sein sollte.

Segen und Fluch zugleich.

... ein Weltöffner & dennoch
mit Vorsicht zu beachtender Ort

Internetnutzung ist nicht immer eine freie Entscheidung

Den 14- bis 24-Jährigen ist es wichtig zu betonen, dass die Internetnutzung für sie in vielen Zusammenhängen nicht zur Disposition steht. Über die Hälfte der Befragten (53 Prozent) stimmt zu, dass sie ohne Internet nicht mitbekommen würde bzw. hätte, was in der Schule oder im Studium passiert. 44 Prozent sagen, sie wären ohne Internet nicht in der Lage, Freundschaften aufrechtzuerhalten. 45 Prozent meinen, dass man nicht richtig dazugehört ohne Internet. Bei den jungen Frauen sind dies 39, bei den jungen Männern sogar 50 Prozent.

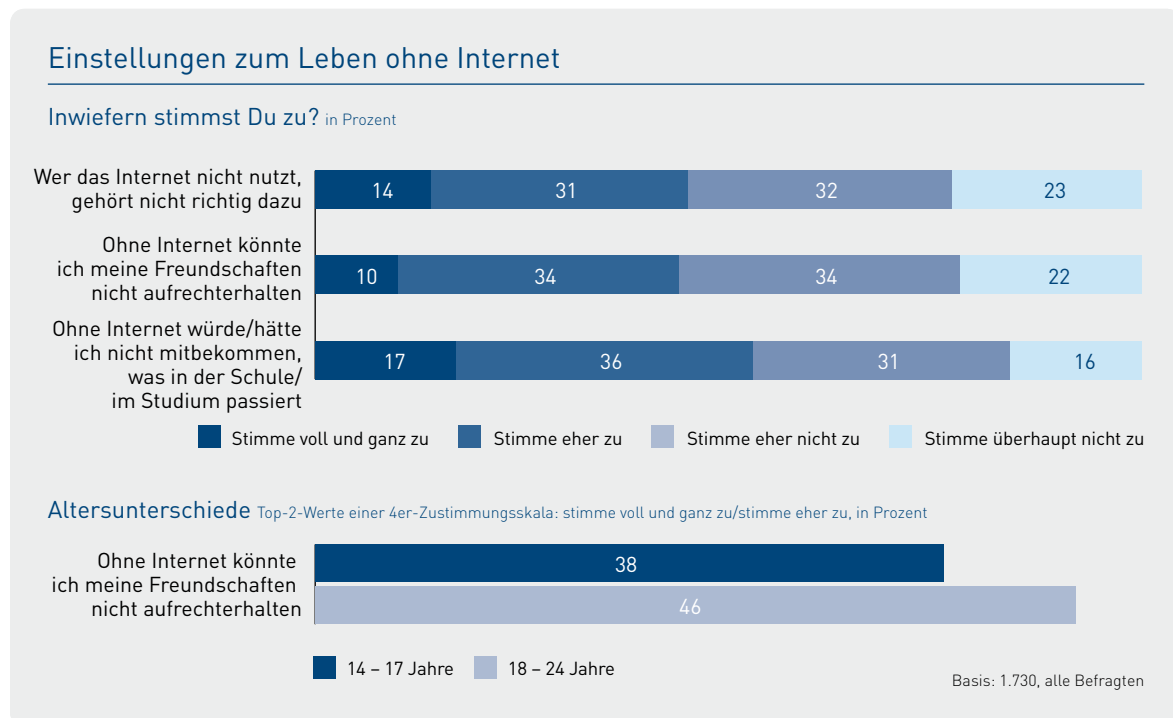
Während bei der Kommunikation mit Freunden Online-Kanäle lediglich eine Ergänzung sind, wenn das physische Zusammensein nicht möglich ist, sind in Studium oder Schule die Teilhabemöglichkeiten ohne Internet erheblich eingeschränkt. Das verdeutlichen insbesondere Zitate aus der qualitativen Studie:

„Gerade dann wird es [das Internet] wichtig, wenn man irgendwelche Projekte plant für die Schule, gerade wenn es irgendwelche Großprojekte sind, die über mehrere Wochen gehen, dass man das genau abstimmt, wer was macht, damit man auch am Ende auf jeden Fall fertig wird mit dem Projekt.“
(männlich, 17 Jahre)

„Aber in der heutigen Welt ist man quasi schon so auf das Internet angewiesen, und auch unsere Schulen, die setzen das so richtig voraus, dass man den Umgang damit kennt und dass jeder eine E-Mail-Adresse hat [...]. Wenn man das eben nicht hat, ist man da aufgeschmissen. Deswegen muss man sich damit wohl abfinden.“
(männlich 17 Jahre)

„Wir besprechen auch in der Schule – alle unsere Abigruppen sind über WhatsApp und Facebook. Das geht alles übers Internet. Und wenn man da nicht dabei ist, dann verpasst man schon vieles.“
(weiblich, 17 Jahre)

Die Relevanz des Internets für die Pflege von Freundschaften steigt mit dem Alter. Bei den 14- bis 17-Jährigen stimmen 38 Prozent zu, dass sie ohne Internet ihre Freundschaften nicht aufrechterhalten könnten; bei den 18- bis 24-Jährigen sind es 46 Prozent. Das liegt wesentlich daran, dass die Schule als klassischer Vergemeinschaftungsort wegfällt und sich die Wege in unterschiedliche Ausbildungsberufe, Studiengänge und Berufe sowie Wohnorte trennen und die für Freundschaften verfügbaren Zeitbudgets mit dem Einstieg in Ausbildung und Beruf geringer werden.



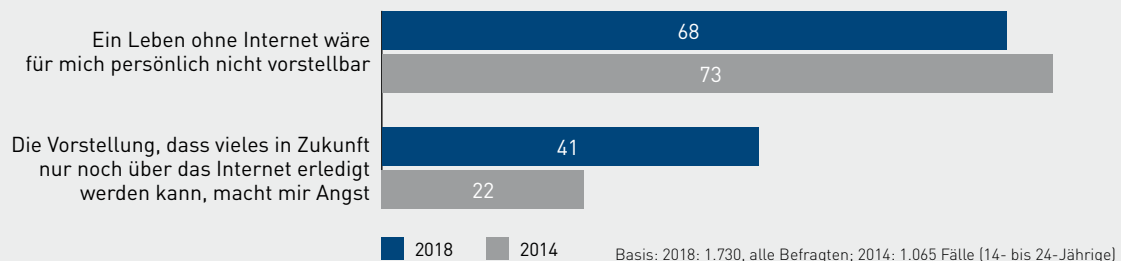
Wenn immer mehr online läuft, entsteht Unbehagen

Die überwiegende Mehrheit von 68 Prozent stimmt zu, dass ein Leben ohne Internet für sie nicht vorstellbar wäre. Dieser Wert ist im Vergleich zum Jahr 2014 allerdings um 5 Prozentpunkte gefallen. Hier zeichnen sich also möglicherweise erste Tendenzen eines Einstellungswandels ab. Deutlich fällt der Unterschied zwischen 2014 und 2018 beim Thema „digitale Zukunft“ aus: Die Vorstellung, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann, machte 2014 gut einem Fünftel der 14- bis 24-Jährigen Angst. 2018 hat sich dieser Wert mit 41 Prozent nahezu verdoppelt.

Dabei zeigt sich, dass Mädchen und junge Frauen eher von dieser Sorge umgetrieben werden (48 Prozent im Vergleich zu 34 Prozent bei den Jungen und jungen Männern). Auch hinsichtlich des Bildungsniveaus zeigen sich Unterschiede: 43 Prozent der formal hoch Gebildeten bereitet Angst, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann. Bei den Jugendlichen mit niedrigem Bildungsniveau sind dies deutlich weniger (33 Prozent).

Einstellungen zum Internet 2018 und 2014

Inwiefern stimmst Du zu? Top-2-Werte einer 4er-Zustimmungsskala: stimme voll und ganz zu/stimme eher zu, in Prozent



Befürchtung von Internetsucht

Ein Begriff tauchte in den qualitativen Gesprächen immer wieder auf und gehört offenbar zum Diskurs in dieser Alterskohorte: Internetsucht. Die Vorstellung, von digitalen Endgeräten abhängig zu sein, beschäftigt junge Menschen offenkundig sehr. Die Repräsentativerhebung kommt zu dem Ergebnis, dass 27 Prozent der 14- bis 24-Jährigen Internetsucht als Risiko bei der Internetnutzung einstufen. Dabei sehen die Jüngeren zwischen 14 und 17 Jahren das Problem mit 30 Prozent etwas akuter als die Älteren zwischen 18 und 24 Jahren mit 26 Prozent. 30 Prozent der Befragten haben zudem den Eindruck, von Internetsucht betroffen (gewesen) zu sein, oder sind sich nicht sicher, ob dies eventuell der Fall ist oder war.

Dieser Befund lässt keine Aussagen darüber zu, ob tatsächlich eine Internetsucht vorliegt, er zeigt aber, dass fast jeder Dritte zwischen 14 und 24 Jahren in der Selbstwahrnehmung ein problematisches Verhältnis zum Internet hat und unsicher ist, ob es sich beim eigenen Nutzungsverhalten um ein gesundes Maß handelt oder dieses bereits überschritten ist.

„Ich merke das selber auch, dass ich schon ziemlich abhängig bin. Wenn ich nach Hause fahre mit der Bahn und mein Akku leer ist und ich auch meine Power Bank nicht dabei habe, dass ich halt überhaupt keinen Plan habe, was ich da mache. Wenn ich eine halbe Stunde fahre, weiß ich gar nicht, was ich mache. Ich gucke manchmal auf mein Handy und merke wieder ‚Ach, Scheiße, mein Akku ist ja leer‘, und ich bin total gelangweilt und kann keine Musik hören und nichts machen.“
(männlich, 17 Jahre)

„Ich habe manchmal das Gefühl, dass ich süchtig bin. Ich habe das Gefühl, so oft es möglich ist, gucke ich auf mein Handy. Egal, was ist oder nicht ist, ich muss auf dieses Scheißhandy gucken. Und das ist echt schrecklich. Das finde ich langsam echt schlimm, und ich habe das Gefühl, dass ich nicht mal einen Tag ohne dieses blöde Handy aushalten würde. Ich würde immer das Gefühl haben, dass ich was verpasst habe.“
(weiblich, 22 Jahre)

„Da muss man halt einfach schauen, dass man sich bewusst ist, dass es süchtig machen kann, und dass man es nur so weit zulässt, wie man es auch – also auch noch von sich weghalten könnte, ohne zu sagen: Mein Leben geht unter, weil mein Smartphone ist kaputt, und ich habe eine Woche lang keine Social Medias, die ich nutzen kann.“ (weiblich, 20 Jahre)

„Also, ich würde auch einschätzen, dass ich da sehr, sehr süchtig bin. Ich finde es auch echt krass, dass dDu das so eingestanden hast, dass Du Angst hast, was zu verpassen, weil ich glaube, wenn meine Eltern das gehört hätten, dass Du von Dir so redest, würden sie sagen: „O.k., sie redet auch von unserer Tochter“, weil meine Eltern sagen, auch ich wäre gestört. Ich grenze das auch gar nicht ab, weil ich es auch gar nicht abgrenzen möchte.“ (weiblich, 18 Jahre)

„Bei mir [ist auch die größte Angst], dass ich süchtig werde [...].“ (weiblich, 17 Jahre)

„Ich muss sagen, manchmal erschreckt es mich auch, wie viel Zeit ich im Internet verspiele, weil es auch süchtig macht, wenn man damit anfängt.“ (weiblich, 23 Jahre)

4. Digitale Kompetenz qua Geburt? Vom begrenzten Generationenbegriff hin zur Vielfalt digitaler Lebenswelten

Ein Begriff geistert seit fast zwei Jahrzehnten durch den medialen Diskurs, wenn es um digitale Lebenswelten geht: „Digital Natives“. Er charakterisiert nach klassischer Lesart alle nach 1980 geborenen Menschen als mutmaßlich kompetent im Umgang mit digitalen Medien, einfach weil sie mit diesen aufwachsen bzw. aufgewachsen sind und ihre Sozialisation in einer durch das Netz geprägten Welt stattfindet. Für sie, so wird angenommen, sei das Internet gewissermaßen Normalzustand. Diese Bezeichnung will verdeutlichen, dass es sich bei den jüngeren Menschen quasi um „Ureinwohner“ oder „Eingeborene“ der digitalen Gesellschaft handelt, in Abgrenzung zu denen, die sich als Einwanderer, sprich „Digital Immigrants“, in dieser neu orientieren mussten.

Die Verwendung des Begriffs „Digital Natives“ gilt allerdings in mehrfacher Hinsicht als problematisch.¹ Zum einen impliziert er, dass das Sich-Zurechtfinden in der digitalen Welt in Abhängigkeit des Geburtsjahres ohne eigenes Zutun oder größere Anstrengungen der Betroffenen erfolge und – zumindest für diese Gruppe – ein Kinderspiel sei. Er unterschlägt auch, dass digitale Kompetenz in ständigem Wandel ist und sich im Jahr 2018 sehr deutlich von dem unterscheidet, was beispielweise im Jahr 2001 oder 2010 nötig war, um versiert und reflektiert online unterwegs zu sein. Und er versperrt in seiner Tendenz zur Vereinheitlichung schließlich auch den Blick darauf, dass es innerhalb einer Generation Unterschiede in den Einstellungen und Kompetenzen gibt.

Auch medial wird die „Generation Internet“ in schillernden Beschreibungen inszeniert, ohne explizit zu erfassen, wie sie wirklich zum Thema Internet steht.

„Generation Internet. So stellen sich junge Menschen die Zukunft vor. Immer vernetzt, mit Hologrammen essen gehen und Dinge per Gestensteuerung erledigen: Für die Digital Natives sieht so die Zukunft aus. Wie sich eine Generation, die eine Welt ohne das Internet nur vom Hörensagen kennt, die Zukunft vorstellt.“²

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen, dass die mit dem Begriff „Digital Natives“ einhergehenden Zuschreibungen nicht nur unangemessen, sondern auch unzutreffend sind. Im Folgenden wird zunächst ein Blick auf die Selbstwahrnehmung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Bezug auf ihre Internetkompetenz geworfen sowie ein Blick auf ihre Einschätzung hinsichtlich einer besonderen Befähigung qua Geburtsjahr.

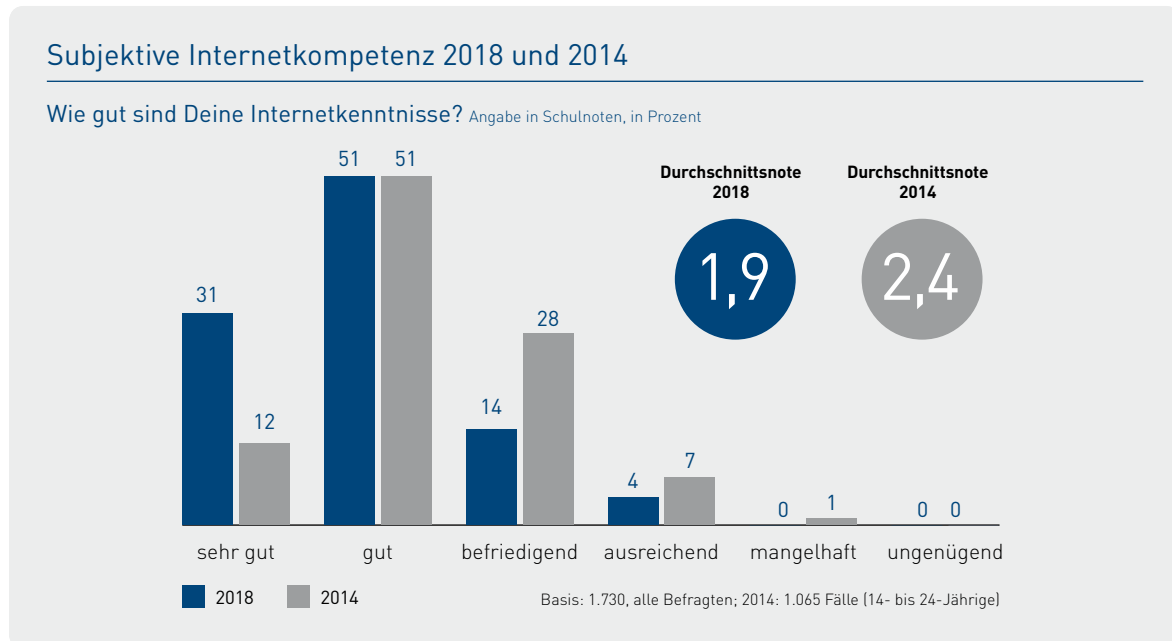
Hohe Internetkompetenz in der Selbstwahrnehmung

In Sachen Internetkompetenz zeigen sich die 14- bis 24-Jährigen selbstbewusst. Dabei ist der Anteil derer, die die eigenen Kenntnisse mit „sehr gut“ bewerten, seit dem Jahr 2014 von 12 auf 31 Prozent deutlich gestiegen. Gute Kenntnisse attestieren sich nach wie vor 51 Prozent. Gefallen sind demgegenüber die Anteile derer, die sich schlechtere Noten geben: Von 28 auf 14 Prozent halbiert hat sich der Anteil derer, die ihre Kenntnisse als befriedigend bewerten; von 7 Prozent auf 4 Prozent gefallen

¹ Vgl. Schulmeister, Rolf (2012), „Vom Mythos der Digital Natives und der Net Generation.“ In: BIBB, BWP 3/2012, S. 42-46.

² Aus: Wirtschaftswoche, 12.01.2017.

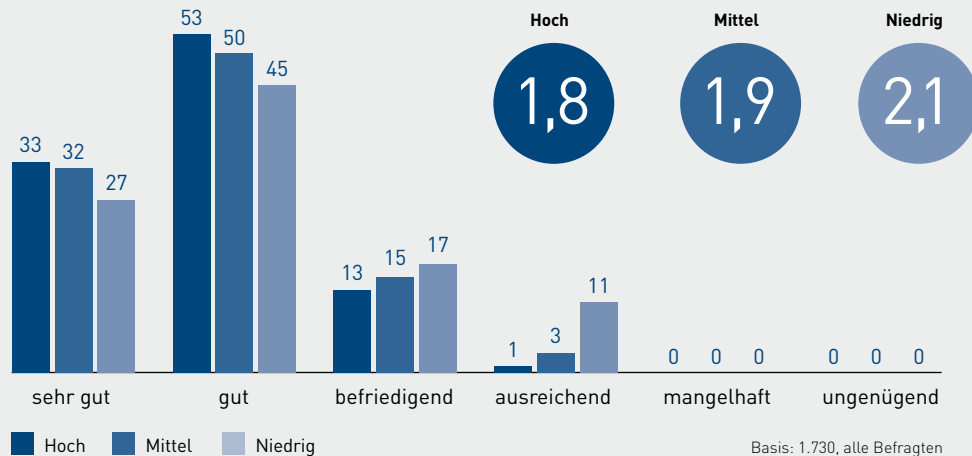
ist die Note vier, die für ausreichende Kenntnisse steht. Wie bereits im Jahr 2014 nutzen die Befragten nicht die volle Notenskala für ihre Selbstbewertung. Die Note sechs, ungenügend, wurde weder 2014 noch 2018 vergeben. In 2018 wurde auch die fünf, mangelhaft, nicht vergeben.



Unterschiede bei der Selbsteinschätzung sind in Bezug auf Geschlecht und Bildung erkennbar. Wenn es um die Vergabe der Bestnote geht, zeigen sich Jungen und junge Männer (entsprechend gängiger Geschlechterstereotype) mit 37 Prozent selbstbewusster als Mädchen und junge Frauen mit 25 Prozent. Diese vergeben demgegenüber jeweils etwas häufiger die Noten zwei, drei und vier. Ebenfalls systematisch fallen die Unterschiede entlang des formalen Bildungsniveaus aus: Je höher die formale Bildung, desto eher werden die eigenen Kenntnisse als sehr gut oder gut eingeordnet und desto seltener werden die Noten drei und vier vergeben. Insgesamt lässt sich jedoch feststellen, dass alle drei Gruppen auf eine Durchschnittsnote im Bereich gut kommen.

Bildungsunterschiede bei der subjektiven Internetkompetenz

Wie gut sind Deine Internetkenntnisse? Angabe in Schulnoten; nach formaler Schulbildung, in Prozent



Über 90 Prozent fühlen sich den Eltern überlegen

Ganz eindeutig zeigen die Ergebnisse, dass sich die junge Generation den Eltern in Sachen Internetkompetenz überlegen fühlt: 91 Prozent der 14- bis 24-Jährigen sind der Überzeugung, sich mit dem Internet viel besser auszukennen als die eigenen Eltern. Für die Jüngeren zwischen 14 und 17 Jahren trifft das mit 86 Prozent etwas seltener zu als für die Älteren zwischen 18 und 24 Jahren mit 93 Prozent. Auch hinsichtlich des Bildungsniveaus zeigt sich dieser Unterschied. Während sich 87 Prozent der formal niedrig Gebildeten als kompetenter als ihre Eltern einschätzen, sind es bei den formal hoch Gebildeten 93 Prozent (89 Prozent bei mittlerer Bildung).

„Digital Native“ zu sein, wird entschieden abgelehnt

Zwar zeigen sich die Jugendlichen selbstbewusst mit Blick auf die eigenen Fertigkeiten und Kenntnisse und nehmen auch einen deutlichen Vorsprung gegenüber den eigenen Eltern wahr, jedoch erscheint der Begriff „Digital Native“ auf mehreren Ebenen nicht adäquat.

1. Nicht alle Jugendlichen sind gleich

Je jünger, desto besser kennt man sich tendenziell im Netz aus – davon sind die Befragten überzeugt, vor allem im Vergleich zur Generation der Großeltern. Die 14- bis 24-Jährigen nehmen allerdings innerhalb ihrer Altersgruppe ebenfalls deutliche Unterschiede hinsichtlich digitaler Kompetenz wahr.

2. Internetkompetenz ist hart erarbeitet

Die Vorstellung, dass man Internetkompetenz quasi in die Wiege gelegt bekommt, wird in der Regel zurückgewiesen, teils sogar heftig. Junge Menschen möchten sich die Anstrengungen nicht

absprechen lassen, die sie auf sich nehmen, um zu einem souveränen Umgang mit dem Internet zu gelangen.

3. Es kommen ständig neue Herausforderungen dazu

Jugendliche bemerken die rasanten Veränderungen, die die Digitalisierung mit sich bringt, und dass Eltern und selbst ältere Geschwister bereits eine gänzlich andere Sozialisation in puncto Internet erlebt haben. Entsprechend erwarten sie, dass auch künftig zahlreiche neue Herausforderungen auf sie zukommen werden, denen sie sich stellen müssen.

„Ich kenne Leute, die kennen sich so gut mit Computer und Internet aus und sehen, wo Viren sind usw. Da habe ich gar keine Ahnung. Dann habe ich aber auch Leute im Freundeskreis, also die eine Freundin, die jetzt kein Handy mehr hat, die kannte sich im Internet noch gar nicht aus. Die hat noch nie im Internet bestellt, das mache ich für sie über meinen Account. So was kann sie gar nicht, weil sie sich damit noch nicht beschäftigt hat. Ich finde, es gibt da viele verschiedene Typen [...]. Ich denke das kommt auch auf jeden Menschen an. [...] [Ich bin] schon kompetenter als meine Mutter oder so, aber weil wir halt die Generation sind, haben wir natürlich schon gewisse Sachen, die wir wissen, aber ich finde, megakrasse Kompetenzen kommen von Mensch zu Mensch drauf an, wie sehr man sich damit beschäftigt, und so was.“ (weiblich, 17 Jahre)

„Die Leute, die sich Mühe geben, die daran Interesse haben, die können damit gut umgehen. Aber ich kannte mal auch jemanden in der 8. Klasse, da wurde ich gefragt, was ist ein Browser? Und da frage ich mich halt so, ob die damit nicht viel zu tun haben oder ob sie einfach nicht den Begriff kennen. [...] auch nicht jeder, der mit dem Internet aufgewachsen ist, kann mit dem Internet umgehen.“ (männlich, 14 Jahre)

„Ich finde es beleidigend, dass man damit direkt in Verbindung gesetzt wird. Weil, ich bin nicht das Internet, ich bin auch nicht [...] Natürlich, ich bin Teil, aber das auch mehr oder weniger unfreiwillig.“ (weiblich, 17 Jahre)

„[...] nur weil ich jetzt, seitdem ich 13 bin oder 14 bin, irgendwie Kontakt zum Internet habe, heißt das nicht, dass ich auch total gut bin in dieser Nutzung. Weil, ich sage mal, bei mir fällt mir ganz oft auf, dass ich Kompetenz habe, keine Kompetenz zu haben [...].“ (weiblich, 17 Jahre)

Die Zitate illustrieren eindrücklich, dass die Idee des „Digital Native“ für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht passend und auch kaum präsent ist. 47 Prozent der Befragten kennen den Begriff, der zu Abermillionen Treffern bei der Online-Suche führt, überhaupt nicht. 23 Prozent geben an, den Begriff zwar schon einmal gehört zu haben, allerdings nicht zu wissen, was er bedeutet. Jugendliche beanspruchen den Begriff für sich nicht, und er vermag auch die Vielfalt, die sich in der Selbstwahrnehmung der jungen Generation zeigt, nicht zu fassen. Dabei wird zudem deutlich, dass Digitalisierung kein Selbstläufer ist und aktiv gestaltet werden muss – auch (und gerade) bei jungen Menschen.

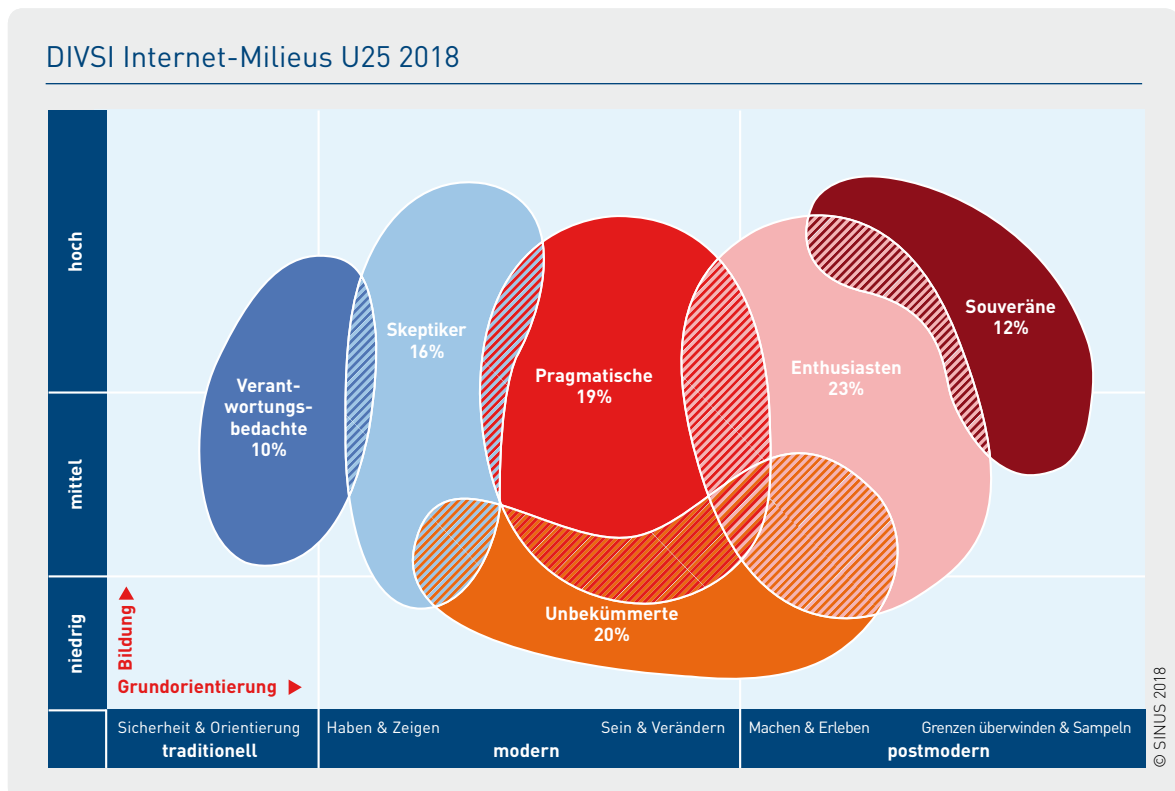
Tatsächlich ändert sich „das Internet“ permanent und die Bedingungen für eine digitale Teilhabe damit ebenfalls. Dass das Vermögen, dabei am Ball zu bleiben, nicht (ausschließlich) vom Alter, sondern (auch) von anderen Parametern abhängig ist, zeigt das folgende Kapitel.

5. Digitale Lebenswelten der Jugendlichen und jungen Erwachsenen: Profile der DIVSI Internet-Milieus U25

„Online-Sein“ ist nicht für alle Jugendlichen und jungen Erwachsenen das Gleiche. Zwar zeigen sich innerhalb der Gruppe der 14- bis 24-Jährigen weniger Unterschiede als in der Gesamtbevölkerung – Offliner gibt in diesem Alterssegment bspw. gar nicht mehr –, aber auch in der jungen Generation existiert eine Vielzahl unterschiedlicher Zugangsweisen zum Internet. Diese beziehen sich weniger auf die Dauer des täglichen „Online-Seins“ oder die Art und Weise des technischen Zugangs zum Internet. Bedeutsam sind dabei vielmehr Unterschiede in der subjektiven Souveränität im Umgang mit dem Netz insgesamt und der Bewertung von Gefahren und Risiken im Speziellen, aber auch der jeweiligen Perspektiven auf die zukünftige persönliche Relevanz des Internets.

Die verschiedenen Zugangsweisen zu Internet und Kommunikationskulturen lassen sich verdichtet in Form von Internet-Milieus beschreiben, deren Vertreter sich entlang ihrer Einstellungen, Wertvorstellungen und Verhaltensweisen unterscheiden. Die folgende Grafik gibt einen Überblick der im Rahmen der vorliegenden Studie erarbeiteten Landschaft der „DIVSI Internet-Milieus U25“ in Deutschland. Die digitalen Lebenswelten der Jugendlichen und jungen Erwachsenen bewegen sich entlang der beiden Hauptachsen „formales Bildungsniveau“ (vertikal) und „normative Grundorientierung“ (horizontal). Je höher eine Gruppe in dieser Grafik angesiedelt ist, desto höher ist das formale Bildungsniveau; je weiter nach rechts sie sich erstreckt, desto moderner im soziokulturellen Sinn ist ihre Grundorientierung.

Liest man die Grafik von links nach rechts, fällt der Blick zunächst auf die beiden blau eingefärbten Internet-Milieus der *Verantwortungsbedachten* und der *Skeptiker*. Diese Internet-Milieus sind in

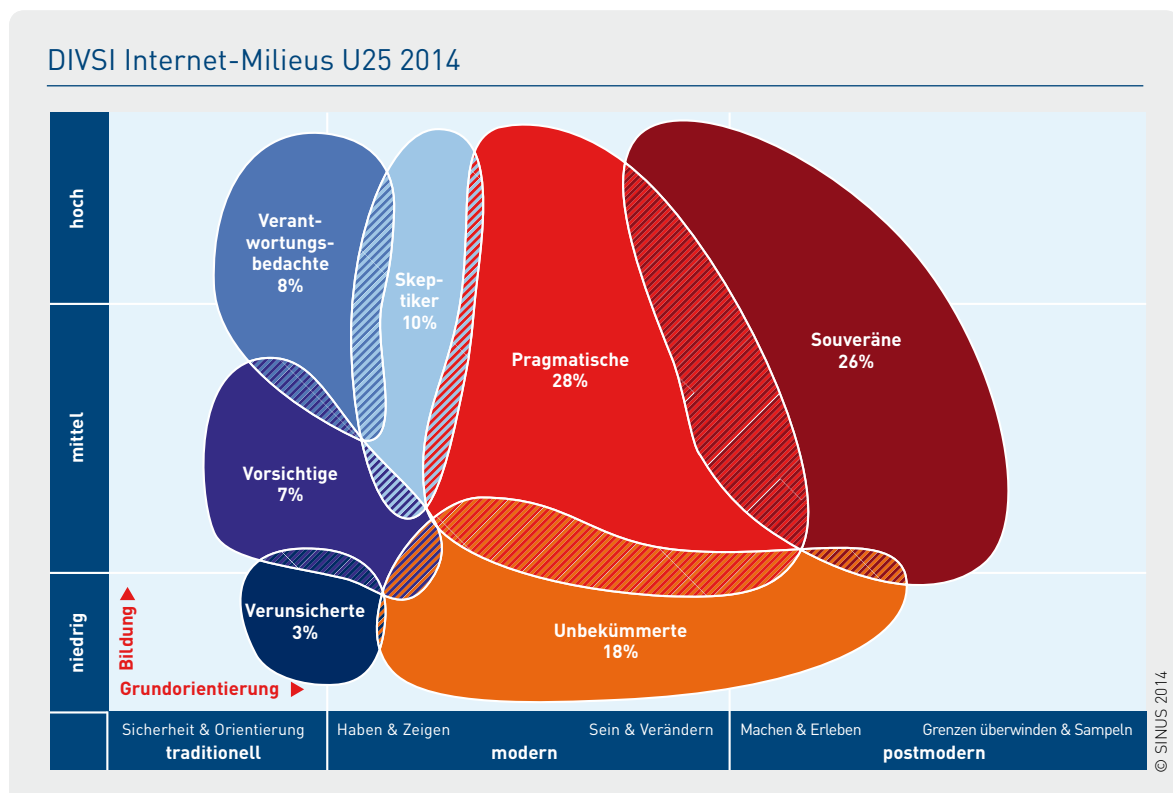


ihrem Zugang zum Internet eher defensiv und vorsichtig. *Pragmatische* und *Unbekümmerte* befinden sich in der Mitte, sie haben einen ausgeprägten Teilhabewunsch, und ihr Leben spielt sich zu einem großen Teil online ab, auch wenn sie immer mehr den Eindruck haben, dass sie mehr Dinge online erledigen müssen, als sie eigentlich wollen. Sie sehen sich nicht unbedingt als Experten und pflegen einen pragmatischen bzw. teilweise unbedarften Online-Stil. *Enthusiasten* und *Souveräne* sind Intensiv-Onlineer mit unterschiedlich ausgeprägter Grundhaltung. Während die *Enthusiasten* internet-begeistert sind und Risiken eher ausblenden, sind die *Souveränen* kritisch und suchen einen Weg, selbstbewusst mit Online-Gefahren umzugehen.

Entwicklung der DIVSI Internet-Milieus U25

Die Veränderungen im Modell der DIVSI Internet-Milieus U25 gegenüber dem Jahr 2014 lassen sich folgendermaßen zusammenfassen (vgl. hierzu auch die beiden Abbildungen in der Gegenüberstellung):

- Internetferne bzw. -nähe entfällt als konstituierendes Merkmal. Bei den unter 25-Jährigen gibt es keine Offliner mehr. Das Internet ist ein fester Bestandteil des Alltags und für einige Lebensbereiche auch nicht mehr optional – wie z.B. Schule oder Studium. Wer sich hier bewusst gegen eine Internetnutzung entscheidet, ist wesentlich in den Teilhabemöglichkeiten eingeschränkt. Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist das sehr deutlich bewusst. Es geht also nicht mehr darum, ob das Internet genutzt wird, sondern wie ein bereichernder, spaßorientierter und gleichzeitig sicherer Umgang mit dem Netz im Alltag gelingen kann.
- Die positive Grundhaltung zum Internet differenziert sich gegenüber 2014 stärker aus und zeigt sich in einer Neuformation im modernen Werte-Segment: Waren 2014 die allesamt rötlich eingefärbten Internet-Milieus noch insgesamt von Enthusiasmus gekennzeichnet, hat sich



Enthusiasmus nun als kennzeichnendes Merkmal einer eigenen Internet-Lebenswelt abgespal- tet. Diese formiert sich zwischen den deutlich nüchterneren *Pragmatischen* und abgeklärteren *Souveränen*, denen die Schattenseiten der Internetnutzung bei aller grundsätzlichen Begeiste- rung bewusster sind.

- Das linke Feld der Milieugrafik ist hingegen von Konvergenz gekennzeichnet. *Verantwortungs- bedachte* und *Skeptiker* sind wie alle anderen auch selbstverständlich online, aber mit einer anderen Grundhaltung, in der Zurückhaltung und Bedenken, Sorgen und Misstrauen neben Spaß an der Internetnutzung eine deutlich größere Rolle spielen als bei anderen.

Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen in den DIVSI Internet-Milieus U25

Um die grundlegenden Einstellungsmuster zum zentralen Themenkomplex Risiken, Sicherheitsmaß- nahmen und Vertrauen im Internet milieuspezifisch besser zu verstehen, wurden diese zu Hand- lungs- bzw. Einstellungsdimensionen verdichtet. Zu diesem Zweck wurden Faktorenanalysen zur Datenreduktion eingesetzt. Diese ermöglichen eine Zusammenfassung, um die hinter den Einzel- statements stehenden Meinungen sichtbar zu machen und somit Erklärungsmuster für Verhaltens- weisen bereitzustellen. Ausgangspunkt für die Bestimmung der Faktoren waren die jeweiligen State- ments (z.B. entsprechende Risiken oder Sicherheitsmaßnahmen). Mithilfe der Analysen konnten drei unterschiedliche Themenkomplexe klarer beschrieben werden: wahrgenommene Risiken bei der Online-Nutzung, ergriffene Sicherheitsmaßnahmen sowie eine Bestimmung von verschiedenen Ver- trauenskonzepten.³ Relevante Abweichungen der einzelnen Internet-Milieus vom Durchschnitt wer- den in den Ergebnisgrafiken (vgl. den jeweiligen Abschnitt in den Beschreibungen der Internet-Mili- eus) je nach Stärke der Abweichung mit ein oder zwei Plus-Minuszeichen gekennzeichnet.⁴

³ Auch in der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2014 wurden Zusammenfassungen vorgenommen, die jedoch hier nicht direkt übernommen werden konnten, sondern aufgrund der Veränderung von Einzel-Statements angepasst und neu gruppiert wurden.

⁴ Zum Vorgehen vgl. Kapitel 10.1.2 Methode – Die Repräsentativerhebung.

Gruppierung der Risiko-Items

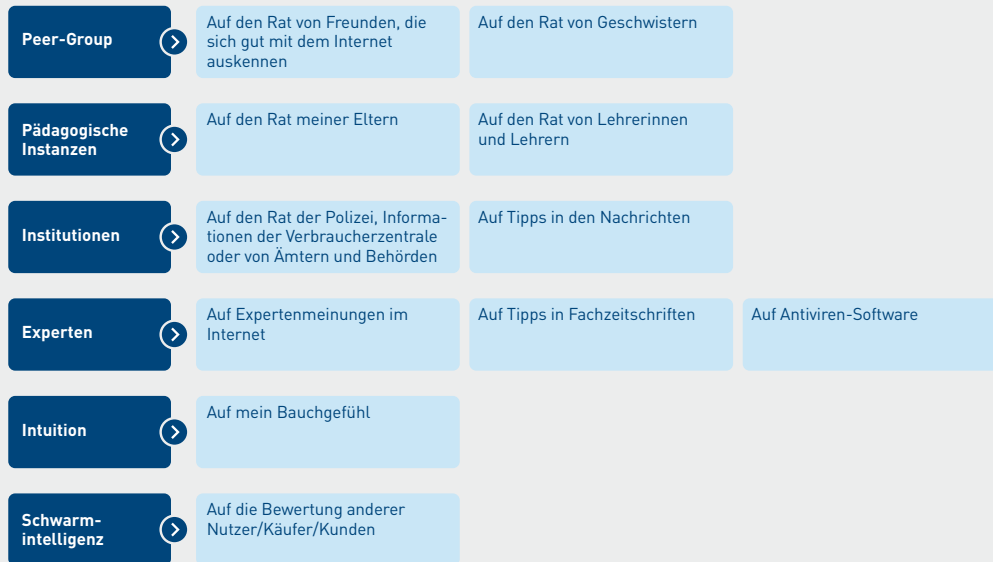
Internet-kriminalität	Infizierung des Computers oder anderer Geräte mit Schadprogrammen, z. B. Viren	Ausspionieren meiner Zugangsdaten, zum Beispiel für Online-Banking oder Internetshops	Betrug beim Online-Einkauf, einer Online-Auktion oder beim Online-Banking
	Diebstahl intimer Dokumente, die ich auf einem Gerät oder online/ in der Cloud gespeichert habe	Unerwünschte Weitergabe bzw. Weiterverkauf meiner Daten an Dritte	
Durchleuchtung	Dass andere wissen können, was ich gerade mache oder wo ich bin	Tracking (Nachverfolgbarkeit) meines Online-Verhaltens	Dass meine Eltern/Arbeitgeber zu viel über mich erfahren
Identitäts-missbrauch	Versendung unerwünschter E-Mails in meinem Namen	Dass mein Profil gehackt wird und andere in meinem Namen posten/kommentieren	Unerlaubte Nutzung meiner Fotos, die ich bei Social-Media-Angeboten gepostet habe
Belästigung	Belästigung durch unerwünschte E-Mails (Spam-Mails)		
Persönlichkeits-verletzungen	Beleidigung im Internet (z. B. Beschimpfungen oder Hasskommentare)	Von anderen fertiggemacht werden (Mobbing)	Veröffentlichung von peinlichen und/oder intimen Posts oder Chats
	Stalking (wiederholtes Verfolgen und Belästigen einer Person; jemandem nachstellen)	Fake-Profile, d. h. Täuschung durch gefälschte Nutzerprofile (z. B. bei Facebook, Instagram)	
Internetsucht	Internetsucht		

Gruppierung der Items zu Sicherheitsmaßnahmen

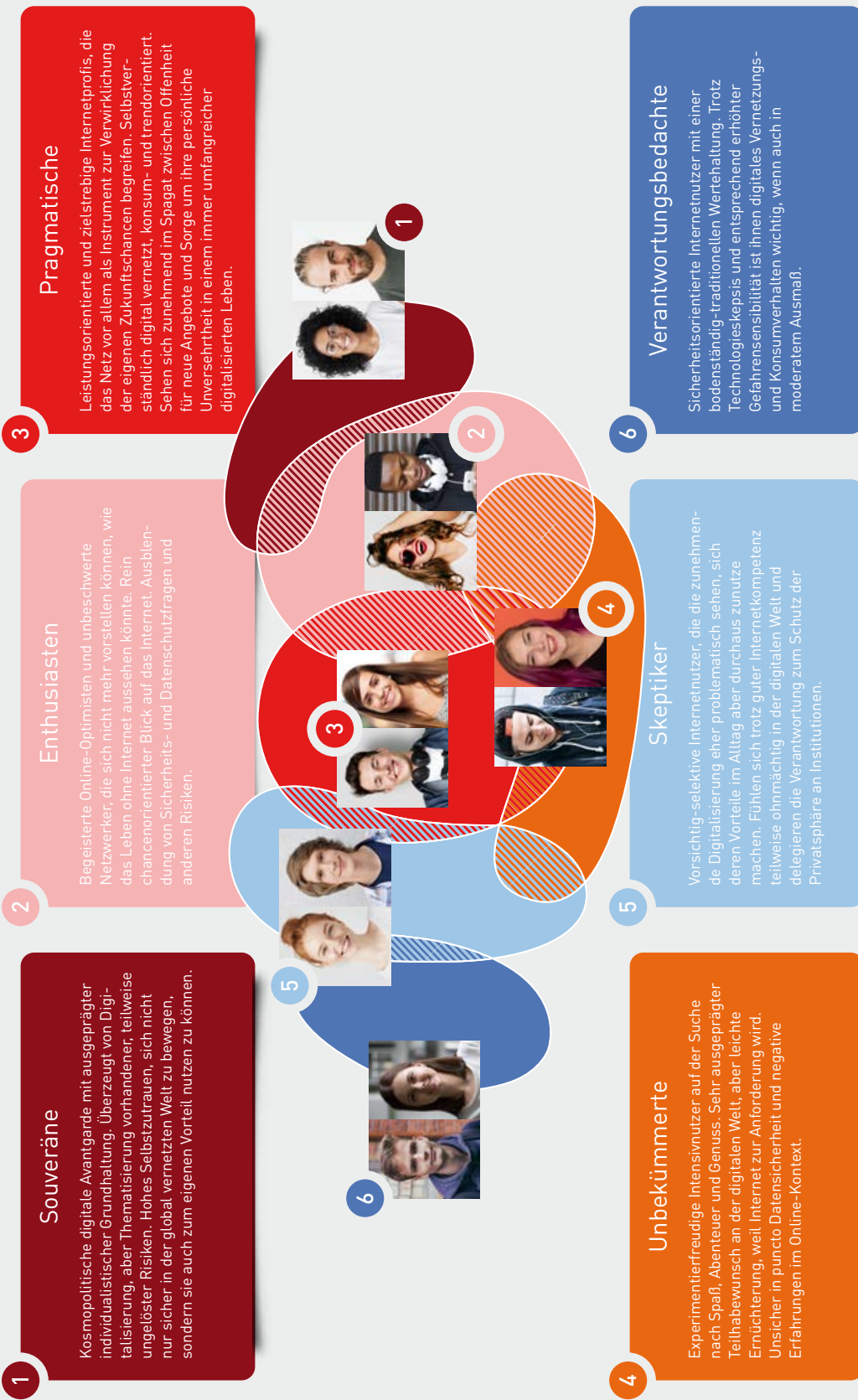
Datenkontrolle	Ich aktualisiere meine persönlichen Sicherheitseinstellungen bei Social-Media-Angeboten	Ich achte darauf, keine Dateien hochzuladen	Ich achte darauf, keine Dateien herunterzuladen
Webseitenkontrolle	Ich nutze nur Seiten, bei denen ich weiß, dass sie sicher sind		
Manipulative Kontrolle	Ich mache falsche bzw. irreführende persönliche Angaben		
Softwarekontrolle	Ich benutze Pop-ups oder Adblocker	Ich habe einen Virenschanner installiert	Ich habe meine Firewall aktiviert
Passwortkontrolle	Ich verwende überwiegend Passwörter, die mehrere Sonderzeichen oder Ziffern beinhalten	Ich benutze immer verschiedene Passwörter	Ich sichere alle meine Geräte mit einem persönlichen Passwort

Gruppierung der Vertrauens-Items

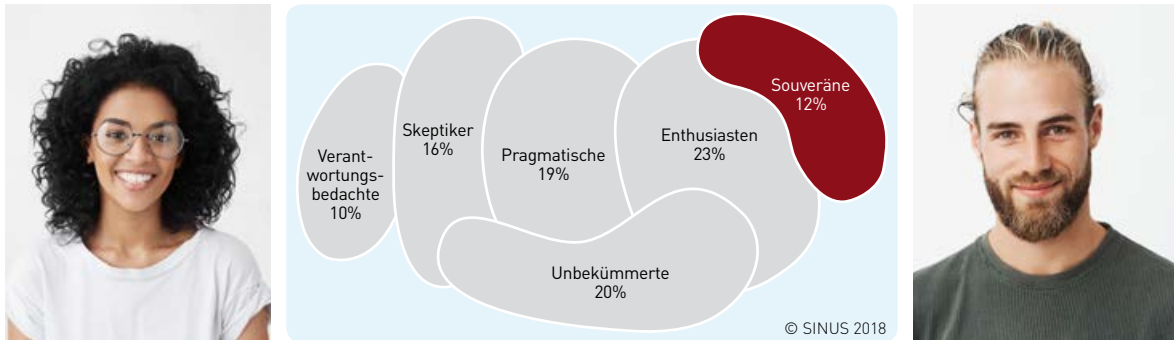
Worauf würdest Du vertrauen, wenn Du nicht sicher bist, ob bestimmte Internetangebote seriös und/oder sicher sind?



Kurzcharakteristik der Internet-Milieus U25 2018



5.1 Souveräne



➤ **Kosmopolitische digitale Avantgarde mit ausgeprägter individualistischer Grundhaltung. Überzeugt von Digitalisierung, aber Thematisierung vorhandener, teilweise ungelöster Risiken.**

➤ **Hohes Selbstvertrauen, sich nicht nur sicher in der global vernetzten Welt zu bewegen, sondern sie auch zum eigenen Vorteil nutzen zu können.**

Die *Souveränen* bilden mit einem Anteil von 12 Prozent eine der kleineren Lebenswelten in der Generation U25. Jungen und junge Männer sind in dieser Gruppe mit einem Anteil von 65 Prozent deutlich stärker vertreten als Mädchen und junge Frauen. Die *Souveränen* sind neben den *Skeptikern* das einzige Internet-Milieu mit einem Geschlechterschwerpunkt.⁵

Charakteristisch für die *Souveränen* ist ein postmodern geprägtes Werteuniversum, d.h. ein Patchwork vielfältiger – mitunter auch widersprüchlicher – Einstellungen und Ansichten. So streben sie beispielsweise nach Unabhängigkeit, Selbstverwirklichung und intensiven Erfahrungen einerseits, haben andererseits aber auch die Anforderungen der modernen Leistungsgesellschaft mit einer hohen Selbstverständlichkeit im Blick: Zielstrebigkeit, Flexibilität, Mobilität und Anpassungsfähigkeit.

Souveräne wissen, was gerade angesagt ist. Es ist Teil ihres Selbstverständnisses bei Lifestyle- und Digitalthemen, die Meinungsführerschaft zu übernehmen. Sie möchten aber nicht mit dem im Mainstream inflationär verwendeten Begriff der „Trendsetter“ etikettiert werden. Sie sehen sich hier vielmehr einen Schritt voraus. Individualität wird großgeschrieben, insbesondere im öffentlichen Auftritt. Sie sind ständig auf der Suche nach neuen Ideen und Inspirationen, wollen weiter- statt ankommen.

Zugangsweise zum Internet und subjektive Kompetenzeinschätzung

Souveräne nutzen das Internet intensiv: 31 Prozent sind eigentlich immer online, 67 Prozent mehrmals täglich. Mehr als ein Drittel (35 Prozent) der *Souveränen* surft unbegrenzt, auch an Orten ohne WLAN, und nimmt keine Einschränkung im mobilen Datenvolumen wahr.⁶ Das ist im Vergleich der Internet-Milieus der höchste Wert (28 Prozent im Durchschnitt).

Souveräne sind umtriebige und vielseitige Internetnutzer – sie suchen nicht nur Zeitvertreib und Unterhaltung, sondern möchten im Job wie im Privatleben von der digitalisierten Welt profitieren (z.B. als digitale Arbeitsnomaden). Das Netz ist für sie das perfekte Werkzeug, um den eigenen Horizont

⁵ Neben den *Souveränen* weisen auch die *Skeptiker* einen Geschlechterbias auf, allerdings in umgekehrter Richtung. Vgl. dazu Kapitel 5.5 ab Seite 52.

⁶ Vgl. dazu Kapitel 3.1, ab Seite 15.

stets zu erweitern. *Souveräne* sind viel auf der Suche nach Innovationen und Spezialwissen – insbesondere zu Themen, die sich exklusiv online erschließen lassen. Dieses Milieu bewegt sich in Nischen im Netz, sucht Räume, die nicht jeder findet und die ganz speziell auf ihre Interessen zugeschnitten sind. Dabei spielen Länder- und Sprachgrenzen keine Rolle.

In keinem anderen Internet-Milieu empfindet es ein größerer Anteil als Geschenk, mit dem Internet aufzuwachsen (50 Prozent vs. 42 Prozent im Durchschnitt). *Souveräne* sind bei aller Affinität zu digitalem Leben keine Internet-Dogmatiker – dass ein Leben ohne Internet möglich ist bzw. sein sollte, ist für die meisten eine Selbstverständlichkeit: 67 Prozent gehen beispielsweise davon aus, dass sie ihre Freundschaften auch ohne das Internet aufrechterhalten können (im Vergleich zu 56 Prozent insgesamt). Sich vom Internet abhängig zu machen, gilt als uncool.

Souveräne wissen in der Regel sehr gut, worum sich die Netz-Diskurse aktuell drehen. Sie hantieren sicher mit den Begrifflichkeiten der digitalen Welt und kennen sich auch mit technischen oder wirtschaftlichen Funktionsweisen vergleichsweise gut aus oder sind zumindest interessiert an den Hintergründen. Sie sprechen ganz selbstverständlich über Algorithmen, Fake News, Filterblasen und Manipulationsgefahren. Sie beanspruchen für sich einen Wissensvorsprung, der ihre Haltung zum Internet wesentlich prägt. Das schlägt sich auch in der Einschätzung der eigenen Internetkompetenz nieder: 90 Prozent attestieren sich mindestens gute Internetkenntnisse. Das ist der Spitzenwert im Milieuvvergleich (82 Prozent insgesamt). 44 Prozent bewerten ihre Kenntnisse sogar mit der Note sehr gut (31 Prozent im Durchschnitt).

Typisch für *Souveräne* ist ein kontrollierter und reflektierter Zu- und Umgang mit dem Internet, weil sie für Datenschutzaspekte sensibilisiert sind: 21 Prozent der *Souveränen* sind sich sicher, dass ihr Online-Verhalten getrackt wird (gesamt: 15 Prozent), und 19 Prozent gehen davon aus, dass ihre Daten an Dritte weiterverkauft werden (gesamt: 10 Prozent). Dies führt allerdings nicht zu einer vergleichsweise deutlichen Zurückhaltung im Internet. 54 Prozent möchten so wenig Daten wie möglich von sich teilen und posten deshalb nur ganz selten oder nie, dieser Wert liegt im Durchschnitt. Gefahren sind aus ihrer Sicht der Preis für unkomplizierte und schnelle Vernetzungsmöglichkeiten – ohne Risiken ist keine Freiheit zu haben. Es ist Teil ihres Lebensgefühls, dass nicht alle Risiken beherrschbar sind und man einfach hoffen muss, nicht betroffen zu sein. Würde man alles sein lassen, was risikoreich ist, würde einem zu vieles entgehen.

Souveräne tendieren zu einer kritischen Haltung gegenüber Sozialen Medien, aber nicht zu einem Nutzungsverzicht. Aber sie nutzen bereits deutlich häufiger als andere Alternativangebote, wie zum Beispiel den Messenger-Dienst Telegram als Alternative zu WhatsApp.⁷ Unter den *Souveränen* findet sich mit 20 Prozent bereits ein doppelt so großer Anteil an regelmäßigen oder gelegentlichen Telegram-Nutzern wie im Durchschnitt.

Das Bewusstsein der *Souveränen* für die Risiken von Sozialen Medien ist geschärft. Über die Hälfte gibt an, die mit der Nutzung von Sozialen Medien einhergehenden Gefahren zu kennen (53 Prozent, gesamt: 43 Prozent). *Souveräne* sind beispielweise der Ansicht, dass Datenmanipulation der ursprünglichen Idee von Social Media zuwiderläuft. Auch eine bewusste, teilweise auch radikale Abgrenzung von einzelnen Angeboten ist für Teile der *Souveränen* typisch.

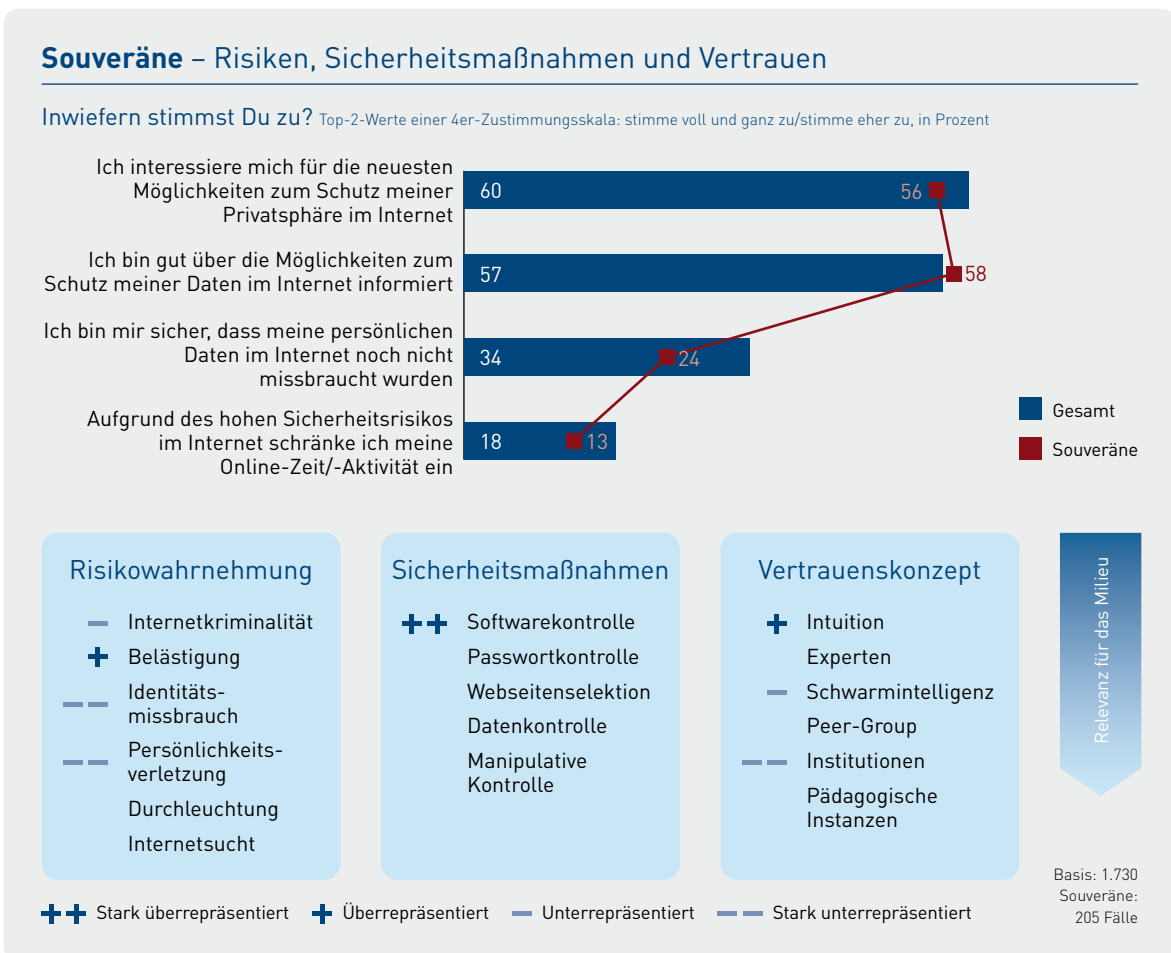
⁷ Telegram ist unter den alternativen Messenger-Diensten laut App-Topia 2016 das populärste Angebot (vgl. <https://www.techbook.de/apps/messenger/Telegram-besser-whatsapp>). Das Alternativangebot zu WhatsApp wurde als für die Nutzer besonders sicher in Sachen Datenschutz promotet, das gilt jedoch unter Experten als nicht unumstritten. (Vgl. <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/datenschutz/whatsappalternativen-die-datenschutzregeln-im-ueberblick-13055>).

Risikowahrnehmung, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauensprofil⁸

Souveräne bewerten im Vergleich der Internet-Milieus zahlreiche Risikodimensionen als weniger akut. Wie für die Altersgruppe insgesamt typisch, gilt vor allem Internetkriminalität als Risiko. Im Vergleich der Milieus bewerten sie diese Dimension jedoch deutlich seltener als persönliche Gefahr. Auch Persönlichkeitsverletzungen und Identitätsmissbrauch nennen die *Souveränen* hier deutlich seltener als der Durchschnitt. Einzig die Belästigung durch unerwünschte E-Mails halten sie als Risiko für bedeutsamer als andere Lebenswelten.

Für die *Souveränen* sind Software- und Passwortkontrolle die wichtigsten Sicherheitsmaßnahmen. Sie wenden softwarebasierte Lösungen deutlich häufiger als die anderen Milieus an. Falsche Angaben zur eigenen Person (manipulative Kontrolle) ist als Sicherheitsmaßnahme weniger relevant.

Die selbstbewussten *Souveränen* verlassen sich bei Sicherheitsfragen vor allem auf ihr Bauchgefühl und weniger auf Experten oder die „Schwarmintelligenz“. Ihr Vertrauen in Institutionen ist im Milieuvvergleich vergleichsweise schwach ausgeprägt. Nur pädagogischen Instanzen wird noch weniger Vertrauen entgegengebracht.



⁸ Siehe dazu die Erläuterung der verschiedenen Dimensionen von Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen ab Seite 32.

Typische Zitate zur Illustration

„Ich finde, es gibt einem auch eine relativ große Unabhängigkeit. [...] Ich habe meine Bachelorarbeit jetzt eigentlich nur über das Internet, also über VPN-Verbindungen beim Bibliothekszugang, geschrieben, dann hat man Zugang zu allen Papern. Ich habe vielleicht drei Bücher gebraucht für meine Abschlussarbeit und konnte dann meine Bachelorarbeit auch zwei Wochen lang in Spanien schreiben [...]. Also, das gibt einem auch irgendwo sehr viel Freiheit.“

(weiblich, 24 Jahre)

„Ja, einfach diese Blase, dass diese Algorithmen von den Netzwerken, dass man quasi immer seine Meinung bestätigt bekommt. Die wissen, was man sich sonst so durchliest, was man liest, was man teilt, und genau das bekommt man dann wieder zurück.“

(männlich, 21 Jahre)

„Ich habe nur gehört, dass zum Beispiel Hunderttausende von russischen Bots irgendwie Facebook anscheinend bombardiert haben mit irgendwelchen Fake News und so halt die Wahlen versucht haben zu manipulieren. Aber ich kann es nicht beurteilen, weil ich benutze Facebook nicht. [Warum benutzt du das nicht?] Finde ich Schwachsinn.“

(männlich, 23 Jahre)

„Es ist auch manchmal anstrengend [...], dass das Content Marketing total zugenommen hat und dass man nach jedem Besuch [...] auf Artikel auf Unternehmen stößt, die nur schreiben, um Leute für ihre Seite zu bekommen, und man superoberflächliche Artikel findet, die eigentlich immer nur das Gleiche sagen.“

(weiblich, 24 Jahre)

„Wenn man sich angeblich oder anscheinend irgendwie in Asien oder Russland eine Menge Leute kaufen kann, die Stimmung für einen machen auf Twitter und Facebook, und zwar keine kleine Menge, das geht komplett den Bach runter, nämlich jetzt dieses Gemeinschaftsgefühl, dass alle ihre Meinung kundtun können und man dann auf bestimmten Algorithmen basierend irgendwie kollektiv entscheidet, was das Sinnvollste ist.“

(männlich, 23 Jahre)

„Also, ich würde behaupten, dass man nie sozusagen anonym im Internet unterwegs ist, weil immer Trackingdaten, also letztendlich so, wie du dich bewegst, gespeichert wird, und dann zurückgeführt wird auf den PC, der die MAC-Adresse, oder wie auch immer, die man benutzt, gesammelt wird.“

(männlich, 23 Jahre)

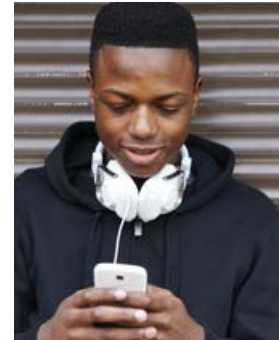
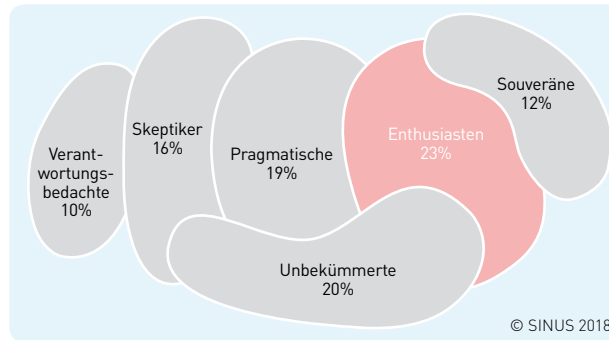
„Dass die [...] Profile anlegen und genau das Kaufverhalten analysieren und die Interessen da herausfiltern, und die wollen eben richtig Geld mit einem machen. Das Spiel will ich nicht mitspielen.“

(männlich, 17 Jahre)

„[Mein Wunsch in Bezug auf das Internet ist] vielleicht, dass die Leute anfangen, dieses Angebot auch wirklich zu nutzen. Also dieses Informationsangebot, das es da gibt, und nicht nur [...] für diese oberflächlichen Zwecke der Selbstdarstellung und solche Sachen.“

(männlich, 17 Jahre)

5.2 Enthusiasten



➤ **Begeisterte Online-Optimisten und unbeschwerte Netzwerker, die sich nicht mehr vorstellen können, wie das Leben ohne Internet aussehen könnte.**

➤ **Rein chancenorientierter Blick auf das Internet; Ausblendung von Sicherheits- und Datenschutzfragen und anderen Risiken.**

Für knapp ein Viertel der 14- bis 24-Jährigen ist eine internet-begeisterte Haltung typisch. Die *Enthusiasten* sind intensive und begeisterte Nutzer und stellen das größte aller Internet-Milieus. In dieser Gruppe findet sich mit 33 Prozent der größte Anteil derer, die von sich sagen, eigentlich nie offline zu sein (im Vergleich zu 27 Prozent insgesamt).

Enthusiasten zeichnet ein großer Zukunftsoptimismus aus. Sie empfinden es als Geschenk, in einer modernen, globalisierten Welt aufzuwachsen, sind neugierig und ändern gern ihre Routinen, um etwas Neues bzw. Besseres zu entdecken. Eine gewisse Risikobereitschaft ist für sie selbstverständlich. Neuen Entwicklungen stehen sie daher offen gegenüber und glauben, dass sich mit gesundem Menschenverstand so manche Herausforderung meistern lässt. Vorschriften ordnen sie sich nur widerwillig unter. Aus ihrer Sicht muss nicht alles geregelt sein, denn das hemmt Spontaneität und Freiheit und wäre somit langweilig. *Enthusiasten* sind meinungsstark und oft extrovertiert, teilen sich gerne mit, zeigen, was sie können, und lassen andere an ihren Ideen teilhaben. Mit Ausdruck Eindruck schinden können – dafür lieben sie das Internet.

Zugangsweise zum Internet und subjektive Kompetenzeinschätzung

Enthusiasten haben einen durchweg chancenorientierten Blick auf die digitale Welt. Für sie ist das Internet nicht anstrengend (9 Prozent vs. 20 Prozent insgesamt). Im Gegenteil: 47 Prozent empfinden es als Geschenk, mit dem Internet aufzuwachsen. Dass man im Internet Zeit verschwendet, ist eine Meinung, die von dieser Gruppe deutlich seltener vertreten wird als von anderen. „Digital Detox“ ist zwar vom Begriff her bekannt, aber aus der Perspektive der *Enthusiasten* kein relevantes Prinzip. Zwar können sie sich in der Theorie eine „bewusste Internetabstinenz“ für ein paar Tage vorstellen, aber warum sollte das jemand wollen? Dagegen sprechen vor allem die milieutypische „FOMO“ (Fear Of Missing Out, d.h. die Angst, etwas zu verpassen) und der Spaß an der Vernetzung. Networking, gerade auch online, ist ein elementarer Bestandteil des eigenen Selbstkonzepts. *Enthusiasten* fürchten am ehesten, Freundschaften ohne Internet gar nicht aufrechterhalten zu können, und stimmen auch vergleichsweise stark zu, dass man ohne Internet nicht richtig dazugehört. 43 Prozent (gegenüber 50

Fotos: Look Studio/SpeedKingz – Shutterstock

Prozent gesamt) ist es wichtig, mit ihren Freunden auch offline und nicht nur über das Internet zu kommunizieren.

Ein Leben ohne Mitgliedschaft in einem Sozialen Netzwerk ist für die meisten *Enthusiasten* nicht denkbar (85 Prozent gegenüber 52 Prozent insgesamt). Zudem geben fast alle an, dass es ihnen dank den Vernetzungsmöglichkeiten, die solche Plattformen bieten, leichter fällt, mit Menschen in Kontakt zu bleiben (94 Prozent im Vergleich zu 75 Prozent gesamt). Entsprechend nutzen so gut wie alle *Enthusiasten* WhatsApp regelmäßig (98 Prozent; gesamt: 95 Prozent), sehr viele zudem YouTube (78 Prozent im Vergleich zu 73 Prozent insgesamt), und auch Facebook steht vergleichsweise hoch in der Gunst (59 Prozent; gesamt: 47 Prozent).

Enthusiasten lassen sich im Vergleich der Internet-Milieus am stärksten von Influencern⁹ begeistern. Überdurchschnittlichen 66 Prozent gefällt es, online an deren Leben teilhaben zu können (51 Prozent gesamt), und ebenfalls überdurchschnittliche 58 Prozent sagen, dadurch gute und hilfreiche Tipps zu bekommen (gesamt 46 Prozent).

Trotz ihres selbstbewusst-euphorischen Zugangs zur digitalen Welt sehen sich *Enthusiasten* nicht als Internetexperten. Sie bewerten ihre eigene Internetkompetenz sogar etwas seltener als der Durchschnitt mit sehr gut oder gut (76 Prozent im Vergleich zu 82 Prozent insgesamt). Dies kann ein Hinweis auf eine realistische Einschätzung der eigenen Kenntnisse und Defizite sein, gerade weil sie vieles ausprobieren. *Enthusiasten* fühlen sich weniger gut im Bilde, was die Gefahren bei der Nutzung von Sozialen Medien angeht, als Vertreter anderer Milieus. (36 Prozent; gesamt: 43 Prozent). Denkbar ist aber auch, dass sie in ihrem Umfeld viele tatsächliche Experten („Internet-Geeks“ und „-Nerds“) haben, mit denen sie sich vergleichen und zum Schluss kommen, dass es viele andere gibt, die sich (noch) besser auskennen.

Risikowahrnehmung, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauensprofil¹⁰

Die *Enthusiasten* haben zwar auch Risiken der Internetnutzung im Blick, aber weit weniger als die anderen Internet-Milieus. Datenschutzfragen bewegen sie seltener als der Durchschnitt. Sie gehen davon aus, dass wir uns insgesamt in eine neue Zeit bewegen, in der vieles von dem, das uns normal erscheint, infrage gestellt wird. So zeigen sie eine deutliche Akzeptanz des Prinzips der „Personal Economy“, d.h. des Geschäfts mit persönlichen Daten. *Enthusiasten* finden es mehrheitlich (53 Prozent) fair, dass Anbieter von kostenlosen Internetdiensten ihre Daten nutzen. Das ist im Vergleich der Internet-Milieus der Spitzenwert (gesamt: 37 Prozent). Besonders deutlich unterscheiden sich die *Enthusiasten* hier von den *Skeptikern* (19 Prozent).¹¹ Personalisierte Werbung finden ebenfalls insbesondere die *Enthusiasten* praktisch (63 Prozent im Vergleich zu 51 Prozent insgesamt) – auch damit liegen sie vor allen anderen Internet-Milieus.

Enthusiasten gehen sogar noch einen Schritt weiter: Einem Viertel von ihnen ist es egal, was mit den eigenen Daten im Internet geschieht (gesamt: 20 Prozent). Nur die *Unbekümmerten*¹² geben sich hier noch sorgloser (46 Prozent).

⁹ Influencer sind Personen, die mit online gestellten Beiträgen und Botschaften eine breite Masse an „Followern“ erreichen und von denen angenommen wird, dass sie durch ihre Videos, Fotos oder Berichte, denen im Vergleich zur klassischen Werbung häufig eine höhere Authentizität unterstellt wird, Einfluss auf die Produktinteressen und Kaufentscheidungen ihrer Gefolgschaft nehmen können.

¹⁰ Siehe dazu die Erläuterung der verschiedenen Dimensionen von Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen ab Seite 32.

¹¹ Ausführliche Beschreibung der *Skeptiker* ab Seite 53 in Kapitel 5.5.

¹² Ausführliche Beschreibung der *Unbekümmerten* ab Seite 48 in Kapitel 5.4.

Im Alltag spielen die ihnen bekannten Gefahren nach eigener Einschätzung keine Rolle. Sicherheitsbedenken sind kein Thema, weil bisher noch immer alles gut gegangen ist. Bei der Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen fällt auf, dass die *Enthusiasten* hier weit weniger aktiv sind als die übrigen Internet-Milieus, einzig bei der Softwarekontrolle sind sie leicht überrepräsentiert.

Vertrauen im Internet heißt für *Enthusiasten* vor diesem Hintergrund auch zu einem großen Anteil Selbstvertrauen. Stärker noch als die übrigen Milieus setzen sie auf ihre Intuition, wenn sie bei der Internetnutzung unsicher sind. Ähnlich wie die *Unbekümmerten* zeigen sie nur vergleichsweise wenig Vertrauen in pädagogische Instanzen und Institutionen. Aber auch Experten und andere Nutzer haben bei den *Enthusiasten* einen recht schweren Stand: In keinem der anderen Milieus gelten sie seltener als verlässlich.



Typische Zitate zur Illustration

„Ich habe in letzter Zeit öfter über dieses Digital Detox gelesen. Dass es ziemlich guttun soll. Aber es hat mich jetzt nicht so sehr überzeugt, dass ich es jetzt einfach so machen würde.“

(männlich, 21 Jahre)

„In meinem Freundeskreis sind viele, die genauso wie ich sehr viel auf Instagram posten, ständig irgendwas auf Snapchat schicken, auch wenn ich neben denen sitze, schicken sie mir etwas, obwohl ich neben ihnen sitze.“
(weiblich, 23 Jahre)

„Oder Leuten, die reisen, folge ich unter anderem. Weil ich finde es entspannt, und es ist auch interessant zu sehen, wie die reisen, die ganzen Erfahrungen beschreiben. Die machen auch echt coole Bilder und haben auch das Geld, echt coole Sachen zu machen. [...] kann man sich inspirieren lassen.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Study Blogs bei Instagram. [...] Studenten in ganz Deutschland, die dann posten, da habe ich sechs Stunden am Schreibtisch geschafft, und dann motiviert man sich selber und sagt, okay, jetzt setze ich mich auch mal ran.“
(weiblich, 23 Jahre)

„Diese Leute, die das Internet überwachen, werden sich ja nicht jedes Bild einfangen können, das darüber geschickt wird, oder jede Nachricht, weil es so viele sind. [Welche Leute überwachen denn das Internet?] Die Algorithmen oder so, die auch die Werbung im Internet unseren Interessen anpassen. Wird sicherlich alles irgendwo gespeichert sein, oder man hinterlässt eben diese Spuren.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Ich glaube, auch in Deutschland gibt es gar nicht so groß das Problem mit Fake News, weil das, glaube ich, auch gegen Gesetze verstößt, dass man falsche Nachrichten verbreitet.“
(männlich, 17 Jahre)

„Weil, sonst würde es der Staat regulieren, und dann wäre es ja nicht mehr so richtig liberal. Ich finde wichtig, dass das Internet ein freier Ort ist, der unabhängig von heutiger Politik ist. Man sollte sich mal vorstellen, ein Trump könnte entscheiden, was im Internet gepostet wird und wer welche Nachrichten verbreitet, dann dürften sich gewisse Minderheiten ja gar nicht mehr richtig äußern. [...] Und man bekommt ja Meinungen hauptsächlich übers Internet heutzutage.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Für mich ist das kein Problem. Mich juckt das nicht. An sich schadet es mir ja nicht. Es sind einfach Angebote, die nach meinen Interessen ausgewählt werden, und das Einzige, was ich mir vorstellen könnte, was einen stören könnte, ist, dass es ein Gefühl von Beobachtung ist, dass halt alles beobachtet und gespeichert wird, was man im Internet macht. Was ich aber auch nicht schlimm finde, weil das ist auch nichts Verbotenes.“
(männlich, 16 Jahre)

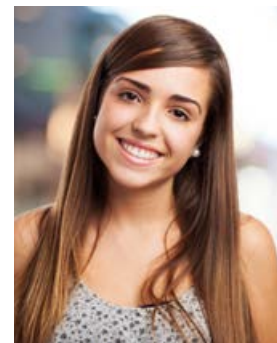
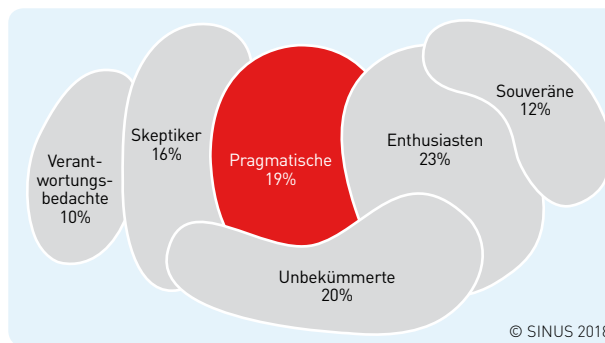
„Ich finde es auch nicht schlimm, dass die Werbung genau auf meine Interessen abgestimmt wird, weil das bei mir eher bewusst passiert. Weil ich weiß, dass die Werbung auf das abgestimmt wird, was ich im Internet mache. Und deswegen bin ich eher weniger anfällig für Werbung, und das finde ich nicht so schlimm.“
(männlich, 17 Jahre)

„Aber 90 Prozent der Seiten, die ich täglich benutze, das sind halt die, die ich täglich benutze. Da fühle ich mich total sicher, und ich mache mir da auch gar nicht so Gedanken drüber. Die Fragen, die hier gestellt werden, sind Sachen, die man sich im Alltag – ich persönlich – mir nie stelle. Ich benutze das Internet, und das ist alles. Ich mache mir da nicht großartig Gedanken bei.“
(weiblich, 23 Jahre)

„Ich fühle mich wohl [im Internet], sonst würde ich es ja nicht nutzen. Ich glaube, wenn man die ganze Zeit unsicher ist, macht es ja auch gar keinen Spaß, das dann zu benutzen. Man muss ja schon irgendwie ein gewisses Vertrauen haben, damit man das auch entspannt nutzen kann. [...] Für mich ist es sicher. Man nutzt seine täglichen Seiten, und da hinterfrage ich zu null Prozent, ob ich jetzt sicher bin oder nicht.“
 (weiblich, 20 Jahre)

„[Wem gehört denn dann das Internet?] Google. Ich würde wirklich sagen: Das meiste, was man im Internet benutzt, ist von Google. [Und wie fühlst du dich damit?] Gut. Ich glaube, es wäre relativ anstrengend, wenn es im Internet für jedes Land einen eigenen Anbieter gäbe, weil dann wäre es nicht in jedem Land und auf jeder Seite gleich, sondern jedes Mal anders, und dann müsste man sich jedes Mal umgewöhnen.“
 (männlich, 15 Jahre)

5.3 Pragmatische



- **Leistungsorientierte und zielstrebige Internetprofis, die das Netz vor allem als Instrument zur Verwirklichung der eigenen Zukunftschancen begreifen.**
- **Selbstverständlich digital vernetzt, konsum- und trendorientiert.**
- **Sehen sich zunehmend im Spagat zwischen Offenheit für neue Angebote und Sorge um ihre persönliche Unversehrtheit in einem immer umfangreicher digitalisierten Leben.**

Die *Pragmatischen* machen 19 Prozent unter den 14- bis 24-Jährigen aus. Ihre Internetnutzung ist relativ durchschnittlich: Sie sind etwas seltener als der Durchschnitt nie offline (24 Prozent versus 27 Prozent insgesamt), dafür aber etwas häufiger mehrmals täglich online (74 Prozent versus 70 Prozent insgesamt). Ähnlich wie im Durchschnitt kann auch bei den *Pragmatischen* nur eine Minderheit unbeschränkt an Orten ohne WLAN surfen (22 Prozent versus 28 Prozent insgesamt), und nur für einen leicht überdurchschnittlichen Teil gilt, dass die Online-Zeit eingeschränkt werden muss, wenn kein WLAN verfügbar ist (55 Prozent versus 48 Prozent insgesamt).

Pragmatische sind der junge moderne Mainstream unserer Gesellschaft. Typisch für sie ist eine Kombination bürgerlich-tugendhafter Grundwerte wie Ordnung, Pünktlichkeit, Sauberkeit,

Fotos: Asier Romero/Rawpixel.com – Shutterstock

Verlässlichkeit und hedonistische Entfaltungswerte rund um Spaß, Unterhaltung und etwas Abenteuerlust. Sie sind leistungsorientiert und zielstrebig, wollen sich aber auch amüsieren und das Leben aktuell, ohne die zukünftig absehbaren Pflichten von Elternschaft oder Berufsleben, genießen. Sie sind nicht nur auf das jeweils anstehende Etappenziel fokussiert, sondern denken auch bereits an die weitere Lebensplanung. Sie geben sich insgesamt optimistisch im Hinblick auf die eigene Zukunft. Und sie haben eine klare Vorstellung davon, was sie vom Leben erwarten und wo sie ankommen möchten: in einer modernisierten Variante der bürgerlichen Normalbiografie mit sicherem Job, Familie mit Kindern, einer schönen Wohnung oder einem Haus und zwei Urlaubsreisen pro Jahr. Die *Pragmatischen* wissen in der Regel, was gerade in ist, sind aber keine Vorreiter bei Innovationen und Trends. Sie möchten im Trend sein, aber nicht auffallen.

Haltung zum Internet und subjektive Kompetenzeinschätzung

Pragmatische haben eine positive Grundeinstellung zum Internet, nicht nur, weil es ihnen Spaß bringt und Vernetzungsmöglichkeiten bietet, sondern auch, weil es den Alltag erleichtert. So stimmen sie zum Beispiel etwas häufiger als der Durchschnitt den Aussagen zu, das Internet mache sie glücklich (77 Prozent im Vergleich zu 69 Prozent insgesamt), die neuen digitalen Möglichkeiten seien vor allem zum Lernen wichtig (90 Prozent im Vergleich zu 85 Prozent insgesamt) und ohne Internet bekomme man nicht mit, was in Schule oder Studium geschieht (60 Prozent im Vergleich zu 53 Prozent insgesamt)¹³.

Online zu sein, ist für *Pragmatische* die Normalperspektive. Sie betonen daher auch, keineswegs freiwillig, aber offenbar alternativlos ihr Leben online zu organisieren („keine Wahl“). Unumstritten ist jedoch unter den *Pragmatischen*, dass ein Alltag ohne Internet eines wäre: umständlich und allein deshalb kaum erstrebenswert.

Die *Pragmatischen* zählen zu den aktivsten Instagram-Nutzern: 81 Prozent nutzen diesen Dienst regelmäßig oder gelegentlich (gesamt: 73 Prozent). Dabei ist weniger wichtig, sich in Sozialen Medien öffentlich zu präsentieren oder zu inszenieren. Ein Kanal wie Instagram wird zuvorderst zur Kommunikation innerhalb des eigenen Freundeskreises genutzt. Wird überhaupt etwas gepostet, dann nur in einer privaten und geschlossenen Gruppe (also für Nicht-Freunde nicht einsehbar). Auf Instagram beobachten die *Pragmatischen* vor allem, was andere machen. Sie holen sich Ideen und Anregungen, „followen“ dem einen oder anderen Stern am Influencer-Himmel, ohne dabei jedoch einem Hype zu verfallen. Nicht ganz so begeistert von Influencern wie die *Enthusiasten* finden sie aber durchaus mehrheitlich Gefallen daran, online am Leben der Influencer teilhaben zu können (59 Prozent versus 51 Prozent insgesamt).

Dass das, was im Internet veröffentlicht wird, möglicherweise nie wieder verschwindet und von potenziell jedem gelesen werden kann, ist den *Pragmatischen* in Fleisch und Blut übergegangen. Um der Gefahr, dass ein Post doch negative Folgen haben könnte, aus dem Weg zu gehen, haben sie es sich zur Regel gemacht, lieber kaum etwas zu posten. Schon die Frage, was da eigentlich gepostet werden soll, hinterlässt viele eher ratlos. Die eigenen Urlaubsfotos könnten für Freunde womöglich noch interessant sein, aber dass sich die Internetgemeinde für ihre Meinung interessiert, können sich Jugendliche und junge Erwachsene dieses Milieus kaum vorstellen.

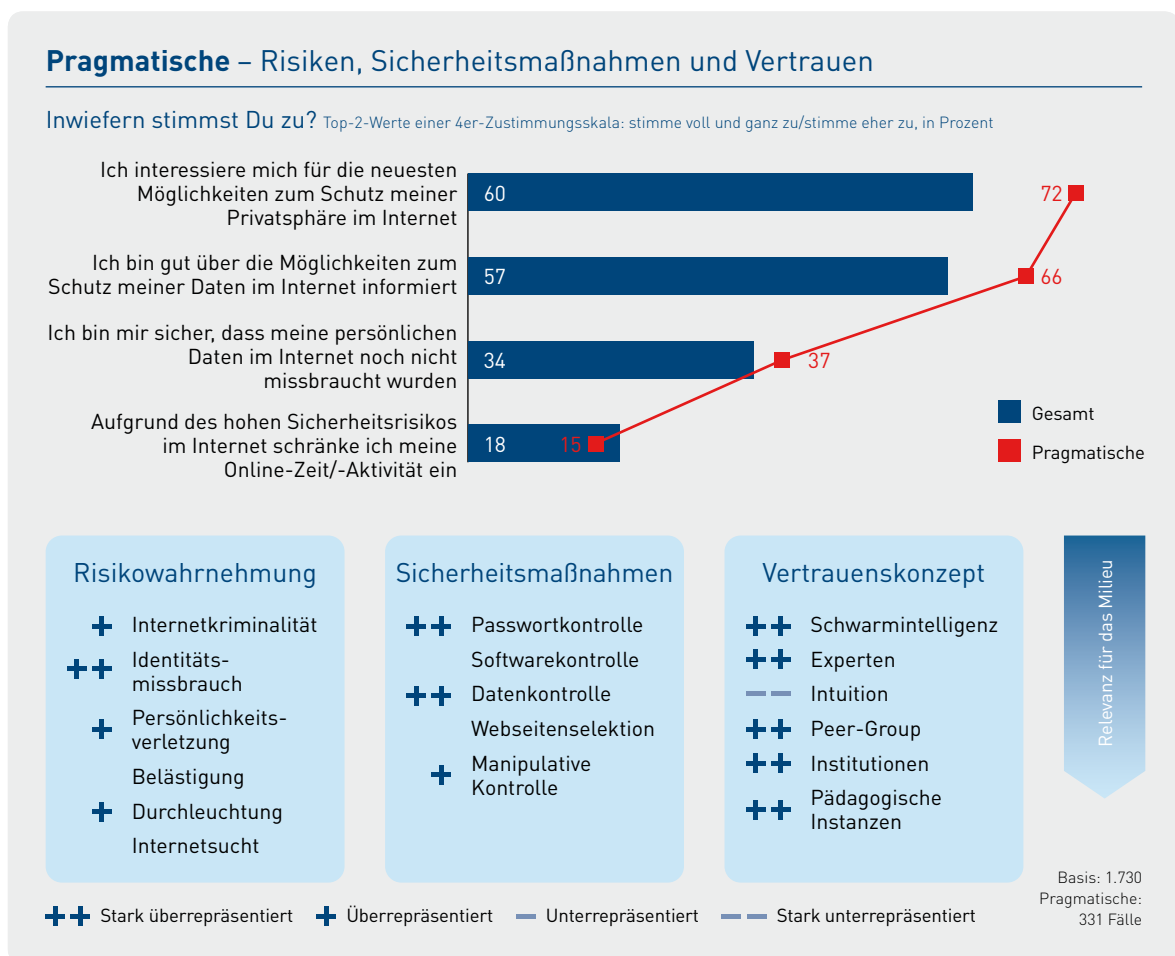
¹³ Für Nicht-SchülerInnen wurde die Frage retrospektiv gestellt, außerdem wurde alternativ zu Schule auch „Studium“ in der Frage erwähnt. Die Antworten sind hier gesammelt dargestellt.

Risikowahrnehmung, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauensprofil¹⁴

Die *Pragmatischen* geben nicht nur häufiger an, sich für die Möglichkeiten zum Schutz der Privatsphäre im Internet zu interessieren (72 Prozent im Vergleich zu 60 Prozent insgesamt), sie fühlen sich auch häufiger gut über Möglichkeiten zum Schutz ihrer Daten informiert (66 Prozent im Vergleich zu 57 Prozent insgesamt). Wenn auch aktuell mit geringer Alltagsrelevanz, so spielen aus ihrer Sicht Unsicherheiten bei der Internetnutzung eine wesentliche Rolle. Sie nehmen Risiken in vielfältiger Form und im Milieuvvergleich ausgeprägter wahr als andere. Vor allem Identitätsmissbrauch ist in ihrer Wahrnehmung bedeutsamer als bei anderen. Aber auch Internetkriminalität, Datentracking und Persönlichkeitsverletzungen sehen sie als Risiken. Aus Sicht der *Pragmatischen* gehört das Internet heute jedoch ganz selbstverständlich zum Leben dazu, und es gilt, einen guten Weg zu finden, die Risiken und Gefahren zu umschiffen, dabei aber trotzdem noch vom Nutzen profitieren zu können.

Bei der Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen zeigen sich die *Pragmatischen* dementsprechend eher aktiv. Insbesondere die Daten- und Passwortkontrolle nehmen sie vergleichsweise ernst, ebenso die manipulative Kontrolle.

Pragmatische verlassen sich in Sachen Internet seltener als andere Milieus auf ihr Bauchgefühl. Relevanter sind bei ihnen demgegenüber alle anderen Vertrauensinstanzen, angefangen bei der Peer-Group über pädagogische Instanzen, Institutionen, Experten bis hin zur „Schwarmintelligenz“.



¹⁴ Siehe dazu die Erläuterung der verschiedenen Dimensionen von Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen ab Seite 32.

Typische Zitate zur Illustration

„Also, ich habe auch irgendwie gar keine Lust, irgendwie irgendwas zu teilen. Also Instagram oder so lade ich auch keine Bilder hoch. Das ist einfach nur für mich.“

(weiblich, 17 Jahre)

„Weniger das Öffentliche, man muss nicht die Meinung sagen. Man kann sich ja bei YouTube nicht richtig unterhalten. Wenn du dir die Qualität der Kommentare anguckst, dann muss man einfach weinen, weil wenn du eine Meinung äusserst, also, ich habe sie noch nie geäußert oder sehr, sehr selten, ich glaube, ich hatte vor drei Jahren mal etwas geschrieben, dann wird man direkt beleidigt.“

(männlich, 23 Jahre)

„Ich finde, politische Meinung, das ist so was, das kann man selbst haben, aber das muss man nicht jedem preisgeben. Und deshalb äußere ich mich vor allem im Internet nicht darüber.“

(weiblich, 17 Jahre)

„Ich verstehe immer nicht, warum die Leute so was [Sexting] machen. Also, ich verstehe den Sinn dahinter auch irgendwie nicht. Wenn die das Bedürfnis haben, können die sich gerne mit den Leuten, denen sie diese Fotos schicken, persönlich treffen, aber so gerade im Internet, man weiß natürlich nie, ob das wirklich gelöscht ist oder ob es nur für einen nicht mehr sichtbar ist. Deswegen würde ich das nie machen.“

(männlich, 16 Jahre)

„Ich denke mir immer, wenn ich was im Internet mache, egal, was es ist: Das, was ich mache, teile ich mit der ganzen Welt. Und jeder kann das sehen, was ich gemacht habe. Und mit dem Gedanken überlegt man sich dann halt zweimal, was man treibt, was man jetzt von sich gibt.“

(männlich, 16 Jahre)

„Ich finde, es ist so: Man fühlt sich halt eigentlich unwohl und unsicher, aber man hat einfach keine andere Wahl. Man braucht das Internet, man nutzt es auch, man mag es, aber man fühlt sich halt dabei unwohl. Aber das vergisst man dann währenddessen, weil manchmal, dann guckt man, dann findet man einen Beitrag lustig und vergisst wieder alles Schlechte, was man davor dran gedacht hat.“

(männlich, 16 Jahre)

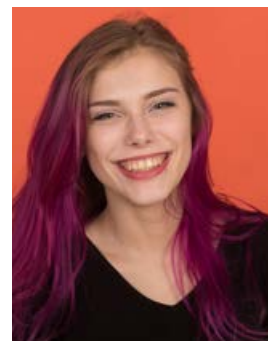
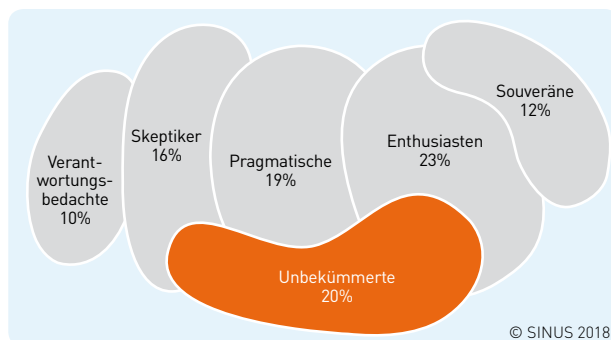
„Man nimmt das auch so in Kauf, weil man kriegt ja auch eine relativ gute Gegenleistung, man wird unterhalten, man hat eben diese ganzen Vorteile, und tja, und damit muss man eben in Kauf nehmen, dass die dann mit den Daten irgendwas machen. Das ist halt so ein Kompromiss, den man eingehen muss. Aber in der heutigen Welt ist man quasi schon so auf das Internet angewiesen, und auch unsere Schulen, die setzen das so richtig voraus.“

(männlich, 17 Jahre)

„Ja, ich habe mir zum Ziel gesetzt, dass ich weniger Internet nutze. Weil, was mich traurig macht, ist eben, wenn mein Leben zu sehr ins Internet gerät, und das habe ich auch schon so oft erlebt, das ist bei Leuten, die halt zum Beispiel viele Computerspiele spielen [...]. Bei mir ist es halt eher so, ich will es halt nutzen, um im echten Leben mehr Vorteile daraus zu ziehen, und nicht anders herum, dass ich eben mein Leben, das Hier und Jetzt, nicht für das Internet opfere, sondern das ist halt wie, du kaufst dir ein Auto, du willst nicht für das Auto arbeiten, sondern das Auto soll für dich arbeiten.“

(männlich, 23 Jahre)

5.4 Unbekümmerte



- **Experimentierfreudige Intensivnutzer auf der Suche nach Spaß, Abenteuer und Genuss.**
- **Sehr ausgeprägter Teilhabewunsch an der digitalen Welt, aber leichte Ernüchterung, weil Internet zur Anforderung wird.**
- **Unsicher in puncto Datensicherheit und negative Erfahrungen im Online-Kontext.**

Ein Fünftel der Generation U25 zählt zur digitalen Lebenswelt der *Unbekümmerten*. Sie sind die meiste Zeit online – mehr als ein Drittel ist eigentlich nie offline. Das ist im Vergleich der Lebenswelten der Spitzenwert (34 Prozent versus 27 Prozent gesamt).

Für die *Unbekümmerten* ist eine hedonistische und gegenwartsorientierte Werthaltung typisch: Lieber auffallen als sich anzupassen; lieber dagegen sein als Jasager oder Mitläufer; lieber heute Spaß haben, als ihn auf morgen zu verschieben, lieber im Hier und Jetzt leben, als sich über die Zukunft den Kopf zu zerbrechen. Charakteristisch ist auch eine skeptisch-distanzierte Haltung gegenüber Autoritäten, Regeln und Normen. Die Lust am Anderssein und an der Provokation verdeutlicht sich im eigenen optischen Erscheinungsbild wie auch in der verbalen Ausdrucksweise. Über diese expressiven Formen stellen sie Anerkennung und Teilhabe im sozialen Nahumfeld sicher – gerade auch über digitale Kanäle.

Zugangsweise zum Internet und subjektive Kompetenzeinschätzung

Unbekümmerte suchen im Netz hauptsächlich eins: Unterhaltung. YouTube, Netflix, Soziale Netzwerke – sich treiben lassen, einfach mal abschalten und das gern auch auf mehreren Kanälen gleichzeitig. Charakteristisch ist, dass sich die *Unbekümmerten* nur wenig Gedanken um Datenschutzfragen und Sicherheitsrisiken machen. Soziale Teilhabe lässt sich für viele im Internet leichter erreichen als „im echten Leben“: Sich mit wenigen Klicks vernetzen zu können, gilt als tolle digitale Errungenschaft.

Vor allem auf Instagram und Snapchat sind *Unbekümmerte* regelmäßiger unterwegs als Vertreter anderer Milieus (79 Prozent nutzen Instagram regelmäßig oder gelegentlich im Vergleich zu 73 Prozent insgesamt; 63 Prozent Snapchat im Vergleich zu 51 Prozent). Die *Unbekümmerten* haben aber durchaus auch selbstkritische und nachdenkliche Züge: Dass im Netz auch die eigene Zeit verschwendet wird, ist eine deutliche Mehrheitsmeinung (70 Prozent im Vergleich zu 64 Prozent insgesamt). Und überdurchschnittliche 41 Prozent gestehen ein, sich manchmal schlecht zu fühlen, wenn sie in Sozialen Netzwerken sehen, wie schön das Leben anderer ist (im Vergleich zu 32 Prozent insgesamt).

Fotos: Ivan Svyatkovsky/Nikolai Kazakov – Shutterstock

Die *Unbekümmerten* machen sich beim Posten eher weniger Gedanken um Konsequenzen, oder ihnen sind diese schlicht nicht bekannt. Dass einmal online veröffentlichte Beiträge irgendwann negative Folgen haben könnten, sorgt sie wenig. Auch beim Thema Sexting zeigen sie sich unempfindlicher als andere Lebenswelten: Die Hälfte der *Unbekümmerten* kennt zumindest jemanden, der oder die schon mal Nacktbilder von sich über das Internet verschickt hat (im Vergleich zu 39 Prozent insgesamt), und ein Viertel hat dies selbst auch schon getan (im Vergleich zu 16 Prozent insgesamt). Dementsprechend kommt auch rund ein Drittel der *Unbekümmerten* zu der Einschätzung, dass Sexting heute einfach dazugehört (im Vergleich zu 21 Prozent insgesamt).

Dennoch: Aufwachsen mit dem Internet wird von *Unbekümmerten* auch als anstrengend empfunden. Sie nehmen nicht nur Freiheiten, sondern auch Pflichten wahr: Immer mehr Dinge können nicht nur, sondern müssen mittlerweile online erledigt werden (auch mit Blick auf den Beruf). Internetnutzung ist somit nicht mehr nur freiwillig, sondern auch eine Anforderung. An Diskussionen beteiligen sie sich weniger, u.a. auch, weil sie das Tippen als anstrengend empfinden. Es ist daher nicht überraschend, dass *Unbekümmerte* sich wünschen, dass man in Zukunft weniger online ist (59 Prozent im Vergleich zu 48 Prozent insgesamt). Mit Blick auf die kommenden Jahre des Berufslebens sehen sie eher neue Herausforderungen durch Digitalisierung als reines Vergnügen.

Unbekümmerte zeigen sich selbstbewusst bei der Einschätzung ihrer Internetkompetenzen: 87 Prozent bewerten diese mindestens als gut. Damit liegen sie etwas über dem Durchschnitt von 82 Prozent. Wichtig ist hier zu berücksichtigen, dass, anders als bei den *Souveränen*, diese Selbsteinschätzung weniger auf Wissen um Gefahren und Risiken oder beispielsweise wirtschaftliche Hintergründe beruht, sondern vielmehr auf Unwissen – viele Aspekte sind den *Unbekümmerten* (noch) gar nicht bekannt. Mit anderen Worten: Sie wissen schlicht nicht, dass sie nicht genug wissen.

Risikowahrnehmung, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauensprofil¹⁵

Die *Unbekümmerten* sind von allen Internet-Milieus am stärksten von tatsächlichen Negativerfahrungen betroffen: Sie wurden im Vergleich am häufigsten im Internet beleidigt (32 Prozent, im Vergleich zu 27 Prozent insgesamt), sind auf Fake-Profilen hereingefallen (25 Prozent im Vergleich zu 20 Prozent insgesamt), oder ihr Profil wurde gehackt (16 Prozent im Vergleich zu 11 Prozent insgesamt). Auch die Veröffentlichung von peinlichen und/oder intimen Posts oder Chats (12 Prozent im Vergleich zu 8 Prozent), den Diebstahl intimer Informationen (6 Prozent im Vergleich zu 3 Prozent) oder Stalking (13 Prozent im Vergleich zu 8 Prozent) haben sie signifikant häufiger erlebt als der Durchschnitt. Sich aufgrund von Sicherheitsrisiken im Netz einzuschränken, kommt für die *Unbekümmerten* – vermutlich als Konsequenz der schlechten Erfahrungen – häufiger infrage als für den Durchschnitt: Fast ein Drittel stimmt hier zu, im Vergleich zu 18 Prozent insgesamt.

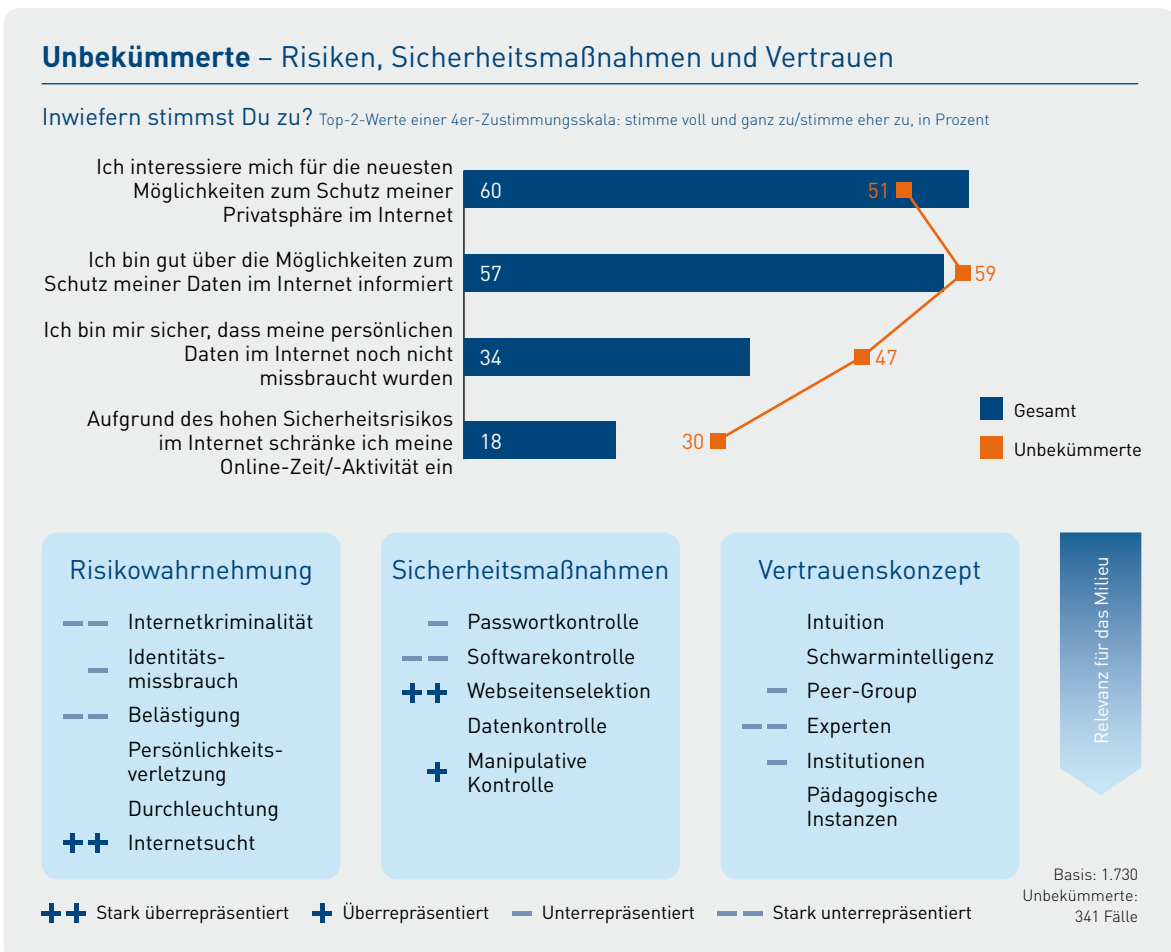
Auffallend ist dabei, dass *Unbekümmerte* insbesondere Gefahren und Erfahrungen wahrnehmen, die mit der Verletzung ihrer (öffentlichen) Person durch andere Nutzer zu tun haben könnten. Weniger interessiert sie hingegen die kommerzielle Weiterverwendung ihrer Daten: Ein knappes Drittel versteht nicht, warum es ein Risiko sein soll, dass in Sozialen Medien Nutzerdaten gesammelt und gespeichert werden (im Vergleich zu 20 Prozent insgesamt). Die Gefahr von Virenbefall des Computers, Betrug beim Online-Einkauf, Ausspionieren der Zugangsdaten zum Online-Banking oder den Weiterverkauf von Daten bewerten sie signifikant seltener als Risiko als der Durchschnitt der Gleichaltrigen.

¹⁵ Siehe dazu die Erläuterung der verschiedenen Dimensionen von Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen ab Seite 32.

Internetsucht schätzen die *Unbekümmerten* hingegen mit 33 Prozent im Vergleich am häufigsten als Risiko ein (27 Prozent insgesamt).

Für die *Unbekümmerten* sind milieutypische Vertrauensanker nicht erkennbar. Bei drei der sechs abgefragten Dimensionen liegen sie im Durchschnitt, bei den verbliebenen sind sie unterrepräsentiert. Das scheint plausibel mit Blick auf ihre geringere Risikowahrnehmung. Eine Distanz gegenüber Autoritäten ist für die *Unbekümmerten* typisch. Dementsprechend schenken sie Institutionen wie der Polizei oder den Verbraucherschutzzentralen weniger Vertrauen als andere. Auch das Vertrauen in die Peer-Group fällt gering aus. Es kann angenommen werden, dass die Freundinnen und Freunde ähnlich häufig von Gefahren betroffen sind und ihnen deshalb nicht zugetraut wird, sich mit Schutzmaßnahmen oder Sicherheitsstrategien auszukennen.

Der Überblick über die ergriffenen Sicherheitsmaßnahmen zeigt, dass Softwarekontrolle und Passwortkontrolle von den *Unbekümmerten* im Vergleich deutlich seltener angewandt werden. Bei der manipulativen Kontrolle – also bei der Aufforderung zur Angabe persönlicher Daten falsche anzugeben – sind sie hingegen überrepräsentiert.



Typische Zitate zur Illustration

„Also, Snapchat so, Random Snap so, keine Ahnung, da, wo ich gerade bin, mache ich kurz mal ein Snap oder auf Instagram ein bisschen mehr, keine Ahnung, auch so Random-Sachen oder so. [...] also, meine Seite ist öffentlich. [...] Also, es gibt halt so Leute, die haten, aber das interessiert mich nicht, und die meisten feiern halt das, was ich immer poste oder so, ja, keine Ahnung.“

(weiblich, 15 Jahre)

„Also, eine Freundin von mir, sie möchte nur wegen Instagram richtig dünn werden, isst nicht mehr viel, sie isst auch gar keine Süßigkeiten mehr. Seit einem Jahr oder zwei Jahren isst sie so gut wie fast gar keinen Zucker mehr, außer vielleicht ein oder zwei Mal im Monat oder so. Sie hat sich auch richtig verändert dadurch, wegen dem Hype halt. Dass man dünn sein muss und diese Taille und fetten Arsch und so was halt.“

(weiblich, 15 Jahre)

„Ich nutze oft das Schwarmdenken auf Facebook. Wenn ich was habe, dann schreibe ich das per Facebook rein und gucke, was der Schwarm denkt.“

(männlich, 21 Jahre)

„Ich poste relativ viel und auch relativ unterschiedlich, aber gerade, wenn ich ein gutes Wochenende hatte, ich gehe relativ gerne mit meiner besten Freundin feiern, da mache ich bestimmt auch 15 Bilder am Wochenende, und davon poste ich nach dem Wochenende auch die besten drei. Nach so einem Wochenende wäre ich auch in der Stimmung, wo ich sage, ich mache mein Profil mal wieder eine Woche öffentlich, und irgendwann, wenn mich was nervt, Verlinkung, Anschreiben, irgendwas in die Richtung, dann mache ich es wieder privat.“

(weiblich, 20 Jahre)

„Das Risiko [unerlaubte Verwendung privater Fotos] muss man halt auch eingehen, wenn man sich auf Plattformen wie Facebook, Instagram und was auch immer befindet. Wenn man jemanden als Follower annimmt. Früher hatte man andere Ängste, war man mehr draußen, und heute ist es das Internet, was die Menschheit auch mit kaputt macht, aber schließlich sind wir alle Teil dessen und geben uns auch bewusst dem hin. Wenn ich ein Bild poste, klar gehe ich nicht davon aus, dass ich auf einem T-Shirt lande, aber man sucht sich ja trotzdem seinen Weg und hat ja anscheinend einen inneren Grund, es zu posten.“

(weiblich, 21 Jahre)

„Ich habe mir, glaube ich, noch nie eine AGB durchgelesen. Vielleicht den ersten Satz, dann ist es zu viel.“

(weiblich, 17 Jahre)

„Ganz ehrlich? [Facebook-Cambridge-Analytica-Skandal] Interessiert mich nicht wirklich. Ich habe nie was davon gehört, von anderen Leuten, dass sie da zu Schaden gekommen sind. Die haben irgendwelche Informationen ausgelesen für ihre Statistiken oder sonst was, können die ruhig machen.“

(männlich, 22 Jahre)

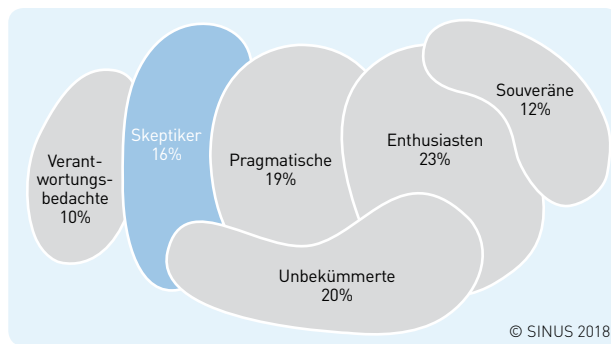
„Welchen Schaden hat das denn für uns, dass die Daten gesammelt werden? Ich habe noch nicht gehört, dass dadurch jemand gestorben ist. Sollen die Unternehmen ihr Geld doch damit erwirtschaften. Das hat ja auch Vorteile für uns. Wenn ich Schuhe google und sehe bei Facebook, nächste Woche gibt es bei Nike 80 Prozent reduziert, dann freue ich mich als Nutzer doch auch, weil sonst hätte ich es doch nicht gewusst.“

(männlich, 24 Jahre)

„Und ich glaube, man kann sich gar nicht so richtig in diese Lage hineinversetzen, also ich kann es nicht, weil ich einfach noch kein Opfer von Datenmissbrauch bin. Wenn ein Star gehackt wurde, der viel mehr zu verlieren hat als ich [...] Ich meine: Was habe ich zu verlieren? Es interessiert sich eh keiner für mich. Aber wenn ein Star [...], klar, dass der sich beschwert und eine viel krassere Meinung dazu hat als wir jetzt. Ich kann mich da nicht reinversetzen, wie sich jemand fühlt, der gehackt wurde, wo Daten missbraucht wurden.“
(weiblich, 18 Jahre)

„Weil es [Sexting] mittlerweile auch gesellschaftlich, sollte man meinen, akzeptiert ist. Es ist mittlerweile scheinbar eine Grundvoraussetzung innerhalb einer Beziehung, dass man sich so was schickt. Was für mich nicht stimmt, für mich ist es keine Voraussetzung, aber ganz ehrlich, ich bin auch nicht traurig. So ein Foto am Morgen, du stehst direkt mit guter Laune auf. Ist einfach so.“
(männlich, 21 Jahre)

5.5 Skeptiker



- **Vorsichtig-selektive Internetnutzer, die die zunehmende Digitalisierung eher problematisch sehen, sich deren Vorteile im Alltag aber durchaus zunutze machen.**
- **Trotz guter Internetkompetenz fühlen sie sich teilweise ohnmächtig in der digitalen Welt und delegieren die Verantwortung zum Schutz der Privatsphäre an Institutionen.**

Die *Skeptiker* machen in der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen einen Anteil von 16 Prozent aus. In dieser Internet-Lebenswelt sind Mädchen und junge Frauen mit einem Anteil von 60 Prozent überrepräsentiert. Neben den *Souveränen* sind die *Skeptiker* damit die einzige Lebenswelt mit einem Geschlechterschwerpunkt.

Werte sind für *Skeptiker* selbst gewählte Maximen, an denen das Leben ausgerichtet wird. Besonders Zusammenhalt (v.a. im Freundeskreis), Gerechtigkeit und Demokratie sind Ankerwerte. Auch gegenseitige Toleranz und sich Zeit für die Mitmenschen zu nehmen, sind wichtige normative Leitplanken in dieser Gruppe. Von krudem Lifestyle-Hedonismus und Konsum-Materialismus distanzieren sich *Skeptiker* demonstrativ.

Skeptiker blicken insgesamt zwar positiv in die Zukunft, sind aber durchaus nachdenklich. Insbesondere der wahrgenommene „Digitalisierungswahnsinn“ und die damit drohende Entwertung der

eigentlich lebenswerten Dinge (echte Emotionen, menschliche Nähe) beobachten sie aufmerksam und mit Sorge. Sie begegnen dieser Entwicklung aber nicht unbedingt ängstlich, sondern belächeln eher den aus ihrer Sicht übertriebenen Hang zur Selbstdarstellung in Sozialen Medien, angesichts der doch weitaus wichtigeren sonstigen Herausforderungen in der Welt.

Zugangsweise zum Internet und subjektive Kompetenzeinschätzung

Skeptiker sind allen Bedenken zum Trotz überdurchschnittlich häufig mehrmals täglich online (80 Prozent im Vergleich zu 70 Prozent insgesamt). Ein wesentlich kleinerer Anteil als im Durchschnitt sagt allerdings von sich, eigentlich nie offline zu sein (16 Prozent im Vergleich zu 27 Prozent insgesamt). Bei den *Skeptikern* finden sich am ehesten Jugendliche und junge Erwachsene, die ein Smartphone ohne mobiles Datenvolumen besitzen (11 Prozent der *Skeptiker* im Vergleich zu 7 Prozent insgesamt). Bei den Jüngeren wird deutlich, dass die Eltern noch Einfluss auf die Internetnutzung nehmen können, indem sie bspw. kein digitales Datenvolumen erlauben oder die Online-Zeit beschränken – ein aus Sicht der jungen *Skeptiker* häufig nachvollziehbarer Schritt.

Auch die *Skeptiker* bekennen sich zwar klar zur Internetnutzung, häufiger als andere Internet-Milieus bezeichnen sie das Internet jedoch als anstrengend (37 Prozent versus 20 Prozent insgesamt) und Zeitverschwendung (80 Prozent versus 64 Prozent insgesamt). *Skeptiker* stimmen auch am seltensten zu, dass das Internet sie glücklich macht: nur 46 Prozent im Vergleich zu 69 Prozent. Und der Wunsch, in Zukunft weniger online zu sein, ist in dieser Lebenswelt am stärksten ausgeprägt (73 Prozent versus 48 Prozent insgesamt). Überdurchschnittliche 37 Prozent der *Skeptiker* gehen sogar so weit zu sagen, dass das Internet nervt (versus 19 Prozent insgesamt). In Summe spiegelt sich hier der Wunsch, sich nicht von Technik dominieren zu lassen bzw. abhängig machen zu wollen.

Unter den *Skeptikern* findet sich daher auch der größte Anteil derer, die Instagram nicht nutzen - und dort auch nicht angemeldet ist (32 Prozent im Vergleich zu 22 Prozent insgesamt). *Skeptiker* grenzen sich zudem am deutlichsten von Influencern ab. 68 Prozent sagen hier, im Vergleich zu 55 Prozent insgesamt, dass Influencer nerven, weil es nur um Werbung geht. Ihr Interesse an Sozialen Medien ist zwar prinzipiell schwächer ausgeprägt als in den anderen Gruppen, aber dennoch sind auch die *Skeptiker* mehrheitlich weit davon entfernt, diese Dienste nicht zu nutzen. Soziale Medien wie YouTube, Facebook oder Instagram werden lediglich etwas seltener als vom Durchschnitt genutzt (z.B. Instagram von 64 Prozent im Vergleich zu 73 Prozent, Facebook von 59 Prozent im Vergleich zu 67 Prozent).

Bei der Einschätzung der eigenen Internetkompetenz unterscheiden sich die *Skeptiker* nicht drastisch von den anderen Gruppen. Sie bewerten ihre Kenntnisse im Durchschnitt mit der Note 2,0. Sie vergeben dabei seltener die Note eins (26 Prozent im Vergleich zu 31 Prozent) und etwas häufiger die Note drei (20 Prozent im Vergleich zu 14 Prozent).

Skeptiker fordern mit am deutlichsten, dass Anbieter Sozialer Medien in ihren AGBs und Nutzungsbedingungen in einfacheren Worten darstellen sollten, welchen möglichen Gefahren sich die Nutzer aussetzen. Datenschutzbedenken sind für die *Skeptiker* relevanter als für den Altersdurchschnitt. So äußern 45 Prozent mit Blick auf Facebook Bedenken, dass ihre persönlichen Daten an Dritte weitergegeben werden (im Vergleich zu 33 Prozent insgesamt). Auch die „Beleidigungskultur“ im Internet hält gut die Hälfte der *Skeptiker* davon ab, sich im Internet öffentlich zu äußern (gesamt: 39 Prozent). *Skeptiker* sind im Milieuvvergleich die stärksten Verfechter der klassischen Kommunikation von Angesicht zu Angesicht: Mit den Freunden offline zu kommunizieren, ist 64 Prozent dieser Gruppe wichtig, durchschnittlich legt hingegen „nur“ knapp die Hälfte der 14- bis 24-Jährigen Wert darauf (stimme voll und ganz zu).

Risikowahrnehmung, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauensprofil¹⁶

Trotz positiver subjektiver Kompetenzeinschätzung überwiegt bei den *Skeptikern* der Blick auf die Risiken im Internet. Beispielsweise hat sich bei knapp der Hälfte von ihnen das Sicherheitsgefühl im Internet in den letzten Monaten verschlechtert (im Vergleich zu 33 Prozent insgesamt).

Der Blick auf das milieuspezifische Panorama der wahrgenommenen Risiken illustriert ihre vorsichtige Haltung zum Internet ganz eindeutig: Alle abgefragten Risikodimensionen sind in dieser Gruppe präsenter als im Durchschnitt. Da ihnen die Partizipation an der Online-Welt insgesamt weniger wichtig ist, sind sie eher bereit als andere, aufgrund dieser Risiken auf bestimmte Online-Aktivitäten zu verzichten oder sie einzuschränken (28 Prozent gegenüber 18 Prozent insgesamt). Bei der Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen liegen die *Skeptiker* weitgehend im Durchschnitt. Nur bei der Dimension Datenkontrolle – dem Hoch- und Herunterladen von Dateien – sind sie vergleichsweise aktiv.

Die *Skeptiker* wollen mit ihren Daten sparsam umgehen. 78 Prozent von ihnen sagen, im Vergleich zu 54 Prozent insgesamt, dass sie so wenig Daten wie möglich von sich teilen möchten und deshalb nur ganz selten oder nie etwas posten. Entsprechend deutlicher als andere widersprechen sie der Aussage, dass es fair sei, dass Anbieter von kostenlosen Internetdiensten die eigenen Daten nutzen (82 Prozent im Vergleich zu 63 Prozent insgesamt). 71 Prozent widersprechen auch der Aussage, dass personalisierte Werbung praktisch sei (deutlich mehr als der Durchschnittswert von 49 Prozent). Am wenigsten von allen Milieus halten *Skeptiker* Datensicherheit im Internet für gegeben. Mit 83 Prozent geht ein klar überdurchschnittlicher Anteil davon aus, dass persönliche Daten im Internet nicht sicher sind (gesamt: 63 Prozent).

Wenn es darum geht, sich bei Unsicherheiten Vertrauensanker zu suchen, spielt insgesamt betrachtet auch bei den *Skeptikern* die Intuition die größte Rolle. Stärker als die anderen Milieus verlassen sie sich aber auch auf Institutionen, also Polizei, Verbraucherzentrale oder Informationen aus den Nachrichten.

Typische Zitate zur Illustration

„Ich finde gerade, letzte Woche, wo das Wetter so gut war, sitze ich gerne auf dem Balkon und lese mir lieber Zeitschriften durch, als mit dem Handy herumzudaddeln.“ (weiblich, 23 Jahre)

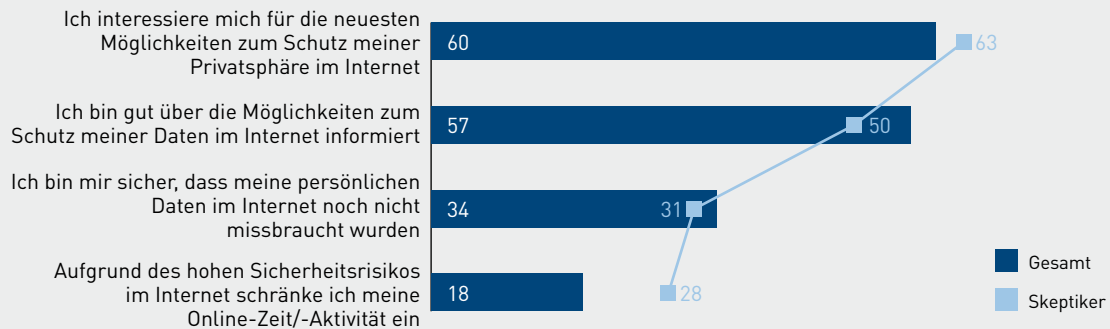
„Ich habe ein Smartphone, aber ich habe keine mobilen Daten. Ich finde es schon ganz schön, in der S-Bahn zu sitzen und nicht erreichbar zu sein oder generell draußen zu sein, im Park zu sitzen mit Freunden. Und ich sehe ja, dass die dann an ihrem Handy sitzen, und ich bin dann eben nicht an meinem Handy.“ (weiblich, 15 Jahre)

„Aber genau, weil ich auch Angst vor solchen Dingen [Hacken eines Social Media Accounts] habe, bin ich auch sehr verhalten mit dem, was ich so im Internet von mir und von anderen preisgebe, und erwarte das auch von meinen Freunden, dass sie das auch so sehen, dass sie nicht mein Gesicht im Internet posten.“ (männlich, 23 Jahre)

¹⁶ Siehe dazu die Erläuterung der verschiedenen Dimensionen von Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen ab Seite 32.

Skeptiker – Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen

Inwiefern stimmst Du zu? Top-2-Werte einer 4er-Zustimmungsskala: stimme voll und ganz zu/stimme eher zu, in Prozent



Risikowahrnehmung

- ++ Internetkriminalität
- ++ Identitätsmissbrauch
- ++ Belästigung
- ++ Persönlichkeitsverletzung
- ++ Durchleuchtung
- ++ Internetsucht

++ Stark überrepräsentiert

Sicherheitsmaßnahmen

- ++ Passwortkontrolle
- ++ Softwarekontrolle
- ++ Datenkontrolle
- ++ Webseitenselektion
- ++ Manipulative Kontrolle

+ Überrepräsentiert

Vertrauenskonzept

- Intuition
- Schwarmintelligenz
- Experten
- ++ Institutionen
- Peer-Group
- Pädagogische Instanzen

- Unterrepräsentiert

Relevanz für das Milieu

Basis: 1.730
Skeptiker:
277 Fälle

„Ich habe mal überlegt, klar, man macht Bilder, aber irgendwie muss auch schon eine kleine Lange-
weile da sein, um Bilder zu machen. Also wenn man so ein richtig intensives Gespräch hat oder so,
dann würde man nicht sagen, komm, lass uns mal ein Bild machen.“ (weiblich, 15 Jahre)

„Ich bin jetzt eher weniger auf Instagram unterwegs. Also, ich poste nicht wirklich viel, und wenn,
ist es auch privat. Snapchat nutze ich auch eher selten, weil ich es irgendwie nervig finde, überall
stehen zu bleiben, Fotos zu machen und dann weiterzugeben. WhatsApp benutze ich relativ viel, vor
allem, weil da auch der Kontakt mit der Familie ist. Es ist auch praktisch, wenn man im Ausland ist,
dass man dann über WLAN halt trotzdem kommunizieren kann und nicht diese Telefonkosten hat.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Aber diese Emotionen, die man hat, wenn man irgendwie einem guten Freund oder Freundin
gegenübersteht oder irgendwie sozusagen Probleme bespricht, das kann kein soziales Netzwerk
ersetzen.“ (männlich, 23 Jahre)

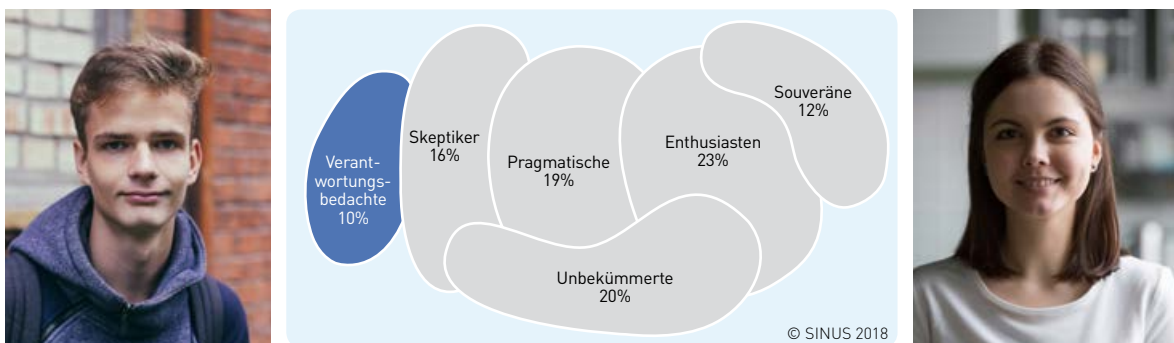
„Ich habe sehr großen Respekt vor dem Internet, und ich versuche, mein Handy auch so uninteres-
sant wie möglich zu halten. Weil genau so was [gehackt werden] halt passieren kann.“
(weiblich, 15 Jahre)

„Ich glaube auch, dass man am Anfang davon ausgegangen ist, dass es eine große Chance ist. Ich glaube, umso länger das läuft, umso mehr Leute erkennen, dass es auch eher ein Risiko ist. Ich denke, dass es da mal einen Wendepunkt gibt.“
(weiblich, 23 Jahre)

„Ich schätze, das Internet muss ja auch ein bisschen garantieren, sonst würde ja irgendwann keiner mehr googeln oder das Internet benutzen. Also, würde ich jetzt meine Daten irgendwo sehen, würde ich sofort das Internet nicht mehr benutzen und mir irgendwie was anderes überlegen, wie ich verdeckt irgendwie googeln kann oder so.“
(weiblich, 15 Jahre)

„[Ist das Internet eher Chance oder Risiko?] Ich würde eigentlich ein bisschen zum Risiko tendieren. Aber ich könnte es mir halt nicht vorstellen, ohne diese Informationsquelle auszukommen.“
(weiblich, 15 Jahre)

5.6 Verantwortungsbedachte



- **Sicherheitsorientierte Internetnutzer mit einer bodenständig-traditionellen Wertehaltung.**
- **Trotz Technologieskepsis und entsprechend erhöhter Gefahrensensibilität ist ihnen digitales Vernetzungs- und Konsumverhalten wichtig, wenn auch in moderatem Ausmaß.**

Zehn Prozent der 14- bis 24-Jährigen gehören zu den *Verantwortungsbedachten*. Die jungen Nutzer und Nutzerinnen im Alter von 14 bis 17 Jahren sind hier mit 10 Prozent stärker vertreten als im Durchschnitt (5 Prozent). Die Jungen und jungen Männer sind mit 58 Prozent stärker vertreten als Mädchen und junge Frauen.

Das Werteprofil der *Verantwortungsbedachten* ist konservativ-bürgerlich geprägt. Sie orientieren sich vergleichsweise deutlich an traditionellen Werten und Tugenden. Ankerwerte sind Nächstenliebe, Vertrauen, Sicherheit, Bodenständigkeit, Gemeinschaft und Rücksichtnahme. Autoritäten werden nicht infrage gestellt, sondern akzeptiert. So ist für die jüngeren Milieuangehörigen z.B. Respekt gegenüber Erwachsenen typisch. Im Internet-Milieu der *Verantwortungsbedachten* finden sich vor allem Jugendliche und junge Erwachsene wieder, die sich von aktuellen Lifestyle-Trends nicht unter Druck setzen lassen wollen und ihnen kaum Beachtung schenken. So kommt es in ihrem Freundeskreis gut

Fotos: fizkes/polya_olya – Shutterstock

an, wenn man sich im Verein, bei der Freiwilligen Feuerwehr oder in der Kirche engagiert oder man durch gute Leistungen in der Schule auffällt.

Zugangsweise zum Internet und subjektive Kompetenzeinschätzung

Verantwortungsbedachte sind keineswegs „Internet-Muffel“, denn fast alle sind mindestens mehrmals täglich online. Sie unterscheiden sich allerdings etwas vom Durchschnitt aller Milieus (93 Prozent, gesamt: 97 Prozent). Gleichzeitig findet sich unter den *Verantwortungsbedachten* ein signifikant geringerer Anteil an Nutzerinnen und Nutzern, die immer online sind (17 Prozent im Vergleich zu durchschnittlich 27 Prozent).

In diesem Milieu wird das Internet nicht aus schierer Begeisterung genutzt, sondern weil es heute fast unmöglich ist, darauf zu verzichten. Dass das Internet glücklich macht, finden zwar immerhin 56 Prozent der *Verantwortungsbedachten*, im Milieuvvergleich ist dies aber der zweitniedrigste Wert (gesamt: 69 Prozent). Für die *Verantwortungsbedachten* ist ein Leben ohne Internet noch am ehesten prinzipiell vorstellbar: Dass Schule ohne Internet nicht funktioniert, sagen bspw. nur 38 Prozent im Vergleich zu 53 Prozent im Milieudurchschnitt. Und während 44 Prozent aller Befragten finden, dass Freundschaften ohne das Netz nicht aufrechtzuerhalten wären, sind lediglich 29 Prozent der *Verantwortungsbedachten* dieser Meinung. Auch das Problem, ohne Internet abends nichts mit sich anfangen zu können, haben bei den *Verantwortungsbedachten* nur 32 Prozent im Vergleich zu 52 Prozent insgesamt.

Bei der Bewertung der eigenen Internetkenntnisse stellen sich die *Verantwortungsbedachten* mit einer durchschnittlichen Note von 1,9 ein gutes Zeugnis aus. Im Milieuvvergleich liegen sie hier im Mittelfeld. Zwar geben sie sich mit 26 Prozent etwas seltener die Note sehr gut (31 Prozent insgesamt), dafür aber mit 57 Prozent etwas häufiger die Note gut (50 Prozent insgesamt).

Soziale Medien interessieren die *Verantwortungsbedachten* eher weniger. Insbesondere WhatsApp, Instagram und Snapchat werden deutlich seltener genutzt als im Durchschnitt, weil sie im Alltag weniger relevant sind. Ihre Zurückhaltung bei Sozialen Medien hat auch mit Sicherheitsbedenken zu tun. Häufiger als der Durchschnitt verzichten sie aufs Posten, weil sie keine Daten preisgeben möchten (65 Prozent im Vergleich zu 54 insgesamt). Gleichzeitig macht es ihnen nichts aus, wenn andere in ihren Profilen den Eindruck erwecken, dass bei ihnen immer die Sonne scheint. Denn nur ein Fünftel spürt Neid oder andere Negativgefühle beim Betrachten des Auftritts anderer in Sozialen Medien (im Vergleich zu einem Drittel insgesamt). Die *Verantwortungsbedachten* machen sich auch eher wenig aus Beiträgen von Influencern. Dass einflussreiche YouTuber oder Blogger gute Anregungen geben, denken nur 35 Prozent (im Vergleich zu 46 Prozent insgesamt). Ebenfalls empfindet nur ca. ein Drittel Freude daran, am Leben der Influencer online teilhaben zu können (im Vergleich zu 51 Prozent insgesamt).

Risikowahrnehmung, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauensprofil¹⁷

Für Möglichkeiten zum Schutz der Privatsphäre interessiert sich ein durchschnittlicher Anteil der *Verantwortungsbedachten* (63 Prozent vs. 60 Prozent insgesamt). Auch fühlt sich diesbezüglich ein durchschnittlicher Anteil (59 Prozent) gut informiert. Dass dieses Thema trotz der milieuspezifischen sicherheitsbedachten Haltung nicht für einen größeren Teil von Bedeutung ist, liegt daran, dass für diese Gruppe das Internet im Allgemeinen und Soziale Medien im Besonderen vergleichsweise wenig Relevanz besitzen. Wie gezeigt, sieht sich diese Lebenswelt seltener Gefahren ausgesetzt, weil sie

¹⁷ Siehe dazu die Erläuterung der verschiedenen Dimensionen von Risiken, Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauen ab Seite 32.

weniger postet. Viele sehen sogar überhaupt keine Notwendigkeit zur intensiven Auseinandersetzung mit dem Thema Privatsphäre.

Die *Verantwortungsbedachten* sind vergleichsweise stark für die Gefahren der digitalen Welt sensibilisiert, insbesondere, wenn es um Risiken geht, die unter dem Begriff Durchleuchtung subsumiert werden können: Sie möchten nicht, dass andere wissen können, was sie gerade machen. Das Risiko der Internetsucht bewerten sie hingegen deutlich geringer als andere. Vor dem Hintergrund ihrer Nutzungspräferenzen sowie allgemeinen Haltung zum Internet erscheint es plausibel, dass sie hier für sich persönlich eher keine Gefährdung sehen.

Die Online-Zeit (weiter) einzuschränken, um Sicherheitsrisiken aus dem Weg zu gehen, ist für die *Verantwortungsbedachten* ähnlich selten eine Option wie für den Durchschnitt aller Milieus (15 Prozent im Vergleich zu 18 Prozent insgesamt). Sie gehen davon aus, sich bereits sicherheits- bzw. gefahrenbewusst genug zu verhalten, und sehen deshalb keine Notwendigkeit, weitere Einschränkungen zur Risikominimierung vornehmen zu müssen. Das bestätigt sich auch mit Blick auf die getroffenen Sicherheitsmaßnahmen: Sie setzen bereits stärker als andere auf Daten- und Webseitenkontrolle – schränken also ihre Netzaktivitäten bewusst ein, indem sie nur bestimmte Seiten aufsuchen bzw. andere meiden oder auf das Hoch- und Herunterladen von Dateien verzichten.

Die *Verantwortungsbedachten* vertrauen bei Problemen einem breiten Spektrum an Akteuren. Sie verlassen sich stärker als die anderen Milieus auf „Schwarmintelligenz“, Institutionen, Experten und pädagogische Instanzen. Das Vertrauen in die drei letztgenannten Akteure spiegelt die milieutypische Werthaltung, Autoritäten anzuerkennen.



Typische Zitate zur Illustration

„Ich sitze jetzt nicht die ganze Zeit am Handy. Ich habe es dann meist irgendwo liegen, und ich habe dann tagsüber den Ton an, und wenn ich irgendwie eine Nachricht kriege, dann nehme ich das und gucke halt oder schicke halt eine Antwort zurück, und dann pack ich es wieder weg.“

(männlich, 15 Jahre)

„Ich sehe das irgendwie ein bisschen anders. [...] Ich glaube, man hat nie so die Verpflichtung und dieses Muss, dass man jetzt wirklich diesem Trend oder dieser neuen Technik hinterherläuft. [...] Keiner zwingt einen, es sei denn, man lässt sich beeinflussen und zwingen.“

(weiblich, 15 Jahre)

„Ich kaufe eigentlich kaum online irgendwas. Also, jetzt auch keine Lebensmittel. Ich bestelle mir eigentlich auch kein Essen. Also, ich gehe halt jetzt nicht so oft shoppen, aber wenn, dann schon in Läden. Also, es kommt mal vor, dass ich irgendwie was bestelle, aber es ist sehr, sehr selten. Mag ich eigentlich nicht so sehr.“

(weiblich, 22 Jahre)

„Ich würde sagen, dass man das Internet auf das Wichtigste begrenzt. Ich würde sagen, dass man es nur dann nutzt, wenn es wirklich wichtig ist. Und jetzt vielleicht nicht unbedingt gerade postet, wie man die Treppe runtergeht, weil das finde ich nicht so fördernd. Und ich hoffe aber auch, dass es nicht zu schnell sich weiterentwickelt, dass man selber als Mensch nicht hinterherkommt.“

(weiblich, 15 Jahre)

„Ich habe es [öffentlich posten] noch nie gemacht.“

(weiblich, 22 Jahre)

„Also, ich nutze gar keine sozialen Netzwerke, sprich Facebook, Snapchat, Instagram. Twitter schon. Ich weiß, voll uncool [lacht]. [...] jeder Zweite hat immer Snapchat oder Instagram, jedenfalls in unserer Klasse ganz viel. Wenn ich da immer sage, ich habe kein Snapchat, Instagram, erstaune ich gleich mal alle. [...] Keine Ahnung, ich hatte nie Interesse daran.“

(männlich, 14 Jahre)

„Also, ich folge niemandem, und ich weiß jetzt auch nicht irgendwie, also, ich glaube, meine Freunde nutzen schon irgendwie so Instagram und Snapchat, aber dadurch, dass ich das nicht habe, weiß ich einfach nicht, wie aktiv die da sind, weil ich mir dann ihre Profile auch nicht angucke.“

(weiblich, 22 Jahre)

„Ja, und das ist halt so, das beängstigt mich dran, dass sie ein Profil von dir haben, in dem alles drinsteht, was du jemals gegoogelt, nachgesehen hast, auch wenn du nur auf YouTube warst und da mal was nachgesehen hast, ist das alles Wissen. Das ist mein Problem so mit dem Internet.“

(männlich, 14 Jahre)

„Und ich finde, das Problem bei Sperren ist, wer entscheidet, was gesperrt werden kann und wird? Wenn es z.B. die Regierung ist, jetzt mal ganz groß, dann können wir auch sagen, okay, dann haben die was gegen diese Seite, weil die schlecht über sie reden. Aber es müsste halt jemand Unparteiisches sein, dem das eigentlich [...] Am besten wäre es eigentlich jemand, dem es ziemlich egal ist und der halt seine Richtlinien hat.“ (männlich, 14 Jahre)

„Das Risiko ist schon hoch, dass man gehackt wird oder beleidigt wird. Also eher Risiko als Chance.“ (männlich, 15 Jahre)

6. Der Hype ist vorbei: Vorbehalte gegenüber Sozialen Medien steigen – ohne WhatsApp und Co. geht es aber nicht

Wer von Jugend und Internet spricht, kann um das Thema Soziale Medien kaum einen Bogen machen. Bereits in der DIVSI U25-Studie 2014 war das Thema Online-Communitys besonders präsent. Dabei ging es darum, wie Jugendliche und junge Erwachsene Kommunikation im Internet mit Freundinnen und Freunden gestalten, welche Funktion sie erfüllt und was dabei gar nicht geht. Auch die Frage, wer angesichts von mit hunderten Kontakten gefüllter Freundschaftslisten eigentlich eine Freundin oder ein Freund im digitalen Zeitalter ist, stand auf der Agenda.

Der thematische Schwerpunkt hat sich in der Auseinandersetzung mit Sozialen Medien inzwischen deutlich gewandelt. Junge Menschen beschäftigen heute andere Fragen, und ihre Präferenzen haben sich verändert. So ist die Nutzung von Facebook, die im Jahr 2014 den Themenkomplex ganz wesentlich mitbestimmte, deutlich rückläufig. Gleichzeitig ist ein neues Bewusstsein der Risiken im Bereich des Sammelns von und Handelns mit Daten gewachsen, was insbesondere in Kapitel 7 noch einmal weiter vertieft wird.

6.1 Wer nutzt was – und warum?

WhatsApp und YouTube nutzen fast alle

Mit Freundinnen und Freunden nicht nur über das Internet, sondern auch offline zu kommunizieren, ist für eine breite Mehrheit (86 Prozent) wichtig. Dennoch sind Soziale Medien für die Kommunikation heute unverzichtbar. Dafür spricht auch, dass unter den 14- bis 24-Jährigen 99 Prozent den Instant-Messaging-Dienst WhatsApp nutzen. Das Angebot verzeichnet in dieser Altersgruppe damit einen Nutzerzuwachs von 38 Prozentpunkten innerhalb von vier Jahren. Alternative Angebote, wie beispielsweise Telegram, werden bislang lediglich von etwa jedem Zehnten zwischen 14 und 24 Jahren genutzt.¹⁸

Fast ebenso wichtig im Alltag der Jugendlichen ist das Videoportal YouTube (96 Prozent), bei dem Unterhaltung und Information im Vordergrund stehen. YouTube ist dabei vor allem für sogenannte Influencer eine wichtige Plattform geworden. Sie erreichen mit ihren Videos hier bis zu mehreren Hunderttausend oder sogar Millionen Nutzern. Mit dem Bedeutungszuwachs des Phänomens Influencer wird auch die Plattform an sich in der Altersgruppe wieder wichtiger (Zuwachs von 15 Prozentpunkten seit 2014).

Angebote, die einen stärkeren Netzwerk-Charakter haben, wie beispielsweise Instagram, Facebook oder Snapchat, fallen dahinter vergleichsweise deutlich zurück.¹⁹ Mit einem Nutzeranteil von 73 Prozent unter den 14- bis 24-Jährigen hat Instagram mittlerweile Facebook (67 Prozent) überholt.

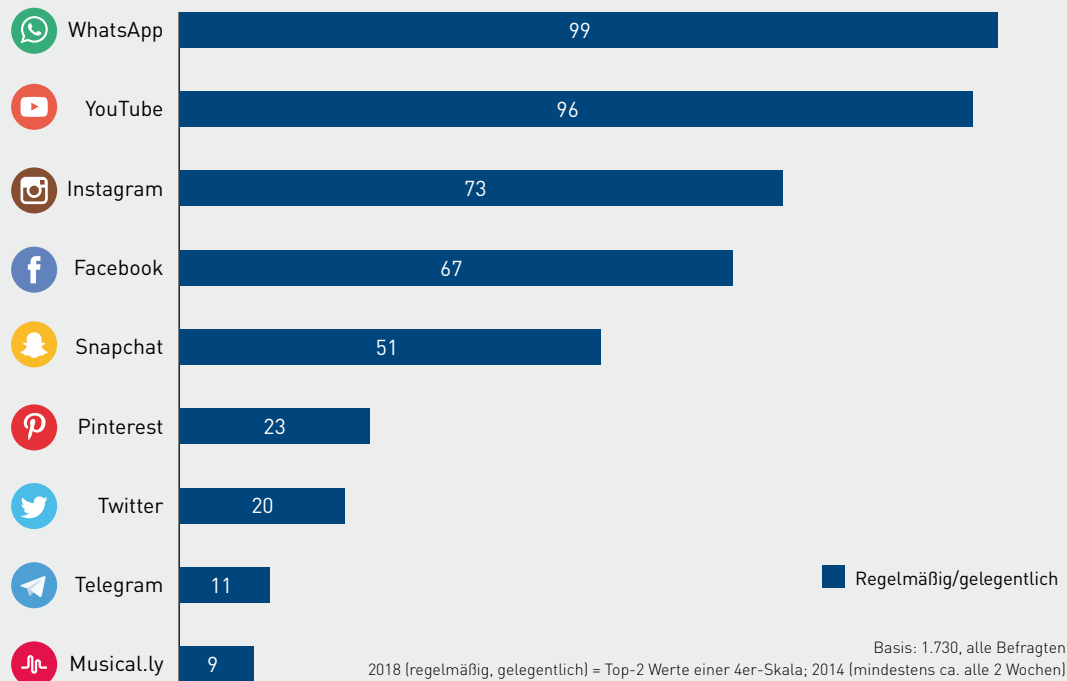
¹⁸ Telegram war als alternativer Instant-Messaging-Dienst mit dem Versprechen, besonderen Datenschutz zu gewährleisten, im Jahr 2013 gestartet. Versprochen wurde dabei in erster Linie, dass Nachrichten für andere unlesbar versendet werden können. In der Kritik steht Telegram allerdings inzwischen, weil die Verschlüsselung nicht standardmäßig aktiviert, sondern lediglich optional ist.

¹⁹ Snapchat ist ein kostenloser Instant-Messaging-Dienst, über den Fotos und Videos versendet werden können, die jeweils nur für wenige Sekunden sichtbar sind. Im November 2017 wurde ein Update vorgenommen, das den Dienst grundlegend veränderte und damit für große Kritik unter den Nutzern sorgte.

Gegenüber 2014 kann die vor allem für das Teilen von Fotos und kurzen Videos genutzte Plattform damit einen Zuwachs von 62 Prozentpunkten verzeichnen, während Facebook 15 Prozentpunkte verliert.

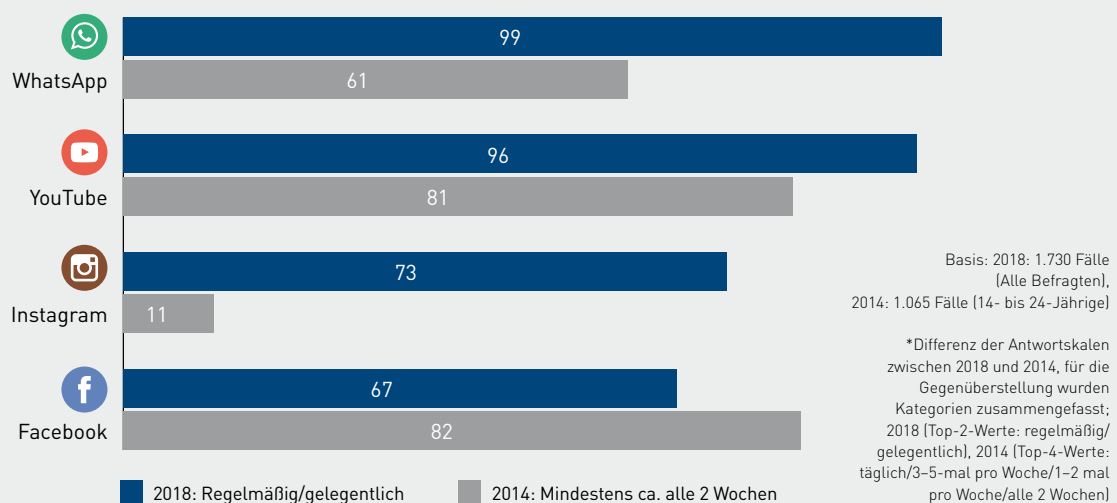
Nutzung Sozialer Medien

Wie häufig nutzt Du die folgenden Social-Media-Angebote? in Prozent



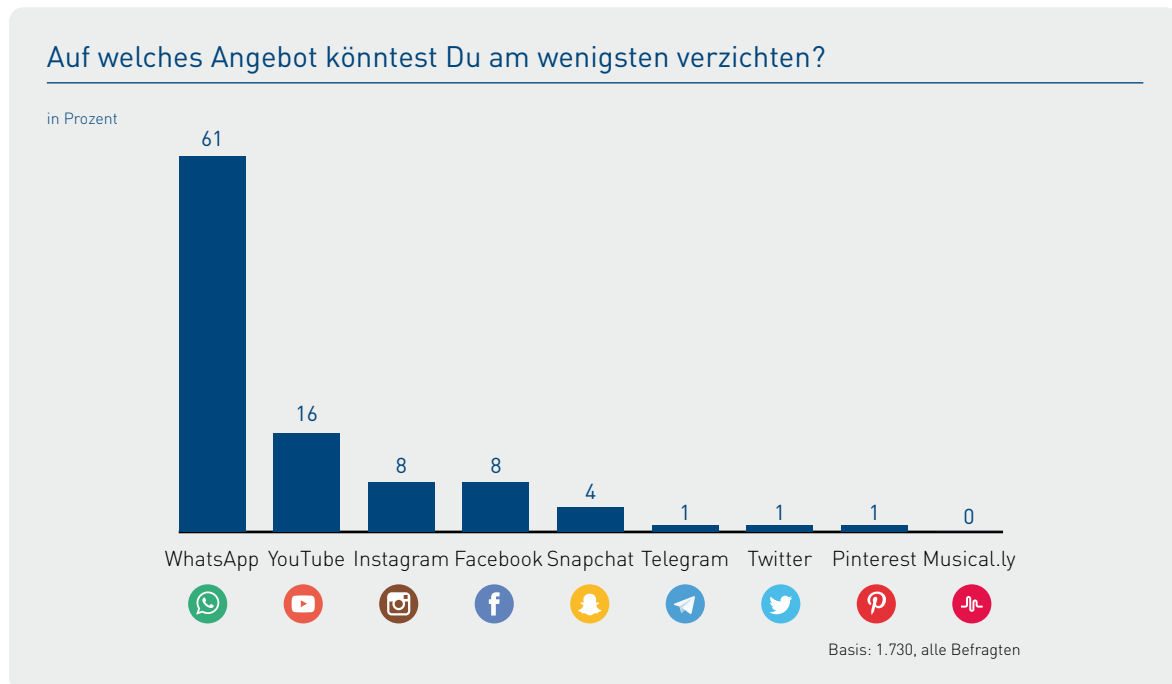
Nutzung ausgewählter Angebote 2018 und 2014

Wie häufig nutzt Du die folgenden Social-Media-Angebote? in Prozent*

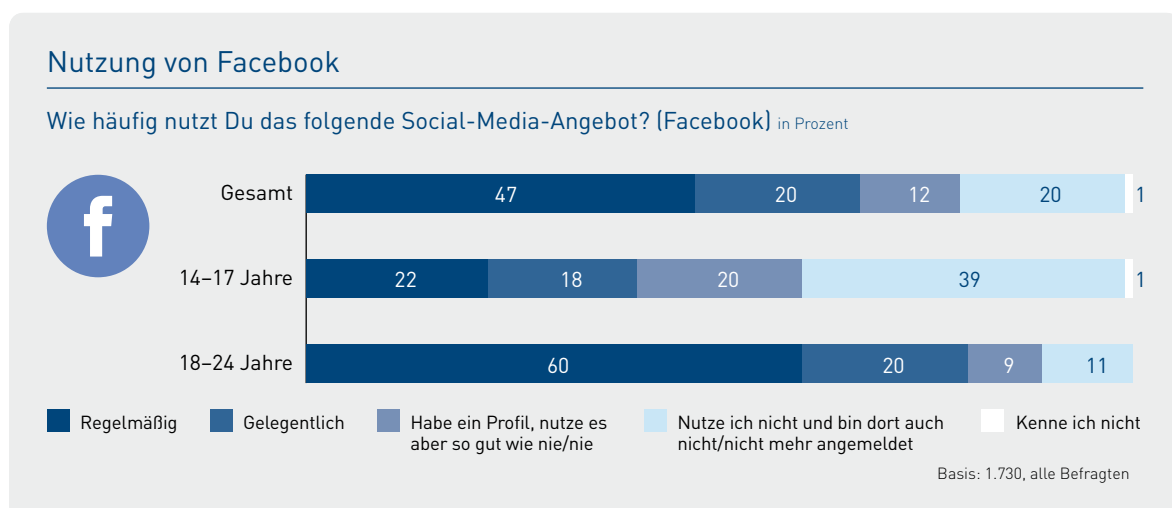


Messaging statt Networking

Insgesamt zeigt sich, dass Soziale Medien mit Netzwerk-Charakter aus Sicht der 14- bis 24-Jährigen deutlich eher verzichtbar wären als reine Kommunikationsangebote. Als weitgehend unverzichtbar gilt entsprechend der Instant-Messaging-Dienst WhatsApp, der für viele die – in ihrer Wahrnehmung – kostenfreie und zudem funktional überlegene Alternative zu SMS (Short-Messaging-System) geworden ist. Alle anderen abgefragten Angebote liegen dahinter weit abgeschlagen zurück. Allein YouTube erreicht mit 16 Prozent einen zweistelligen Wert.



Die altersdifferenzierte Statistik zeigt, dass 18- bis 24-Jährige Facebook mit einem Anteil von 80 Prozent deutlich häufiger regelmäßig oder gelegentlich nutzen als 14- bis 17-Jährige mit einem Anteil von nur 40 Prozent.

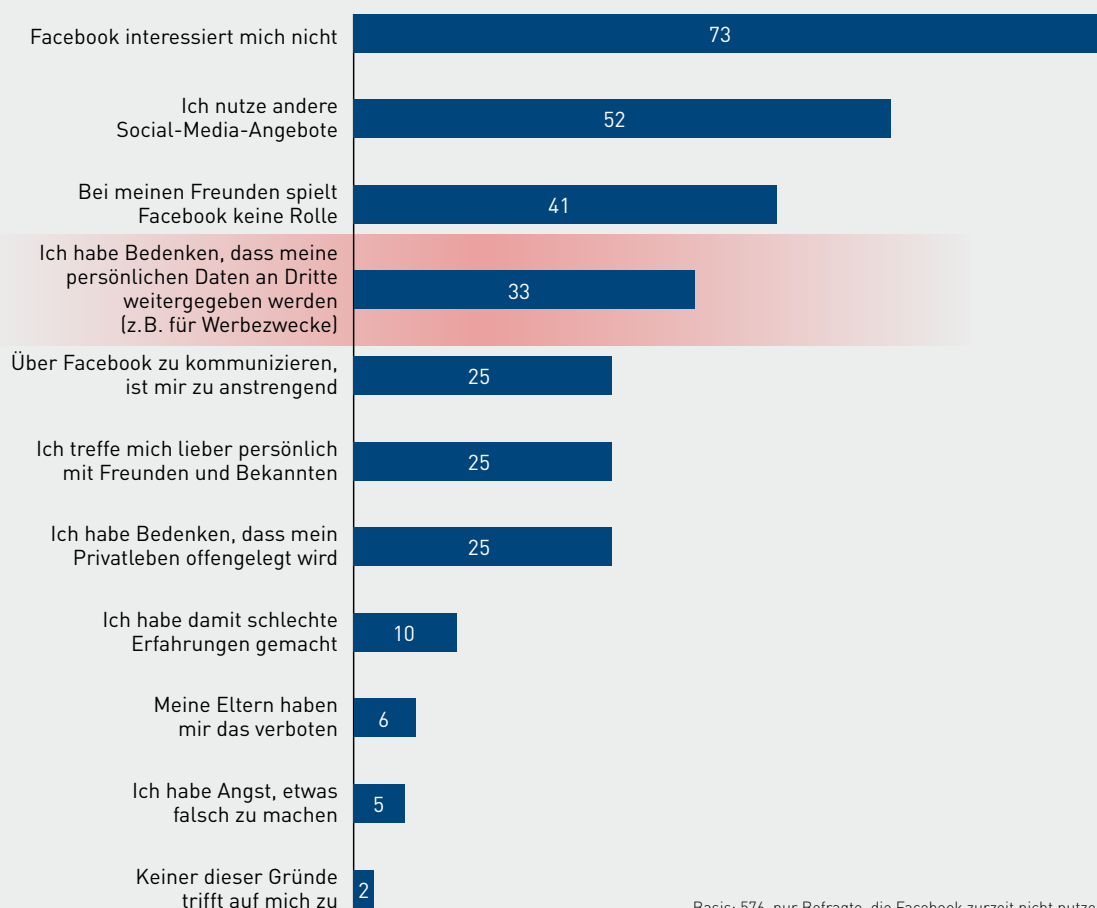


Facebook ist einfach nicht mehr interessant – Datenschutzaspekte sind für ein Drittel Verzichtungsgrund

In der U25-Studie 2014 gab es ein Kapitel mit der Überschrift „Internet = Facebook“. Nahezu alles, was für Jugendliche vor ein paar Jahren online relevant war, spielte sich auf dieser Plattform ab. Was ist passiert? Wesentlicher Grund dafür, Facebook nicht (mehr) zu nutzen, ist schlicht, dass das Angebot nicht mehr interessant für die 14- bis 24-Jährigen ist. Auch die Gründe an zweiter und dritter Stelle weisen in diese Richtung: 52 Prozent nutzen andere Angebote und verzichten deshalb; bei 41 Prozent ist ausschlaggebend, dass die Freunde andere Dienste nutzen.

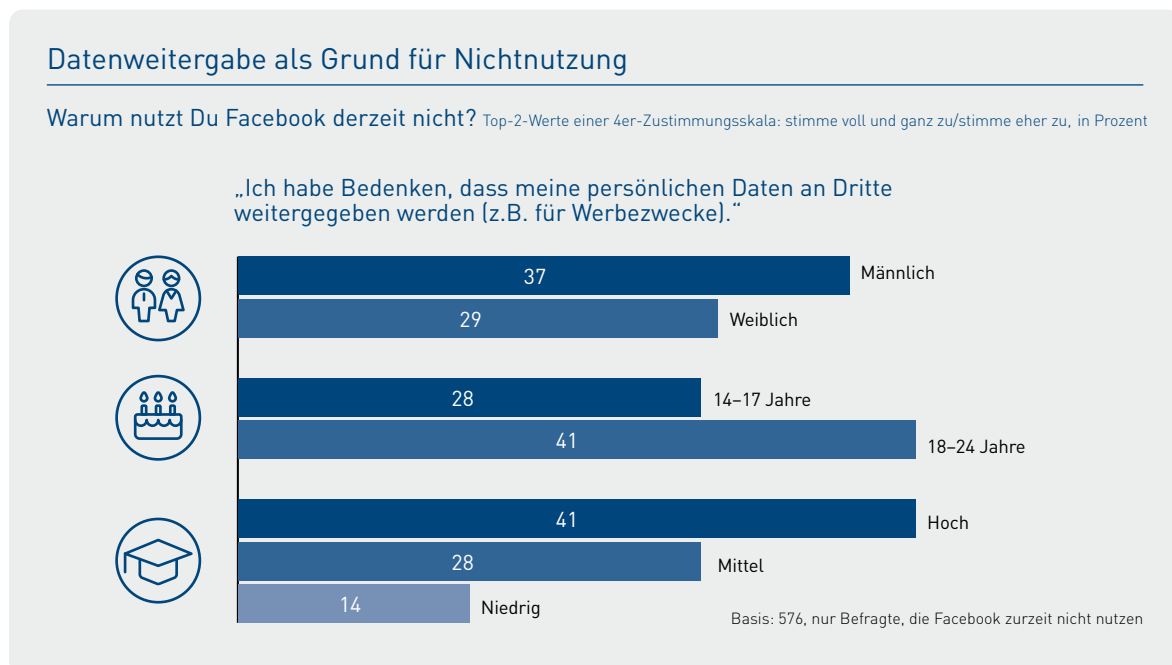
Gründe für die Nichtnutzung von Facebook

Aus welchen Gründen nutzt Du Facebook zurzeit nicht? Mehrfachnennungen möglich, in Prozent



Für immerhin ein Drittel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind Datenschutzbedenken ein Grund, auf Facebook zu verzichten. Zum Zeitpunkt der Datenerhebung lag der Facebook-Cambridge-Analytica-Skandal²⁰ noch nicht lange zurück und war in der Presse umfangreich besprochen worden.

Datenschutzbedenken werden von männlichen, älteren und formal höher gebildeten Befragten häufiger als relevanter Grund genannt als von den jeweiligen Referenzgruppen. Dass die Älteren zwischen 18 und 24 Jahren und die formal höher Gebildeten hier eine höhere Sensibilität aufweisen, ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass sie den öffentlichen Diskurs rund um das Thema umfangreicher rezipieren als die Jüngeren zwischen 14 und 17 Jahren und die formal niedrig Gebildeten. Für die ansonsten risikosensibleren Mädchen ist der Hauptgrund in diesem Fall allerdings nicht der Datenschutz, sondern dass sie mittlerweile andere Angebote nutzen: Während dies 60 Prozent der Mädchen als Grund für die Nichtnutzung angeben, tun dies 44 Prozent der Jungen.



Auch dass das Privatleben offengelegt wird, ist für rund ein Viertel der Grund, dieses Angebot nicht zu nutzen. Konkrete schlechte Erfahrungen mit Facebook sind für jeden Zehnten ein Verzichtgrund.

20 In diesem Datenskandal geht es darum, dass das Datenanalyse-Unternehmen Cambridge Analytica unerlaubt an die Daten von Millionen von Facebook-Nutzern gelangt ist. Die Daten waren von einem App-Entwickler an Cambridge Analytica weitergegeben worden. Als problematisch dabei gilt, dass die App, die Daten einsammelte, nicht nur die Daten der Nutzer, die diese App installiert hatten, erfasste, sondern auch die von deren Freunden, die die App selbst aber gar nicht installierten. Diesen Zugriff erlaubte Facebook App-Entwicklern bis zum Jahr 2015. Besondere Brisanz erhielt der Vorfall dadurch, dass das Unternehmen Cambridge Analytica die Republikaner im amerikanischen Wahlkampf unterstützte.
Vgl. dazu: „Was ist eigentlich bei Facebook los?“ In: Süddeutsche Zeitung, 5. April 2018, online: <https://www.sueddeutsche.de/digital/datenmissbrauch-was-ist-eigentlich-gerade-bei-Facebook-los-1.3932349> (letzter Zugriff: 28.08.2018).

6.2 Verhalten im Kontext Soziale Medien: Diskutieren, Posten, Sexting

Mehr als ein Drittel schreckt vor „Beleidigungskultur“ im Netz zurück

Viele Jugendliche sehen sich in den Sozialen Medien eher als „passive Nutzer“ oder „Konsumenten“. Lesen, was andere posten, die Bilder oder Videos von anderen hochladen und anschauen – das ist das, was der Großteil der 14- bis 24-Jährigen neben privater Kommunikation mit Freunden vorrangig tut.

„[...] also, ich bin häufig ein stiller Nutzer, und wenn, dann mache ich eigentlich einen Kommentar irgendwie bei Facebook, aber zum Beispiel Instagram [...] habe ich ein paar Leute abonniert, also, die ich kenne, zum Beispiel Reiseblogger oder so, aber da jetzt wirklich mit denen in Kontakt treten, tue ich jetzt gar nicht. Was soll ich da auch schreiben? Toller Ort, da will ich auch mal unbedingt hin? Das interessiert die auch nicht. Nein, meistens irgendwie still, man nimmt etwas zur Kenntnis.“
(männlich, 19 Jahre)

„Also, wenn auf Instagram irgendwie, wenn ein Freund irgendwie ein Bild hochgeladen hat, dass man da einen Kommentar hinterlässt. Aber das war es auch eigentlich.“
(männlich, 16 Jahre)

„Eigentlich nur passiv, wenn ich irgendeine Frage habe, die ich bei Google reinschmeiße, und die Antwort in irgendeinem Forum steht, dann lese ich mir das durch. Ich bin immer beeindruckt, dass Leute ihre Zeit reinstecken, um tatsächlich Antworten zu schreiben, weil ich es nie machen würde. Ich bin nie aktiv eigentlich.“
(weiblich, 24 Jahre)

Die qualitative Vorstudie hat aufgezeigt, welche verschiedenen Gründe für die Zurückhaltung vorliegen: Wenig Lust zu tippen wurde dabei ebenso erwähnt wie das Gefühl, dass die eigene Meinung nicht so wichtig sei, oder die oftmals von Beleidigungen geprägte Diskussionskultur im Internet.

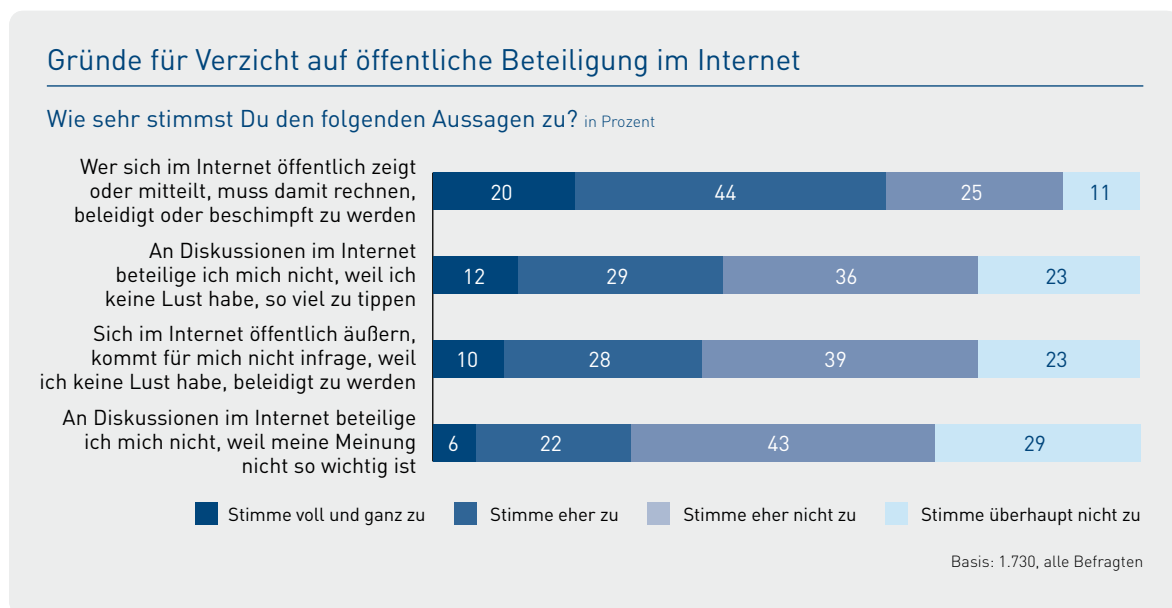
In der Repräsentativerhebung bestätigen sich diese Eindrücke, insbesondere der letzte genannte Aspekt. Eine breite Mehrheit von 64 Prozent der 14- bis 24-Jährigen nimmt das Internet als Raum wahr, in dem diejenigen, die sich äußern, damit rechnen müssen, beleidigt oder beschimpft zu werden. Es zeigen sich hierbei nur geringe Unterschiede hinsichtlich Geschlecht, Alter und formalem Bildungsniveau. Die wahrgenommene „Beleidigungskultur“ ist zudem ein Grund, auf öffentliche Äußerungen im Internet zu verzichten: Der Aussage „Sich im Internet öffentlich äußern, kommt für mich nicht infrage, weil ich keine Lust habe, beleidigt zu werden“ stimmen 38 Prozent voll und ganz oder eher zu.

Soziale Medien werden demnach von mehr als einem Drittel der jungen Generation nicht als Ort der freien Meinungsäußerung wahrgenommen. Vielmehr stellen sie eine starke Verrohung der Umgangsweisen fest und verhalten sich daher eher defensiv und reaktiv.

„Internet-Diskussionen finde ich immer schwierig. Da habe ich auch noch nicht mitgemacht, und man sieht es ja an den Kommentaren, dass die Leute da über irgendein politisches Thema diskutieren, aber meistens wird es dann sehr beleidigend und persönlich, weil die Leute ja sagen können, was sie wollen. Also, ich finde, da kann man keine richtige Diskussion führen.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Da kann man ja mal auf YouTube schnell mal irgendjemand beleidigen oder mal eben einen Hasskommentar schreiben, was man sich im echten Leben natürlich nie trauen würde, weil man das Selbstbewusstsein gar nicht hätte. Aber im Internet kann man natürlich das Maul aufreißen, weil merkt ja keiner, dass man selber das war.“
 (männlich, 17 Jahre)

„Also, falls man irgendwann mal irgendwas Falsches postet, weil bevor man irgendwas postet, überlegt man halt oft, was halt so negative Kommentare sein könnten. Weil, wenn man jetzt irgendwas Falsches postet und z.B. dann einen Hate bekommt, das will halt glaube ich keiner.“
 (männlich, 16 Jahre)



Es zeigt sich zudem, dass die bislang eingeführten Verfahren zur Durchsetzung von Kommunikationsregeln – Stichwort: Netzwerkdurchsetzungsgesetz – in der Wahrnehmung der jungen Nutzer noch kaum die gewünschte Funktion erfüllen oder die Praxis des Löschens an sich kritisch betrachtet wird.²¹

„Auf Instagram gibt es auf jeden Fall [...] da wird schwarzer Humor ganz viel gesperrt. Aber letztendlich ändert das auch nichts, dann macht sich die Person einen zweiten, dritten, vierten Account und lädt genau die gleichen Sachen wieder hoch. Also letztendlich bringt das auch nicht so viel.“
 (männlich, 16 Jahre)

²¹ Auf der Webseite des Deutschen Bundestags heißt es zum Netzwerkdurchsetzungsgesetz: „Die Betreiber von Internet-Plattformen sind nach dem Telemediengesetz verpflichtet, strafbare Inhalte zu löschen, wenn sie ihnen gemeldet werden. Dass die großen, sogenannten sozialen Netzwerke dieser Pflicht künftig besser nachkommen, dafür soll das Netzwerkdurchsetzungsgesetz sorgen, das der Bundestag am Freitag, 30. Juni 2017, verabschiedet hat.“ Online über: <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2017/kw26-de-netzwerkdurchsetzungsgesetz/513398> (Letzter Zugriff: 28.08.2018).

„Ich finde es auch nicht so gut. Das ist halt schlecht, weil, selbst wenn du halt irgendwie etwas löschst, was vielleicht beleidigend ist, die Frage ist halt im Endeffekt, wer entscheidet, ob es beleidigend ist, und wer entscheidet, ob es halt eben zu kritisch ist.“

(männlich, 23 Jahre)

Formal niedrig Gebildete begeistert von Influencern

Für die werbetreibende Industrie sind Influencer²² mittlerweile zu einem wichtigen Thema geworden. Aber wie relevant sind sie wirklich im Alltag der unter 25-Jährigen? Unter den 14- bis 24-Jährigen gibt es aktuell kein einheitliches Meinungsbild dazu. Es ist jedoch tendenziell ablesbar, dass nicht alle jungen Menschen hier beeinflussbar sind: So stimmen 55 Prozent voll und ganz oder eher zu, dass Influencer „nerven“, weil es dabei nur um Werbung für Produkte geht. 46 Prozent haben aber auch das Gefühl, gute und hilfreiche Anregungen zu bekommen, und rund der Hälfte der Befragten gefällt es, online am Leben der Influencer teilhaben zu können.

Es zeigen sich allerdings recht deutliche Unterschiede in Bezug auf das formale Bildungsniveau. Unter den Befragten mit formal hoher Bildung sind doppelt so viele aufgrund der Werbung von Influencern „genervt“ wie unter denen mit formal niedrigem Bildungsniveau (66 Prozent vs. 32 Prozent). Die niedrig gebildeten Jugendlichen und jungen Erwachsenen stimmen deutlich häufiger zu, gute und hilfreiche Anregungen zu bekommen (64 Prozent im Vergleich zu 37 Prozent bei den formal hoch Gebildeten). Auch von der Möglichkeit, online am Leben der Influencer teilhaben zu können, zeigen sie sich insgesamt begeisterter (66 Prozent im Vergleich zu 41 Prozent bei den formal hoch gebildeten Befragten).

„Klar, man kriegt auch viel vorgelebt durch Social Media, aber ich finde, manchmal wirken diese Influencer für mich auch wie gekauft [...]. Aber es gibt auch welche, die zuverlässiger sind. Aber ich finde, es ist immer sehr viel Push, und man weiß immer nicht, wie viel Wahrheit dahintersteckt, nutzt es aber irgendwie trotzdem.“

(weiblich, 21 Jahre)

„Also, ich finde es gut, dass es jetzt diese neue Einstellung gibt, dass alle, ich sage jetzt mal, Blogger Influencer auf jeden Fall kennzeichnen müssen, wenn ihre Posts bezahlt worden sind, da man da jetzt auch besser sehen kann, okay, dieses Foto hast du nicht gepostet, weil du es posten wolltest, sondern weil du es posten musstest.“

(weiblich, 20 Jahre)

„Also, ich finde es immer so ein bisschen lächerlich, ehrlich gesagt, weil ich nicht glaube, dass die Leute wirklich davon überzeugt sind, sondern das einfach nur für das Geld machen. Genauso ist es auch bei den ganzen Fitness-Bloggern oder so, die dann mit dem neuesten Kram ankommen, was die neueste Entdeckung ist, was ganz toll für den Körper ist oder so oder toll für die Haut. Oder mit so einem neuen Super Food, das ist ja auch immer der Hype, vor allem bei Food Bloggern auch immer. Das finde ich jetzt eher nicht so genial.“

(weiblich, 17 Jahre)

„Ich finde es immer sehr spannend, wenn es jemanden gibt, der von seiner Erfahrung erzählt und auch wirklich das preisgibt, was er selber gemacht hat, daran kann man auch erkennen, dass es wahrheitlich ist. Da gibt es zum Beispiel verschiedene Fitness-YouTuber, die sind halt auch 20, 30

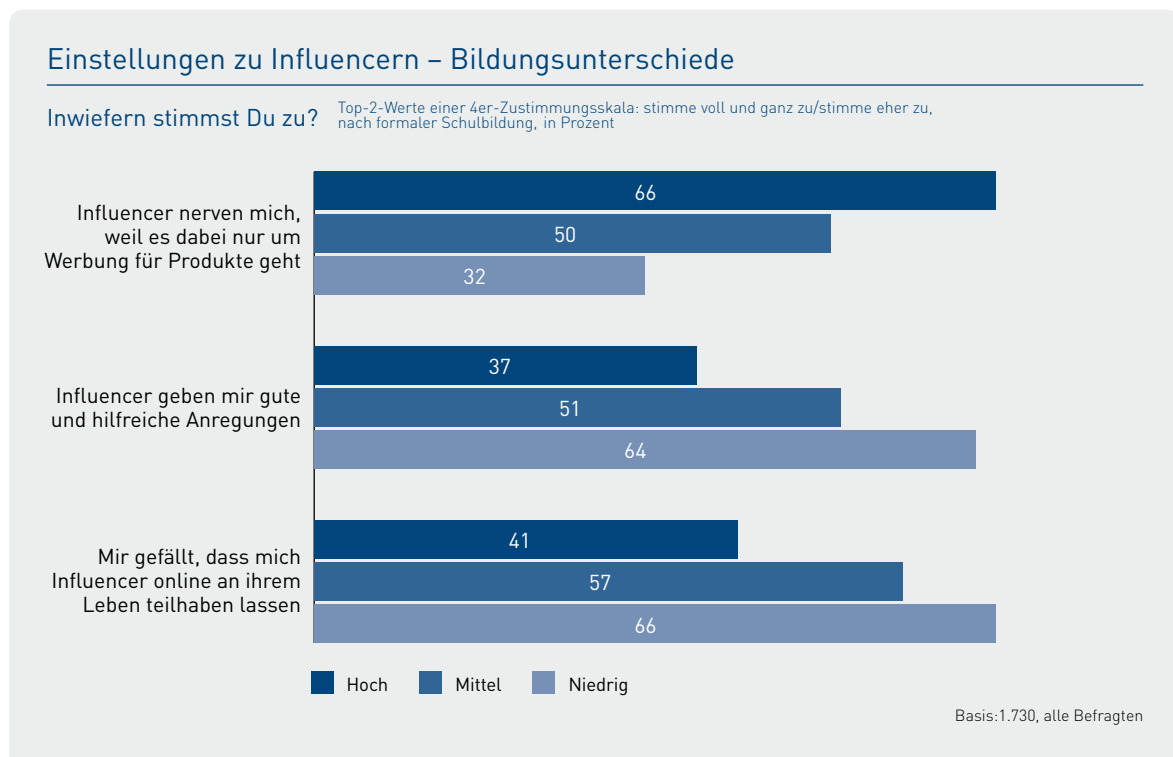
²² Influencer sind Personen, die mit online gestellten Beiträgen und Botschaften eine breite Masse an „Followern“ erreichen und von denen angenommen wird, dass sie durch ihre Videos, Fotos oder Berichte, denen im Vergleich zur klassischen Werbung häufig eine höhere Authentizität unterstellt wird, Einfluss auf die Produktinteressen und Kaufentscheidungen ihre Gefolgschaft nehmen können.

Jahre in dem Sport dabei und interessieren sich für die Ernährung und beschäftigen sich auch damit. Beispielsweise gibt es einen, der 20 Kilo abgenommen und zugenommen hat und das alles kontrolliert. Das spricht einen an. Daran erkennt man, dass man das selber schaffen kann.“

(männlich, 22 Jahre)

„Ich bin ein visueller Mensch. Wenn man zum Beispiel bei Ernährung, bei Sport, so Vorher-Nachher-Bilder sieht. Wenn man das Gesicht von den Personen sieht, dann geht man davon aus, dass das, was die einem verkaufen wollen, auch wirklich wirkt.“

(weiblich, 23 Jahre)



Mehrheit distanziert sich vom Phänomen Sexting

Dass es sich bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen mehrheitlich nicht um naive und unbedachte Nutzer Sozialer Medien handelt, unterstützen auch die Befunde zum sogenannten Sexting²³. Jeder Fünfte der befragten Altersgruppe ist der Auffassung, Sexting gehöre heute einfach dazu. 16 Prozent sagen, dass sie selbst schon Nacktbilder übers Internet verschickt haben. Gleichzeitig kennen aber 39 Prozent Personen, die bereits Nacktbilder von sich versendet haben. Das Phänomen Sexting ist vor allem in der lebensweltlichen Betrachtung interessant; hier zeigen sich große Unterschiede von Normalität einerseits (*Unbekümmerte*) und starker Ablehnung andererseits (*Skeptiker*).

²³ Unter Sexting wird das Versenden und Empfangen von persönlichen erotischen oder sexuellen Inhalten – allen voran Nacktbildern – im Rahmen privater Online-Kommunikation über mobile Anwendungen verstanden.

„Ich habe schon Freunde, die das machen, aber die machen das dann mit ihrem Partner, nicht direkt am Anfang einer Beziehung, sondern wenn man Vertrauen aufgebaut hat. Ist trotzdem noch gefährlich, weil nachdem man Schluss gemacht hat und was Schlimmes vielleicht passiert ist, hat diese Person halt diese privaten Bilder. Aber das finde ich auch nicht so wichtig. Ich glaube auch, dass das so viele machen.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Also, ich könnte es mir persönlich nicht vorstellen [...], dass es dann auf einmal rumgeht und jeder mich nackt gesehen hat. Also, dieses Gefühl wäre ein bisschen unbequem. Deswegen würde ich so was unter keinen Umständen machen. Vor allem hat die Person dann auch ein gewisses Druck- oder Machtmittel gegen mich.“

(männlich, 16 Jahre)

„Klar, ich glaube, wenn jemand sagt, dass er da keine Berührungspunkte mit hat, der lügt einfach. Weil es mittlerweile auch gesellschaftlich, sollte man meinen, [respektiert] ist. Es ist mittlerweile scheinbar eine Grundvoraussetzung innerhalb einer Beziehung, dass man sich so was schickt. Was für mich nicht stimmt, für mich ist es keine Voraussetzung, aber ganz ehrlich, ich bin auch nicht traurig. So ein Foto am Morgen, du stehst direkt mit guter Laune auf.“

(männlich, 21 Jahre)

Gefahren bei der Nutzung Sozialer Medien präsent

14- bis 24-Jährige nutzen Soziale Medien heute im Bewusstsein zahlreicher möglicher Gefahren. Darauf deuten sowohl die Befunde der qualitativen Vorstudie als auch die der Repräsentativbefragung hin. Jugendliche und junge Erwachsene befinden sich aber gewissermaßen in einem Dilemma: Sie können und wollen auf WhatsApp und Co. nicht mehr verzichten, obwohl sie potenzielle Gefahren immer deutlicher wahrnehmen.

So stimmen 86 Prozent zu, die Gefahren zu kennen, die die Nutzung Sozialer Medien mit sich bringt. Werden die Risiken bei der Internetnutzung konkret abgefragt, zeigt sich allerdings, dass es offenbar doch erhebliche Unsicherheiten gibt (vgl. Kapitel 7). Die qualitative Vorstudie erklärt diesen vermeintlichen Widerspruch: Es gibt offenbar einen gewissen sozialen Druck, sich gefahrenbewusst zu zeigen, auch wenn im Detail nicht bekannt ist, was genau gefährlich ist. Von blinder Naivität möchten sich fast alle in jedem Fall abgrenzen. Dennoch betonen die Jugendlichen im gleichen Atemzug ihre Gelassenheit im Umgang mit den Gefahren.

Während lediglich 20 Prozent sagen, dass sie nicht verstehen, warum das Datensammeln durch Anbieter entsprechender Angebote gefährlich sein soll, scheint die damit verbundene Gefahr dem weitaus größeren Teil durchaus präsent zu sein. Im alltäglichen Handeln wird sie aber deutlich relativiert – insbesondere, weil Konsequenzen kaum direkt spürbar oder nicht vollends bekannt sind.

„Ganz ehrlich? [Facebook-Cambridge Analytica Skandal] interessiert mich nicht wirklich. Ich habe nie was davon gehört, von anderen Leuten, dass sie da zu Schaden gekommen sind. Die haben irgendwelche Informationen ausgelesen für ihre Statistiken oder sonst was. Können die ruhig machen.“
(männlich, 22 Jahre)

„Ich finde es auch nicht schlimm. Klar ist es ein Eingriff in die Privatsphäre, dieser Facebook-Skandal, aber auf der anderen Seite muss ich sagen, solange da nicht irgendwas extrem Privates von mir preisgegeben wird, ist mir das auch egal, ob die meine Daten auswerten, die ich denen liefere.“

Solange ich davon keinen persönlichen Schaden ziehe und es mich nicht negativ beeinträchtigt, ist es o.k. Dafür, dass ich mich im Internet verhalten kann, wie ich möchte.“

(weiblich, 20 Jahre)

Die Vorstudie zeigte deutlich, dass AGBs Sozialer Medien fast nie gelesen werden, da sie als kompliziert und langwierig wahrgenommen werden. In der Repräsentativbefragung kommt der Wunsch nach klaren und verständlichen Bedingungen zum Ausdruck: 89 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen wünschen sich, dass die AGBs/Nutzungsbedingungen von Sozialen Medien leicht verständlich darstellen sollten, welchen möglichen Gefahren sich Nutzer aussetzen. Dies kann auch als konkrete Handlungsaufforderung an Politik und Betreiber von Online-Angeboten verstanden werden.

„In diesen AGBs steht, glaube ich, viel auch wahrscheinlich, dass die bestimmte Sachen abspeichern dürfen, oder diese Drittanbieter, oder so was. Und dann sagen wir vielleicht, warum machen die das, das dürfen die nicht. Aber dann steht das da drin, und keiner hat es gelesen.“

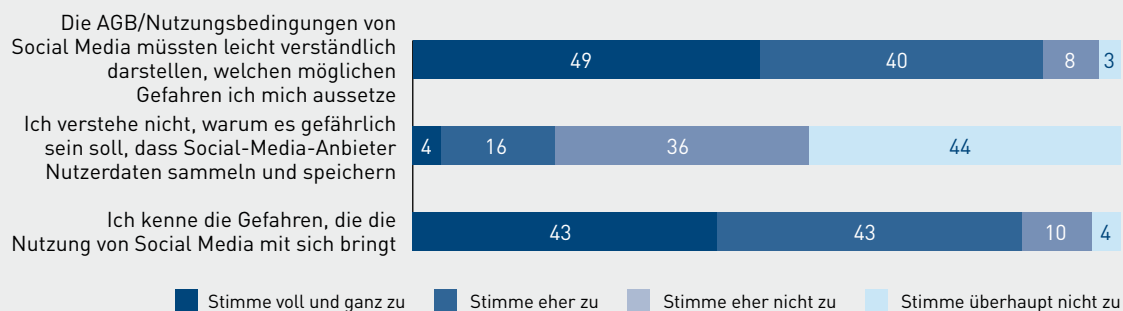
(weiblich, 15 Jahre)

„Ich würde mir wünschen, dass die Nutzungsbedingungen oder AGBs der Seiten wirklich so sind, dass auch jeder Depp sich das durchliest, und nicht wie bei Facebook oder auch anderen Seiten, dass man mittlerweile gar nicht mehr lesen muss, sondern gleich auf Akzeptieren gehen kann. Wenn es 10 oder 20 Stichpunkte wären, [...] dass ich die Möglichkeit habe, kurz und einfach, von mir aus in einem Video oder einem kurzen Text zu verstehen: Was akzeptiere ich da eigentlich?“

(weiblich, 22 Jahre)

Einstellungen zu Sozialen Medien

Inwiefern stimmst Du den folgenden Aussagen über Social Media (WhatsApp, Facebook, Instagram usw.) zu? in Prozent



Basis: 1.730, alle Befragten

7. (Un-)Sicherheit im Internet – ist Vertrauen überhaupt noch möglich?

Es wurde bereits gezeigt, dass die Risikosensibilität bei der Nutzung Sozialer Medien in den vergangenen vier Jahren deutlich gestiegen ist. In diesem Zusammenhang wächst die Skepsis in Bezug auf eine sichere Internetnutzung insgesamt, gleichwohl sie sich nicht klar erkennbar in Verhaltensanpassungen überträgt.

Im Folgenden soll der Fokus auf den Gesamthemenkomplex Sicherheit im Internet erweitert werden. Es wird ein Blick auf die Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen geworfen, und die Relevanz verschiedener Vertrauensinstanzen für die jungen Nutzer wird näher beleuchtet. Aus diesem Zusammenhang lässt sich erklären, warum sich eine gestiegene Risikowahrnehmung nicht unbedingt in einer verstärkten Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen niederschlägt.

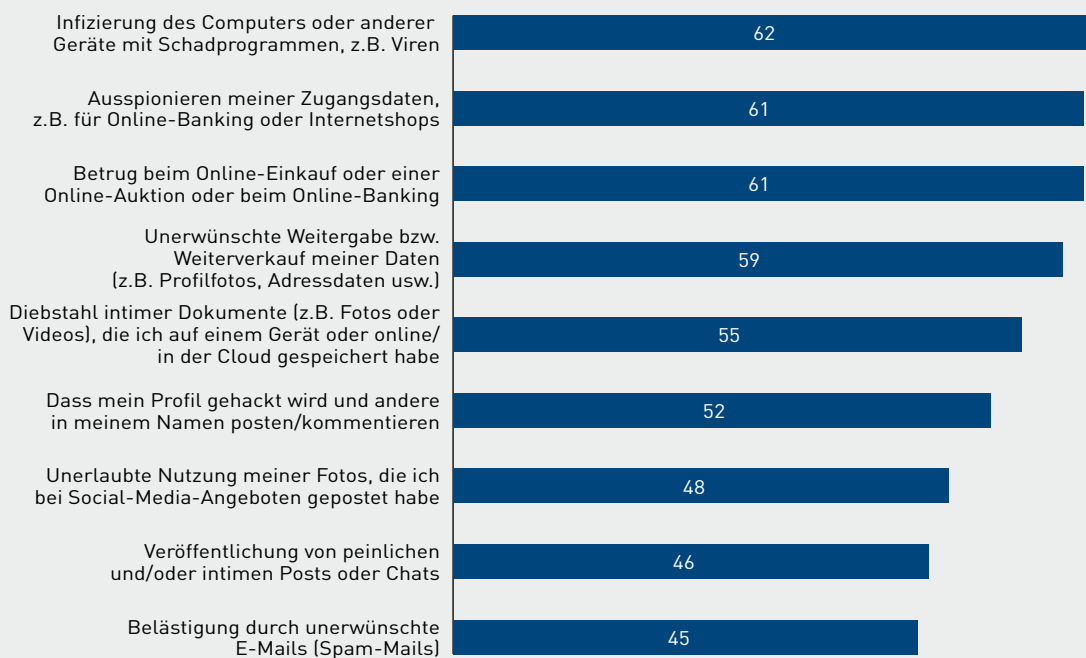
7.1 Risikowahrnehmung und persönliche Betroffenheit gestiegen

Als größte Risiken bei der Internetnutzung gelten der Befall der Geräte mit Schadprogrammen, sprich Viren, das Ausspionieren von Zugangsdaten und Betrug beim Online-Banking oder -Shopping. Jeweils knapp über 60 Prozent der 14- bis 24-Jährigen betrachten diese Aspekte als Risiko.

Internetsucht, ein Thema, das die jungen Internetnutzer sehr beschäftigt (vgl. Kapitel 3.2), rangiert zwar auf dem letzten Platz der Liste, wird aber von mindestens jedem Vierten in der Altersgruppe als Risiko eingestuft (27 Prozent).

Risikowahrnehmung – Teil 1

Was sind für Dich persönlich die größten Risiken bei der Internetnutzung? in Prozent



Basis: 1.730, alle Befragten

Risikowahrnehmung – Teil 2

Was sind für Dich persönlich die größten Risiken bei der Internetnutzung? in Prozent



Basis: 1.730, alle Befragten

Die qualitative Vorstudie gibt einen vertieften Einblick, in welcher Weise die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in ihrer digitalen Praxis die oben genannten Risiken erleben.

„Online-Banking [mache ich] auf gar keinen Fall, und ich bin auch jemand, der nicht gerne sein Passwort einspeichert oder die E-Mail-Adresse, weil wenn dann mal jemand mein Handy hackt oder meine E-Mail, dann kann er gleich alles abräumen, und da vertraue ich dem Internet noch nicht genug.“
(weiblich, 21 Jahre)

„Also, wo ich jetzt am ehesten Angst haben würde, dass die einen durch die Laptop-Kamera [...] einen ausspionieren, oder so was. Ich klebe halt immer die Kamera zu, weil ich das so gruselig finde und so.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Ich hatte das auch mal auf meinem alten Samsung 3. Ich konnte das Handy dann irgendwie gar nicht mehr benutzen, weil man mir vorgeworfen hat, ich hätte irgendwelche pornografischen Sachen hochgeladen. Ich konnte mein Handy dann überhaupt nicht mehr benutzen, das musste auch dann weggemacht werden.“
(männlich, 17 Jahre)

„Mein Facebook-Account ist mal gehackt worden. Zu dem Zeitpunkt war ich auch schon relativ inaktiv und habe das dann nicht gemerkt. Gott sei Dank. Im Endeffekt eine witzige Geschichte, also, mein Name wurde geändert und mein Profilbild, und dann war ich halt eine asiatische Frau, habe auch ganz viele Leute versucht zu ändern. Die Leute, mit denen ich bei Facebook befreundet war, dachten [...] also, weiß ich nicht, war für die komisch.“ (männlich, 23 Jahre)

Ängste bei der Internetnutzung kreisen um Viren, Betrug und Abhängigkeit

Die Teilnehmenden der qualitativen Vorstudie haben (anonym) aufgeschrieben, was ihre größte Angst bei der Internetnutzung ist. Wie in der späteren Repräsentativbefragung wurden die Themen Virenbefall der Geräte, Betrug im Internet und Internetsucht bzw. -abhängigkeit vielfach genannt. Auch etwas zu veröffentlichen, was entweder nicht mehr zu löschen ist oder negative Konsequenzen haben könnte, bereitet Sorgen.

Größte Angst bei der Internetnutzung – Teil 1

- Viren
- auf Betrüger hereinfallen (Bspweise beim Data Urlaub buchen)

Dass ich nach irgendetwas sichtbar werde... (z.B. Spiele)
oder dass ich etwas poste was man nicht mehr löschen kann

- zu viel Zeit im Internet
bis zur Abhängigkeit
- Viren

zu abhängig davon
werden

Dass es sich negativ auf mich auswirken kann, was ich im Internet angegeben habe.

Eher die Ausnahme bildeten Nennungen, die sich auf Manipulationsgefahren oder totale Datentransparenz bezogen.

Größte Angst bei der Internetnutzung – Teil 2

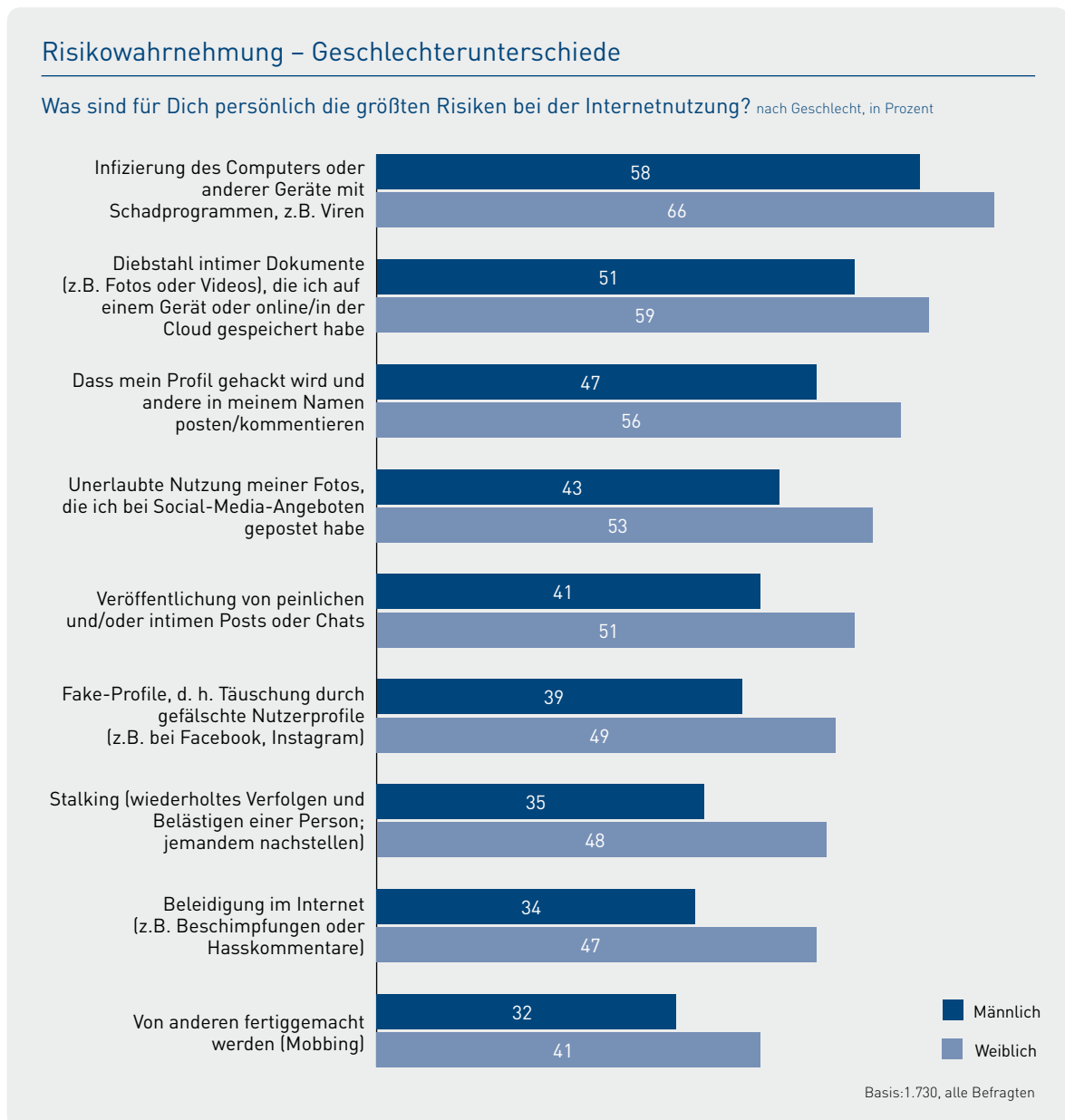
- Das Daten komplett öffentlich sind
- Das Meinungen systematisch beeinflusst werden

- GEzielte BEEINFLUSSUNG VON MENSCHL. VERHALTEN
- SCHLECHTE SICHERHEIT U. ÖFF. REGIERUNGSSYSTEMEN

Wer was von mir sieht.

Risikowahrnehmung ist geschlechtsspezifisch geprägt

Bei der Risikowahrnehmung zeigt sich ein geschlechtsspezifisch geprägter, systematischer Unterschied: Mädchen und junge Frauen nehmen zahlreiche Risikoaspekte häufiger wahr, Jungen beziehungsweise junge Männer sehen vieles etwas weniger häufig problematisch.



Risikowahrnehmung bei Sozialen Medien steigt am deutlichsten

Innerhalb der vergangenen vier Jahre ist die Risikowahrnehmung bei einigen Aspekten besonders deutlich angestiegen. So ist die Angst vor Veröffentlichung peinlicher oder intimer Posts gestiegen (um 18 Prozentpunkte), ebenso die vor Fake-Profilen, also der Täuschung durch gefälschte Nutzerprofile (um 16 Prozentpunkte). Mit Blick auf die veränderte Haltung gegenüber Sozialen Medien (vgl. Kapitel 6) erscheint dieser Anstieg konsistent.

Risikowahrnehmung 2018 und 2014

Was sind für Dich persönlich die größten Risiken bei der Internetnutzung?

Zeitvergleich, nur Items, die in 2014 und 2018 abgefragt wurden

Risiken, die in beiden Wellen erhoben wurden (absteigend sortiert)	2014	2018	Differenz (Prozentpunkte)
Infizierung des Computers oder anderer Geräte mit Schadprogrammen	58%	62%	+4
Unerwünschte Weitergabe bzw. Weiterverkauf meiner Daten (z.B. Profilfotos, Adressdaten usw.) an Dritte	52%	59%	+7
Veröffentlichung von peinlichen und/oder intimen Posts oder Chats	28%	46%	+18
Belästigung durch unerwünschte E-Mails (Spam-Mails)	47%	45%	-2
Fake-Profile, d.h. Täuschung durch gefälschte Nutzerprofile	28%	44%	+16
Stalking	28%	41%	+13
Beleidigung im Internet	39%	40%	+1
Versendung unerwünschter E-Mails in meinem Namen	34%	38%	+4
Von anderen fertiggemacht werden (Mobbing)	35%	36%	+1
Dass andere wissen können, was ich gerade mache oder wo ich bin	18%	35%	+17
Verlust bzw. Löschung persönlicher Daten	21%	33%	+12

Basis: 2018: 1.730, alle Befragten; 2014: 1.065 Fälle (14- bis 24-Jährige)

Risikowahrnehmung und tatsächliche Betroffenheit liegen weit auseinander

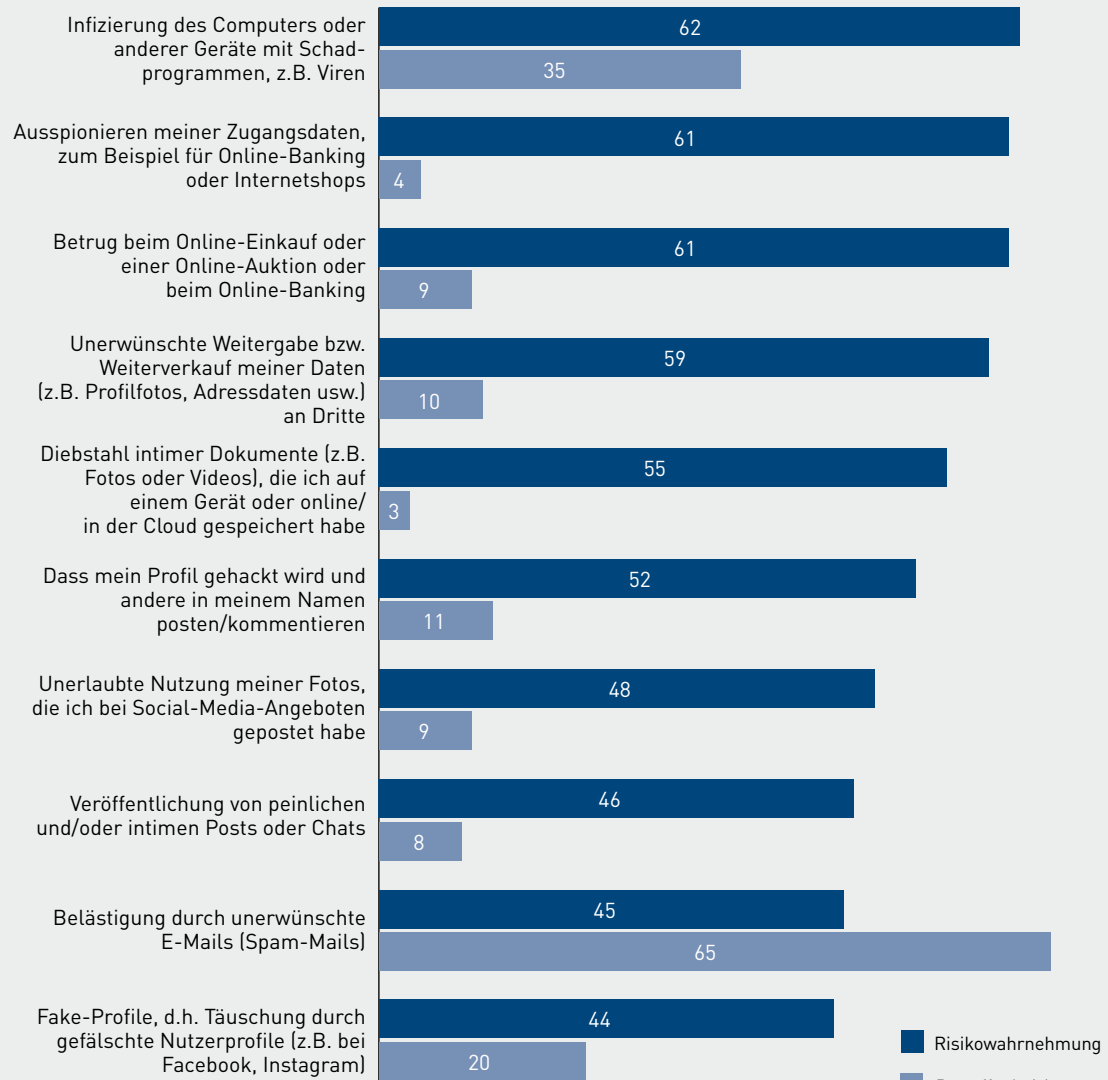
Es zeigt sich – wie auch in anderen Studien zum Thema Sicherheit im Internet –, dass die tatsächliche Betroffenheit deutlich schwächer ausgeprägt ist als die Wahrnehmung von Risiken.²⁴ Eine typische Ausnahme bildet die Belästigung durch unerwünschte E-Mails; dies haben die meisten schon erlebt, es wird aber weniger als ein Risiko betrachtet.

Auffallend sind diejenigen Aspekte, die von einer breiten Mehrheit als bedeutsame Risiken angesehen werden, die aber weniger als 10 Prozent schon persönlich erlebt haben. Hierzu zählen insbesondere das Ausspionieren von Zugangsdaten, der Betrug beim Online-Einkauf und der Diebstahl vertraulicher Dokumente. Auch in der Vorstudie zeigt sich, dass insbesondere direkt spürbare Konsequenzen, wie z.B. finanzielle Schäden, Reputationsverlust oder Diffamierung, gefürchtet werden.

²⁴ Vgl. DIVSI 2016: „DIVSI-Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Bewegung in Gesellschaft“, S. 90, DIVSI 2017: „Wenn es um vertrauliche Kommunikation geht – Brief oder E-Mail? Eine Studie über Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich“, S. 50.

Risikowahrnehmung und persönliche Betroffenheit – Teil 1

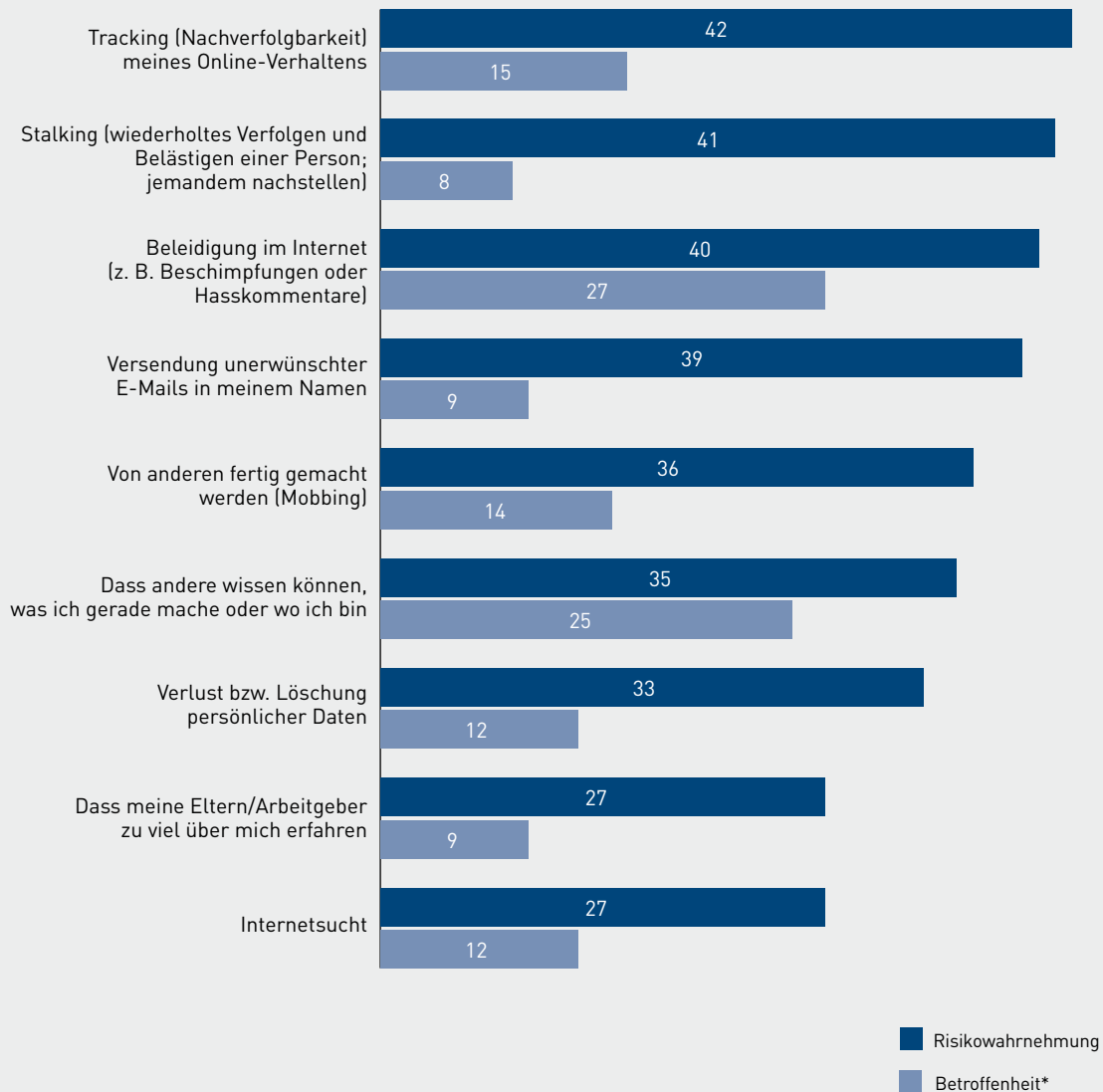
Was sind für Dich persönlich die größten Risiken bei der Internetnutzung?
Was davon ist Dir schon passiert? in Prozent



*„Ist mir schon passiert“; Basis: 1.730, alle Befragten

Risikowahrnehmung und persönliche Betroffenheit – Teil 2

Was sind für Dich persönlich die größten Risiken bei der Internetnutzung?
 Was davon ist Dir schon passiert? in Prozent



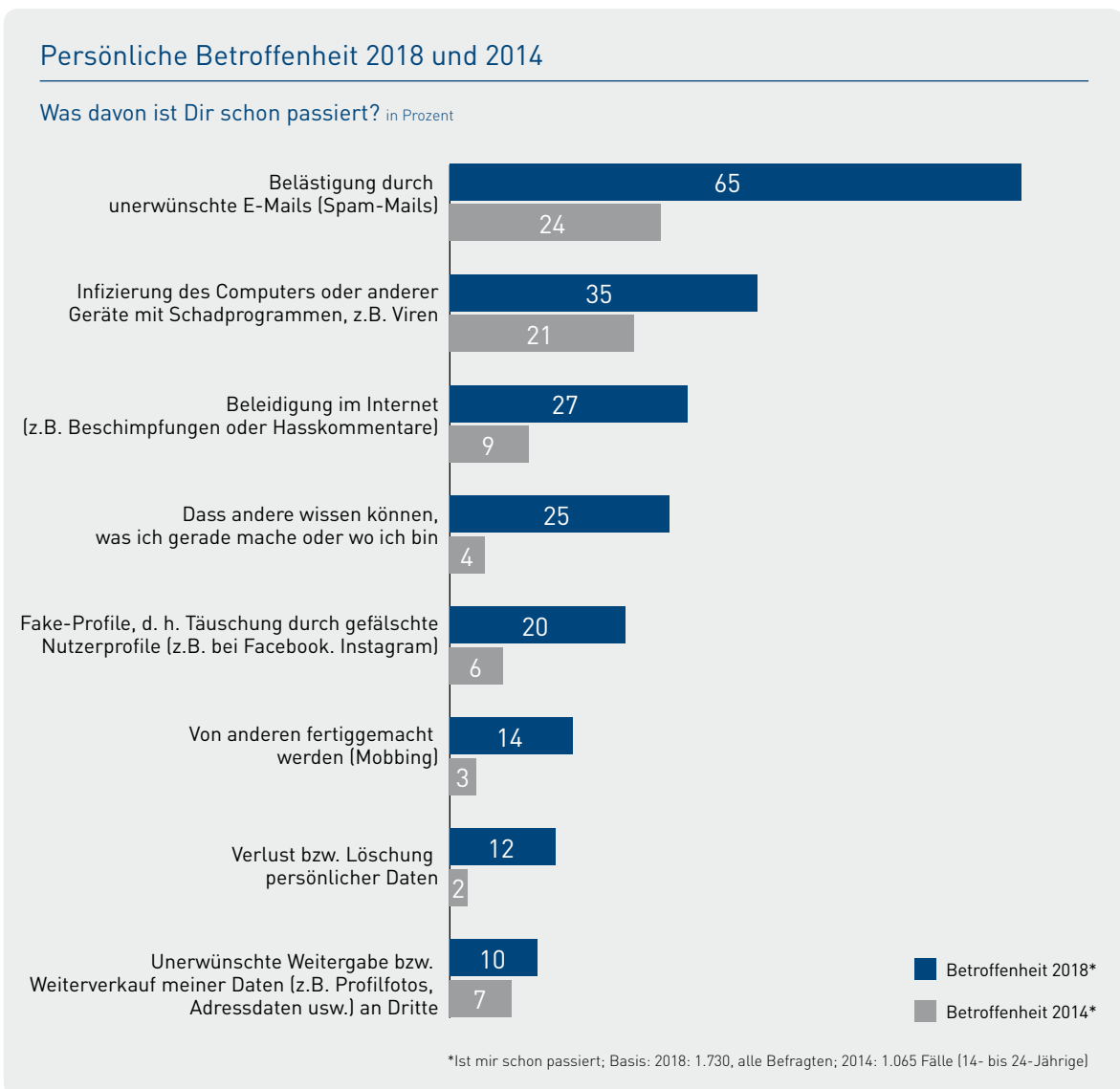
*„Ist mir schon passiert“; Basis: 1.730, alle Befragten

Persönliche Betroffenheit bei zahlreichen Aspekten gestiegen

Insgesamt ist die persönliche Betroffenheit bei zahlreichen Aspekten gestiegen. Der größte Anstieg ist bei der Belästigung durch unerwünschte E-Mails mit 41 Prozentpunkten zu verzeichnen. Während in 2014 lediglich 24 Prozent der 14- bis 24-Jährigen hiervon betroffen waren, fühlt sich im Jahr 2018 mit 65 Prozent deutlich mehr als die Hälfte der Altersgruppe durch Spam-Mails belästigt.

Auch die Erfahrung, dass andere wissen können, was sie gerade machen oder wo sie gerade sind, haben gegenüber 2014 deutlich mehr Befragte gemacht. Mittlerweile hat dies ein Viertel der 14- bis 24-Jährigen erlebt, vier Jahre zuvor waren es lediglich 4 Prozent.

Mit 27 Prozent haben aktuell auch deutlich mehr junge Internetnutzer online Beleidigungen erlebt, also beispielsweise Hasskommentare oder Beschimpfungen. Im Jahr 2014 hatten 9 Prozent angegeben, so etwas bereits erlebt zu haben. Dieser Anstieg erklärt auch, warum eine erlebte „Beleidigungskultur“ für mehr als ein Drittel ein Grund ist, auf öffentliche Äußerungen im Internet zu verzichten (vgl. Kapitel 6).



Datensammeln hat zwei Seiten – Gefahr einerseits, Convenience-Vorteil andererseits

Bei der Einordnung und Erklärung des Verhältnisses von Risikowahrnehmung und Betroffenheit fällt auf, dass persönliche Verletzungen und direkt spürbare negative Konsequenzen als erhebliche Gefahren bei der Internetnutzung gesehen werden. Über die Hälfte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen verzichtet weitgehend auf Postings oder geht zumindest vorsichtig damit um, weil sie so wenig Daten wie möglich teilen möchten. Sie fürchten die Veröffentlichung intimer Details, die einen Reputationsverlust bedingen könnten.

„Das, was ich poste, damit habe ich eigentlich abgeschlossen, dass das vielleicht auch weiterverwendet wird. Also, deswegen achte ich auch immer sehr darauf, was ich poste. Ich zum Beispiel poste nie bei Instagram oder auch allgemein auf Facebook, was ich jetzt sowieso nicht mehr so benutze, irgendwie ein Bild mit Freunden. Weil ich dann doch möchte, dass die selber dafür zuständig sind, was sie so posten, und ob sie überhaupt erwähnt werden wollen und so.“

(weiblich, 17 Jahre)

„Man sagt ja immer ‚Das Internet vergisst nie‘, aber ich glaube, das wäre bei den normalen Bürgern nicht so problematisch wie bei Celebrities, wenn die was posten, was nicht so gut war, und es löschen, dann haben es trotzdem sehr viele Leute gespeichert, und die verbreiten es dann weiter, und dann bleibt es einfach im Internet und geht gar nicht mehr raus.“

(männlich, 17 Jahre)

Dass neben den durch Posts gewonnenen Daten auch andere Nutzerdaten gesammelt werden, ist in der befragten Altersgruppe – wie auch in der Gesamtbevölkerung²⁵ – nur teilweise bekannt. Zentraler Baustein des Geschäftsmodells von Angeboten im Bereich Sozialer Medien ist die Vermarktung von Werbeplätzen. Dabei werden die gesammelten Nutzerdaten verwendet, um gezielt auf Nutzerinnen und Nutzer zugeschnittene Werbung zu platzieren. Vor allem die qualitativen Befunde zeigen, dass dieses Vorgehen längst nicht allen jungen Nutzerinnen und Nutzern bekannt bzw. ausreichend transparent nachvollziehbar ist. Gleichwohl fällt in der Regel mittlerweile allen auf, dass einmal im Internet gesuchte Produkte eine regelrechte Verfolgungsjagd aufnehmen.

„Mir war das nicht so bewusst. Ich habe mich damit auch nie so auseinandergesetzt. Aber jetzt wird mir klar, auf jeder Seite, auf die man geht, kommt ja ‚Wir verwenden Cookies, bist du damit einverstanden? Ja‘, damit die Anzeige verschwindet. Wenn das wirklich stimmt, wie du das sagst, dass diese Cookies wirklich verkauft werden, ich höre das heute zum ersten Mal, dann ist ja jetzt auch klar, wenn ich mal nach dem Schuh gesucht habe, dass der dann plötzlich bei Facebook bei den Werbeanzeigen aufgetaucht ist.“

(weiblich, 18 Jahre)

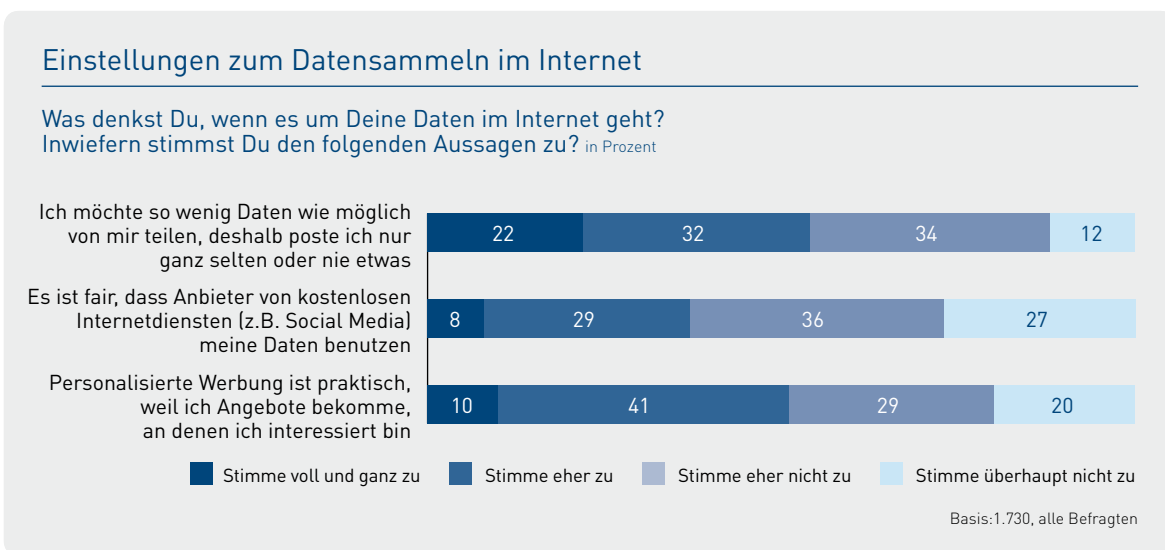
Dennoch unterscheiden die meisten Jugendlichen und jungen Erwachsenen recht deutlich, was für sie als schützenswert gilt und was nicht. Wichtig sind ihnen in erster Linie die mögliche Verknüpfung von Informationen mit ihrer Person via Adresse, Telefonnummer oder Beruf; hier werden vor allem negative Konsequenzen für das eigene Image befürchtet. Kommerzielle Verwendungszwecke des Datensammelns hingegen lassen sie eher unberührt, bzw. sie fühlen sich in der Lage, damit umzugehen.

²⁵ Vgl. DIVSI 2017: „Wenn es um vertrauliche Kommunikation geht – Brief oder E-Mail? DIVSI Studie über Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich“, S. 50.

„Mir ist schon wichtig, dass meine Daten geschützt werden, aber meine persönlichen Daten. Meine Adresse oder meine private Handynummer. Ich bin niemand, der das auf Facebook öffentlich rausgibt oder sagt: ‚Ich mache hier meine Ausbildung, bin hier zur Schule gegangen‘, weil, das ist dann auch meine Entscheidung, ob ich das der Öffentlichkeit preisgeben will. [...] Aber wenn ich mich orientiere nach Marken und das dann bei Google aufploppt, dann finde ich es eigentlich nicht so schlimm.“
(weiblich, 21 Jahre)

Es ist daher plausibel, dass die Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit Blick auf die Auswertung von Nutzerdaten gespalten sind. Eine Mehrheit von 63 Prozent unter den 14- bis 24-Jährigen findet es nicht fair, dass Anbieter von kostenlosen Internetdiensten (z.B. Sozialen Medien) die Nutzerdaten verwenden. Aber knapp über die Hälfte findet dennoch, personalisierte Werbung sei praktisch: 51 Prozent stimmen dem voll und ganz oder eher zu.

„Man nimmt das auch so in Kauf, weil man kriegt ja auch eine relativ gute Gegenleistung, man wird unterhalten, man hat eben diese ganzen Vorteile, und tja, dann muss man eben in Kauf nehmen, dass die dann mit den Daten irgendwas machen. Das ist halt so ein Kompromiss, den man eingehen muss.“
(männlich, 17 Jahre)



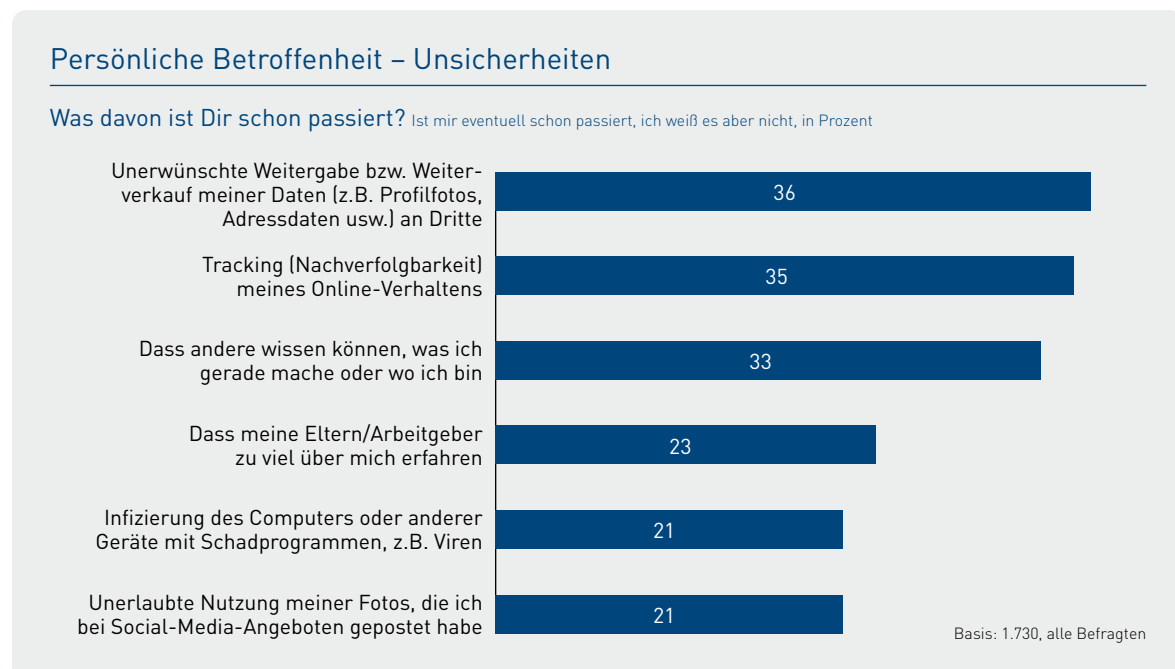
Die Haltung zu diesen Aspekten rund um Datensparsamkeit und Datenschutz variiert je nach Bildungsniveau der Befragten deutlich. Es zeigt sich auch an dieser Stelle, dass formal niedrig gebildete Jugendliche und junge Erwachsene weniger sensibilisiert für datenschutzrelevante Fragen sind. Sie finden personalisierte Werbung häufiger praktisch, stimmen häufiger zu, es sei fair, wenn die Anbieter kostenloser Dienste die Daten nutzen, und stimmen seltener zu, dass der Wunsch nach Datensparsamkeit sie davon abhält zu posten.

Teils deutliche Unsicherheiten, ob man Risiken und Gefahren bereits erlebt hat

In der Abfrage der Betroffenheit wurde, anders als bei der Befragung im Jahr 2014, eine Antwortkategorie angeboten, die dem Umstand Rechnung trägt, dass Menschen sich oft nicht sicher sind, ob sie eine der Gefahren im Internet tatsächlich schon erlebt haben, sie selbst betroffen sind oder nicht („Ist mir eventuell schon passiert, ich bin mir aber nicht sicher“).²⁶

Die größten Unsicherheiten bestehen bei der unerwünschten Weitergabe bzw. dem Weiterverkauf der eigenen Daten an Dritte. 36 Prozent geben an, dass ihnen das eventuell schon passiert ist, sie sich aber nicht sicher sind. Mit 35 Prozent ist mehr als ein Drittel der 14- bis 24-Jährigen nicht sicher, ob sie bereits Opfer von Tracking geworden sind, hält dies aber für möglich. Zudem ist ein Drittel der Befragten unsicher, ob andere wissen können, was sie gerade machen oder wo sie gerade sind.

Das systematische Sammeln von Daten zum Zweck der Profilbildung und damit beispielsweise zu Werbe- und Verkaufszwecken ist – wie auch der vorherige Abschnitt bereits deutlich machte – entweder unbekannt oder gilt als weniger problematisch.

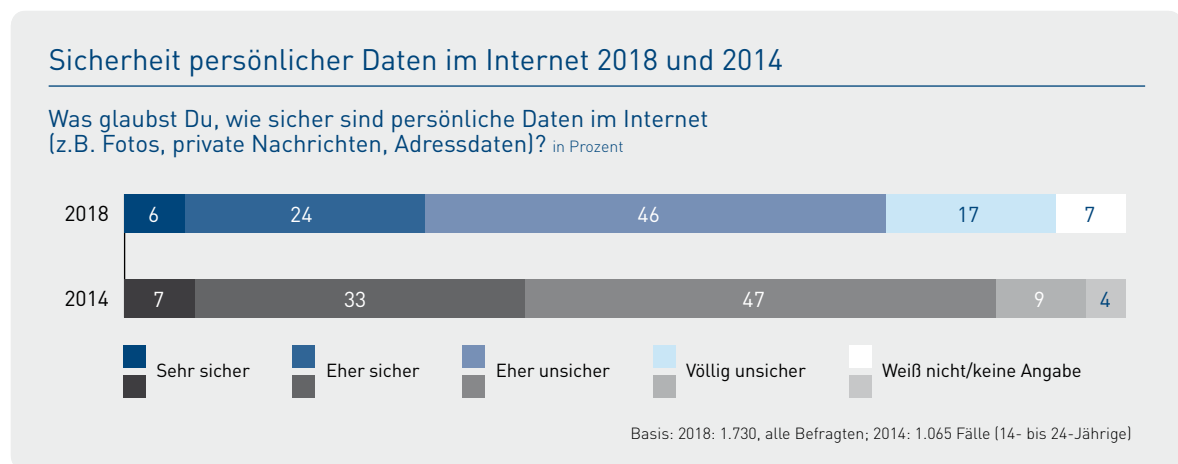


²⁶ Vgl. DIVSI 2017: „Wenn es um vertrauliche Kommunikation geht – Brief oder E-Mail? DIVSI-Studie über die Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich“, S. 50 f.

7.2 Datensicherheit gilt als komplex und illusorisch

Vertrauen in Datensicherheit auf dramatisch schlechtem Niveau

Die Befunde zur Gesamtheit der Risiken im Internet zeigen bereits auf, dass die Themen Datensicherheit und -schutz von großer Bedeutung sind und hier große Zweifel herrschen: Die Mehrheit der Internetnutzer zwischen 14 und 24 Jahren glaubt nicht an Datensicherheit im Internet. 63 Prozent der Befragten gehen aktuell davon aus, dass ihre Daten unsicher sind. 2014 waren es 56 Prozent. Im Zeitvergleich sinkt der Anteil derer, die noch an Datensicherheit glauben, von 40 auf 30 Prozent. Das illustrieren auch Aussagen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus der qualitativen Vorstudie. 14- bis 24-Jährige zeigen sich zunehmend desillusioniert in Bezug auf Datensicherheit im Internet. Ihnen ist weitgehend klar, dass es sich auch bei kostenlosen Angeboten nicht um dem Gemeinwohl dienende Innovationen handelt, sondern um Geschäftsmodelle.



„Ich habe nicht so wirklich Vertrauen ins Internet durch diese ganzen Pop-ups. Ich werde manchmal zugespamt. Deswegen verliere ich da so ein bisschen das Vertrauen in das Internet.“

(männlich, 16 Jahre)

„Ich glaube, dass man keiner Internetseite 100-prozentig vertrauen kann und dass die immer irgendwie einen Hintergedanken haben sozusagen.“

(weiblich, 15 Jahre)

„Das Internet gibt es nicht, damit es mir persönlich besser geht. Oder das Internet wurde nicht erfunden, damit du jeden Tag dein Zeug angucken kannst, sondern es geht ja nur darum, dass die ihr Geld verdienen.“

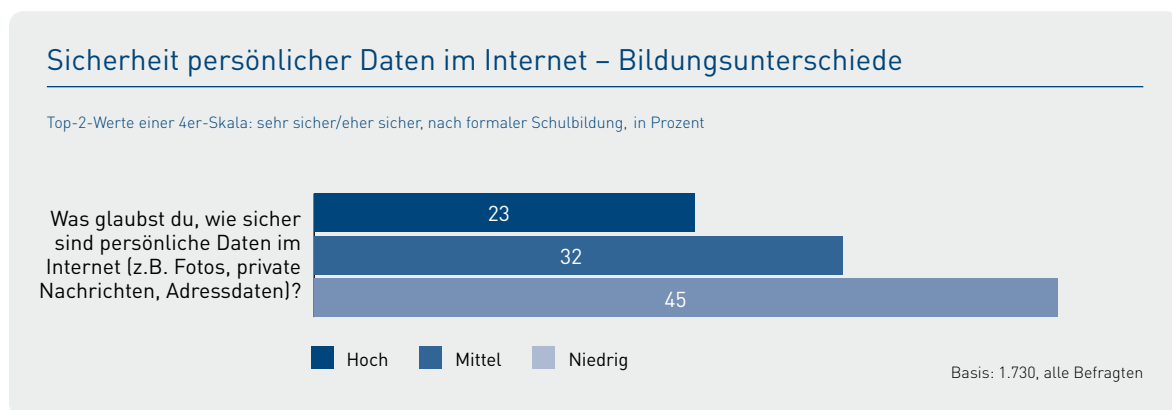
(weiblich, 17 Jahre)

„Ich fühle mich halt auch sicher, weil ich weiß, wie ich was zu machen habe im Internet, aber ich weiß auch, dass es sehr viele Menschen draußen in der Welt gibt, die nicht das Beste für dich wollen. Und deswegen ist es schon ein ziemlich unsicherer Ort.“

(männlich, 17 Jahre)

„Also, ich mache alles, meine gesamten Bankangelegenheiten, über mein iPhone. Das gesamte Social Media. Fotos in der Cloud. Also, im Grunde genommen, wenn mir einer was reinwürgen will, dann schnappt er sich mein Handy, weiß meinen Code und kann komplett alles offenlegen. Aber dann ist das halt so.“
(männlich, 21 Jahre)

Je höher der formale Bildungsgrad, desto eher wird Datensicherheit angezweifelt. Formal niedrig gebildete Jugendliche und junge Erwachsene gehen mit 45 Prozent deutlich häufiger davon aus, dass Daten im Internet sicher sind, als formal hoch Gebildete mit 23 Prozent oder junge Menschen mit mittlerem Bildungsniveau mit 32 Prozent.



Weit über die Hälfte geht davon aus, bereits Opfer von Datenmissbrauch geworden zu sein

2018 sind nur noch 34 Prozent der Befragten überzeugt, dass ihre persönlichen Daten im Internet noch nicht missbraucht worden sind, 2014 waren dies noch 59 Prozent. Das heißt, dass 66 Prozent, also zwei Drittel der 14- bis 24-Jährigen, davon ausgehen, bereits Opfer von Datenmissbrauch geworden zu sein. Die jüngeren Befragten zwischen 14 und 17 Jahren zeigen sich dabei noch zuversichtlicher als die Älteren: Sie gehen mit 40 Prozent, gegenüber 32 Prozent bei den 18- bis 24-Jährigen, häufiger davon aus, dass ihre Daten noch nicht missbraucht worden sind.

Vertrauen in große Marken im Netz gesunken

Die Skepsis gegenüber den großen Marken im Netz steigt. Nur noch 40 Prozent im Vergleich zu 59 Prozent im Jahr 2014 sind davon voll und ganz oder eher überzeugt, dass große, bekannte Marken mit persönlichen Daten im Internet vertrauensvoll umgehen. Damit misstraut eine deutliche Mehrheit der Internetnutzer zwischen 14 und 24 Jahren den großen Playern im Netz.

„Vertrauen jetzt in die Konzerne, die zum Beispiel Webseiten haben? Ja, nicht so hoch. Die wollen halt alle Geld verdienen, kann man ja nachvollziehen.“

(männlich, 19 Jahre)

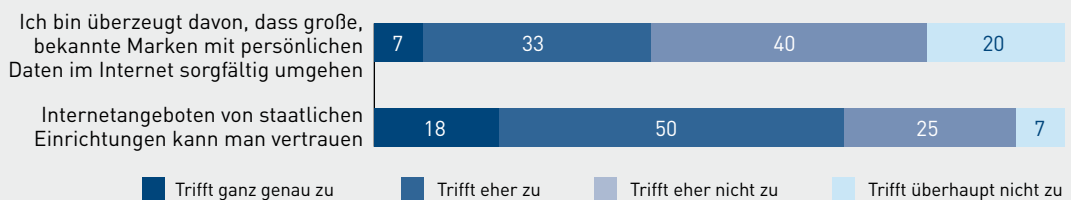
„Ich finde, es hängt immer davon ab, was man welcher Seite anvertraut. Also, zum Beispiel Google und Facebook, da weiß man halt, dass sie nicht vertrauensvoll mit den Daten umgehen.“

(weiblich, 24 Jahre)

Das Vertrauen in Angebote staatlicher Einrichtungen sinkt demgegenüber kaum und verbleibt insgesamt auf einem höheren Niveau: 69 Prozent stimmten im Jahr 2014 zu, man könne Internetangeboten von staatlichen Einrichtungen vertrauen, 2018 sind es 68 Prozent.

Einstellungen zu Angeboten privater und staatlicher Anbieter

Inwiefern stimmst Du den folgenden Aussagen zu? in Prozent

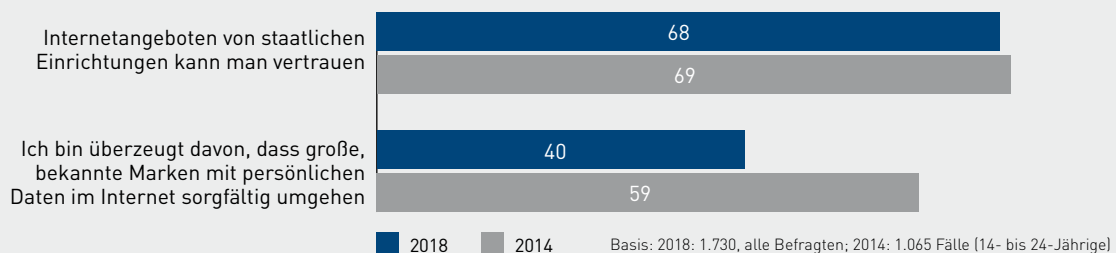


Basis: 1.730, alle Befragten

Private und staatliche Anbieter im Zeitvergleich 2018 und 2014

Inwiefern stimmst Du den folgenden Aussagen zu?

Top-2-Werte einer 4er-Zustimmungsskala: stimme voll und ganz zu/stimme eher zu, Zeitvergleich, in Prozent



Basis: 2018: 1.730, alle Befragten; 2014: 1.065 Fälle (14- bis 24-Jährige)

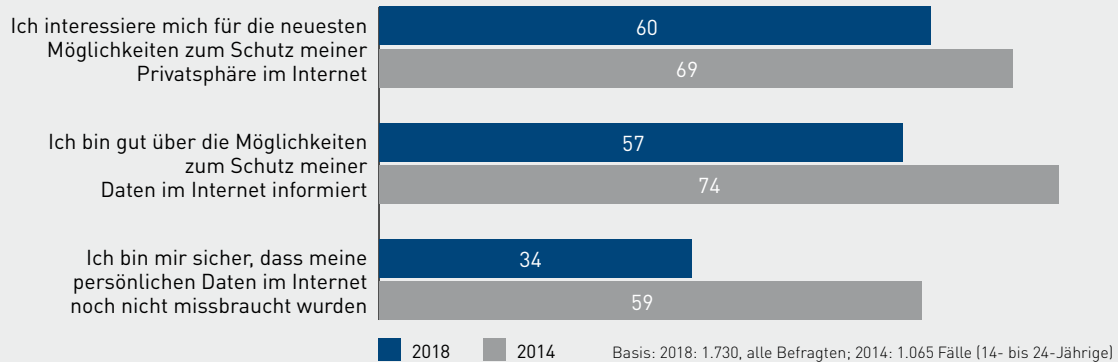
Thema Datenschutz wird als immer komplexer wahrgenommen

Nur noch 57 Prozent der 14- bis 24-Jährigen glauben, gut über die Möglichkeiten zum Schutz der eigenen Daten im Internet informiert zu sein, während sich im Jahr 2014 noch fast drei Viertel der Befragten gut informiert fühlten. In diesem Zusammenhang ist das Interesse am Thema Schutz der Privatsphäre tendenziell rückläufig, zumindest in Bezug auf den Aspekt, sich über Möglichkeiten zum Schutz der Privatsphäre zu informieren. Hier stimmen nur noch 60 Prozent zu, sich für die entsprechenden Möglichkeiten zu interessieren (2014: 69 Prozent).

Haltung zu Datenschutz und -missbrauch 2018 und 2014

Inwiefern stimmst Du den folgenden Aussagen zu?

Top-2-Werte einer 4er-Zustimmungsskala: stimme voll und ganz zu/stimme eher zu, Zeitvergleich, in Prozent



Jedem Fünften ist inzwischen egal, was mit den eigenen Daten im Internet geschieht

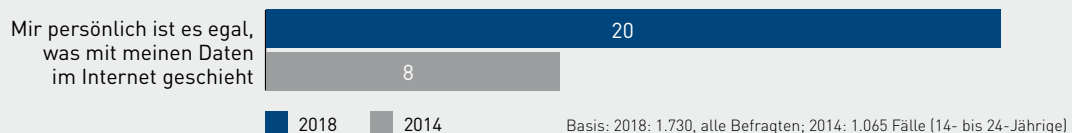
Mittlerweile ist es 20 Prozent der 14- bis 24-Jährigen egal, was mit ihren Daten im Internet geschieht. Im Jahr 2014 stimmten dieser Aussage nur 8 Prozent zu. Jungen und jungen Männern ist das mit 24 Prozent signifikant häufiger egal als Mädchen und jungen Frauen, die hier nur zu 15 Prozent zustimmen. Unterschiede nach Alter oder formalem Bildungsgrad zeigen sich hingegen nicht.

Dieser deutlich gestiegene Wert kann ein Hinweis auf Überforderung, aber auch Verdrängung sein, weil das Thema inzwischen als zu komplex wahrgenommen wird. Wie in diesem Kapitel gezeigt wurde, sind die tatsächlichen Konsequenzen des Datensammelns häufig in ihrer Tragweite nicht bekannt, als notwendiger Kompromiss akzeptiert oder als Problem ignoriert.

Einstellung zur Datenverwendung 2018 und 2014

Inwiefern stimmst Du den folgenden Aussagen zu?

Top-2-Werte einer 4er-Zustimmungsskala: stimme voll und ganz zu/stimme eher zu, Zeitvergleich, in Prozent



7.3 Sicherheitsmaßnahmen im Internet

Ergreifen von Sicherheitsmaßnahmen ist rückläufig

Im Vergleich zum Jahr 2014 ist die Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen rückläufig. Besonders deutlich fallen die Unterschiede bei der sogenannten selektiven Kontrolle aus. Nur noch 46 Prozent der 14- bis 24-Jährigen geben im Vergleich zu 67 Prozent im Jahr 2014 an, nur Seiten zu nutzen, bei denen sie wissen, dass sie sicher sind. Positiv gewendet heißt das, dass sich heute mehr Jugendliche und junge Erwachsene mutiger im Netz bewegen und sich von Sicherheitsbedenken nicht einschränken lassen.

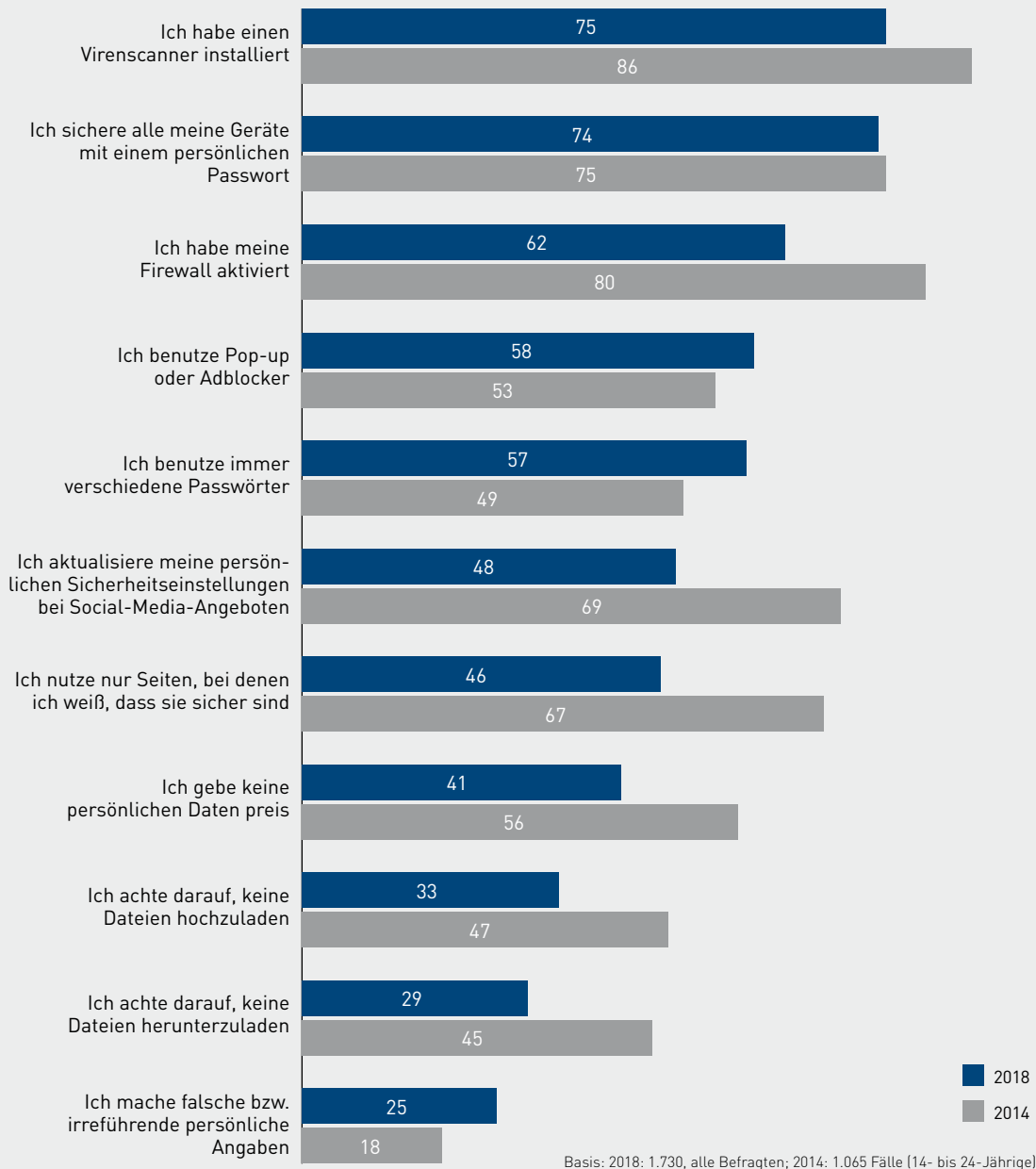
Einen fast ebenso großen Rückgang verzeichnet die Aktualisierung der persönlichen Sicherheitseinstellungen bei Sozialen Medien. Während in 2014 noch 69 Prozent zustimmten, das zu tun, sind es in 2018 nur noch 48 Prozent. Dieser Rückgang kann mit dem geringeren Interesse an Facebook zusammenhängen.

Ein Rückgang ist auch bei der Installation von Virenscannern zu beobachten, wenn auch weniger deutlich. Er ist wie auch im Jahr 2014 die am häufigsten ergriffene Sicherheitsmaßnahme, wird in 2018 aber von weniger Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt: „Nur“ noch 75 Prozent der Befragten im Vergleich zu 86 Prozent in 2014 haben Virenscanner installiert. Gleichzeitig ist im Vergleich zum Jahr 2014 die Betroffenheit von Schadprogrammen, also Viren, von 21 Prozent auf 35 Prozent gestiegen. Dieser Anstieg kann mit der selteneren Anwendung von Virenscannern im Zusammenhang stehen, wie auch mit der weiter oben beschriebenen geringeren selektiven Kontrolle.

Die Nutzung von Pop-up- und Adblockern ist demgegenüber leicht angestiegen – von 53 Prozent auf 58 Prozent. Ebenfalls gestiegen ist die sogenannte manipulative Kontrolle. Falsche bzw. irreführende Angaben machen mittlerweile 25 Prozent der Altersgruppe, 2014 waren es 18 Prozent.

Sicherheitsmaßnahmen 2018 und 2014

Welche Sicherheitsmaßnahmen im Internet ergreifst Du? in Prozent



Die Befunde deuten darauf hin, dass die insgesamt geringere Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen ihre Wirkung zeigt und für die jungen Internetnutzer spürbare Konsequenzen haben dürfte. Den Betroffenen selbst wird der Zusammenhang dabei in der Regel nicht bekannt sein. Bei der Vermittlung von Internetwissen müssen die Sicherheitsmaßnahmen möglicherweise wieder stärker in den Fokus gerückt werden bzw. dürfen nicht außer Acht gelassen werden.

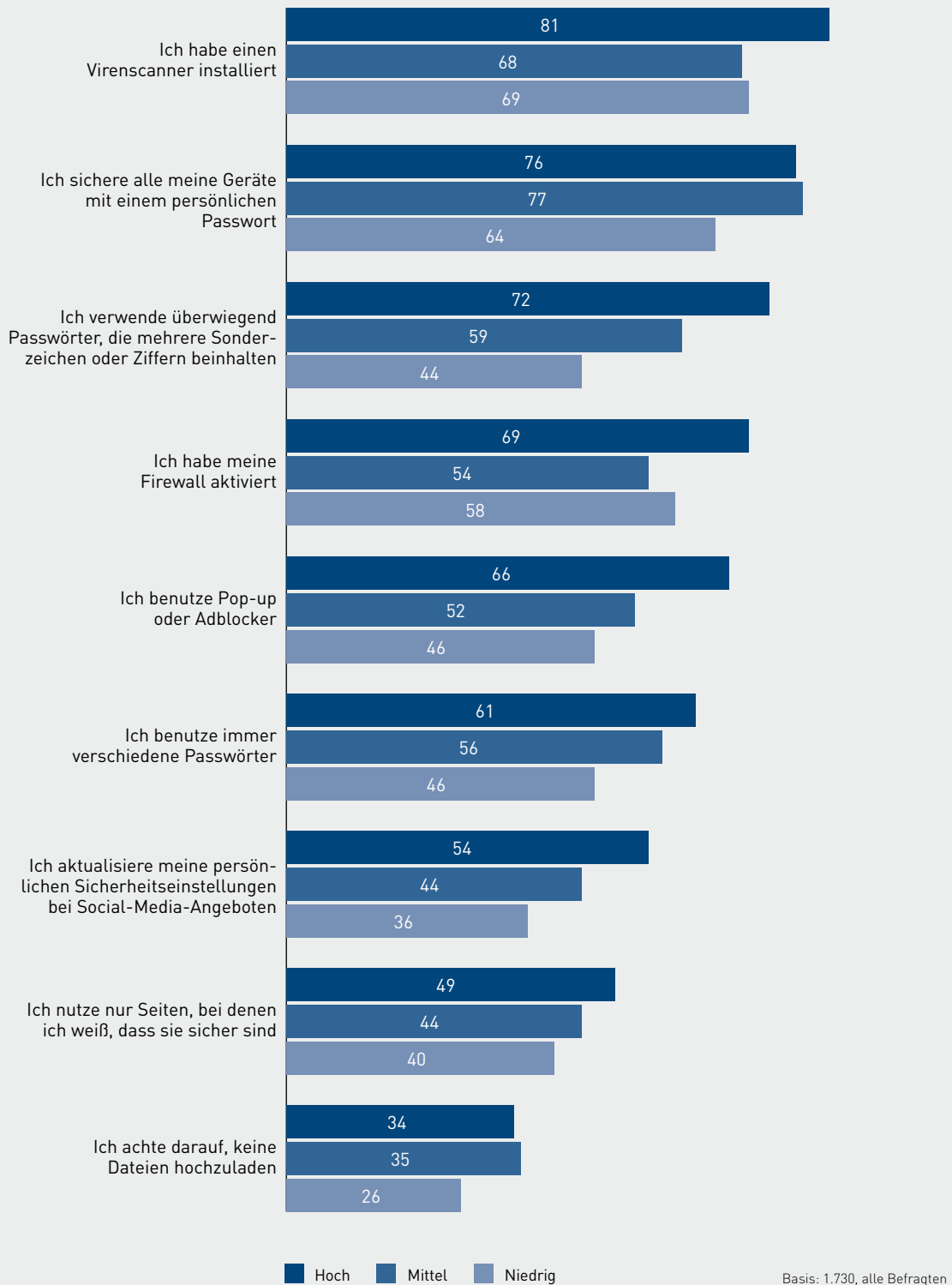
Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen ist eine Frage des Bildungsniveaus

Auch bei der Anwendung von Sicherheitsmaßnahmen zeigt sich das bereits mehrfach sichtbar gewordene Muster: Je niedriger das formale Bildungsniveau, desto seltener werden Sicherheitsmaßnahmen angewendet. Bei acht von insgesamt zwölf genannten Sicherheitsmaßnahmen sind die formal niedrig gebildeten jungen Internetnutzer in der Anwendung signifikant unterrepräsentiert. Besonders deutlich fallen die Unterschiede beim Passwortschutz aus: Während 72 Prozent der formal hoch gebildeten Befragten angeben, überwiegend Passwörter zu verwenden, die mehrere Sonderzeichen oder Ziffern beinhalten, tun dies nur 44 Prozent der niedrig gebildeten Befragten (59 Prozent im Bereich mittlere Bildung).

20 Prozentpunkte auseinander liegt die Anwendung von Pop-up- und Adblockern: 46 Prozent der niedrig Gebildeten und 66 Prozent der hoch Gebildeten setzen sie ein (52 Prozent im Bereich mittlerer Bildung).

Sicherheitsmaßnahmen – Bildungsunterschiede

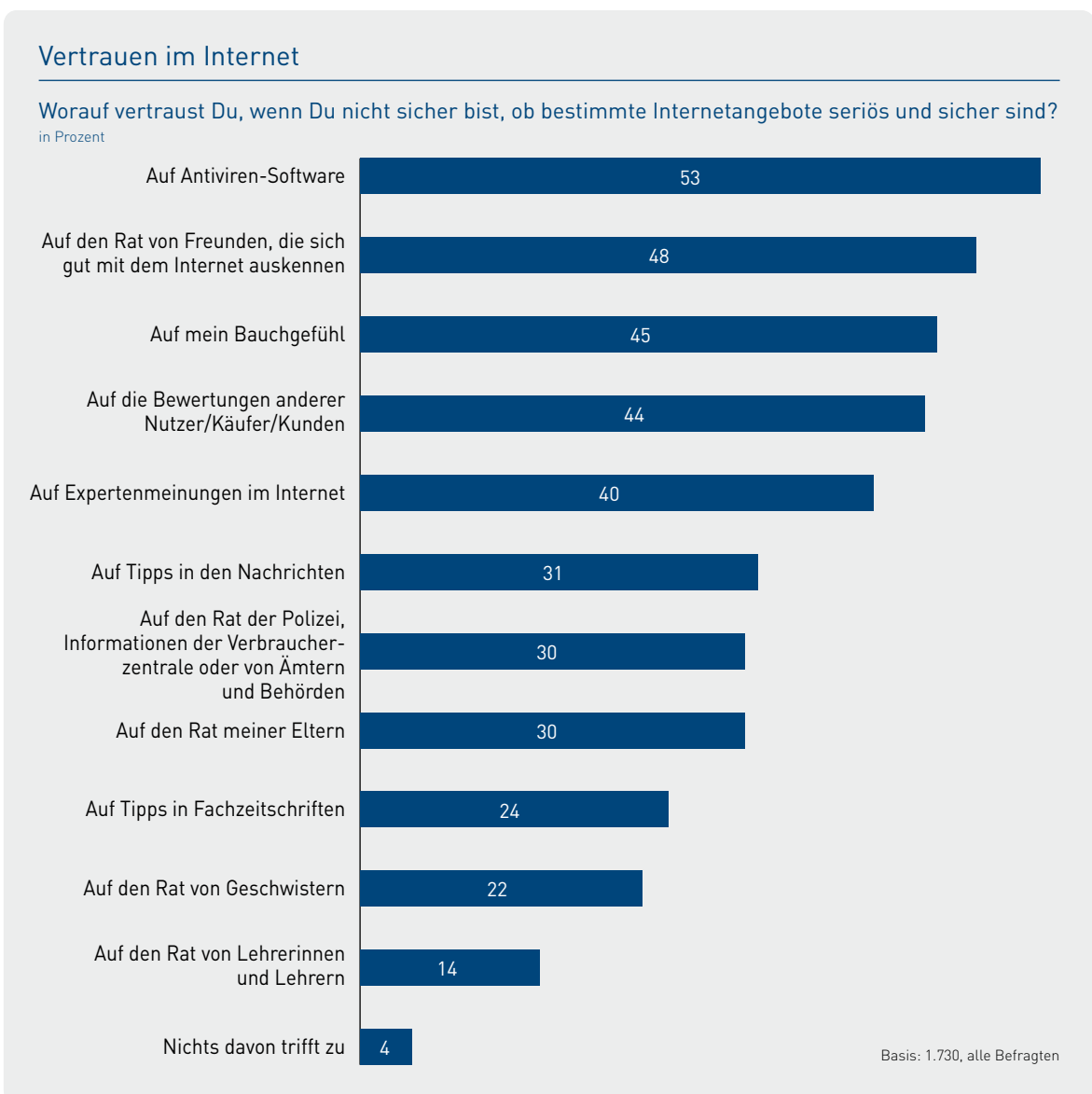
Welche Sicherheitsmaßnahmen im Internet ergreifst Du? nach formaler Schulbildung; in Prozent



7.4 Intuition als Lösung

Sicherheit im Internet ist für jeden Zweiten Gefühlssache

Die 14- bis 24-Jährigen setzen bei Unsicherheiten im Internet vor allem auf die eigene Urteilsfähigkeit beziehungsweise ihre Intuition. Sie gehen mehrheitlich davon aus, den Gefahren, die sie wie gezeigt umfangreich wahrnehmen, auf Basis ihres Erfahrungswissens ausweichen zu können, wenn sie das Gefühl haben, dass dies notwendig wird.



Die hohe Bedeutung der eigenen Intuition ist im Wert von 28 Prozent in 2014 auf 45 Prozent in 2018 gestiegen. Damit verlassen sich die 14- bis 24-Jährigen häufiger auf ihr Bauchgefühl als auf Expertenmeinungen im Internet, Tipps in den Nachrichten oder in Fachzeitschriften oder den Rat von Lehrkräften. Ein Grund hierfür liegt sicherlich u.a. in der wahrgenommenen Unübersichtlichkeit des Themas und daran, dass verlässliche Akteure fehlen, denen man Autorität zuschreibt. Wem kann man überhaupt noch trauen? Wer kennt sich wirklich aus? Ist die gefundene Website zum Thema Datenschutz die richtige, oder handelt es sich dabei gar um Fake News?

„Ich fühle mich da eigentlich ganz wohl. Ich weiß halt, worauf man gehen kann und worauf nicht. Und wenn wirklich ein Pop-up kommt, wo halt wieder so ein Virus dahinterstecken könnte, dann gehe ich möglichst schnell von der Seite weg.“
(männlich, 16 Jahre)

„Ich sage mal, man hat ja Vertrauen in sich selber, dass man selber weiß, was man machen kann und was nicht. Deswegen ist es nicht unbedingt Vertrauen ins Internet, sondern Vertrauen in mich. Dass ich weiß, auf welche Seiten ich gehe, dass ich weiß, welche Sachen ich hochlade, dass ich weiß, wie ich mit so was umgehe.“
(weiblich, 17 Jahre)

„Ich denke auch, die Frage ist, wie sehr man von sich selber überzeugt ist, dass man was weiß, was falsch ist und was nicht. Ich hoffe, ich weiß genug, um mich vor den größten Problemen zu schützen.“
(weiblich 17 Jahre)

„Was zum Beispiel PayPal und so angeht, da muss man denen ja quasi vertrauen, um das überhaupt noch nutzen zu können. Deswegen kann man da ja irgendwie auch nicht wirklich was machen.“
(weiblich, 20 Jahre)

„Gar keine [Schutzmaßnahmen]. Die bei Apple haben mir gesagt, auf dem iPhone kann man keine Viren bekommen. Also habe ich da nicht so ein Virusprogramm irgendwie.“
(weiblich, 23 Jahre)

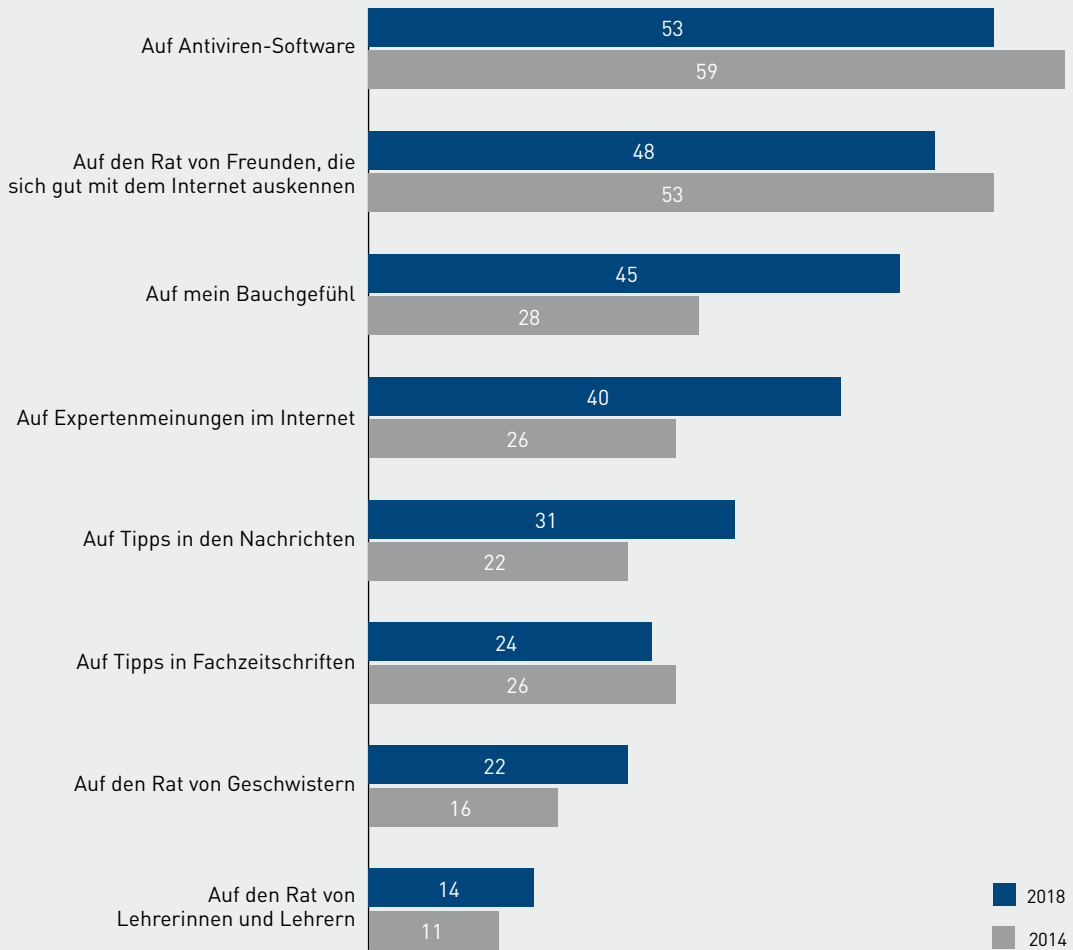
„Ich glaube, auf Facebook passiert ja so etwas nicht, dass man Viren oder Trojaner bekommt.“
(männlich, 23 Jahre)

Expertenmeinungen werden etwas wichtiger

Auf den Rat von Freunden, die sich mit dem Internet auskennen, verlassen sich die 14- bis 24-Jährigen inzwischen etwas seltener. Hier ist ein Rückgang im Vergleich zum Jahr 2014 von 53 auf 48 Prozent zu verzeichnen. Sich bei Unsicherheiten an Expertenmeinungen im Internet zu orientieren, kommt zwar weiterhin seltener infrage, als sich an Freunde zu wenden oder sich auf das Bauchgefühl zu verlassen, aber dieser Aspekt wird deutlich wichtiger: Während im Jahr 2014 nur 26 Prozent angaben, dies zu tun, sind es aktuell 40 Prozent. Auch aufgrund von Negativerlebnissen suchen Jugendliche offenbar neue Wege, um sich vor solcherlei Erfahrungen künftig besser zu schützen.

Vertrauen im Internet 2018 und 2014

Worauf vertraust Du, wenn Du nicht sicher bist, ob bestimmte Internetangebote seriös und sicher sind?
in Prozent



Basis: 2018: 1.730, alle Befragten; 2014: 1.065 Fälle (14- bis 24-Jährige)

8. Vorbereitung auf die Zukunft in einer zunehmend digitalisierten Welt

Entgegen der Annahme, die junge Generation sei digital versiert und allseits kompetent, wird immer klarer: Auch Jugendliche und junge Erwachsene müssen – und wollen – viel lernen in Sachen Internet. Der Blick in die digitalen Lebenswelten zeigt auf, wie unterschiedlich die eigene Kompetenzeinschätzung sowie der als notwendig erachtete Handlungsbedarf gelagert sind. Zum einen gibt es Jugendliche, denen bewusst ist, dass sie zu wenig wissen, und die sich lediglich virtuos auf Oberflächen bewegen. Zum anderen gibt es aber auch unter 25-Jährige, die ihrer Kompetenzillusion erliegen.²⁷ Zu wissen, wie eine sogenannte Insta-Story²⁸ erstellt wird oder das Profilbild bei WhatsApp verändert werden kann, deuten sie gegenüber anderen (z.B. Eltern) als entscheidenden Wissensvorsprung.

„[...] weil, für mich ist es einfach so gegeben. Ich öffne mein Smartphone, ich weiß, was ich einzutippen habe. Ich habe das von niemand gelernt, ich hatte keinen Kurs dazu. Das ist einfach gegeben. Das ist so selbsterklärend.“

(weiblich, 23 Jahre)

„Mich würde interessieren, was da im Hintergrund abläuft. Weil, wir tippen was ein, und dann kommt das. Das würde mich jetzt interessieren, wie das so genau abläuft.“

(weiblich, 15 Jahre)

„[...] dass man Filtern kann zwischen der Information. Dass man manche Information als qualitativ hochwertiger betrachtet als andere Informationen. Dass man das vielleicht auch richtig einschätzen kann. Wobei es auch fraglich ist, an welchen Merkmalen man das festmacht.“

(weiblich, 23 Jahre)

„Ich würde sagen, dass der normale Mensch eigentlich wenig kann, was das Internet betrifft. Gut, Facebook öffnen oder Spiegel Online öffnen. Das sehe ich nicht als Kunst. Im Internet steckt so viel mehr. Ich will jetzt nicht mit irgendwelchen Hackersachen oder so einem Quatsch anfangen, aber es gibt so viel mehr, was man damit machen kann. Ein normaler Mensch, ich würde mich normal nennen, kann vielleicht fünf Prozent von dem, was eigentlich machbar ist.“

(männlich, 22 Jahre)

„[Welche digitalen Kompetenzen braucht man heute?] Keine Angst. Keine Angst, irgendwas kaputt zu machen. Einfach ausprobieren.“

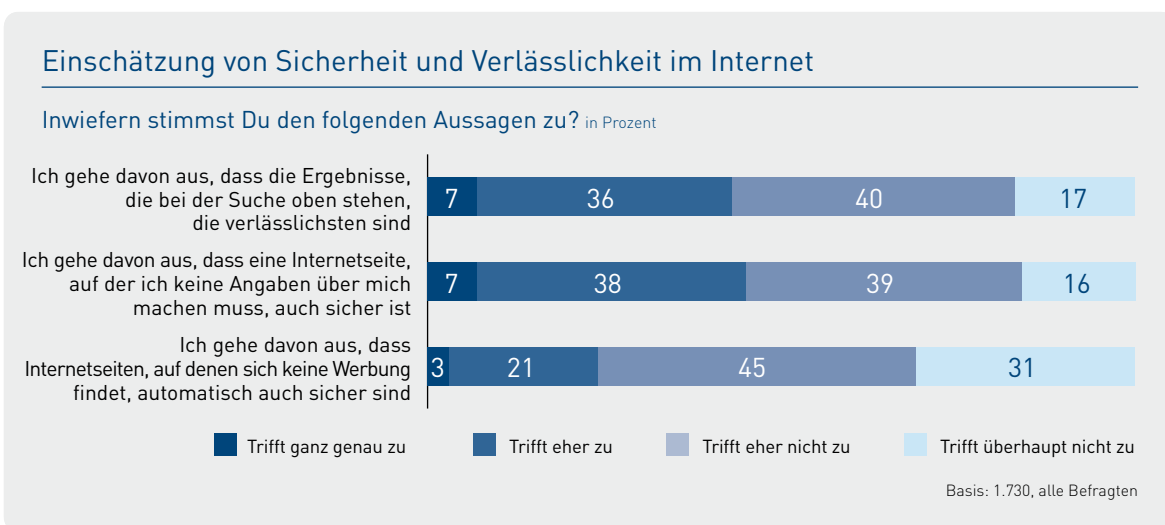
(männlich, 23 Jahre)

In der Wahrnehmung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist das Internet eine Blackbox. Und sie haben gelernt, mit diesem Umstand zu leben. Sie haben akzeptiert, dass vieles unklar bleibt, und Vertrauensanker ausgeworfen, an denen sie sich orientieren, ohne zu wissen, ob dies eigentlich tragfähig ist.

²⁷ Vgl. Ihme/Senkbeil 2017, in: Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie (2017), 49, Seite 24–37.: „Warum können Jugendliche ihre eigenen computerbezogenen Kompetenzen nicht realistisch einschätzen?“

²⁸ Unter einer Insta-Story bzw. Instagram-Story werden Slide-Shows von Videos oder Fotos verstanden, die jeweils für 24 Stunden sichtbar sind.

So gehen 43 Prozent der Befragten beispielsweise davon aus, dass Suchmaschinenergebnisse, die ganz oben stehen, die verlässlichsten sind. Sie wissen zum Teil nicht, dass die Rangfolge der Suchergebnisse auch vom Budget für die Suchmaschinenoptimierung abhängt; manche wissen auch nicht, dass die ersten Ergebnisse Anzeigen sind. Sie missdeuten die Platzierung zudem als inhaltliches Qualitätsmerkmal oder Indikator für Verlässlichkeit („Wenn die nicht gut wären, wären sie ja nicht oben.“). 45 Prozent gehen davon aus, dass Internetseiten, auf denen sie keine Angaben über sich machen müssen, sicher sind. Und ein knappes Viertel (24 Prozent) nimmt zudem an, dass die Abwesenheit von Werbung als Sicherheitsmerkmal gewertet werden kann.



Die 14- bis 24-Jährigen benennen zahlreiche Aspekte, die aus ihrer Sicht Bestandteil von Bildung in der digitalen Zeit sein sollten. Dabei wird deutlich, dass sie eine umfassende Digitalisierung aller Lebensbereiche klar vor Augen haben und sich eine Vorbereitung darauf wünschen. Es ist mitnichten so, dass junge Menschen das Gefühl haben, sich alles intuitiv erschließen zu können. Vielmehr wird ihnen zunehmend bewusst: Je mehr im Alltag online abläuft, desto besser muss man sich auskennen und im entscheidenden Moment richtig handeln können. Sie gehen davon aus, dass es keine verlässlichen Autoritäten im Netz gibt, sondern schon allein die technische Möglichkeit von „Fake“ alles und jeden echt oder falsch erscheinen lassen kann.

„Man braucht eben diese Kompetenz, im Internet auch beurteilen zu können, wie weit etwas glaubwürdig ist und wie weit etwas fragwürdig ist. [...] ich glaube, man muss auch lernen, dass man eben nicht auf diese ganzen Betrüger reinfällt.“
(männlich, 17 Jahre)

„Es wird viel übers Internet gerade gemacht, auch dieses Online-Banking. Und [...] es könnte ja sein, dass man das andere abschafft und so, weil es übers Internet alles geht. Und dann ist schon wichtig, dass man das lernt, damit man dann weiterkommt, weil sonst sitzt du davor und weißt nichts und kennst nur das Alte, wie es dann mit den Zetteln ging und so.“
(weiblich, 14 Jahre)

„Der größte Teil von den Dingen, die wir nutzen, wird ja von einer Handvoll sehr großer Konzerne kontrolliert, von Google und Facebook und Instagram, die machen ihre Algorithmen ja nicht öffentlich. Wir wissen ja nicht, nach welchem Prinzip uns die Sachen da gezeigt werden. Das heißt, wir

können nur wissen, dass es ein Prinzip gibt, aber nicht, wie genau es aussieht. Man kann halt nur wissen, dass es etwas gibt, das man nicht weiß.“

(weiblich, 24 Jahre)

Insbesondere das Thema Sicherheit im Internet bringt neue Anforderungen und Erwartungen an Medienbildung mit sich. Obwohl die 14- bis 24-Jährigen ihre Online-Kompetenz mehrheitlich als sehr gut oder gut einordnen, zeigen sich teils eklatante Wissenslücken, wenn es um Fragen von Sicherheit, Datenschutz und Privatsphäre im Netz geht. Aber woher beziehen Jugendliche und junge Erwachsene eigentlich ihr Wissen über das Internet? Sind die pädagogischen Instanzen, sprich Eltern und Lehrkräfte, denen sie sich in Sachen Internet klar überlegen fühlen, dennoch relevante Ansprechpartner oder eher Bedenkensträger? Wie bereiten Sie sich auf die digitalisierte Zukunft vor, und wie werden sie darauf vorbereitet?

Eigene Erfahrungen und Gleichaltrige sind zentral in Sachen Internetwissen

Wie in vielen Lebensbereichen gilt auch für das Internet, dass die eigenen positiven wie negativen Erfahrungen die wesentliche Instanz für künftiges Verhalten bilden. Das, was Probleme bereitet hat, versucht man zu umgehen, ohne auf das verzichten zu müssen, was besonders erfreulich war. Gerade für den Bereich Sicherheit im Internet mag das zwar mit teils schmerzlichen Konsequenzen verbunden sein, aber wie in Kapitel 6 gezeigt wurde, ist mittlerweile gegenüber Sozialen Medien eine gewissermaßen nüchterne Haltung zu beobachten. Man weiß – zumindest diffus – um die Risiken und die primären Verwertungsinteressen, die Angebote erscheinen gleichzeitig aber auch nicht mehr so aufregend wie noch vor einigen Jahren.

Danach gefragt, woher sie ihr Wissen in Sachen Internet und Internetnutzung beziehen, geben entsprechend 89 Prozent an, es durch eigene Erfahrungen erworben zu haben. Auf Platz zwei steht der Austausch mit Freunden (59 Prozent). Damit sozialisieren sich junge Menschen in Bezug auf den Umgang mit digitalen Medien und dem Internet weitestgehend untereinander und auf Basis der eigenen Erfahrungen.

Ein ganzes Stück dahinter stehen Eltern und Verwandte (33 bzw. 19 Prozent), was daran liegen mag, dass sich 90 Prozent der Altersgruppe den eigenen Eltern beim Thema Internet ohnehin überlegen fühlen. Befunde anderer Studien zeigen, dass sich Eltern durchaus in der Verantwortung sehen, ihre Kinder bestmöglich auf eine digitale Zukunft vorzubereiten. Gleichzeitig zeigen sie aber, dass Eltern, auf sich allein gestellt, dieser Verantwortung oftmals nicht gerecht werden können.²⁹ Zudem wirkt sich die soziale Herkunft in erheblichem Maße auf die Möglichkeiten junger Menschen zur digitalen Teilhabe aus.

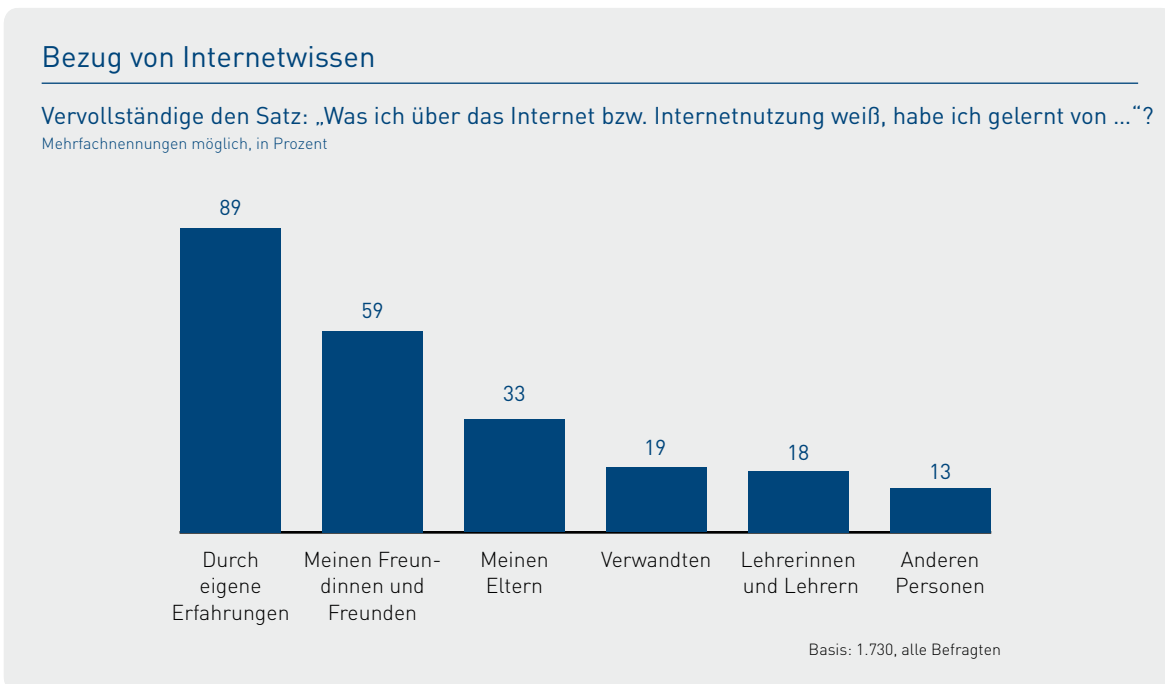
Je mehr sich soziale Ungleichheiten im Netz reproduzieren, desto größer wird die Bedeutung anderer Bildungsinstanzen – allen voran die der Schule. In der Rangfolge derer, von denen 14- bis 24-Jährige etwas über das Internet lernen, rangieren Lehrerinnen und Lehrer allerdings mit nur 18 Prozent auf den hinteren Plätzen.

„Also, entweder, man bringt sich das selbst bei, indem man sich da einfach in manche Sachen so reinfuchst, und sonst, wenn man jetzt irgendwas nicht versteht oder wenn man vielleicht mal mit Freunden zusammen auf irgendeiner Website ist, und man macht irgendwas, und die sagen, nein,

²⁹ Vgl. DIVSI 2015: „DIVSI U9-Studie: Kinder in der digitalen Welt“

das musst du komplett anders machen, du machst irgendwas total falsch, und dann wird einem das ja irgendwie erklärt. Aber von der Schule habe ich jetzt z.B. leider noch nichts gehabt.“

(weiblich, 17 Jahre)



Schule bereitet nicht ausreichend auf digitale Zukunft vor

69 Prozent der 14- bis 24-Jährigen fühlen sich von der Schule nicht ausreichend auf die digitale Zukunft vorbereitet. Nur etwa jeweils ein Drittel der Befragten stimmt verschiedenen Aussagen zur gelungenen Integration digitaler Elemente und Themen in den Lehrplan zu: 37 Prozent sagen, das Thema Sicherheit im Internet sei in der Schule wichtig (gewesen); ebenso viele, dass die Schule sie über die Möglichkeiten informiere bzw. informierte, die das Internet bietet. Möglichkeiten zum Schutz der Privatsphäre im Netz spielen oder spielten im Unterricht nur laut 31 Prozent eine Rolle. Die Schule kann und konnte dementsprechend die Mehrheit der 14- bis 24-Jährigen mit ihrem Bildungsangebot zu diesem Thema nicht erreichen.

Die Befunde der qualitativen Vorstudie verdeutlichen ebenfalls, dass junge Menschen hohe Erwartungen in die schulische Medienbildung setzen, diese aber bislang nur selten erfüllt zu werden scheinen.

„Ich glaube, das Fach Medien wäre auch ziemlich interessant in der Schule. Einfach damit man lernt, welchen Medien man vertrauen kann, und einfach allgemein darüber lernt, wie man im Internet was machen sollte und was lassen sollte. [...] hätte ich in der Grundschule alles beigebracht bekommen, zweite Klasse oder so, glaube ich schon, dass mir das was gebracht hätte.“

(männlich, 17 Jahre)

„Man lernt einerseits aus Fehlern, wenn man so was anklickt und merkt, der Rechner ist voller Viren. Wir hatten das Thema aber auch in der Schule und hatten oft so kleine Kurse oder ‚Wie finde ich die richtigen Quellen? Wie informiere ich mich richtig?‘. Das lernt man schon in der Schule, und ich fand das auch ziemlich praktisch.“

(weiblich, 17 Jahre)

„Wir hatten zwar Computer, und wir hatten auch so einen Unterricht dafür, aber wir haben eigentlich fast gar nichts gemacht, so wirklich. Ich habe mir eigentlich auch fast alles selber beigebracht. Wir hatten nie Unterstützung von der Schule.“

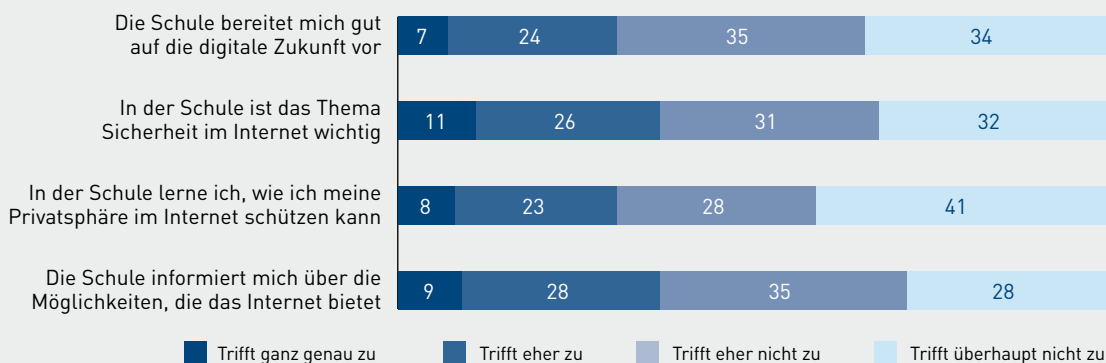
(männlich, 17 Jahre)

„Also, bei meiner Schule, da gibt es [Schüler], die sogar noch besser technisch versiert sind als die Lehrer. Wo ich mir schon denke, okay, was wissen denn die Lehrer in Bezug auf Technik, speziell Computer [überhaupt]? Und das finde ich [...] nicht so gut.“

(männlich, 14 Jahre)

Haltung zu Schule und Internet

Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Dich zu? in Prozent

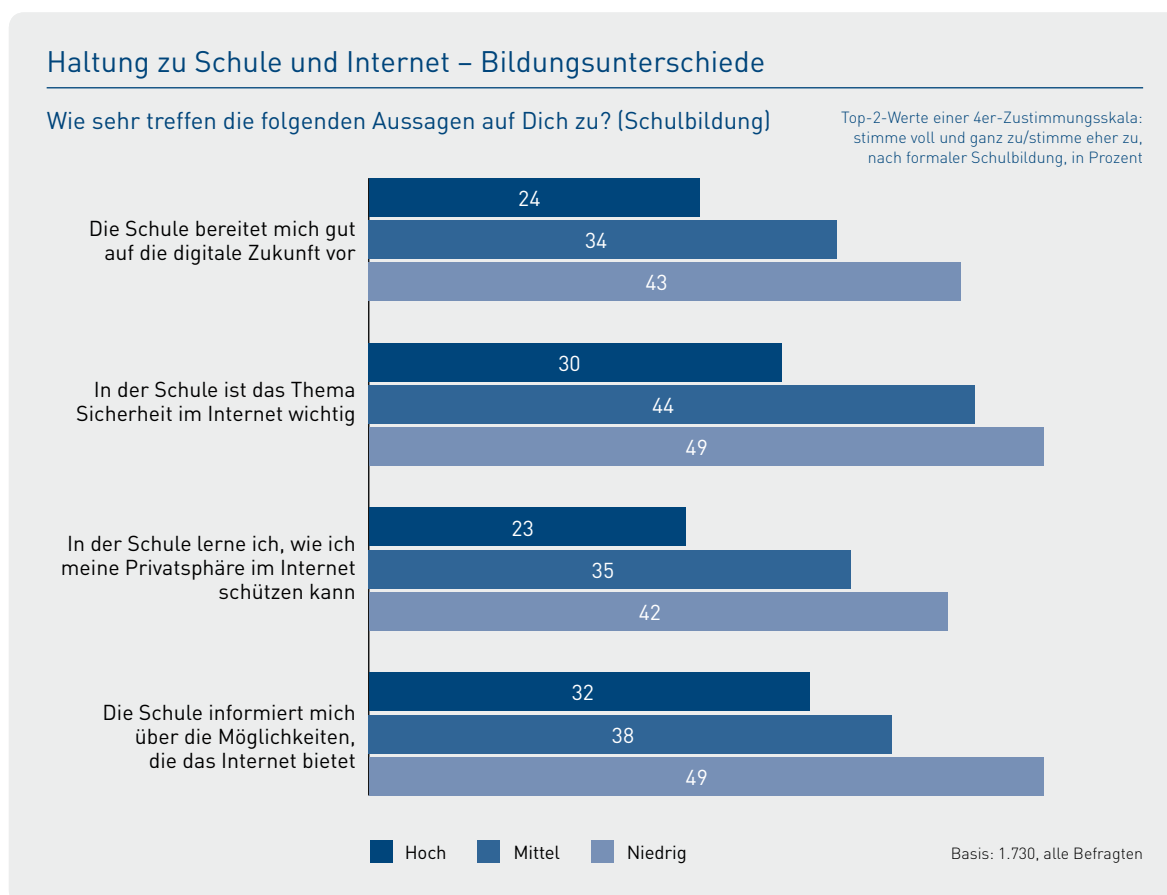


Basis: 1.730, alle Befragten

Formal niedrig Gebildete nehmen in der Schule mehr zum Thema „Digitale Bildung“ mit

Wie wichtig die Schule als Vermittler von Grundwissen im Umgang mit digitalen Medien ist, hängt stark vom formalen Bildungsniveau ab: Unter den hoch Gebildeten fühlt sich nur ein knappes Viertel von der Schule gut auf die digitale Zukunft vorbereitet. Im mittleren Bildungssegment sind es 34 Prozent und unter den formal niedrig Gebildeten 43 Prozent. Sie sagen mit jeweils 49 Prozent auch deutlich häufiger, dass das Thema Sicherheit im Internet in der Schule wichtig ist (30 Prozent zum Vergleich bei formal hoher Bildung) und dass die Schule über die Möglichkeiten, die das Internet bietet, informiert (32 Prozent zum Vergleich bei formal hoher Bildung). Während nur 23 Prozent der formal hoch Gebildeten das Gefühl haben, dass sie in der Schule lernen, wie sie ihre Privatsphäre im Netz schützen können, sind es unter den niedrig Gebildeten 42 Prozent.

Diese Unterschiede können sowohl darin begründet liegen, dass den betreffenden Themen abhängig von der Schulform unterschiedlich viel Raum geboten wird und formal niedrig Gebildete hier tatsächlich mehr mitnehmen (können). Sie können aber auch daher rühren, dass die höher Gebildeten die Erfahrung machen, dass Schule ihre Fragen kaum beantworten kann und das Vermittlungsangebot ihnen keine neuen Erkenntnisse ermöglicht, weil sie bereits mit einem anderen Wissensbestand ausgestattet sind.



Jüngere haben häufiger das Gefühl, etwas zu lernen

Die 14- bis 17-Jährigen stimmen häufiger als die Älteren zu, dass sie sich von der Schule gut auf die digitale Zukunft vorbereitet fühlen, das Thema Sicherheit im Internet in der Schule wichtig ist und sie dort lernen, wie sie ihre Privatsphäre im Netz schützen können. Dies kann einerseits damit zusammenhängen, dass die Jüngeren noch nicht so viele (negative) Erfahrungen gesammelt haben, bei denen sie dieses Wissen hätten gebrauchen können. Andererseits könnte dies auch der Beginn einer Kulturveränderung sein.

Denn auch die qualitativen Befunde zeigen auf, dass die Jüngeren zwischen 14 und 17 Jahren einen eher digitalisierten Schulalltag erleben, in dem beispielweise die Kommunikation rund um Schule und Unterricht über ein schuleigenes Netzwerk abläuft oder digitale Medien fächerübergreifend und didaktisch angeleitet in den Unterricht eingebunden werden. Vor allem die Jugendlichen und jungen

Erwachsenen, die davon berichten, dass digitale Medien auch über den Informatikunterricht hinaus in der Schule eine Rolle spielen, zeigen sich eher zufrieden mit der Rolle der Schule bei der digitalen Bildung.

„Also, in der Schule jetzt auch. Irgendwie Hausarbeiten oder sonst irgendwas müssen immer per Mail geschickt werden, müssen immer übers Internet weitergereicht werden, nicht irgendwie in Mappen geheftet werden. Alles auf digital, unser Schulsystem. Wenn es zum Beispiel um Dokumente geht, da haben die Klassen Zugang zu einem Ordner, der auf jedem Account quasi ist, wo das alles reingeschoben werden kann. Wenn man das nicht hätte, würde das auch viel Papierkram sein und viel Gefahr, dass man das quasi auch verlegt auch so.“

(männlich, 17 Jahre)

„Wir [haben] in der Schule so ein schulinternes System [...]. Und da [...] bekommt jeder eine eigene E-Mail-Adresse, und dann kann man total leicht mit den anderen kommunizieren, und da werden dann auch Stundenpläne veröffentlicht, und da kann man auch Abstimmungen drauf machen, wenn es jetzt irgendwie um irgendwelche Klassensprecherwahlen oder so ginge. [...] Und dann kann man halt auch Sachen so speichern, also, ich kann jetzt mit meinem PC zu Hause speichern und dann kann ich die in der Schule auf meinem Desktop wieder abrufen. Das, glaube ich, hilft schon für die Zukunft.“

(weiblich, 14 Jahre)

„Wir hatten so eine Anti-Mobbing-Woche, weil auch sehr viel über das Internet-Mobbing gesprochen wurde, also wie man sich schützen kann und was es für Folgen haben kann für denjenigen und so. Aber in Bezug auf Datenschutz oder was man nicht preisgeben sollte, auf welche Seiten man gehen soll und was nicht, das habe ich eigentlich nur durch meine Mutter beigebracht bekommen oder erzählt bekommen, weil sie selber viel mit dem Internet oder dem PC zu tun hat, weil sie selber auch programmiert. Aber in der Schule eigentlich so gut wie gar nicht.“

(männlich, 17 Jahre)

Bei den 18- bis 24-Jährigen, die die Schule überwiegend schon verlassen haben, fällt das Fazit schlechter aus. Hier haben 33 Prozent das Gefühl, das Thema Sicherheit im Internet sei wichtig, und nur 28 Prozent geben an, von der Schule auf die digitale Zukunft vorbereitet worden zu sein.

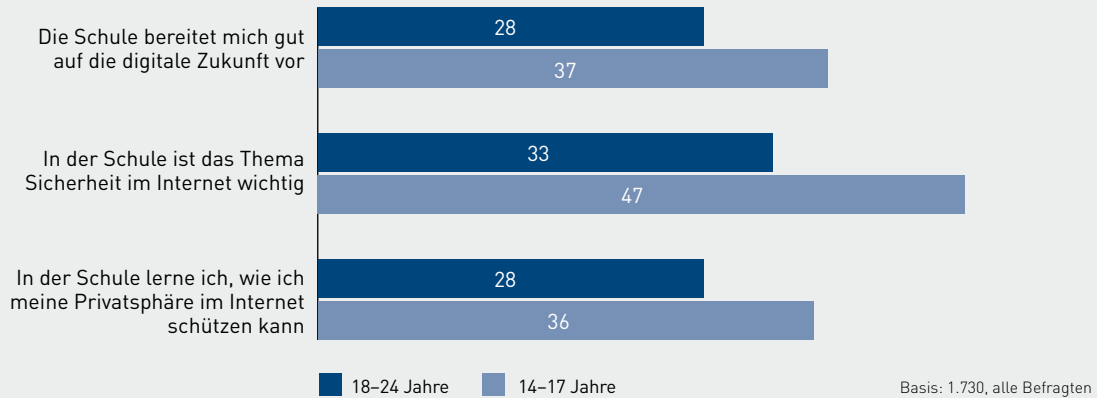
„Da gab es einen Computerraum irgendwie im ganzen Mittelstufengebäude, gefühlt, und da sind wir [...] mal hingegangen und haben gelernt, wie man eine PowerPoint-Präsentation macht, und das war's. Aber man hat halt nicht wirklich irgendwie da digital dran gearbeitet.“

(weiblich, 22 Jahre)

Haltung zu Schule und Internet – Altersunterschiede

Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Dich zu? (nach Alter)

Top-2-Werte einer 4er-Zustimmungsskala:
stimme voll und ganz zu/stimme eher zu,
nach Altersgruppen, in Prozent



Junge Menschen nutzen das Internet FÜR die Schule, aber kaum IN der Schule.

Für 85 Prozent der Befragten sind Informationen aus dem Internet für das Lernen wichtig. Sie kommunizieren mit Mitschülern über schulische Inhalte und immer häufiger über Online-Plattformen der Schule oder der Uni mit ihren Lehrkräften. Jeder Zweite gibt an, ohne das Internet nicht mitzubekommen, was in der Schule oder im Studium passiert. Insbesondere Online-Recherchen für Hausaufgaben gehören zum Alltag.

„Für mich ist das Internet sehr wichtig als Informationsquelle, vor allem auch für die Schule, weil, egal, was ich bei meinen Hausaufgaben nicht verstehe, für die Arbeit lernen muss und nicht verstehe, ich gucke halt alles dort nach. Auf YouTube gibt es so viele Lernvideos.“

(weiblich, 17 Jahre)

Dennoch: In der Schule lernen die Jugendlichen und lernten die jungen Erwachsenen überwiegend offline; mit Zettel, Stift und Schulbuch. Dies ist in der Wahrnehmung der Schüler überwiegend die Realität im Jahr 2018, auch wenn in den letzten Jahren an einigen Schulen Veränderungen zu beobachten sind. Im qualitativen Teil der Studie wurde deutlich: Digitale Bildung wird von den Jugendlichen vor allem mit Informatikunterricht und PowerPoint-Kenntnissen gleichgesetzt. Einige berichten zwar von Internetrecherche und Verwendung von Tablets oder Smartboards während des Unterrichts, überwiegend sieht man aber „Luft nach oben“.

„Ich hatte in der dritten und vierten Klasse einen PC-Kurs, aber der war irgendwie einmal im Monat. Da haben wir gelernt, wie man bei Word was schreiben muss. Minimal.“

(weiblich, 23 Jahre)

„Bei mir auch überhaupt nicht. Gut, das mit der Informatik, aber das war auch wirklich nur darauf spezialisiert und nicht irgendwie, wie verhält man sich im Internet, oder wie nutzt man es wirklich.“

(weiblich, 20 Jahre)

Lernen mit dem Netz ist mehr als online lesen

Das Thema „Digitale Bildung“ umfasst weit mehr, als etwas über das Internet zu lernen, einen sicheren Umgang einzuüben oder Schutzmaßnahmen anzuwenden. Digitale Bildung bedeutet auch, die Möglichkeiten, die das Netz bietet, insbesondere für die Aneignung von Wissen, umfangreich zu nutzen. Digitales Lernen ist bereits heute viel mehr als Texte online zu lesen, Dokumente digital zu bearbeiten oder eine Recherche im Netz durchzuführen. Es bedeutet auch, sich mit den verfügbaren Quellen auseinanderzusetzen, sie kritisch zu prüfen und ihre Vertrauenswürdigkeit abwägen zu können. Lernen mit dem Internet erlaubt aber auch, sich multimedialen Vermittlungsangeboten zuwenden zu können. Das können Video-Tutorials sein, die klassische Lehrinhalte vermitteln und damit eine gute Ergänzung für all diejenigen sind, die im Unterricht nicht so gut mitkommen. Das können aber auch Apps sein, die es ermöglichen, Insekten zu identifizieren, oder die einen spielerischen Zugang zum Grundgesetz anregen.³⁰

Sich mit diesen Anwendungen und Möglichkeiten frühzeitig und zielgerichtet auseinandersetzen zu können, bedeutet auch, sie als gestaltbar zu begreifen – und bietet Anlass, die eigene Innovationsfähigkeit in diesem Bereich zu fördern. Zwar nutzen junge Menschen das Netz bereits umfangreich, dabei steht aber der Austausch über das Lernen im Internet weiterhin im Vordergrund.

„Ich mache meine Präsentationsprüfung über Chrystal Meth. Deswegen informiere ich mich gerade allgemein über Drogen, weil es mich auch interessiert. Da lese ich mir verschiedene Trip-Blogs durch, wie Leute beschreiben, wie ihr Rausch ist, und es gibt noch einen YouTuber, der macht auch so was in die Richtung und informiert auch ziemlich gut seine Zuschauer über die verschiedenen Sachen.“
(männlich, 17 Jahre)

„Ich poste aber auch viel bei Jodel³¹. Das ist nicht das typische Social Network [...]. Aber offiziell ist es eigentlich ganz anonym. Also, ich habe mich nie da einloggen müssen. Ich schreibe da nicht unter meinem Namen, ich bin nur eine Nummer.“
(weiblich, 23 Jahre)

„Ich nutze oft das Schwarmdenken auf Facebook. Wenn ich was habe, dann schreibe ich das per Facebook rein und gucke, was der Schwarm denkt.“
(männlich, 21 Jahre)

„Ich gehe auch auf YouTube und schaue mir ein Video dazu an. Vielleicht gibt es auch irgendwie Beispiele darüber, ich weiß nicht. Irgendwelche Beweise oder Studien, die eingeblendet werden, das noch mal so ein bisschen verbildlicht wird.“
(männlich, 20 Jahre)

³⁰ Die App zum Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland von der Bundeszentrale für politische Bildung. Online: <http://www.bpb.de/shop/multimedia/mobil/157479/grundgesetz-der-bundesrepublik-deutschland> (letzter Zugriff: 04.09.2018).

³¹ Jodel ist ein Soziales Medium, in dem sich hauptsächlich Studierende austauschen. Beiträge werden als Text oder Bild anonym veröffentlicht und sind innerhalb eines 10-Kilometer-Radius für andere Nutzer sichtbar.

9. Fazit der Studie

„Das Internet ist immer da“ – mehr noch, es ist in vielen Lebensbereichen alternativlos. Diese Feststellung der 9,34 Mio. 14- bis 24-Jährigen in Deutschland³² ist weniger eine banale Erkenntnis als vielmehr eine Sichtweise, die die Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen entscheidend prägt. Die Art und Weise, wie sie die Digitalisierung des Alltags erleben, gestalten und für die Zukunft wünschen, ist wesentlich durch diese Grundvoraussetzung bestimmt. Entsprechende Konsequenzen mit Blick auf Haltungen und Handlungsbedarfe werden in diesem Abschnitt zusammenfassend gebündelt.

9.1 Omnipräsenz der digitalen Welt ist für die „Generation Internet“ Fluch und Segen zugleich

Bereits 2014 stellte die erste DIVSI U25-Studie fest, dass eine Unterscheidung nach Onlinern und Offlinern oder Wenig- und Vielnutzern zur Beschreibung Jugendlicher und junger Erwachsener und ihres Lebens in und mit der digitalen Welt nur wenig Erklärungskraft bietet. Dennoch zeigte sich ein Zusammenhang zwischen Nutzungsintensität und genereller Haltung gegenüber dem Internet: Je intensiver die Internetnutzung, desto positiver und offener standen die 14- bis 24-Jährigen neuen digitalen Angeboten und Services wie auch der Digitalisierung insgesamt gegenüber; je weniger sie das Internet nutzten, desto zurückhaltender und skeptischer waren sie. Dieser Zusammenhang hat sich nahezu aufgelöst, da fast alle Jugendlichen und jungen Erwachsenen (99 Prozent) täglich und vielfältig online sind und auch sein müssen. Online-Aktivitäten strukturieren den Tagesablauf, erzeugen lieb gewonnene Rituale, erfordern aber auch einiges (reagieren müssen, dabei sein müssen). Diese stärkere Verankerung des Internets im Alltag führt aktuell nicht zu einem weiteren Positivschub, sondern – im Mittel betrachtet – zu einer entspannten Normalisierung bis hin zur Ernüchterung, die sich lebensweltlich allerdings ganz unterschiedlich ausprägt.

- *Pragmatische* (19 Prozent) und *Souveräne* (12 Prozent) vereint das Abebben uneingeschränkt positiver Begeisterung und die Zunahme von nüchternem Realismus. *Souveräne* galten einst als Vorreiter bei der Befürwortung digitaler Innovationen („Ich surfe, also bin ich“). Sie erkennen aber immer mehr, dass das Leben in einer zunehmend digitalisierten Welt nicht mehr nur Spaß ist, sondern Kompetenzen und Selbstvertrauen erfordert. Sie nehmen wahr, dass sich auf den ersten Blick gute Erfindungen anders entwickeln als gedacht (z.B. wenn Menschen, die ihr Sofa sogenannten Couchsurfern zur Verfügung stellen, zu professionellen Vermietern werden), und fragen daher immer häufiger: Brauche ich das? Macht es mein Leben besser? Sich vom Internet abhängig zu machen, gilt für sie als uncool. *Pragmatische* sehen im Internet vor allem Chancen für die berufliche Zukunft und daher mittlerweile kein Abenteuer mehr, sondern notwendige Normalität. Auch wenn sie weiterhin konsum- und trendorientiert und dabei äußerst gut vernetzt sind, ziehen sie sich online eher in persönliche Netzwerke zurück, posten weniger und selektiver und meiden die große Bühne (z.B. Teilnahme an öffentlichen Online-Diskussionen). Aus ihrer Sicht ist das Risiko groß, dass Reputation und Image leiden, wenn etwas in die falsche Richtung läuft, und man womöglich am „digitalen Pranger“ steht. Lieber konzentrieren sie sich auf das, was die anderen so machen, und folgen begeistert interessanten Influencern und Bloggern.
- Knapp ein Viertel der Befragten ist weiterhin von Euphorie getrieben. Für diese *Enthusiasten* (23 Prozent) unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist ein Leben ohne Internet nicht

³² Vgl. best4planning 2018 I: Laut Hochrechnung ergibt sich ein Anteil von 9,34 Millionen 14- bis 24-Jährigen in der deutschen Wohnbevölkerung. (<https://gik.media/best-4-planning/>)

nur unvorstellbar, es macht ihnen regelrecht Angst, da sie nicht wissen, wie der Alltag „ohne“ organisiert werden könnte. Sie zeigen sich dezidiert unberührt von Sicherheitsfragen und sind optimistisch, dass sich alles regeln lässt.

- *Unbekümmerte* (20 Prozent) sind die „gebrannten Kinder“ unter den Internet-Milieus. Sie möchten sich gern unbefangen online bewegen und Spaß haben. Aber die ehemals als verlockend einfach empfundene „Parallelwelt“ wird komplizierter. Es werden außerdem zunehmend Anstrengungen und Verpflichtungen wahrgenommen, denn etwas online zu erledigen ist mittlerweile häufig Vorgabe. Sie ziehen sich zudem stark aus dem öffentlichen Diskurs zurück, auch wenn ihnen die Teilhabe an der digitalen Welt sehr wichtig ist.
- *Skeptiker* (16 Prozent) und *Verantwortungsbedachte* (10 Prozent) sind die beiden Internet-Milieus, in denen Sicherheitsbedenken und Unübersichtlichkeiten am ehesten zu Einschränkung und Zurückhaltung im Online-Verhalten führen. Der Vorstellung einer digitalen Zukunft begegnen sie reserviert.

9.2 Grundsätzliche Chancenorientierung, aber persönliche Angriffe, Falschinformationen und technische Unklarheiten sorgen für eine erhöhte Risikosensibilität unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen

14- bis 24-Jährige sehen primär Verbesserungen und Chancen durch digitale Innovationen, doch sie nehmen zunehmend auch Risiken und große Herausforderungen wahr. Diese drehen sich insbesondere um drei Gefahrenkomplexe:

- Identitätsgefährdung, d.h. der Angriff auf die persönliche Unversehrtheit durch Beleidigung, Mobbing oder das Veröffentlichen intimer Informationen: Es geht ihnen dabei insbesondere um die Verknüpfung persönlicher und personenbezogener Daten mit konkreten Einstellungen und Aktivitäten. Sie haben Angst um ihre Reputation und damit um ihre künftigen beruflichen und sozialen Chancen.
- Unterscheidung von Wahr und Falsch im Internet: Das Thema „Fake“ ist mitten ins Bewusstsein gerückt und bringt das grundsätzliche Vertrauen in das Medium stark ins Wanken, auch wenn man im Alltag meint oder hofft, die richtige Information ausgewählt zu haben.
- Unsicherheit, ob und wovon man eigentlich betroffen ist: Auch wenn einige im Hintergrund laufende Prozesse durchaus bekannt sind (Tracking, Cookies) oder man zumindest theoretisch schon mal davon gehört hat, dass Online-Aktivitäten nachverfolgbar sind – was genau andere über einen wissen und damit anfangen können, ist unklar und schafft diffuses Unbehagen. Das Internet wird als Blackbox erlebt, denn man tappt zumeist im Dunkeln, weiß nicht genau, was im Hintergrund geschieht, worauf man sich verlassen kann und welche Sicherheitsmaßnahmen sinnvoll sind.

Datenschutz ist für alle relevant, gilt aber als ein zu komplexes Thema, dessen tatsächliche Auswirkungen (positiv wie negativ) unklar sind. Daher steigen viele aus, wenn es um eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Thema geht, indem sie aktuelle Gegebenheiten schlicht akzeptieren oder das Problem verdrängen. Dies unterscheidet Jugendliche und junge Erwachsene nicht von der Gesamtbevölkerung. Diese Überforderung ist als ein deutlicher Appell für eine stärkere Unterstützung bei diesem Thema zu verstehen.

Im konkreten Online-Verhalten zeigt sich bei jungen Menschen 2018 eine erhöhte Sensibilität bei öffentlicher Meinungsäußerung im Internet, die sich in veränderten Nutzungsweisen ausprägt. So ist ein teilweiser Rückzug aus dem Online-Rampenlicht zu bemerken. Entsprechend sind Plattformen wie Facebook weniger interessant geworden und Messaging-Dienste immer erfolgreicher.

Bevorzugt wird das Kommunizieren in leichter kontrollierbaren Communitys (one-to-one/one-to-few statt one-to-public). Die große Bühne überlässt man (semi)professionellen Bloggern und Influencern. Auch die wahrgenommene Beleidigungskultur im Internet ist ein wesentlicher Grund, sich mit der eigenen Meinung lieber zurückzuhalten. Das Internet – und insbesondere Soziale Medien – werden nicht einfach nur positiv als Ort der freien Meinungsäußerung empfunden. D.h., Jugendliche und junge Erwachsene machen die Erfahrung, dass der gegenseitige Respekt, der die Grundlage des gesellschaftlichen Diskurses in demokratischen Gesellschaften bildet, im für sie zentralen Medium des Meinungsaustauschs nicht ausreichend gegeben ist. Dass sie in der Konsequenz bei relevanten Themen eher still bleiben, ist nachvollziehbar, sollte aber ein Hinweis auf Handlungsbedarf sein.

9.3 Wahrgenommene Ohnmacht: Wunsch nach besserer Vorbereitung auf die digitale Zukunft

Auch wenn sich 14- bis 24-Jährige scheinbar souverän und mühelos online bewegen, ist ihr Selbstverständnis ein anderes: Sie sehen sich nicht als überdurchschnittlich kompetent in puncto Internet an, nur weil sie jung sind. Sie nehmen dies als Unterstellung wahr („Ich bin nicht das Internet“). Sie sehen daher auch andere in der Pflicht, sie auf die digitale Zukunft vorzubereiten. Insbesondere für junge Menschen mit einem niedrigen formalen Bildungsniveau gilt vor allem die Schule als wichtiger Vermittler von Grundwissen im Umgang mit digitalen Medien.

Die 14- bis 24-Jährigen sehen sich insgesamt eher als Getriebene denn als Gestalter einer digitalen Transformation und betonen, dass Internetnutzung häufig keine freie Entscheidung sei, sondern Grundvoraussetzung, um teilhaben zu können (im Freundeskreis, in der Schule, im Studium, im Beruf). Dies wird nicht als Problem empfunden, solange sich Risiken (s.o.) im Rahmen halten oder man damit umgehen kann. Hier sehen sie aber großen Aufholbedarf: 89 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen wünschen sich z.B., dass die AGBs/Nutzungsbedingungen von Sozialen Medien leicht verständlich darstellen, welchen möglichen Gefahren sich Nutzer aussetzen. Dies kann als konkrete Aufforderung an Politik und Betreiber von Online-Angeboten verstanden werden. Zudem stellen sie die Frage nach der Verantwortung und wünschen sich eine idealerweise unparteiische Instanz, die z.B. entscheidet, was gesperrt werden sollte, da das Internet ansonsten droht, alleinig interessengeleitet zu sein, und sich im Netz nur die Mächtigen durchsetzen.

Die meisten Jugendlichen können sich ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellen. Deshalb wünschen sie sich, dass es funktioniert und ihrem Verständnis von Gerechtigkeit und Fairness entspricht. Entsprechend bereitet ihnen eine mögliche Abhängigkeit vom Internet Sorge. Das Internet ist praktisch, wenn alles fair zugeht, aber katastrophal, wenn etwas schief läuft. Diese Vorstellung erzeugt Unbehagen, weil sich vieles nicht abschätzen lässt – z.B. wie mit laufend gesammelten Daten und Informationen in ein paar Jahren umgegangen werden könnte. Daher ist vielleicht auf den ersten Blick überraschend, aber vor diesem Hintergrund erklärbar, wenn die Vorstellung, dass in Zukunft vieles nur noch über das Internet erledigt werden kann, 41 Prozent der Jugendlichen Angst macht. 2014 waren dies noch 21 Prozent.

Trotz dieser teilweisen Überforderung und einer diffusen „Analog-Sehnsucht“ sehen 14- bis 24-Jährige insgesamt mehr Chancen als Risiken in der digitalen Entwicklung. Junge Menschen wissen und wollen, dass Digitalisierung weiter vorangetrieben wird, und fordern deshalb eine verlässliche Vorbereitung auf die digitale Zukunft ein. Sie formulieren klare Erwartungen und machen deutlich, dass sie das Internet nicht nur nutzen, sondern die digitale Welt, in der sie aufwachsen und leben, auch verstehen wollen.

10. Methode

10.1 Die qualitative Vorstudie

Ziel der qualitativ-psychologischen Erhebung war es, die Einstellungen und handlungsleitenden Kriterien im Online-Verhalten aus Sicht von Jugendlichen und jungen Erwachsenen herauszuarbeiten. Die eingesetzten Methoden mussten daher eine umfassende und tief gehende Analyse der Wahrnehmungs- und Erlebnismuster sowie die Erfassung der Bedürfnisse, Haltungen und Motive ermöglichen. Um die Vielzahl relevanter Dimensionen zu den einzelnen Themenfeldern zu erfassen, wurden zehn non-direktive Fokusgruppen-Interviews mit maximal acht Teilnehmenden durchgeführt. So wurde den Befragten genug Raum gegeben, ihre Meinungen, Wahrnehmungen und Emotionen im direkten Austausch mit der Gruppe und in ihrer natürlichen Alltagssprache wiederzugeben. Bei der Einladung der Teilnehmenden wurde auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis geachtet. Zudem wurden die Gruppen nach Alter (14- bis 17-Jährige sowie 18- bis 24-Jährige) und Internet-Milieu-Hintergrund befragt, basierend auf dem Modell aus dem Jahr 2014. Die folgende Übersicht zeigt die Zusammensetzung der Fokusgruppen.

Zusammensetzung der Fokusgruppen

Hamburg	14 bis 17 Jahre	Pragmatische
Hamburg	14 bis 17 Jahre	Skeptiker/Verantwortungsbedachte
Berlin	14 bis 17 Jahre	Souveräne
Berlin	14 bis 17 Jahre	Unbekümmerte
Berlin	14 bis 17 Jahre	Vorsichtige/Verunsicherte
Hamburg	18 bis 24 Jahre	Souveräne
Hamburg	18 bis 24 Jahre	Vorsichtige/Verunsicherte
Berlin	18 bis 24 Jahre	Pragmatische
Berlin	18 bis 24 Jahre	Skeptiker/Verantwortungsbedachte
Berlin	18 bis 24 Jahre	Unbekümmerte

Um sicherzustellen, dass alle forschungsrelevanten Fragen auch in den unterschiedlichen Fokusgruppen zur Sprache kamen, wurde ein Themenkatalog eingesetzt, der eine gezielte Gesprächssteuerung auch auf Komplexe ermöglichte, die von den Befragten selbst nicht thematisiert wurden. Die Inhalte des Themenkatalogs basieren auf der Sichtung der gängigen Forschungsliteratur. Die Fokusgruppen-Interviews wurden von speziell ausgebildeten Mitarbeitern des SINUS-Instituts im April 2018 in Hamburg und Berlin durchgeführt. Die einzelnen Fokusgruppen-Interviews wurden digital aufgezeichnet, transkribiert und anschließend inhaltsanalytisch nach Methoden der hermeneutischen Textinterpretation ausgewertet.

Aufgrund des qualitativ-ethnologischen Forschungsansatzes sind die Befunde der Studie valide im Sinne der inhaltlichen Relevanz und Typizität.

10.2 Die Repräsentativerhebung

Von Mitte Mai bis Mitte Juni 2018 wurde eine bundesweite Repräsentativerhebung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung zwischen 14 und 24 Jahren durchgeführt. Für die Befragung wurden zwei Erhebungsmethoden kombiniert. Im Rahmen einer Online-Befragung wurden N = 1.250 (1.331 vor Bereinigung) 14- bis 24-Jährige interviewt. Zusätzlich wurden mittels einer computergestützten persönlichen Befragung (CAPI) N = 480 (494 vor Bereinigung) Jugendliche und junge Erwachsene interviewt. Für die Gesamtstichprobe ergibt sich damit eine Fallzahl von insgesamt N = 1.730. Die Befragung dauerte ca. 20 Minuten. Im zugehörigen Fragebogen wurden die zentralen Themenfelder mithilfe der Erkenntnisse der qualitativen Vorstudie operationalisiert. Dabei wurden einzelne Themen erweitert und vertieft, andere wiederum als weniger relevant und weniger ergiebig zur Beantwortung der Forschungsfragen eingeschätzt.

Die Aktualisierung der Typenbildung: Bestimmung der digitalen Lebenswelten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen

In der DIVSI U25-Studie 2014 wurde erstmals ein Instrument zur Erfassung und Beschreibung digitaler Lebenswelten ab 14 Jahren in Deutschland entwickelt. Ziel war es, zu zeigen, wie die digitalen Lebenswelten von jungen Menschen unter 25 Jahren in einem geeigneten Umfang erfasst werden können. Dieses Modell wurde in der diesjährigen Erhebung aktualisiert und angepasst.

Datenauswertung

Der Datensatz wurde geprüft und gewichtet und anschließend mittels bivariater und multivariater Analyseverfahren ausgewertet. Anhand der Kreuztabellierung forschungsrelevanter Fragen nach soziodemografischen Merkmalen und den DIVSI Internet-Milieus U25 konnten bereits auf bivariater Ebene relevante Gruppenunterschiede aufgezeigt werden. Um jedoch grundlegende Einstellungsmuster zu verstehen, genügt es nicht, allein die Zustimmungen zu einzelnen Aussagen zu messen.

Aus diesem Grund sind zusätzlich Verfahren zur Datenreduktion eingesetzt worden. Diese ermöglichen eine Zusammenfassung, um die hinter den Einzelstatements stehenden Meinungen und grundlegenden Einstellungsfaktoren sichtbar zu machen und somit Erklärungsmuster für Verhaltensweisen bereitzustellen. Das wurde für die Themenkomplexe Risiken bei der Online-Nutzung, genutzte Sicherheitsmaßnahmen und Vertrauenskonzepte realisiert.

Bei Dimensionen mit mehreren Items wurden sogenannte Summenscores gebildet.³³ Dafür wurden die Ausprägungen (0 oder 1) der einzelnen Items summiert und anschließend durch die Anzahl der Items pro Dimension dividiert und schließlich mit dem Faktor 100 multipliziert. So ergab sich für jeden Befragten ein Wert zwischen 0 und 100, der einen Vergleich zwischen den Dimensionen ermöglichte. Relevante Abweichungen der einzelnen Gruppen vom Durchschnitt wurden, je nach

³³ Eine ausführliche Darstellung der Zusammenfassung mehrerer Items zu einer Dimension ist in Kapitel 5, ab Seite 32 abgebildet.

Stärke der Abweichung, mit ein oder zwei Plus- bzw. Minuszeichen gekennzeichnet. Dafür wurden die durchschnittlichen Zustimmungswerte je Gruppe (Betrachtungsgröße) durch die Zustimmungswerte der Gesamtstichprobe (Basisgröße) dividiert. Der daraus resultierende Quotient konnte positive Werte größer und kleiner 1,0 annehmen. 1,0 bedeutet keine Abweichung des Betrachtungswertes vom Basiswert. Lagen die Abweichungen von 1,0 zwischen 5 und weniger als 10 Prozent, wurde dies mit + bzw. – gekennzeichnet. Lagen die Abweichung bei 10 Prozent und mehr, wurde dies mit ++ bzw. -- markiert.

Erläuterung zur Darstellung der Daten

Soweit nicht anders angegeben, beziehen sich die über- bzw. unterdurchschnittlich gekennzeichneten Werte auf Abweichungen zum jeweiligen Gesamtwert aller Befragten. In Detailbetrachtungen, wie beispielsweise in Aussagen zu Unterschieden zwischen den einzelnen DIVSI Internet-Milieus U25, dienen die jeweiligen Milieu-Werte als Referenz. Werte, die fünf Prozentpunkte über bzw. unter dem Referenzwert liegen, werden entsprechend als über- bzw. unterrepräsentiert ausgegeben. Liegt der Referenzwert bei 20 Prozent und weniger, sind bereits Abweichungen von drei Prozentpunkten signifikant und werden entsprechend als über- bzw. unterdurchschnittlich ausgegeben.

DIVSI Studien im Überblick



Beteiligungslandkarte Deutschland Online-Beteiligung in Gesundheitsfragen (2017)

Wie vielfältig und geläufig sind partizipative Formen der Internetnutzung im Lebensalltag der Menschen zur Unterstützung der eigenen Gesundheit oder zur Überwindung von Krankheiten? Welche soziodemografischen Unterschiede sind zu erkennen?



Brief oder E-Mail? DIVSI Studie über die Kommunikation im privat-geschäftlichen Bereich (2017)

Erstmals fundierte Erkenntnisse darüber, auf welchen Wegen privat-geschäftliche Kommunikation abläuft und welche Bedürfnisse sie bestimmen. Auch geht die Studie der Frage nach, inwieweit Menschen auf bewährte analoge Kanäle setzen und inwieweit sie inzwischen digitalen Möglichkeiten vertrauen.



Vertrauen in Kommunikation im digitalen Zeitalter (2017)

Digitale Kommunikation gehört zu unserem Alltag. Persönliche Informationen und sensible Daten werden ausgetauscht. Aber müssen dabei Sicherheit und Nutzerfreundlichkeit in einem Spannungsverhältnis stehen? Welche rechtlichen, technischen und organisatorischen Antworten sollten für eine künftige sichere digitale Kommunikation gefunden werden, auf die die Menschen vertrauen können?



Digitalisierung – Deutsche fordern mehr Sicherheit (2017)

Die Deutschen stehen der Digitalisierung positiv gegenüber und sehen darin viele Vorteile für sich. Beim Thema Sicherheit im Internet erwarten sie allerdings mehr Engagement – vom Staat und von Unternehmen. Was bedeutet das für Vertrauen und für Kommunikation? Und wie sieht es mit der Eigenverantwortung der Nutzer aus? Die vom Meinungsforschungsinstitut dimap realisierte Umfrage ermittelt auffallende Paradoxien zwischen Verantwortung und Vertrauen.



DIVSI Ü60-Studie: Die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen in Deutschland (2016)

Silver Surfer, Best Ager, 60+ – die Altersgruppe der über 60-Jährigen wird zunehmend wichtiger für Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, denn sie macht jetzt schon etwa 30 Prozent der deutschen Bevölkerung aus – Tendenz steigend. Die Studie liefert erstmals differenzierte, anschauliche und umsetzungsorientierte Erkenntnisse über die digitalen Lebenswelten der über 60-Jährigen und räumt dabei auch mit einigen Vorurteilen auf.



DIVSI Studie „Digitale urbane Mobilität“ (2016)

Die Digitalisierung hat die Mobilitätsdebatte vollends erfasst. Aber wie weit entwickelt sind datengeleitete Verkehrssysteme sowie eine sichere und ressourcenschonende Mobilitätskultur wirklich? Wie sind Schutz der Privatsphäre und Nutzung eines digitalen Assistenzsystems im Auto zu vereinbaren? Insbesondere vor dem Hintergrund der Machbarkeit analysiert und hinterfragt diese Studie eine Vielzahl von Diskussionen und Aktivitäten aus Europa und den USA.



DIVSI Internet-Milieus 2016 – Die digitalisierte Gesellschaft in Bewegung (2016)

Wie beeinflusst der digitale Wandel das Leben der Menschen in Deutschland? Wie hat sich ihr Online-Verhalten in den letzten Jahren verändert? Welchen Stellenwert haben Internet und Smartphone im Lebensalltag? Wie denken die Menschen in der Nach-Snowden-Ära über Datensicherheit? Die repräsentative Studie bietet einen vertieften Blick in die aktuellen Lebenswelten unserer digitalen Gesellschaft.



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 Internetnutzer 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)

Wann und wie kommen Kinder mit digitalen Medien und dem Internet in Berührung? Wer begleitet sie auf ihrem Weg in diese Welt? Welche Bedeutung messen Eltern, Erzieher und Lehrer dem Internet für die Zukunft der Kinder bei? Welche Chancen und Risiken werden dabei wahrgenommen, wer trägt die Verantwortung? Die DIVSI U9-Studie hat Kinder zwischen 3 und 8 Jahren in den Blick genommen und lässt sie auch selbst zu Wort kommen.



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 Internetnutzer 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 über das Internet miteinander verbunden. Mit steigendem Nutzungsumfang fällt dabei eine Vielzahl von Daten an. Unter der Leitfrage „Was geschieht mit meinen Daten?“ war es Ziel der Studie, das Bewusstsein des einzelnen Nutzers dafür zu stärken, welche Daten auf dem Smartphone sein können, wie sie es verlassen und welche Möglichkeiten der Einsichtnahme und Einflussnahme Nutzer bei unterschiedlichen mobilen Betriebssystemen haben.



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.

[weitere Studien](#) 



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.

