



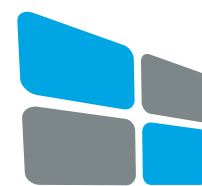
ISBN 978-3-940416-84-1

# Digitalisierung der Gesellschaft

## Aktuelle Einschätzungen und Trends



research  
an der Universität  
Regensburg



**Internet World**  
Die E-Commerce Messe

## Vorwort des Studienauftraggebers

Liebe Leserinnen und Leser,

die Entwicklungen, die sich im vorigen Jahrtausend mit der industriellen Revolution über mehr als ein Jahrhundert weltweit hinzogen, sind kaum vergleichbar mit den rasanten Veränderungen, die die digitale Revolution um die Milleniumswende mit sich brachte. Und doch haben sie eines auf Meta-Ebene gemeinsam, nämlich Auswirkungen auf soziale, technologische und wirtschaftliche Bereiche der Gesellschaft.

Die Digitalisierung von Informations- und Kommunikationsprozessen hat in den letzten fünfzehn Jahren zu einer Informationsexplosion geführt. Der Haupttreiber allen voran ist die Entwicklung des Internets und dessen Technologien. Ziel unserer Untersuchung war es, einmal Bilanz zu ziehen und Unternehmer und Experten der Internetbranche zu befragen. Denn sie sind es, die am Puls der Zeit ihre Ideen, Technologien und Business-Modelle vorantreiben und sich unmittelbar mit den gesellschaftlichen Auswirkungen auseinandersetzen. Im Fokus stand dabei ihre Meinung zu den Folgen der Digitalisierung der Gesellschaft auf wirtschaftliche und soziale Bereiche des täglichen Lebens – sei es Beruf oder Alltag – sowie zu aktuellen politischen Fragen zu Datenschutz und Social Media.

An dieser Stelle möchten wir uns ganz herzlich bei allen Teilnehmern der Befragung für ihren Beitrag bedanken, die Digitalisierung der Gesellschaft ein wenig greifbarer in Zahlen zu fassen.

Wir wünschen Ihnen viel Informationswert bei der Lektüre.

Herzlichst, Ihre



**Nicole Rüdlin**

*Leiterin Internet World Messe*



**Nicole  
Rüdlin**

## Vorwort der Autoren

Die Digitalisierung hat große Auswirkungen auf weite Teile der Gesellschaft, gerade auch auf die Online-Branche. Zu den Themen, die hierbei in der Diskussion stehen, gehören die Rolle des Datenschutzes und des Urheberrechts, aber auch die Veränderungen und Trends im Bereich des Online-Handels. Ein weiteres Augenmerk liegt auch auf den Kenntnissen und Erfahrungen der Generation der heranwachsenden Jugendlichen im Umgang mit digitalen Medien.

Deshalb war es uns wichtig, in einer Befragung zu untersuchen, welche Auswirkungen die fortschreitende Digitalisierung auf die Gesellschaft und insbesondere den Bereich des Online-Handels hat. Die Ergebnisse werden in dieser Studie vorgestellt.

Die Befragung wurde im Auftrag der Internet World – Die E-Commerce-Messe durchgeführt.

Wir möchten uns an dieser Stelle recht herzlich bei allen Teilnehmern bedanken, die an der Befragung teilgenommen haben, und hoffen, dass sie uns auch in Zukunft weiter unterstützen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Gewinn beim Lesen.

### Ihr Autorenteam im März 2013

*Michael Wittmann, Dr. Georg Wittmann,  
Dr. Ernst Stahl, Stefan Weinfurtnner*



**Michael  
Wittmann**



**Dr. Georg  
Wittmann**



**Dr. Ernst  
Stahl**



**Stefan  
Weinfurtnner**

## Rahmendaten zur Umfrage

- Online-gestützte Befragung unter [www.ibi.de/digitalisierung](http://www.ibi.de/digitalisierung)
- Zielgruppe: Experten der Online-Branche
- Laufzeit der Befragung: Januar bis Februar 2013
- Aufrufe des Fragebogens: 1097
- Ausgefüllte und verwertete Fragebögen nach Qualitätssicherungsmaßnahmen (ausreichende Anzahl beantworteter Fragen, angemessene Zeitdauer, Ausschluss mehrfacher Teilnehmer etc.): 904
- Die Gewinnung von Teilnehmern erfolgte einerseits durch direktes Anschreiben von Experten und Unternehmen oder per Newsletter, andererseits durch breit angelegte Hinweise auf die Umfrage auf den Websites von Kammern und Verbänden, Dienstleistern, der Internet World und weiteren Partnern sowie in Fachzeitschriften.
- Angabe der Werte und Teilnehmeranzahl („n“):  
Zur besseren Vergleichbarkeit und intuitiven Verständlichkeit werden die meisten Ergebnisse in relativen Größen (Prozentwerte) aufgeführt. Der Wert „n“ gibt jeweils an, wie viele Teilnehmer die Frage beantwortet haben und stellt den Bezugspunkt für Ergebnisdarstellungen (Prozentwerte) dar. Alle Prozentwerte sind auf volle Prozent gerundet. Die Summe der Prozentwerte kann daher bei einigen Fragen geringfügig von 100 % abweichen. Die Teilnehmerzahl („n“) sowie die Bedingungen zur Fragestellung werden in der Fußzeile angegeben.



# Inhalt

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Management Summary</b> .....                 | <b>6</b>  |
| <b>1 Auswirkungen der Digitalisierung</b> ..... | <b>10</b> |
| <b>2 Datenschutz</b> .....                      | <b>15</b> |
| <b>3 Soziale Medien im Arbeitsalltag</b> .....  | <b>21</b> |
| <b>4 Politische Kompetenzfelder</b> .....       | <b>27</b> |
| <b>5 Ergebnisse zum Online-Einkauf</b> .....    | <b>34</b> |
| <b>6 Geräte- und Mediennutzung</b> .....        | <b>40</b> |
| <b>7 Digitale Inhalte</b> .....                 | <b>45</b> |
| <b>8 Fazit und Ausblick</b> .....               | <b>50</b> |
| <b>Informationen zur Stichprobe</b> .....       | <b>52</b> |
| <b>Kontakt und Impressum</b> .....              | <b>58</b> |

# Management Summary

## Auswirkungen der Digitalisierung

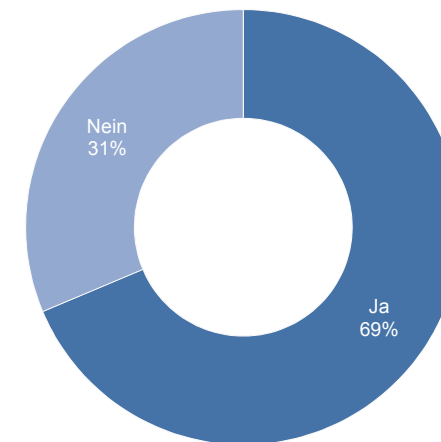
Die meisten Befragten sehen im Bereich der Arbeitswelt sehr starke Auswirkungen der Digitalisierung. Doch nicht nur im Arbeitsalltag, auch privat wird immer mehr Zeit online verbracht.

Neben den vielen positiven Effekten dürfen auch die Nachteile nicht außer Acht gelassen werden. Für 69% der Befragten ist die Digitalisierung mit konkreten Nachteilen verbunden. Insbesondere nennen die Befragten hier einen permanenten Zeitdruck und die Erwartungshaltung einer ständigen Erreichbarkeit; doch auch körperliche und gesundheitliche Probleme können nach Ansicht einiger Teilnehmer Folge der Digitalisierung sein.

## Datenschutz

Das Thema Datenschutz wird ernst genommen. Über 60% sehen darin kein Instrument, mit dem lediglich Angst geschürt werden soll. Die gesetzlichen Regelungen zum Datenschutz werden positiv wahrgenommen. Für mehr als die Hälfte geht Deutschland mit den Datenschutz-Regelungen als gutes Beispiel voran.

### Bringt die Digitalisierung konkrete Nachteile mit sich?



n=734

Der Großteil achtet nach eigenen Angaben genau darauf, welche persönlichen Daten er im Internet von sich preisgibt. Dies trifft wohl auch auf den eigenen Namen zu. Denn die Hälfte der Befragten würde in sozialen Medien gerne ein Pseudonym anstatt des Klarnamens verwenden.

# Management Summary

## Soziale Medien im Arbeitsalltag

79% sind der Ansicht, dass soziale Netzwerke zu einem veränderten Verhalten im Arbeitsalltag führen. Für 85% der Befragten trifft dies in besonderer Weise für jüngere Arbeitnehmer zu.

Hinsichtlich der Vorbereitung auf die Arbeitswelt sieht die Mehrheit bei Heranwachsenden großen Nachholbedarf beim Thema Respekt und Umgangsformen.

Für die Mehrheit der Befragten benötigen Jugendliche Unterstützung und Anleitung für den Umgang mit sozialen Netzwerken. Die Verantwortung wird hier besonders bei Eltern und Bildungseinrichtungen gesehen. Dem eigenen Kind würden 28% der Befragten erst ab 15 Jahren die Nutzung sozialer Netzwerke erlauben.

## Politische Kompetenzfelder

Ein Viertel der Befragten ist der Ansicht, dass die Parteien beim Thema Internet und digitale Medien nur wenig Kompetenz besitzen. Die größte Kompetenz wird dabei am ehesten bei den Piraten wahrgenommen.

Von den Parteien setzt sich nach Ansicht von 26% der Befragten keine Partei besonders gut für den Datenschutz im Internet ein.

Die Mehrheit wünscht sich mehr Beteiligungsmöglichkeit an politischen Entscheidungen über soziale Medien. Genutzt hat diese Möglichkeit bisher aber nur ein Viertel der Befragten. Die beste Social-Media-Kompetenz wird dabei von 38% der Befragten der Piratenpartei zugesprochen.

## Online-Einkauf

Unabhängigkeit von Öffnungszeiten ist der Hauptgrund für den Online-Einkauf. Beim Bezahlen fühlen sich die Kunden dabei nach der Rechnung mit PayPal und Kreditkarte am sichersten.

Nur 12% haben keinerlei Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit beim Online-Einkauf. Schlechte Erfahrungen mit der Datensicherheit beim Online-Einkauf hatte bisher jeder Achte. Hier wird von den Befragten sehr häufig die Problematik unerwünschter Werbe-Mails, aber auch der Missbrauch der Kreditkartendaten angesprochen.

# Management Summary

Zwei Drittel glauben, dass die Möglichkeit einfacher Retouren zu mehr Umsatz im Online-Handel führt. Daher sind auch über 70 % der Meinung, dass Online-Händler weiterhin die Kosten für die Rücksendung übernehmen werden.

## Geräte- und Mediennutzung

Notebook (91 %) und Smartphone (88 %) haben hinsichtlich der Nutzungshäufigkeit den Desktop-PC (66 %) längst überholt. Mehr als die Hälfte der Befragten nutzt bereits einen Tablet-PC und etwa drei von zehn haben bereits ein Fernsehgerät mit Internetzugang (Smart-TV) im Einsatz.

Arbeiten mit Bürosoftware hat auf Tablet-PCs eine geringere Bedeutung. Stattdessen werden Tablet-PCs zukünftig wohl noch häufiger für den Online-Einkauf eingesetzt.

## Digitale Inhalte

Knapp ein Drittel hat im Internet schon einmal Geld für redaktionelle Inhalte ausgegeben und nur einer von vier Befragten lehnt ein Abonnement digitaler Zeitungsinhalte grundsätzlich ab. 30 % glauben, dass ein Paywall-Modell in Deutschland gut funktionieren kann.





## Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

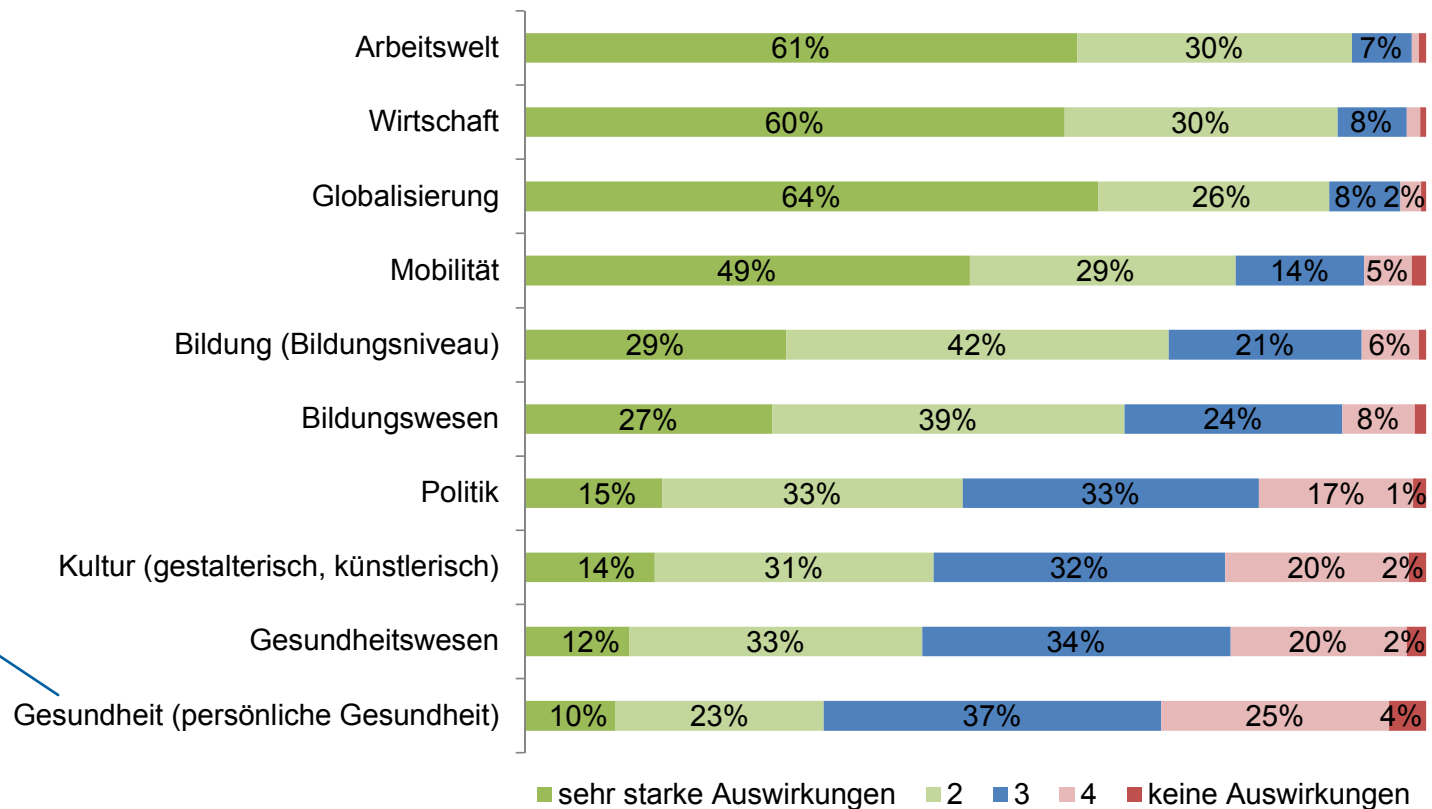
- Die meisten Befragten sehen im Bereich der Arbeitswelt sehr starke Auswirkungen der Digitalisierung.
- Für 69 % der Befragten ist die Digitalisierung mit konkreten Nachteilen verbunden.
- Für mehr als die Hälfte geht Deutschland mit den Datenschutz-Regelungen als gutes Beispiel voran.
- Der Großteil achtet genau darauf, welche persönlichen Daten im Internet angegeben werden.
- 79 % sind der Ansicht, dass soziale Netzwerke zu einem veränderten Verhalten im Arbeitsalltag führen. Für 85 % der Befragten trifft dies in besonderer Weise für jüngere Arbeitnehmer zu.
- Für die Mehrheit der Befragten sind Jugendliche auf Anleitung beim Umgang mit sozialen Netzwerken angewiesen.
- 28 % würden dem eigenen Kind frühestens ab 15 Jahren die Nutzung sozialer Netzwerke erlauben.
- Die Mehrheit sieht im Hinblick auf die Vorbereitung auf das Berufsleben bei Heranwachsenden am ehesten Nachholbedarf hinsichtlich Respekt und Umgangsformen.
- Die Mehrheit wünscht sich mehr Beteiligungsmöglichkeit an politischen Entscheidungen über Social Media. Genutzt hat diese Möglichkeit bisher aber nur ein Viertel der Befragten.
- Nach Ansicht von 26 % der Befragten setzt sich keine Partei ausreichend stark für den Datenschutz im Internet ein.
- Unabhängigkeit von Öffnungszeiten ist der Hauptgrund für den Online-Einkauf.
- Nach der Rechnung fühlen sich Kunden beim Bezahlen mit PayPal und Kreditkarte am sichersten.
- Nur 12 % haben keinerlei Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit beim Online-Einkauf. Jeder Achte hatte bisher schlechte Erfahrungen beim Online-Einkauf bezüglich der Sicherheit der eigenen Daten.
- Zwei Drittel glauben, dass die Möglichkeit einfacher Retouren zu mehr Umsatz im Online-Handel führt.
- Etwa drei von zehn nutzen bereits ein Fernsehgerät mit Internetzugang (Smart-TV).
- Arbeiten mit Bürosoftware hat auf Tablet-PCs eine geringere Bedeutung. Stattdessen werden Tablet-PCs zukünftig wohl noch häufiger für den Online-Einkauf eingesetzt.
- Knapp ein Drittel hat im Internet schon einmal Geld für redaktionelle Inhalte ausgegeben und nur einer von vier Befragten lehnt ein Abonnement digitaler Zeitungsinhalte grundsätzlich ab. 30 % glauben, dass ein Paywall-Modell in Deutschland gut funktionieren kann.



# 1 Auswirkungen der Digitalisierung

# Die meisten Befragten sehen im Bereich der Arbeitswelt sehr starke Auswirkungen der Digitalisierung

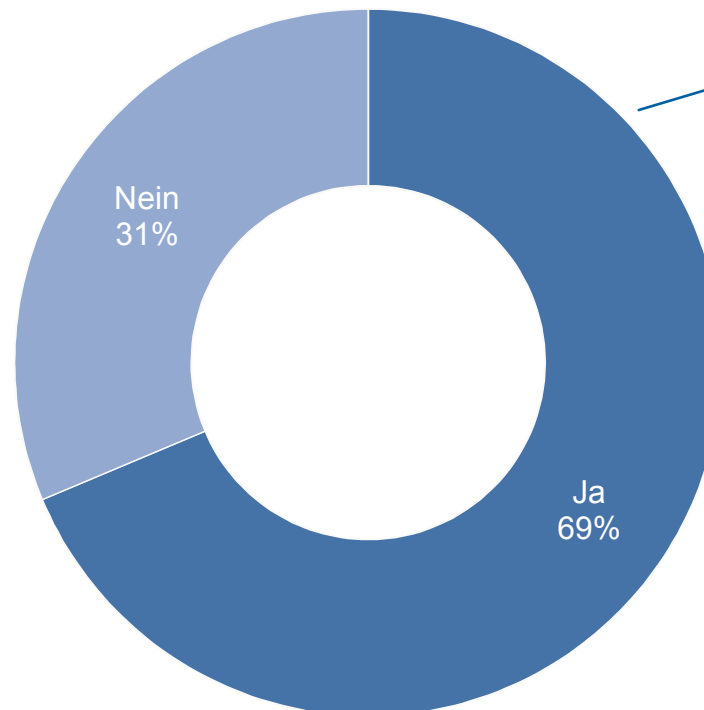
Wie stark wirken sich die Digitalisierung und die damit verbundenen rasanten Entwicklungen Ihrer persönlichen Einschätzung nach auf folgende gesellschaftliche Bereiche aus?



Die wenigsten Befragten sehen starke Auswirkungen im Bereich der persönlichen Gesundheit.

# Für 69 % der Befragten ist die Digitalisierung mit konkreten Nachteilen verbunden

Bringt die zunehmende Digitalisierung konkrete Nachteile mit sich?



#### Ausgewählte Kommentare

- Permanenter Zeitdruck
- Erwartungshaltung einer ständigen Erreichbarkeit
- Weniger persönlicher Kontakt
- Körperliche und gesundheitliche Probleme
- Urheberrechtsprobleme
- Informationsüberflutung
- Sinkendes Bildungsniveau
- Abkopplung nicht vernetzter Gesellschaftsteile

# Konkrete Nachteile der Digitalisierung aus Sicht der Teilnehmer: ausgewählte Kommentare

## Bringt die zunehmende Digitalisierung konkrete Nachteile mit sich? – Ja, und zwar ...

Bitte beachten Sie dass es sich nachfolgend um eine Auswahl anonymisierter, teilweise leicht redaktionell aufgearbeiteter Einzelmeinungen von Umfrageteilnehmern handelt. Diese sind z. T. stark subjektiv und „leidenschaftlich“ geprägt und spiegeln nicht die Ansichten und Einschätzungen der Autoren wider.

### ■ Digitalisierung als Zeitfresser

Fehlende Zeit, permanenter Zeitdruck, Hektik  
*„Digitalisierung scheint die Welt schneller drehen zu lassen!“*

### ■ Ständige Erreichbarkeit

Schwierige Trennung von Arbeit und Privatleben  
*„Sofort-Mentalität: Instant-Message bedeutet keinen Anspruch auf Instant-Response.“*

### ■ Weniger persönlicher Kontakt

Das Menschliche geht verloren, weniger Kommunikation und Beziehungen auf persönlicher Ebene  
*„Viele Menschen unterhalten sich kaum noch, sondern sind auch in Cafes und Bars immer am Smartphone.“*

### ■ Körperliche und gesundheitliche Probleme

### ■ Überforderung

### ■ Urheberrechtsprobleme

### ■ Informationsüberflutung

Kein Erkennen und keine Konzentration auf das Wesentliche, Trend zur Oberflächlichkeit

### ■ „Sucht“ nach Information

Angst etwas zu verpassen, Abhängigkeit von Funknetzen

### ■ Arbeitsplatzverluste

### ■ Stärkere Überwachung

### ■ Sinkendes Bildungsniveau

Banalisierung, Verdummung  
*„Man merkt sich nichts mehr, sondern googelt es einfach.“*  
*„Wir verlagern unser Gedächtnis ins Internet. Da alle Informationen im Netz verfügbar sind, reduziert sich die Bereitschaft sich Dinge zu merken.“*  
*„Es gibt kaum mehr Bereitschaft für das geduldige Erfassen komplexer Zusammenhänge.“*

### ■ Abkopplung nicht vernetzter Gesellschaftsteile

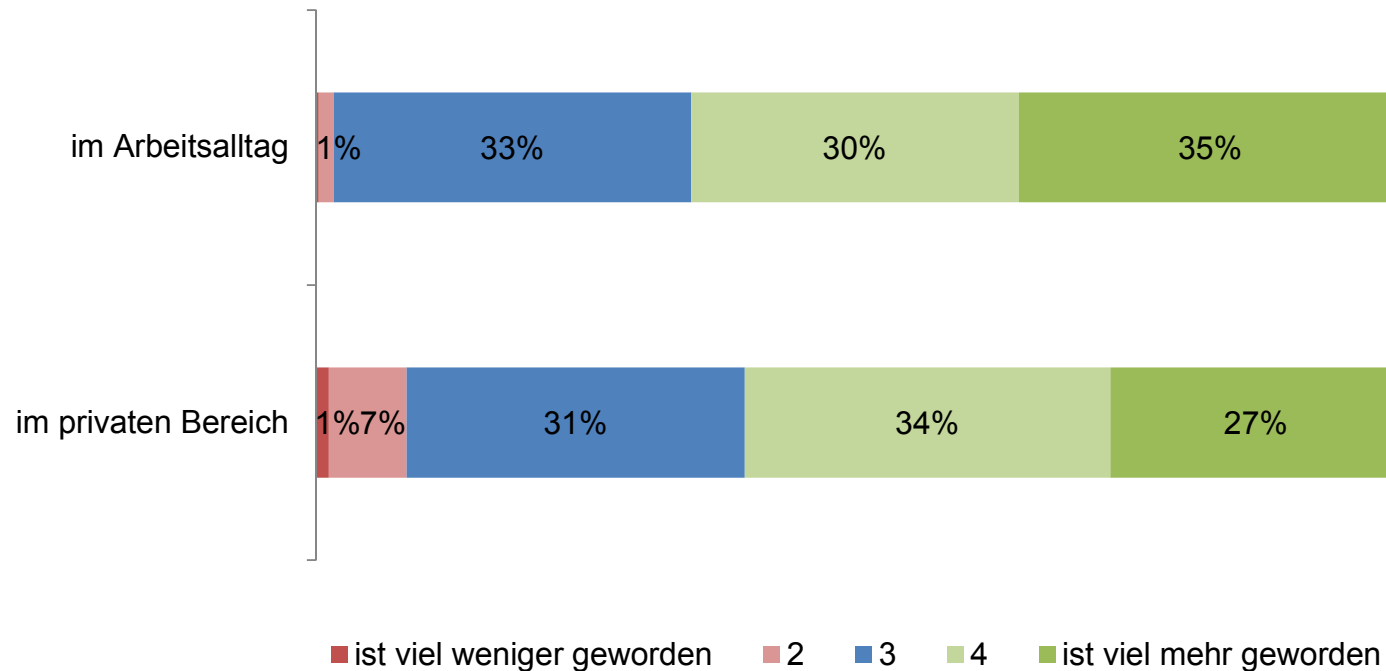
Desorientierung, Vereinsamung, Manipulation  
*„Die Gesellschaft zerfällt in Internet-Nutzer und Nicht-Nutzer.“*

### ■ Technikabhängigkeit

### ■ Zeitungssterben

# Nicht nur im Arbeitsalltag, auch privat wird immer mehr Zeit online verbracht

Wie hat sich im Jahr 2012 die Zeitdauer verändert, die Sie online waren?

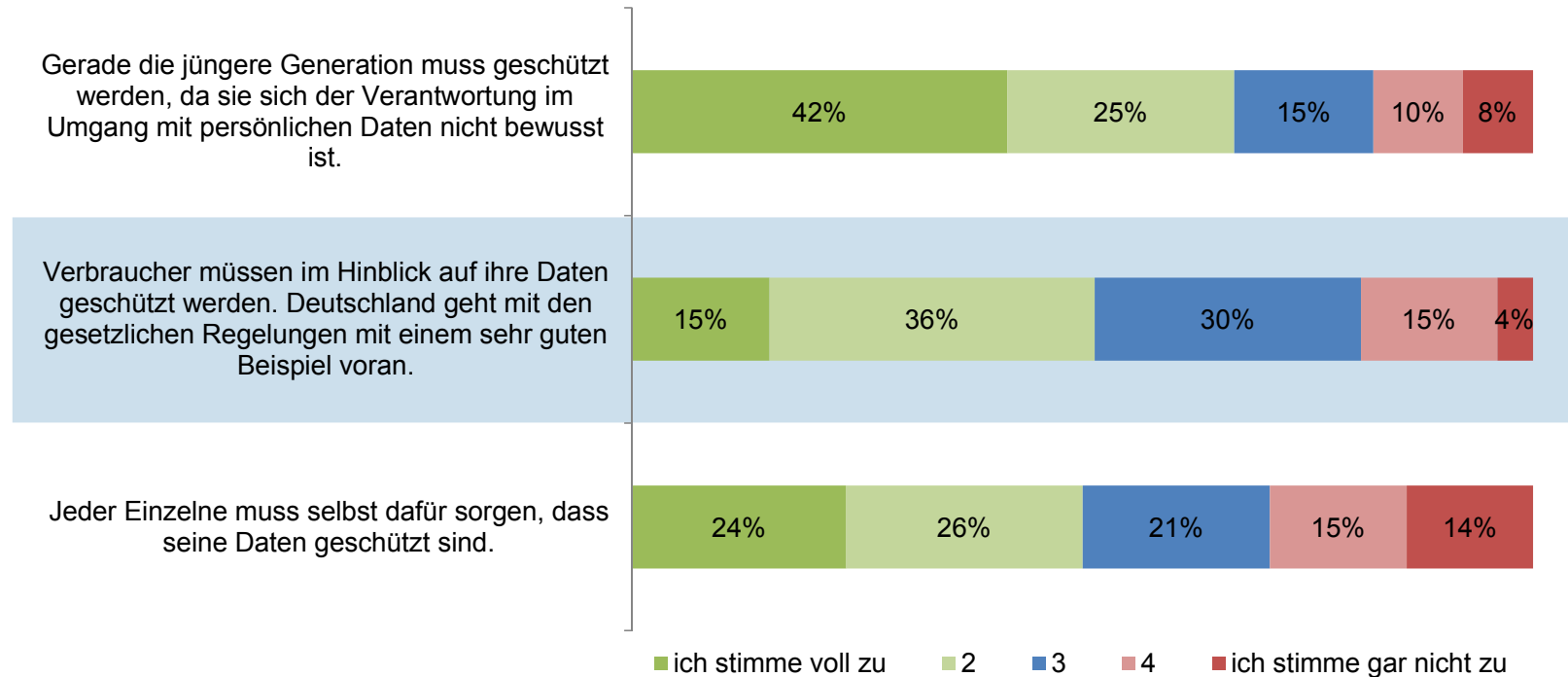




## 2 Datenschutz

# Für mehr als die Hälfte geht Deutschland mit den Datenschutz-Regelungen als gutes Beispiel voran

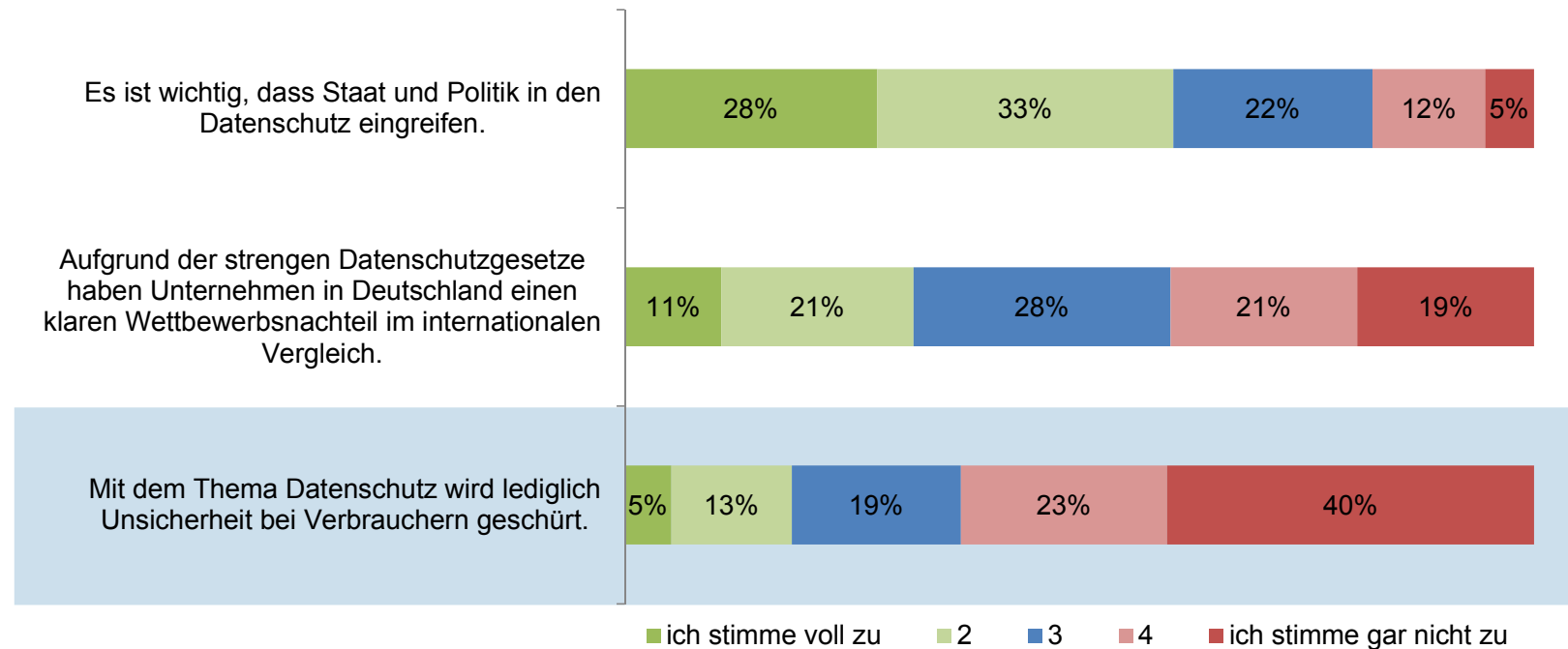
Bitte bewerten Sie folgende Aussagen bezüglich Ihrer Zustimmung.





# Das Thema Datenschutz wird ernst genommen: für mehr als 60 % ist es keine bloße Angstmacherei

Bitte bewerten Sie folgende Aussagen bezüglich Ihrer Zustimmung.



# Ausgewählte Teilnehmer-Stimmen zum Datenschutz

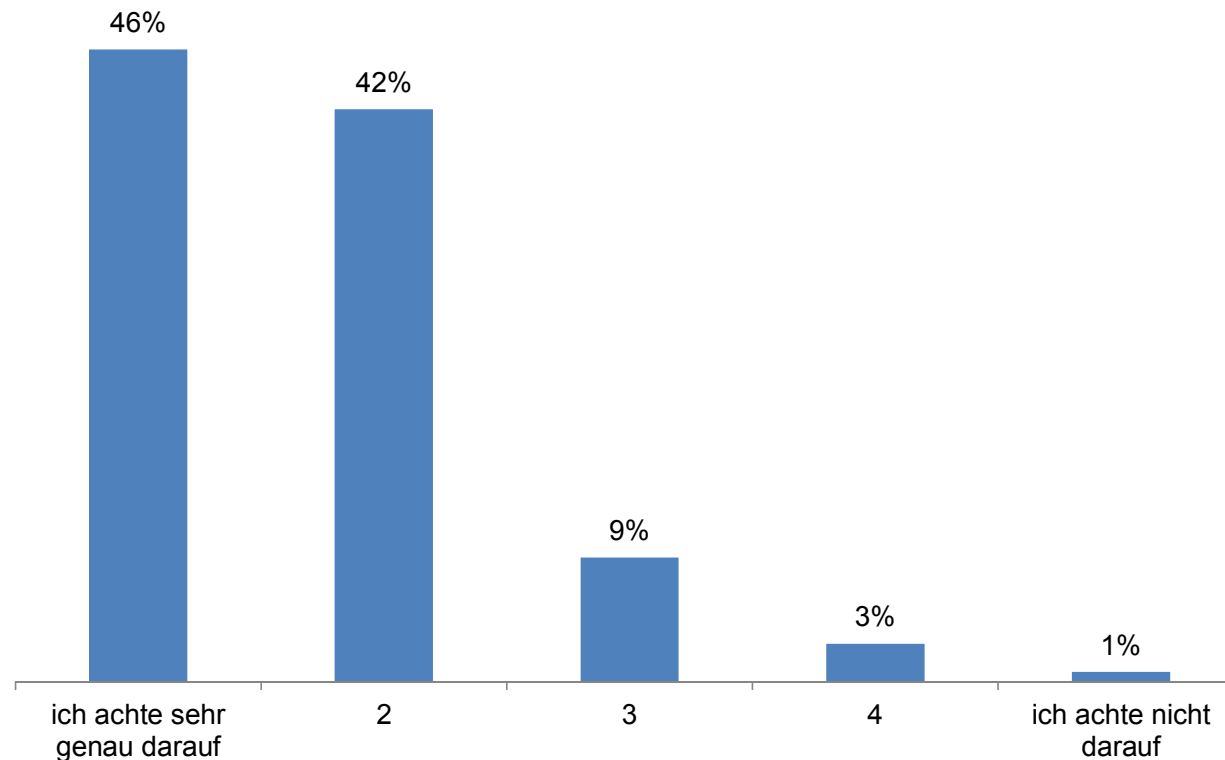
## Wenn Sie sich etwas wünschen dürften: Was sollte beim Datenschutz aus Ihrer Sicht unbedingt geändert werden? (Auswahl)

Bitte beachten Sie dass es sich nachfolgend um eine Auswahl anonymisierter, teilweise leicht redaktionell aufgearbeiteter Einzelmeinungen von Umfrageteilnehmern handelt. Diese sind z. T. stark subjektiv und „leidenschaftlich“ geprägt und spiegeln nicht die Ansichten und Einschätzungen der Autoren wider.

- „Realistische Datenschutz-Vorgaben auch unter Berücksichtigung der Eigenverantwortung jedes Einzelnen für seine Daten – keine Überregulierung.“
- „An sich ist der Datenschutz im eCommerce in Deutschland gut geregelt. Es muss einfach nur darauf geachtet werden, dass der Shop oder die Plattform vernünftig mit den Daten umgeht, d.h. dass keine Weitergabe stattfindet. Die Leute müssen selber aufpassen und sich mehr Gedanken machen, welche Daten sie wo angeben.“
- „Eine Art Altersbegrenzung für sehr junge Internetbenutzer, da sie ihr Handeln nicht vollumfänglich abschätzen können. Kinder können sich und ggf. ihre Familien oder auch Freunde in große Gefahr bringen, wenn unbedacht Daten veröffentlicht werden.“
- „Es sollte nicht sofort jeder ‚neue‘ Trend zu kritisch gesehen werden. Einerseits wollen Internet-User zwar Werbung angezeigt bekommen, die sie interessiert, aber auf der anderen Seite wollen viele keine Daten für das Steuern dieser Anzeigen zur Verfügung stellen.“
- „Leichtere Abfrage der gespeicherten Daten bei jedem Dienstleister, Anbieter, usw. – vor allem kostenfrei!“
- „Dass sich besonders soziale Netzwerke wie Facebook mehr um den Datenschutz ihrer Nutzer bemühen.“
- „Individualisierte Werbung halte ich für einen Segen, nicht für einen Fluch! So informiert Werbung mehr. Streuverfahren sind dagegen ein Ärgernis und für Anbieter und Kunde ein Produktivitätsverlust.“
- „Die Datenschutzgesetze sind so streng wie nie. Werbetreibenden fällt es schwer eigene Kunden zu kontaktieren. Das alles in einer Zeit, in der die Menschen öffentlich so viel von sich preisgeben wie noch nie! Da stimmt das Verhältnis nicht.“
- „Das Thema Datenschutz muss ganz zentral in das Thema Medienkompetenz an Schulen einfließen, die das endlich als zentrale Bildungsaufgabe begreifen müssen, die jungen Leute darauf vorzubereiten.“
- „Für die Transparenz/Informationspflicht was Online-Unternehmen mit Daten tun, braucht es klarere rechtliche Rahmenbedingungen. Andererseits kann dann auch mehr Freiraum gelassen werden. Eine Selbstverantwortung liegt schon auch beim Nutzer.“

# Der Großteil achtet genau darauf, welche persönlichen Daten im Internet angegeben werden

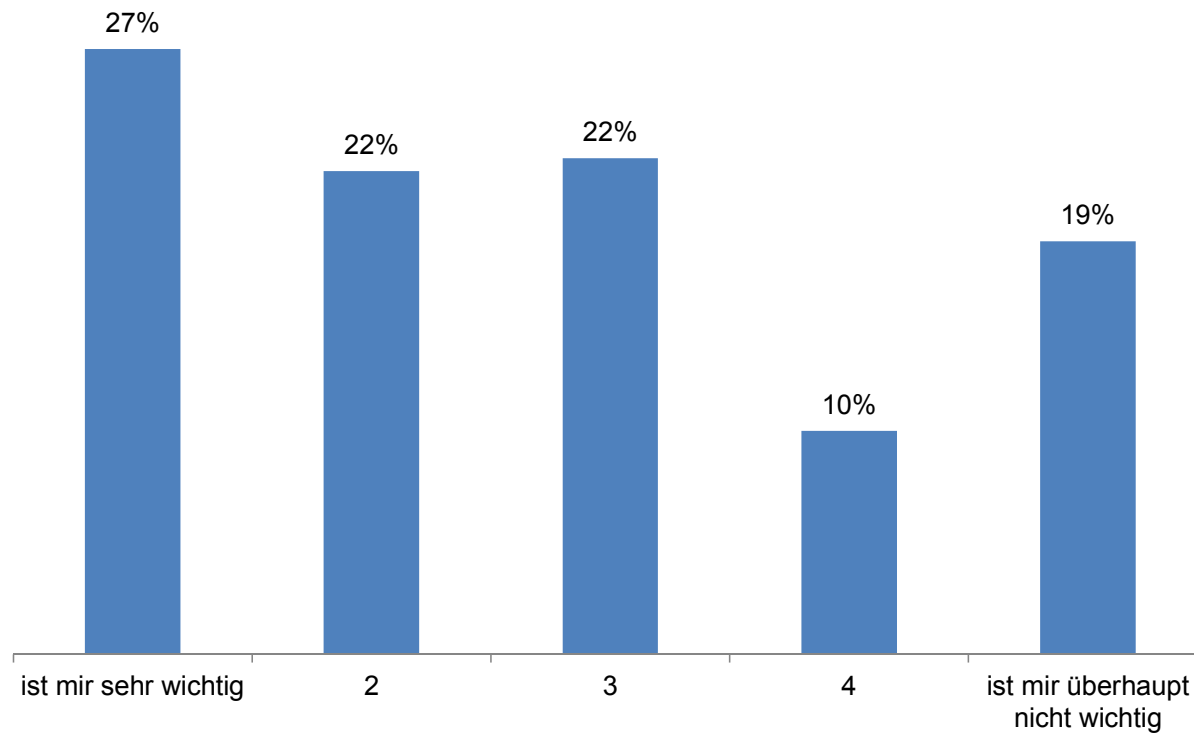
**Achten Sie im Internet darauf, welche Daten Sie von sich preisgeben?**



n=877

# Die Hälfte der Befragten würde in sozialen Medien gerne ein Pseudonym verwenden

Wie wichtig ist Ihnen die Möglichkeit, in sozialen Medien statt Ihres Klarnamens ein Pseudonym verwenden zu dürfen?

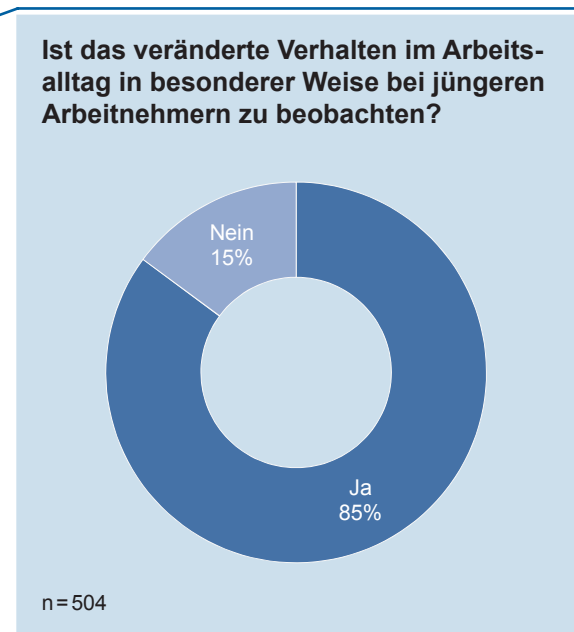
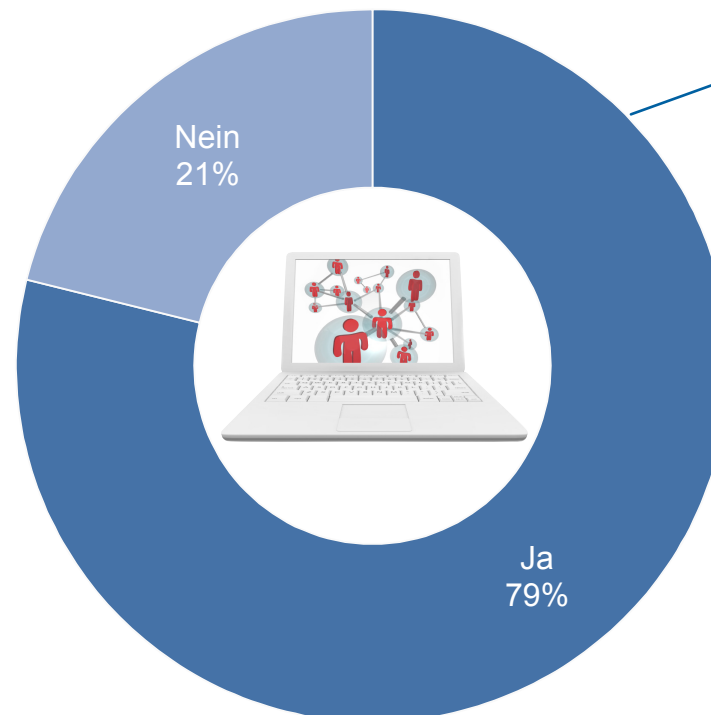




## 3 Soziale Medien im Arbeitsalltag

# 79 % sind der Ansicht, dass soziale Netzwerke zu einem veränderten Verhalten im Arbeitsalltag führen

**Ist aufgrund der Nutzung von sozialen Netzwerken allgemein ein verändertes Verhalten im Arbeitsalltag bemerkbar?**



# Ausgewählte Teilnehmerstimmen zur Verhaltensänderung im Arbeitsalltag

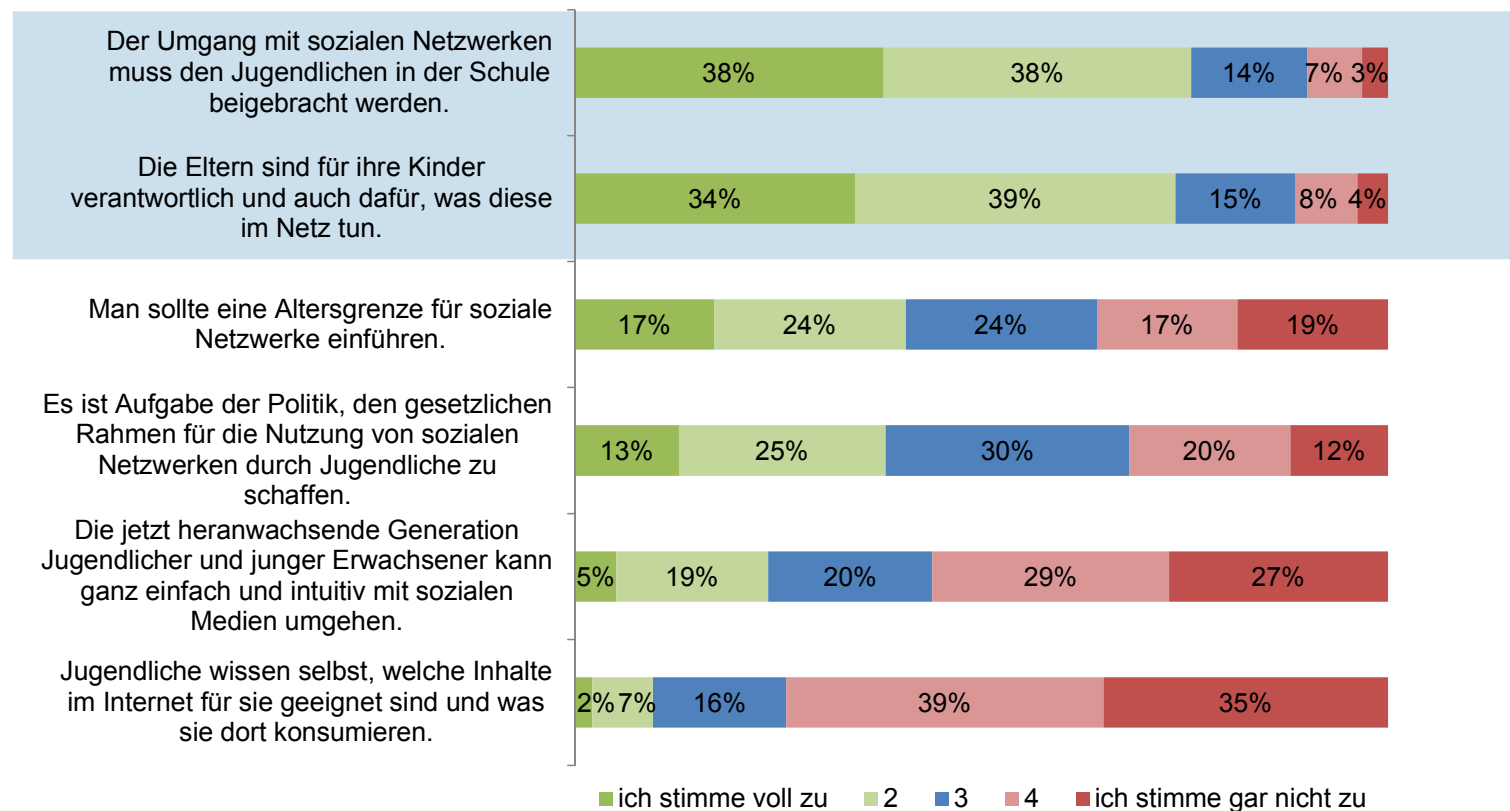
## Welche Veränderungen am Verhalten im Arbeitsalltag sind konkret bemerkbar?

Bitte beachten Sie dass es sich nachfolgend um eine Auswahl anonymisierter, teilweise leicht redaktionell aufgearbeiteter Einzelmeinungen von Umfrageteilnehmern handelt. Diese sind z. T. stark subjektiv und „leidenschaftlich“ geprägt und spiegeln nicht die Ansichten und Einschätzungen der Autoren wider.

- „Die Nutzung sozialer Netzwerke am Arbeitsplatz nimmt immer mehr zu, ohne dass die entsprechenden Kollegen zu verstehen scheinen, dass Privates von Arbeit getrennt werden sollte.“
- „Häufigeres Surfen im Internet statt Fokus auf Aufgaben“
- „Keine Kommunikation z. B. in der Pause, weil jeder mit dem Smartphone beschäftigt ist. Während der Arbeitszeit ‚mal eben‘ bei Facebook schauen, bei eBay bieten.“
- „Sehen die ‚Du-Form‘ als selbstverständlich an, mangelnde Konzentration/Aufmerksamkeit, Druck ständig up-to-date sein zu müssen; wenn ich arbeite, verpasse ich etwas bei Facebook & Co.“
- „Konzentrationsschwäche. Oft fehlt es an der Fähigkeit, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden.“
- „Lockerer Umgangston, kein direkter Respekt vor der Person.“
- „Übergänge von privat/beruflich werden fließender. Geschäftskontakte stellen Freundesanfragen in überwiegend privat genutzten sozialen Netzwerken.“
- „Offenheit, Kommunikationsbereitschaft, Transparenz“
- „Höflichkeiten fehlen, Texte sind unverständlich bzw. mehrdeutig formuliert, keine Entscheidungsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Konzentration gehen immer mehr verloren. Bei allen Altersgruppen feststellbar, bei jüngeren aber am meisten“
- „Negativ: Selbstverständlichere Distanzlosigkeit (Duzen, ‚kumpelhaftes Verhalten‘), teilweise unangebrachte Umgangsformen, Abgelenktheit. Positiv: Weiterdenken über den Moment hinaus, Extrovertiertheit.“
- „Nachrichten finden in Kurzform statt (z. B. 140 Zeichen)“
- „Man wird schneller zum ‚Freund‘ – der Umgangston ist weniger höflich. Und es ist schwieriger Privatleben und Beruf zu trennen, wenn man alle privaten Dinge von dem Kollegen aus seinem Profil kennt.“
- „In E-Mails werden viel mehr Abkürzungen und Smilies genutzt. Ein Großteil der Kommunikation läuft über elektronischem Wege anstatt in einem persönlichen Gespräch (selbst wenn die Büros unmittelbar nebeneinander sind bzw. die Leute sogar im gleichen Büro sitzen).“

# Für die Mehrheit der Befragten benötigen Jugendliche Anleitung für den Umgang mit sozialen Netzwerken

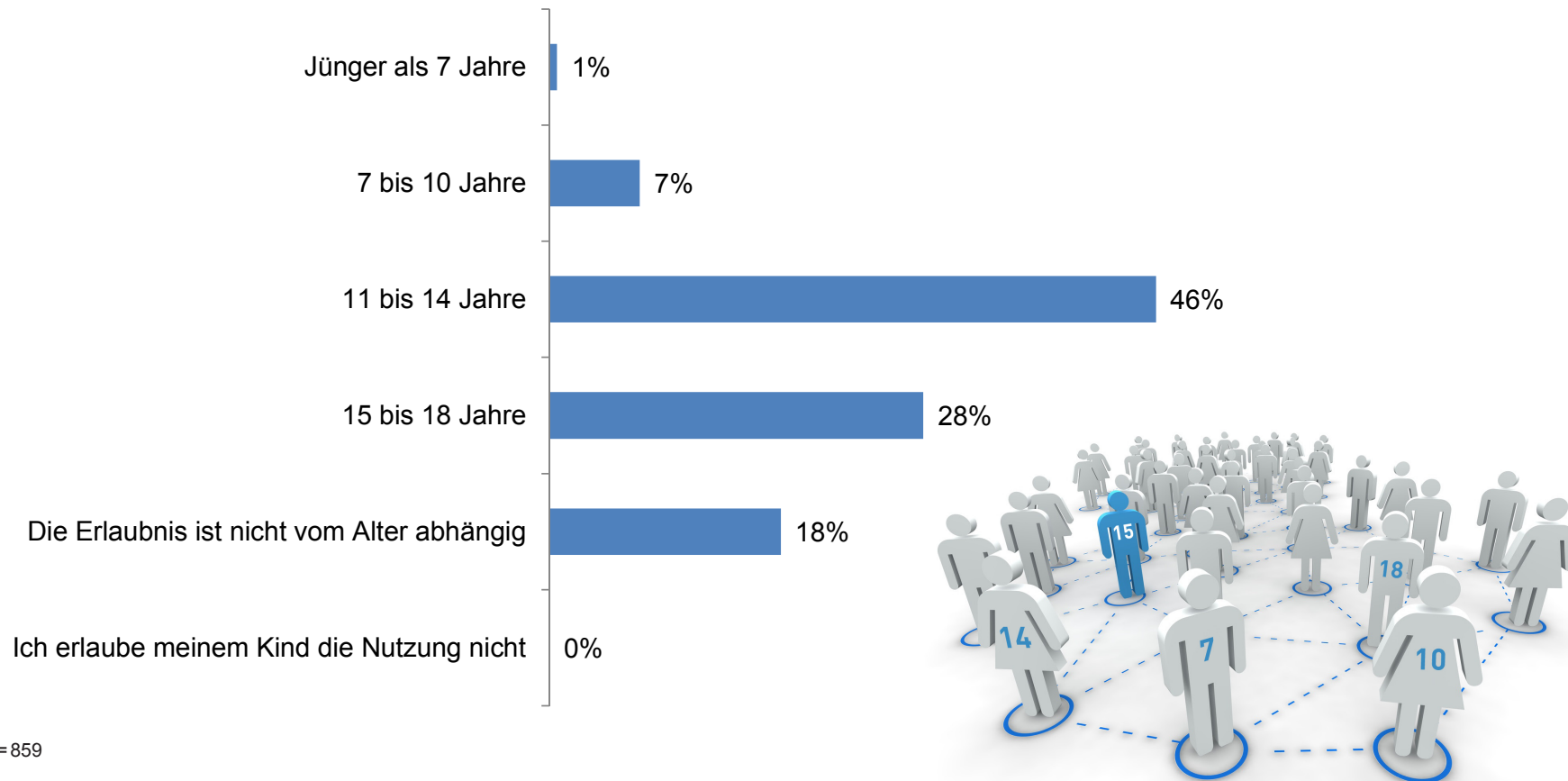
Bitte bewerten Sie folgende Aussagen bezüglich Ihrer Zustimmung.





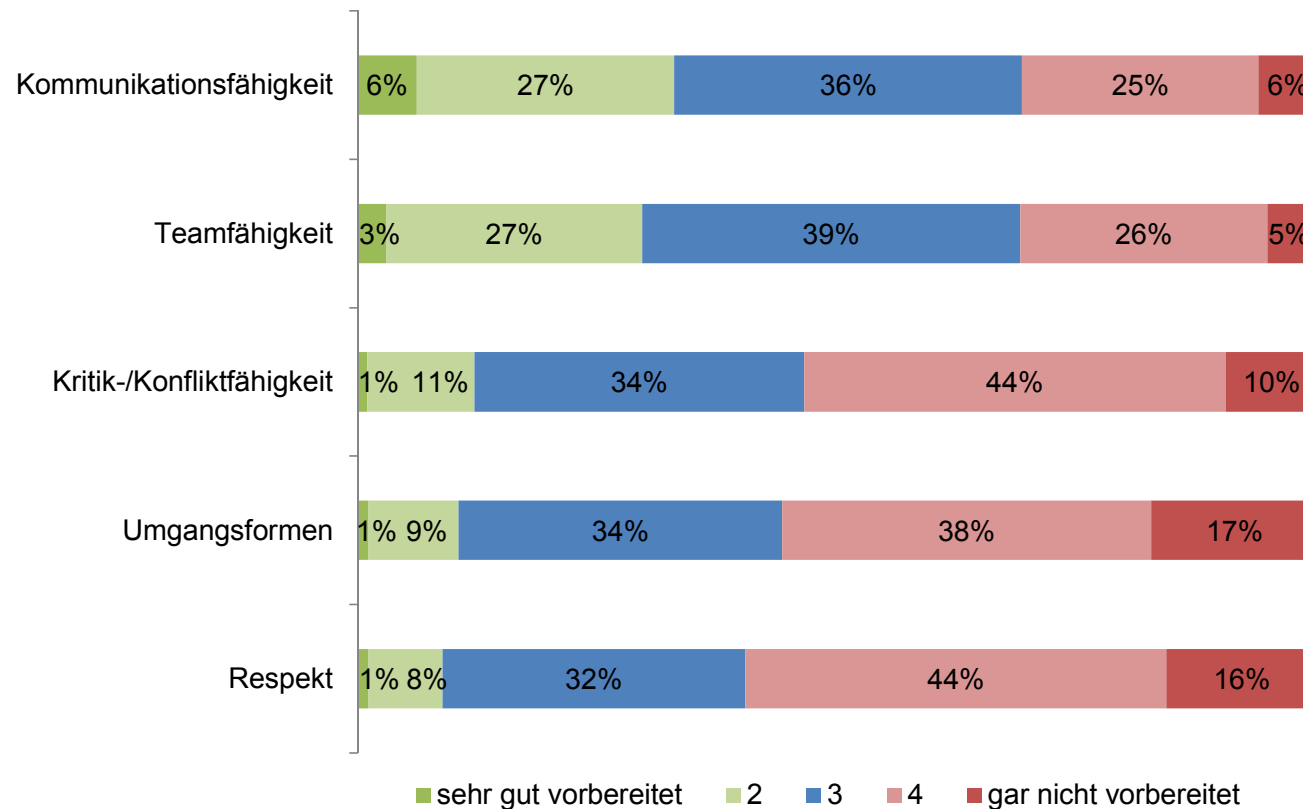
# 28 % erlauben dem eigenen Kind frühestens ab 15 Jahren die Nutzung sozialer Netzwerke

**Ab welchem Alter würden Sie Ihrem eigenen Kind erlauben, in sozialen Netzwerken aktiv zu sein?**



# Vorbereitung auf die Arbeitswelt: Jugendliche benötigen bessere Umgangsformen und Respekt

Bitte bewerten Sie, wie die jetzt heranwachsende Generation Jugendlicher hinsichtlich folgender Kriterien auf die Arbeitswelt vorbereitet ist.

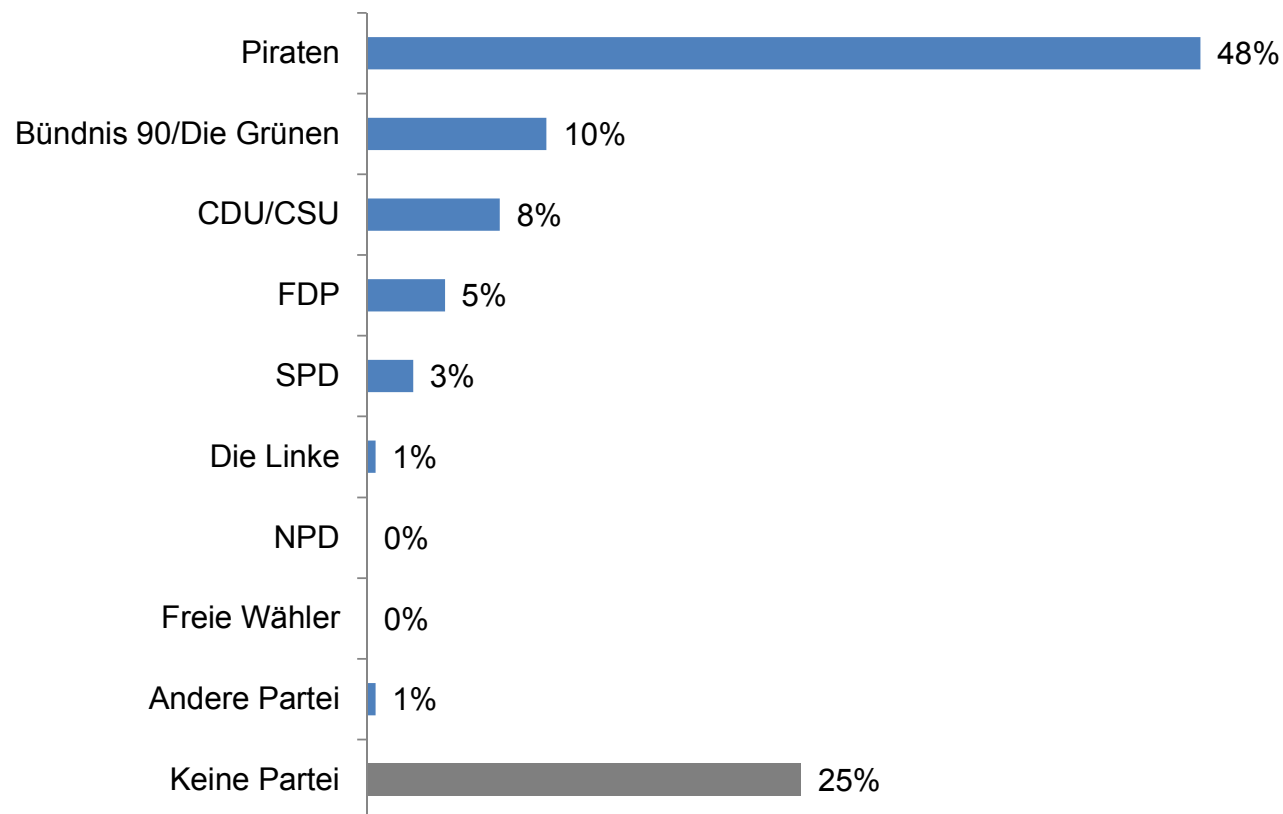




## 4 Politische Kompetenzfelder

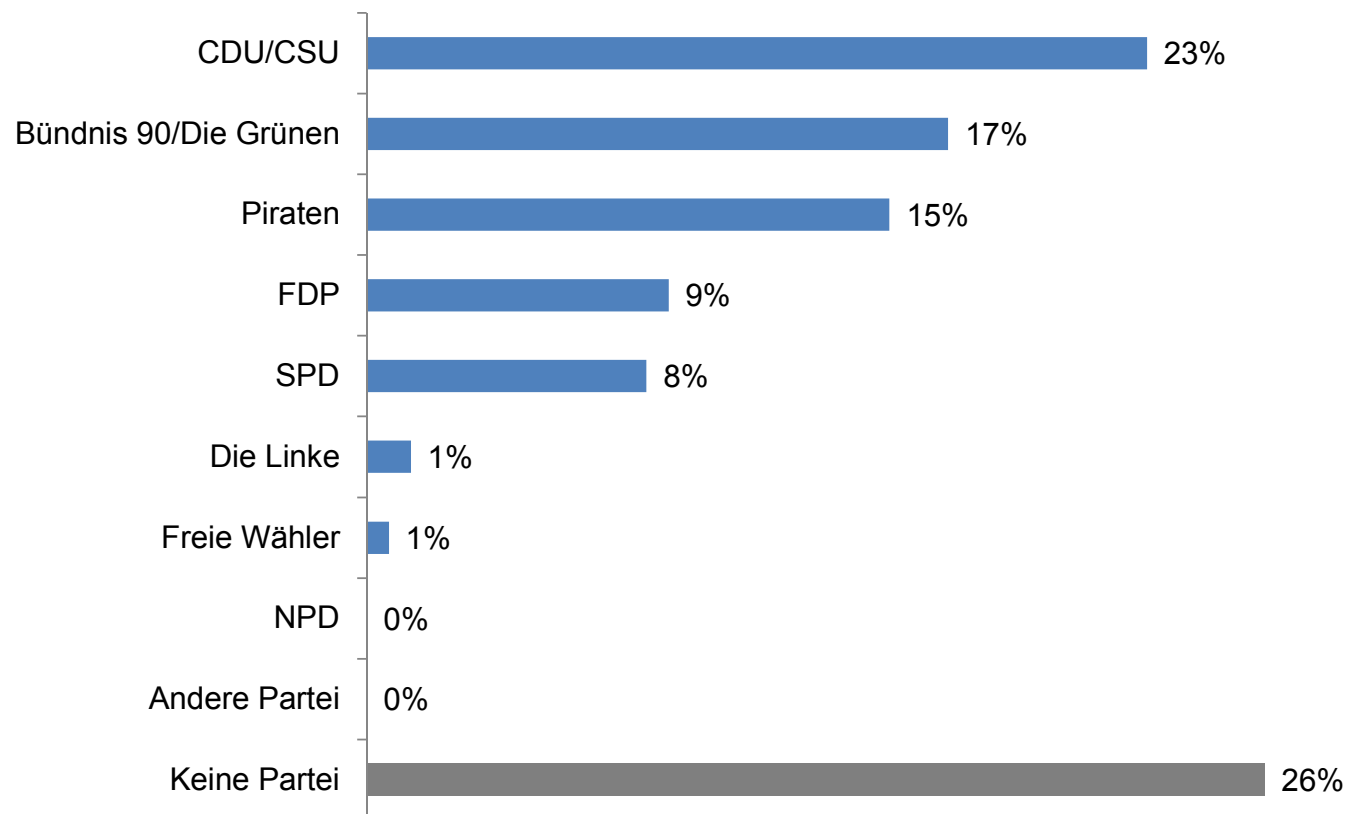
# Beim Thema Internet nehmen die Befragten größere Kompetenz bei den Piraten wahr

In diesem Jahr ist Bundestagswahl. Daher möchten wir gerne von Ihnen wissen, welche Partei für Sie die größte Kompetenz in den Bereichen Internet und digitale Medien besitzt?



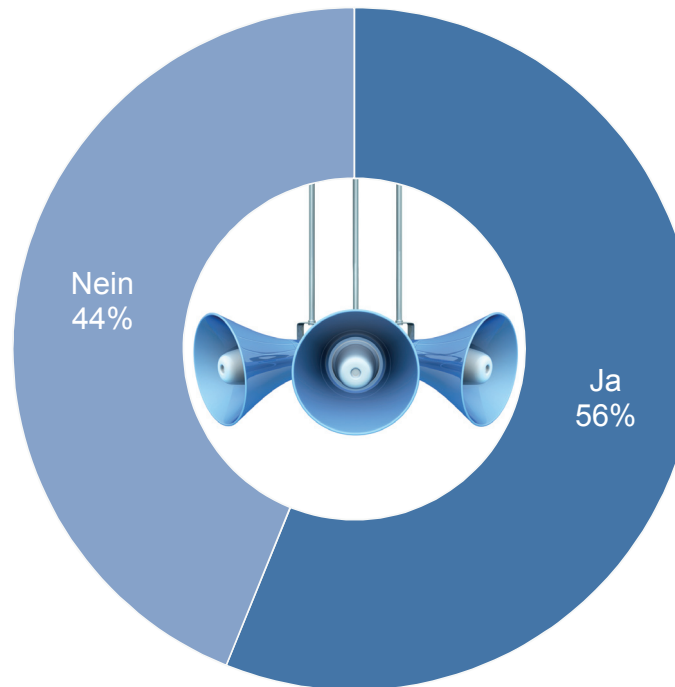
# Nach Ansicht von 26 % der Befragten setzt sich keine Partei besonders für den Datenschutz im Internet ein

Im Hinblick auf die Bundestagswahl: Welche Partei setzt sich Ihrer Meinung nach am besten für den Datenschutz im Internet ein?



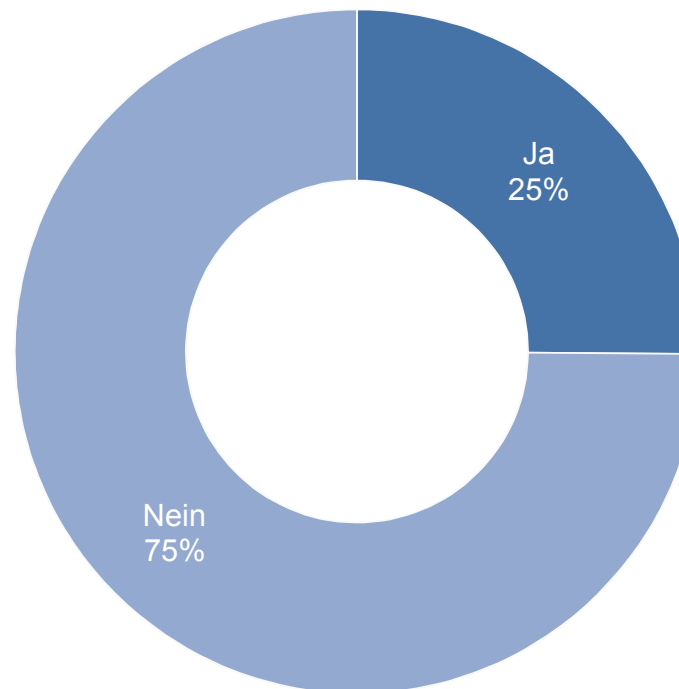
# Die Mehrheit wünscht sich mehr Beteiligungsmöglichkeiten an politischen Entscheidungen über Social Media

**Wünschen Sie sich mehr Möglichkeiten, an politischen Entscheidungen über Social Media mitreden zu können?**



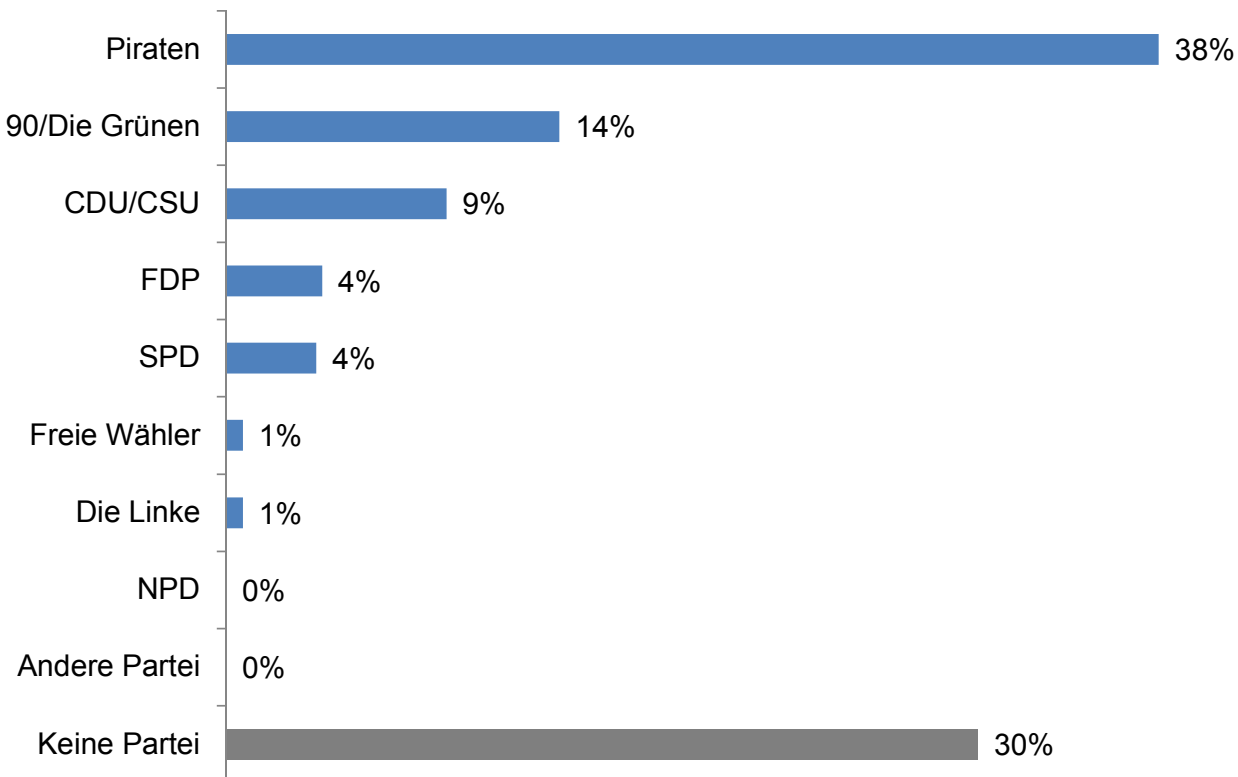
# An politischen Entscheidungen haben sich über Social Media aber nur ein Viertel der Befragten beteiligt

**Haben Sie sich schon einmal an der politischen Meinungsbildung über Social-Media-Kanäle beteiligt?**



# Der Piratenpartei wird von 38 % die beste Social-Media-Kompetenz zugesprochen

Welche Partei hat Ihrer Einschätzung nach die beste Social-Media-Kompetenz?





## Wünsche an die Politik

### Was wünschen Sie sich von der Politik? (Auswahl)

Bitte beachten Sie dass es sich nachfolgend um eine Auswahl anonymisierter, teilweise leicht redaktionell aufgearbeiteter Einzelmeinungen von Umfrageteilnehmern handelt. Diese sind z. T. stark subjektiv und „leidenschaftlich“ geprägt und spiegeln nicht die Ansichten und Einschätzungen der Autoren wider.

#### ■ Mehr Ehrlichkeit

„Mehr Offenheit und Ehrlichkeit.“

#### ■ Mehr Transparenz

„Beherzigt doch bitte: Kommunikationsüberfluss führt nicht zu mehr Transparenz.“

#### ■ Einfachere Gesetze

„Dafür sorgen, dass die Gesetze weniger, logischer und allgemeingültiger werden.“

#### ■ Inhaltliche Kompetenz

„Internetkompetenz zeichnet sich nicht durch eine extreme Präsenz in Social Media aus. Die Politik sollte mehr auf die Inhalte achten und nicht nur mit Effekten ‚spielen‘.“

#### ■ Für den Datenschutz

„Mehr Einsatz hinsichtlich Datenschutz in Social Networks, mehr Aufklärung durch Schulen und einheitliche Regeln für alle Social-Network-Betreiber“

#### ■ Für Online-Händler

„Dass Onlinehändler sich fühlen können wie Ladenhändler – diese haben auch nicht ihre AGBs hinter sich hängen, die in Wortspaltereien zerrupft wird.“

„Es dem Onlinehandel einfacher machen. Aus kleinen Online-Firmen sind schon viele Arbeitsplätze geschaffen worden. Mittlerweile traut man sich nicht ohne Rechtsbeistand im Internet zu ‚husten‘.“

„Mehr Aufmerksamkeit fürs WWW & E-Commerce, Standards für bessere Produktinformationen im Netz und Maßnahmen zur Medienkompetenzbildung.“



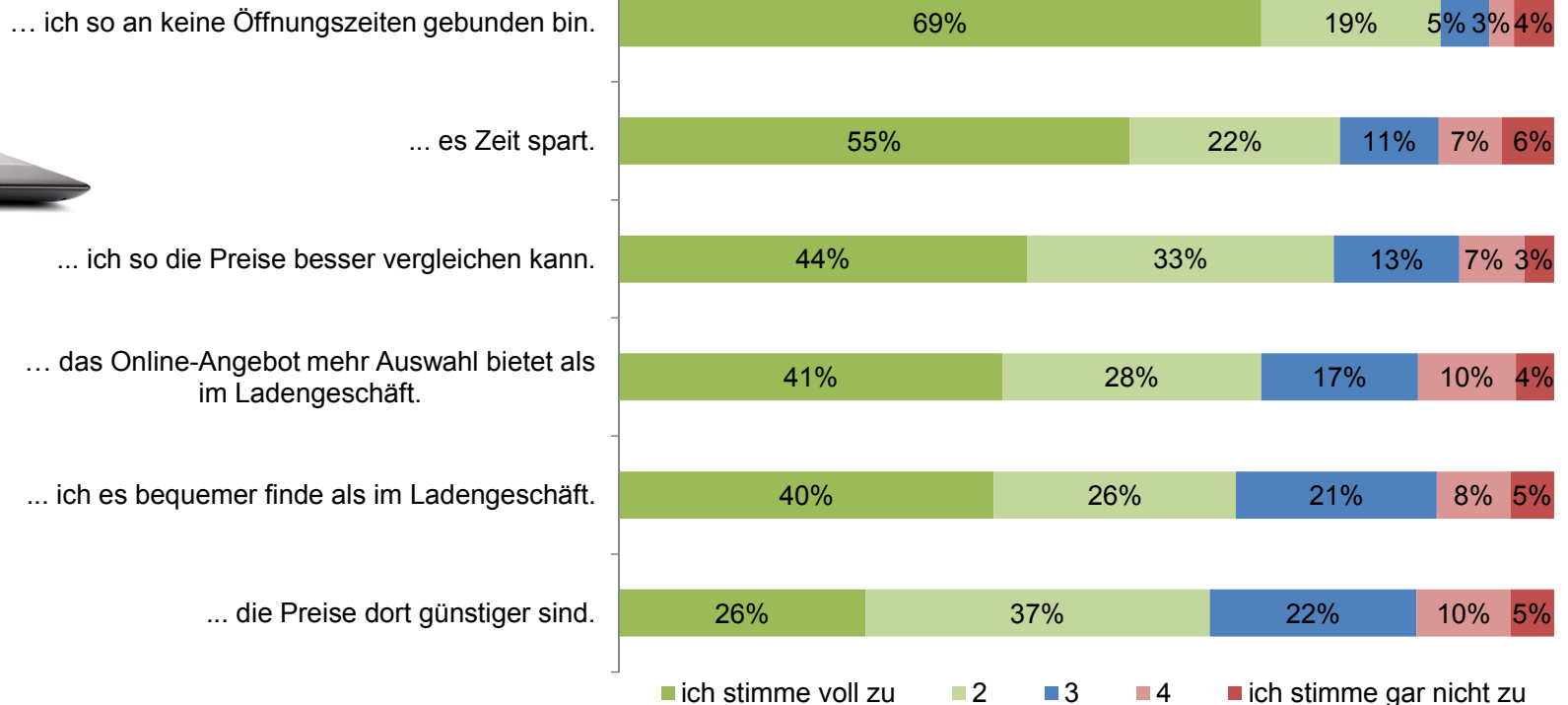
## 5 Ergebnisse zum Online-Einkauf

# Unabhängigkeit von Öffnungszeiten ist der Hauptgrund für den Online-Einkauf

Bitte bewerten Sie folgende Aussagen bezüglich Ihrer Zustimmung.

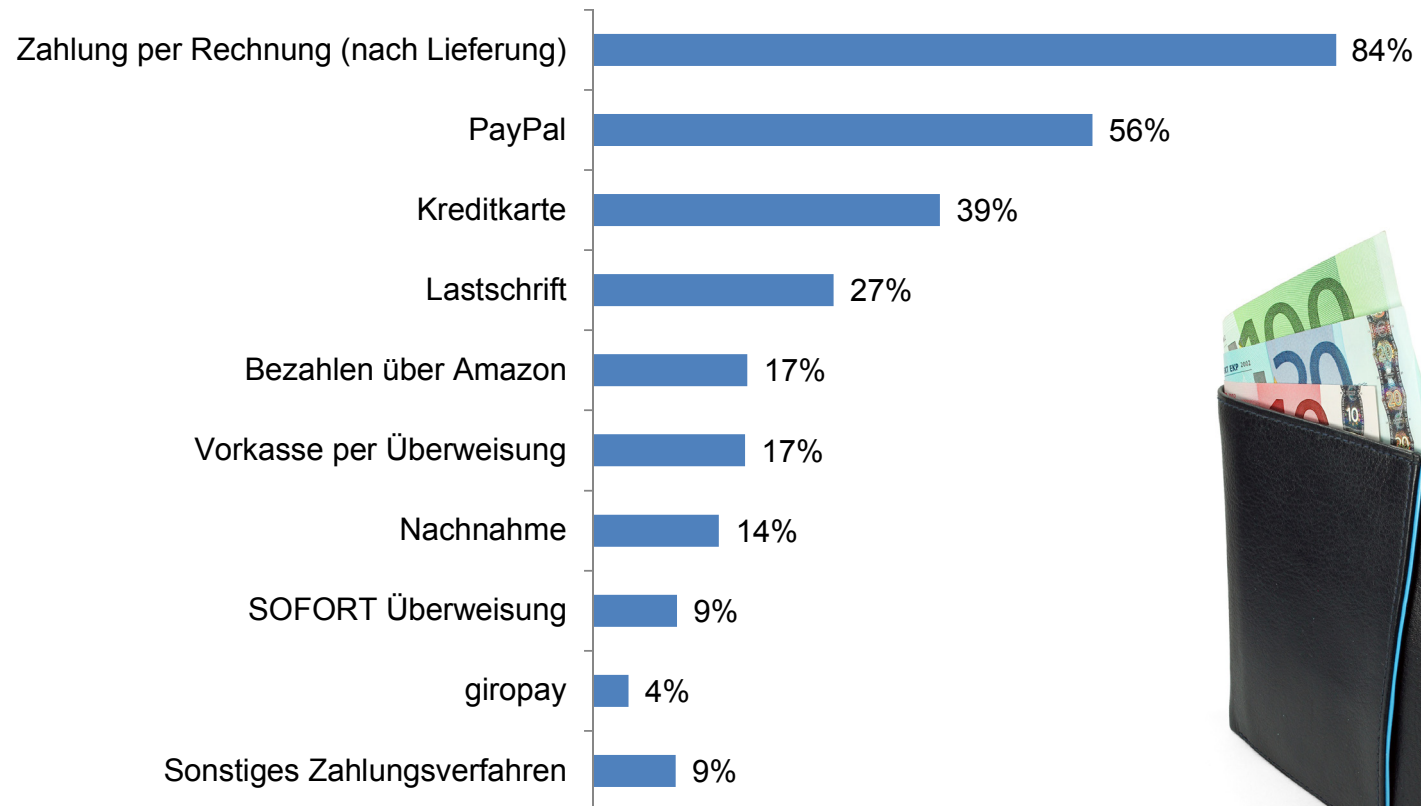


## Ich kaufe online, weil ...



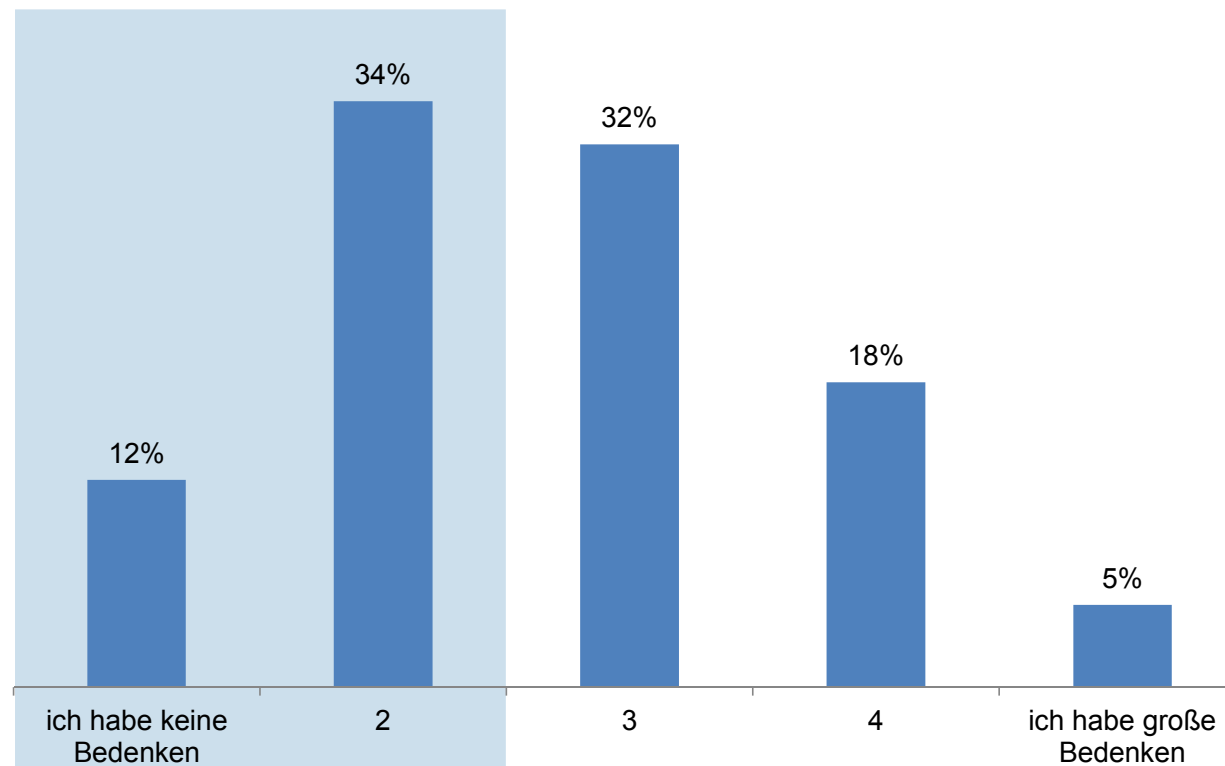
# Nach der Rechnung fühlen sich Kunden beim Bezahlen mit PayPal und Kreditkarte am sichersten

**Wenn Sie im Internet einkaufen: Bei welchen 3 Zahlungsarten fühlen Sie sich persönlich am sichersten?**



# 46 % haben wenig oder keine Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit beim Online-Einkauf

Beim Online-Einkauf: Haben Sie Bedenken bezüglich der Datensicherheit?



n=882

# Jeder Achte hatte bisher schlechte Erfahrungen mit der Datensicherheit beim Online-Einkauf

Haben Sie persönlich bereits schlechte Erfahrungen mit der Datensicherheit beim Online-Kauf gemacht?

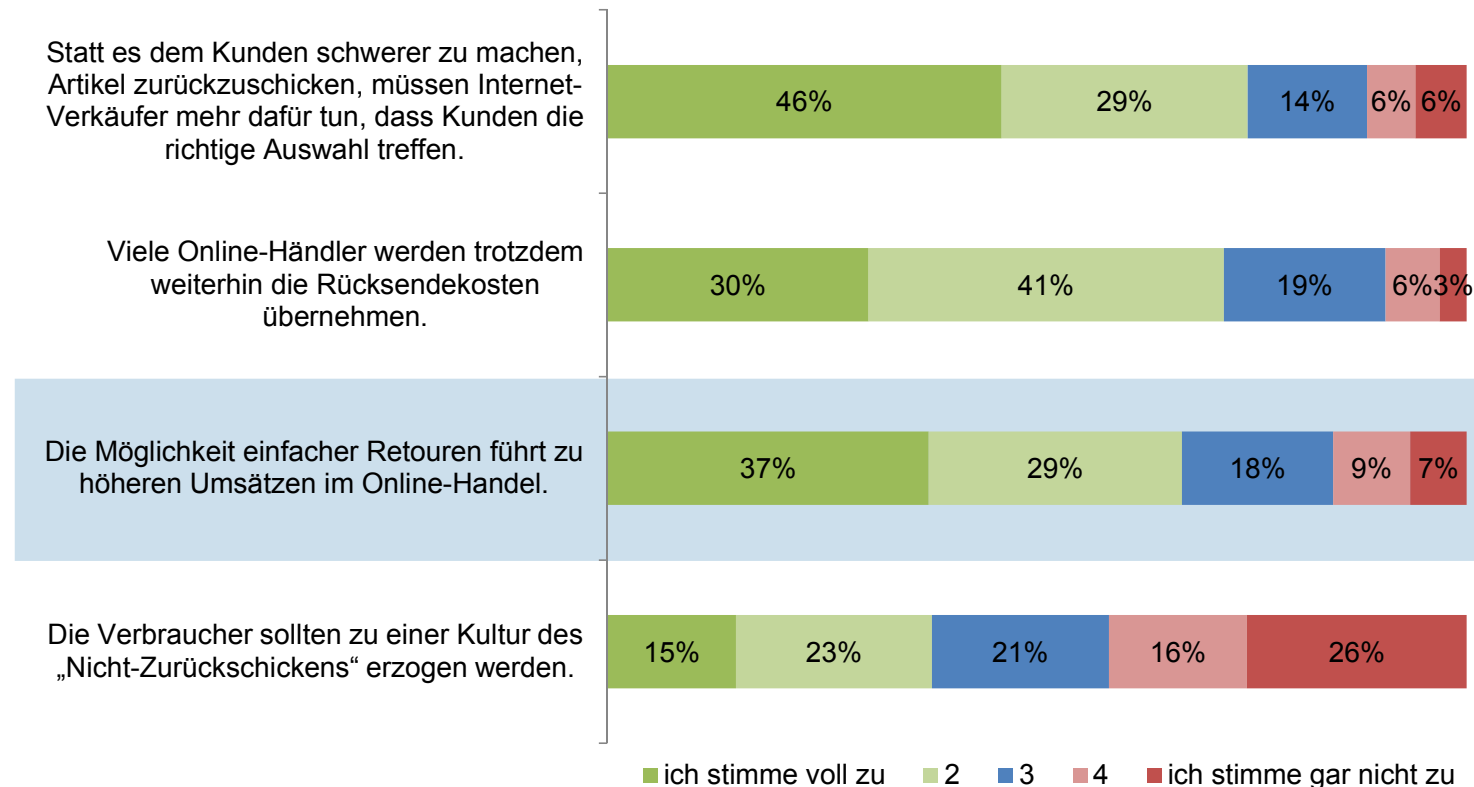


#### Ausgewählte schlechte Erfahrungen

- Unerwünschte Werbemails, Newsletter und Spam-Mails
- Missbrauch der Kontodaten
- Abo-Falle
- Unerwünschte Weitergabe der Daten an Dritte
- Phishing
- Bestätigungs-Mail enthält Passwort im Klartext
- Unverschlüsselte Seiten

# Zwei Drittel glauben, dass die Möglichkeit einfacher Retouren zu mehr Umsatz im Online-Handel führt

**Die neue EU-Verbraucherrecht-Richtlinie gibt Versandhändlern bald die Möglichkeit, bei Retouren die Kosten der Warenrücksendung unabhängig vom Bestellwert auf den Kunden zu übertragen. Bitte bewerten Sie folgende Aussagen bezüglich Ihrer Zustimmung.**



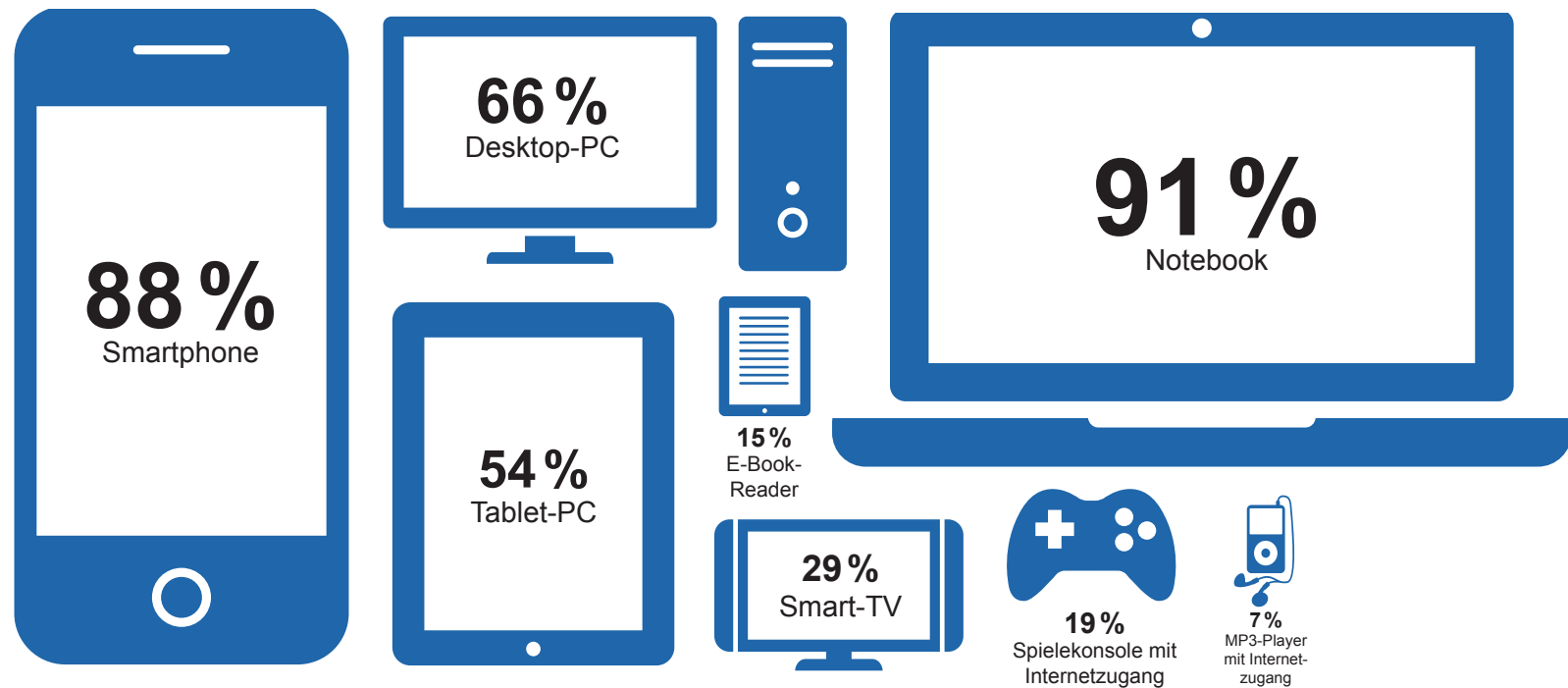


## 6 Geräte- und Mediennutzung



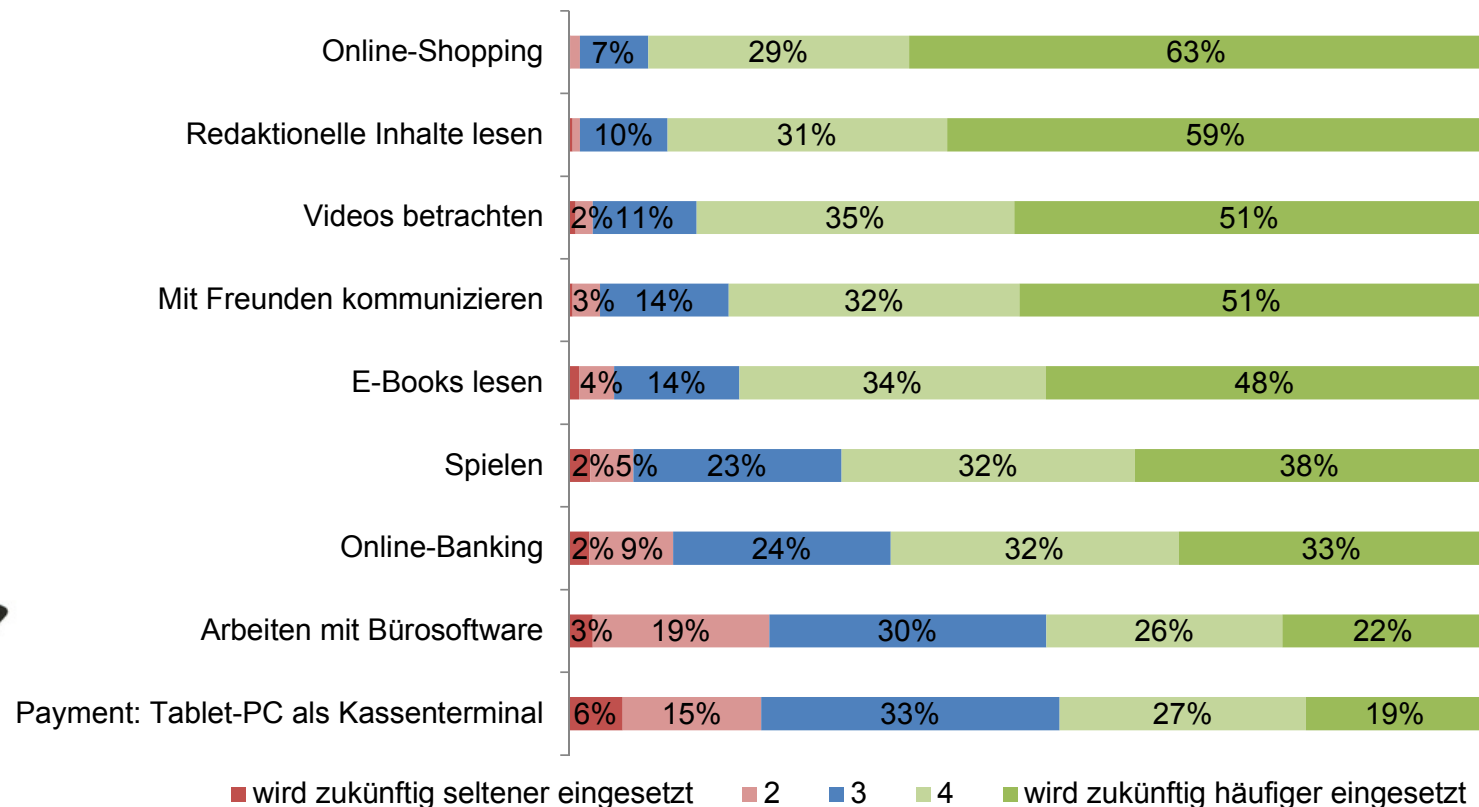
# Etwa drei von zehn nutzen bereits ein Fernsehgerät mit Internetzugang (Smart-TV)

Welche der folgenden Geräte nutzen Sie?



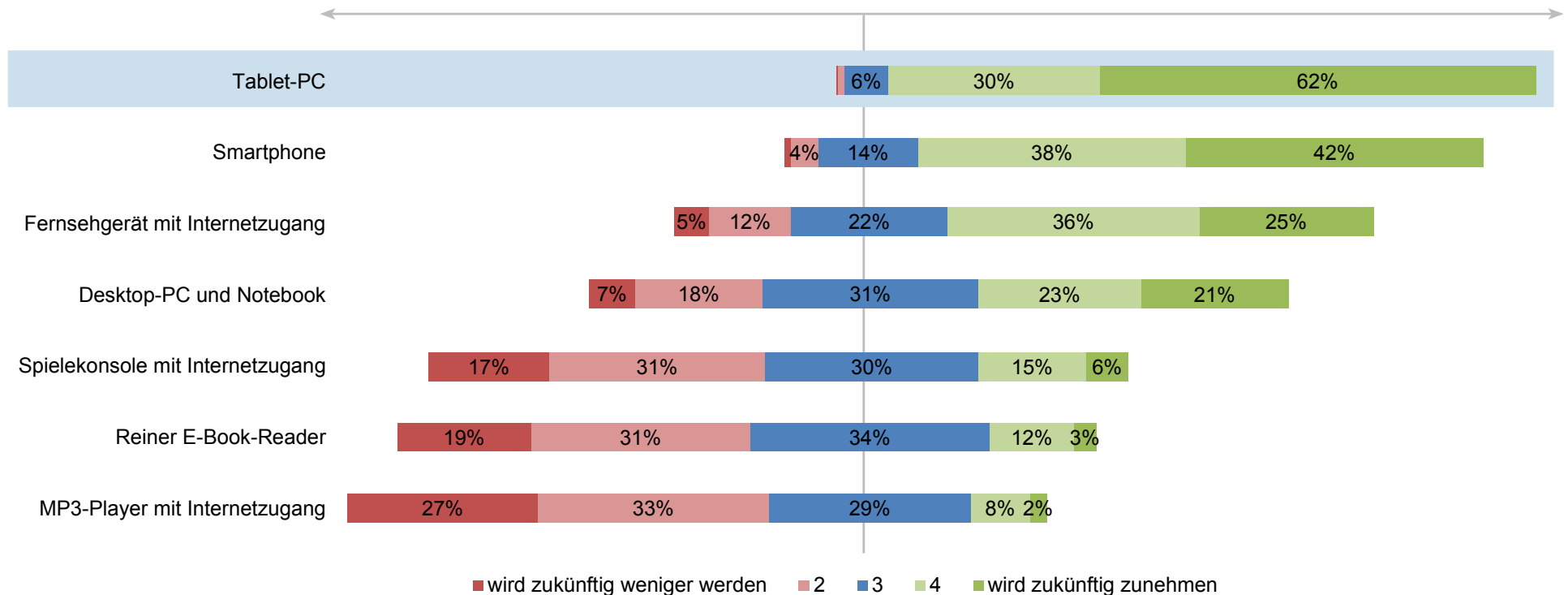
# Arbeiten mit Bürosoftware hat auf Tablet-PCs eine geringere Bedeutung

Wie wird sich die Nutzungshäufigkeit von Tablet-PCs in den folgenden Bereichen zukünftig verändern?



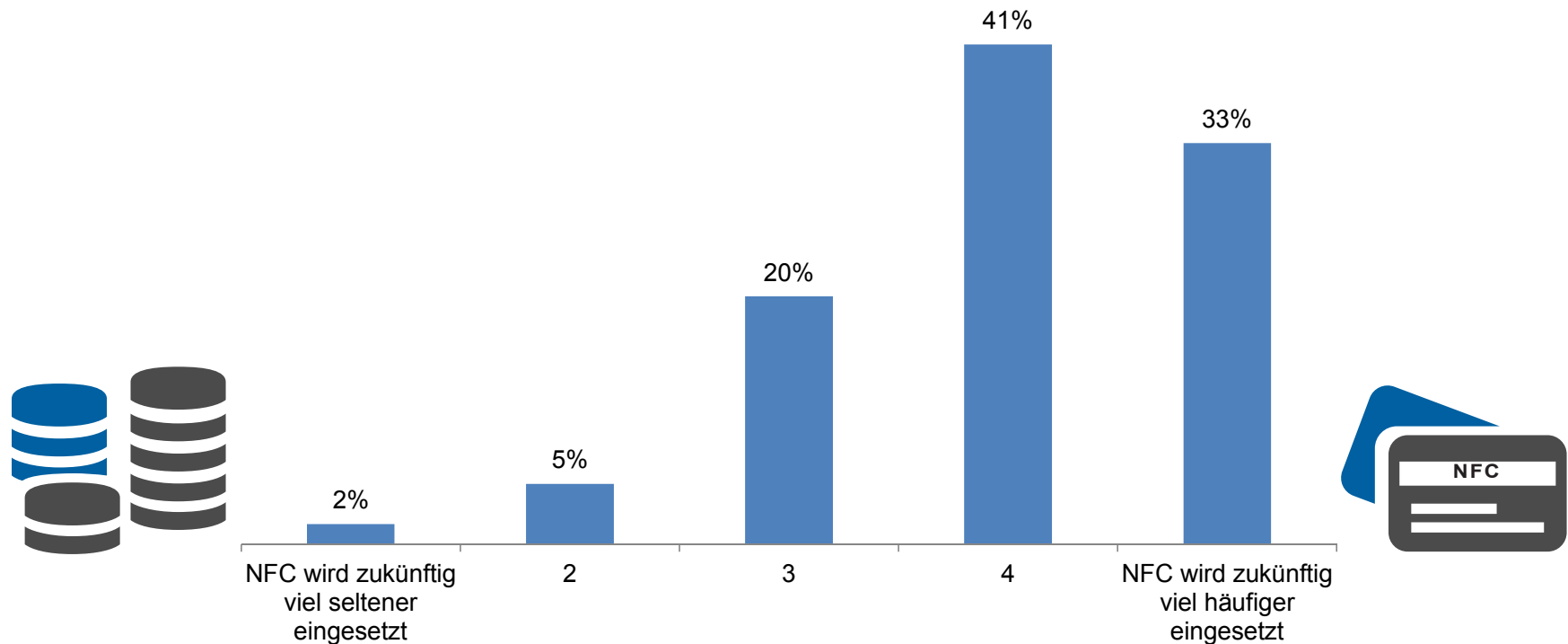
# Tablet-PCs werden zukünftig noch häufiger für den Online-Einkauf eingesetzt

Ihrer Einschätzung nach: Wie häufig werden die folgenden Geräte in Zukunft für das Online-Shopping eingesetzt?



# NFC-gestützte Bezahlungsmöglichkeiten haben ein großes Potenzial für die Nutzung im Ladengeschäft

Ihrer Einschätzung nach: Wie wird sich die Nutzungshäufigkeit NFC-fähiger Karten oder Mobiltelefone zum Bezahlen im Ladengeschäft zukünftig verändern?

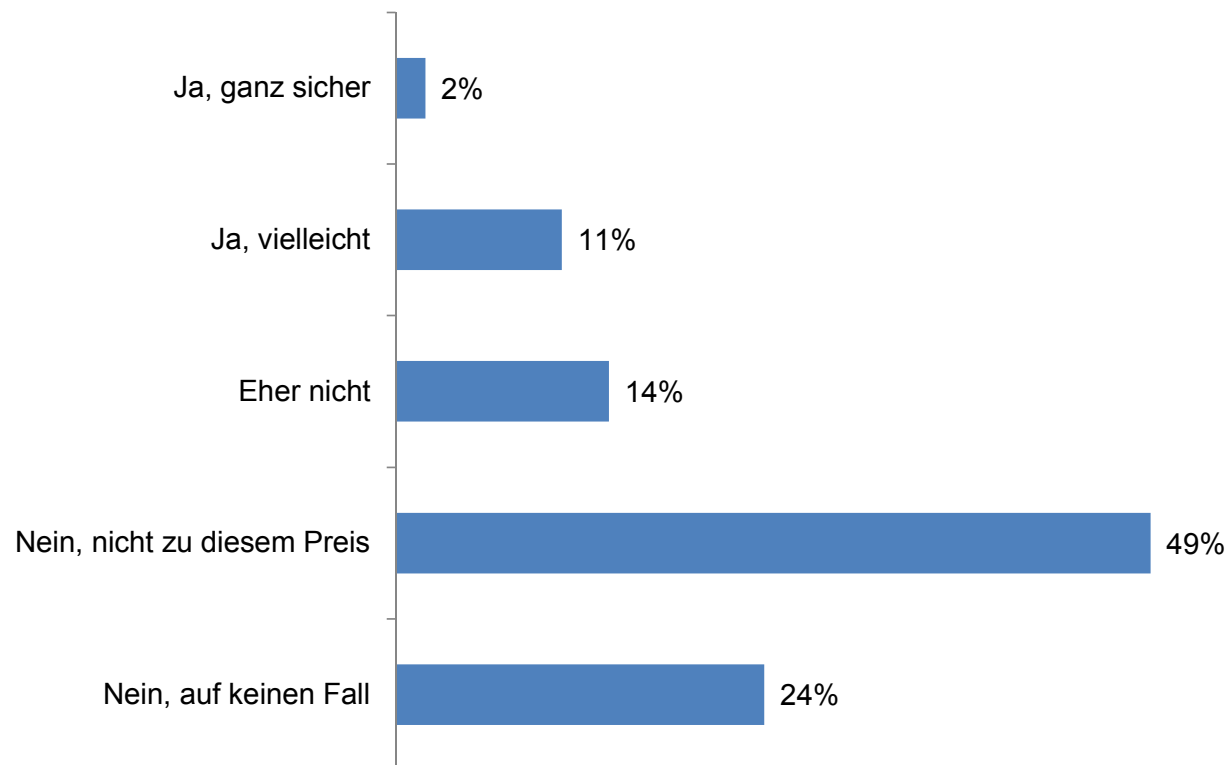




# 7 Digitale Inhalte

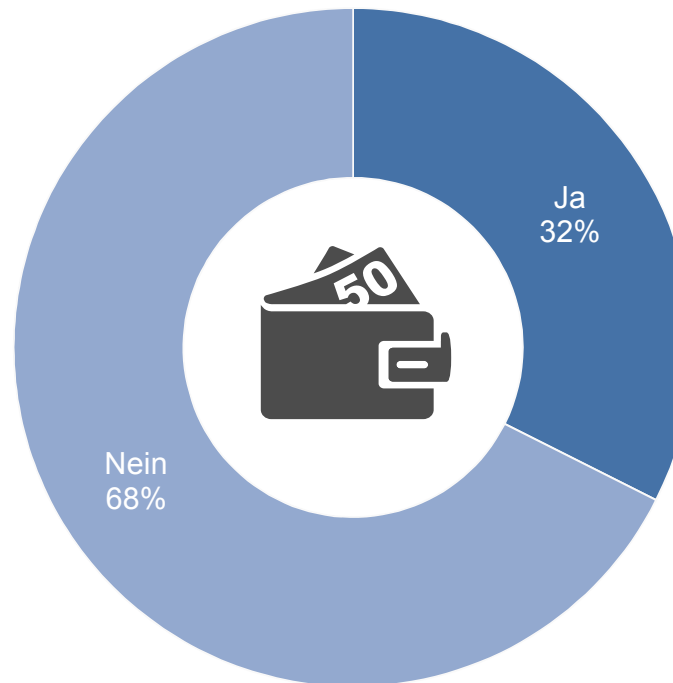
# Nur ein knappes Viertel der Befragten lehnt ein Abonnement digitaler Zeitungsinhalte grundsätzlich ab

**Wenn alle deutschen Zeitungsverlage jeweils 30 EUR im Monat für die Nutzung des redaktionellen Teils ihres Online-Angebots erheben würden, wären Sie bereit, ein Abonnement für die Inhalte einer Zeitung abzuschließen?**



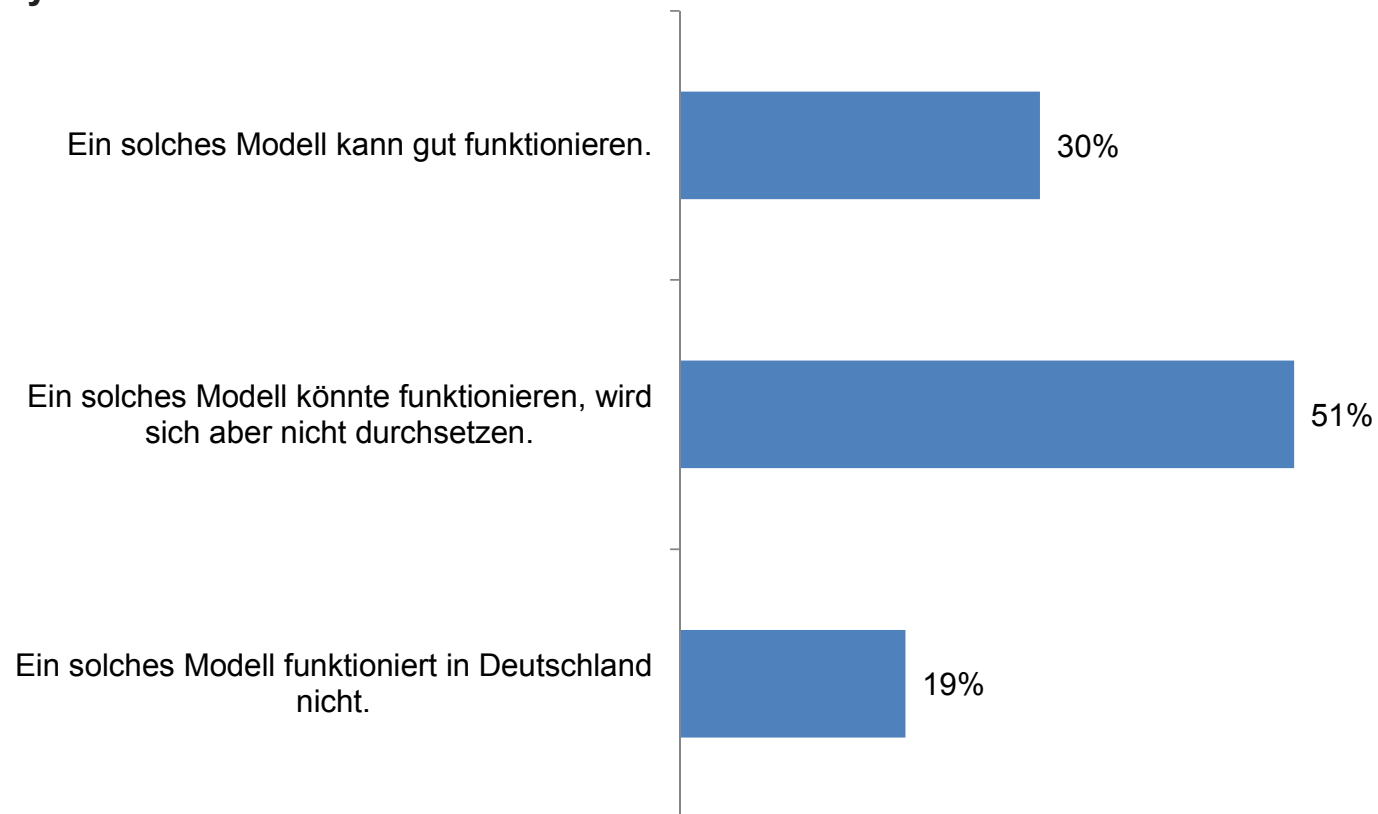
# Knapp ein Drittel hat im Internet schon einmal Geld für redaktionelle Inhalte ausgegeben

**Haben Sie schon einmal für einen Blog-Eintrag, einen Nachrichtenartikel oder vergleichbaren Inhalt, den Sie online betrachtet haben, bezahlt oder gespendet?**



# 30 % glauben, dass das Paywall-Modell in Deutschland gut funktionieren kann

**Wie schätzen Sie ein Modell ein, bei dem Zeitungsverlage in Deutschland eine Gebühr erheben für das Betrachten von redaktionellen Inhalten ihres Online-Angebots, eine sog. Paywall?**





# Ausgewählte Teilnehmerstimmen zum Paywall-Modell

## Wie schätzen Sie ein Modell ein, bei dem Zeitungsverlage in Deutschland eine Gebühr erheben für das Betrachten von redaktionellen Inhalten ihres Online-Angebots, eine sog. Paywall? (Auswahl)

Bitte beachten Sie dass es sich nachfolgend um eine Auswahl anonymisierter, teilweise leicht redaktionell aufgearbeiteter Einzelmeinungen von Umfrageteilnehmern handelt. Diese sind z. T. stark subjektiv und „leidenschaftlich“ geprägt und spiegeln nicht die Ansichten und Einschätzungen der Autoren wider.

### Pro

- „Mehrwert durch Video-Streams; diese machen die digitale Ausgabe mit demselben Ausgabepreis im Vergleich zur Print-Ausgabe ebenso interessanter.“
- „Der Erfolg hängt davon ab, ob die Zeitungsverlage geschlossen auftreten.“
- „Warum sollte ein Redakteur seine Arbeit auf hohem Niveau machen, wenn er/sie annehmen muss, dass er nicht auf dem gleichen Niveau bezahlt wird. Es sollte keine kostenlosen Angebote für hochwertige Inhalte mehr geben.“
- „Setzt sich nur durch, wenn die Inhalte auf digitale Medien optimiert werden. Ein ‚Abklatsch‘ ist nicht sehr viel wert.“
- „Am Ende vertraut der Leser auf gut recherchierte Artikel, daher wird sich Qualitätsjournalismus NEBEN kostenlosen Angeboten auch online rentieren. Qualität kostet (meist) auch etwas. Zeitungen müssen es aber schaffen ihre Professionalität sichtbar zu machen.“

### Contra

- „Die Gesellschaft findet schon kaum Zeit zur Zeitung zu greifen und sich neben der Arbeit her zu bilden. Eine Paywall könnte dieses noch verstärken, da nicht jeder Wissbegierige auch zahlungsbereit ist. Somit wird die Gesellschaft irgendwann nur noch zu freien Blogs tendieren und sich eben nicht mehr weiterbilden, wie es einst durch die Tageszeitung der Fall war.“
- „Ich kann mir nur schwer vorstellen, dass zahlreiche Menschen bereit sind, für Qualität in diesem Bereich wirklich Geld auszugeben, wenn oberflächlichere Informationen zeitgleich kostenlos zur Verfügung stehen. Es mag Ausnahmen geben, aber ob sich das dann rechnet?“
- „Solange es Anbieter gibt, deren Inhalte vergleichbar, aber für den Konsumenten kostenneutral sind, wird sich ein solches Angebot nicht durchsetzen. Einzige Möglichkeit wäre eine einheitliche Lösung.“



## 8 Fazit und Ausblick

## Fazit und Ausblick

Die Ergebnisse der Studie haben gezeigt, dass die fortschreitende Digitalisierung große Auswirkungen auf viele Gesellschaftsbereiche hat. Zum einen eröffnen sich durch neue Technologien und Geräte viele Möglichkeiten, um Bestehendes zu vereinfachen oder Neues entstehen zu lassen. Hier ist besonders der verstärkte Einsatz von Tablet-PCs und Smart-TVs, aber auch das große Potenzial NFC-gestützter Bezahlverfahren zu nennen.

Erfreulicherweise zeigt sich, dass das Thema Datenschutz sehr ernst genommen wird. Schlechte Erfahrungen mit der Sicherheit der eigenen Daten beim Online-Einkauf hatte nur ein kleiner Teil der Befragten. Der Großteil achtet auf seine persönlichen Daten und sieht zudem die gesetzlichen Regelungen in Deutschland zum Datenschutz positiv.

Allerdings nehmen die Befragten auch wahr, dass sich die Parteien in Deutschland in den Bereichen Datenschutz, Internet und digitale Medien noch stärker engagieren könnten.

Spannend bleibt auch, wie sich die Nutzung digitaler Inhalte und das vieldiskutierte Paywall-Modell weiter entwickeln wird, zumal eine gewisse Bereitschaft erkennbar ist, auch im Internet für redaktionelle Inhalte Geld auszugeben.

Aus Sicht der Befragten hat die Nutzung sozialer Netzwerke sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf das Verhalten im Arbeitsalltag. Zum einen werden größere Kommunikationsbereitschaft und Transparenz als Folge wahrgenommen, aber auch mangelnde Höflichkeit wird hier genannt. Gerade für die Generation der Heranwachsenden wird eine Begleitung und Unterstützung im Umgang mit sozialen Medien für wichtig erachtet.

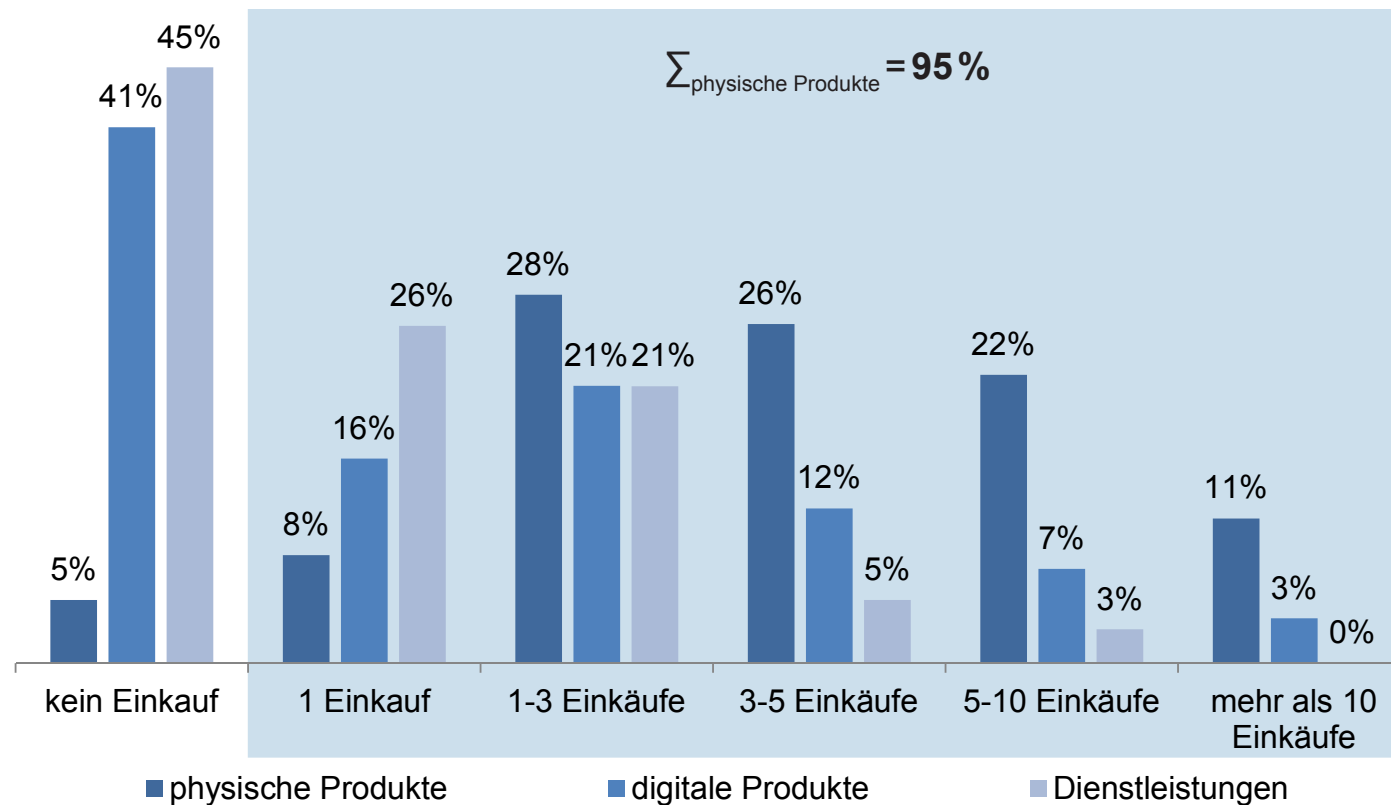
Insgesamt zeigt sich, dass das Thema sehr vielschichtig ist und sich ständig weiterentwickelt. Es lohnt sich daher, die Auswirkungen weiter zu beobachten. Im kommenden Jahr ist geplant, die Befragung zu wiederholen, um die Entwicklung im Auge zu behalten und in Zahlen greifbar zu machen.



# Informationen zur Stichprobe

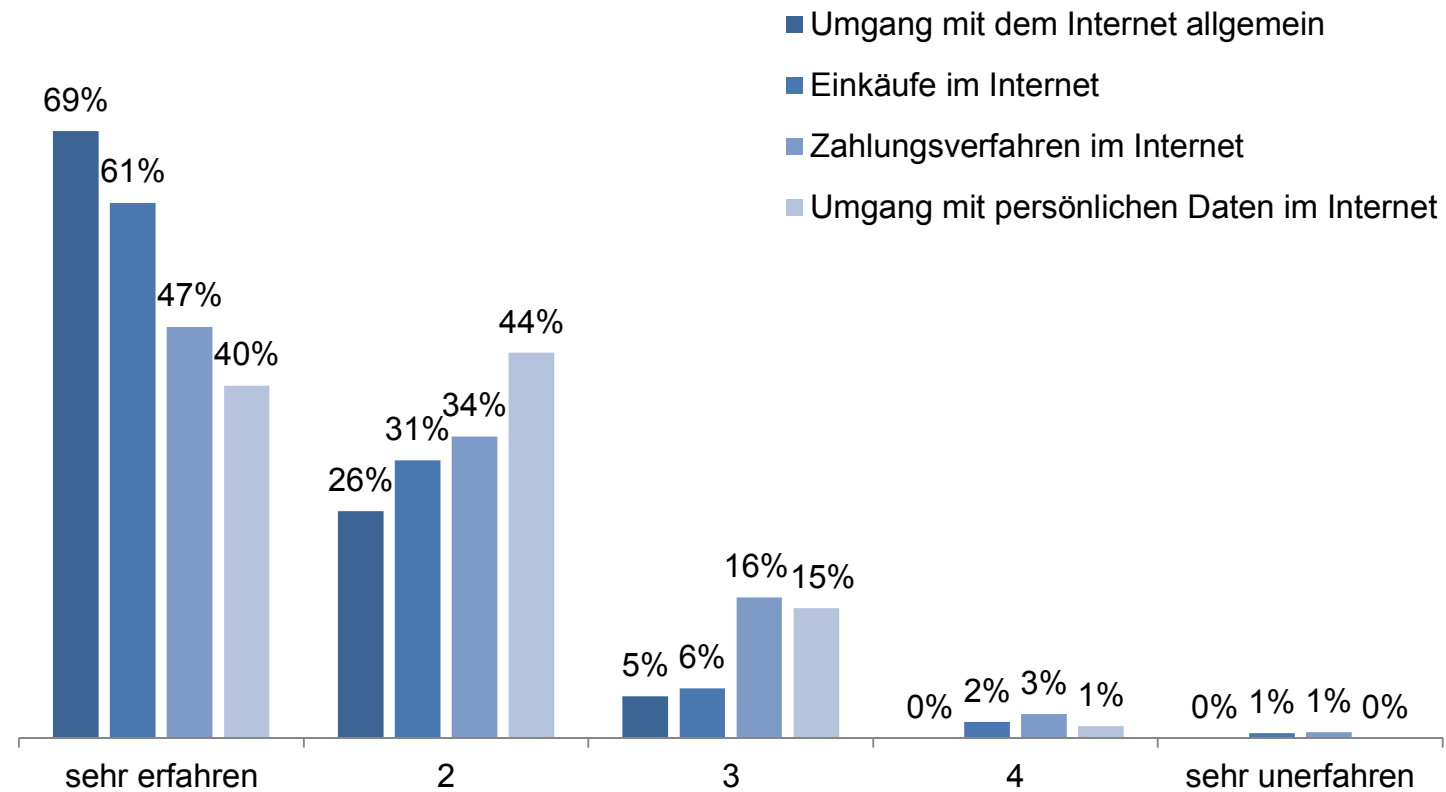
# 95 % der Teilnehmer haben in den letzten vier Wochen mindestens ein physisches Produkt online eingekauft

Wie viele Einkäufe haben Sie in den letzten 4 Wochen über das Internet getätigt?



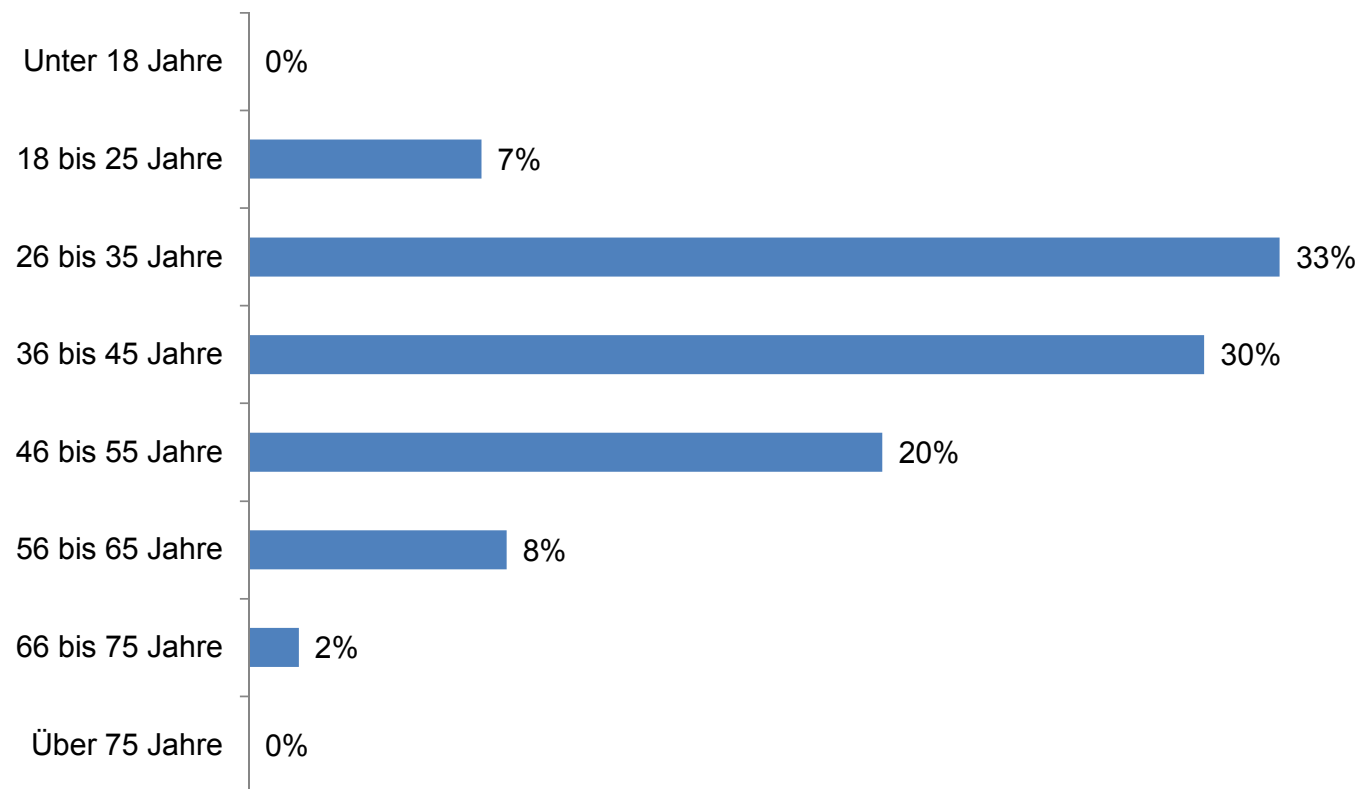
# Erfahrung der Teilnehmer

Wie schätzen Sie Ihre eigene Erfahrung mit dem Internet ein?



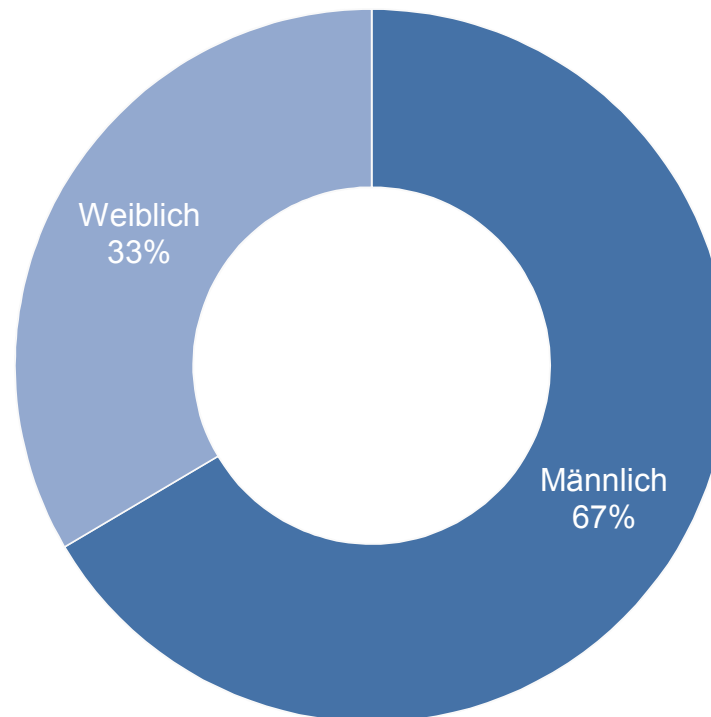
# Alter der Teilnehmer

## Wie alt sind Sie?



## Geschlecht der Teilnehmer

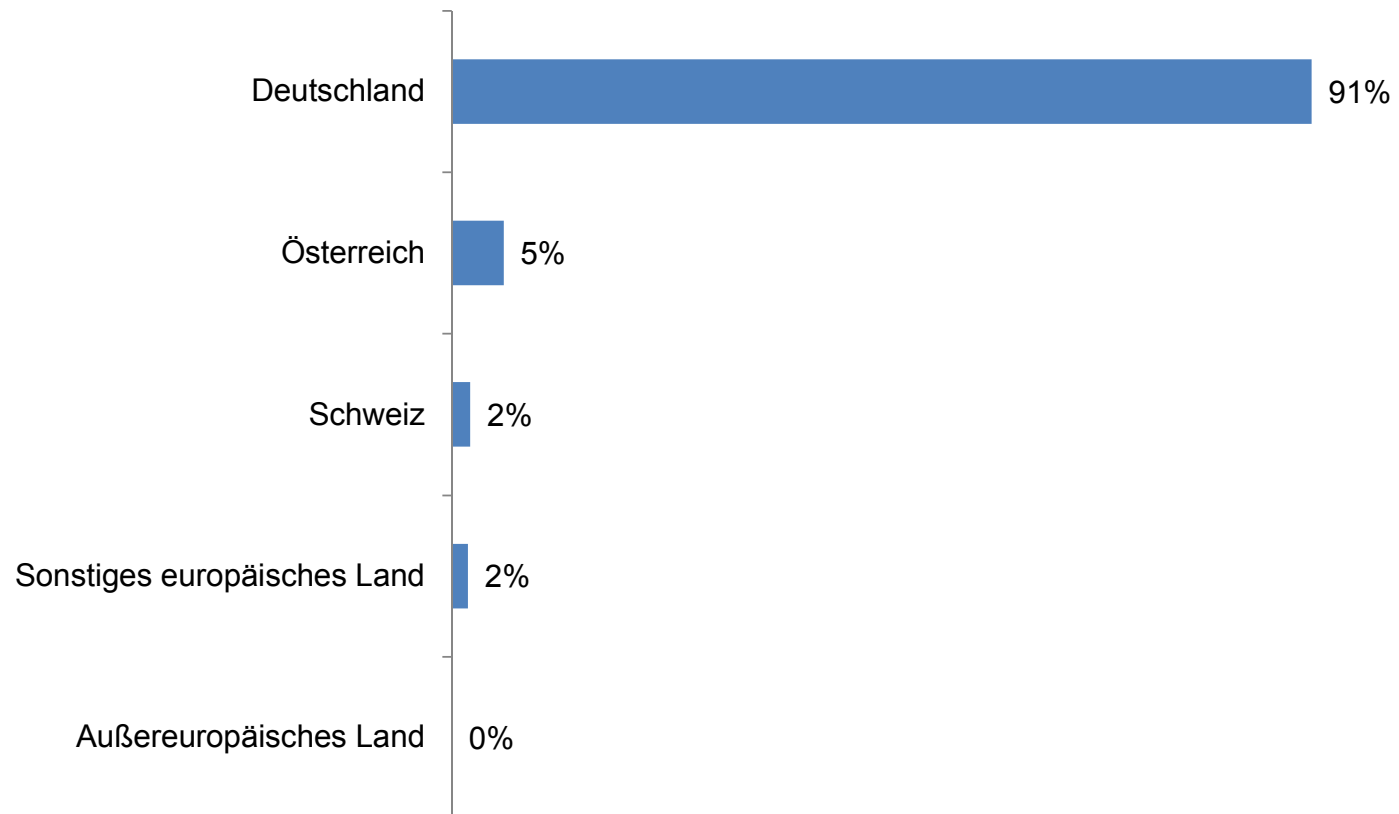
**Welchem Geschlecht gehören Sie an?**





## Herkunft der Teilnehmer

### Aus welchem Land kommen Sie?





# Kontakt und Impressum

## Die Projektpartner

### Über die Internet World Messe

Bereits seit 1997 ist die Internet World Messe die Veranstaltung für Internet-Professionals und Treffpunkt für Entscheider auf Anbieter- und Anwenderseite. Im Jahr 2014 öffnet die E-Commerce Messe Internet World vom 25.-26. Februar auf dem Münchener Messegelände bereits zum 18. Mal ihre Tore. Die Themenschwerpunkte der Messe sind Shopsoftware & Technik, Payment & Logistik, Usability, Online Marketing, Social & Mobil. Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress, der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ steht. Veranstalter der Internet World ist die gleichnamige Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business.

### Über die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

Die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH – Kongresse & Messen gehört zur Verlagsgruppe Ebner Ulm. An den Standorten München und Zürich entstehen die Zeitschriften INTERNET WORLD Business, Telecom Handel, dotnetpro, web & mobile developer, PC Online u. a. Diese decken die gleichen Themen ab, wie sie seit vielen Jahren im Veranstaltungsbereich u. a. mit folgenden Kongressen bedient werden: Internet World – Die E-Commerce Messe, Social Media Conference, Social Media Conference B2B, mobile business conference, Online Marketing Forum, Online B2B Conference, ecommerce conference, The Search Conference, online communication conference, DWX – Developer Week, DDC – .NET Developer Conference, WDC – Web Developer Conference, MDC – Mobile Developer Conference und IPDC – iPhone Developer Conference.

## Die Projektpartner

### Über ibi research

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema „Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft“. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern E-Business, IT-Governance, Internet-Vertrieb und Geschäftsprozess-Management. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

ibi research ist ferner Träger des eBusiness-Lotsen Ostbayern ([www.ebusiness-lotse-ostbayern.de](http://www.ebusiness-lotse-ostbayern.de)), der im vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten eKompetenz-Netzwerk Unternehmen zu den Themen E-Commerce und E-Finance informiert.

**Weitere Informationen:** [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

### Immer aktuell informiert: Der E-Commerce-Newsletter

Alle zwei Wochen die aktuellsten Informationen rund um die Themen E-Commerce und E-Payment sowie zu allen Neuigkeiten aus dem Projekt „E-Commerce-Leitfaden“. Die aktuelle Ausgabe sowie das Newsletterarchiv sind online einsehbar.

Kostenlose Anmeldung unter [www.newsletter.ecommerce-leitfaden.de](http://www.newsletter.ecommerce-leitfaden.de)

## Relevante Studien

Hier finden Sie aktuelle Reports und Studien des E-Commerce-Leitfaden-Konsortiums bzw. von ibi research an der Universität Regensburg zu Themen aus den Bereichen E-Commerce, E-Payment, Online-Marketing oder auch SEPA (Single Euro Payments Area).

- **FEBRUAR 2013:**  
**SEPA-Umsetzung in Deutschland**  
Status quo und Stand der Umsetzung bei Unternehmen, Behörden und Vereinen  
[www.sepa-wissen.de](http://www.sepa-wissen.de)
- **JANUAR 2013:**  
**E-Payment-Barometer – Januar 2013**  
Fokus: Mobile Payment – Trends und aktuelle Entwicklungen im E-Payment  
[www.ibi.de/E-Payment-Barometer.html](http://www.ibi.de/E-Payment-Barometer.html)
- **JANUAR 2013:**  
**Retourenmanagement im Online-Handel – Das Beste daraus machen**  
Daten, Fakten und Status quo – Eine empirische Erhebung im deutschen Online-Handel  
[www.ibi.de/retourenmanagement](http://www.ibi.de/retourenmanagement)
- **JULI 2012:**  
**Die Qual der Wahl – Wie Online-Händler ihre Zahlungsverfahren auswählen**  
Aktuelle Ergebnisse aus dem Projekt E-Commerce-Leitfaden  
[www.ecommerce-leitfaden.de/zvauswahl.html](http://www.ecommerce-leitfaden.de/zvauswahl.html)
- **APRIL 2012:**  
**Multikanalvertrieb: ganz klar! Aber wie?**  
Fakten aus dem deutschen (Online-)Handel  
[www.ecommerce-leitfaden.de/multikanalvertrieb](http://www.ecommerce-leitfaden.de/multikanalvertrieb)

# Impressum / Haftungserklärung

## Digitalisierung der Gesellschaft

Michael Wittmann, Dr. Georg Wittmann, Dr. Ernst Stahl, Stefan Weinfurter  
ISBN 978-3-940416-84-1

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt und Eigentum der ibi research an der Universität Regensburg (im Folgenden: ibi research). Verwertungen sind unter Angabe der Quelle „ibi research/Internet World Messe 2013: Digitalisierung der Gesellschaft (www.ibi.de)“ zulässig.

### Befragung, Text, Redaktion und Gestaltung

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

### Bilder

ibi research; Tommy Lösch; fotolia.de: babimu, chanpipat, Marius Graf, Matthias Enter, Pakhnyushchyy, varijanta, vege; istockphoto.com: chictype, dem10, iLexx, iqconcept, RypeArts

### Auftraggeber / Kontakt

Internet World Messe, Bayerstraße 16a, 80335 München | Telefon: +49 89 74117-100 | E-Mail: newsletter@internetworld-messe.de | Web: www.internetworld-messe.de

### Herausgeber / Kontakt

ibi research an der Universität Regensburg GmbH, Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg | Telefon: +49 941 943-1901 | E-Mail: info@ibi.de | Web: www.ibi.de

## Haftungserklärung

Das Werk mit seinen Inhalten wurde mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt und gibt den zum Zeitpunkt der Erstellung aktuellen Stand wieder. Dennoch kann für seine Vollständigkeit und Richtigkeit keine Haftung übernommen werden. Durch die Rundung einiger Umfragewerte kommt es vereinzelt zu von 100 % abweichenden Gesamtsummen.

Interviews und Kommentare Dritter spiegeln deren Meinung wider und entsprechen nicht zwingend der Meinung von ibi research. Fehlerfreiheit, Genauigkeit, Aktualität, Richtigkeit, Wahrheitsgehalt und Vollständigkeit der Ansichten Dritter können seitens ibi research nicht zugesichert werden.

Die Informationen Dritter, auf die Sie möglicherweise über die in diesem Werk enthaltenen Internet-Links und sonstigen Quellenangaben zugreifen, unterliegen nicht dem Einfluss von ibi research. ibi research unterstützt nicht die Nutzung von Internet-Seiten Dritter und Quellen Dritter und gibt keinerlei Gewährleistungen oder Zusagen über Internet-Seiten Dritter oder Quellen Dritter ab.

Die Angaben zu den in diesem Werk genannten Anbietern und deren Lösungen beruhen auf Informationen aus öffentlichen Quellen oder von den Anbietern selbst. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Warenbezeichnungen, Handelsnamen und dergleichen in diesem Werk enthaltenen Namen berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche Namen und Marken im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann genutzt werden dürften. Vielmehr handelt es sich häufig um gesetzlich geschützte, eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind. Bei der Schreibweise hat sich ibi research bemüht, sich nach den Schreibweisen der Hersteller zu richten.

Trotz der Vielzahl an Informationen sowie aufgrund einer dem ständigen Wandel unterzogenen Sach- und Rechtslage kann das Werk jedoch keine auf den konkreten Einzelfall bezogene Beratung durch jeweilige fachlich qualifizierte Stellen ersetzen. ibi research empfiehlt deshalb grundsätzlich bei Fragen zu Rechts- und Steuerthemen und rechtsverwandten Aspekten, sich an einen Anwalt oder an eine andere qualifizierte Beratungsstelle zu wenden. Bei Anregungen, Kritik oder Wünschen zu diesem Werk würden wir uns sehr über Ihre Rückmeldung freuen. Schreiben Sie uns an [cceb@ibi.de](mailto:cceb@ibi.de) eine E-Mail.



# Digitalisierung der Gesellschaft

## Aktuelle Einschätzungen und Trends

Die Digitalisierung hat große Auswirkungen auf weite Teile der Gesellschaft, gerade auch auf die Online-Branche. Zu den Themen, die hierbei in der Diskussion stehen, gehören die Rolle des Datenschutzes und des Urheberrechts, aber auch die Veränderungen und Trends im Bereich des Online-Handels. Ein weiteres Augenmerk der vorliegenden Studie liegt auch auf den Kenntnissen und Erfahrungen der Generation der heranwachsenden Jugendlichen im Umgang mit digitalen Medien.

[www.ibi.de](http://www.ibi.de)

[www.internetworld-messe.de](http://www.internetworld-messe.de)

