



DIVSI Entscheider-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet

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



Heidelberg, Februar 2013

Inhalt

	Seite
Vorwort DIVSI Schirmherr Bundespräsident a. D. Prof. Dr. Roman Herzog	6
Vorwort DIVSI Direktor Matthias Kammer	8
1. Prolog	10
2. Forschungsfragen und Vorgehensweise	13
3. Wer sind die Entscheider?	17
3.1. Struktur der Entscheider-Landschaft im Vergleich zur Bevölkerung	17
3.2. Die digitalen Lebenswelten der Entscheider	20
3.3. Internet-Milieus im Fokus – die Entscheider-Landschaft im Detail	33
3.3.1 Digital Souveräne	33
3.3.2 Effizienzorientierte Performer	38
3.3.3 Sicherheitsbedachte Postmaterielle	42
3.3.4 Verantwortungsbedachte Etablierte	47
3.3.5 Ordnungsfordernde Internet-Laien	51
3.3.6 „Randgruppen“ der Entscheider-Landschaft	55
3.3.6.1 Internetferne Verunsicherte	55
3.3.6.2 Hedonisten	59
4. Wie denken die Entscheider?	63
4.1. Es gibt kein Offline-Leben mehr	63
4.2. Sicherheit im Internet ist ein Top-Thema – aber eine Illusion	65
4.3. Die Privatwirtschaft macht das Netz	71
4.4. Risiken im Netz: Wo sie sind und wer sie verursacht	74
4.5. Die Hauptverantwortung liegt beim Nutzer, doch der kennt sich nicht aus	82
4.6. Entscheider fordern einen stärkeren öffentlichen Diskurs zum Thema Sicherheit im Internet	84
5. Worüber „streiten“ die Entscheider?	89
5.1. Wer hat den größten Einfluss im Netz? Von wem gehen die größten Risiken aus?	90

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)
Mittelweg 142, 20148 Hamburg
Matthias Kammer, Direktor
Joanna Schmölz, Wissenschaftliche Leitung
Dr. Dirk Graudenz, Projektteam Studien

SINUS-Institut, Heidelberg
Projektleitung: Dr. Silke Borgstedt
Text: Dr. Silke Borgstedt, Tamina Christ
Projektteam: Matthias Arnold, Manfred Tautscher, Dr. Marc Calmbach, Susanne Ernst

5.2. Wer soll Verantwortung übernehmen? Und wie?	93
5.3. Auf wen und was kann man im Netz vertrauen?	97
6. Fazit	109
7. Anhang	113
7.1. Stichprobe und Gewichtung	113
7.2. Erläuterungen zur Darstellung der Daten	117
7.3. Quellennachweise	118



Prof. Dr. Roman Herzog, Schirmherr des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)

Vorwort des Schirmherrn

Als ich im November 2012 die Schirmherrschaft für DIVSI übernahm, habe ich anlässlich eines Senatsempfangs im Hamburger Rathaus einige aktuelle Fragen angesprochen, die sich durch das Internet für uns ergeben. Ich habe damals auch auf die positiven Möglichkeiten des digitalen Zeitalters hingewiesen, die jedoch nur zum Wohle aller ausgeschöpft werden können, wenn die noch offenen Punkte gelöst werden.

Mir scheint dabei, dass die Experten die rein technische Seite sehr gut im Griff haben, auch wenn es sicherlich immer noch Neues, Überraschendes geben wird.

Welche offenen Fragestellungen bleiben also? Dazu habe ich bereits im Hamburger Rathaus Stellung bezogen. Ich selbst muss wohl – meinem Lebenslauf entsprechend – von den sich aufdrängenden verfassungsrechtlichen Fragen ausgehen. Nicht, weil ich der Meinung wäre, dass ausgerechnet Rechtsfragen im Zentrum unserer Problematik lägen. Aber meine Erfahrungen haben mich gelehrt, dass man den ethischen Fragen, die sich uns heute stellen, sehr gut beikommt, wenn man den Blick immer wieder vergleichend über die verfassungsrechtliche Nachbarschaft schweifen lässt.

Ich meine, dass in unserem digitalen Zeitalter Fragen der Ethik einen zunehmend größer werdenden Raum einnehmen. Fragen, an die zu Beginn des Internet-Zeitalters wohl kaum jemand gedacht hat.

Eine der Aufgaben des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet liegt darin, Fakten und Hintergründe auf wissenschaftlich gesicherter Basis zu liefern. Im Idealfall initiiert das Institut daher interdisziplinäre Diskussionen, deren Ergebnisse letztlich ein gemeinsames Ziel haben sollten: Dafür Sorge zu tragen, dass die positiven Chancen des Internets von jedem bequem und ohne Angst genutzt werden können.

Die hier vorgelegte Entscheider-Studie gibt fraglos Denkansätze in verschiedene Richtungen. Sie ermuntert auch, über soziale und ethische Fragen aus gänzlich neuen Blickwinkeln nachzudenken. Erstmals und in bislang nicht gekannter Klarheit lässt sich aus den Ergebnissen ein möglicher gesellschaftspolitischer Umbruch ablesen. Für mich eine der wesentlichen Erkenntnisse dieser Entscheider-Studie.

Mich hat folgendes Ergebnis der sorgfältigen Untersuchung äußerst nachdenklich gestimmt: Die Digital Souveränen unter den Entscheidern, also die nachwachsende Elite unseres Landes, hat im Vergleich zu anderen Teilnehmern der Studie das geringste Vertrauen in das politische System, ja sogar in unseren Rechtsstaat selbst. Hier könnten Entwicklungen zu einem Abrücken vom Rechtsstaat und vom Staat gegebenen Garantien im Gange sein.

Was bedeutet das für unser Land und für unser aller Zukunft? Die Gruppe der Digital Souveränen ist immerhin die Avantgarde unter den Führungskräften. Steuern wir durch diesen natürlichen Prozess womöglich einer allgemeinen Vertrauenskrise entgegen?

Ich will über diese offengelegte Tendenz nicht weiter philosophieren, sondern einfach davor warnen, sie leichtfertig zu ignorieren. Eine mögliche Entwicklung zu erkennen und zu benennen, ist immer nur der erste Schritt. Wir brauchen Vertrauen in unser politisches System, unseren Staat. Ich empfehle den Verantwortlichen, die Erkenntnisse der Studie ernst zu nehmen.

Noch etwas anderes glaube ich aus der Studie zu erkennen: Die Tonalität, der wechselseitige Umgang, das Vertrauen zueinander scheint mir zunehmend belastet. Da werden Verantwortlichkeiten und Schwarze Peter hin- und hergeschoben, da traut man – besonders den Politikern – wenig zu. Da werden Internet-Unkundige mit Neandertalern verglichen.

Ich würde mir wünschen, statt dessen das Miteinander, das Menschliche mehr in den Fokus zu rücken. Auch und gerade im Zeitalter des Internets. Um das Vertrauen ins Internet, in die mit ihm eröffneten Chancen und Möglichkeiten nicht zu verspielen, brauchen wir eine breite Diskussion darüber, welche verbindlichen Spielregeln hier gelten sollen. Wir brauchen Leitplanken, die uns auf dem richtigen Weg halten. Ein digitaler Kodex, von allen Verantwortlichen getragen, könnte ein Weg dahin sein.

Auf jeden Fall ist die Entscheider-Studie, ganz im Sinne von DIVSI, bestens dazu geeignet, neue Diskussionen in Gang zu bringen. Wissenschaftlich fundiert liegen wichtige Fragen unserer Zeit auf dem Tisch. Gehen wir es an – finden wir Antworten!



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

Die Entscheider und das Internet

Motivationen und Einstellungen der Deutschen in ihrem Verhältnis zum Internet sind seit der „DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet“ bekannt. Ausgeführt ist dort auch, welche Erwartungen die Menschen hinsichtlich Sicherheit und Datenschutz haben.

Wie fast alle Untersuchungen zu diesem Thema fokussierte sich die Arbeit zunächst auf die Nutzer-Perspektive. In den Diskussionen über diese Studie tauchte immer wieder die Frage nach der Verantwortung für das Internet auf, nach dem Gestaltungsmandat. Wir stellten fest, dass wenig bekannt ist über jene, die das Internet machen. Deshalb haben wir einen Untersuchungsauftrag entwickelt mit der Fragestellung: Wer sind die Entscheider und Macher in Sachen Internet?

Die hier vorgelegte DIVSI Entscheider-Studie, erneut durch das renommierte SINUS-Institut durchgeführt, füllt ab sofort diese Lücke. Sie baut unsere im November 2012 vorgelegte qualitative Untersuchung „DIVSI Meinungsführer-Studie – Wer gestaltet das Internet?“ zur bundesweit repräsentativen Studie aus.

Wer steckt hinter dem Internet? Welche Einflussmöglichkeiten haben diese Akteure, wie schätzen sie die Nutzer ein, was sagen sie zu Sicherheits- und Freiheitsbedürfnissen? Alle Fragen werden beantwortet.

Aus den Ergebnissen lassen sich vier wesentliche Aussagen ableiten:

- Privatswirtschaftliche Unternehmen sind Treiber aktueller Entwicklungen im Internet. Unternehmen sind damit nicht nur Akteure, die Angebote bereitstellen. Sie bestimmen auch die Regeln und verändern sie kontinuierlich.
- Keiner ist mehr offline. Das Internet gewinnt in immer mehr Lebensbereichen an Bedeutung. Online- und Offline-Sphären durchdringen sich zunehmend.
- Eine Gesamtverantwortung für „das Internet“ wird von den Entscheidern strukturell weder als möglich erachtet noch gewollt. Ihre Lösung besteht darin, die Verantwortung zu großen Teilen an den Nutzer weiter zu reichen.

- Es wird immer schwieriger, für den Verhandlungsraum Internet generell gültige Regelungen und gegenseitige Vereinbarungen zu treffen. Der Diskurs bewegt sich von einer rein technologischen Perspektive zunehmend zu einer Frage nach der „digitalen Kultur“.

Neben den faktischen Erkenntnissen gibt die Entscheider-Studie Hinweise darauf, dass ein größerer gesellschaftlicher Umbruch im Gange ist. Im Vergleich zu allen anderen Entscheidern bekunden die Digital Souveränen das geringste Vertrauen in das politische System und unseren Rechtsstaat.

Kennern unserer ersten Studie wird auffallen, dass sich die Ansichten der Entscheider teils deutlich von den im letzten Jahr ermittelten Einstellungen und Handlungsweisen der Bevölkerung unterscheiden. 39 Prozent der in Deutschland lebenden Menschen sind demnach Digital Outsiders. Für die Entscheider spielt das keine Rolle. Denn aus ihrer Sicht leben auch die Digital Outsiders in einer Umgebung, die fortwährend stärker von der Online-Welt geprägt wird.

Sicherlich werden die Erkenntnisse und Schlussfolgerungen der vorliegenden Studie keinen ungeteilten Beifall finden. Das aber kann und darf uns nicht daran hindern, auch unwillkommene Fakten zur Diskussion zu stellen. Denn wir müssen wissen, wie die Lage ist, wenn Engagement greifen soll, das unsere vernetzte Welt vertrauenswürdiger und sicherer machen will.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen informative und spannende Stunden mit der DIVSI Entscheider-Studie.

Matthias Kammer
Direktor DIVSI

1. Prolog

Das Internet hat sich zu einer selbstverständlichen Infrastruktur entwickelt, die fest in unserem Alltag verankert ist – allerdings auf sehr unterschiedliche Weise. Für den einen ist das Internet das Tor zu unbegrenztem Wissen und vielfältigen Kontakten rund um die Welt, für den anderen eine große Spielwiese mit ungeahnten Unterhaltungsangeboten, für manche ist es schlicht und ergreifend technisches Hilfsmittel zur Organisation von Arbeitsabläufen und für den nächsten spielt das Internet im Alltag praktisch keine Rolle.

Wir wissen bereits viel darüber, wie sich die Bevölkerung im Netz bewegt. Durch die „DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet“ wurde erstmalig auch aufgezeigt, in welchen digitalen Lebenswelten die Menschen in Deutschland zu Hause sind, welche Werte, Wünsche und Ziele sie antreiben – und wie sich all dies in ihren Einstellungsmustern gegenüber dem Internet niederschlägt.

Die DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet

In der Anfang 2012 veröffentlichten „DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet“ wurde die Bevölkerung in Deutschland hinsichtlich ihrer Einstellungsmuster zum und Verhaltensweisen im Internet nach Ähnlichkeiten gruppiert und zu sieben Internet-Milieus zusammengefasst.

Zu den zentralen Befunden gehört, dass fast drei Viertel der Bevölkerung (74 Prozent) von Staat und Wirtschaft erwarten, Sicherheit im Internet zu gewährleisten. 26 Prozent (insbesondere die Digital Natives) lehnen dagegen jegliche Einmischung ab. Sie sehen die Verantwortung beim Nutzer und sind überzeugt, alles selbst im Griff zu haben. Die DIVSI Milieu-Studie zeigt das Spannungsfeld zwischen den verschiedenen Gruppen. Wer sich im Internet nicht auskennt, fordert Schutz, und wer sich sicher fühlt, wünscht Freiheit. Dabei verlaufen zwei digitale Gräben durch die deutsche Gesellschaft: Der erste Graben trennt die Digital Outsiders vom Rest der digitalen Gesellschaft. Digital Outsiders sind rund 27 Mio. Menschen, die komplett bis nahezu komplett ohne das Internet leben. Der zweite Graben trennt die Digital Natives von den Digital Immigrants und Digital Outsiders. Digital Natives sind ca. 29 Mio. Menschen, die das Internet als natürlichen Bestandteil ihrer Lebenswelt empfinden, während die etwa 14 Mio. Digital Immigrants zwar nicht in der digitalen Welt aufgewachsen sind, sich aber regelmäßig im Internet bewegen.

Im Rahmen der Untersuchung wurden in einer explorativen Phase 60 leitfadengestützte Interviews mit Vertretern unterschiedlicher sozialer Milieus in Deutschland geführt. In einer anschließenden Repräsentativ-Erhebung auf der Basis von 2.000 Personen ab 14 Jahren wurden die qualitativ gewonnenen Hypothesen überprüft und die Ergebnisse quantifiziert.

Bislang kamen somit die Menschen in ihrem Alltag und damit insbesondere in ihrer privaten Umgebung zu Wort. Dabei zeigte sich auch, dass sie sich zum großen Teil als Nutzer sehen, die Angebote wahrnehmen oder ablehnen und nur teilweise mitgestalten bzw. mitgestalten können. Die Bevölkerung lernt aus den Medien, wie andere über Medien denken, hört von Politikern, was in punkto

Urheberrecht dringend entschieden werden müsste oder erfährt von Unternehmensvertretern, wo Daten abhanden gekommen sind und wer daran schuld ist. Auch am Arbeitsplatz existieren bestimmte Regeln oder eine vorgegebene Netiquette, was online zu erledigen ist und was nicht, welche Umgangsformen man online wahrt, was man darf und was nicht und welche technische Ausstattung überhaupt für notwendig erachtet wird.

Wer aber sind eigentlich die Menschen in den Unternehmen oder Organisationen, die darüber entscheiden, wie und ob digitale Infrastrukturen eingesetzt werden – und sei es nur dadurch, dass sie diese entsprechend bereitstellen, ihre Nutzung einschränken, unterstützen oder den „Online-Irrsinn“ komplett ignorieren? Wie denken Entscheider über Chancen und Risiken im Internet und setzen dies in ihrem Einflussbereich entsprechend um? Und wer sind die Menschen, die in der Öffentlichkeit zu Wort kommen?

Führungskräfte und gesellschaftliche Meinungsführer prägen in erheblichem Maße das öffentliche Klima in Bezug auf Verantwortungs- und Vertrauensfragen im Internet und bestimmen damit ein ganzes Stück weit mit, wie die Bevölkerung über das Internet denkt. Bislang wissen wir aber erstaunlicherweise nahezu nichts darüber, wie diejenigen über das Internet denken, die nicht nur mitspielen, sondern wesentlich die Spielregeln gestalten und die öffentlichen Meinungsbilder prägen.

Als Fortsetzung und komplementär zur Bevölkerungsbefragung konzipiert, lässt die DIVSI Entscheider-Studie Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Öffentlichem Dienst, Zivilgesellschaft, Medien sowie Wissenschaft und Forschung zu Wort kommen.

Die vorliegende Studie bietet erstmalig einen Überblick der digitalen Lebenswelten in der deutschen Entscheider-Landschaft (Kapitel 3) und beschreibt die grundlegenden Haltungen der Entscheider gegenüber dem Internet und ihre Anforderungen bezüglich Vertrauen und Sicherheit im Netz. Kapitel 4 fokussiert dabei diejenigen Themenbereiche und Aspekte, hinsichtlich derer unter den Entscheidern relativ große Einigkeit besteht. Kapitel 5 zeigt auf, welche Konflikte unter dieser Oberfläche lagern und macht damit deutlich, dass der Weg zu mehr Sicherheit und Vertrauen im Internet noch einige Etappenziele vor sich hat. Ein erster Schritt kann dabei sein aufzuzeigen, welche Gruppen sich hierin in welcher Weise positionieren.

Um Vertrauen im Umgang mit dem Internet zu schaffen, genügt es schließlich nicht, dass Entscheider wissen, was die Nutzer im Netz machen; die Nutzer sollten auch wissen, wie sich die Entscheider im Netz bewegen, welche Haltung sie gegenüber Chancen und Risiken einnehmen und nicht zuletzt, wie sie über die Nutzer und andere Entscheider denken und was sie von ihnen erwarten.

2. Forschungsfragen und Vorgehensweise

Ziel der Untersuchung ist die Beschreibung zentraler Einstellungsmuster der deutschen Entscheider hinsichtlich unterschiedlicher Themenkomplexe rund um Vertrauen und Sicherheit im Internet. Dabei werden Entscheider nicht nur in ihrer Gesamtheit betrachtet, sondern auch in ihren jeweiligen Konfliktfeldern (z. B. Wirtschaft vs. Politik) und auf der Basis ihrer Zugehörigkeit zu unterschiedlichen digitalen Lebenswelten. Die Forschungsfragen gliedern sich in die Bereiche Datensicherheit/Datenschutz, Verantwortung und Vertrauen:

Datensicherheit/Datenschutz

- Was muss getan werden, damit das Internet sicherer wird (im Sinne von Datenschutz, technischer Sicherheit, ggf. Verfügbarkeit)?
- Ist der bestehende regulatorische Rahmen ausreichend?
- Ist der öffentliche Diskurs (getrieben durch Politik, Medien, Zivilgesellschaft) zu den Themen Datensicherheit, Datenschutz und Teilhabe ausreichend?
- Sind Internet-Nutzer ausreichend gut über Datensicherheit/Datenschutz informiert?

Verantwortung

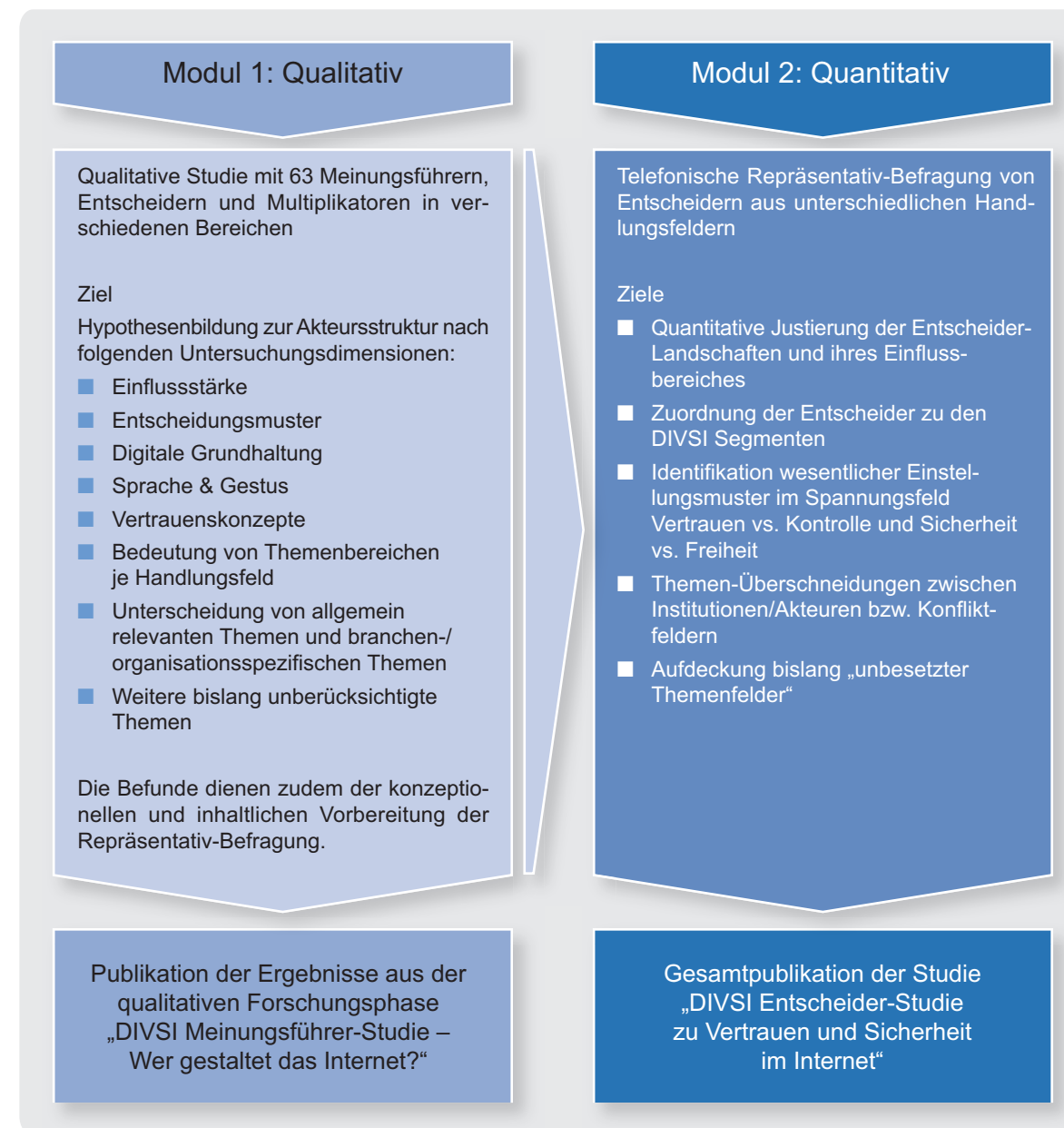
- Wer ist für Datensicherheit und Datenschutz im Internet verantwortlich – der Staat, die Wirtschaft, der Internet-Nutzer?
- Wie wird sich das Spannungsfeld zwischen Eigen- und Fremdverantwortung in Zukunft entwickeln? Reicht die Eigenverantwortung der Nutzer aus, oder wird es für Sicherheit im Internet auf Seiten der Nutzer eine größere Verbindlichkeit geben?
- Wer soll die Haftung für Datensicherheits- und Datenschutzpannen übernehmen?
- Unterscheiden sich die Einstellungen bei Entscheidern aus den Akteursgruppen (z. B. Wirtschaft, Politik, Öffentlicher Dienst)?

Vertrauen

- Was schafft Vertrauen in Internet-Infrastrukturen, -Produkte und -Dienste?
- Wem kann man vertrauen? Welche Maßnahmen stiften Vertrauen?
- Fördert ein klares Rechtsregime (bzgl. Haftung und Ansprüchen) Vertrauen in das Internet bei den Akteuren?

Um die Forschungsfragen zu beantworten, wurde ein zweistufiges Vorgehen gewählt, das in der folgenden Grafik dargestellt ist:

Vorgehensweise



Das Modul 1 umfasst über 60 Experten-Interviews mit Meinungsführern, Entscheidern und Multiplikatoren.¹ In einem zweiten Schritt wurde eine quantitative Repräsentativ-Erhebung konzipiert. Auf der Basis der Befunde aus Modul 1 wurden Hypothesen generiert und operationalisiert. Im Zeitraum vom 10. September bis 2. November 2012 wurden 1.221 Entscheider aus Wirtschaft, Politik, Öffentlichem Dienst, Zivilgesellschaft, Medien sowie Wissenschaft und Forschung interviewt (entspricht 1.220 gewichteten Fällen).

Die Datenerhebung erfolgte in Kooperation mit der teleResearch GmbH aus Mannheim. Die durchschnittliche Interviewdauer betrug 25 Minuten. Details zum Zuschnitt der Stichprobe befinden sich im Anhang.

Als Erhebungsmethode wurde die computerunterstützte Telefonbefragung gewählt (CATI: Computer Assisted Telephone Interview). Die Interviewer führten die Interviews telefonisch und gaben die Antworten der Befragten direkt in einen programmierten Fragebogen auf dem PC ein. Auf Wunsch einzelner Befragter in der Zielgruppe „Bundestags- und Landtagsabgeordnete“ wurde in Ausnahmefällen, z. B. aufgrund von Schwierigkeiten bei der Terminierung von Telefon-Interviews, ein Online-Interview zum Selbstausfüllen angeboten. Der Ablauf dieses Online-Fragebogens war identisch zum Telefon-Fragebogen. 24 Fragebögen wurden online ausgefüllt, 1.197 Befragungen wurden telefonisch durchgeführt.

Auf der Basis der vorausgegangenen Bevölkerungsstudie (DIVSI Milieu-Studie) konnte ein Indikator-Instrument entwickelt werden, das die Zuordnung der Entscheider zu den verschiedenen Internet-Milieus ermöglicht. Entsprechend der Antwortmuster der Entscheider ergab sich eine Verteilung über die sieben Internet-Milieus, die ebenso wie in der Bevölkerungsstudie in Form einer Landkarte dargestellt wird. Zur Beschreibung der Internet-Milieus wurde entsprechend auch auf Befunde der Bevölkerungsstudie zurückgegriffen, da diese die Basis für die Entwicklung der digitalen Lebenswelten in Deutschland ist.

Die in dieser Broschüre angeführten Zitate sind der qualitativen Vorstudie entnommen.

¹ Im November 2012 wurde dieser erste Teil unter dem Titel „DIVSI Meinungsführer-Studie – Wer gestaltet das Internet?“ veröffentlicht.

3. Wer sind die Entscheider?

3.1. Struktur der Entscheider-Landschaft im Vergleich zur Bevölkerung

Die Entscheider weisen spezifische Schwerpunkte hinsichtlich ihrer soziodemografischen Struktur auf: Sie sind überwiegend männlich, 40 bis 59 Jahre alt, verfügen über ein sehr hohes Bildungsniveau und sind Top-Verdiener in einer hervorragenden beruflichen Position.

Die Entscheider in Deutschland sind überwiegend männlich

79 Prozent der Entscheider sind Männer, 21 Prozent Frauen.² In der Stichprobe ist der Anteil an Männern mit 86 Prozent im Öffentlichen Dienst am höchsten. Unter den Vertretern der Zivilgesellschaft finden sich vergleichsweise viele Frauen (43 Prozent). Auch in der Politik finden sich mit 27 Prozent signifikant mehr Frauen als in der Entscheider-Stichprobe insgesamt.

Entscheider sind mehrheitlich zwischen 40 und 59 Jahre alt

Zwei Drittel der Entscheider sind zwischen 40 und 59 Jahre alt. In der Gesamtbevölkerung liegt der Anteil dieser Altersstufe mit 36 Prozent deutlich niedriger. Nur vier Prozent der Entscheider sind unter 29 Jahren, während im Bevölkerungsdurchschnitt 20 Prozent in diese Altersstufe fallen. 30- bis 39-Jährige sind mit 14 Prozent unter den Entscheidern und in der deutschen Bevölkerung gleich stark vertreten.

Entscheider aus Wissenschaft und Forschung sowie den Medien sind jünger als die Entscheider insgesamt. Im Bereich Wissenschaft und Forschung sind 16 Prozent zwischen 30 und 39 Jahre alt, im Bereich Medien sogar jeder Fünfte. Im Öffentlichen Dienst (44 Prozent) sowie in der Zivilgesellschaft (38 Prozent) finden sich verstärkt Personen im Alter von 50 bis 59 Jahren. Vertreter aus der Politik weisen das höchste Durchschnittsalter auf: 42 Prozent sind zwischen 50 und 59 Jahre alt, 25 Prozent sind 60 Jahre oder älter.

Entscheider sind formal sehr gut gebildet

Auffälligstes Charakteristikum der Entscheider ist ihre sehr hohe Formalbildung. 84 Prozent haben Abitur oder einen Hochschulabschluss, in der Gesamtbevölkerung hingegen nur jeder Vierte. Entsprechend liegt der Anteil von Personen mit Realschulabschluss oder einem vergleichbaren Bildungsniveau (zwölf Prozent) deutlich niedriger als in der Gesamtbevölkerung (24 Prozent). Nur drei Prozent der Entscheider verfügen über einen Hauptschulabschluss oder keinen Schulabschluss, während in der Gesamtbevölkerung jeder Zweite ein geringes formales Bildungsniveau aufweist.

² Diese Verteilung entspricht dem Verhältnis von Männern und Frauen in Führungspositionen in Deutschland und ist somit ein Indiz für die Qualität der Stichprobe. BÜRCEL Statistik (2013).

Soziodemografischer Vergleich von Bevölkerung und Entscheidern

Angaben in %*	Befragung 2011 Gesamtbevölkerung**	Entscheider gesamt**
Ungewichtete Fallzahl	n = 2.047	n = 1.221
Geschlecht		
Männlich	49	79
Weiblich	51	21
Alter		
Bis 29 Jahre	20	4
30-39 Jahre	14	14
40-49 Jahre	20	33
50-59 Jahre	16	33
60 Jahre und älter	30	16
Bildung		
Hoch	26	85
Mittel	24	12
Niedrig	50	3
Jährliches Bruttoeinkommen		
Unter 40.000 Euro	Nicht erhoben	9
40.000 bis unter 60.000 Euro		23
60.000 bis unter 80.000 Euro		19
80.000 bis unter 100.000 Euro		12
100.000 bis unter 150.000 Euro		9
150.000 Euro und mehr		5

überrepräsentiert

unterrepräsentiert

keine signifikante Abweichung zu Entscheidern gesamt

*Fehlende Werte an 100%: Antwortverweigerungen etc. **Prozentuiert auf gewichtete Fälle

Die Vertreter aus Wissenschaft und Forschung sind ausnahmslos sehr gut gebildet, da das Abitur auch die Eingangsvoraussetzung für eine Karriere an einer Universität oder einem Forschungsinstitut darstellt. Auch im Öffentlichen Dienst (89 Prozent), der Politik (89 Prozent) und unter den Medien-Entscheidern (93 Prozent) liegt der Anteil der formal gut Gebildeten höher als unter den Entscheidern insgesamt. Vertreter aus der Wirtschaft weisen dagegen im direkten Vergleich mit diesen beiden Gruppen einen geringeren Bildungsgrad auf: 15 Prozent verfügen über einen mittleren, drei Prozent über einen niedrigen Schulabschluss.

Top-Entscheider sind Top-Verdiener

Das Einkommen der Entscheider liegt – wenig überraschend – im oberen Bereich. 14 Prozent verfügen über ein jährliches Bruttoeinkommen von über 100.000 Euro, fünf Prozent davon sogar von über 150.000 Euro. Weitere zwölf Prozent verdienen jährlich zwischen 80.000 und 100.000 Euro. Lediglich etwa jeder Zehnte verfügt über ein Bruttojahreseinkommen von unter 40.000 Euro.

Über ein vergleichsweise geringes Einkommen verfügen Beamte und Vertreter aus der Zivilgesellschaft. Beide Gruppen sind überwiegend in den „unteren Einkommensbereichen“ bis zu 80.000 Euro vertreten. Personen aus Wissenschaft und Forschung erzielen überwiegend ein Einkommen von 60.000 bis 80.000 Euro. Bei Politikern liegt der Jahresverdienst überwiegend zwischen 60.000 und 100.000 Euro. Einen Einkommensschwerpunkt bei den Spitzenverdienern ist bei den Entscheidern im Bereich Medien zu identifizieren: 15 Prozent verdienen hier 100.000 bis 150.000 Euro brutto im Jahr.

Soziodemografischer Vergleich der Handlungsfelder

Angaben in %*	Entscheider gesamt	Wirtschaft	Politik**	Öffentlicher Dienst	Zivil- gesellschaft**	Medien	Wissenschaft & Forschung
Ungewichtete Fallzahl	n = 1.221	n = 731	n = 118	n = 110	n = 56	n = 142	n = 64
Geschlecht							
Männlich	79	80	73	86	57	81	71
Weiblich	21	20	27	14	43	19	29
Alter							
Bis 29 Jahre	4	5	3	3	4	3	2
30-39 Jahre	14	14	6	8	13	20	16
40-49 Jahre	33	31	25	35	32	36	48
50-59 Jahre	33	32	42	44	38	34	24
60 Jahre und älter	16	18	25	11	13	7	10
Bildung							
Hoch	84	82	89	89	88	93	100
Mittel	12	15	8	11	12	6	0
Niedrig	2	3	3	0	0	1	0
Jährliches Bruttoeinkommen							
Unter 40.000 Euro	9	10	8	14	14	6	5
40.000 bis unter 60.000 Euro	23	20	18	36	32	27	40
60.000 bis unter 80.000 Euro	19	17	33	24	23	15	28
80.000 bis unter 100.000 Euro	12	13	19	7	4	13	10
100.000 bis unter 150.000 Euro	9	9	10	1	5	15	1
150.000 Euro und mehr	5	7	0	0	0	4	0

überrepräsentiert

unterrepräsentiert

keine signifikante Abweichung zu Entscheidern gesamt

*Fehlende Werte an 100%: Antwortverweigerungen etc. **Prozentuiert auf gewichtete Fälle

3.2. Die digitalen Lebenswelten der Entscheider

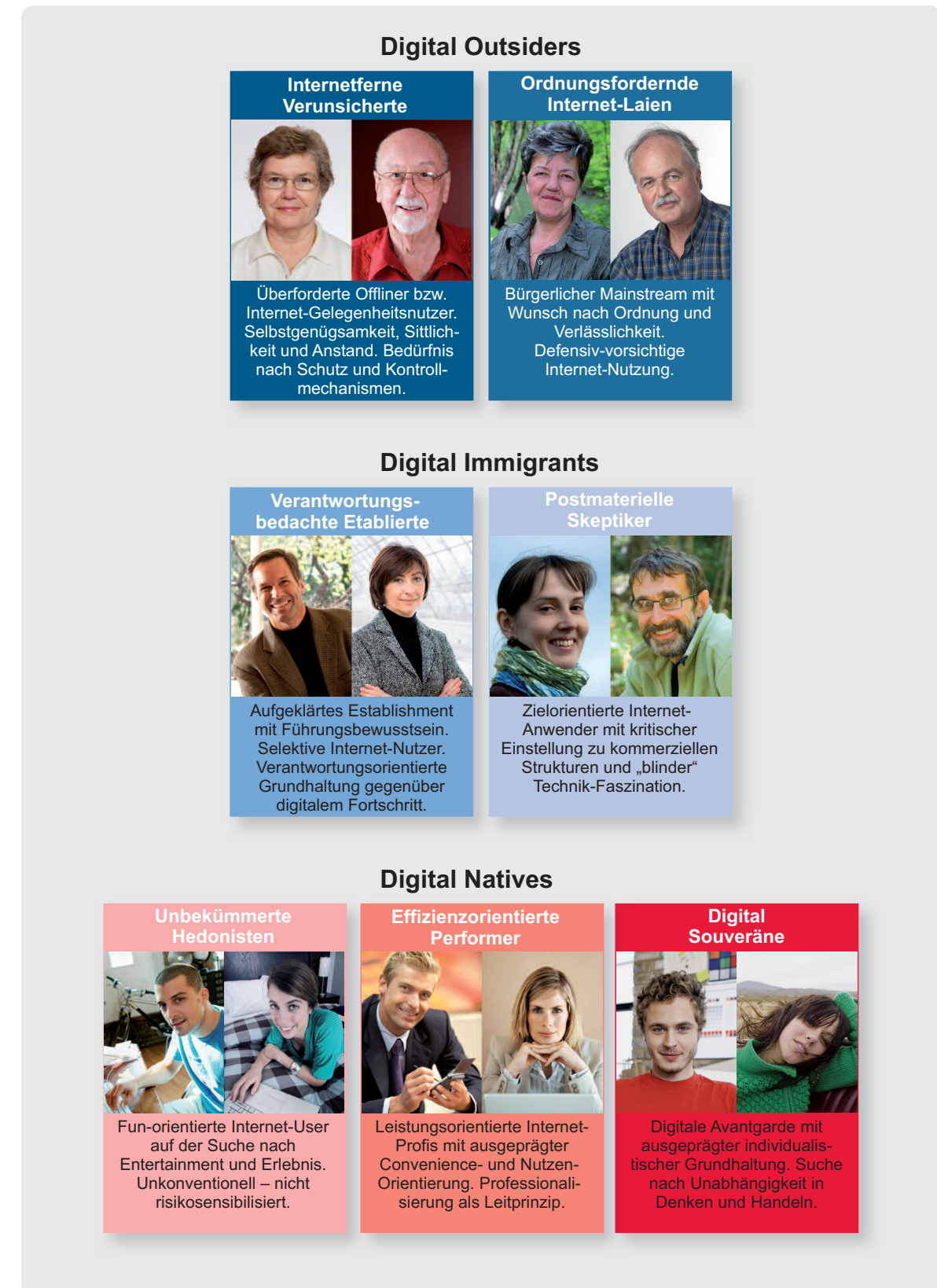
Möchte man die Entscheider im Hinblick auf ihre Einstellungsmuster und Zugangsweisen zum Internet verstehen, reichen soziodemografische Merkmale zur Erklärung nicht aus. Um ein umfassendes Verständnis für komplexe Einstellungen und Verhaltensmuster zu erhalten, müssen auch die Lebenswelten der Entscheider in den Blick genommen werden.

Die DIVSI Internet-Milieus in der Gesamtbevölkerung: Warum Lebenswelten?

Ein Modell zur Veranschaulichung der digitalen Lebenswelten in der Gesellschaft wurde im Rahmen der Anfang 2012 publizierten, bevölkerungsrepräsentativen Untersuchung „DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet“ erstellt. Grundlage dafür bildete das Milieumodell³ des Sinus-Instituts. Die nebenstehende Grafik stellt die sieben Internet-Milieus der Gesamtbevölkerung kurz vor.

³ Das Sinus-Milieu-Modell fasst Menschen nach ihren Lebensauffassungen und Lebensweisen zu Gruppen zusammen. Sinus-Milieus[®] sind damit Zielgruppen, die es wirklich gibt. Mehr Informationen dazu finden Sie unter www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html.

Kurzcharakteristik der sieben Internet-Milieus der Bevölkerung in Deutschland



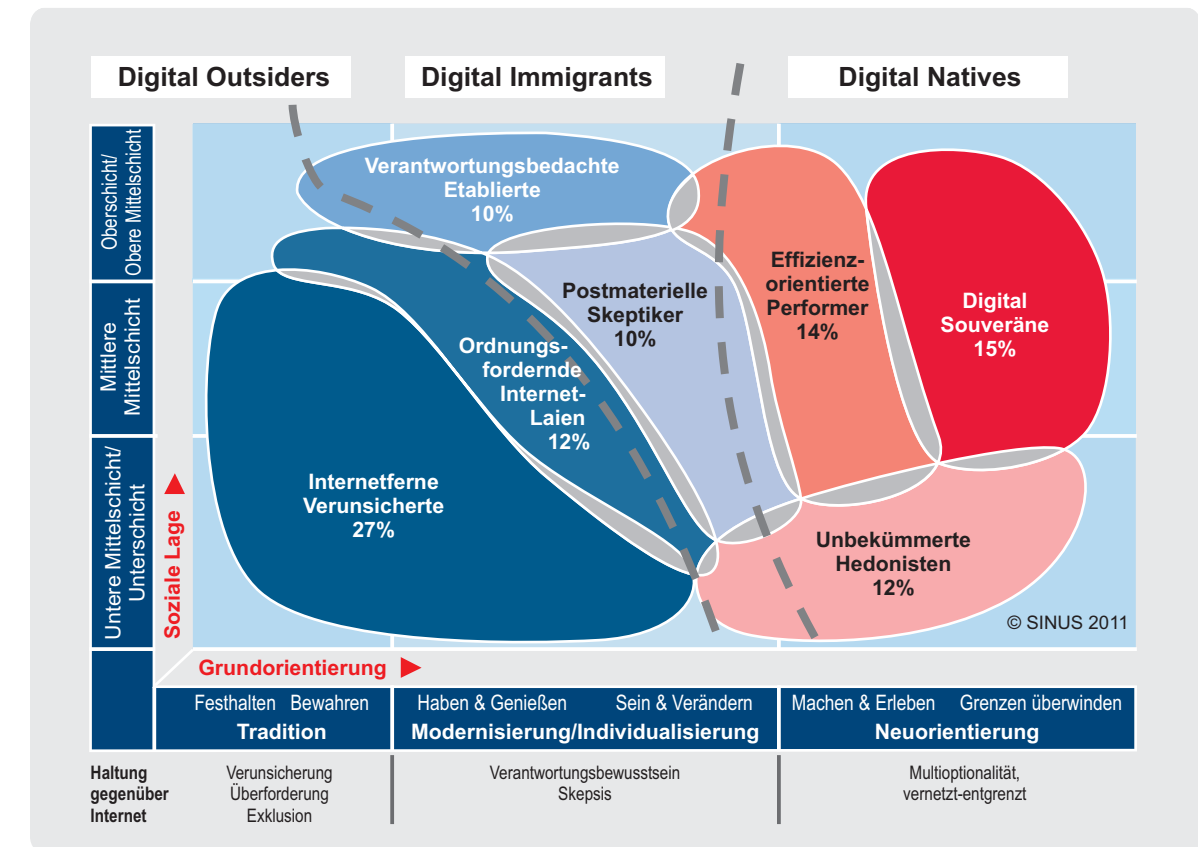
Die sieben Internet-Milieus lassen sich in drei Segmente gruppieren:

- **Digital Outsiders** (39 Prozent): Sie sind entweder offline oder verunsichert im Umgang mit dem Internet. Ausgehend von 70 Millionen Menschen in Deutschland ab 14 Jahren stellt das Internet für 27 Millionen eine digitale Barriere vor einer Welt dar, von der sie sich ausgeschlossen fühlen.
- **Digital Immigrants** (20 Prozent): Sie bewegen sich regelmäßig, aber sehr selektiv im Internet. Sie sind in der digitalen Welt nicht aufgewachsen und stehen vielen Entwicklungen sehr skeptisch gegenüber, insbesondere wenn es um das Thema Sicherheit und Datenschutz im Internet geht.
- **Digital Natives** (41 Prozent): Für sie stellt die digitale Welt einen wesentlichen Teil des Lebens dar. Sie bewegen sich im Internet wie ein Fisch im Wasser – mit dem Lebensmotto „Ich surfe, also bin ich“. Sie stehen dem Internet sehr positiv gegenüber und sehen die fortschreitende Digitalisierung primär als persönliche Chance.

Die DIVSI Internet-Milieus: eine soziokulturelle Landkarte der digitalen Lebenswelten

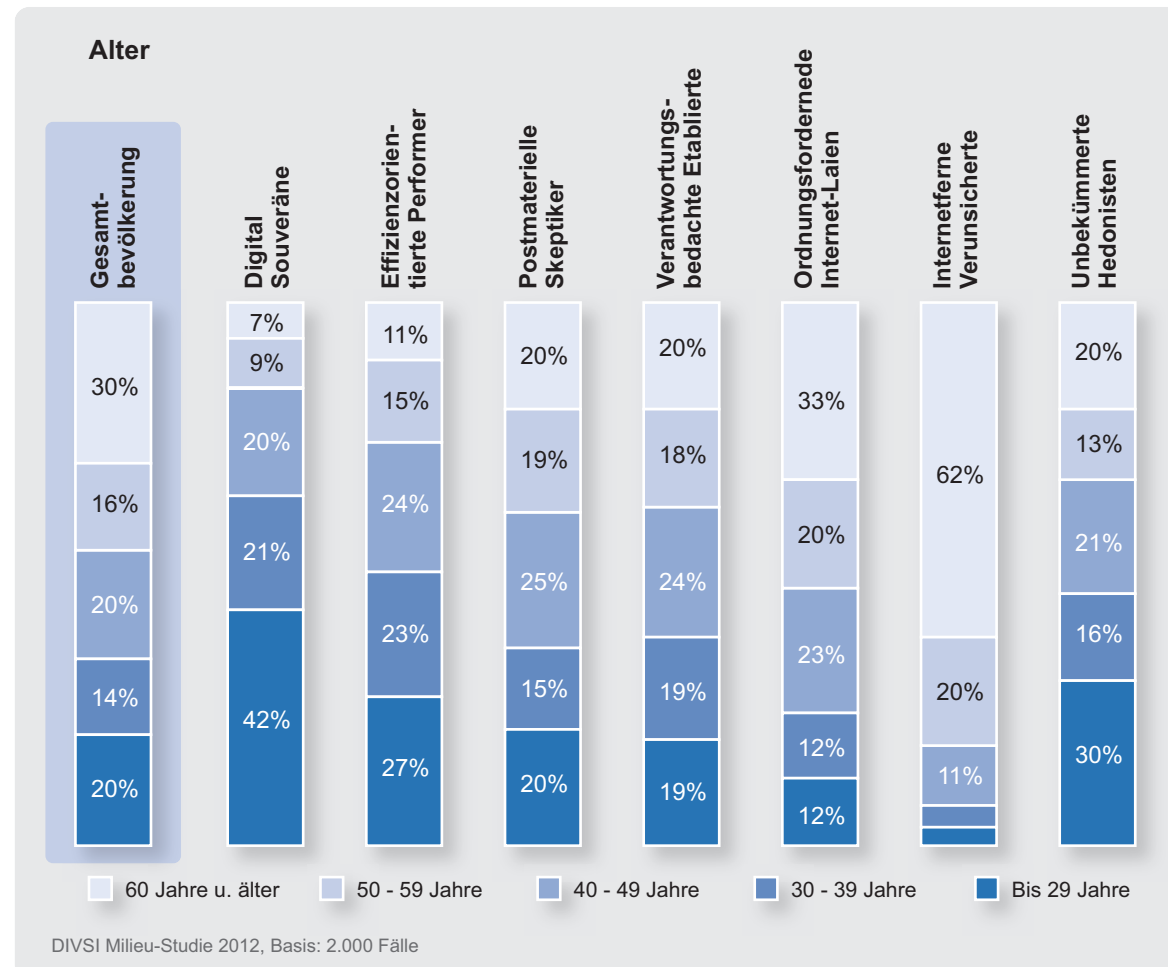
Analog zum Sinus-Milieumodell können auch die Internet-Milieus in einer zweidimensionalen Matrix dargestellt werden, um die räumliche Positionierung der jeweiligen Gruppen in der Sozialstruktur der Gesellschaft zu veranschaulichen. Die vertikale Achse zeigt dabei die soziale Lage (Unterschicht/untere Mittelschicht – mittlere Mittelschicht – obere Mittelschicht/Oberschicht). Die horizontale Dimension verweist auf die Grundorientierung im soziokulturellen Sinn. Je höher eine Gruppe in der Abbildung positioniert ist, desto gehobener sind Bildung, Einkommen und Berufsprestige; je weiter nach rechts sie sich erstreckt, desto moderner ist die Grundorientierung. In der Realität sind die digitalen Lebenswelten nicht exakt voneinander abgrenzbar. Entsprechend sind auch im Modell die Übergänge zwischen den Milieus mit Überlappungen dargestellt. In der Grafik markiert sind ebenfalls die beiden bereits im Prolog erwähnten „digitalen Gräben“, die Digital Outsiders, Digital Natives und Digital Immigrants voneinander trennen.

Internet-Milieus zu Vertrauen und Sicherheit im Netz unterscheiden sich hinsichtlich sozialer Lage und soziokultureller Grundorientierung



Die Altersstruktur in den einzelnen Segmenten zeigt, dass der Anteil jüngerer Personen in den Internet-Milieus der Digital Natives (*Digital Souveräne*, *Effizienzorientierte Performer*, *Unbekümmerte Hedonisten*) besonders hoch ist, während deutlich mehr Personen über 60 Jahre Digital Outsiders sind.

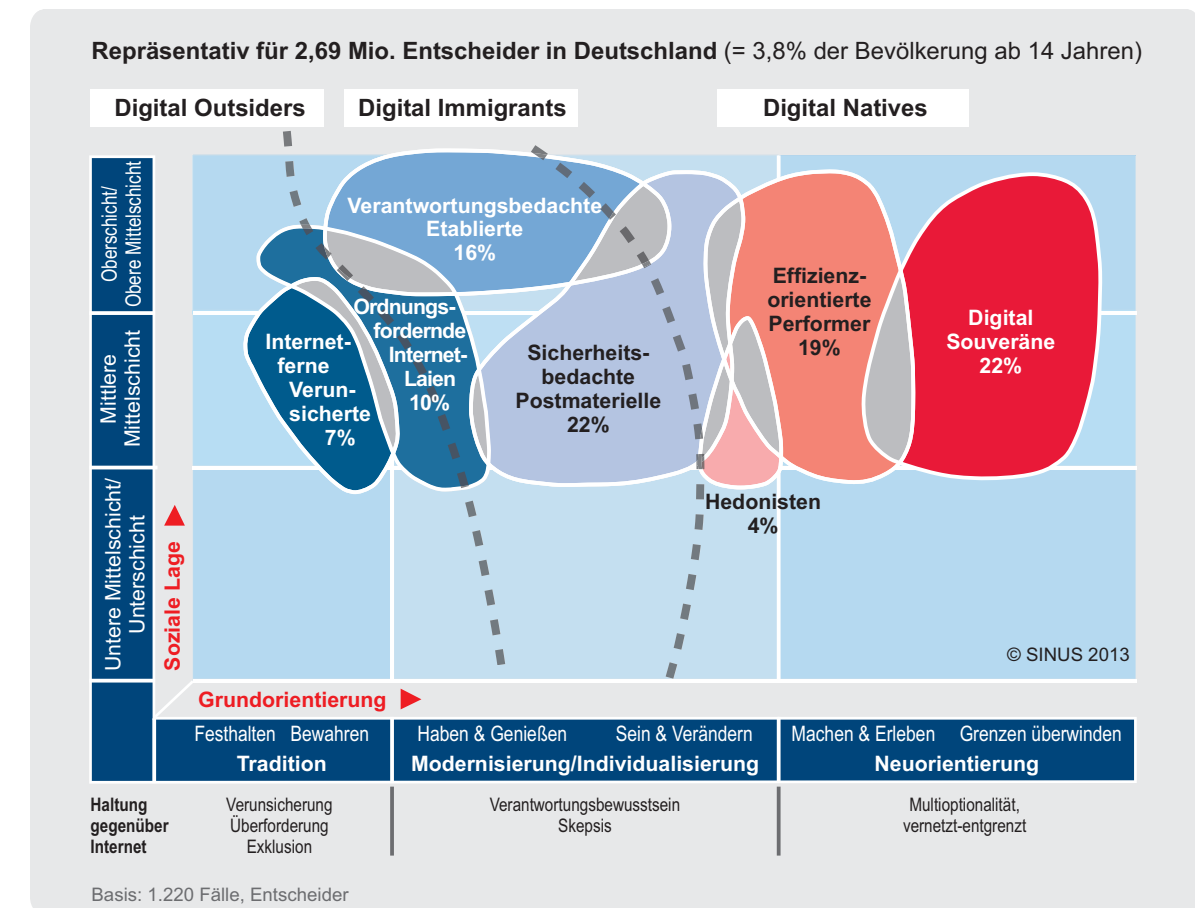
Altersstruktur DIVSI Internet-Milieus Bevölkerung



Wie die Beschreibung der soziodemographischen Merkmale der Entscheider bereits aufzeigte, repräsentiert die Stichprobe der Entscheider einen kleinen Ausschnitt der Gesamtbevölkerung – überwiegend aus der Oberschicht bzw. der oberen Mittelschicht.

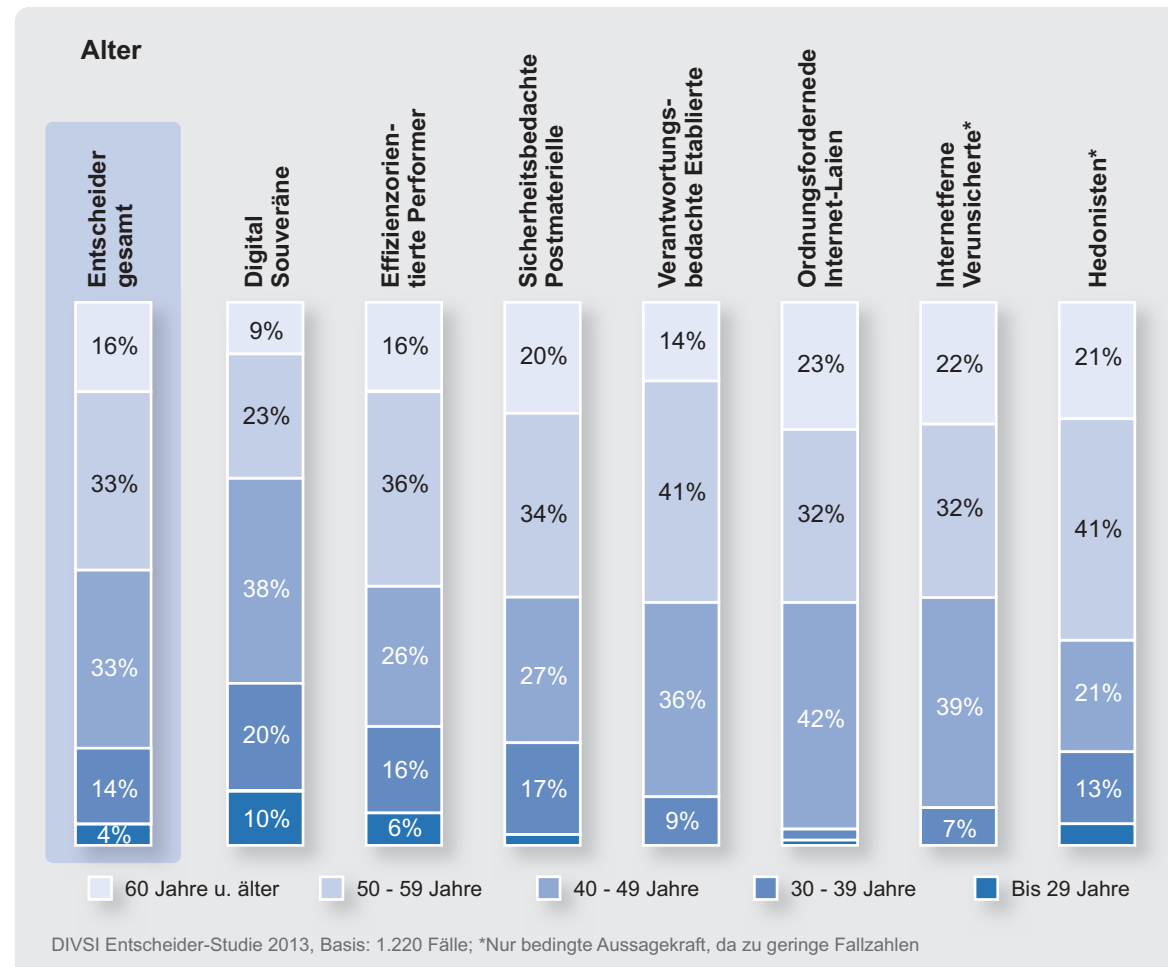
Zwar gibt es Entscheider in allen sieben Internet-Milieus, jedoch zeichnen sich klare Schwerpunkte in der Internet-Milieu-Struktur ab. Die folgende Grafik veranschaulicht Größe und Positionierung der Internet-Milieus in der deutschen Entscheider-Landschaft.

In der Internet-Milieustruktur der Entscheider gibt es deutlich andere Schwerpunkte als in der Bevölkerung



Auch bezüglich Altersstruktur zeigt sich ein Unterschied zur Bevölkerung: Alter ist hier deutlich weniger an die Zugehörigkeit zu einer digitalen Lebenswelt gekoppelt. So sind beispielsweise Entscheider über 50 Jahre in nahezu allen Internet-Milieus (außer bei den *Digital Souveränen*) gleich stark vertreten.

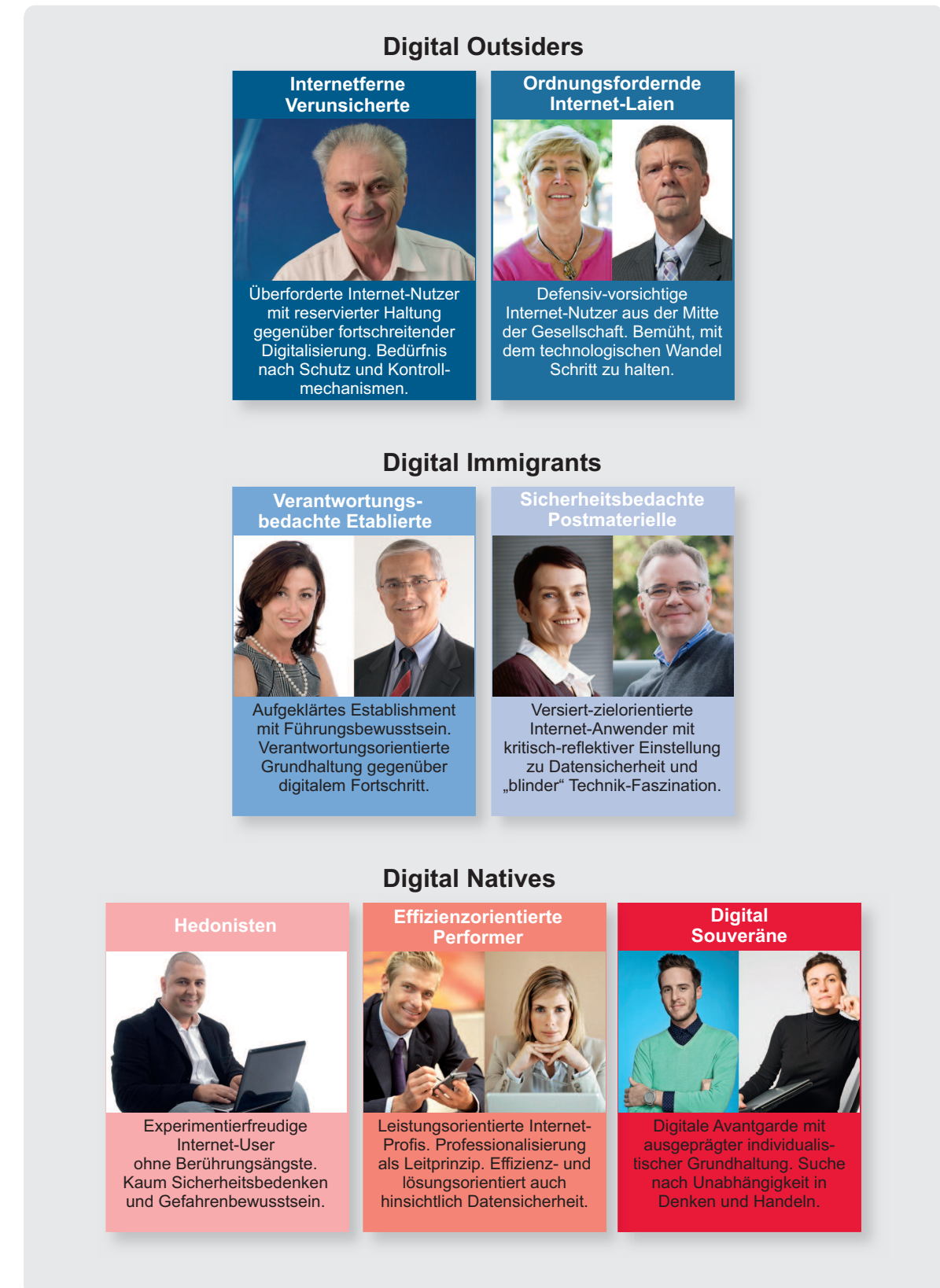
Altersstruktur DIVSI Internet-Milieus Entscheider



Die Verteilung über die Internet-Milieus in der Entscheider-Landschaft weist nicht nur hinsichtlich Größe und Positionierung Unterschiede zur Bevölkerung auf. Es zeigen sich auch leichte lebensweltliche Schwerpunktverschiebungen (vgl. Beschreibung der verschiedenen digitalen Lebenswelten). Bei zwei Internet-Milieus, die sich in ihrer spezifischen Entscheider-Zusammensetzung erheblich von den Internet-Milieus der Gesamtbevölkerung unterscheiden, wurden zudem die Namen angepasst:

- Das Pendant zum Internet-Milieu *Postmaterielle Skeptiker* in der Gesamtbevölkerung ist unter den Entscheidern die Gruppe der *Sicherheitsbedachten Postmateriellen*; sie zeigen sich weniger „skeptisch“ und „vorbehaltlich“, sondern „kritisch mitbedenkend“ mit sicherheitsorientierter Ausrichtung.
- Die *Unbekümmerten Hedonisten* wurden zu *Hedonisten*, da sie zwar ähnlich gering sensibilisiert sind gegenüber Risiken im Internet und einen „unvergrübelten“ Zugang zu digitalen Technologien haben, aber aufgrund ihrer beruflichen Aufgabenfelder keine gänzlich unbekümmerte Grundhaltung einnehmen können.

Kurzcharakteristik der sieben Internet-Milieus der Entscheider

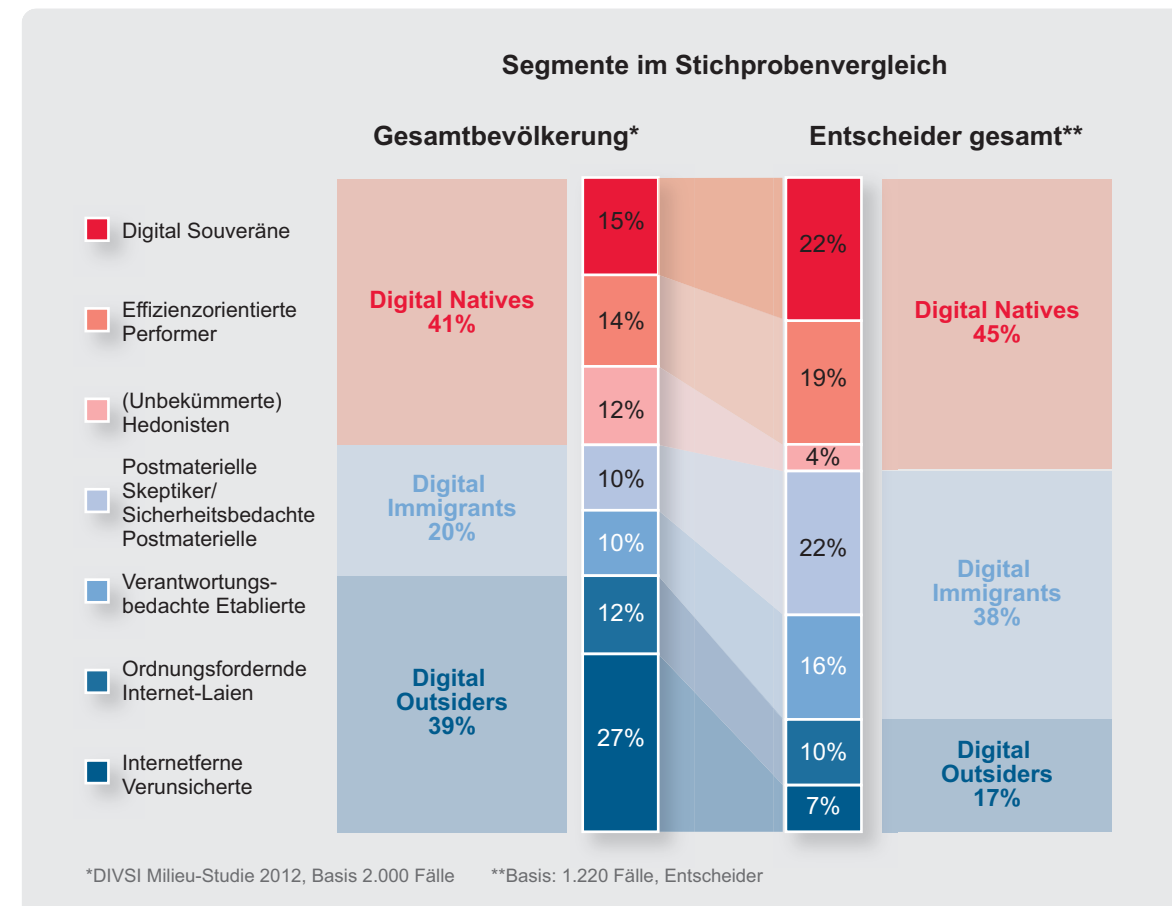


Verschwindende digitale Gräben in der Entscheider-Landschaft?

Die DIVSI Milieu-Studie identifizierte zwei digitale Gräben in der deutschen Gesellschaft. Auf der einen Seite gehören 41 Prozent zu den Digital Natives, für die ein Leben ohne Internet nicht mehr vorstellbar ist und die nur begrenztes Verständnis dafür haben, dass andere Menschen sich im Internet nicht genauso zu Hause fühlen. Auf der anderen Seite gehören nach wie vor 39 Prozent der deutschen Bevölkerung zu den Digital Outsiders, für die das Internet eine fremde Welt ist, die sie mindestens als uninteressant, teilweise sogar als beängstigend erleben.

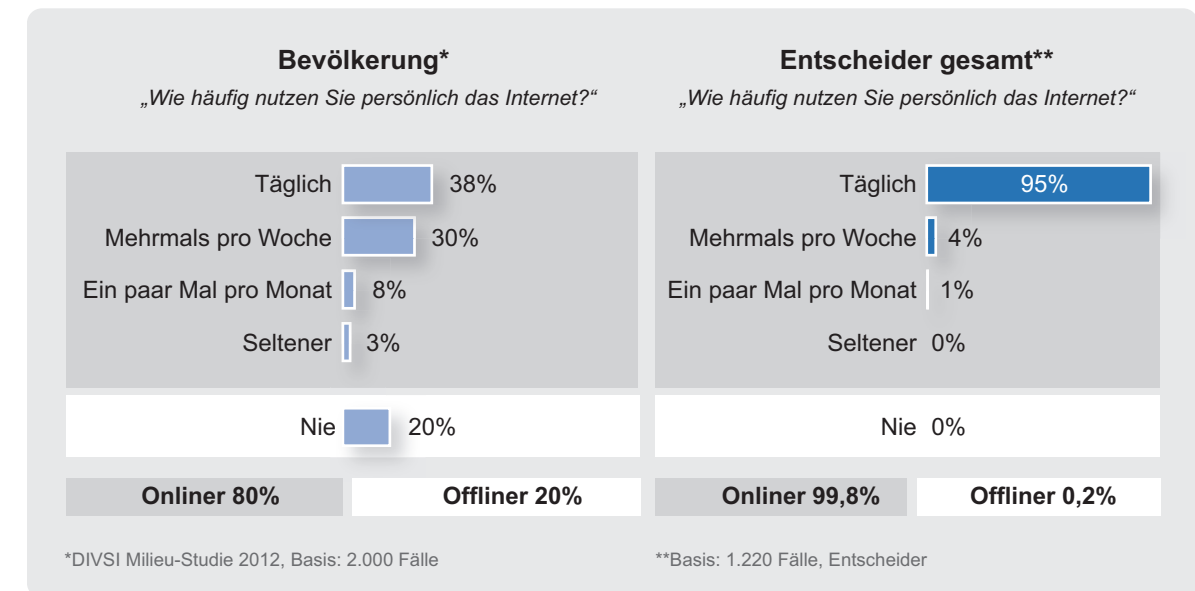
Die nähere Betrachtung der digitalen Lebenswelten der Entscheider zeigt, dass hier nur 17 Prozent Digital Outsiders sind und davon nur sieben Prozent *Internetferne Verunsicherte* – eine Gruppe, die in der Bevölkerung einen Anteil von 27 Prozent ausmacht. Somit existieren zwar auch in der Entscheider-Landschaft digitale Gräben, diese prägen aber keine einander gegenüberstehenden „Blöcke“. Sie trennen die Gesamtheit der Entscheider nicht in gleich große Gruppen, wie dies in der Bevölkerung der Fall ist, wo der Anteil der Digital Outsiders fast so groß ist wie der der Digital Natives.

Die Entscheider haben im Vergleich zur Bevölkerung eine deutlich höhere Internet-Affinität



Betrachtet man die Internet-Nutzung der Entscheider, so wird deutlich, dass selbst die Digital Outsiders fast ausschließlich Onliner sind.

Fast alle Entscheider nutzen das Internet täglich



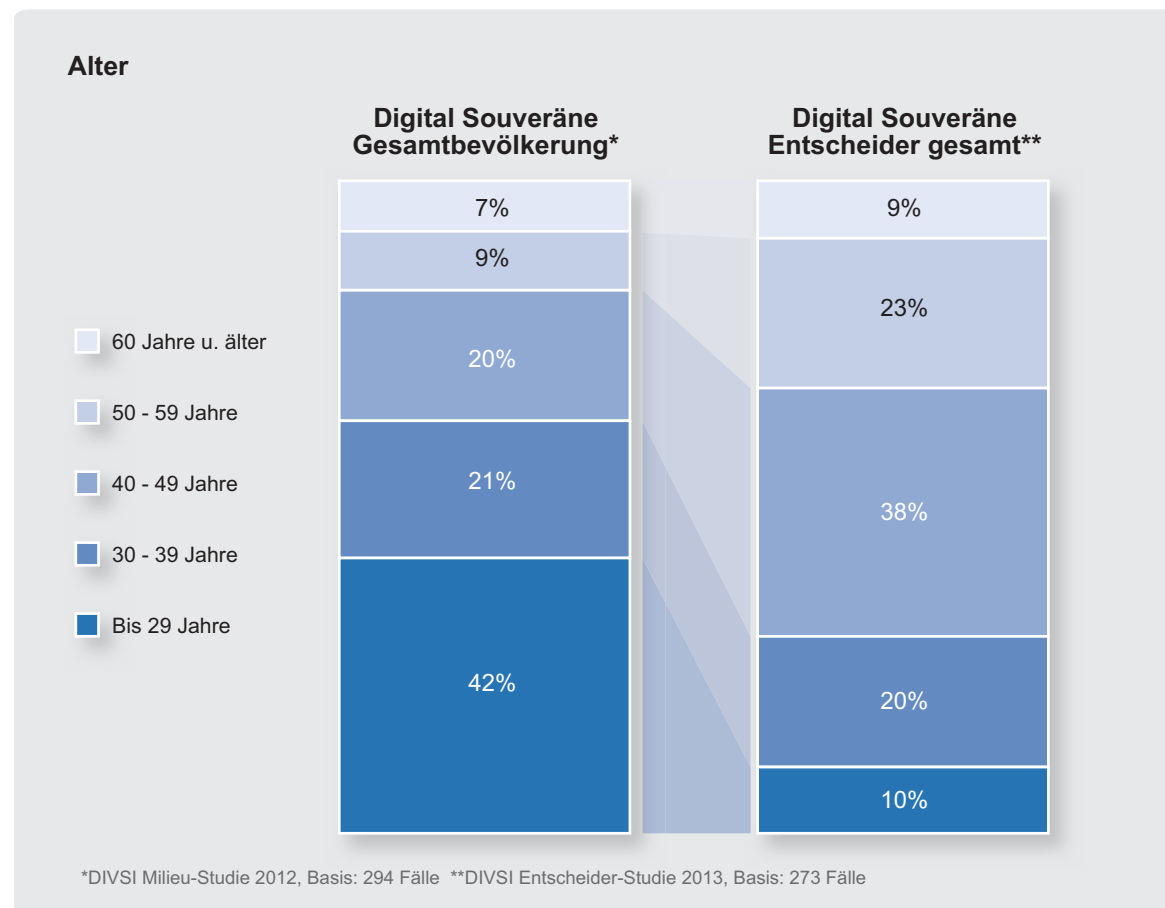
Digital Outsiders unter den Entscheidern zeichnen sich somit nicht primär durch komplette „Internet-Verweigerung“ aus, sondern durch ihre grundlegende Einstellung und Haltung zum Internet und insbesondere zu den Themen Vertrauen und Sicherheit im Internet, wie die Profile der beiden Internet-Milieus *Ordnungsfordernde Internet-Laien* und *Internetferne Verunsicherte* aufzeigen. Digitale Enthaltsamkeit kommt somit unter Entscheidern praktisch nicht vor, selbst wenn man eigentlich keine Notwendigkeit sieht, Dinge online zu erledigen. Personen in Führungspositionen in Deutschland können es sich offenbar nicht mehr leisten, das Internet gar nicht zu nutzen. Ohne eine – selbst minimale – Ahnung, wie das Netz funktioniert, sind Arbeitsprozesse immer seltener durchführbar.

Mehr Digital Souveräne unter den Entscheidern als in der Gesamtbevölkerung

Das Milieu der *Digital Souveränen* – der digitalen Avantgarde mit individualistischer Grundhaltung – ist mit 22 Prozent am häufigsten unter den Entscheidern vertreten. In der Bevölkerung beträgt der Anteil gerade einmal 15 Prozent. Dieser Unterschied ist jedoch noch bedeutsamer als auf den ersten Blick ersichtlich, da es sich bei *Digital Souveränen* in der Gesamtbevölkerung überwiegend um junge Menschen handelt: 42 Prozent sind unter 29 Jahre alt. Diese Altersgruppe ist jedoch bei den Entscheidern kaum vertreten.

Dass knapp jeder dritte der *Digital Souveränen* unter den Entscheidern zur Generation 50plus gehört, ist überraschend und zeigt, dass ein erweitertes Verständnis von Digital Natives nötig ist. Digital Natives sind nicht mehr die „jungen Wilden“, vielmehr hat sich die digitale Lebenswelt in den Führungsetagen etabliert.

Digital Souveräne unter den Entscheidern haben einen Schwerpunkt bei den mittleren Altersgruppen



Exkurs: Auf der Suche nach den Digital Natives

Die Bezeichnung Digital Natives geht zurück auf den Amerikaner Mark Prensky, der ihn 2001 in einem Aufsatz⁴ erstmals verwendet. In diesem Aufsatz beschreibt er eine neue Generation Studierender, die sich von der vorherigen vor allem dadurch unterscheidet, dass sie mit digitalen Technologien aufgewachsen ist und deshalb deren Sprache selbstverständlich spricht. In dieser völlig neuartigen (Sozialisations-)Umwelt, so Prenskys These, entwickeln sich neue Denkmuster und -strukturen.

Die Idee einer Generation, die sich vor allem durch ihr Verhältnis zu digitalen Medien von anderen Generationen unterscheidet, tauchte unter dem Label „Net Generation“ allerdings schon im Jahr 1997 bei Don Tapscott⁵ auf, als „Generation@“ bei Horst Opaschowski⁶, als „Netz-Generation“ bei Claudia de Witt⁷. Auch hinter dem Begriff „Millennials“ von Howe und Strauss⁸ verbirgt sich eine Generationen-Charakterisierung, die sich wesentlich auf die Art und Weise der Zuwendung zu digi-

⁴ Prensky 2001

⁵ Tapscott 1997

⁶ Opaschowski 1999

⁷ de Witt 2000

⁸ Howe/Strauss 2000

talen Medien bezieht. Prenskys Konzept hat bei Weitem die größte Aufmerksamkeit erfahren, wurde dabei jedoch kaum kritisch hinterfragt.

Wichtigstes Kriterium für die Zugehörigkeit zur Gruppe der Digital Natives ist bei Prensky das Geburtsjahr. Demnach sind die zwischen 1980 und 1994 Geborenen die „Muttersprachler“ im Netz und damit als Digital Natives einzuordnen. Ältere Personen werden, weiterhin der Analogie des linguistischen Konzepts der *Native Speakers* folgend, als Digital Immigrants bezeichnet, die zwar eine Zweitsprache – also auch die der digitalen Medien – auf muttersprachlichem Niveau erlernen könnten, aber ihren Akzent beibehalten und damit immer als Immigranten identifizierbar bleiben.⁹

Dieser „digitale Akzent“ der Digital Immigrants kommt z. B. in folgenden Situationen zum Tragen: E-Mails werden erst ausgedruckt und dann gelesen oder man erwartet eine Bedienungsanleitung eines Programms, anstatt darauf zu vertrauen, dass sich das Programm selbst erklärt bzw. in der Nutzung gelernt wird. Ältere Personen, so seine Annahme, lernten diese neue Sprache später – und später gelernte Sprachen lernt man nicht mehr akzentfrei. Die Vorstellung, das Gehirn erführe durch den Gebrauch bestimmter Technologien andersartige oder besondere Transformationen, entbehrt jedoch einer wissenschaftlichen Grundlage.¹⁰

Das Merkmal „Alter“ als Zugehörigkeitsindikator für die betreffende Gruppe kann damit nicht allein entscheidend sein: „Die Zugehörigkeit zur Net Generation lässt sich in erster Linie durch ein hohes Ausmaß an Mediennutzung (Computer, Internet, Handy) im Alltag eines Individuums – grundsätzlich auch unabhängig vom Alter – bestimmen.“¹¹

Zudem zeigt sich, dass Online-Verhalten und Einstellungen zum Internet sowie anderen digitalen Technologien – selbst innerhalb der Alterskohorten der ab 1980 Geborenen – stark variieren und deutlich komplexer sind, als es ein Generationenbegriff andeuten könnte. Insbesondere das kreative Potenzial und der Umfang der kontributiven Nutzung werden deutlich überschätzt. Studien zeigen, dass letztlich nur ein kleiner Teil der Jugendlichen und jungen Erwachsenen beispielsweise eigene Blogs schreibt, Videos hochlädt oder in Foren diskutiert.¹² Hier ist so mancher 60-jährige Politiker durchaus aktiver im Netz unterwegs.

In den DIVSI Studien zu Vertrauen und Sicherheit im Internet wird die Bezeichnung Digital Natives ebenfalls verwendet. Sie bezeichnet hier jedoch ein gesellschaftliches Segment, das unabhängig vom Alter gefasst wird und sich aus drei unterschiedlichen Lebenswelten zusammensetzt. Digital Natives verbindet demnach das Lebensmotto: „Ich surfe, also bin ich“. Sie nutzen das Internet nicht, sondern leben darin. Online zu sein ist für sie keine Aktivität, sondern eine Situationsbeschreibung. Sie bewegen sich im Internet wie ein Fisch im Wasser, probieren gern Neues aus und sehen die fortschreitende Digitalisierung primär als persönliche Chance und einen erweiterten Möglichkeitsraum – sei es für die berufliche Weiterentwicklung oder das private Vergnügen.

Bei allen drei Milieus im Segment der Digital Natives (*Digital Souveräne*, *Effizienzorientierte Performer* und *Unbekümmerte Hedonisten* bzw. *Hedonisten*) ist eine liberale, individualistische Grundhaltung weit verbreitet. Digital Natives zeigen nur wenig Verständnis für die Problematik von

⁹ Prensky 2001: 2

¹⁰ Schulmeister 2009: 22

¹¹ Seufert 2007: 17

¹² Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2012

unerfahrenen Internet-Nutzern und haben einen geringen Sensibilisierungsgrad in punkto Risiken im Netz, allerdings aus unterschiedlichen Gründen:

- *(Unbekümmerte) Hedonisten* begegnen dem Thema Sicherheit im Internet mit Gleichgültigkeit oder Überraschung („Datenschutz? Hab ich mir noch keine Gedanken zu gemacht.“) Wie auch sonst im Leben sind sie im Internet ebenfalls auf der Suche nach Unterhaltung, Ablenkung und Bestätigung, nicht zuletzt als Gegenprogramm zum teilweise als unspektakulär empfundenen Alltag.
- *Effizienzorientierte Performer* sehen Sicherheit im Internet als Thema von gestern. Motto: „Datensicherheit im Internet ist ein Traum von Leuten, die keine Ahnung haben von moderner Technik, also von der letzten Generation halt.“¹³ Sie setzen voll auf Machbarkeits- und Reparaturlogik und vertrauen auf professionelle Sicherheitssoftware.
- *Digital Souveräne* sehen sich als digital-mobile Avantgarde, die das Internet wesentlich mitgestaltet und sich souverän genug fühlt, den Risiken im Netz begegnen zu können.

Digital Natives zeigen somit durchaus unterschiedliche Haltungen gegenüber Risiken im Internet, ziehen aber alle die gleiche Konsequenz: In erster Linie sehen sie den Nutzer in der Pflicht, seine Aktivitäten im Netz zu verantworten. Wenn somit knapp die Hälfte der Entscheider diesem Segment zuzuordnen ist, lässt sich bereits an dieser Stelle erahnen, mit welcher Anspruchshaltung sie den Nutzern begegnen.

Lebensweltliche Basismotive zusätzlich zu soziodemografischen Faktoren zu berücksichtigen liefert somit wesentliche Differenzierungen, die deutlich machen, dass die Kompetenz und Selbstverständlichkeit im Umgang mit dem Internet nicht nur auf Menschen zutrifft, die nach 1980 geboren wurden. Wäre dem so, dürften wir wohl auch Steve Jobs oder Bill Gates nicht zu den Digital Natives zählen.

¹³ DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet 2012: 79

3.3. Internet-Milieus im Fokus – die Entscheider-Landschaft im Detail

3.3.1. Digital Souveräne

Digital Souveräne sind mit 22 Prozent neben den *Sicherheitsbedachten Postmateriellen* (ebenfalls 22 Prozent) das größte Internet-Milieu innerhalb der Entscheider. Sie sind die digitale Avantgarde, die Individualismus und Unabhängigkeit als Ausgangspunkte ihres Denkens und Handelns sieht.

Digital Souveräne (22 Prozent): Soziodemografie

Geschlecht und Alter	- Jüngere Altersgruppen, Ø 44 Jahre - Verteilung von Männern und Frauen wie in der Grundgesamtheit
Bildung	- Verteilung der Bildungsabschlüsse wie in der Grundgesamtheit - 45% haben einen Hochschulabschluss, 9% sind promoviert
Ausbildungsgebiet/Berufe	- Wirtschaftswissenschaftliche (21%, gesamt 17%) und kommunikationswissenschaftliche Ausbildungen (6%, gesamt 3%) leicht überrepräsentiert - Ingenieurwissenschaftliche Ausbildungen unterdurchschnittlich vertreten (6%, gesamt 12%)
Berufsgruppe	- Überwiegend Leitende Angestellte (69%, gesamt 56%) - Freie Berufe unterdurchschnittlich (9%, gesamt 17%)
Entscheidungskompetenz	- 45% arbeiten in der Funktion Abteilungsleiter oder Prokurist (gesamt 36%)
Unternehmensgrößen	- Überdurchschnittlich beschäftigt in kleineren und mittelständischen Betrieben: 20 - 49 Beschäftigte (17%, gesamt 12%) 100 - 249 Beschäftigte (16%, gesamt 13%)
Einkommen	- Untere Einkommensklassen innerhalb der Entscheider-Gesamtheit: 39% haben ein jährliches Bruttoeinkommen zwischen 40.000 und 60.000 Euro (gesamt 30%)

Lebenswelt

Digital Souveräne sind junge Individualisten, die sich im Beruf gern auf kreative Weise verwirklichen. Sie sind adaptiv und flexibel, wenn es darum geht, sich in neue Situationen und Unternehmensstrukturen einzufügen, haben aber durchaus ihren eigenen Kopf, möchten Ideen umsetzen und dabei auch manches anders machen und neu denken. Sie haben nicht das Karriereziel „oben ankommen“, sondern möchten sich vor allem weiterentwickeln und immer wieder neue Herausforderungen suchen. Aktuell befinden sie sich überwiegend noch am Beginn ihrer Karriere und haben erst seit einigen Jahren eine Führungsposition inne. *Digital Souveräne* sind geografisch und mental mobil, denken in globalen Dimensionen und zeigen sich dabei liberal und weltoffen. Das Internet bietet ihnen vor diesem Hintergrund die Möglichkeiten, unabhängig von Zeit und Raum Neues zu entdecken, sich umfassend zu vernetzen und zu vermarkten. Das Internet ist für sie ein omnipräsenter Optionen-Pool, der auch Quelle für neue Geschäftsmodelle und -ideen sein kann – sei es in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen oder hinsichtlich des Kunden- und Partner-Netzwerkes.

Internet-Nutzung

Für mehr als drei Viertel der *Digital Souveränen* ist ein Leben ohne Internet nicht vorstellbar. Sie haben das Internet selbstverständlich in ihren Alltag eingebunden. Fast alle (97 Prozent) nutzen das Internet täglich. Sie verfügen dabei auch über eine sehr gute technische Ausstattung.

Digital Souveräne sind selbsternannte Alleskönner im Umgang mit dem Internet. Keine andere Gruppe schreibt sich derart selbstsicher eine ähnlich hohe IT-Kompetenz zu (Mittelwert von 4,9 auf einer sechsstufigen Antwortskala; 6 = Experte). Ihre Online-Expertise eignen sie sich überwiegend selbst an und vertreten die Meinung, dass sich die meisten Funktionen ohnehin intuitiv erschließen. Sie probieren dabei gern Neues (neue Geräte, neue Gadgets, neue Apps) und tauschen sich darüber im Bekanntenkreis aus. Digitale Entdeckungen sind ein beliebtes Small-Talk-Thema.

Auch im Beruf möchten *Digital Souveräne* auf diese technischen Möglichkeiten nicht verzichten und erwarten eine entsprechende Ausstattung des Arbeitsplatzes, denn digitale Kommunikationswege sind für sie die Grundlage der alltäglichen Arbeitsprozesse. Das Internet ist auch die Basis für Recherchen, zur Ideenfindung und zum kurzfristigen Auffüllen von Wissenslücken – z. B. wenn man sich in ein neues Thema oder ein Projekt einarbeitet. Webseiten gelten als verlässliche Informationsquellen, Wikipedia quasi schon als Brockhaus unter den Nachschlage-Optionen.

Digital Souveräne möchten an dem teilhaben, was im Internet passiert, und nutzen viele Online-Angebote im Vergleich zu anderen Entscheidern überdurchschnittlich häufig, z. B. Cloud Computing (40 vs. 24 Prozent in der Gesamtheit der Entscheider). Auch in sozialen Netzwerken sind die *Digital Souveränen* sehr stark vertreten (73 vs. 47 Prozent). Bedenken, private Daten ins Internet einzustellen, sind nur gering ausgeprägt und private wie berufliche Kontakte werden über die Plattformen gleichermaßen gepflegt, zumal sich Erwerbs- und Privatleben bei den *Digital Souveränen* auch häufig gegenseitig durchdringen. Private Kontakte liefern Informationen für berufliche Zwecke und umgekehrt; das persönliche Netzwerk hat man entsprechend strukturiert und weiß, wen man für was anfragen könnte und welche privaten Kontakte man nutzen sollte, um das geschäftliche Netzwerk auszubauen. Dieser zunehmend fließende Übergang zwischen Beruflichem und Privatem, insbeson-

dere auch auf sozialer Ebene, ist eine generelle gesellschaftliche Entwicklung, die sich in dieser Gruppe besonders deutlich zeigt. Damit verbunden ist eine – zumindest theoretisch und technisch mögliche – kontinuierliche Erreichbarkeit. 87 Prozent (gesamt 60 Prozent) nutzen ein internetfähiges Smartphone, mit dem sie jederzeit auf E-Mails zugreifen können. Es ist den *Digital Souveränen* wichtig, diese Möglichkeit zu haben und flexibel in Projekten (re)agieren zu können, ohne dabei im Büro sitzen zu müssen – gern arbeitet man auch einmal „eine Woche von New York aus“.

Entscheider aus dem Internet-Milieu der *Digital Souveränen* legen viel Wert auf einen professionellen Auftritt im Netz. Die ansprechende Gestaltung von Websites und Online-Printprodukten ist ihnen besonders wichtig – eine „altbackene“ digitale Ästhetik fällt ihnen entsprechend negativ auf. Sie betrachten die Website eines Unternehmens daher als wichtiges Aushängeschild und als zentrale Facette der Außendarstellung. Auch gekonnte Auftritte im Bereich Social Media sollten aus ihrer Sicht dazugehören. Häufig haben gerade die *Digital Souveränen* unter den Führungskräften den Facebook-Auftritt ihres Unternehmens angeregt und auf den Weg gebracht.

Digital Souveräne: Typische Aussagen

Typische Aussagen („trifft ganz genau/eher zu“)

Generelle Einstellung zum Internet

	Zustimmung	Index
■ Neue Angebote und Entwicklungen im Bereich Internet probiere ich immer sofort aus	29%	171
■ Ein Leben ohne Internet wäre für mich persönlich nicht vorstellbar	77%	145
■ Ich möchte an dem teilhaben , was im Internet passiert	77%	134
■ Ich fühle mich in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuordnen und entsprechend zu reagieren	80%	117
■ Im Internet bewege ich mich stets vorsichtig , z. B. stelle ich keine privaten Daten und Fotos ins Internet	45%	56
■ Um Datensicherheit im Internet kümmere ich mich nicht aktiv, das machen andere für mich	12%	33
■ Eigentlich bin ich mit dem Medium Internet überfordert	3%	24

Haftung, Verantwortung und Regulierung

	Zustimmung	Index
■ Das Internet ist ein freies Medium und sollte unter keinen Umständen reglementiert werden	55%	139
■ Vor dem Hintergrund eines global vernetzten Internets kann der Staat keine verbindlichen Rechtsgrundlagen mehr schaffen	56%	115
■ Anbieter und Dienstleister im Internet sollten verpflichtet werden, die Haftung für Schäden zu übernehmen	65%	83
■ Mir ist es wichtig, dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt	46%	65
■ Nutzer können die Vorgänge im Internet nicht überblicken und müssen deshalb vom Staat geschützt werden	31%	56
■ Dass im Internet jeder machen kann, was er will, ist eine Bedrohung unseres demokratischen Systems	22%	46

zent der diesem Milieu Zugehörigen sind der Meinung, dass wir uns ohnehin an einen freieren Umgang mit Daten im Internet gewöhnen müssen (gesamt 60 Prozent). Dabei liegt die Hauptverantwortung beim Nutzer, dem von diesem Internet-Milieu kaum Schutzbedürftigkeit zugesprochen wird.

Mehr als die Hälfte der *Digital Souveränen* sieht das Internet insgesamt als freies Medium an, welches unter keinen Umständen reglementiert werden sollte. Für sie ist längst Realität, dass man das Netz ohnehin nicht kontrollieren kann; sie halten es für einen Irrglauben, in globalen Kontexten nationale Grenzen und Verbote einziehen zu können. Entsprechend sehen sie auch die Rolle des Staates als äußerst begrenzt. An rechtliche Rahmenregelungen und Gesetze als Basis für Freiheit im Netz glauben sie deutlich weniger als die anderen Entscheider.

Der Staat ist aus ihrer Sicht nicht nur hilflos, sondern sogar ein Risiko, wenn sie eine Überregulierung durch staatliche Kontrolle als Bedrohung sehen. Zwar sehen auch *Digital Souveräne* Risiken im Internet vor allem durch Hacker verursacht, allerdings nehmen sie große globale Internet-Dienstleister wie z. B. Google oder Facebook (66 Prozent, gesamt 73 Prozent) und auch unbedachte Nutzer (65 Prozent, gesamt 73 Prozent) weniger als Bedrohung wahr als die Gesamtheit der Entscheider; im Gegenzug schreiben sie den staatlichen Sicherheitsbehörden mehr Risikopotenzial zu (36 Prozent, gesamt 29 Prozent) und haben ein deutlich geringeres Vertrauen in das deutsche Rechtssystem (32 Prozent, gesamt 39 Prozent) oder politische Entscheider (22 Prozent vs. 29 Prozent).

Interessanterweise scheint die Kategorie „Vertrauen“ für die *Digital Souveränen* unter den Entscheidern insgesamt weniger relevant zu sein, denn sie sprechen allen Akteuren weniger Vertrauen zu als andere Entscheider. Besonders wichtig sind aus ihrer Sicht eigene Erfahrung, Meinungen von Experten – die man hoffentlich im eigenen Netzwerk hat – und Bildung.

Sie haben eine eher nüchterne Haltung gegenüber den verschiedenen Playern im Netz. Dies betrifft nicht nur Institutionen. Sie halten auch Unternehmen nicht unbedingt für vertrauenswürdig, da ihnen bewusst ist, dass Unternehmen gewinnorientiert arbeiten und Vertrauen bewusst als Kapitalform einsetzen. Ein „Unternehmen mit gutem Ruf“ ist für sie daher nicht gleichzeitig ein Hinweis für Vertrauenswürdigkeit.

Einstellungen zu Datensicherheit und Datenschutz

Digital Souveräne sind wenig besorgt hinsichtlich Datensicherheit und Datenschutz, da sie auf ihr eigenes Know-How vertrauen. Sie fühlen sich in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuordnen und entsprechend zu reagieren. Das Internet sehen sie vor allem als Chance und weniger als Risiko (Mittelwert von 9,2 auf einer Skala von 0 bis 10; 10 = „bietet vor allem Chancen“). 65 Pro-

3.3.2. Effizienzorientierte Performer

19 Prozent der Entscheider sind *Effizienzorientierte Performer*. Sie sind karriereorientierte Internet-Profis mit ausgeprägter Convenience- und Nutzen-Fokussierung.

Effizienzorientierte Performer (19 Prozent): Soziodemografie

Geschlecht und Alter	- Altersgruppen ähnlich wie in der Grundgesamtheit, Ø 48 Jahre - Verteilung von Männern und Frauen wie in der Grundgesamtheit
Bildung	- Überwiegend hohe Schulbildung - Höchster Anteil an Universitätsabschlüssen (50%, gesamt 45%)
Ausbildungsgebiet/Berufe	- Verteilung der Berufe überwiegend wie in der Grundgesamtheit: Ingenieur-/Technische Wissenschaften (17%, gesamt 12%) überrepräsentiert
Berufsgruppe	- Verteilung der Berufsgruppen wie in der Grundgesamtheit - Selbstständige leicht überrepräsentiert (21%, gesamt 19%)
Entscheidungskompetenz	- 37% arbeiten in der Funktion Sachgebietsleiter/Referent/ Leitender Angestellter (gesamt 29%) - Überrepräsentiert sind auch Geschäftsführer/Vorstandsmitglieder ohne Geschäftsanteile (23%, gesamt 15%)
Unternehmensgrößen	- Überdurchschnittlich beschäftigt in mittelständischen Betrieben: 50 - 99 Beschäftigte (15%, gesamt 12%)
Einkommen	- Mittlere bis hohe Einkommensklassen innerhalb der Entscheider-Landschaft: 36% haben ein jährliches Bruttoeinkommen zwischen 80.000 und 150.000 Euro (gesamt 27%)

Lebenswelt

Effizienzorientierte Performer sehen sich als moderne Leistungsträger der Gesellschaft, für die Karriere und Erfolg zu einem erfüllten Leben unbedingt dazugehören. Sie sind zielorientiert, haben ein hohes Ich-Vertrauen und eine Macher-Mentalität. Smart, dynamisch und visionär verfolgen sie mit durchaus kompetitiver Grundhaltung – denn nur durch Herausforderungen schafft man es nach oben – ihre beruflichen Pläne. Sie möchten sich im Leben nicht auf konventionelle Muster festlegen und suchen das Besondere. Multi-Optionalität, Networking und Multitasking sehen sie dabei als ihre Schlüsselkompetenzen. Das Internet ist fester Bestandteil ihres Lifestyles und eine selbstverständliche Infrastruktur, die es ihnen ermöglicht, immer und überall Zugriff auf die gesamte Bandbreite der digitalen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten zu haben. Moderne Technik ist für sie dabei sowohl ästhetisches Must-Have als auch ein Arbeitsmittel zur Effizienzsteigerung.

Internet-Nutzung

Effizienzorientierte Performer nutzen das Internet sehr intensiv: 99 Prozent von ihnen sind täglich online. Im Beruf sind nahezu alle produktiven, organisatorischen und kommunikativen Prozesse über Online-Wege organisiert. Sie schätzen die dadurch mögliche Arbeitserleichterung, Vereinfachung und Beschleunigung. Entsprechend sehen sie das Internet vor allem als Chance und weniger als Risiko (Mittelwert von 8,8, gesamt 8,2 bei einer Skala von 0 bis 10; 10 = „bietet vor allem Chancen“).

Für Entscheider aus diesem Internet-Milieu ist ein Leben ohne Internet – ebenso wie für die *Digital Souveränen* – nicht vorstellbar. Sie wollen daran teilhaben, was im Internet passiert (91 Prozent, gesamt 57 Prozent) und sehen sich zudem als Treiber digitaler Entwicklungen. Neue Produkte und Dienstleistungen verfolgen die *Effizienzorientierten Performer* mit höchster Aufmerksamkeit, um frühzeitig von ihnen profitieren zu können und nicht „hinterherzuhinken“. Sie sind offen für Veränderungen und probieren innovative Online-Anwendungen immer gleich aus.

Im Netz bewegen sie sich sehr sicher und sind überdurchschnittlich aktiv – alles, was schneller, einfacher und bequemer geht, findet online statt: 89 Prozent erledigen Bankgeschäfte online (gesamt 81 Prozent) und 59 Prozent nutzen soziale Netzwerke (gesamt 47 Prozent). Fast alle kaufen online auf deutschen Webseiten ein (95 Prozent, gesamt 83 Prozent) und 81 Prozent halten Kontakt mit Behörden und Ämtern über das Netz (gesamt 73 Prozent). Da Vertreter dieses Internet-Milieus häufig in Berufen arbeiten, in denen viel gereist wird, ist auch mobiles Internet ihr selbstverständlicher Begleiter (73 Prozent, gesamt 60 Prozent).

Effizienzorientierte Performer begrüßen, dass das Internet immer mehr an Bedeutung und Selbstverständlichkeit gewinnt und sehen Online-Kompetenz und digitale Ausstattung eines Unternehmens als zentrale Faktoren für wirtschaftlichen Erfolg in globalen Zusammenhängen. Aus ihrer Sicht kann es sich heutzutage keine Firma leisten, diese Handlungsspielräume zu ignorieren und damit zu verspielen.

Effizienzorientierte Performer: Typische Aussagen

Typische Aussagen („trifft ganz genau/eher zu“)		
Generelle Einstellung zum Internet		
	Zustimmung	Index
■ Neue Angebote und Entwicklungen im Bereich Internet probiere ich immer sofort aus	33%	195
■ Ich möchte an dem teilhaben , was im Internet passiert	91%	158
■ Ein Leben ohne Internet wäre für mich persönlich nicht vorstellbar	77%	147
■ Ich fühle mich in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuordnen und entsprechend zu reagieren	89%	130
■ Im Internet bewege ich mich stets vorsichtig , z. B. stelle ich keine privaten Daten und Fotos ins Internet	96%	119
■ Die Vorstellung, dass vieles in Zukunft nur noch über das Internet erledigt werden kann, macht mir Angst	14%	39
■ Eigentlich bin ich mit dem Medium Internet überfordert	1%	11
■ Mir persönlich ist es egal , was mit meinen Daten im Internet geschieht	1%	9
Haftung, Verantwortung und Regulierung		
	Zustimmung	Index
■ Ich bin überzeugt davon, dass große, bekannte Marken mit persönlichen Daten im Internet sorgfältig umgehen	52%	139
■ Internet-Angeboten von staatlichen Einrichtungen kann man vertrauen	90%	118
■ Um Datensicherheit im Internet kümmere ich mich nicht aktiv, das machen andere für mich	25%	70

Einstellungen zu Datensicherheit und Datenschutz

Effizienzorientierte Performer sind sehr stark für die Themen Datensicherheit und Datenschutz sensibilisiert. Sicherheit ist für sie ein wichtiges Thema – aber kein Grund dafür, Katastrophen-Szenarien zu zeichnen. Man begegnet möglichen Risiken im Internet gelassen und unaufgeregt – denn was birgt im modernen Alltag keine Risiken? Sie wünschen eine Entdramatisierung der Begrifflichkeiten und der Ängste rund um das Netz und hoffen, dass man diesen Dingen in Zukunft optimistisch begegnet und sie als positive Herausforderung betrachtet.

Niemandem ist es egal, was mit den eigenen Daten passiert, aber man hat es nach Ansicht dieser Gruppe selbst in der Hand, wie man mit den eigenen Daten umgeht. Neun von zehn der *Effizienzorientierten Performer* fühlen sich in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuordnen und entsprechend darauf zu reagieren. Das sind deutlich mehr als in der Gesamtheit der Entscheider (68 Prozent). Sie bewegen sich nach eigenen Angaben durchaus vorsichtig im Netz und haben ein Gespür dafür, wann und wo sie Daten preisgeben können. Entsprechend kümmern sie sich auch um die Sicherheit ihrer Daten am liebsten selbst, anstatt diese Aufgabe zu delegieren.

Ihre Sicherheitsbedenken hinsichtlich verschiedener Aktivitäten sind unterdurchschnittlich bis stark unterdurchschnittlich im Vergleich zu den Entscheidern insgesamt. Vor allem sehen sie kaum gesellschaftliche Risiken, wie z. B. eine problematische Entwicklung der politischen Kultur, eine zunehmende Anonymisierung oder eine Überlastung durch wachsende Informationsflut, die sich nicht mehr beherrschen lässt. Ihre Selbsteinschätzung ist: Sie kennen sich aus im Netz – und wer sich auskennt, hat nichts zu befürchten. Somit ist plausibel, dass für sie der unbedachte Nutzer nach dem Hacker das größte Risiko im Netz ist (80 Prozent vs. 73 Prozent).

Auch wenn sie Verantwortung sehr auf der individuellen Ebene sehen, haben sie durchaus hohe Erwartungen an und auch ein Vertrauen in staatliche Institutionen (51 Prozent vs. 44 Prozent) und vor allem das deutsche Rechtssystem (49 Prozent vs. 39 Prozent).

Sie erwarten vom Staat stärker als andere Milieus, dass dieser sich um die Sicherheit im Internet kümmern soll (80 Prozent, gesamt 71 Prozent) und sie vertrauen Internet-Angeboten von staatlichen Einrichtungen – und zeigen dies nicht zuletzt dadurch, dass sie sie überdurchschnittlich häufig nutzen. Sie sehen die Rolle des Staates dabei weniger in einer Kontrollfunktion, sondern sind der Auffassung, dass die Einhaltung rechtsstaatlicher Grundlagen schlicht eine Voraussetzung für Freiheit ist.

Entsprechend lebt ihr Prinzip der Eigenverantwortung auch von der Einhaltung diverser Regeln und Qualitätsversprechen. So vertrauen sie insbesondere auf Unternehmen, die mit ihrem guten Ruf für die Sicherheit einstehen (87 Prozent, gesamt 68 Prozent) und auf kommerzielle, seriöse Dienstleister (84 Prozent vs. 69 Prozent). Sicherheit im Internet zu gewährleisten, ist aus ihrer Sicht Teil moderner Unternehmensethik, ähnlich wie Gleichberechtigung oder Nachhaltigkeit. Das Vertrauen in Institutionen ist dabei ein substanzieller Bestandteil innerhalb eines umfassenden Vertrauenssystems. Sie erwarten, dass jeder seinen Beitrag leistet zu mehr Vertrauen und Sicherheit im Internet. Schließlich sorgt auch die Existenz einer roten Ampel allein noch nicht dafür, dass es weniger Verkehrsunfälle gibt. Es braucht auch Menschen, die mitdenken und – falls doch etwas passiert – Versorgungs- und Versicherungseinrichtungen, um Schäden zu beheben und Verantwortungsübernahme zu gewährleisten.

3.3.3. Sicherheitsbedachte Postmaterielle

Unter den Entscheidern ist der Einstellungstypus der *Sicherheitsbedachten Postmateriellen* sehr stark vertreten: 22 Prozent sind zu dieser Gruppe zu zählen, in der Gesamtbevölkerung sind es mit zehn Prozent weniger als die Hälfte. Sie sind selektive Internet-Nutzer mit kritischer, aber offener Grundhaltung gegenüber dem Internet.

Sicherheitsbedachte Postmaterielle (22 Prozent): Soziodemografie

Geschlecht und Alter	- Sowohl jüngere als auch ältere Entscheider, Ø 49 Jahre - Verteilung von Männern und Frauen wie in der Grundgesamtheit
Bildung	- Mittlere bis hohe Bildungsabschlüsse - 16% haben Abitur (gesamt 11%) sowie 21% einen Fachhochschul- oder Bachelor-Abschluss (gesamt 17%)
Ausbildungsgebiet/Berufe	- Medizinische bzw. pharmazeutische Ausbildungen (9%, gesamt 6%), Ingenieur-/Technische Wissenschaften (18%, gesamt 12%) und Rechtswissenschaften (11%, gesamt 6%) leicht überrepräsentiert - Wirtschaftswissenschaften (10%, gesamt 17%) und Geisteswissenschaften (1%, gesamt 5%) unterdurchschnittlich vertreten
Berufsgruppe	- Freie Berufe überrepräsentiert (27%, gesamt 17%)
Entscheidungskompetenz	- 23% arbeiten in der Funktion Direktor/Amtsleiter/Betriebs-/Werks-/Filialleiter (gesamt 14%)
Unternehmensgrößen	- Überdurchschnittlich beschäftigt in Kleinstbetrieben oder Freien Berufen: 5 - 9 Beschäftigte (26%, gesamt 19%)
Einkommen	- Untere und mittlere Einkommensklassen innerhalb der Entscheider-Landschaft: 34% haben ein jährliches Bruttoeinkommen zwischen 60.000 und 80.000 Euro (gesamt 25%)

Lebenswelt

Sicherheitsbedachte Postmaterielle zeichnen sich durch ein globales Denken, prinzipielle Offenheit gegenüber anderen Lebensstilen und Einstellungen sowie ein weitgespanntes thematisches Interessenspektrum aus. Sie suchen intellektuelle Anregungen und intensiven Austausch mit Gleichgesinnten – auch im Kollegenkreis. Sie haben digitale Technologien weitestgehend in ihren Alltag integriert und nutzen diese souverän, wenn auch sehr bewusst und selektiv. Sie zeigen generell ein anspruchsvolles Konsumverhalten und haben Aversionen gegen Oberflächlichkeit.

Diese Gruppe zeigt sich ambivalent, wenn es um das Internet geht. Auf der einen Seite profitiert sie von den vereinfachten Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten, auf der anderen Seite kritisiert sie die rasante Digitalisierung und die zunehmenden Machtkonzentrationen einzelner Akteure im Internet. Aus ihrer Sicht werden Online-Aktivitäten zu wenig hinterfragt und geprüft – sie vermuten, dass dahinter die Angst steckt, den Anschluss nicht verpassen zu wollen.

Internet-Nutzung

Kritisch reflektieren sie die Vor- und Nachteile des Internets und nehmen dabei auch die Auswirkungen auf die Gesellschaft prüfend in den Blick. Positiv nehmen sie wahr, dass durch den einfachen Austausch von Gedanken und Ideen die globale Vernetzung vorangetrieben wird, sowie niedrigschwellige Partizipationsmöglichkeiten die soziale Teilhabe erleichtern. Allerdings beäugen sie skeptisch, wohin Datenmissbrauch und Überwachungssysteme noch führen könnten. *Sicherheitsbedachte Postmaterielle* möchten Fortschritt, jedoch nicht um jeden Preis. Dabei ist diese Gruppe nicht prinzipiell technikfeindlich, sie möchte sich von der Technik aber nicht zu stark vereinnahmen lassen. Das Internet gehört dazu, sollte aber nicht das Leben bestimmen. Sie glauben von allen Entscheidern am wenigsten, dass es in Zukunft nicht mehr möglich sein wird, komplett offline zu sein (56 Prozent vs. 64 Prozent). Trotz aller – fast schon verordneter – Internet-Zwangseuphorie sind sie überzeugt: Ein Offline-Leben ist möglich – zumindest kann das immer noch jeder selbst entscheiden.

Die *Sicherheitsbedachten Postmateriellen* sind zielorientierte Internet-Anwender. Sie schließen sich dem Online-Kosmos nicht bedingungslos an, sondern nutzen ausgewählte Anwendungen. So möchten nur 28 Prozent der *Sicherheitsbedachten Postmateriellen* an dem teilhaben, was im Internet passiert (gesamt 57 Prozent). Ihre Expertise im Internet schätzen sie entsprechend etwas schwächer ein im Vergleich zu den anderen Entscheidern (Mittelwert 4,1, gesamt 4,3 auf einer sechsstufigen Antwortskala; 6 = Experte).

Diese Entscheider nutzen lediglich einen Teil der Online-Optionen. Nur drei von zehn haben ein Social-Media-Profil (29 Prozent, gesamt 47 Prozent). Die technischen Möglichkeiten der Selbstdarstellung und des Austauschs von – aus ihrer Sicht – „Belanglosigkeiten“ empfinden sie als langweilig. Sehr selten beteiligen sie sich an Filesharing oder laden Software herunter. Nur 13 Prozent nutzen Cloud Computing (gesamt 24 Prozent). Sie sind keine Early Adopter, wenn es um Innovationen in Sachen Internet geht, denn ihr Interesse an neuen Angeboten und Entwicklungen hält sich in Grenzen, und mit dem ganzen Technik-Hype können sie wenig anfangen. Nur die Hälfte verfügt über einen mobilen Internet-Zugang (51 Prozent, gesamt 60 Prozent), denn sie möchten gar nicht immer erreichbar sein. Sie vertreten die Auffassung, dass die beruflichen Anforderungen ohnehin mittlerweile

sehr weitreichend in die Lebensgestaltung eingreifen. Ein Verschwinden der Grenzen zwischen Berufs- und Privatleben, das die *Digital Souveränen* und *Effizienzorientierten Performer* als Freiheit erleben, empfinden sie als unangemessene Vereinnahmung. Allerdings sind sie in einer beruflichen Position, die ihnen hierbei durchaus Gestaltungsspielräume ermöglicht, um eine angemessene Work-Life-Balance zu gestalten – und die besteht u. a. auch darin, am Wochenende keine E-Mails lesen zu müssen.

Sicherheitsbedachte Postmaterielle: Typische Aussagen

Typische Aussagen („Trifft ganz genau/eher zu“)		
Generelle Einstellung zum Internet		
	Zustimmung	Index
Die Vorstellung, dass vieles in Zukunft nur noch über das Internet erledigt werden kann, macht mir Angst	68%	199
Dass im Internet jeder machen kann, was er will, ist eine Bedrohung unseres demokratischen Systems	65%	138
In Zukunft wird es nicht mehr möglich sein, komplett „offline“ zu sein	56%	86
Ein Leben ohne Internet wäre für mich persönlich nicht vorstellbar	38%	72
Ich möchte an dem teilhaben , was im Internet passiert	28%	49
Neue Angebote und Entwicklungen im Bereich Internet probiere ich immer sofort aus	5%	29
Haftung, Verantwortung und Regulierung		
	Zustimmung	Index
Nutzer können die Vorgänge im Internet nicht überblicken und müssen deshalb vom Staat geschützt werden	63%	117
Das Internet ist ein freies Medium und sollte unter keinen Umständen reglementiert werden	32%	82
Internet-Angeboten von staatlichen Einrichtungen kann man vertrauen	55%	73
Ich verlasse mich hauptsächlich auf die gängigen Schutzprogramme und fühle mich damit sicher	41%	70
Ich bin überzeugt davon, dass große, bekannte Marken mit persönlichen Daten im Internet sorgfältig umgehen	13%	34

Einstellungen zu Datensicherheit und Datenschutz

Sicherheitsbedachte Postmaterielle sind besonders stark für die Themen Datensicherheit und Datenschutz sensibilisiert, sowohl hinsichtlich persönlicher als auch gesellschaftlicher Implikationen.

Neun von zehn Entscheidern dieser Gruppe sind sehr bewusst im Umgang mit dem Netz und stellen kaum private Daten online (gesamt 81 Prozent). Ihre Bedenken hinsichtlich verschiedener Aktivitäten sind überdurchschnittlich hoch. Beispielsweise hegen 40 Prozent Vorbehalte gegenüber dem Kontakt mit Ämtern (gesamt 29 Prozent) und 49 Prozent beim Betreiben einer eigenen Website (gesamt 39 Prozent). Nur 41 Prozent von ihnen verlassen sich hauptsächlich auf die gängigen Schutzprogramme und fühlen sich damit sicher (gesamt 59 Prozent).

Jenseits des persönlichen Nutzungsverhaltens verweisen sie kritisch auf die gesellschaftlichen Konsequenzen des freien Datenverkehrs und denken dabei an Datenmissbrauch unter der Prämisse der Gewinnmaximierung und an staatliche Überwachungssysteme. Deswegen befürworten sie die Reglementierung des Netzes stärker als die Entscheider insgesamt. Gesetze und Regelungen sind für sie die Voraussetzung, damit es Freiheit im Internet geben kann – denn Freiheit bedeutet immer auch die Freiheit des anderen.

Entsprechend sehen die *Sicherheitsbedachten Postmateriellen* das Internet im Vergleich zu den Entscheidern insgesamt eher als Risiko anstatt als Chance (Mittelwert von 7,5, gesamt 8,2 auf einer Skala von 0 bis 10; 10 = „bietet vor allem Chancen“). Die Vorstellung, dass zukünftig vieles nur noch online erledigt werden könnte, beängstigt sie mehr als andere (68 Prozent, gesamt 34 Prozent). Dabei geht es ihnen weniger darum, selbst technisch abgehängt zu werden, denn sie fühlen sich durchaus kompetent. Sie fürchten eher systemische Auswirkungen, z. B. eine Bedrohung der Demokratie (65 Prozent, gesamt 48 Prozent), eine problematische Entwicklung der politischen Kultur (73 Prozent vs. 61 Prozent) oder die Gefahr totaler Transparenz (93 Prozent vs. 85 Prozent).

Datenschutz war bei den *Sicherheitsbedachten Postmateriellen* schon ein Thema, lange bevor es das Internet gab. Allerdings hat sich ihr „Feindbild“ verschoben bzw. erweitert: Stand früher der Staat im Fokus (Stichwort Volkszählung), so sind es nun die globalen Internet-Dienstanbieter, die aus der Anhäufung immer größerer Datenbestände Kapital generieren und im Internet wesentlich mitbestimmen, was in welcher Form zugänglich ist. In diesem Zusammenhang nehmen sie deutlich stärker eine Marktkonzentration einzelner Akteure im Netz wahr als andere Entscheider (81 Prozent vs. 70 Prozent). Gruppen, die potenziell ein Risiko verursachen können, sind aber auch private Internet-Dienstanbieter allgemein (55 Prozent vs. 49 Prozent) und staatliche Einrichtungen, z. B. Verwaltungsorgane (31 Prozent vs. 18 Prozent) oder Sicherheitsbehörden (34 Prozent vs. 29 Prozent).

Unternehmen, die Risiken verursachen, sollten aus ihrer Sicht auch entsprechend Verantwortung für Sicherheit im Internet übernehmen, insbesondere Netzbetreiber/Provider und Anbieter von Internet-Diensten und -Produkten. Wird bei allen anderen Gruppen in der Entscheider-Landschaft als erstes der Nutzer in der Verantwortung für Sicherheit gesehen, so taucht er hier „erst“ an dritter Stelle auf – allerdings sehen auch 74 Prozent der *Sicherheitsbedachten Postmateriellen* den Nutzer (mit) in der Verantwortung.

Verlassen sollte man sich in punkto Internet-Sicherheit aus Sicht dieser Entscheider vor allem auf die eigene Erfahrung und Aufklärung. Sowohl Meinungen anderer, z. B. von unabhängigen Institutionen (62 Prozent vs. 72 Prozent) oder Experten (56 Prozent vs. 70 Prozent) als auch Angeboten staatlicher Einrichtungen (32 Prozent vs. 44 Prozent) oder dem deutschen Rechtssystem (29 Prozent vs. 39 Prozent) vertrauen sie deutlich weniger als die Gesamtheit der Entscheider. Auch der gute Ruf eines Unternehmens (53 Prozent vs. 68 Prozent) ist für sie weitaus weniger eine Vertrauensreferenz.

Trotz dieses (aktuell vorherrschenden) Misstrauens sehen sie sowohl Staat als auch Unternehmen in der Pflicht: Es muss ein Rechtsrahmen geschaffen werden, und Haftung sollte von denjenigen übernommen werden, die Schäden verursachen. Auch wenn sie ihre eigene Sicherheitszone durch Vermeidung verschiedener Online-Aktivitäten abstecken, gehen sie davon aus, dass die meisten Nutzer dies (noch) nicht können. Entsprechend sehen sie auch eine höhere Schutzbedürftigkeit des Nutzers (63 Prozent vs. 54 Prozent), selbst wenn ihn dies nicht entpflichtet, sich umsichtig zu verhalten.

3.3.4. Verantwortungsbedachte Etablierte

16 Prozent der Entscheider sind dem Einstellungstyp der *Verantwortungsbedachten Etablierten* zuzuordnen. In der Gesamtbevölkerung gehören zehn Prozent zu diesem Milieu.

Verantwortungsbedachte Etablierte (16 Prozent): Soziodemografie

Geschlecht und Alter	- Ältere Altersgruppen, Ø 50 Jahre. - Männer leicht überrepräsentiert (84%, gesamt 80%)
Bildung	- Verteilung der Bildungsabschlüsse wie in der Grundgesamtheit - 9% haben einen Dokortitel
Ausbildungsgebiet/Berufe	- Verteilung der Berufe überwiegend wie in der Grundgesamtheit - Leicht überrepräsentiert sind Bauingenieure (6%), Rechtswissenschaftler (8%) sowie Ärzte/Pharmazeuten (8%)
Berufsgruppe	- Freie Berufe überrepräsentiert (20%, gesamt 17%) - Geringer Anteil Selbstständiger (13%, gesamt 19%)
Entscheidungskompetenz	- Vorstände überrepräsentiert (8%, gesamt 5%) ebenso wie Sachgebietsleiter/Referenten (35%, gesamt 29%)
Unternehmensgrößen	- Überwiegend in größeren Betrieben beschäftigt - Im Typenvergleich höchster Anteil von Beschäftigten in Konzernen mit über 1.000 Mitarbeitern (18%, gesamt 9%) - Geringer Anteil von Beschäftigten in Kleinbetrieben mit 20 - 49 Mitarbeitern (19%, gesamt 12%)
Einkommen	- Hohe Einkommensklassen: 24% haben ein jährliches Bruttoeinkommen zwischen 100.000 und 200.000 Euro (gesamt 16%)

Lebenswelt

Verantwortungsbedachte Etablierte sind das aufgeklärte Establishment mit Führungsbewusstsein. Sie haben häufig Leitungsfunktionen in größeren Unternehmen oder sind erfolgreich in freien Berufen tätig, z. B. als Ärzte oder Rechtsanwälte. Sie können oft schon auf eine längere Karriere zurückblicken und haben sich in der eigenen Position – auch gesellschaftlich – eingerichtet.

Technik ist für sie Mittel zum Zweck: Etwas wird online erledigt, wenn es einen konkreten Mehrwert bietet. Gegenüber dem digitalen Fortschritt zeigen sie eine offene, aber gleichsam bewusste Grundhaltung. Digitalisierung ist aus ihrer Sicht kein Selbstzweck, sondern bedarf der Prüfung von Kosten und Nutzen für unterschiedliche Aufgaben. Sie bewegen sich selektiv im Internet und lassen sich dabei von Pragmatismus und Nützlichkeitsdenken leiten. Wenn gute Argumente dafür sprechen, ist man bereit, bestimmte Handlungen auch online zu erledigen.

Internet-Nutzung

Die Verantwortungsbedachten Etablierten unter den Entscheidern sind keine Technik-Fanatiker. Im Vordergrund steht bei ihnen das Bedürfnis nach Arbeitserleichterungen, denn durch das Internet lassen sich viele Organisations- und Kommunikationsprozesse effizienter, übersichtlicher und flexibler gestalten. Informationen suchen sie zielgerichtet und achten dabei besonders auf die Seriosität der Quellen.

Sie sehen sich im Vergleich zu den anderen Entscheidern als durchschnittlich erfahren mit dem Internet. Sie wissen, dass sie keine „Nerds“ sind, fühlen sich aber deshalb nicht überfordert oder sind gar ängstlich angesichts der Tatsache, dass vieles in Zukunft nur noch online zu erledigen sein könnte. Das Internet ist für diese Entscheider weniger emotional behaftet, sie betrachten es nüchtern und rational. Insofern lehnen sie sowohl übermäßige Euphorie („Das Internet macht alles besser“) wie auch Katastrophen-Szenarien ab. Nur 22 Prozent der Verantwortungsbedachten Etablierten sehen beispielsweise das demokratische System bedroht, wenn im Internet jeder machen kann, was er will (gesamt 48 Prozent).

Die Bedeutung des Internets wird von dieser Gruppe nicht überbewertet, denn man hat schon einige Phasen seines Berufslebens erfolgreich hinter sich gebracht, ohne täglich 50 E-Mails zu beantworten; andererseits haben ihre Vertreter erkannt, dass (ökonomischer) Erfolg ohne digitale Infrastrukturen und entsprechende Kompetenzen der Mitarbeiter immer schwieriger wird. Sie fordern daher einen professionellen Umgang mit den Online-Medien und akzeptieren, dass die eigene Internet-Präsenz für Partner, Kunden etc. Relevanz hat, auch wenn sie die entsprechenden Qualitätskriterien unter Umständen weniger gut einschätzen können als die jüngeren Kollegen. Damit haben sie kein Problem – im Gegenteil: Sie freuen sich, von anderen lernen zu können und fühlen sich souverän in der Delegation von Dingen, die andere einfach besser beherrschen. „Kennen“ und „nutzen“ sind für sie zwei Paar Schuhe: Man muss nicht selbst einen Blog schreiben, sollte aber wissen, wovon die Rede ist, wenn andere darüber erzählen – oder eine Idee haben, was man zu erzählen hätte, wenn man mit einem Blog online geht. Schließlich geht es um die Inhalte und nicht um das Format. Als Problem sehen sie daher vor allem, dass sich im Internet zu viele Menschen inszenieren, die nichts Substanzielles zu berichten haben.

Verantwortungsbedachte Etablierte bewegen sich sehr vorsichtig im Internet (94 Prozent, gesamt 81 Prozent). Das Netz ist für sie klar ein Arbeitsmedium, weshalb sie auch seltener einen Social-Media-Account einrichten (40 Prozent, gesamt 47 Prozent), Dateien teilen (13 Prozent, gesamt 19 Prozent) oder Musik, Filme und Spiele herunterladen (24 Prozent, gesamt 32 Prozent). Nur gut die Hälfte verfügt über ein internetfähiges Smartphone (52 Prozent, gesamt 60 Prozent). Dennoch sind sie technologischen Innovationen gegenüber aufgeschlossen und prüfen ihre Vor- und Nachteile. Neues müssen sie nicht immer gleich ausprobieren, sondern warten ab, bis sich etwas etabliert hat und nutzen es, wenn sie es persönlich für attraktiv halten – oder bestellen Smartphones für die Mitarbeiter, wenn diese der Ansicht sind, ohne mobiles Internet nicht arbeitsfähig zu sein.

Verantwortungsbedachte Etablierte: Typische Aussagen

Typische Aussagen („trifft ganz genau/eher zu“)		
Generelle Einstellung zum Internet		
	Zustimmung	Index
Im Internet bewege ich mich stets vorsichtig , z. B. stelle ich keine privaten Daten und Fotos ins Internet	94%	117
Ein Leben ohne Internet wäre für mich persönlich nicht vorstellbar	31%	58
Dass im Internet jeder machen kann, was er will, ist eine Bedrohung unseres demokratischen Systems	22%	47
Neue Angebote und Entwicklungen im Bereich Internet probiere ich immer sofort aus	8%	46
Die Vorstellung, dass vieles in Zukunft nur noch über das Internet erledigt werden kann, macht mir Angst	14%	39
Eigentlich bin ich mit dem Medium Internet überfordert	4%	35
Wenn mir Daten im Internet verloren gehen, bin ich zuversichtlich , sie irgendwann wieder zu bekommen	3%	33
Haftung, Verantwortung und Regulierung		
	Zustimmung	Index
Um Datensicherheit im Internet kümmere ich mich nicht aktiv, das machen andere für mich	49%	135
Ich bin überzeugt davon, dass große, bekannte Marken mit persönlichen Daten im Internet sorgfältig umgehen	49%	131
Ich verlasse mich hauptsächlich auf die gängigen Schutzprogramme und fühle mich damit sicher	73%	123

Einstellungen zu Datensicherheit und Datenschutz

Verantwortungsbedachte Etablierte nutzen das Internet gezielt und verantwortungsbewusst. 73 Prozent von ihnen fühlen sich in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuschätzen und angemessen darauf zu reagieren (gesamt 68 Prozent). Vorzugsweise delegieren sie jedoch die Verantwortung für Sicherheit im Internet, z. B. an Experten im Kollegenkreis, die ihr größtes Vertrauen genießen. Anderen Personen vertrauen zu können, ist den *Verantwortungsbedachten Etablierten* sehr wichtig. Sie haben in ihrem Berufsleben gelernt, dass man nicht alle Entscheidungen selbst treffen kann, sondern vor allem wissen muss, wer sich auskennt.

Entsprechend fühlen sie sich an ihrem Arbeitsplatz kompetent unterstützt und sicher: 34 Prozent gehen davon aus, dass die Daten auf dem Firmenserver sicher sind (gesamt 30 Prozent). 73 Prozent fühlen sich mit gängiger Sicherheitssoftware ausreichend geschützt (gesamt 59 Prozent).

Sie vertrauen in die Prinzipien des Marktes und befürworten deswegen eher die Selbstregulierung der Wirtschaft vor dem Eingreifen des Staates (66 Prozent, gesamt 60 Prozent). Doch Anbieter und Dienstleister sollen für Schäden haften, für die sie verantwortlich sind (84 Prozent, gesamt 78 Prozent). Ihr Vertrauen in große Marken mit einem guten Image ist vergleichsweise groß (49 Prozent, gesamt 38 Prozent), ebenso wie ihr Vertrauen in Internet-Angebote von staatlichen Einrichtungen (87 Prozent, gesamt 76 Prozent).

Verantwortungsbedachte Etablierte wünschen sich einen geregelten Rahmen, innerhalb dessen man sich sicher im Internet bewegen kann. Man kann längst nicht alles dem Nutzer selbst überlassen, dafür sind die Themen zu komplex. Auch wenn sie ihm einen großen Teil Eigenverantwortung zuschreiben, stimmen sie deutlich weniger als andere Entscheider der Aussage zu, dass jeder selbst beispielsweise für den Datenschutz verantwortlich ist (66 Prozent, gesamt 73 Prozent). Ihnen ist die Tragweite der notwendigen (rechtlichen) Entscheidungen bewusst und sie sehen noch eine lange Strecke auf dem Weg zu mehr Sicherheit im Internet.

3.3.5. Ordnungsfordernde Internet-Laien

Jeder zehnte Entscheider ist dem Internet-Milieu der *Ordnungsfordernden Internet-Laien* zuzuordnen. Diese Gruppe hat eine große Distanz zum Internet und bewegt sich online eher defensiv – vor allem solange man sich bei vielen Anwendungen nicht sicher sein kann, ob ein möglicher Schaden droht.

Ordnungsfordernde Internet-Laien (zehn Prozent): Soziodemografie

Geschlecht und Alter	- Ältere Entscheider, Ø 51 Jahre - Höchster Anteil von über 60-Jährigen im Typenvergleich - Verteilung von Männern und Frauen wie in der Grundgesamtheit
Bildung	- Verteilung der Bildungsabschlüsse wie in der Grundgesamtheit - Im Typenvergleich größter Anteil niedriger Schulbildungsabschlüsse (7%, gesamt 2%)
Ausbildungsgebiet/Berufe	- Verteilung der Ausbildungsgebiete und Berufe überwiegend wie in der Grundgesamtheit - Wirtschaftswissenschaftliche Abschlüsse (20%, gesamt 17%) sowie kaufmännische Ausbildungen (19%, gesamt 16%) leicht überrepräsentiert
Berufsgruppe	- Größter Anteil von Selbstständigen (30%, gesamt 19%) und Beamten (11%, gesamt 8%) im Typenvergleich
Entscheidungskompetenz	- Inhaber/Vorstände überrepräsentiert (11%, gesamt 5%) - Geschäftsführer und Sachgebietsleiter/Referenten unterrepräsentiert (21%, gesamt 29%)
Unternehmensgrößen	- Überwiegend beschäftigt in kleinen und mittelständischen Betrieben: 10 - 19 Beschäftigte überrepräsentiert (21%, gesamt 13%) 50 - 99 Beschäftigte überrepräsentiert (15%, gesamt 12%)
Einkommen	- Mittlere Einkommensklassen innerhalb der Entscheider-Gesamtheit: 23% haben ein jährliches Bruttoeinkommen zwischen 80.000 und 100.000 Euro (gesamt 16%)

Lebenswelt

Die *Ordnungsfordernden Internet-Laien* unter den Entscheidern sind in ihrer Grundhaltung bürgerlichen Werten verpflichtet. Viele arbeiten in kleinen und mittelständischen Betrieben in den Orten, in denen sie auch ihr Haus gebaut haben und die Kinder groß geworden sind. Sie streben nach Harmonie und Geborgenheit und wünschen sich auch im Internet Ordnung und Verlässlichkeit.

Umgang mit dem Internet

Ordnungsfordernde Internet-Laien haben keine enge emotionale Verbindung zum Internet, sie haben die rasante Online-Entwicklung nicht aktiv unterstützt, das Internet hat sich vielmehr in ihren Arbeitsalltag eingeschlichen – erst unmerklich, dann unübersehbar. Sie verhalten sich distanziert, gleichzeitig wissen sie, dass dem Internet die Zukunft gehört und sie sich – schon aus ökonomischen Gründen – dieser Entwicklung nicht verschließen sollten. „Mithalten wollen“ ist ihr zentraler Treiber und sie bemühen sich, das Internet Stück für Stück besser nutzen zu können, auch wenn es für sie „kein Mai-Spaziergang ist“ und nur wenigen Vergnügen bereitet.

Sitzen die *Ordnungsfordernden Internet-Laien* am Computer, nutzen sie diesen eher vorsichtig, damit sie nicht unnötig Fehler provozieren. Sie sehen sich eher als Anfänger im Internet und weisen nach den *Internetfernen Verunsicherten* die geringste Internet-Expertise im Milieu-Vergleich auf (Mittelwert 3,8, gesamt 4,3 auf einer Skala von 1 bis 6; 6 = Experte). Fast ein Viertel von ihnen fühlt sich mit dem Internet überfordert (23 Prozent, gesamt elf Prozent).

Dieses Internet-Milieu ist aufgrund mangelnder Grundlagenkenntnisse im Umgang mit dem Computer verunsichert. Vor allem die Tatsache, dass sich alles ständig ändert, wird als nervenaufreibend empfunden. Kaum hat man sich – wiederholt – die Basis-Funktionen der aktuellen Word-Version angeeignet, kommt schon die E-Mail vom Administrator, dass das nächste Update in Kürze auf den Rechner geladen wird, und das ganze mühsame Suchen geht von vorn los. Bevor diese Entscheider eine neue Funktion anwenden oder eine als innovativ geltende Software ausprobieren, möchten sie erfahren, wie sie funktioniert und was man beachten muss – in ihrem Telefonverzeichnis steht die Durchwahl des IT-Beauftragten der Firma meist ganz oben. Diesem wird dann auch die volle Verantwortung übertragen, sollte die Technik nicht einwandfrei funktionieren.

Ordnungsfordernde Internet-Laien verwenden überwiegend Basis-Funktionen. Beispielsweise telefonieren lediglich 35 Prozent via Internet (gesamt 43 Prozent). Aufgrund ihres geringen Bedürfnisses nach Selbstinszenierung verfügen auch nur 28 Prozent über ein Profil in sozialen Netzwerken (gesamt 47 Prozent). Überdurchschnittlich häufig halten sie allerdings Kontakt mit Ämtern und Behörden online (80 Prozent, gesamt 73 Prozent), da sie diesen Anbietern am ehesten vertrauen. Immerhin 44 Prozent – jedoch deutlich weniger als die Entscheider insgesamt (60 Prozent) – nutzen auch mobil das Internet. Sechs von zehn halten sich vorzugsweise auf Webseiten auf, welche ihnen von anderen empfohlen wurden (59 Prozent, gesamt 34 Prozent).

Ordnungsfordernde Internet-Laien: Typische Aussagen

Typische Aussagen („trifft ganz genau/eher zu“)

Generelle Einstellung zum Internet

	Zustimmung	Index
■ Eigentlich bin ich mit dem Medium Internet überfordert	23%	207
■ Im Internet nutze ich nur Webseiten, Dienstleistungen und Angebote, die mir von vertrauten Menschen empfohlen worden sind	59%	171
■ Die Vorstellung, dass vieles in Zukunft nur noch über das Internet erledigt werden kann, macht mir Angst	56%	162
■ Dass im Internet jeder machen kann, was er will, ist eine Bedrohung unseres demokratischen Systems	76%	161
■ Im Internet bewege ich mich stets vorsichtig , z. B. stelle ich keine privaten Daten und Fotos ins Internet	94%	116
■ Ich möchte an dem teilhaben , was im Internet passiert	47%	81
■ Ich fühle mich in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuordnen und entsprechend zu reagieren	48%	71
■ Neue Angebote und Entwicklungen im Bereich Internet probiere ich immer sofort aus	2%	11

Haftung, Verantwortung und Regulierung

	Zustimmung	Index
■ Um Datensicherheit im Internet kümmere ich mich nicht aktiv, das machen andere für mich	62%	171
■ Ich bin überzeugt davon, dass große, bekannte Marken mit persönlichen Daten im Internet sorgfältig umgehen	61%	162
■ Ich verlasse mich hauptsächlich auf die gängigen Schutzprogramme und fühle mich damit sicher	93%	158
■ Nutzer können die Vorgänge im Internet nicht überblicken und müssen deshalb vom Staat geschützt werden	74%	136
■ Mir ist es wichtig, dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt	91%	128
■ Internet-Angeboten von staatlichen Einrichtungen kann man vertrauen	92%	121
■ Das Internet braucht Gesetze und Regeln, damit es funktionieren kann	93%	117
■ Anbieter und Dienstleister im Internet sollten verpflichtet werden, die Haftung für Schäden zu übernehmen	90%	115

Einstellungen zu Datensicherheit und Datenschutz

Nur knapp die Hälfte dieser Entscheider fühlt sich in der Lage, Risiken bezüglich der Sicherheit im Internet richtig einzuschätzen und darauf adäquat zu reagieren (48 Prozent, gesamt 68 Prozent). Aufgrund ihrer begrenzten Internet-Expertise beauftragen sie vorzugsweise andere, sich um die Datensicherheit zu kümmern (62 Prozent, gesamt 36 Prozent). Fast ausnahmslos vertrauen die *Ordnungsfordernden Internet-Laien* auf die üblichen Schutzprogramme, wenn es um die Datensicherheit und den Datenschutz geht (93 Prozent, gesamt 59 Prozent). Beim Surfen ist aufgrund geringer Selbstsicherheit Vorsicht und Zurückhaltung ihr erstes Gebot, weshalb sie auch große Vorbehalte haben, private Daten ins Web zu stellen (94 Prozent, gesamt 81 Prozent).

Drei von vier *Ordnungsfordernden Internet-Laien* – und damit ein sehr großer Anteil im Vergleich zu den anderen Entscheidern – sehen das demokratische System bedroht, wenn im Internet jeder machen kann, was er will (76 Prozent, gesamt 48 Prozent). Umso stärker ist ihr Bedürfnis nach Sicherheit ausgeprägt. Vehement fordern diese Entscheider die Verantwortung von Staat und Unternehmen ein: Fast alle aus dieser Gruppe erwarten vom Staat den Schutz der Internet-Nutzer (91 Prozent, gesamt 71 Prozent). Damit das Internet funktionieren kann, sehen sie Regeln und Gesetze klar als Voraussetzung an (93 Prozent, gesamt 79 Prozent). Anbieter und Dienstleister sollten ihrer Ansicht nach in die Pflicht genommen werden, für verursachte Schäden die Haftung zu übernehmen (90 Prozent, gesamt 78 Prozent).

Sie sind dabei nicht fatalistisch, sondern haben überdurchschnittlich großes Vertrauen in die Meinung von Experten (84 Prozent vs. 70 Prozent), in staatliche Institutionen (56 Prozent vs. 44 Prozent) und das deutsche Rechtssystem (52 Prozent vs. 39 Prozent).

3.3.6. „Randgruppen“ der Entscheider-Landschaft

Neben den fünf vorgestellten Internet-Milieus in der Entscheider-Landschaft gibt es noch zwei weitere – allerdings deutlich kleinere – digitale Lebenswelten: Sieben Prozent der Entscheider sind zu den *Internetfernen Verunsicherten* zu zählen, vier Prozent der Entscheider gehören zu den *Hedonisten*. Im Folgenden werden auch diese beiden Gruppen genauer beschrieben.

3.3.6.1. Internetferne Verunsicherte

Vertreter der Gruppe der *Internetfernen Verunsicherten* sind mit einem Anteil von sieben Prozent nur selten in der deutschen Entscheider-Landschaft zu finden. In der deutschen Bevölkerung hingegen sind 27 Prozent diesem Internet-Milieu zuzuordnen, das sich vor allem durch eine erhöhte Risikowahrnehmung im Internet und damit verbundene Schutz- und Kontrollforderungen charakterisieren lässt.

Internetferne Verunsicherte (sieben Prozent): Soziodemografie

Geschlecht und Alter	- Ältere Entscheider, Ø 51 Jahre - Männer überrepräsentiert (80%, gesamt 70%)
Bildung	- Mittlere Bildungsabschlüsse: Größter Anteil mittlerer Schulabschlüsse (20%, gesamt 12%) Fachhochschulreife (11%, gesamt 5%)
Ausbildungsgebiet/Berufe	- Verteilung der Berufe überwiegend wie in der Grundgesamtheit - Größter Anteil geisteswissenschaftlicher und medizinischer/ pharmazeutischer Ausbildungen im Typenvergleich (10%, gesamt 5%) sowie handwerklicher Berufe (6%, gesamt 3%)
Berufsgruppe	- Hoher Anteil Freier Berufe (22%, gesamt 17%) - Leitende Angestellte leicht unterdurchschnittlich
Entscheidungskompetenz	- Im Milieuvergleich höchster Anteil von Geschäftsführern (35%, gesamt 15%)
Unternehmensgrößen	- Überdurchschnittlich beschäftigt in kleineren und Kleinst- betrieben bis 20 Mitarbeiter (62%, gesamt 42%)
Einkommen	- Niedrige bis mittlere Einkommensklassen innerhalb der Entscheider-Gesamtheit: 20% haben ein jährliches Bruttoeinkommen unter 40.000 Euro (gesamt 12%), 33% machten keine Angaben zur Einkommens- frage (gesamt 22%)

Lebenswelt

Internetferne Verunsicherte unter den Entscheidern sind überwiegend dem traditionellen Segment der Gesellschaft zuzuordnen. Häufig arbeiten diese Entscheider als Geschäftsführer in kleinen Betrieben mit weniger als 20 Mitarbeitern. Sie gehören einer Generation an, in der es nicht ungewöhnlich ist, auch ohne Hochschulabschluss als erfolgreicher Unternehmer tätig zu sein oder in eine Führungsposition zu gelangen. Diese Entscheider sind häufig über 60 Jahre alt und bereiten sich zum Teil schon auf den Lebensabschnitt nach der beruflichen Karriere vor. Im Alltag suchen sie selten Berührungspunkte mit dem Internet, sondern schätzen den direkten Austausch von Mensch zu Mensch. Die rasante Digitalisierung und Modernisierung verunsichern sie nicht nur, sondern befremden sie – viele angebliche „Notwendigkeiten“ sehen sie als überflüssig an und fühlen sich angesichts der Fülle von Informations- und Kommunikationstechnologien zum Teil in einer Arbeitswelt, die nicht mehr ihre ist.

Internet-Nutzung

Im Vergleich zu den anderen Entscheider-Gruppen zeigen die *Internetfernen Verunsicherten* die größte Distanz zum Internet, obwohl selbst in diesem Milieu noch 80 Prozent das Netz täglich nutzen (gesamt 95 Prozent). Das Internet sehen sie stärker als andere Entscheider als Risiko (Mittelwert von 6,5, gesamt 8,2 auf einer Skala von 0 bis 10; 10 = „bietet vor allem Chancen“). Lediglich acht Prozent von ihnen können sich ein Leben ohne das Internet nicht mehr vorstellen, während es unter den Entscheidern insgesamt gut die Hälfte ist (53 Prozent). Auch nur acht Prozent möchten an dem teilhaben, was im Internet passiert (gesamt 57 Prozent). Daher überrascht es nicht, dass diese Entscheider sich überwiegend als Anfänger im Internet sehen.

Auffälligstes Charakteristikum der *Internetfernen Verunsicherten* ist die Überforderung durch das Internet (62 Prozent, gesamt elf Prozent). Die Vorstellung, dass vieles in Zukunft nur noch über das Netz erledigt werden kann, beunruhigt sie in ungewöhnlich hohem Ausmaß (98 Prozent, gesamt 34 Prozent). Sehr viel stärker als andere Entscheider sehen die *Internetfernen Verunsicherten* das demokratische System bedroht, wenn jeder im Internet machen kann, was er möchte (83 Prozent, gesamt 48 Prozent).

Internetferne Verunsicherte nutzen Aktivitäten im Internet deutlich seltener als andere Entscheider-Gruppen. Nur 59 Prozent machen Online-Banking (gesamt 81 Prozent), lediglich 21 Prozent nutzen soziale Netzwerke (gesamt 47 Prozent) und nur 58 Prozent kaufen auf deutschen Webseiten ein (gesamt 83 Prozent). Insgesamt bevorzugen die *Internetfernen Verunsicherten* bekannte Webseiten oder Plattformen, die ihnen von guten Bekannten empfohlen wurden (57 Prozent, gesamt 34 Prozent). Zielloos im Internet zu surfen, ist ihnen fremd.

Internetferne Verunsicherte: Typische Aussagen

Typische Aussagen („trifft ganz genau/eher zu“)

Generelle Einstellung zum Internet

	Zustimmung	Index
Eigentlich bin ich mit dem Medium Internet überfordert	62%	551
Die Vorstellung, dass vieles in Zukunft nur noch über das Internet erledigt werden kann, macht mir Angst	98%	285
Dass im Internet jeder machen kann, was er will, ist eine Bedrohung unseres demokratischen Systems	83%	174
Im Internet nutze ich nur Webseiten, Dienstleistungen und Angebote, die mir von vertrauten Menschen empfohlen worden sind	57%	166
Ich mache mir um die Sicherheit im Internet keine Gedanken , was soll mir schon passieren	4%	48
Ich fühle mich in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuordnen und entsprechend zu reagieren	13%	19
Ein Leben ohne Internet wäre für mich persönlich nicht vorstellbar	8%	14
Ich möchte an dem teilhaben , was im Internet passiert	8%	14

Haftung, Verantwortung und Regulierung

	Zustimmung	Index
Um Datensicherheit im Internet kümmere ich mich nicht aktiv, das machen andere für mich	61%	168
Nutzer können die Vorgänge im Internet nicht überblicken und müssen deshalb vom Staat geschützt werden	74%	136
Mir ist es wichtig, dass der Staat aktiv für Sicherheit im Internet sorgt	86%	121
Das Internet braucht Gesetze und Regeln , damit es funktionieren kann	93%	117
Das Internet ist ein freies Medium und sollte unter keinen Umständen reglementiert werden	27%	68
Ich bin überzeugt davon, dass große, bekannte Marken mit persönlichen Daten im Internet sorgfältig umgehen	14%	36

Einstellungen zu Datensicherheit und Datenschutz

Internetferne Verunsicherte fühlen sich nicht in der Lage, Gefahren im Internet einzuschätzen und adäquat zu reagieren. Diese Gruppe hat die größten Sicherheitsbedenken hinsichtlich der Aktivitäten im Netz im Vergleich zwischen den Entscheider-Gruppen. Beispielsweise schätzen 73 Prozent Online-Banking als gefährlich ein (gesamt 56 Prozent) und 90 Prozent finden es bedenklich, Versicherungen online abzuschließen (gesamt 73 Prozent). Die Verantwortung für die Datensicherheit delegiert dieses Internet-Milieu lieber an andere (61 Prozent, gesamt 36 Prozent).

Da sie sich selbst die digitale Kompetenz absprechen, befürworten sie auch weniger die Haftung des Nutzers, sondern erwarten, dass sich der Staat aktiv um die Sicherheit im Internet bemüht (86 Prozent, gesamt 71 Prozent). Diese Entscheider haben ein sehr großes Bedürfnis, vom Staat geschützt zu werden, weil sie das Netz nicht überblicken (74 Prozent, gesamt 54 Prozent). Lediglich 27 Prozent der *Internetfernen Verunsicherten* sehen das Internet als freies Medium, welches unter keinen Umständen reglementiert werden sollte (gesamt 39 Prozent). Regeln und Gesetze sind aus ihrer Sicht eine Grundvoraussetzung, damit das Internet überhaupt funktionieren kann (93 Prozent, gesamt 79 Prozent).

Auf die freie Wirtschaft ist in punkto Internet-Sicherheit aus Sicht dieser Gruppe kaum Verlass. So sind nur 14 Prozent davon überzeugt, dass große bekannte Marken mit persönlichen Daten sorgfältig umgehen (gesamt 38 Prozent). Entsprechend glauben diese Entscheider deutlich weniger, dass Selbstregulierung der Wirtschaft besser sei als Regulierung durch den Staat (52 Prozent, gesamt 60 Prozent).

3.3.6.2. Hedonisten

Der Einstellungstyp der *Hedonisten* ist nur sehr selten unter den Entscheidern vorzufinden. Lediglich vier Prozent sind dieser Gruppe zuzuordnen. Entsprechend ist die Fallzahl mit N = 48 Fällen in der Stichprobe als Basis für die Auswertung sehr gering.

Hedonisten (vier Prozent): Soziodemografie

Geschlecht und Alter	- Ältere Entscheider, Ø 50 Jahre - Männer leicht überrepräsentiert
Bildung	- Vergleichsweise niedrige Bildungsabschlüsse - 25% haben einen Haupt- oder Realschulabschluss (gesamt 13%)
Ausbildungsgebiet/Berufe	- Kaufmännische (22%, gesamt 16%) und wirtschaftswissenschaftliche Ausbildungen (21%, gesamt 17%) bzw. Wirtschaftsingenieurwesen (7%, gesamt 2%) überrepräsentiert
Berufsgruppe	- Selbstständige überrepräsentiert (24%, gesamt 19%) - Freie Berufe (14%, gesamt 17%) und Beamte (5%, gesamt 8%) leicht unterrepräsentiert
Entscheidungskompetenz	- 52% arbeiten in der Funktion Abteilungsleiter oder Prokurist (gesamt 36%) - 27% arbeiten in der Funktion Geschäftsführer/Vorstandsmitglied ohne Geschäftsanteile (gesamt 15%)
Unternehmensgrößen	- Überdurchschnittlich beschäftigt in mittelständischen Betrieben: 100 - 249 Beschäftigte (21%, gesamt 13%)
Einkommen	- Mittlere und gehobene Einkommensklassen innerhalb der Entscheider-Gesamtheit: 47% haben ein jährliches Bruttoeinkommen zwischen 60.000 und 100.000 Euro (gesamt 40%)

Lebenswelt

Hedonisten unter den Entscheidern möchten vieles einfach erst einmal ausprobieren, bevor sie sich ein Urteil bilden. Für sie bietet das Internet die Möglichkeit, auf Entdeckungsreise zu gehen, ohne sich große Sorgen zu machen, was passieren könnte. Für die Themen Datensicherheit und Datenschutz sind sie kaum sensibilisiert. Sie vertreten eher die fatalistische Grundhaltung, dass Datenmissbrauch ohnehin nicht verhindert werden könne.

Umgang mit dem Internet

Diese Entscheider schätzen die Bequemlichkeit, die das Netz ihnen bietet. Sie möchten keinen zusätzlichen Aufwand durch unnötige Probleme. Bei den *Hedonisten* unter den Entscheidern verbindet sich im Online-Verhalten eine geringe Internet-Expertise mit noch geringeren Sicherheitsbedenken.

So fühlen sich vier von zehn *Hedonisten* mit dem Internet überfordert (gesamt elf Prozent). Im Vergleich zu den anderen Entscheidern sehen sie sich eher als Anfänger denn Experten, wenn es um ihre Internet-Expertise geht (Mittelwert 4,1, gesamt 4,3 auf einer sechsstufigen Antwortskala; 6 = Experte). Dennoch haben sie wenige Berührungängste und verfolgen mit entspannter Grundhaltung ein Trial-and-Error-Prinzip. Gern probieren sie neue Angebote und Entwicklungen im Internet sofort aus (42 Prozent, gesamt 17 Prozent).

Hedonisten nutzen die verschiedenen Möglichkeiten im Internet insgesamt durchschnittlich bis leicht unterdurchschnittlich. Häufiger als andere Entscheider haben sie allerdings bereits Filme, Spiele etc. heruntergeladen (38 Prozent, gesamt 32 Prozent) oder auch selbst Bilder oder Filme ins Netz gestellt (42 Prozent, gesamt 25 Prozent).

Hedonisten: Typische Aussagen



Einstellungen zu Datensicherheit und Datenschutz

Auffälligstes Charakteristikum der *Hedonisten* ist, dass sich über die Hälfte von ihnen keine Gedanken über die Sicherheit im Internet macht, nach dem Motto „Was soll mir schon passieren?“ (54 Prozent, gesamt acht Prozent). Ihr sehr gering ausgeprägtes Gefahrenbewusstsein führt dazu, dass Sicherheitsbedenken direkt ausgeblendet werden. Entsprechend ist es 37 Prozent egal, was mit ihren Daten im Internet geschieht (gesamt sechs Prozent). *Hedonisten* halten das Internet ohnehin für unkontrollierbar; deswegen machen sie sich auch keine Sorgen, da dies sowieso nichts nützen würde. Groß ist ihre Zuversicht, Daten wieder zu bekommen, wenn sie im Internet verloren gehen (46 Prozent, gesamt neun Prozent). 79 Prozent der *Hedonisten* verlassen sich auf die gängigen Schutzprogramme und fühlen sich damit sicher (gesamt 59 Prozent).

59 Prozent der *Hedonisten* unter den Entscheidern sehen das Internet als freies Medium an, welches unter keinen Umständen reglementiert werden sollte (gesamt 39 Prozent). Lediglich die Hälfte erwartet vom Staat, dass dieser aktiv für die Sicherheit im Internet sorgen soll (51 Prozent, gesamt 71 Prozent). Seltener als andere Entscheider sind sie der Meinung, dass es nur durch die Einhaltung rechtsstaatlicher Regeln im Internet Sicherheit geben kann (58 Prozent, gesamt 73 Prozent). Deutlich weniger als andere Entscheider sehen sie Anbieter und Dienstleister in der Verantwortung, die Haftung für Schäden zu übernehmen (59 Prozent, gesamt 78 Prozent) und setzen deutlich stärker auf Prinzipien der Selbstregulierung.

Die Einstellungsmuster dieser Entscheider lassen weniger vermuten, dass diese Gruppe tatsächlich anarchische Freiheitsprinzipien im Internet fordert, sondern dass sie sich über dieses Thema einfach noch keine Gedanken gemacht hat.

4. Wie denken die Entscheider?

Die Entscheider sind sich in einigen zentralen Aussagen zu Vertrauen und Sicherheit im Internet einig – trotz der dargelegten Unterschiede in den digitalen Grundhaltungen. Diese gemeinsame Sicht auf die Entwicklung der Digitalisierung, die Kräfteverteilung im Netz und die Verantwortung der Bevölkerung sind Gegenstand dieses Kapitels.

4.1. Es gibt kein Offline-Leben mehr

Die Entscheider sind mehrheitlich überzeugt, dass die Unterscheidung von online und offline bald obsolet sein wird: 64 Prozent sind der Meinung, dass es in der Zukunft nicht mehr möglich sein wird, komplett offline zu sein.

Diese Einschätzung basiert auf zwei wahrgenommenen Entwicklungen, die bereits in den Interviews der qualitativen Vorstudie genannt wurden:

- Die Technologien werden sich so weit vereinfachen und ausdifferenzieren, dass die Nutzung verschiedener Geräte und ihrer Funktionen immer weniger digitales Grundlagenwissen, generelles Technikverständnis oder Feinmotorik voraussetzen. In Zukunft wird es für jeden Typus und jede Geschmacksrichtung die adäquaten Anwendungen geben, die den Menschen Zugänge zu vernetzten Informations- und Kommunikationssystemen eröffnen.
- Das Phänomen des real existierenden Offliners wird sich von allein „auswachsen“, denn Menschen werden in Kürze nicht mehr „ins Internet gehen“, weil online ohnehin immer mehr Prozesse des Alltags gesteuert werden (z. B. die Navigationstechnik im Auto, die Bestückung des Supermarktregals, das Monitoring im Krankenhaus). Digitale Gräben werden somit von allein versanden, da alle in eine Online-Welt hineingeboren werden – d. h. sie werden zu Digital Natives, ohne sich dessen bewusst zu sein.

Aus Sicht der Entscheider befinden wir uns mitten in einem grundlegenden gesellschaftlichen Wandel, denn es geht längst nicht mehr um technologische Veränderungen, die sich allein auf die Effizienz von Arbeitsabläufen auswirken.

Ein Großteil der Entscheider hat im eigenen Arbeitsumfeld realisiert oder irgendwann akzeptiert, dass auch Unternehmen oder Organisationen, in denen keine digitalen Produkte oder Online-Dienstleistungen im Zentrum stehen, Teil einer „Internet-Wirtschaft“ sind. Die immer selbstverständlichere Nutzung von Online-Anwendungen entlang der kompletten Wertschöpfungskette bzw. in allen Phasen eines Projekts oder in der Organisation von Verwaltungsstrukturen hat zu einem Grad an Vernetzung geführt, der auch erhebliche Auswirkungen auf den Arbeitsalltag und das Verständnis des jeweiligen Berufsbilds hat:

- Es entstehen neue erforderliche Kompetenzen zur Erfüllung eines Berufs (z. B. die schnelle Verzahnung von Wissensseinheiten, das flexible Einarbeiten in immer neue Themenfelder, die Gestaltung bzw. Bewertung der persönlichen oder institutionellen Internet-Präsenz, das flexible

Agieren in globalen Kontexten); „klassische“ Kompetenzen werden immer weniger gebraucht oder haben sich wesentlich verändert (Ablage, Terminkoordination per Telefon).

- Arbeits- und Berufsleben sind in vielen Bereichen immer schwerer voneinander zu trennen, denn die digitalen Anwendungen ermöglichen die Abwicklung von Projekten jenseits des Bürotisches. Daraus erwachsen neue Chancen (Home-Office, „Workation“), aber auch Herausforderungen (Abgrenzung des Privatlebens, Fehler durch Informationsüberlastung).

Die wesentlichen Veränderungen bewegen sich somit nicht nur im technischen und ökonomischen Bereich, sondern haben insbesondere kulturelle Implikationen, indem sie (neue) Arbeits-, aber auch Lebensstile prägen. Wurde zwar bereits vor mehr als 20 Jahren die Ablösung des industriellen Zeitalters durch ein – wie auch immer geartetes – Informationszeitalter verkündet, nimmt dieses nun dadurch immer konkretere Formen an, dass sich zunehmend Auswirkungen auf sozialer und kultureller Ebene manifestieren.

Die Digitalisierung wird zur Industrialisierung des 21. Jahrhunderts. Dies beinhaltet aus Sicht der Entscheider eine Veränderung von Selbstverständlichkeiten, d. h. vieles muss neu definiert und ausgehandelt werden. Manches kann eventuell gar nicht geregelt werden; es bleiben Ungewissheiten.

„Also, ich glaube, dass das eigentlich nur eine Frage der Zeit ist, bis alle online sind. Und wenn ich mir überlege, dass ein iPad oder artverwandte Endgeräte so einfach sind, dass sie jeder benutzen kann, selbst mit gichtigen Fingern, da habe ich eigentlich schon das Gefühl, dass das auch die Teile der Gesellschaft revolutioniert, bei denen ich das vor zwei, drei Jahren nicht für möglich gehalten hätte.“

Antwort auf die Information, dass in Deutschland ca. 39 Prozent der Bevölkerung zu den Digital Outsiders gehören: *„Ja, ja, das ist eine große Gruppe, aber die Neandertaler waren auch eine große Gruppe und die sind ja dann auch ausgestorben. Ich habe ehrlich gesagt überhaupt kein Verständnis für diese Gruppe. Wir können mit der nächsten Frage weitermachen.“*

4.2. Sicherheit im Internet ist ein Top-Thema – aber eine Illusion

Hohe Bedeutung von Sicherheitsthemen

Sicherheit ist für Entscheider ein wichtiges Thema – nicht erst, seit es das Internet gibt. Die zuverlässige Abwicklung von Prozessen ist seit jeher Basis für Erfolg. Mit Störanfälligkeiten hatte man dabei schon immer zu kämpfen, seien sie materieller oder sozialer Natur (technisches Versagen, Einbruch/Betrug, Vertrauensbruch/mangelndes Stillschweigen etc.).

Immer häufiger sind Sicherheitskonflikte allerdings datenbasierter Natur, d. h. Risiken tauchen dort auf, wo Daten gespeichert, übertragen und kombiniert werden. Zudem resultieren hieraus häufig Risiko-Konglomerate, in denen sich materielle und soziale Dimensionen unheilvoll verbinden (Datenverlust plus Imagebeschädigung) und die teilweise irreversibel sind.

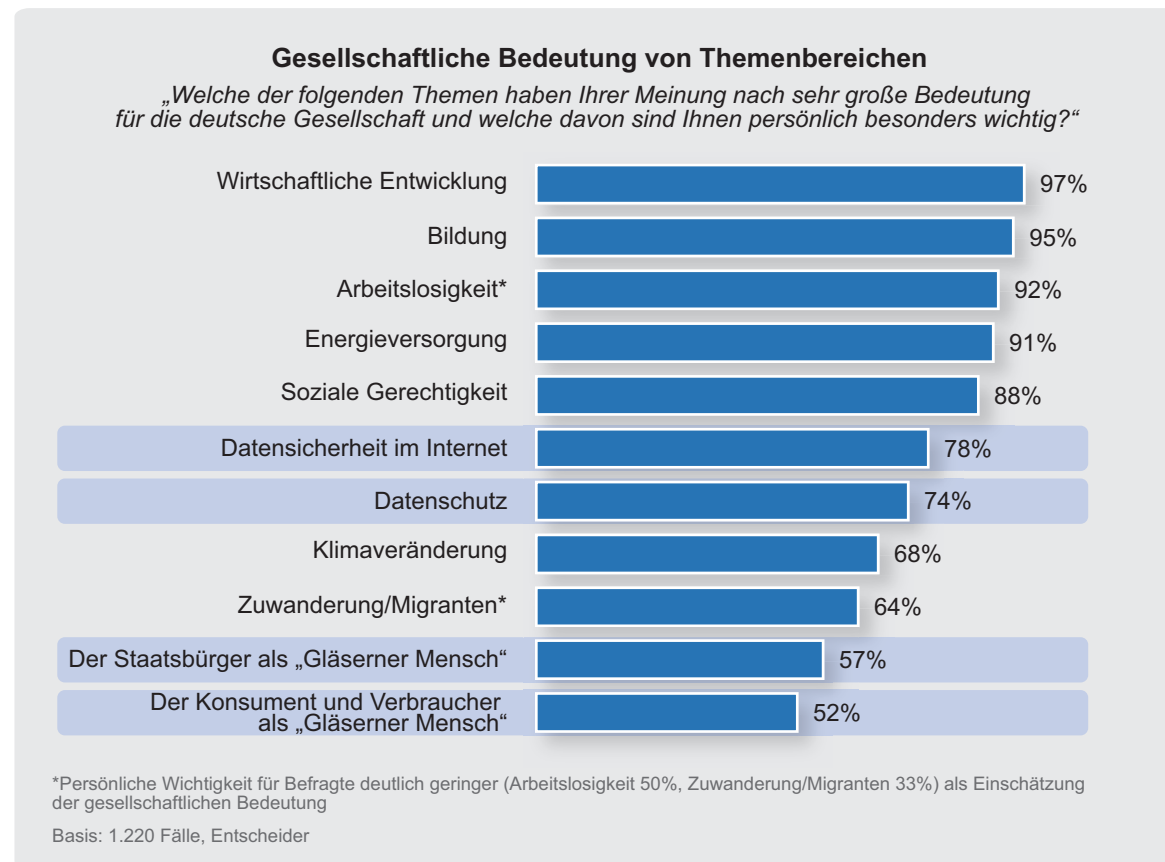
„Also vergessen Sie Service, vergessen Sie Erreichbarkeit. Das Allerschlimmste wäre ja, wenn unsere Daten nicht geschützt wären.“

„Wenn man sich um die Sicherheit in der heutigen Zeit kümmert, kommt man am Internet gar nicht vorbei.“

Die Themen Datensicherheit und Datenschutz sind daher für Entscheider von hoher Relevanz – nicht zuletzt, weil sie bei den meisten mit direkten Prozess- bzw. Geschäftsabwicklungen verbunden sind. Themengebieten wie wirtschaftliche Entwicklung, Bildung, Arbeitslosigkeit, Energieversorgung und soziale Gerechtigkeit wird zwar noch etwas mehr Bedeutung zugesprochen; jedoch ist Online-Sicherheit wichtiger als Klimaveränderung oder Zuwanderung. Zudem sind diese Themen persönlich wie auch gesellschaftlich gleichsam wichtig. Acht von zehn Entscheidern sehen Datensicherheit gleichermaßen für sich persönlich (80 Prozent) als auch für die Gesellschaft (78 Prozent) als zentrales Themenfeld. Datensicherheit im Internet hat für jüngere Personen (bis 29 Jahre 83 Prozent) und Personen ab 50 Jahren (50 - 59 Jahre 83 Prozent, ab 60 Jahre 86 Prozent) eine höhere Relevanz. Bei den Jüngeren sind Datensicherheit und Datenschutz selbstverständliche gesellschaftliche Themen, die im Mainstream der Tagespolitik angekommen sind und als ähnlich relevant eingeschätzt werden wie Arbeits- und Umweltpolitik. Bei den Älteren ist die hohe Zustimmung durch generell höhere Sicherheitserwartungen erklärbar. Insbesondere in Bereichen, in denen man sich weniger gut auskennt, erwartet man Rahmenrichtlinien, an die man sich halten kann.

Über die Hälfte der Entscheider hält die Frage für relevant, ob der Bürger oder Konsument im Internet zum „gläsernen Menschen“ wird, der Staat und die Unternehmen also leichter Informationen über die Bevölkerung sammeln, speichern und auswerten können. Etwas mehr Bedeutung wird diesem Thema auf der gesellschaftlichen anstatt der persönlichen Ebene beigemessen. Wie „gläsern“ man tatsächlich ist, liegt aus Sicht der Entscheider auch ein wenig am eigenen Verhalten. Je höher ein Entscheider seine Internet-Kompetenz einschätzt, desto eher ist er der Überzeugung, dass jeder es selbst in der Hand hat, wie gläsern er ist. Entsprechend ist insbesondere für die *Digital Souveränen* unter den Entscheidern dieses Thema persönlich weniger relevant, nach dem Motto: „Das betrifft eher andere, nicht mich“.

Datensicherheit und Datenschutz sind für Entscheider die wichtigsten Internet-Themenbereiche mit gesellschaftlicher Bedeutung

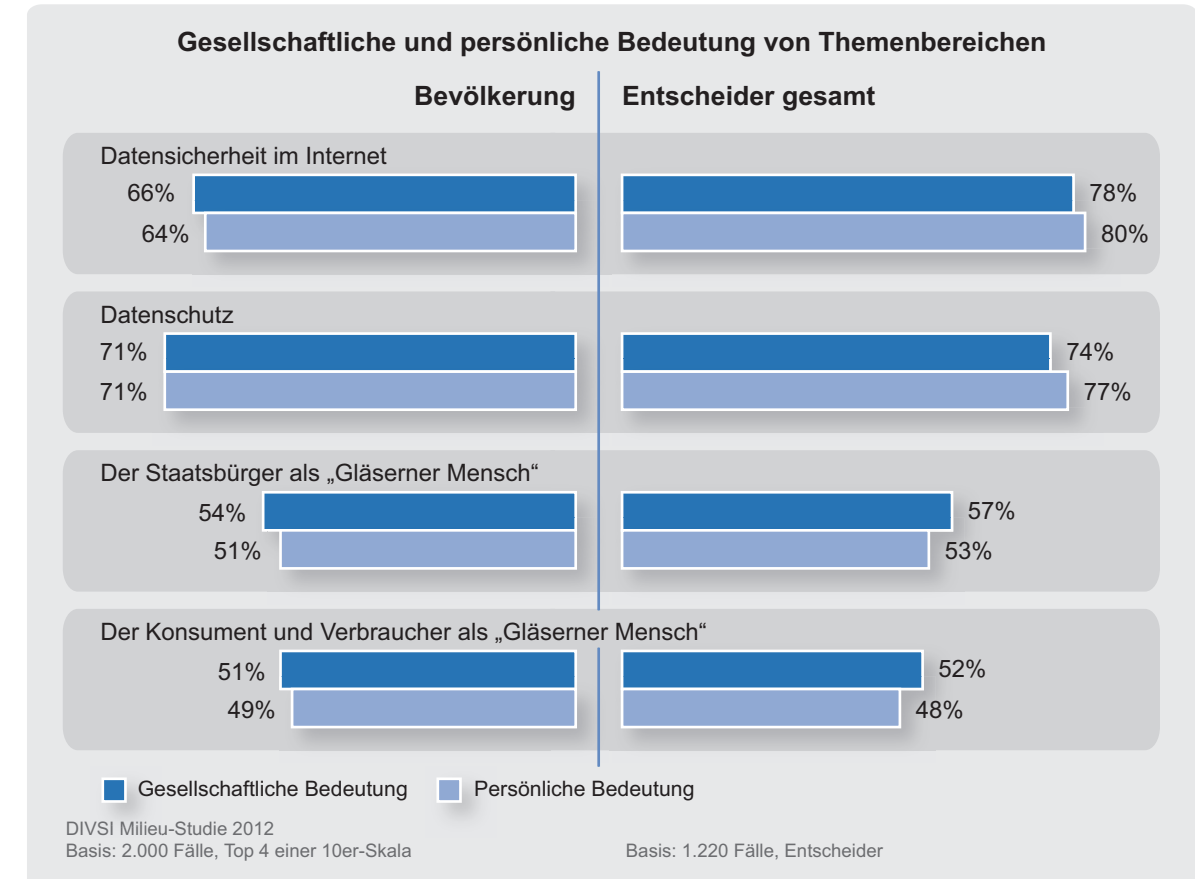


Entscheider sind deutlich stärker für das Thema Datensicherheit im Internet sensibilisiert als die Bevölkerung in Deutschland insgesamt

Verglichen mit der Gesamtbevölkerung schätzen Entscheider die Bedeutung des Themenbereichs „Datensicherheit im Internet“ als deutlich wichtiger ein – sowohl für die Gesellschaft als Ganzes (78 Prozent vs. 66 Prozent) als auch im persönlichen Bereich (80 Prozent vs. 64 Prozent).

In punkto Datenschutz und „gläserner Mensch“ unterscheiden sich die Entscheider jedoch nur geringfügig von der Bevölkerung insgesamt.

Datensicherheit ist für Entscheider im Vergleich zur Bevölkerung ein wichtigeres Thema



Die höhere Bedeutung von Datensicherheit bei den Entscheidern lässt sich aus ihrem professionellen Umfeld erklären: Entscheider denken das Thema mit Blick auf potenzielle Schäden für das Unternehmen oder die Organisation. Zudem nehmen sie wahr, dass digitale Prozesse auf Geschäftsebene mit größeren Risiken und Gefahren verknüpft sind, für die sie selbst nicht unwesentlich mit in der Verantwortung stehen. Werden z. B. interne Prozesse, Fakten oder betriebswirtschaftliche Kennzahlen öffentlich, können enorme Schäden verursacht werden.

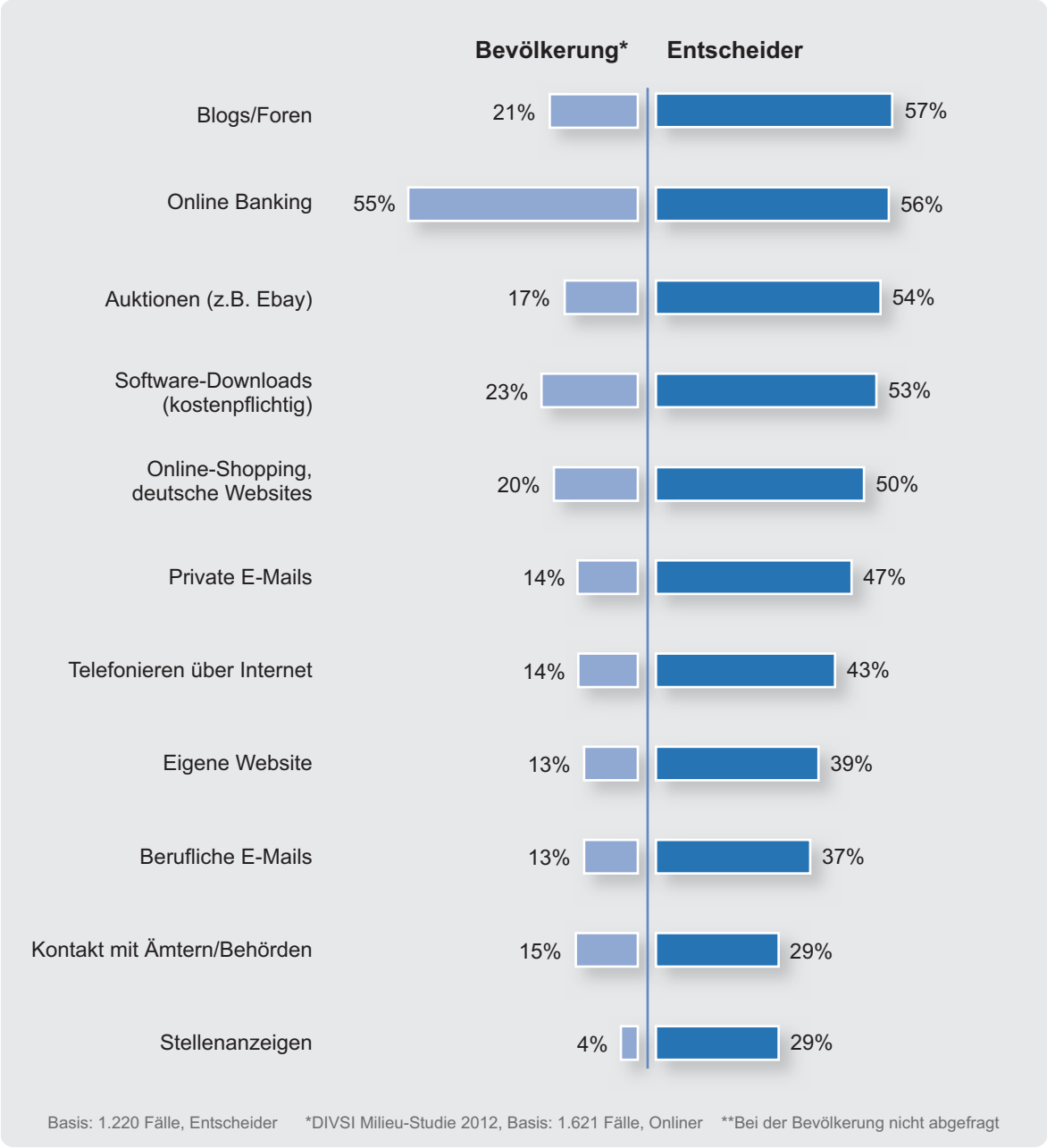
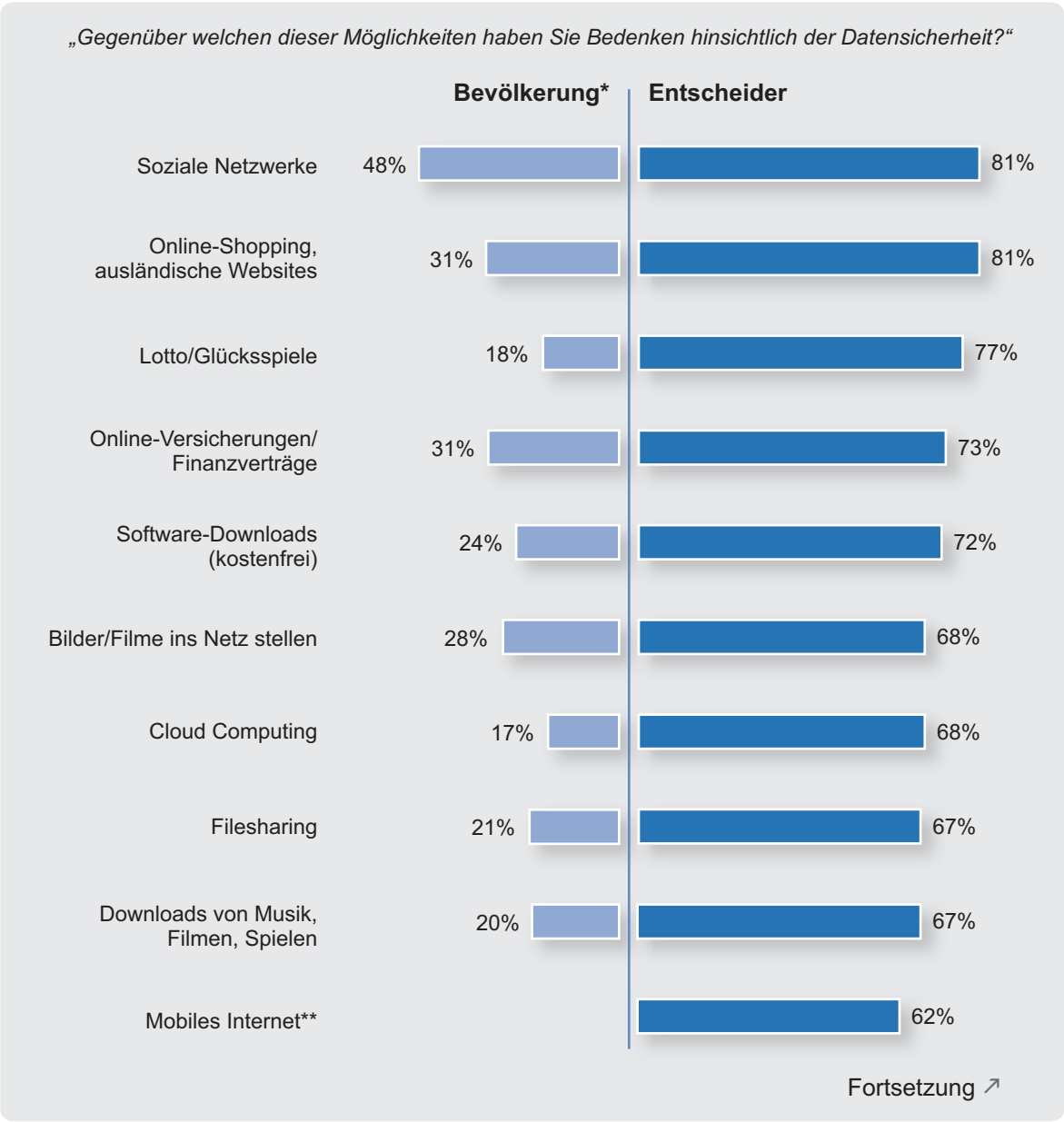
„Und weil es halt wirklich für Großkunden ist und davon auch der Geschäftserfolg unserer Kunden direkt abhängig ist, hat das auch direkt eine wirtschaftliche Dimension. Das heißt also, wenn dort Missbrauch betrieben wird, hat das einen anderen Impact, als wenn ich ein Urlaubsfoto von einem Privatkunden klaue, wovon es aber keine direkte wirtschaftliche Abhängigkeit gäbe und ich auch keinen Vorteil davon erlangen kann.“

Beim Thema Sicherheit im Internet denkt die Bevölkerung hingegen primär an Wahrung der Persönlichkeit und Privatsphäre und den Schutz vor kriminellen Handlungen – und damit vor allem an

Datenschutz (der Begriff Datensicherheit ist ohnehin den meisten fremd): Sie fürchten um ihr erspar-tes Geld (Betrug beim Online-Banking), ihre persönliche Reputation in einer erweiterten Öffentlichkeit (soziale Netzwerke) und konkrete materielle Schäden (unbenutzbarer Rechner aufgrund einer Infizierung mit Viren).

Dennoch halten sich die Sicherheitsbedenken der Bevölkerung eher in Grenzen. Die folgende Abbildung zeigt deutlich, dass die Entscheider insgesamt wesentlich höhere Bedenken bei diversen Online-Anwendungen haben. Ihnen sind die möglichen Auswirkungen einzelner Dienste somit offen-bar präsenter.

Entscheider haben bei Online-Anwendungen wesentlich höhere Sicherheitsbedenken



Das Netz ist schwer zu kontrollieren: Umfassende Datensicherheit im Internet kann es nicht geben

Die Entscheider sind sich einig: Umfassende Sicherheit im Internet kann es nicht geben – 68 Prozent sind davon überzeugt. Dies umfasst sowohl den möglichen Verlust von Daten, die unkontrollierte Verbreitung von Daten, die Unzugänglichkeit zu Daten als auch das nicht vorhandene „Recht auf Vergessen“ im Internet. Ihnen ist bewusst, dass (technische) Systeme immer nur eine Teil-Sicherung gewährleisten können und ein Restrisiko bleibt. Das erhöhte Maß an Risiko-Akzeptanz betrachten einige Entscheider auch als wesentlichen Aspekt ihrer Position. Gerade *Digital Souveräne* und

Effizienzorientierte Performer sehen Risiken als Herausforderung, als „interessante Ungewissheit“, mit der man leben lernen muss. Noch schlimmer als Datenverlust wäre Verlust des Zugangs zu Daten.

„Das ist ähnlich wie ein Tattoo. Eine im Internet einmal geäußerte Information ist nicht löscher. Muss man einfach wissen. Selbst wenn ich sie bei mir lösche, in meinem Account, können Sie sich heute über Zeitreisen im Internet angucken, wie eine Webseite vor 17 Jahren aussah. Sie können also ganz zurückfahren. Das heißt, eine einmal existierende Information verschwindet nicht mehr, auch wenn ich sie lösche.“

„Die Gefahr ist ja nicht nur, dass andere unbefugten Zugang auf meine Daten kriegen. Die Gefahr ist, dass ich plötzlich für eine längere Zeit keinen Zugang auf die Weltdaten bekomme.“

Folglich sind die Entscheider überwiegend der Ansicht, dass wir uns an einen freieren Umgang mit Daten im Internet gewöhnen müssen (60 Prozent). Zwar ist auch die Bevölkerung in ähnlichem Ausmaß der Überzeugung, dass der freiere Umgang mit Daten zunehmend selbstverständlich wird, Entscheider vermuten jedoch, dass viele Menschen hier noch Illusionen haben bezüglich der Möglichkeiten, Sicherheit zu gewährleisten. In der Tat gehen deutlich mehr Menschen in der Bevölkerung davon aus, dass es Datensicherheit im Internet geben kann als in der Entscheider-Landschaft (45 Prozent vs. 32 Prozent).

„Also ich glaube, dass viele Nutzer und Nutzerinnen von sich selber sagen würden, sie sind ausreichend gesichert, sie haben sich technisch gesichert, sind auch geschützt vor irgendwelchen Viren. Das ist natürlich Blödsinn. Man merkt ja immer wieder: Es gibt die Trojaner, es gibt die Viren, es gibt Hacker.“

Datensicherheit ist nicht nur aufgrund technischer Schwachstellen lediglich begrenzt erreichbar. Angesichts der Tatsache, dass das Internet ein globales Phänomen ist, wird es aus Sicht der Entscheider immer schwieriger, verbindliche Rechtgrundlagen zu schaffen. 49 Prozent sind überzeugt, dass ein Nationalstaat hier kaum Richtlinien etablieren kann, an die sich „das Internet“ gebunden fühlt. Ein übergeordneter Werte-Kodex für das Netz scheint geradezu utopisch.

„Das Netz hat keine Ländergrenzen.“

„Nur war es bisher so, dass biometrische Merkmale in der hoheitlichen Hand waren, also in staatlicher Hand. Das heißt, dass ich da auch übers Grundgesetz Freiheitsrechte habe, die ich eigentlich gegenüber einem international agierenden Konzern wie Google oder Facebook nun aber nicht habe.“

4.3. Die Privatwirtschaft macht das Netz

Machtkonzentrationen der großen internationalen Player

Nach Ansicht der Entscheider wird das Internet vor allem durch die Privatwirtschaft dominiert. Insbesondere die großen, global agierenden Internet-Dienstleister wie Google, Apple, Facebook, eBay und Amazon gelten als Hauptakteure, die Basis-Anwendungen in erheblichem Maße bestimmen.

70 Prozent der Entscheider sehen Machtkonzentrationen der globalen Player überdies als Risiken im Netz. Viele Entscheider bekunden, dass ihnen die Abhängigkeit von einzelnen Unternehmen Sorge bereitet, da es kaum alternative Angebote gibt, im Internet zu suchen, zu kaufen oder sich zu vernetzen. Mit der zunehmenden Verbreitung und Vernetzung einzelner Dienste haben sich Monopole ausgebildet, die marktbestimmend sind – auch für das eigene Arbeitsfeld.

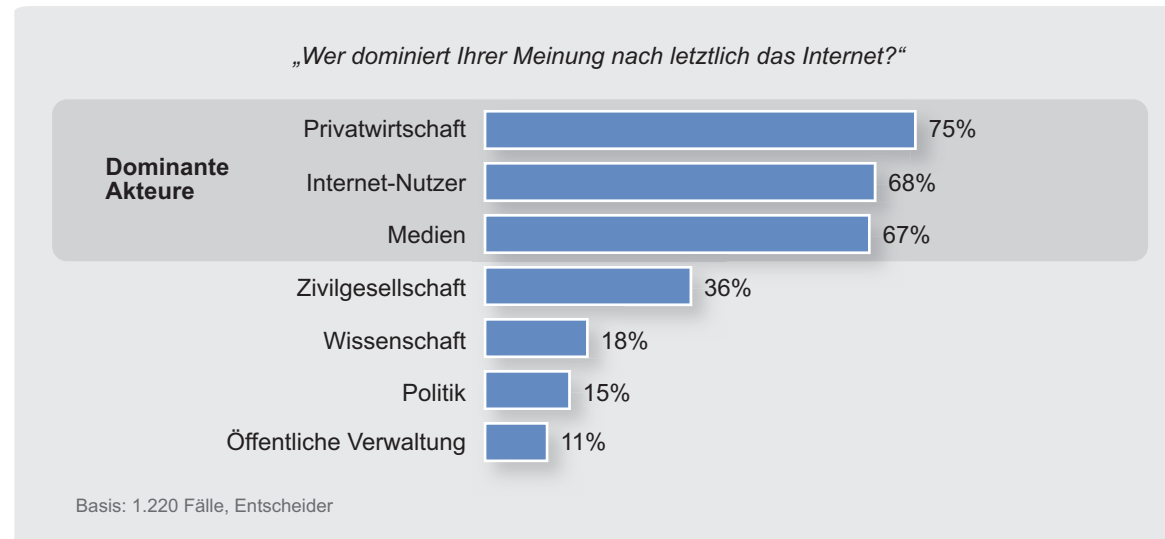
„Viele Programmierer bei einem großen Unternehmen treffen heute viel, viel mehr Entscheidungen über das, was Sie als Information erreicht, als Sie denken, indem sie gewisse Algorithmen einprogrammieren, die Ihnen dann halt wirklich Teile des Denkens, des Suchens, der Orientierung abnehmen.“

„Wenn Deutschland sagt, wir machen Google zu, dann sind viele Businesses in Deutschland nicht mehr da. Wir haben insgesamt vier Suchmaschinen betreut, die nacheinander kamen. Aber mit der letzten, das ist so vier, fünf Jahre her, war klar, die Google-Allmacht ist in keiner Weise mehr aufzuhalten.“

Als weitere dominierende Akteure sehen Entscheider die Nutzer und die Medien. Sie prägen offenkundig das öffentliche Bild des Internets. Mit deutlichem Abstand sieht gut ein Drittel die Zivilgesellschaft als Gestalter des Internets an, während 18 Prozent die Wissenschaft hinzuzählen.

Der Staat wird kaum als dominanter Akteur im Internet wahrgenommen. Nur 15 Prozent sprechen der Politik und nur elf Prozent der öffentlichen Verwaltung einen großen Einfluss im Internet zu.

Privatwirtschaft, Internet-Nutzer und Medien sind die dominanten Akteure im Internet



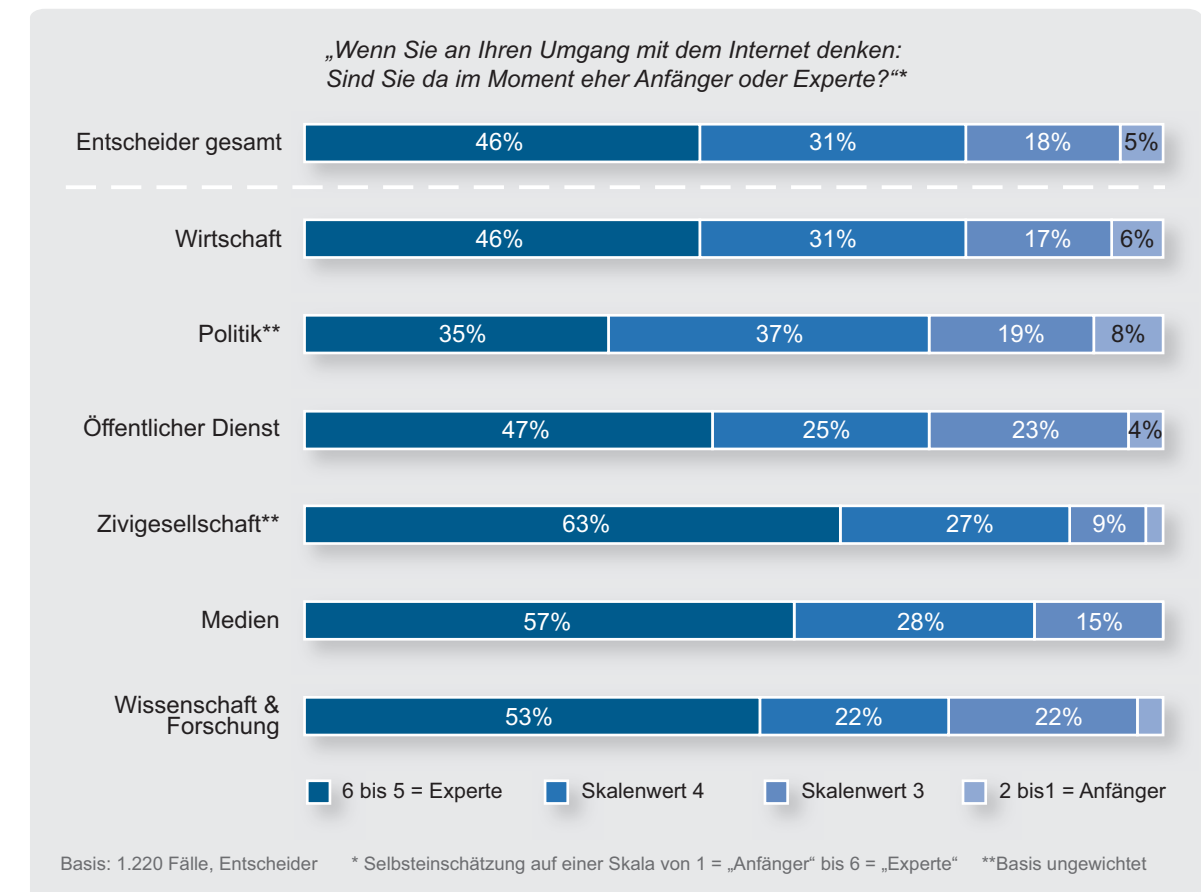
Dominanz im Netz = Digitale Kompetenz? Das digitale Selbstbild der Entscheider

Ob sich Entscheider als einflussreiche Akteure im Internet sehen bzw. als solche gesehen werden, ist auch zum Teil eine Frage der zugeschriebenen Kompetenz. Fühlen sich die dominanten Akteure im Netz auch digital kompetenter? Und sind sie es tatsächlich?

46 Prozent der Entscheider schätzen sich selbst als sehr kompetent im Umgang mit dem Internet ein. Vor allem Vertreter der Zivilgesellschaft, der Medien sowie der Wissenschaft und Forschung zeigen großes Selbstbewusstsein. Die politischen Entscheider sind hier deutlich zurückhaltender; nur jeder Dritte sieht sich als Experte. Die Selbsteinschätzung der Politiker deckt sich also durchaus mit den ihnen von anderen Akteuren zugeschriebenen digitalen Kompetenzdefiziten.¹⁴

¹⁴ Dass andere Akteure – insbesondere die Vertreter der Wirtschaft – Politikern mangelndes Know-How in punkto Internet-Kompetenz unterstellen, ist eine zentrale Erkenntnis der qualitativen Vorstudie.

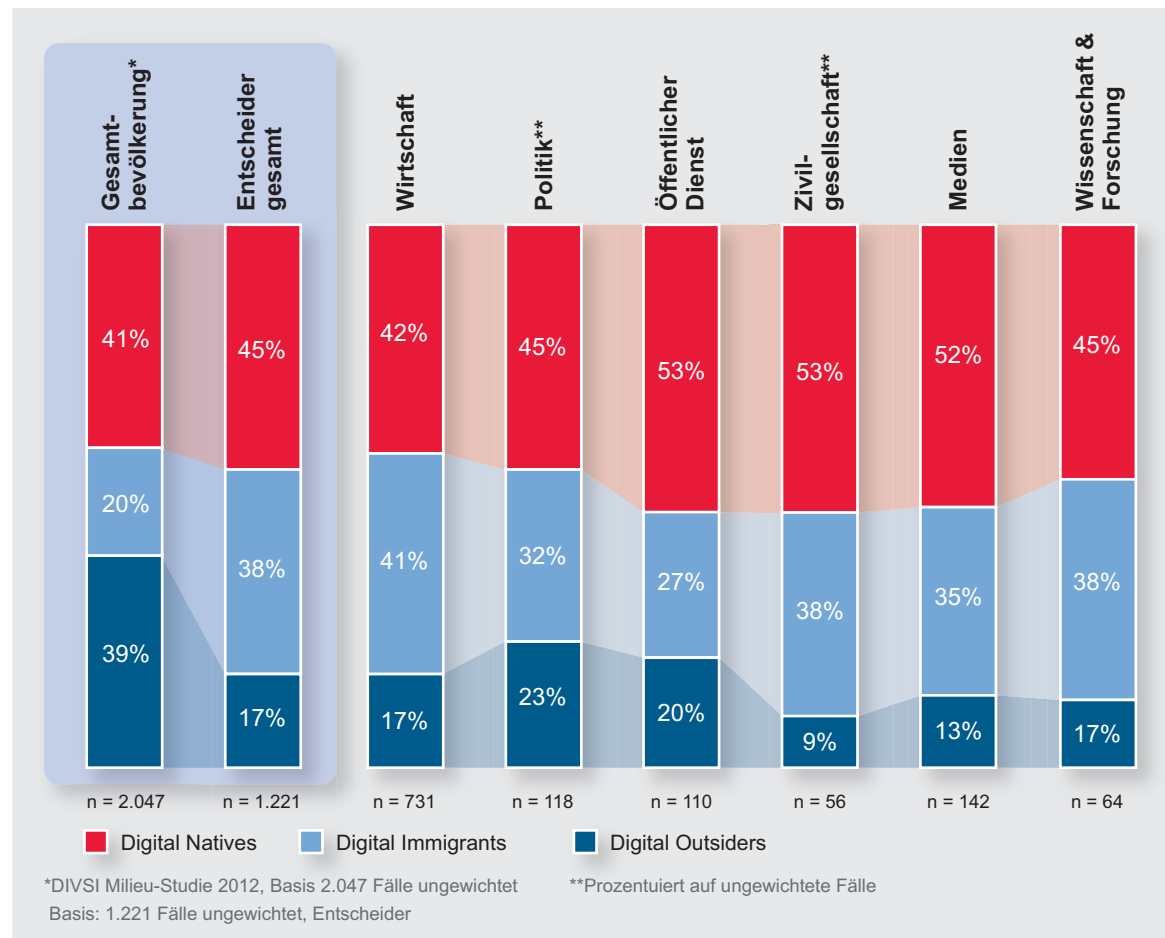
Fast die Hälfte der Entscheider sieht sich im Umgang mit dem Internet als Experte



Analog hierzu fühlen sich 68 Prozent der Wirtschaftsvertreter in der Lage, Sicherheitsrisiken im Internet richtig einzuordnen und entsprechend zu reagieren, aber nur 59 Prozent der politischen Entscheider.

Der Blick auf die Internet-Segmente zeigt innerhalb der einzelnen Entscheider-Gruppen, dass sich die Selbsteinschätzung nicht unbedingt mit der tatsächlichen Verteilung über die Segmente deckt. Innerhalb der Gruppe der politischen Entscheider sind die Digital Outsiders etwas stärker vertreten als in der Gesamtheit der Entscheider. *Ordnungsfordernde Laien* und *Internetferne Verunsicherte* machen hier zusammen einen Anteil von 23 Prozent aus, im Durchschnitt stellen sie lediglich 17 Prozent. Jedoch ist der Anteil der Digital Natives größer als bei der Wirtschaft: Knapp jeder Zweite gehört dieser Gruppe an. Während sich bei Wissenschaft und Forschung, Medien und Zivilgesellschaft die Selbstwahrnehmung erhöhter Kompetenz auch in der empirischen Zuordnung zu den Internet-Segmenten bestätigt, zeigt sich, dass die Wirtschaft online offenbar nicht wesentlich versierter ist als die Politik, jedoch über ein größeres Selbstbewusstsein verfügt.

In allen Entscheider-Gruppen gibt es einen hohen Anteil an Digital Natives

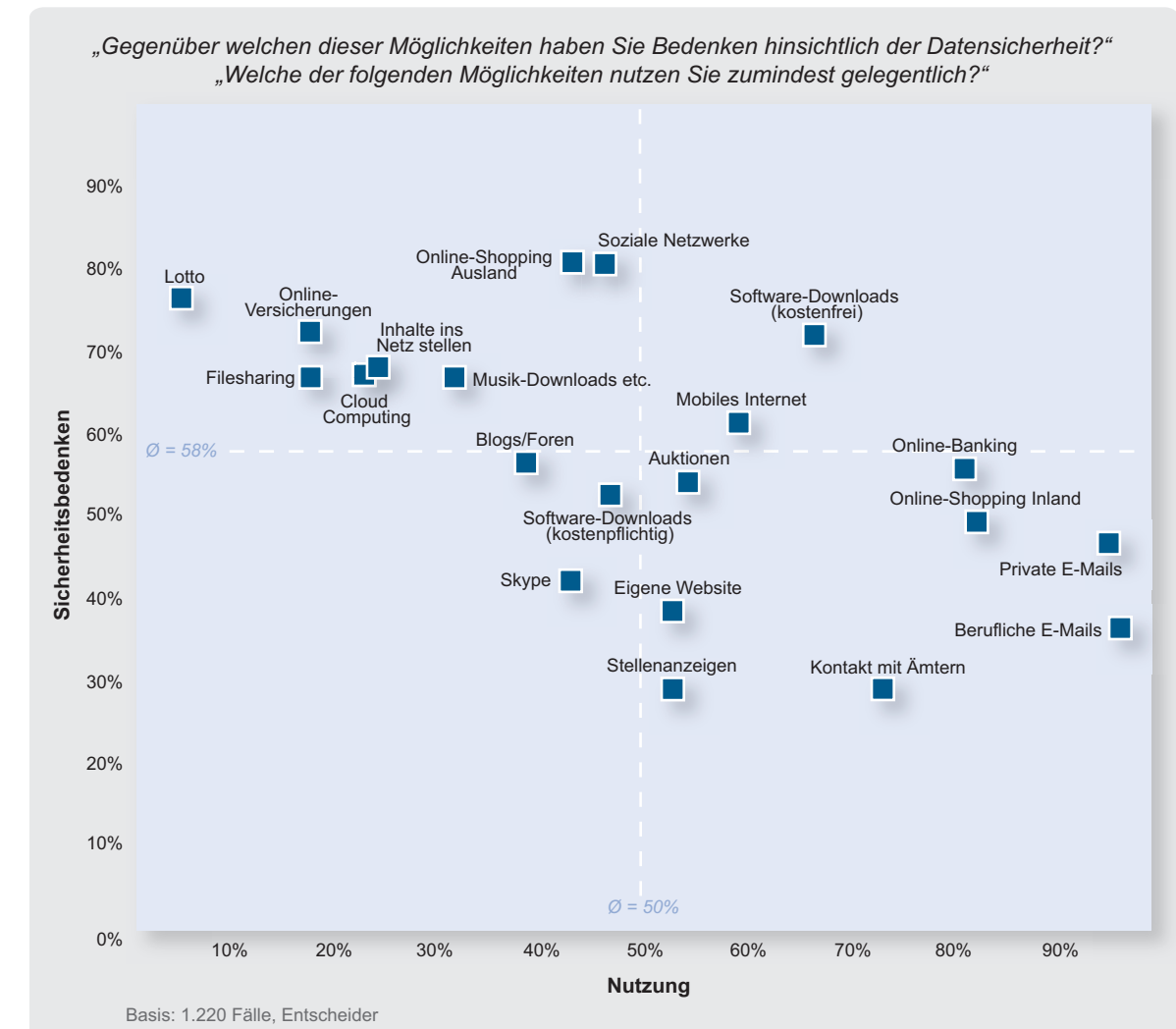


4.4. Risiken im Netz: Wo sie sind und wer sie verursacht

Die Entscheider sind hoch sensibilisiert für Risiken im Internet. Aber wo bzw. wobei fühlen sie sich sicher und wer sind aus ihrer Sicht die Akteure, von denen die größten Risiken ausgehen? Betrachten wir zunächst die Online-Aktivitäten der Entscheider im Verhältnis zu den jeweiligen Bedenken.

Überwiegend werden die Dinge online erledigt, die mit eher geringen Sicherheitsbedenken verbunden sind. Private und berufliche E-Mails sind dabei offenbar eine Basis-Anwendung, die sehr selbstverständlich und gleichzeitig besonders unbedenklich ist. Die größten Bedenken haben Entscheider in Bezug auf soziale Netzwerke, dennoch nutzt sie fast jeder Zweite. Gerade soziale Netzwerke sind daher selbst bei Entscheidern eine besonders wichtige Anwendung, die trotz erhöhter Vorbehalte aus dem (Arbeits-)Alltag nicht mehr wegzudenken ist.

Vorwiegend werden Online-Anwendungen mit eher geringeren Sicherheitsbedenken genutzt



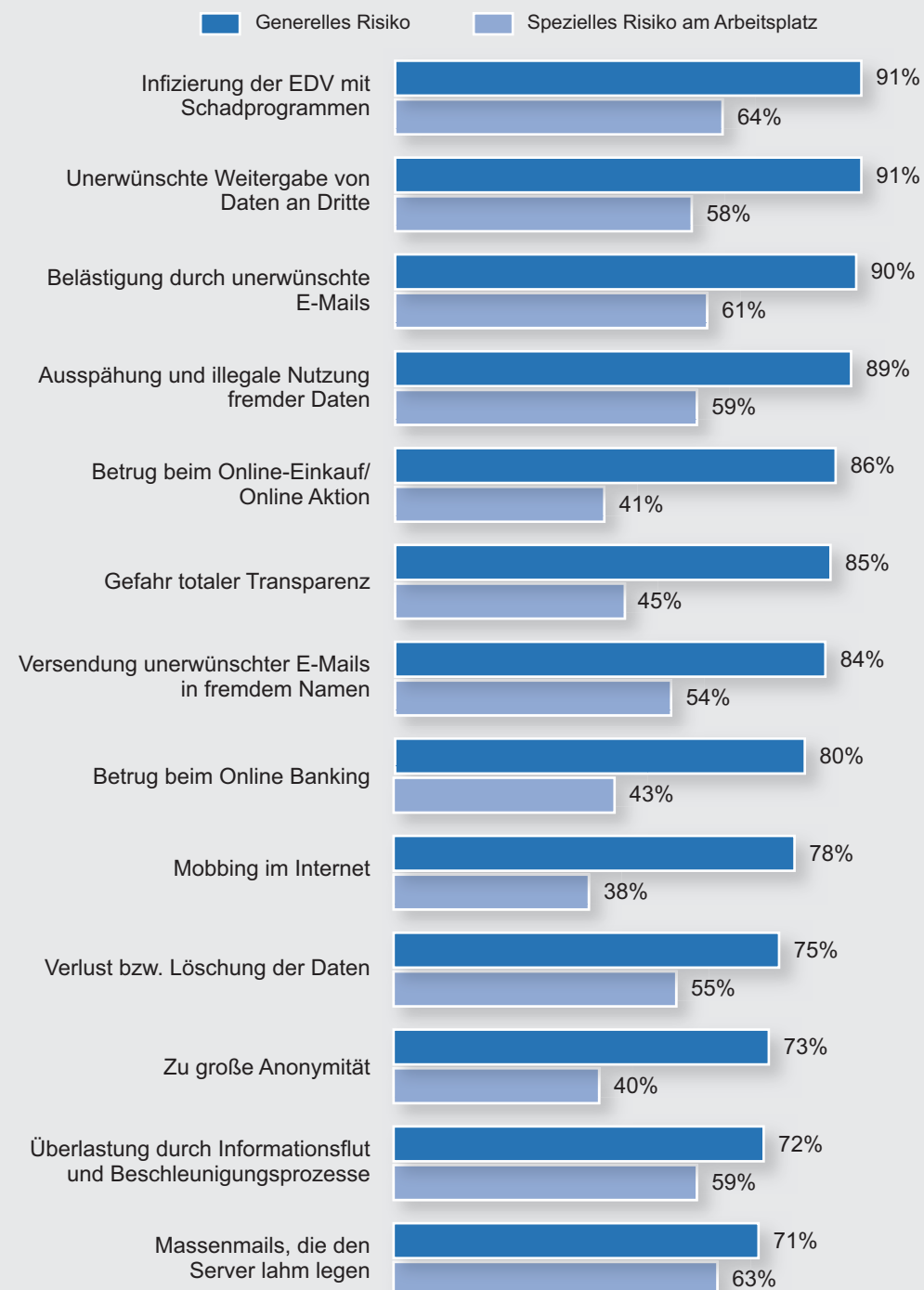
Risiken am Arbeitsplatz werden geringer eingeschätzt

Für neun von zehn Entscheidern sind die größten Risiken im Internet die Infizierung der EDV mit Schadprogrammen, die unerwünschte Weitergabe von Daten an Dritte, die Belästigung durch unerwünschte Mails sowie die Ausspähung und illegale Nutzung fremder Daten. Ferner werden auch der Betrug beim Online-Shopping, die Gefahr totaler Transparenz, das Versenden unerwünschter E-Mails in fremdem Namen und Betrug beim Online-Banking von mindestens vier von fünf Entscheidern als generelle Risikofaktoren im Internet wahrgenommen.

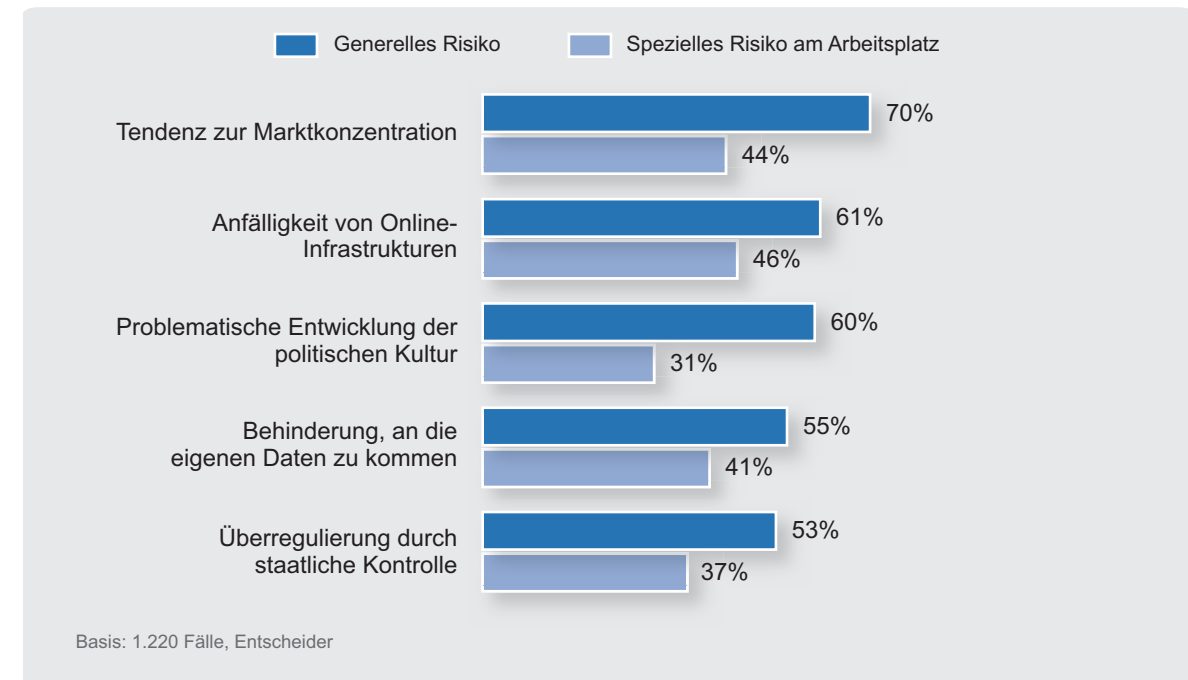
Am Arbeitsplatz sind die Entscheider deutlich weniger besorgt. Zu den größten Risiken zählen sie allerdings auch hier die Infizierung der EDV mit Schadprogrammen (64 Prozent) sowie Massenmails, die den Server lahmlegen (63 Prozent) und Belästigung durch unerwünschte Mails (61 Prozent).

Das Risiko der Internet-Nutzung wird am Arbeitsplatz als deutlich geringer eingeschätzt als die generelle Nutzung

„Welche der folgenden Punkte betrachten Sie als aktuelle oder zukünftige Risiken im Kontext Internet?“



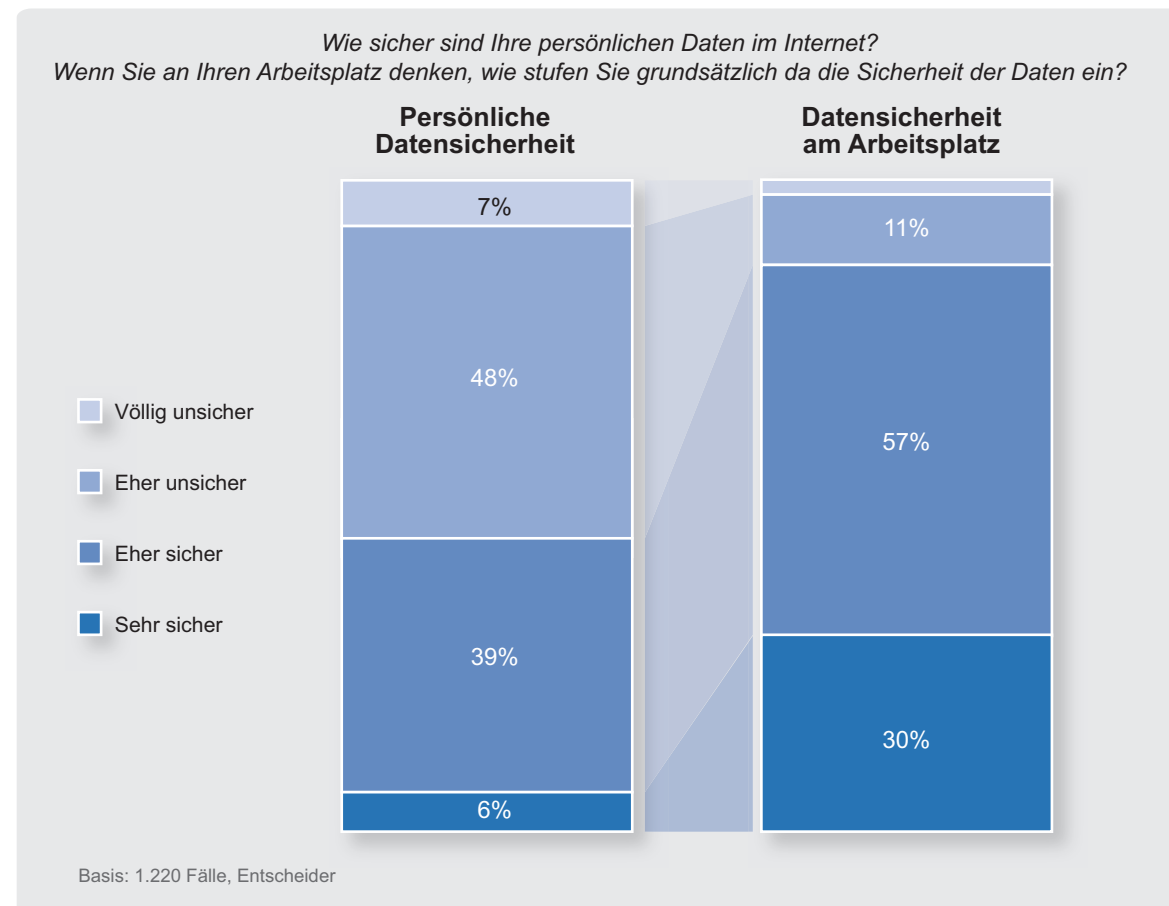
Fortsetzung ↗



Daten sind am Arbeitsplatz sicherer als zuhause

Am Arbeitsplatz wird die Sicherheit deutlich höher eingestuft als im privaten Bereich. Mit 57 Prozent sieht die Mehrheit der Entscheider ihre Daten am Arbeitsplatz eher als sicher an, 30 Prozent sogar als sehr sicher. Der Firmenrechner ist somit eine Insel der Sicherheit in einem Meer aus digitalen Unwägbarkeiten – auch wenn man sich bewusst ist, dass letztlich alles angreifbar ist. Die vermutete erhöhte Datensicherheit am Arbeitsplatz ist schon aufgrund der Tatsache plausibel, dass „Internet-Sicherheit“ am Arbeitsplatz ein Thema ist (z. B. als Teil der Hausordnung, des Arbeitsvertrags oder in Form von Fortbildungen), wodurch ein gewisses Bewusstsein geschaffen wird.

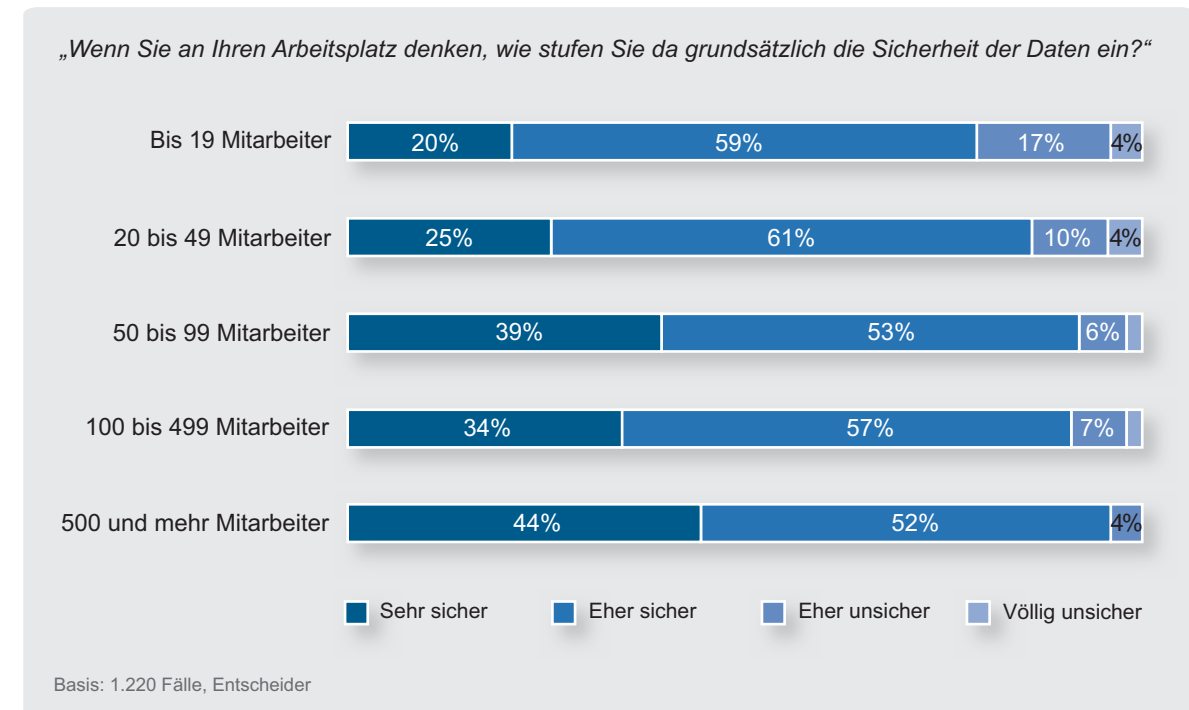
Die Datensicherheit am Arbeitsplatz wird als wesentlich höher eingeschätzt als die persönliche Datensicherheit



Je größer das Unternehmen, desto sicherer die Daten

Die Sicherheit der Daten am Arbeitsplatz wird tendenziell höher eingeschätzt, wenn mehr Mitarbeiter im Unternehmen beschäftigt sind. Dieser Befund basiert nicht unbedingt auf tatsächlich höheren Sicherheitsstandards. Häufig wird lediglich angenommen, dass größere Unternehmen über eine bessere digitale Infrastruktur verfügen, wie sich dies bereits durch höheren Personalaufwand manifestiert („Datenschutzbeauftragte in Vollzeit“). Dies etabliert eine Delegationskultur, denn es muss sich nicht jeder selbst beispielsweise um den aktuellen Virenschutz kümmern. Zudem wird vermutet, dass es sich ein größeres Unternehmen weniger leisten kann, sich solcher Art von Risiken auszusetzen.

Daten bei großen Unternehmen werden tendenziell als sicherer eingestuft



„Für Unternehmen ist es immer ganz wichtig, dass die Netze und ihre Zugänge abgesichert sind. Da sehe ich einen hohen Bedarf, dass Unternehmen sich entsprechend vor solchen Hackerangriffen oder Eindringen in ihre Netzwerke schützen, wie es beispielsweise bei Sony geschehen ist.“

„Die ganzen Hackerangriffe oder Stuxnet, Flame, diese Virenkonstrukte, bis hin zu Cyberkriegsführung, das sind ja ganz, ganz viele Dinge, die erhebliche wirtschaftliche Schäden, die möglicherweise richtige Auseinandersetzungen zwischen Staaten oder Regionen mit sich bringen können. Sie bringen auch unheimliche Sicherheitslücken für terroristische Attacken usw. mit sich. Das ist noch relativ neu, aber inzwischen auch auf vielen Unternehmensveranstaltungen ein absolutes Top-Thema.“

Potenzielle Risikoverursacher im Internet: Hacker, globale Internet-Dienstleister und unbedachte Nutzer

Die Entscheider sind sich einig, dass Hackerangriffe das größte Risiko im Internet darstellen. Allein das Wort „Hacker“ löst vielfältige Erzählungen über mutmaßlich gesicherte Systeme aus, die dennoch geknackt werden können; Hackern wird alles zugetraut, vor ihnen ist nichts sicher. Eine Garantie, vor Hackerangriffen geschützt zu sein, wird als vollkommen unmöglich betrachtet. Strategien, die einen (maximal temporären) Schutz gewährleisten, müssen regelmäßig überprüft und ständig aktualisiert werden.

„Sie sind nie dagegen gefeit, dass irgendwas passiert, was noch nie passiert ist, auf das noch nie jemand gekommen ist. Sie sind auch letztlich nicht gegen einen Hackerangriff gegen ihr System gefeit, welcher in einer Art und Weise durchgeführt wird, wie er noch nie durchgeführt worden ist.“

„Hacker-Geschichten sind, wenn es hier um Cyber Wars geht, sozusagen die höchste Form der Unsicherheit im Netz. Die Königsdisziplin der Kriminalität.“

Doch auch großen globalen Internet-Diensteanbietern wird von 73 Prozent der Entscheider ein großes Risikopotenzial zugesprochen. Interessant ist, dass ein gleich hohes Risiko auch bei unbedachten Nutzern gesehen wird, welche ohne Absicht Datensicherheit und Datenschutz gefährden bzw. auf Angebote hereinfluten, weil sie (noch) nicht gelernt haben, diese zu durchschauen.

Hier gilt für Entscheider der Leitsatz: Erst die Anwendung durch unerfahrene Nutzer macht eine Infrastruktur gefährlich.

„Von solchen Sachen angefangen über gut gemachte Fake-Seiten, wo Sie denken, dass Sie eben seriös irgendwas kaufen. Denn so eine Webseite können Sie ja heute schnell bauen. Sie bauen ein Portal www.kaffee-gibts-hier-billiger.de und sagen, wenn Sie für 100 Euro Kaffee bestellen, kriegen Sie noch mal 5 kg Kaffee umsonst. Vielleicht ist es nur die Webseite, aber die Leute überweisen das Geld und kriegen nie eine Lieferung. Also es gibt ja die bekannten, verschiedensten Muster, ganz raffinierte Sachen.“

„Erst die Nutzung von irgendetwas birgt ja Risiken und Chancen. Genauso, wie eine Stromleitung Ihnen Risiken birgt, wenn Sie oder ein Kind in die Steckdose reinpacken. Auch eine Wasserleitung birgt Risiken, wenn Sie die nicht abdrehen, haben Sie eine Überschwemmung. Das ist dann willentlicher oder unwillentlicher Missbrauch, und genauso ist das mit dem Internet. Also das heißt, der Missbrauch kommt durch die Menschen, die Infrastruktur nutzen.“

Vom Staat geht im Internet kein Risiko aus

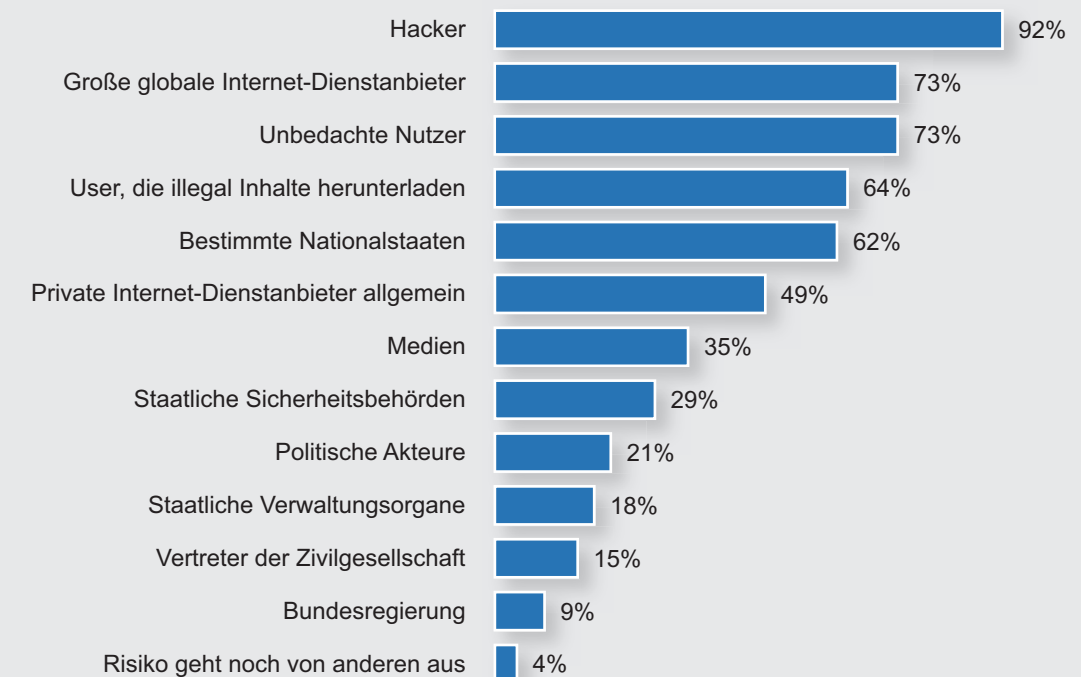
Geringe Risiken im Internet gehen den Entscheidern zufolge vom Staat aus: Lediglich neun Prozent sehen ein großes Risikopotenzial bei der Bundesregierung, 18 Prozent bei staatlichen Verwaltungsorganen und 21 Prozent bei politischen Akteuren. 20 Prozent konstatieren ein Risiko im Internet durch staatliche Sicherheitsbehörden.

Die Relevanz der einzelnen sicherheitsgefährdenden Akteure spiegelt teilweise die Rangfolge der dominanten Akteure wider: So gelten Privatunternehmen und Nutzer sowohl als einflussreich als auch „gefährlich“. Die Medien sind demnach zwar einflussreich, von ihnen geht aber kaum ein Risiko aus. Der Staat schließlich wird weder als einflussreich noch als gefährlich betrachtet.

„Ich habe das Gefühl, man begegnet dem Staat zunehmend mit Misstrauen – insbesondere, wenn es um solche Belange wie Freiheit des Internets geht. Dabei missachtet man aber die Erkenntnis, dass die Bedrohung des Bürgers nicht vom Staat ausgeht, sondern von dubiosen Geschäftsmachern und Straftätern.“

Hackerangriffe sind aus Sicht der Entscheider das größte Risiko im Internet

„Von welchen Akteuren im Internet gehen Ihrer Meinung nach die größten Risiken aus?“



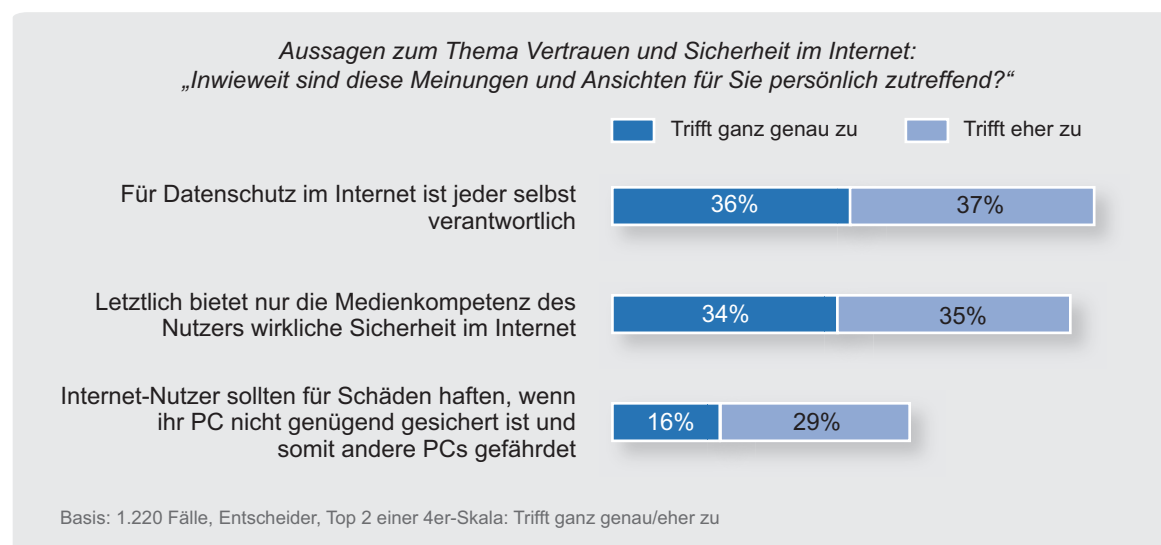
Basis: 1.220 Fälle, Entscheider

4.5. Die Hauptverantwortung liegt beim Nutzer, doch der kennt sich nicht aus

Die Verantwortung hat der Nutzer: Bildung und eigene Erfahrung als empfohlenes Rüstzeug

Die Verantwortung für den Schutz der Daten liegt nach Einschätzung der Entscheider klar beim Nutzer. Sicherheit im Netz kann – wenn überhaupt – nur durch die Medienkompetenz der Bürger erreicht werden, wie 69 Prozent der Entscheider meinen. Eigenverantwortung ist also das Gebot der Stunde (73 Prozent), nach dem sich die Nutzer im Internet bewegen sollen – ob sie sich dessen bewusst sind oder nicht. Mit Analogien aus dem Offline-Alltag verweisen die Entscheider darauf, dass der Internet-Nutzer selbst schuld sei, wenn er Risiken im Internet leichtfertig übersieht – auch wenn sie ihn nur teilweise in die Haftung nehmen möchten. Sie verweisen jedoch auf Möglichkeiten, sich ausreichend zu schützen, von denen viele Nutzer keinen Gebrauch machen würden.

Nutzer sind für Datenschutz selbst verantwortlich und Medienkompetenz ist eine wichtige Grundlage für Sicherheit im Internet



„Ich habe gelernt, in bestimmten Situationen meine rechte Hand auf der rechten hinteren Tasche zu halten, dort wo mein Portemonnaie ist. Das habe ich gelernt, dass man das eben so macht. Und genauso ist es im Internet.“

„Da, wo man irgendwie glaubt, dass man das selber unter Kontrolle habe, da gibt man Daten ohne Ende rein, ohne zu hinterfragen, was damit eigentlich alles passiert. Und trotzdem glauben viele Leute, sie hätten alles im Griff. Das ist für mich vollständig schizophren.“

„Sicherheit im Sinne von Privacy, also Datensicherheit, das ist aus meiner Sicht zunächst mal ein Verhaltensthema. Also der Mensch ist da die Schwachstelle, nicht so sehr das System.“

Nutzer tragen die größte Verantwortung, sind jedoch überfordert

Im Vergleich der verschiedenen Netz-Akteure sehen 82 Prozent der Entscheider vor allem die Bevölkerung in der Verantwortung, nur 27 Prozent vertrauen jedoch deren Kompetenzen. Dies ist Ausdruck ihrer Sorge, die Bürger seien mit ihrer Selbstverantwortung im Netz völlig überfordert. Entsprechend dieser Einschätzung empfehlen sie dem Nutzer, sich vor allem auf Bildung und die eigene Erfahrung zu verlassen, denn die Verantwortung kann ihm niemand abnehmen. Auch Rat von unabhängigen Institutionen und Experten gilt den Entscheidern als relevant; weniger verlassen sollten sich die Menschen jedoch auf staatliche Institutionen, das deutsche Rechtssystem und die Internet-Gemeinde.

Staatliche Institutionen und das deutsche Rechtssystem sind aus Sicht der Entscheider von eher geringerer Bedeutung für Sicherheit im Internet



„Selbstregulierung durch Education. Ganz klar.“

„Die Leute wissen nicht genug Bescheid über Internet und diese Mechanismen. Da sind noch ganz klare Defizite. Und deswegen ist es wichtig, dass da, wo Menschen Bildung erfahren, Schule, Kindergarten usw., auch wirklich die Kompetenz vorhanden ist und dass da entsprechend gebildet werden kann.“

4.6. Entscheider fordern einen stärkeren öffentlichen Diskurs zum Thema Sicherheit im Internet

Um die Gesellschaft für den Umgang mit Daten im Internet zu sensibilisieren, fordert knapp die Hälfte der Entscheider (48 Prozent; Zustimmung von 0 bis 4 Punkten auf einer Skala von 0 bis 10; 0 = Diskurs ist unzureichend; 10 = Diskurs ist übertrieben) einen stärkeren öffentlichen Diskurs über Datensicherheit und Datenschutz, 25 Prozent halten den Diskurs für eher übertrieben (Zustimmung von 6 bis 10 Punkten auf selbiger Skala). Bürgern, öffentlichen Institutionen, Unternehmen und IT-Spezialisten sollten Risikopotenziale und Interessenskonflikte erklärt werden, um Verantwortlichkeiten zu definieren und Sicherheitslücken zu schließen.

„Es gibt ja keinen öffentlichen Diskurs, wenn ich jetzt mal ganz platt bin. Also, jedenfalls keinen breiten, es gibt verschiedenste Diskussionsforen. Und wirklich eine öffentliche Auseinandersetzung erkenne ich nicht.“

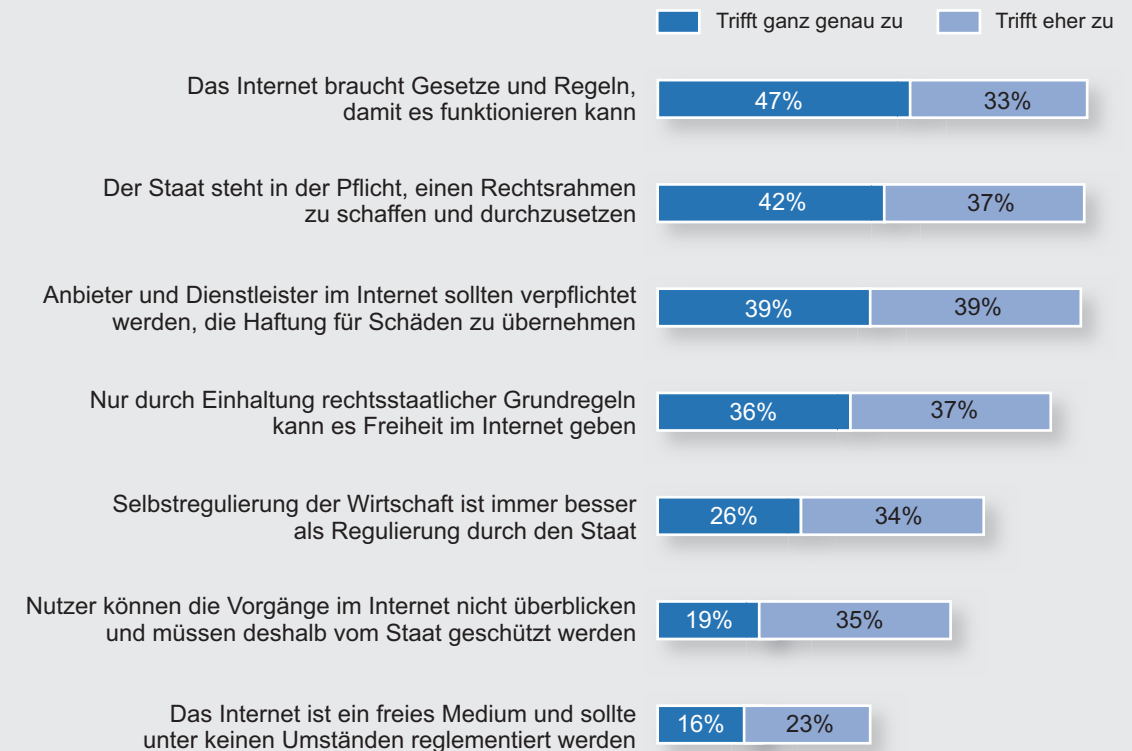
„Ich glaube halt auch, dass die Diskussion teilweise gezielt von bestimmten Gruppierungen auf ein ungutes Gleis gelenkt wird. Da haben sich ganz unheilige Allianzen gebildet zwischen Wirtschaft und Kriminellen, sage ich mal ganz offen. Und die politisch bewegten Bürger, die das ganze Problem nicht kapieren, sind die Verfügungsmasse.“

Das Internet braucht Rahmenbedingungen

Der öffentliche Diskurs ist besonders wichtig für Bestimmung von Verantwortlichkeiten im Netz. Der Nutzer wird zwar als (haupt)verantwortlich gesehen, dennoch braucht es aus Sicht der Entscheider einen Rahmen, innerhalb dessen er sich frei bewegen kann. 79 Prozent sehen Gesetze und Regeln im Internet als Grundvoraussetzung, damit das Internet überhaupt funktionieren kann. Vergleichsweise selten (39 Prozent) vertreten Entscheider die Meinung, dass das Internet ein freies Medium sei und nicht durch Gesetze und Regeln eingeschränkt werden dürfe. Vielmehr betonen vier von fünf Entscheidern, es könne im Internet nur Freiheit geben, wenn rechtsstaatliche Grundregeln eingehalten werden.

Rahmenbedingungen durch Staat und Anbieter sind notwendig

*Aussagen zum Thema Vertrauen und Sicherheit im Internet:
„Inwieweit sind diese Meinungen und Ansichten für Sie persönlich zutreffend?“*



Basis: 1.220 Fälle, Entscheider, Top 2 einer 4er-Skala: Trifft ganz genau/eher zu

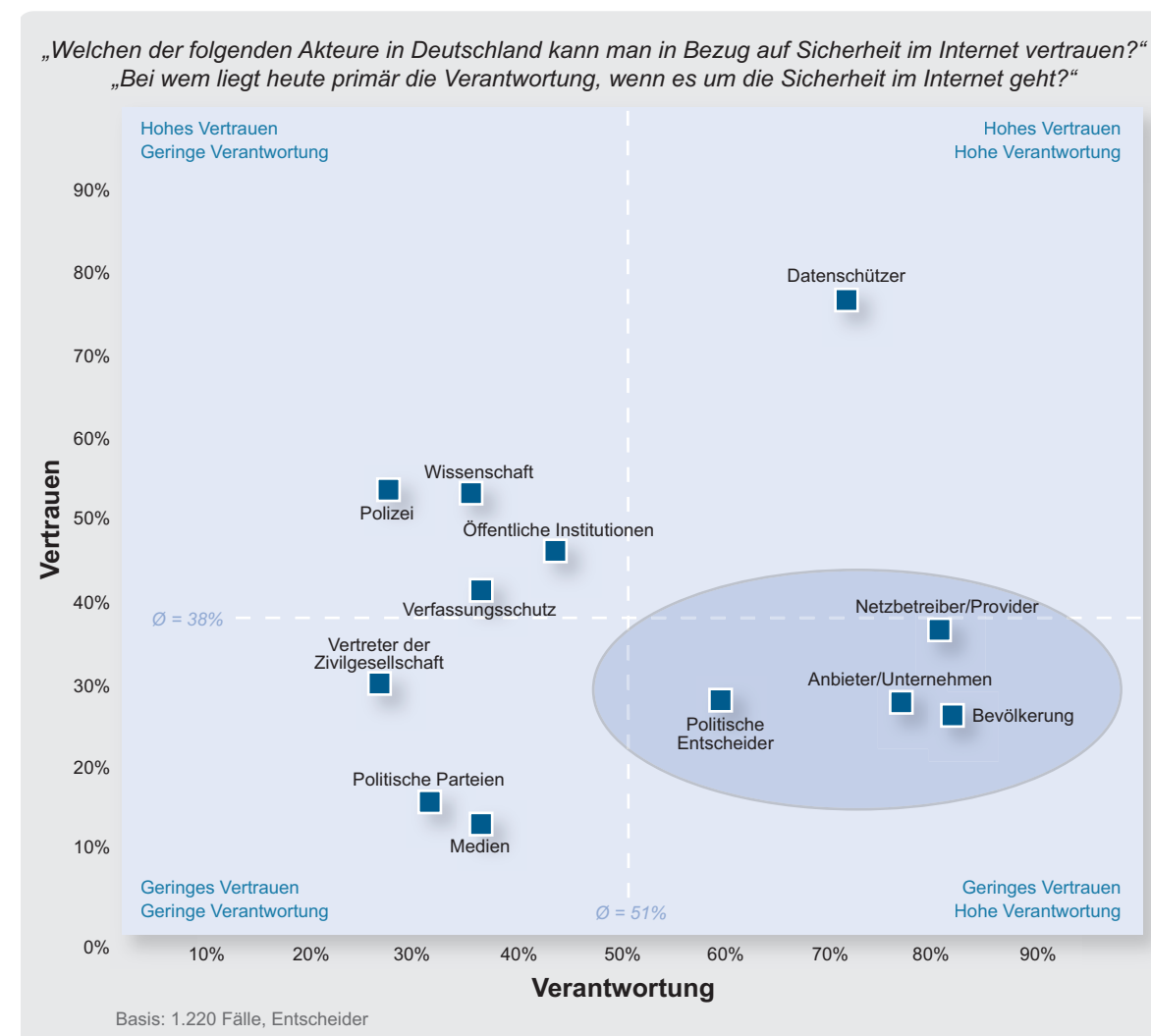
„Und jetzt sozusagen im Netz Verantwortung zu verdrängen und sich einfach alles leisten zu können oder zu wollen oder, sagen wir mal, Risiken zu sozialisieren und Freiheiten zu individualisieren, das finde ich ein bisschen wenig und auch eher problematisch.“

„Bestimmte Sachen wird man verbieten bzw. sind verboten und bei anderen Sachen habe ich Qualitätsstandards. Wenn ich ein Lebensmittelwerk hätte, würde ich mir ja genauso vorstellen können, dass ich von einer Qualitätssicherung überprüfen lasse, ob die Geschäftsbedingungen vertretbar sind.“

Verantwortung geht nur selten mit entgegengebrachtem Vertrauen einher

Hauptdilemma und daher Ausgangspunkt für das anschließende Kapitel ist die Tatsache, dass die Entscheider denjenigen Akteuren, die Verantwortung übernehmen sollen, nicht vertrauen (z. B. Nutzern, globalen Firmen oder auch politischen Entscheidern). Akteure, von denen weniger Risiken ausgehen (z. B. staatliche und unabhängige Einrichtungen) werden aber kaum als dominante Akteure im Netz gesehen. Entsprechend vertraut man beispielsweise Datenschützern, traut ihnen jedoch wenig Einfluss zu; d. h. als verlässlich wahrgenommene Netz-Akteure haben keine Relevanz in der Online-Welt.

Viele Internet-Akteure mit hoher Verantwortung genießen nur geringes Vertrauen



Dieser Konflikt wirft Fragen auf, die nur durch einen detaillierten Blick auf die Entscheider-Gruppen und ihr Verhältnis zueinander beantwortet werden können.

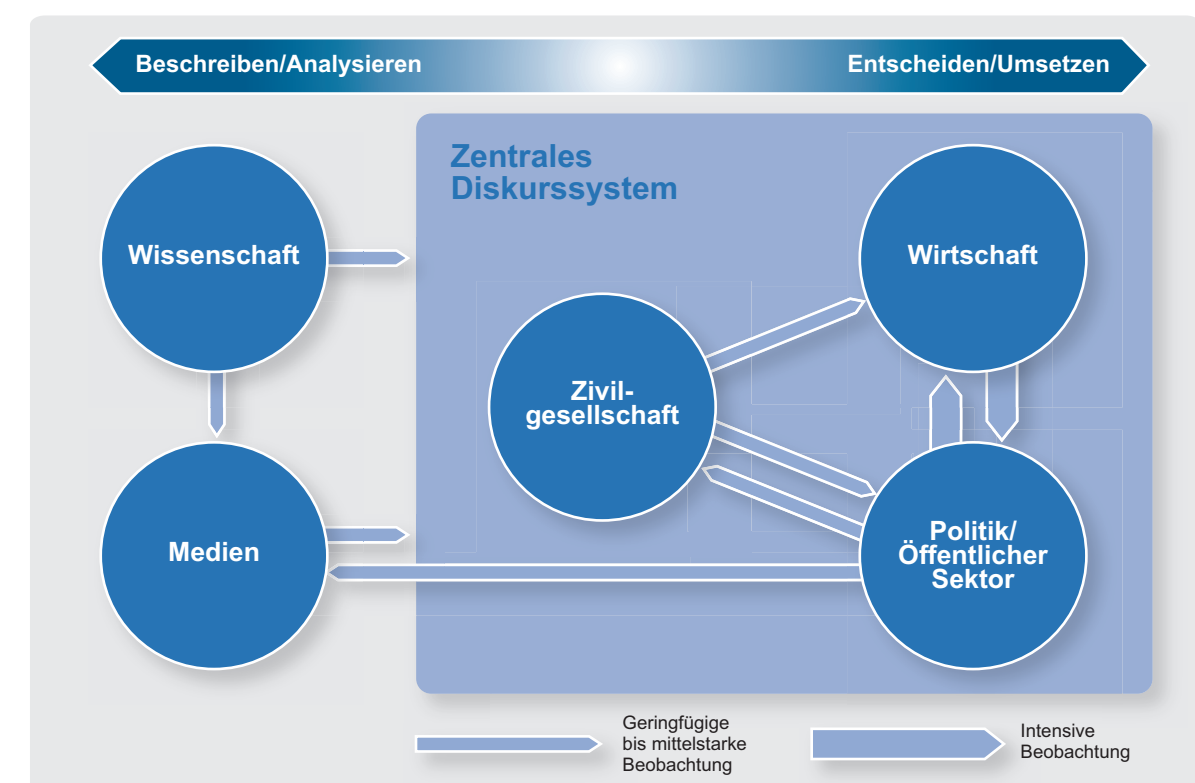
Das folgende Kapitel wird daher aufzeigen, wie die Konflikte rund um Sicherheit und Freiheit im Internet durch verschiedene Wahrnehmungen und Bewertungen von Risiken unter den Entscheidern geprägt sind – mit daraus resultierenden unterschiedlichen Lösungsansätzen. Damit wird deutlich, dass die Schwierigkeiten, eine Handlungsbasis für Sicherheit im Internet zu etablieren, nicht nur an kontextuellen Herausforderungen liegt (z. B. globale Zusammenhänge, geringerer Einfluss der Nationalstaaten, Tempo der technologischen Entwicklungen, Abhängigkeit von digitalen Infrastrukturen), sondern auch an der Uneinigkeit der Entscheider untereinander.

5. Worüber „streiten“ die Entscheider?

Die Entscheider in Deutschland sind sich in vielen Punkten einig: Datensicherheit und Datenschutz sind wichtige Themen, für die noch keine hinreichenden und einvernehmlichen Lösungen gefunden wurden bzw. bei denen immer wieder neue Herausforderungen zu meistern sind. Umso dringender zeigt sich Handlungsbedarf. Was aber muss getan werden – und vor allem: Wer macht was?

In der qualitativen Vorstudie wurde hypothetisch herausgearbeitet, in welcher Beziehung einzelne Meinungsführer-Gruppen zueinander stehen, welche Einstellungen sie teilen und hinsichtlich welcher Themen Dissens besteht. Zentrale Aspekte wurden in der quantitativen Erhebung operationalisiert und bilden den Ausgangspunkt für dieses Kapitel.

Das Netz der Netz-Akteure: Wirtschaft, Politik/Öffentlicher Sektor und Zivilgesellschaft haben zentrale Rollen



5.1. Wer hat den größten Einfluss im Netz? Von wem gehen die größten Risiken aus?

Privatwirtschaftliche Unternehmen und die Internet-Nutzer sind aus Sicht der Entscheider im Netz nicht nur besonders dominant, sondern auch besonders risikobehaftet. Den politischen Entscheidern wird überraschenderweise wenig Einfluss zugeschrieben – offenkundig gehen von ihnen dabei auch weniger Gefahren aus. Aber sehen dies alle Entscheider so? Und warum sind manche Akteure für einzelne Entscheider-Gruppen relevanter bzw. „gefährlicher“?

Der unbedachte Nutzer: Für Wissenschaft und Forschung sowie für die Zivilgesellschaft das Risiko Nr. 1

Vertreter der Zivilgesellschaft bzw. von Wissenschaft und Forschung halten den unbedachten Nutzer für ein größeres Risiko als den professionellen Hacker. Durch unbekümmert-unreflektiertes Shopping und Socializing in der Online-Welt entsteht aus ihrer Sicht großer Schaden im Internet – zumeist für den Nutzer selbst. Wer sich nicht auskennt, gefährdet sich selbst. Diese beiden Entscheider-Gruppen sehen das Internet in hohem Maße als Chance und sind selbst überwiegend versierte Nutzer. Aus ihrer Sicht ist Chancengerechtigkeit im Netz aber nicht gleichmäßig verteilt: Wenige große Player machen und wissen vieles – und viele „kleine Player“ wissen fast nichts.

Auch Medienvertreter haben die Nutzer überdurchschnittlich stark im Fokus – vor allem, wenn diese illegal Content downloaden. Medienvertreter sehen sich also durchaus als Betroffene – geschädigt durch den Nutzer. Entsprechend sind sie weniger überzeugt als andere Akteure, dass Nutzer die Vorgänge im Netz nicht überblicken könnten. Sie vermuten, dass Nutzer sich durchaus bewusst Zugang zu kostenfreien Angeboten verschaffen – wider besseren Wissens. Sie kritisieren den schleichenden Einzug einer Gratis-Mentalität in das Netz und betonen, dass qualitativ hochwertige Beiträge ihren Preis haben.

Privatwirtschaft gegen den Rest der Entscheider

Die Entscheider aus Politik, Öffentlichem Dienst, Zivilgesellschaft, Medien sowie Wissenschaft und Forschung sind sich einig, dass Unternehmen im Internet eine größere Sicherheitsgefährdung darstellen, als dies von Wirtschaftsvertretern selbst wahrgenommen wird.

Entscheider in Politik und Öffentlichem Dienst sehen die privaten Internet-Dienstanbieter im Allgemeinen als sicherheitsgefährdende Gruppe; Wissenschaft und Forschung, Medien und Zivilgesellschaft haben hier vor allem die großen globalen Unternehmen im Blick. 80 Prozent der Entscheider aus Wissenschaft und Forschung sehen diese Unternehmen als Risiko und vertreten zudem überdurchschnittlich häufig die Meinung, dass die zunehmende Marktkonzentration eine wesentliche Herausforderung im Internet darstellt (50 Prozent vs. 36 Prozent).

Das Selbstbild der Wirtschaftsvertreter weicht von diesen Einschätzungen deutlich ab: Nur 46 Prozent betrachten private Internet-Dienstanbieter als Gefahr im Netz. Interessant ist insbesondere

der vertiefende Blick auf die einzelnen Segmente innerhalb der Wirtschaftsvertreter: Digital Natives sehen große globale Internet-Dienstanbieter bzw. private Internet-Dienstanbieter im Vergleich zur Gesamtheit der Entscheider in deutlich geringerem Maße als sicherheitsgefährdende Akteure im Internet (65 Prozent vs. 73 Prozent bzw. 44 Prozent vs. 49 Prozent).

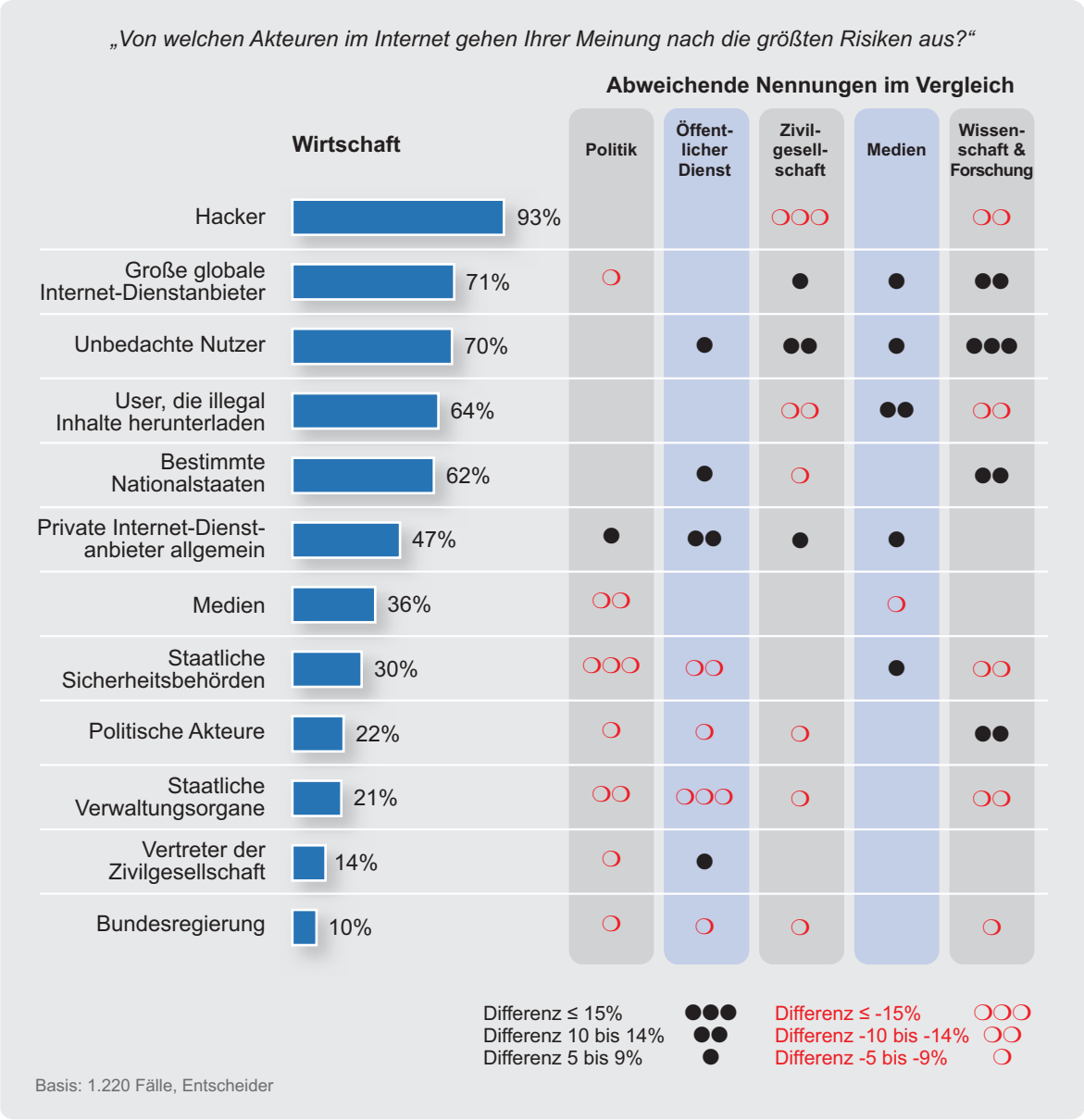
Der Staat: Risiko durch Überwachung oder unterlassene Hilfeleistung im Netz?

Dass von staatlichen Institutionen und Akteuren ein Risiko im Netz ausgeht, sehen weniger als 30 Prozent der Entscheider. Wenig überrascht dabei, dass sich vor allem die Entscheider in der Politik und im Öffentlichen Dienst nicht als Risiko im Netz sehen; interessanter erscheint jedoch, dass auch aus Sicht der Wirtschaftsentscheider von dieser Gruppe nur eine geringe Gefahr ausgeht.

Das größte Missverhältnis existiert zwischen Politik/Öffentlichem Dienst und den Vertretern von Medien bzw. Wissenschaft und Forschung. Deutlich kritischer als andere Entscheider sehen Wissenschaft und Forschung sowie Medien die Rolle der politischen Akteure und des Staates: 35 Prozent der Wissenschaftler und Forscher betrachten politische Akteure als Gruppe, von der Risiken ausgehen, gegenüber 21 Prozent im Durchschnitt der Entscheider. Medien sehen hier vor allem eine drohende Überregulierung. Wissenschaft und Forschung sehen in diesem Zusammenhang aber auch eine Sicherheitsgefährdung durch fehlende Einflussmöglichkeiten der Politik; diese Entscheider äußern die Befürchtung, dass die politischen Instrumente mit dem Tempo der Entwicklungen im Netz nicht Schritt halten und staatliche Institutionen Sicherheit damit nicht gewährleisten können.

„Also der Staat ist einfach zu langsam. Also das Modell funktioniert einfach nicht mehr gegen das Internet, weil sich das Internet so schnell entwickelt und so schnell Haken schlägt, dass eben unser langsamer Kasten nicht mehr hinterher kommt. Also der Regierungskasten, der regulieren würde.“

Das Risiko durch Akteure im Internet wird von den Entscheider-Gruppen sehr differenziert eingeschätzt



5.2. Wer soll Verantwortung übernehmen? Und wie?

Verantwortung ist der „Schwarze Peter“, wenn es um Sicherheit im Internet geht: Niemand möchte ihn haben und jeder reicht ihn weiter. Bei einigen bleibt er länger haften, während andere ihn gar nicht erst annehmen.

Entscheider im Bereich der Wirtschaft sind im Vergleich zu Vertretern aller anderen Entscheider-Gruppen mit der Zuweisung von Verantwortung für Sicherheit im Internet deutlich zurückhaltender. Bereits in der qualitativen Vorstudie wurde deutlich, dass diese Gruppe generelle Vorbehalte hat, für das Internet „Verantwortlichkeiten zuzuordnen“. Das Internet lässt sich aus ihrer Sicht nur begrenzt von ausgewählten Akteuren steuern und ist keine „Aufgabe“, die man wahrnehmen kann. Entsprechend sind 74 Prozent der Entscheider aus der Wirtschaft der Meinung, dass für Datenschutz jeder selbst verantwortlich ist; diese Auffassung teilen 63 Prozent aus der Politik und nur 52 Prozent aus Wissenschaft und Forschung.

Politische Entscheider und Parteien werden lediglich bedingt in der Verantwortung gesehen. Der vertiefende Blick in die Segmente zeigt, dass vor allem Digital Natives unter den Wirtschaftsvertretern gerade diesen Akteuren deutlich weniger Verantwortung zuschreiben als die Gesamtheit der Entscheider. Dieser Unterschied verstärkt sich noch einmal, betrachtet man bei den Wirtschaftsvertretern innerhalb der Digital Natives die Gruppe der *Digital Souveränen*: Deutlich weniger Verantwortung wird bei Politikern, Datenschützern und der Polizei gesehen, im Gegenzug wird der Bevölkerung jedoch deutlich mehr Verantwortung zugeordnet (89 Prozent vs. 82 Prozent in der Gesamtheit der Entscheider). Wirtschaftsvertreter sehen insgesamt in geringerem Ausmaß eine Überforderung der Nutzer, sondern unterstellen häufig Naivität: Schutzbedürftigkeit gilt vielen als Ausrede.

„Es gibt natürlich eine Gruppe von Menschen, die auch diesem Leitbild des dümmsten anzunehmenden Users entsprechen und die auch diesem Verbraucherschutz-Leitbild entsprechen, wonach man etwa nach dem damaligen Haustür-Widerrufgesetz die Leute davor schützen musste, dass sie an der Haustür ein Zeitschriften-Abo oder einen Staubsauger erwerben. Als ob sie als Volljährige nicht mündig genug wären, die Tür zuzuknallen, nach dem Motto: ‚Nein danke, ich brauche nichts‘.“

„Es gibt Mittel und Wege, sich zu schützen, und wenn die Leute diese Regeln nicht lernen, dann sind sie natürlich anfälliger, genauso wie wenn Sie mit 100-Euro-Scheinen in der Markthalle am Samstagmorgen rumlaufen, so dass jeder sie sieht und schnell zugreifen kann. [...] Und dieses permanente Geweine, die Bösen wollen mir was und die Technologie verstehe ich nicht und ich bin überfordert usw., das ist alles eine Ausrede.“

Politiker sind hingegen stärker davon überzeugt, dass der Nutzer vieles im Internet nicht überblicken kann und daher Schutz braucht (67 Prozent vs. 54 Prozent bei den Entscheidern in der Wirtschaft). Politische Entscheider sehen es vor allem als notwendig an, die Schwelle auszuloten, ab wann die Nutzer geschützt werden müssen; denn auch sie übertragen der Bevölkerung ein hohes Maß an Eigenverantwortung, wie Aussagen aus der qualitativen Untersuchung verdeutlichen:

„Erst mal ist jeder Nutzer selbst für sich verantwortlich, auch die Unternehmen. Das können wir nicht abchecken. Wo wir einen staatlichen Handlungsbedarf sehen ist da, wo Nutzer überfordert sind.“

„Und da kann der Staat was tun, indem er die Qualität von Online-Diensten absichert und sagt: Dieses Unternehmen finden wir gut. Das ist für die Nutzer gut und für die Wirtschaft ist es total toll, weil das dann ein Wettbewerbsvorteil ist.“

„Nur da, wo er [der Nutzer] sich selbst nicht mehr schützen kann, da ist er schutzbedürftig. Und da sehe ich zunächst mal den verpflichtet, der ihm irgendwie etwas anbietet. Also wenn sie ein Auto kaufen, ist meiner Meinung nach zunächst auch erst einmal Ihr Autohersteller verpflichtet, dass das Auto technisch so auf dem Stand ist, denn Sie können das selbst nicht beurteilen. Da ist eine Schutzbedürftigkeit.“

Die Bevölkerung sieht sich nur begrenzt in der Verantwortung

Die Entscheider fordern die Eigenverantwortung der Bürger in hohem Maße ein: 73 Prozent sehen den Nutzer in der Pflicht, sich um die Sicherheit persönlicher Daten im Netz selbst zu kümmern. Zwar ist auch die Bevölkerung mehrheitlich dieser Ansicht, jedoch stimmen dieser Aussage nur 65 Prozent zu.

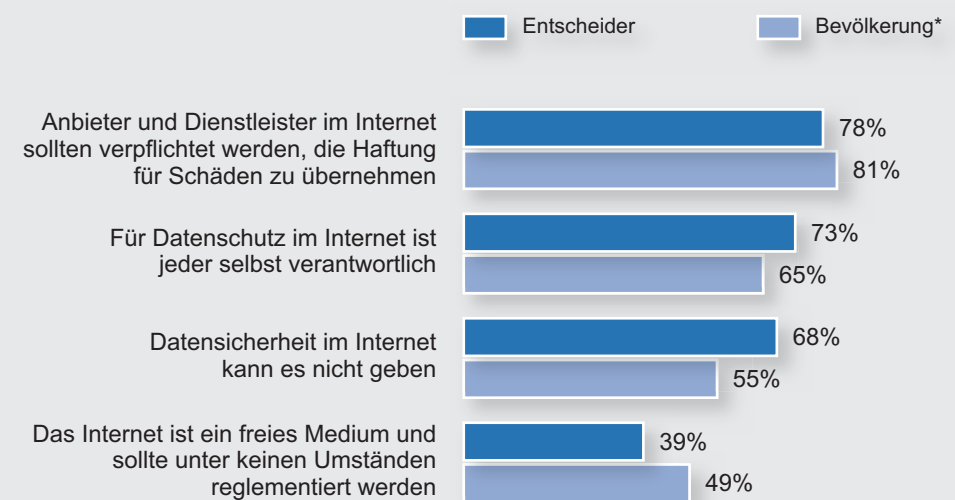
Die Übernahme von Eigenverantwortung hängt dabei mit der Selbsteinschätzung der eigenen Internet-Kompetenz zusammen. Wie gezeigt wurde, schätzen sich Entscheider als überwiegend erfahren im Umgang mit dem Internet ein, während sich deutlich mehr Menschen in der Bevölkerung als Anfänger im Internet einordnen. Gerade Internet-Experten sehen sich dabei eher in der Lage, Sicherheitsrisiken im Netz richtig einzuschätzen und entsprechend zu reagieren.

Entsprechend fühlen sich die Entscheider zu 68 Prozent in der Lage, Sicherheitsrisiken richtig zu bewerten, in der Bevölkerung aber nur 50 Prozent. Zudem bekunden in der Bevölkerung 44 Prozent, dass ihnen Informationen fehlen, was sie selbst für den Schutz ihrer Daten im Internet tun können. Darüber hinaus sind die Nutzer auf bestimmte Sicherheitsstrukturen und Angebote angewiesen, auf die sie ein Stück weit „blind“ vertrauen müssen. Dies unterstreicht folgendes Zitat aus der DIVSI Milieu-Studie:

„Datensicherheit bedeutet mir schon recht viel. Nur, die Datensicherheit muss mir ja irgendeiner geben, die kann ich mir ja nicht selbst machen. Ich brauche zum Beispiel den Norton und verschiedene andere, die für mich die Datensicherheit übernommen haben.“

Die Haftung für Schäden wird von Entscheidern und von der Bevölkerung überwiegend bei den Anbietern und Dienstleistern gesehen

Aussagen zum Thema Vertrauen und Sicherheit im Internet:
„Inwieweit sind diese Meinungen und Ansichten für Sie persönlich zutreffend?“



Basis: 1.220 Fälle, Entscheider, Top 2 einer 4er-Skala: Trifft ganz genau/eher zu
*DIVSI Milieu-Studie 2012, Basis: 2.000 Fälle

Wie soll Verantwortung übernommen werden?

Verantwortung für Sicherheit im Internet kann aus Sicht der Entscheider auf unterschiedlichen Wegen gelingen: durch Prüfung und Vorsicht bei Online-Anwendungen (Nutzer), durch Haftung (Unternehmen/Anbieter, Nutzer) oder durch Regulierungsmaßnahmen (Politik). Neben der „mündigen“ Internet-Nutzung durch aufgeklärte Bürger wurde von den Entscheidern in der qualitativen Vorstudie vor allem die Frage nach Regulierung aufgebracht, da es hier offenkundig erhebliche Differenzen zwischen den Akteuren gibt. Insbesondere Wirtschaft und Politik zeigen hier teilweise diametral entgegengesetzte Ansichten. Beispielsweise sind 40 Prozent der Wirtschaftsvertreter überzeugt davon, dass das Internet ein freies Medium ist, das unter keinen Umständen reglementiert werden sollte, während dies nur 23 Prozent der Entscheider in der Politik so sehen.

„Und darauf zu bestehen, dass jetzt in Zukunft bei jedem Kaufvorgang ein mindestens 50 cm breiter und rot blinkender Button stehen muss, auf dem draufsteht ‚Wenn Sie hier draufdrücken, zahlen Sie tatsächlich 14,50 Euro für die von Ihnen gerade bestellte Leistung‘. Diese Button-Diskussion wird ja gerade geführt. Das ist genau das, eine Überregulierung. Ich gehe davon aus, dass tatsächlich die meisten Menschen, in dem Moment in dem sie das tun, wissen was sie tun und viele dann hinterher jammern und Katzenjammer haben. Aber das kann keine gesellschaftliche Aufgabe sein, menschliche Dummheit möglichst auszuschließen.“

Entscheider aus der Wirtschaft befürworten daher Selbstregulierung deutlich vor staatlicher Regulierung (60 Prozent). Dass auch die Politiker hier zur Hälfte zustimmen (50 Prozent) zeigt, dass es sich bei dieser Frage für sie nicht um eine Entscheidung für das eine oder andere handelt. Auch in der qualitativen Studie konnte festgestellt werden, dass Politiker staatliche Regulierung häufig als „ultima ratio“ betrachten. Sie halten nicht die Selbstregulierung an sich für ungeeignet, sondern sind eher von der empirischen Realität des Konzepts ernüchtert: Selbstregulierung klingt gut, funktioniert aber nicht.

„Das würde ich sehr differenziert sehen. Ich würde nicht per se sagen, Selbstregulierung ist besser. Selbstregulierung ist dann besser, wenn sie funktioniert. Aber sie neigt natürlich dazu, dass sie dann nur so tut als ob.“

„Selbstregulierung hat noch nie funktioniert. Das ist eine Einbildung. Also alle Codes of Conduct, die ich mir mit dem Fokus auf Sicherheit, aber auch auf E-Commerce und E-Government in meinem Berufsleben angeguckt habe, haben alle nur den Minimalstandard staatlichen Rechts oder internationalen Rechts in einer anderen Sprache wiedergegeben. Ich kenne keinen Code of Conduct, in dem steht: Wer sich auf unseren Code of Conduct verpflichtet, macht mehr, als das staatliche Recht fordert. Funktioniert nicht.“

Den Wirtschaftsvertretern ist im Vergleich zu den Entscheidern in der Politik deutlich weniger wichtig, dass der Staat aktiv für Sicherheit sorgt (70 Prozent vs. 84 Prozent), auch wenn dieser Wert insgesamt recht hoch ist. Die qualitative Studie zeigte, dass Unternehmen hierbei vorrangig an die Sicherheit der eigenen Geschäftsmodelle denken (z. B. Sicherheit von Online-Finanztransaktionen; Urheber-/Markenrechtsverletzungen, sonstige Betrugsfälle etc.). Dennoch gehen sie in der Mehrheit davon aus, dass der Staat vor dem Hintergrund eines global vernetzten Internets keine verbindlichen Rechtsgrundlagen mehr schaffen kann (53 Prozent); die Politiker sind hier etwas weniger pessimistisch: „Nur“ 43 Prozent halten dies für nicht möglich.

Andere Entscheider-Gruppen beobachten aufmerksam den Disput zwischen Wirtschaft und Politik in ihrem Ausloten von Freiheit und Kontrolle. Wissenschaft und Forschung sowie Zivilgesellschaft fordern hierbei überdurchschnittlich stark – trotz aller Betonung von individueller Medienkompetenz – einen Rechtsrahmen, dessen Verantwortung in der Hand des Staates liegt (Zustimmung Wissenschaft und Forschung 88 Prozent vs. 79 Prozent in der Gesamtheit der Entscheider). Aus ihrer Sicht kann man dem Nutzer nur Verantwortung zumuten, wenn der verfassungsrechtliche Rahmen hierfür besteht.

„Da ist der Staat erst mal, oder sind öffentliche Institutionen gefordert, entsprechend den juristischen Rahmen auch deutlich zu machen. Da über Selbstverpflichtung zu reden, wäre, glaube ich, ziemlich naiv.“

„Denn als Schlagwort kann man auch sagen, Selbstregulierung ersetzt Normen nicht. Normen müssen die Gesellschaft und der Staat setzen.“

„Es gibt die regulatorische Verantwortung des Staates. Die ist sogar gesellschaftspolitisch oder von mir aus sogar verfassungsrechtlich begründet. Der Staat hat eine Schutzpflicht dafür zu sorgen, dass die Bürger sicher kommunizieren können.“

Dass für Schäden haftet, wer sie verursacht, wird mit überwiegender Mehrheit von allen Entscheidern so gesehen – auch aus der Wirtschaft. Uneinig sind sich die Entscheider allerdings in der Frage, ob auch der Nutzer persönlich haftbar gemacht werden sollte, wenn sein Rechner nicht ausreichend geschützt ist. Während Wirtschaftsvertreter zu 46 Prozent der Ansicht sind, dass der Nutzer haften sollte, sehen dies andere Akteure deutlich seltener (Politik 36 Prozent, Zivilgesellschaft 32 Prozent, Wissenschaft und Forschung 25 Prozent).

5.3. Auf wen und was kann man im Netz vertrauen?

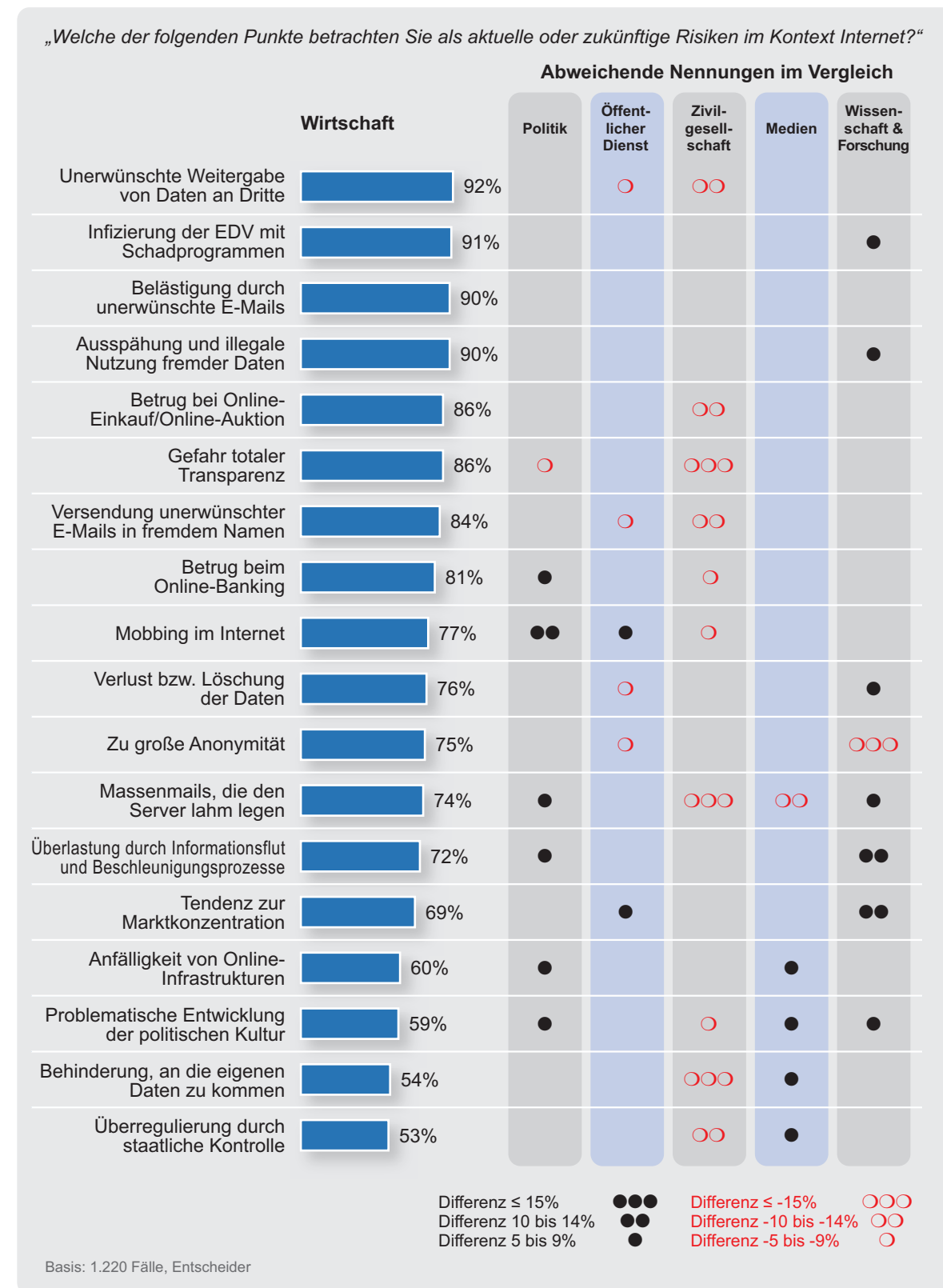
Entscheider-Gruppen vertrauen dem Internet in unterschiedlichem Ausmaß

Wie Entscheider Sicherheitsbedürfnissen im Internet begegnen und welche Strategien sie empfehlen, hängt zunächst davon ab, welche Risiken sie selbst als relevant bewerten, denn nur Gefahren, die erkannt werden, können Beachtung finden. In den folgenden Übersichten ist als Vergleichsbasis die Gruppe der Wirtschaft angeführt, da sie die mit Abstand größte Gruppe in der Entscheider-Landschaft ist und sich ihre Risikobewertung durchgängig im mittleren Bereich bewegt.

Die Entscheider der Zivilgesellschaft sehen auffallend weniger Gefahren im Internet als alle anderen Entscheider-Gruppen. Insbesondere totale Transparenz, Massenmails oder eingeschränkte Zugänge zu eigenen Daten erscheinen ihnen kaum als Risiken im Netz.

Medien sowie Wissenschaft und Forschung betonen insbesondere soziale und kulturelle Risiken. Wissenschaft und Forschung sehen vor allem eine wachsende Informationsüberflutung und Marktkonzentration, während Medien – wie auch die politischen Entscheider – eine zunehmende Abhängigkeit von Online-Infrastrukturen und eine problematische Veränderung der politischen Kultur zu den Risiken zählen.

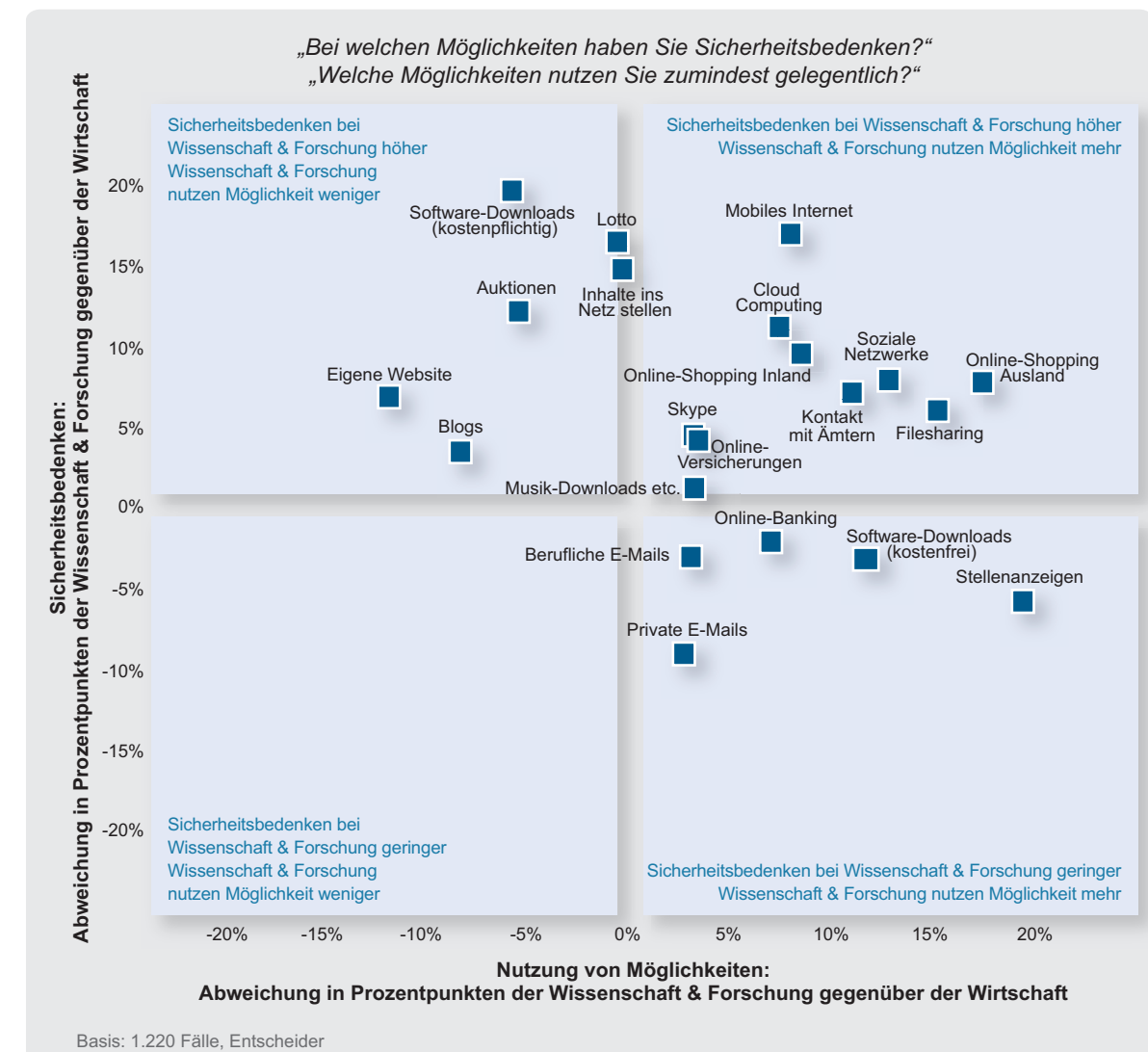
Bei der Einschätzung der Internet-Risiken gibt es deutliche Unterschiede zwischen den Entscheider-Gruppen



Jenseits allgemeiner Risikowahrnehmung zeigen die Entscheider-Gruppen ein unterschiedliches Grundvertrauen gegenüber einzelnen Online-Anwendungen bzw. andere Handlungsmuster bei der Abwägung von Risiken und Nutzungsvorteilen.

So haben Entscheider in Wissenschaft und Forschung wesentlich umfangreichere Sicherheitsbedenken in Bezug auf konkrete Internet-Angebote als beispielsweise Entscheider in der Wirtschaft. Aktivitäten, die monetäre Transaktionen erfordern (Shopping, Auktionen, kostenpflichtige Downloads, Versicherungen und Finanzverträge), soziale Netzwerke und Sharing-Dienste (Cloud Computing, Filesharing, Bilder und Filme hochladen) oder auch der mobile Internet-Nutzung begegnen sie mit deutlich größerer Skepsis. Dennoch nutzen sie diese Möglichkeit häufiger als Entscheider in der Wirtschaft.

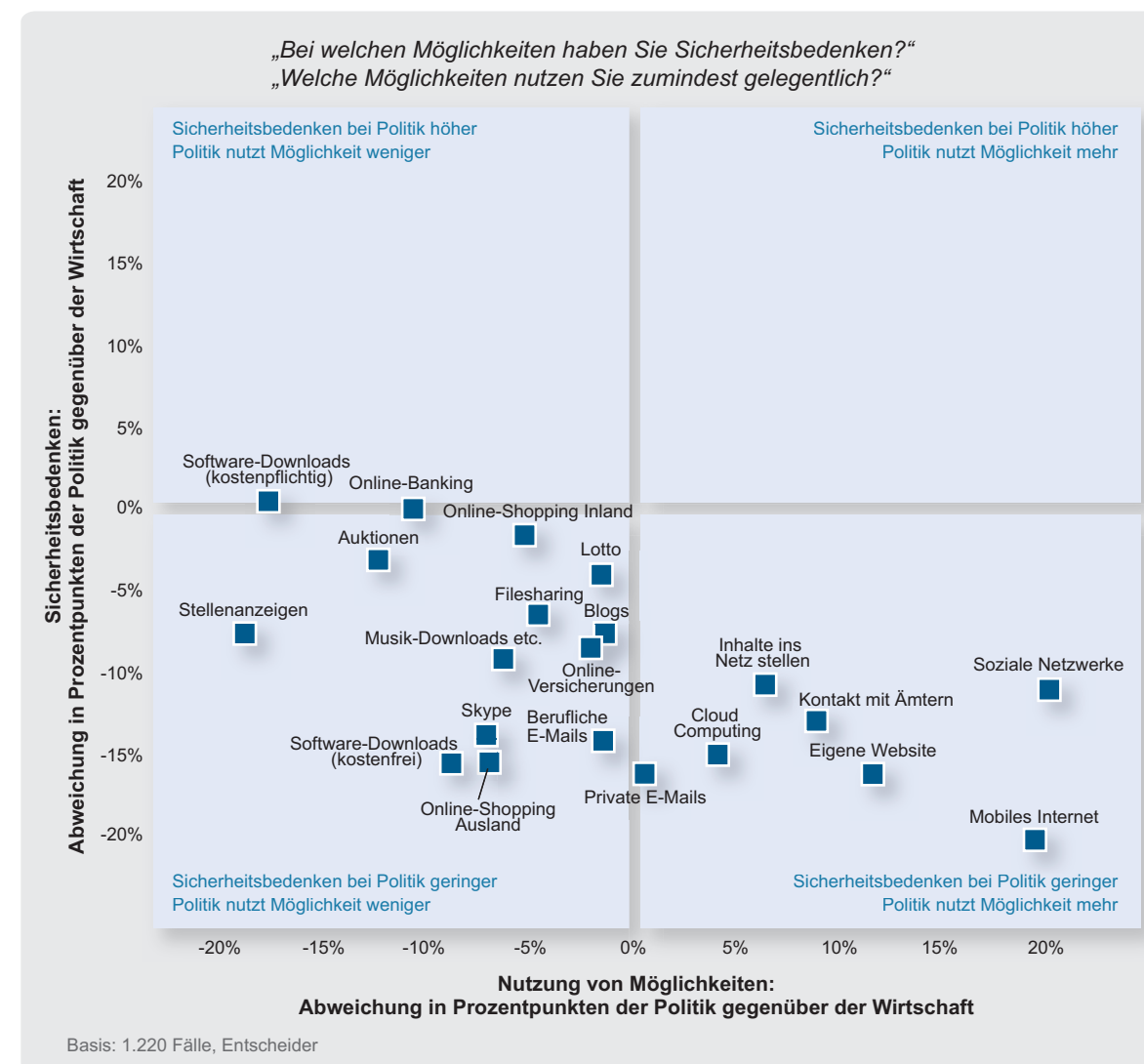
Entscheider aus Wissenschaft und Forschung haben fast durchgängig höhere Sicherheitsbedenken als Entscheider in der Wirtschaft



Lesbeispiel: Skype wird von Wissenschaft und Forschung (46 Prozent) im Vergleich zur Wirtschaft (43 Prozent) etwas häufiger genutzt (+3 Prozentpunkte); die Sicherheitsbedenken gegenüber Skype sind bei Wissenschaft und Forschung (47 Prozent) im Vergleich zur Wirtschaft (43 Prozent) etwas höher (+4 Prozentpunkte).

Politiker zeigen hingegen deutlich geringere Sicherheitsbedenken bei diversen Online-Aktivitäten als Akteure in der Wirtschaft. Gleichzeitig nutzen sie viele Möglichkeiten häufiger: Berufliche und private E-Mails schreiben Politiker nicht seltener als Unternehmensvertreter, sie sind sogar deutlich häufiger im Social Web unterwegs (62 Prozent vs. 41 Prozent), nutzen das mobile Internet häufiger (75 Prozent vs. 55 Prozent) und betreiben auch häufiger eine eigene Website (68 Prozent vs. 56 Prozent).

Entscheider in der Politik haben überwiegend geringere Sicherheitsbedenken als Entscheider in der Wirtschaft



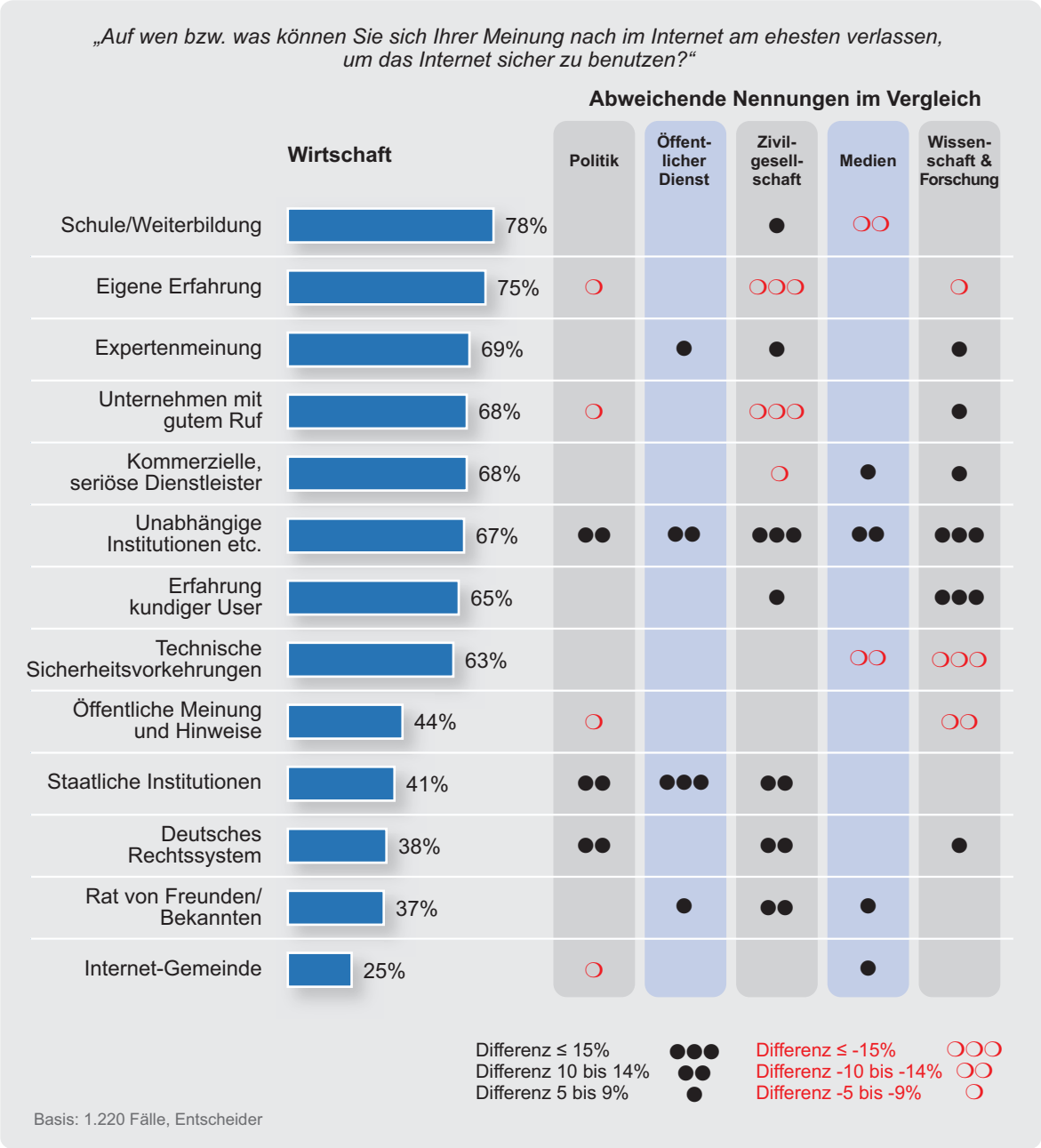
Lesebeispiel: Skype wird von der Politik (36 Prozent) im Vergleich zur Wirtschaft (43 Prozent) weniger häufig genutzt (-7 Prozentpunkte); die Sicherheitsbedenken gegenüber Skype sind bei der Politik (29 Prozent) im Vergleich zur Wirtschaft (43 Prozent) geringer (-14 Prozentpunkte).

Institutionen-Vertrauen vs. Selbstvertrauen

Die Entscheider empfehlen unterschiedliche Strategien für mehr Sicherheit im Internet:

- Bei politischen Entscheidern und im Öffentlichen Dienst – teilweise auch in der Zivilgesellschaft – ist das Institutionen-Vertrauen tendenziell stärker ausgeprägt als bei anderen Entscheidern. Diese Akteure vertrauen eher unabhängigen Institutionen (Zivilgesellschaft) und staatlichen Einrichtungen sowie dem deutschen Rechtssystem – nicht zuletzt, weil beispielsweise Politiker hier gleichzeitig ihre eigenen professionellen Gestaltungsräume sehen. Dennoch empfehlen auch Politiker, vor allem auf Bildung und Expertenmeinungen zu setzen. Ebenso sind eigene Erfahrungen hier von Bedeutung, allerdings deutlich weniger als bei anderen Entscheidern. Politiker lehnen stärker als andere Entscheider ein Versuch-und-Irrtum-Prinzip als Handlungsgrundlage im Internet ab.
- Bei Wirtschaftsvertretern ist der Blick auf die unterschiedlichen Internet-Segmente innerhalb dieser Gruppe interessant: Vor allem *Digital Souveräne* vertrauen deutlich weniger auf unabhängige Institutionen, sondern setzen auf Bildung und eigene Erfahrungen. Besonders wenig Vertrauen bringen sie dem deutschen Rechtssystem entgegen (30 Prozent vs. 39 Prozent). Zudem zeigt sich, dass Verantwortung und Vertrauen bei *Digital Souveränen* unter den Wirtschaftsvertretern kaum relevante Kriterien für die Beurteilungen von Akteuren im Netz zu sein scheinen. Auch Unternehmen – selbst solchen mit gutem Ruf – vertrauen sie weniger als die Gesamtheit der Entscheider.
- Entscheider aus Medien sowie Wissenschaft und Forschung setzen als Vertrauensbasis vor allem auf Erfahrungswissen, das durch Informationen von unabhängigen Institutionen, Experten (vor allem aus Sicht von Wissenschaft und Forschung), seriösen kommerziellen Dienstleistern sowie kundigen Nutzern bzw. dem Rat von Freunden gestützt wird. Das heißt, wenn die eigene Erfahrung nicht ausreicht, soll man denen vertrauen, die sich etwas besser auskennen. Vertrauen meint hier vor allem Personen-Vertrauen. Technische Sicherheitsvorkehrungen oder „der Staat“ sind weniger bedeutsam.

Die Verlässlichkeit von Akteuren im Internet wird von den Entscheider-Gruppen unterschiedlich eingeschätzt



Die Medienkompetenz der Nutzer hat höchste Priorität

Den Nutzer und seine nötigen, aber offenbar fehlenden Kompetenzen haben alle Entscheider gleichsam im Blick. Vor allem aus der Sicht von Wissenschaft und Forschung sowie der Medien ist die Qualifizierung der Nutzer eines der dringlichsten Probleme mit Blick auf die Sicherheit im Internet; dies verdeutlicht auch ihr Muster der Verantwortungszuschreibung. Sie sehen zwar nahezu alle Akteure stärker in der Verantwortung als die Entscheider im Durchschnitt, der Bevölkerung wird mit 94 Prozent (Wissenschaft und Forschung) und 92 Prozent (Medien) jedoch die größte Verantwortung zugeschrieben.

Auch die qualitative Erhebung stützt diesen Befund, wie folgende Aussagen unterstreichen:

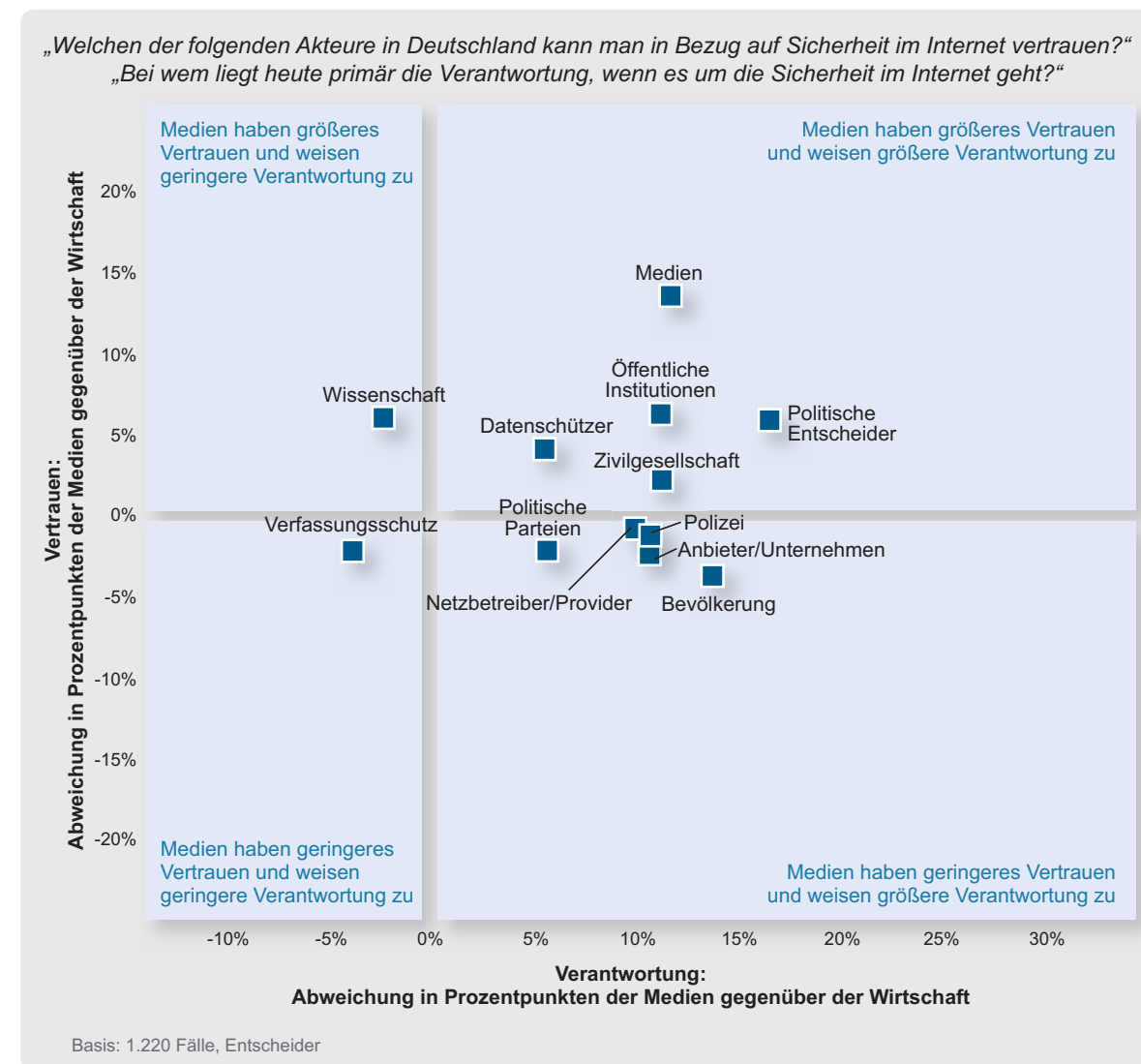
„Die Leute wissen nicht genug Bescheid über das Internet und diese Mechanismen. Da sind noch ganz klare Defizite. Und deswegen ist es wichtig, dass da, wo Menschen Bildung erfahren, Schule, Kindergarten usw., auch wirklich die Kompetenz vorhanden ist und entsprechend gebildet werden kann.“

„Also dass man sagt, okay, bevor ich zu Facebook gehe, sollte ich mir klar sein, wie mein Profil aussieht. Das heißt, man muss es eben schaffen, dass die Leute eine gewisse Skepsis dem Internet gegenüber haben und das auch gar nicht als Bedrohung sehen, sondern dass es einfach völlig normal ist, genauso wie ich nicht bei Rot über die Ampel gehe.“

„Und deswegen glaube ich, gibt es definitiv Bedarf. Vor allem Bedarf für die Aufklärung, weil das Medium noch immer für viele ein neues Medium ist und deshalb weitaus mehr Bedarf für Aufklärung besteht als beispielsweise in der Offlinewelt. Jeder kennt jetzt das Thema Haustürgeschäfte. Die Menschen brauchen bei dem Thema, zumindest die meisten Bürger, nicht mehr aufgeklärt werden. Im Internet sieht das noch anders aus.“

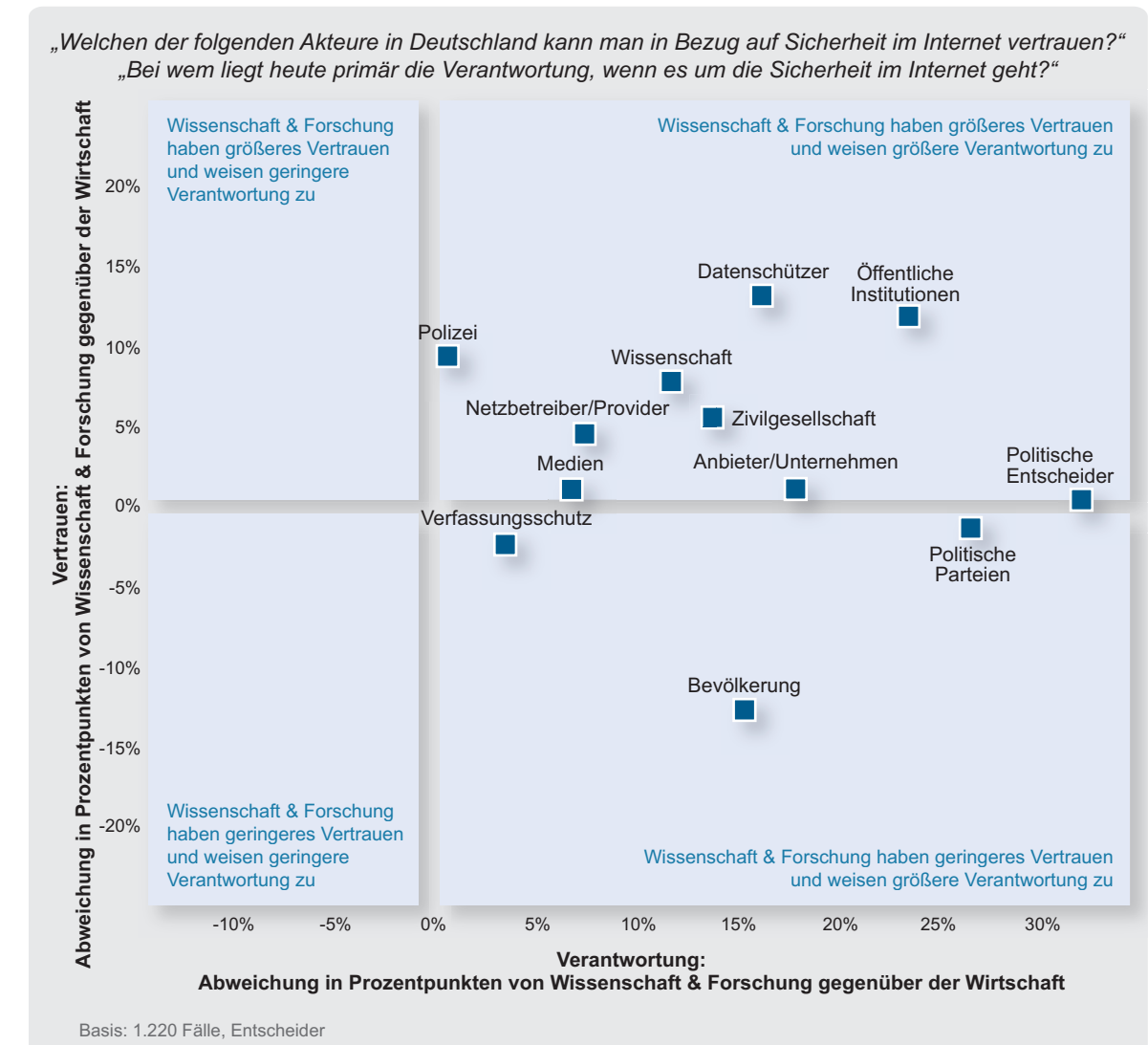
Vertreter aus Wissenschaft und Forschung sowie aus den Medien sind die Akteure, die ein ganzheitliches, systemisches Vertrauenskonzept verfolgen, zu dem alle Netz-Akteure (inklusive des Nutzers) ihren Beitrag leisten und wiederum von anderen profitieren. Vor allem im Vergleich zu den Entscheidern der Wirtschaft zeigt sich, dass sie nahezu allen Akteuren mehr Verantwortung zuschreiben.

Entscheider in den Medien schreiben den meisten Akteuren mehr Verantwortung zu als Entscheider in der Wirtschaft



Lesebeispiel: Die Medien bringen den Netzbetreibern/Providern (36 Prozent) im Vergleich zur Wirtschaft (37 Prozent) etwas weniger Vertrauen entgegen (-1 Prozentpunkt), weisen mit 89 Prozent Zustimmung den Netzbetreibern/Providern aber deutlich größere Verantwortung zu, als dies die Wirtschaft tut (79 Prozent) (+10 Prozentpunkte).

Im Vergleich zu Entscheidern der Wirtschaft sehen Wissenschaftler und Forscher bei politischen Entscheidern und öffentlichen Institutionen wesentlich höhere Verantwortung



Lesebeispiel: Die Wissenschaft hat zu den Netzbetreibern/Providern (41 Prozent) im Vergleich zur Wirtschaft (37 Prozent) etwas mehr Vertrauen (+4 Prozentpunkte) und weist mit 86 Prozent Zustimmung den Netzbetreibern/Providern auch eine größere Verantwortung zu, als dies die Wirtschaft tut (79 Prozent) (+7 Prozentpunkte).

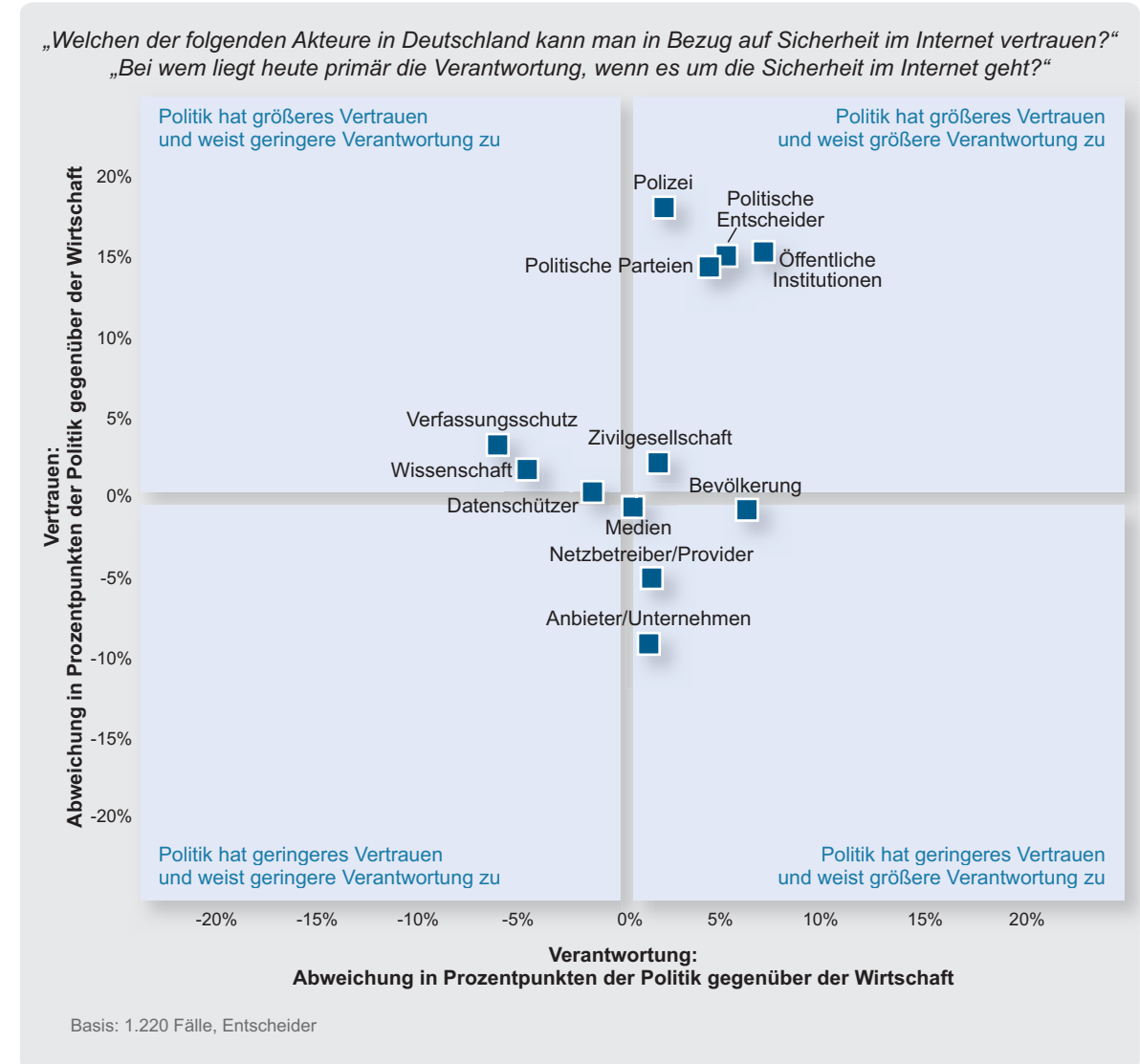
Wirtschaft traut der Wirtschaft nicht; Politik sieht sich als vertrauenswürdiger an, als sie von anderen wahrgenommen wird

Die nähere Betrachtung einzelner Entscheider-Gruppen hat vor allem das Spannungsfeld von Wirtschaft und Politik fokussiert. Interessant ist dabei, dass innerhalb der Entscheider-Landschaft gerade diese beiden Akteure, d. h. sowohl Unternehmen als auch Politik, relativ geringes Vertrauen genießen; nur der Bevölkerung, den Parteien und den Medien vertrauen die Befragten noch weniger.

Betrachtet man innerhalb der befragten Entscheider die Politiker und Unternehmen im Vergleich, so zeigt sich ein deutlicher Unterschied in der Selbstwahrnehmung der Akteure. Während die Politiker der eigenen Gruppe zu 42 Prozent ihr Vertrauen aussprechen (vs. 29 Prozent in der Gesamtheit), so vertrauen Wirtschaftsvertreter dem eigenen Sektor genauso wenig wie die Gesamtheit der Entscheider. Ebenso zeigt der Blick auf die Internet-Segmente weitere Differenzierungen: Während Digital Outsiders unter den Wirtschaftsvertretern der Polizei, dem Verfassungsschutz und den Politikern deutlich mehr vertrauen als die Gesamtheit der Entscheider, schenken Digital Natives insbesondere der Polizei und den Politikern deutlich weniger Vertrauen. Die *Digital Souveränen* unter den Vertretern der Wirtschaft weichen sogar bei mehreren Akteuren um mehr als zehn Prozentpunkte von den Entscheidern insgesamt ab: Während beispielsweise 29 Prozent der Entscheider insgesamt politische Entscheider in puncto Internet-Sicherheit für vertrauenswürdig halten, stimmen dem nur 17 Prozent der *Digitalen Souveränen* unter der Wirtschaftsvertretern zu.

Die folgende Abbildung veranschaulicht zusammenfassend noch einmal das Verhältnis von Politik und Wirtschaft in Bezug auf die Zuordnung von Verantwortung und Vertrauen. Die Politik ordnet verschiedenen Entscheidern mehr Verantwortung zu, vertraut dabei aber vorrangig den ihnen professionell nahe liegenden Akteuren und Einrichtungen:

Die Politik vertraut vorwiegend den ihr nahestehenden Akteuren



Lesebeispiel: Die Politik vertraut den Netzbetreibern/Providern (32 Prozent) im Vergleich zur Wirtschaft (37 Prozent) weniger (-5 Prozentpunkte) und weist den Netzbetreibern/Providern dabei in etwa gleich viel Verantwortung zu wie Wirtschaft (79 Prozent) (+1 Prozentpunkt).

6. Fazit

1. Verantwortung und Vertrauen gehen im Internet nicht Hand in Hand

Die Entscheider sind sich einig: Wer Risiken verursacht, muss auch Verantwortung tragen – allerdings offenbar nicht im gleichen Ausmaß. Während nach den Hackern große globale Internet-Dienstleister und die Nutzer in ähnlicher Form als größte potenzielle Risikoverursacher gesehen werden, wird den Nutzern deutlich mehr Verantwortung zugeschrieben. Dies erklärt sich aus zwei grundlegenden Einschätzungen:

- Das Internet ist kaum zu kontrollieren. Sicherheit im Internet bleibt eine Illusion und kann weder technisch noch juristisch hergestellt werden. Selbst wenn man dies wollte: Zum einen bietet Software immer nur eine Teil-Lösung, zum anderen sind die rechtlichen Einflussmöglichkeiten aufgrund der globalen Vernetzung von Systemen und Angeboten begrenzt. Und nicht zuletzt lässt die mittlerweile etablierte Vormachtstellung einzelner Unternehmen es den Entscheidern geradezu als utopisch oder irrelevant erscheinen, Verantwortung von diesen Akteuren einzufordern.
- Das Internet ist eine Infrastruktur, die mittlerweile so selbstverständlich ist, dass es immer weniger Bereiche des Alltags gibt, in der sie nicht präsent ist. Trotz dieser zunehmenden Online-Durchdringung ist aus Entscheider-Sicht eine Infrastruktur selbst noch nicht gefährlich, sondern es entstehen Risiken erst durch die unsachgemäße Nutzung dieser Strukturen. Gilt das Verursacherprinzip, ist somit der Nutzer in der Pflicht, nicht der Anbieter der Leistung.

Als Rüstzeug für ein sicheres Navigieren in der Online-Welt empfehlen die Entscheider den Nutzern Bildung und eigene Erfahrung. Gleichzeitig bekunden sie jedoch, dass die Nutzer sich nicht auskennen und bringen ihnen entsprechend nur wenig Vertrauen entgegen, sich angemessen schützen zu können.

Kann man also auf die Nutzer-Kompetenz aktuell noch nicht bauen, bleibt die Frage, welche weiteren Akteure stärker in die Pflicht genommen werden könnten. Hauptdilemma ist hierbei die Tatsache, dass die Entscheider gerade den Akteuren, die Verantwortung übernehmen sollen, weniger vertrauen. Die Entscheider, denen sie hingegen eher Vertrauen schenken (z. B. öffentliche Institutionen), werden deutlich weniger in der Verantwortung gesehen.

Ein Großteil der Entscheider hält Rahmenbedingungen im Internet für unabdingbar – auch um Freiheit im Internet überhaupt zu gewährleisten. Der Nutzer wird zwar als (haupt)verantwortlich gesehen, dennoch braucht es aus Sicht der Entscheider einen Rahmen, innerhalb dessen sich Nutzer frei bewegen können und sich auf hinreichenden Schutz beispielsweise vor Betrug verlassen können.

2. Digitalisierung kommt in die Konsolidierungsphase

Digitalisierung gilt neben Globalisierung und demographischem Wandel als einer der sogenannten Mega-Trends. „Mega“ bezieht sich dabei nicht nur auf die Dauer dieses Trends, sondern auch auf seine vielfältigen Auswirkungen auf unterschiedlichste Lebensbereiche. Dass die rasante Weiterentwicklung neuer Technologien erheblichen Einfluss auf unsere Art zu denken, zu leben und zu arbeiten hat, ist keine Überraschung – viele Jahre lag der Fokus auf den Technik-Diskursen oder einer schlichten Gegenüberstellung von Chancen und Risiken: Das Internet war entweder Revolution oder Gefahr.

Insbesondere die letzten Jahre haben gezeigt, dass Digitalisierung einen grundlegenden gesellschaftlichen Wandel auslöst, bei dem es längst nicht mehr nur um technologische Veränderungen geht. Kurzfristige Hypes um einzelne Techniken oder Geräte, die vor Jahren nur für einen kleinen Teil der Gesellschaft interessant waren, haben sich zu grundlegenden digitalen Verhaltensmustern und essenziellen Arbeitstechniken verdichtet und sind als Grundrauschen Teil der Arbeitswirklichkeit geworden.

Digitalisierung hat erhebliche kulturelle Implikationen, weil sie unseren Alltag in erheblichem Maße prägt. Vor allem die Vorstellungen von Mobilität und Kommunikation haben sich weitreichend verändert und neue Möglichkeiten geschaffen, die vor wenigen Jahren noch undenkbar waren. Wie man sich im Netz bewegt und damit selbst einen eigenen digitalen Werte-Kodex ausbildet, ist längst zum integralen Bestandteil unseres Lebensstils geworden – genauso wie Hobby, Beruf oder die Lieblingsmusik.

3. Digital Souveräne: Die Entscheider der Zukunft?

22 Prozent der Entscheider gehören zum Internet-Milieu der *Digital Souveränen*. Diese bilden damit die größte der digitalen Lebenswelten in der Entscheider-Landschaft. Zudem sind die *Digital Souveränen* das am schnellsten wachsende Internet-Milieu. Es kann somit davon ausgegangen werden, dass auch der Einfluss dieser Gruppe in der Entscheider-Landschaft zunehmen wird.

Digital Souveräne bewegen sich selbstverständlich im Internet und verlassen sich hinsichtlich möglicher Risiken auf die persönlichen digitalen Kompetenzen. Insbesondere Wirtschaftsvertreter dieses Internet-Milieus möchten deutlich weniger „Schutz“ bzw. Einflussnahme durch Institutionen und Politik. Nicht nur die Vorstellung eines Offline-Lebens erscheint ihnen obsolet, sondern auch die schlichte Übertragung von Prinzipien der Offline- in die Online-Welt. Vieles funktioniert aus ihrer Sicht im Internet völlig anders, daher entstehen neue Ordnungssysteme, die sich jedoch kontinuierlich entwickeln und nicht von einzelnen Akteuren „in Stein gemeißelt werden können“.

Auch Verantwortung und Vertrauen müssen offenkundig neu definiert und bewertet werden. Vertrauen ist für *Digital Souveräne* eine deutlich weniger relevante Kategorie in der Entscheidung für oder gegen eine Online-Handlung als für andere. Wichtiger als die Verlässlichkeit der Quelle oder des Anbieters sind dieser Gruppe Effizienz und Praktikabilität.

Hierin zeigt sich das offenkundige Dilemma besonders stark: Wenn gerade die künftig wachsende Gruppe der digital versierten Entscheider Vertrauen und im Fall der Entscheider aus der Wirtschaft

auch Verantwortung als Kriterien in Frage stellt und in Form von Selbstverpflichtung und Selbstvertrauen individualisiert – nicht nur für sich selbst, sondern auch als Empfehlung an die Nutzer –, bleibt die Frage, wie handlungswirksame und tragfähige Lösungen in punkto Internet-Sicherheit gefunden werden können.

Auch der Blick in die gesamte Entscheider-Landschaft zeigt, dass fast alle mittlerweile im Internet angekommen sind und nahezu jeder regelmäßig online ist. Fast jeder Zweite gehört zu den Digital Natives, der digitale Alltag hat sich somit in den Führungsetagen weitgehend etabliert. Mit dem Internet sind nicht nur neue Technologien in die Arbeitswelt eingezogen, sondern haben sich auch die wesentlichen Prozesse der Arbeitsorganisation und des beruflichen Selbstverständnisses verändert. Neue Anforderungen an Prozessoptimierung und Vernetzung erfordern anders gelagerte bzw. erweiterte Kompetenzen von Führungskräften in Organisationen und Unternehmen. Immer mehr ist es nicht nur entscheidend zu wissen, wie etwas zu tun ist, sondern auch mit wem, d. h. die kontinuierliche Netzwerk-Erweiterung gilt als immer bedeutsamer werdende (Wissens-)Ressource – auch in Berufen und Generationen, in denen Adressbuchänderungen noch in größeren zeitlichen Abständen erfolgen.

Eine zentrale zukünftige Frage ist, wie sich das Verhältnis der *Digital Souveränen*, die aufgrund der demografischen Entwicklung einen immer größeren Anteil der Entscheider stellen werden, zu den etablierten Institutionen entwickeln wird. Diese Gruppe nimmt besonders stark wahr, dass das Internet mit seiner netzwerkorientierten und in wesentlichen Bereichen konsensualen Governance erstaunlich robust und leistungsfähig ist und sieht dies u. a. als Vorbote von Steuerungsansätzen, die sich von den institutionell basierten Modellen des 20. Jahrhunderts deutlich unterscheiden. Dies erklärt zu einem nicht unerheblichen Ausmaß auch das schwindende Vertrauen in dieser Gruppe in herkömmliche Institutionen.

Gerade weil das Internet für die Beteiligten aller Handlungsfelder und für die Bürger inzwischen zu einer Infrastruktur geworden ist, wird die Frage virulent, welche Rolle Institutionen, die „traditionell“ für Infrastrukturen Rahmenrichtlinien definieren und deren Einhaltung gewährleisten (z. B. ein nationales Rechtssystem), im Internet spielen sollen und können.

Die Antwort auf die Frage, wie sich die Balance zwischen Institutionen und Individuen austariert, wird dafür entscheidend sein, welcher Spielraum für Internet-Nutzer in Bezug auf die Spannungsfelder Freiheit vs. Sicherheit und Vertrauen vs. Kontrolle bleiben wird.

7. Anhang

7.1. Stichprobe und Gewichtung

Zur Definition der Grundgesamtheit und der Sicherstellung der Repräsentativität der deutschen Entscheider wurde die seit Jahren etablierte und anerkannte Studie LAE Leseranalyse Entscheidungsträger¹⁵ zu Grunde gelegt. Auf der Basis des jeweils aktuellen Mikrozensus, der Besoldungsstatistik „Finanzen und Steuern: Personal des Öffentlichen Dienstes“ sowie des Unternehmensregisters bildet sie eine zuverlässige Referenzquelle zur Abbildung der Strukturen in der deutschen Entscheider-Landschaft.

Entsprechend wurde die Stichprobenstruktur (Anzahl zu führender Interviews pro Zielgruppe) an die Proportionen der LAE 2012 für Selbstständige, Freiberufler, Leitende Angestellte und Beamte sowie weitere Strukturmerkmale wie Region, Betriebsgröße (Mitarbeiteranzahl) und Hierarchie-Ebene bei Leitenden Angestellten angelegt.

Ziel der Untersuchung ist es nicht nur, einen Gesamtblick auf die in Deutschland arbeitenden Entscheider zu erhalten, sondern darüber hinaus auch das Meinungsbild einzelner gesellschaftlicher Teilbereiche zu erfassen, die im Kontext Digitalisierung und Internet eine tragende Rolle spielen. Die Befragung umfasst damit auch Sonderzielgruppen, die in ihrer Größenordnung und Branchen-Fokussierung in der LAE weniger detailliert erfasst sind. Neben der Gruppe der Wirtschaft und des Öffentlichen Dienstes bilden die Bereiche Politik, Wissenschaft und Forschung, Medien und Zivilgesellschaft dort vergleichsweise kleine Gruppen, in denen Entscheider tätig sind. Für die vorliegende Untersuchung sind diese Gruppen jedoch relevant.

Zur vergleichenden Analyse der Entscheider nach den Subzielgruppen war daher zusätzlich eine disproportionale Quotenverteilung notwendig, um eine ausreichende Mindestfallzahl an Interviews mit Vertretern von Medien, Wissenschaft und Forschung, Politik und Zivilgesellschaft zu erreichen. Damit können sowohl repräsentative Aussagen über die Entscheider in Deutschland insgesamt wie auch über die einzelnen Subgruppen getroffen werden.

Für die Auswahl der Vertreter in den einzelnen Subgruppen zur Teilnahme an der Befragung wurden folgende Definitionen und Auswahlkriterien angesetzt:

Wirtschaft

Entscheider aus der Wirtschaft umfassen Selbstständige mit Betrieben ab sechs Mitarbeitern, Freiberufler mit Arbeitgeberfunktion und mindestens einem zusätzlichen Beschäftigten und Leitende Angestellte, darunter Inhaber, Vorstand, Geschäftsführer, Vorstandsmitglied ohne Beteiligung, Direktor, Amtsleiter, Betriebs-, Werks-, Filial-, Abteilungsleiter oder Prokurist sowie Sachgebietsleiter/

¹⁵ Herausgeber der LAE 2012 ist der „LAE – Leseranalyse Entscheidungsträger e.V.“, der das Mediennutzungsverhalten in dem Zielgruppensegment der Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung seit 1975 alle zwei bis drei Jahre erhebt. Der Verein versteht sich als Forum für die kontinuierliche Weiterentwicklung von Erhebungen in diesem Zielgruppensegment und findet eine intensive und breite Nutzung bei professionellen Media-Agenturen zur Mediaplanung. Dem Verein sind die führenden deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage sowie der OMG e.V. (Organisation Media-Agenturen) angeschlossen.

Referent/Leitender Angestellter in anderer Funktion. Im Falle der Leitenden Angestellten wurden zusätzlich die proportionalen Größenordnungen der Region, Hierarchie und Betriebsgröße durch entsprechende Quoten berücksichtigt. In dieser Zielgruppe musste zudem die Zielpersonenauswahl näher bestimmt und gesteuert werden. Da angesichts des Themas „Vertrauen und Sicherheit im Internet“ zu erwarten war, dass die Interviewanfrage u. U. überproportional häufig an die jeweiligen IT-Spezialisten oder Datenschutzbeauftragten weitergeleitet würde, musste einer systematischen Verzerrung vorgebeugt werden. Dies erfolgte über eine randomisierte Abteilungsauswahl in der Kontaktphase.

Politik

Zu den Entscheidern aus dem Bereich Politik zählen hauptberuflich tätige Politiker aus den drei bzw. vier politischen Ebenen: kommunale Ebene, Landtage, Bundestag bzw. Europaparlament. In der Kategorie Politik konnten alle Berufsgruppen (Selbstständige, Freiberufler, Beamte oder Leitende Angestellte) der LAE eingehen. Hier war es möglich, dass ein politischer Mandatsträger z. B. aufgrund seiner zweitberuflichen Tätigkeit als Anwalt in die Gruppe der Wirtschaft zuzuordnen wäre. Um diese Überschneidung eindeutig abzugrenzen, zählte der Befragte immer dann zur Gruppe der Politiker, wenn dieser sich entsprechend seiner eigenen Zuordnung als Politiker einstuft. Darüber hinaus wurden Politiker auch dann befragt, wenn sie sich nicht in die LAE-Systematik eingruppierten ließen, d. h. wenn sie weder freiberuflich, selbstständig, als Beamte oder Angestellte tätig sind, wie dies bei politischen Mandatsträgern in der Regel der Fall ist. Dies betrifft 26 Interviews in dieser Gruppe.

Öffentlicher Dienst

Als Vertreter aus dem Öffentlichen Dienst wurden Beamte im höheren Dienst oder Leitende Angestellte interviewt. Im Falle der Beamten wurden ausschließlich Beamte ab der Besoldungsgruppe A 14 befragt. Damit konnte sichergestellt werden, dass aus dem Bildungsbereich nur Lehrer mit Funktionsstellen, wie z. B. Schuldirektoren, befragt wurden. Des Weiteren sind in die Gruppe des Öffentlichen Dienstes Personen zu zählen, die in öffentlichen Institutionen, Behörden und Verwaltungen arbeiten, sowie in Ämtern, Körperschaften und Regierungsstellen beschäftigt sind. Es wurden nur solche Dienststellen befragt, die mindestens 50 Mitarbeiter am Standort beschäftigen.

Zivilgesellschaft¹⁶

Entscheider aus der Zivilgesellschaft umfassen hauptberuflich Beschäftigte und Führungskräfte in gemeinnützigen Institutionen oder Vereinigungen (z. B. Vereinen, Verbänden, Stiftungen, Nicht-regierungsorganisationen (NGOs), Initiativen, gemeinnützigen GmbHs bzw. gemeinnützigen AGs); außerdem Blogger und Netzaktivisten, die nach juristischen Maßstäben zwar nicht als Organisation angesehen werden, aber vor dem Hintergrund des Forschungsgegenstandes zur Zivilgesellschaft zu

¹⁶ Der Begriff Zivilgesellschaft findet in der Wissenschaft derzeit keine einheitliche empirisch gesicherte Definition. Im weitesten Sinne lassen sich darunter Akteure fassen, die allgemein als gemeinwohlorientiert oder drittsektoral bezeichnet werden.

Vgl. hierzu Norman Spengler et al. „Landkarte zur Datenlage Dritter Sektor/Zivilgesellschaft: Ein Projektbericht“, Mai 2011.

rechnen sind. Für die vorliegende Untersuchung galt es vor allem diejenigen zivilgesellschaftlichen Akteure zu erfassen, für die das Thema Datensicherheit und Datenschutz im weitesten Sinne von Bedeutung ist. Aus forschungspragmatischen Gründen wurden neben den Einzelakteuren Dachverbände und große Trägerorganisationen qualitativ vorausgewählt. Ausgeschlossen wurde die Vielzahl an lokalen Kleinvereinen, Verbänden und Förderstiftungen etc., die zwar per Satzung als gemeinnützig gelten, aber für die das spezifische Thema Datensicherheit und Datenschutz kaum von Relevanz sein dürfte. Um auch hier Überschneidungen der Zugehörigkeit der Befragungsperson zur Gruppe der Zivilgesellschaft zu vermeiden, war für die richtige Zuordnung die Selbsteinstufung des Befragten in die Kategorie gemeinnützige Institutionen oder Vereinigungen relevant.

Medien

In dieser Studie umfassen Vertreter aus den Medien Journalisten, Chefredakteure, Ressortleiter, Verlagsleiter oder Geschäftsführer von Verlagen oder aus den Online- und Offline-Redaktionen öffentlich-rechtlicher und privater Sender (TV, Hörfunk), Zeitungen und Magazinen, sowie Pressesprecher oder Leiter der PR- und Öffentlichkeitsarbeit in Großunternehmen sowie Geschäftsführer oder Abteilungsleiter von Trendforschungs- und PR-Agenturen. Die Sonderzielgruppe Medien ist, wie auch Wissenschaft und Forschung bzw. Politik, aufgrund der Überschneidung der Berufsgruppen (freie Berufe, Selbstständige etc.) in eine andere Gruppe integrierbar. Die eindeutige Identifikation des Befragten erfolgte daher durch die eigene Zuordnung in diese Sparte durch den Befragten selbst. Für Medien, Verlage und Sendeanstalten wurden nur Unternehmen befragt, die mindestens zehn Mitarbeiter am Standort beschäftigen. Für PR-Agenturen lag die Vorgabe bei mindestens 20 Mitarbeitern am Standort.

Wissenschaft und Forschung

Entscheider aus den Bereichen Wissenschaft und Forschung umfassen Beamte im höheren Dienst oder Leitende Angestellte in Universitäten und Hochschulen oder in vergleichbaren wissenschaftlichen, gewerblichen und nichtkommerziellen Forschungseinrichtungen, darunter Dekane, Prodekane oder Professoren der großen Lehrstühle sowie bei nicht-öffentlichen Instituten Institutsleiter oder Geschäftsführer. Ebenso befragt wurden Personen aus dem wissenschaftlichen Mittelbau sowie promovierte Mitarbeiter oder Privatdozenten. Im Falle der Beamten wurden ausschließlich Beamte ab der Besoldungsgruppe A 14 befragt. Personen, die diese Kriterien erfüllten, wurden ausschließlich der Gruppe Wissenschaft und Forschung zugewiesen, auch wenn sie formal als Angestellte oder Beamte in die Kategorie Öffentlicher Dienst zuzuordnen wären. Es wurden nur diejenigen Einrichtungen und Institute befragt, die mindestens 50 Mitarbeiter am Standort beschäftigen.

Synchronisation der Gesamtstichprobe

Aufgrund der sich durch die disproportionale Stichprobe ergebenden Verschiebung des Anteils an Freiberuflern, Selbstständigen, Beamten und Leitenden Angestellten unter den Entscheidern in der Studie im Vergleich zur Verteilung in Deutschland erfolgte eine Synchronisation der Gesamtstichprobe an die maßgeblichen Strukturdaten der LAE-Grundgesamtheit.

Die Synchronisation wurde folgendermaßen durchgeführt:

- Angleichung der Kontaktfragen der vorliegenden Studie an die wesentlichen Kontaktfragen der LAE zur Vereinheitlichung der Zielgruppen-Definitionen.
- Annäherung der Stichprobenstruktur an die LAE-Proportionen, z. B. Selbstständige und Freiberufler auf je über zehn Prozent des Stichprobenumfangs.
- Eindeutige Zuordnung der Sonderzielgruppen zu den LAE-Zielgruppen. Dies erfolgte über die Vereinheitlichung der Screeningfragen. Zum Beispiel wurden Wissenschaftler und Forscher nach ihrem Berufsstatus gefragt und konnten so entweder den Beamten oder den Leitenden Angestellten zugeordnet werden.
- Proportionalisierung der Stichprobe an die LAE durch Gewichtung an deren Strukturdaten.

Die dokumentierten Struktur-Abweichungen zwischen Stichprobe und LAE 2012 wurden durch eine Gewichtung an die Grundgesamtheit angeglichen. In einem simultanen Verfahren wurden folgende Strukturmerkmale gewichtet:

- Regionen = Nord, West, Süd, Ost
- Betriebsgrößen:
 - Selbstständige = 1 - 9 Mitarbeiter, 10 - 19 Mitarbeiter, 20 - 49 Mitarbeiter, 50+ Mitarbeiter
 - Freiberufler = 1 - 4 Mitarbeiter, 5 - 9 Mitarbeiter, 10+ Mitarbeiter
 - Leitende Angestellte = 1 - 49 Mitarbeiter, 50 - 99 Mitarbeiter, 100 - 499 Mitarbeiter, 500+ Mitarbeiter
- Beamte: in LAE nicht erhoben, d. h. es liegen keine Strukturdaten vor
- Hierarchie der Leitenden Angestellten:
 - Vorstand/Geschäftsführung/Direktor
 - Abteilungsleitung/Prokurist
 - Sachgebietsleitung/Referent/Leitung in anderer Funktion

Mit der Berücksichtigung unterschiedlicher Betriebsgrößenklassen in den Zielgruppen wurde den tatsächlich bestehenden Strukturen Rechnung getragen. So handelt es sich bei Freiberuflern vorwiegend um Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten, während Leitende Angestellte und Manager in mittelständischen Betrieben bis hin zu Großkonzernen befragt wurden.

7.2. Erläuterungen zur Darstellung der Daten

Die in diesem Bericht abgebildeten Prozentwerte beziehen sich stets auf die Basis der gewichteten Fallzahlen der ausgewiesenen Gruppe. Die Ausnahme bildet die Darstellung der Handlungsfelder Politik und Zivilgesellschaft. Für diese beiden Befragungsgruppen werden die Prozentwerte auf der Basis der ungewichteten Fallzahlen ausgewiesen, da es keine entsprechenden Vergleichsgrößen in der LAE gibt.

Die in diesem Bericht als über- bzw. unterdurchschnittlich gekennzeichneten Werte beziehen sich, soweit nicht anders angegeben, auf Abweichungen zum jeweiligen Gesamtwert. Als Referenzgröße dient in der Regel der Prozentwert der Entscheider gesamt. In Detailbetrachtungen, wie zum Beispiel der „Wirtschaft“, dient der Wert für die Entscheider aus der Wirtschaft als Referenz, dies ist aber in den Grafiken jeweils gekennzeichnet. Beim Vergleich von Ergebnissen der Entscheider-Studie mit der Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet wurde die Gesamtbevölkerung als Referenzwert genommen. Werte, die fünf Prozentpunkte über bzw. unter dem Referenzwert liegen, werden als über- bzw. unterdurchschnittlich markiert. Liegt der Referenzwert bei 20 Prozent oder darunter, so sind bereits Abweichungen von +3 bzw. -3 Prozentpunkten signifikant und entsprechend ausgewiesen.

An einigen Stellen wurden neben den Prozentwerten auch sogenannte Indexwerte ausgewiesen. Der Index ist eine Kennzahl, die eine Über- oder Unterproportionalität im Vergleich zum Durchschnittswert (in der Regel der Entscheider-Durchschnitt) signalisiert. Er wird errechnet aus dem prozentualen Anteil einer Merkmalsausprägung innerhalb einer Gruppe, dividiert durch den prozentualen Anteil der Merkmalsausprägung der Grundgesamtheit, multipliziert mit dem Faktor 100. Ein Index von 115 und höher verweist darauf, dass eine Merkmalsausprägung in der Teilgruppe signifikant häufiger als im Entscheider-Durchschnitt auftritt. Ein Index von 85 und weniger signalisiert eine Unterrepräsentanz. Dies erleichtert dem Leser – insbesondere bei den Beschreibungen der Profile – auf den ersten Blick zu erkennen, wie stark eine Ausprägung innerhalb einer Gruppe vom Gesamtwert abweicht.

7.3. Quellennachweise

BÜRGELE Statistik (2013): Frauen in Führungspositionen 2012

Online: www.buergele.de/images/content/pdf/frauen-in-fuehrungspositionen-2012.pdf

de Witt, Claudia (2000): Medienbildung für die Netz-Generation. In: MedienPädagogik (1), S. 1–12. Online: www.medienpaed.com/00-1/deWitt1.pdf

DIVSI (Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet) (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. Hamburg

Howe, Neil/Strauss, William (2000): Millennials Rising: The Next Great Generation. Vintage Books, New York

LAE (Leseranalyse Entscheider e.V.) (2012): Leseranalyse Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung. Online: www.m-cloud.de/LAE2012

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2012): JIM 2012: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart

Opaschowski, Horst W. (1999): Generation @. Die Medienrevolution entlässt ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter. Mairs Geographischer Verlag, Ostfildern

Prensky, Marc (2001): Digital Natives, Digital Immigrants. In: On the Horizon, Vol. 9, No. 5. NCB University Press, Bradford, UK. Online: www.marcprensky.com/writing/prensky%20-%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part1.pdf

Schulmeister, Rolf (2009): Gibt es eine »Net Generation«? Dekonstruktion einer Mystifizierung. Universität Hamburg

Seufert, Sabine (2007): »Ne(x)t Generation Learning« Was gibt es Neues über das Lernen? In: Seufert, Sabine/Brahm, Taiga (Hrsg.): »Ne(x)t Generation Learning«: Wikis, Blogs, Mediacasts & Co. – Social Software und Personal Broadcasting auf der Spur. Universität St. Gallen, S. 2–19

Sinus-Institut (2013): Sinus-Milieus

Online: www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html

Spengler, Norman et al. (2011): Landkarte zur Datenlage Dritter Sektor/Zivilgesellschaft: Ein Projektbericht. Online: www.ziviz.info/fileadmin/download/3_landkarte_langfassung.pdf

Tapscott, Don (1997): Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation. McGraw-Hill, New York