

Präsentation erster Ergebnisse

der schriftlichen Befragung
auf der Internationalen Funkausstellung IFA
in Berlin



Fachbeirat 11.11.03

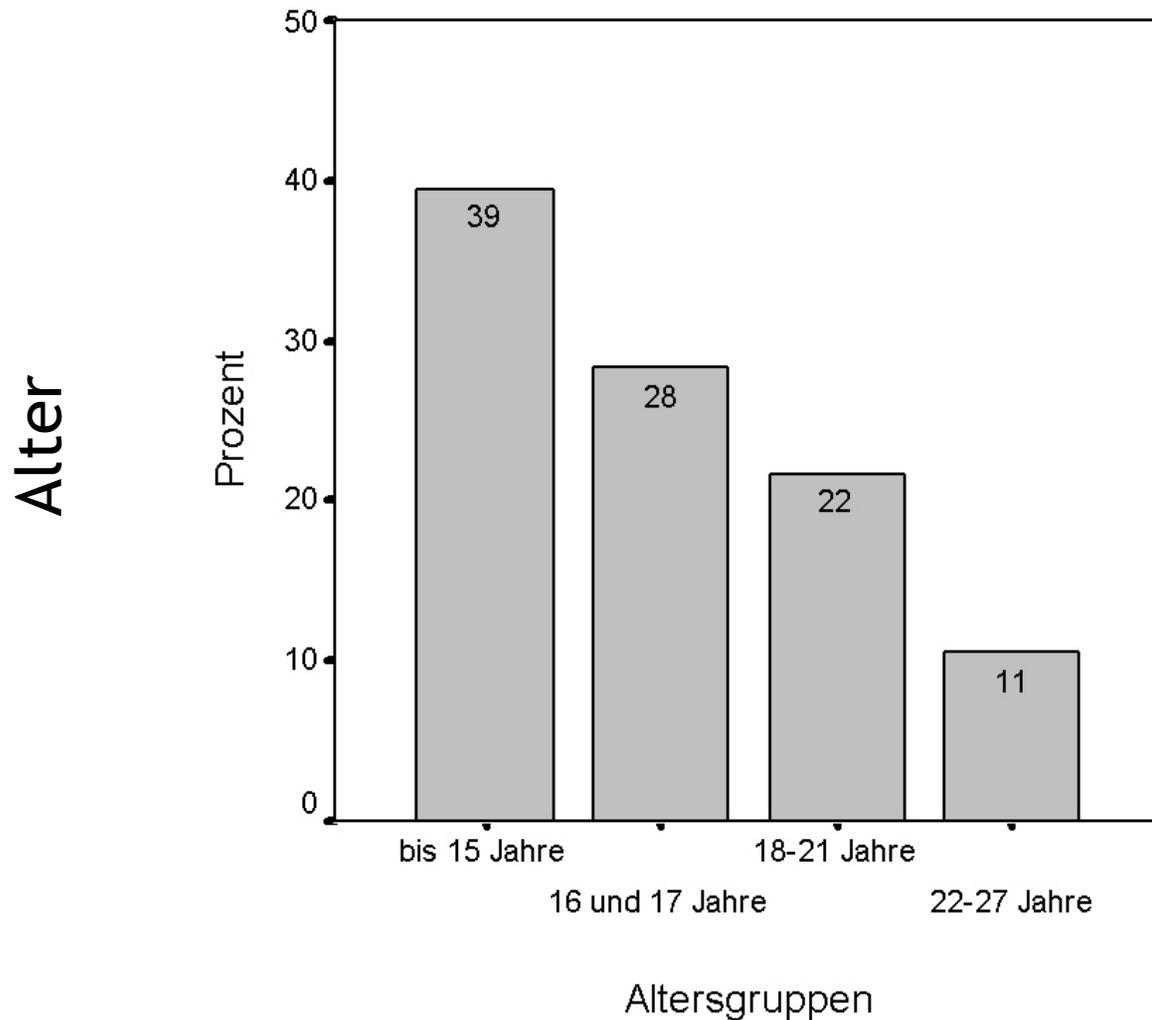
1. Beschreibung der Grundgesamtheit

Größe, Geschlecht, Altersgruppen, Wohnort,
Ausbildung, Bildung
Besonderheiten der Grundgesamtheit

2. Erste Ergebnisse und Tendenzen

Wer sucht nach welchen Informationen?
Wie verändert sich die Internetnutzung im Laufe der
Zeit?
Welche Seiten sind Lieblingsseiten?
Was macht die Qualität von Seiten aus?
Welche Leitmedien werden genannt?

3. Fazit

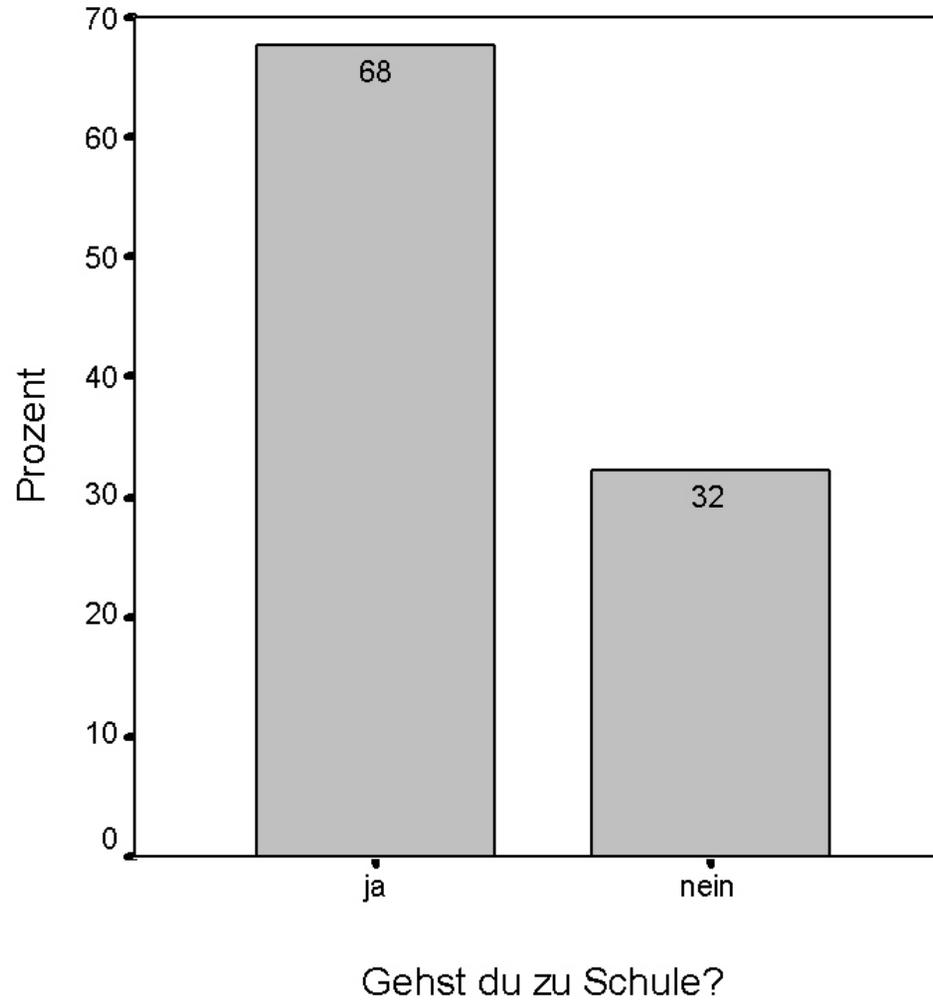


Größe N: 153

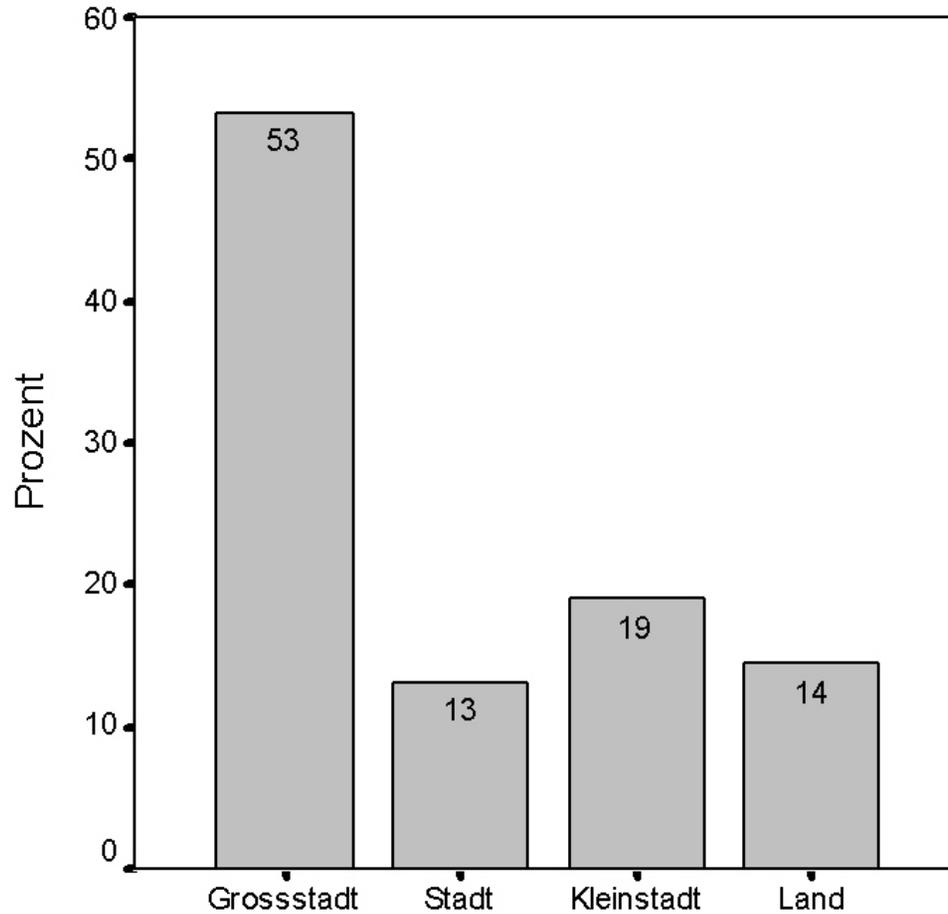
Altersdurchschnitt:
17,02 Jahre

Kerngruppe zwischen
14 und 22 Jahren

Schulbesuch

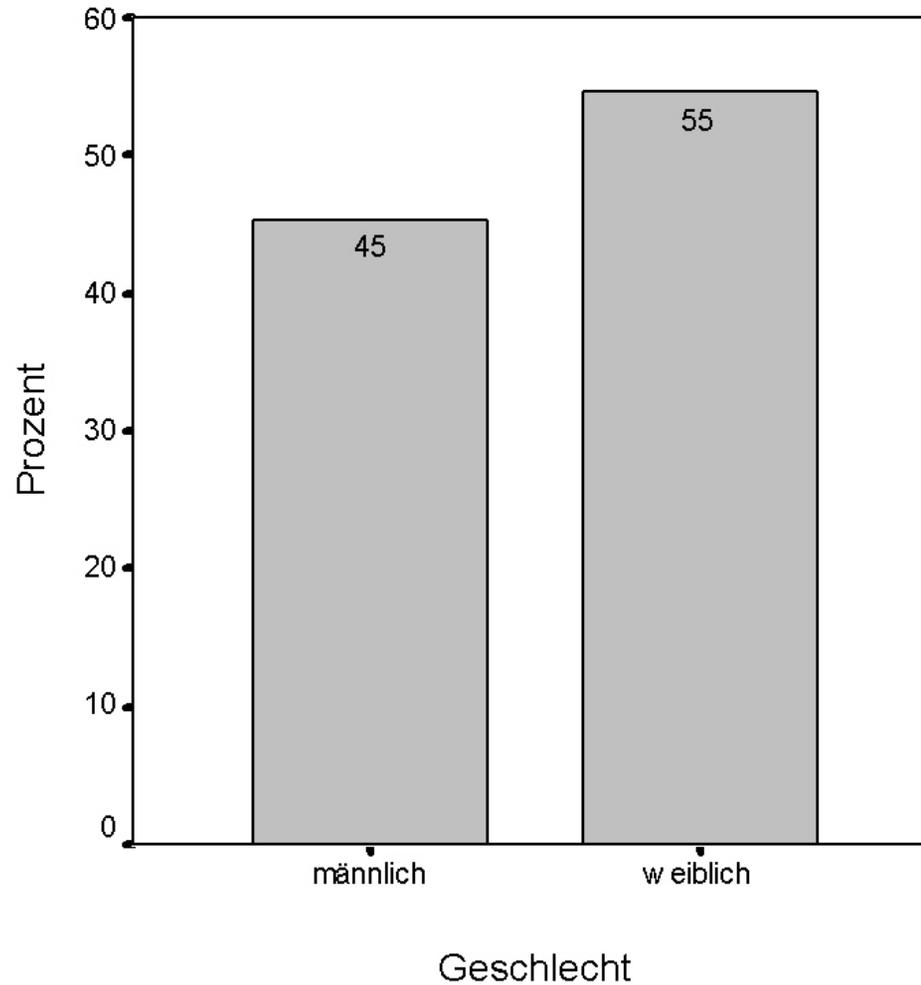


Wohnort

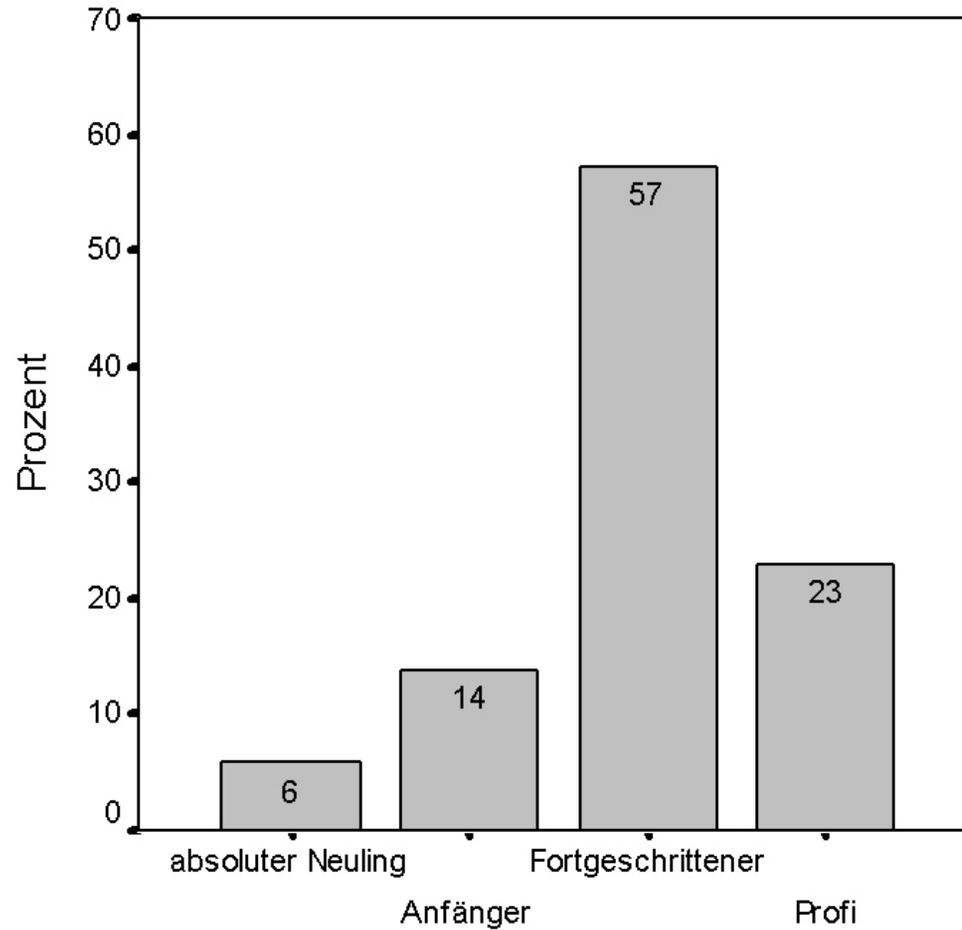


Bundesland:
Berlin und
Brandenburg

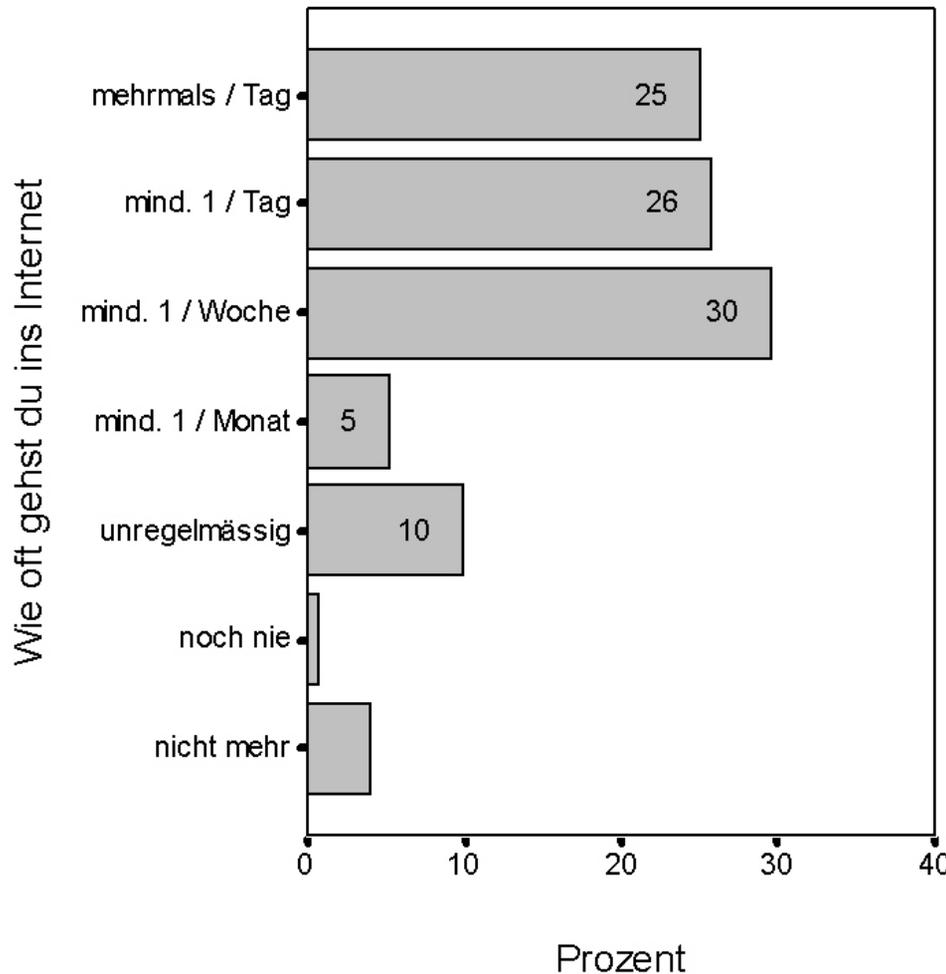
Geschlecht



Selbsteinschätzung Internet



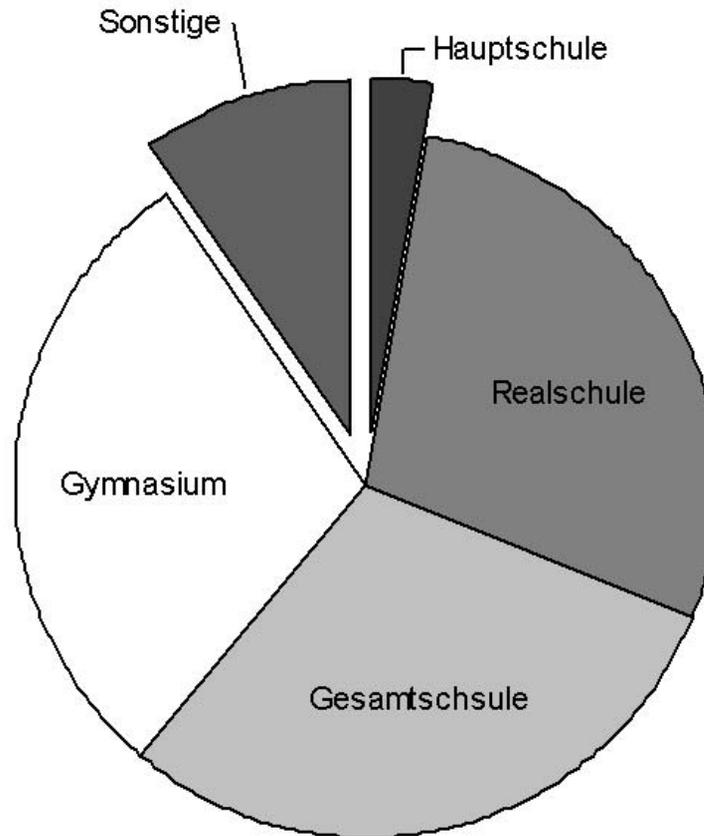
Häufigkeit der Nutzung



81% der Befragten gehen mindestens einmal pro Woche ins Internet

→Vielnutzer

Schultyp

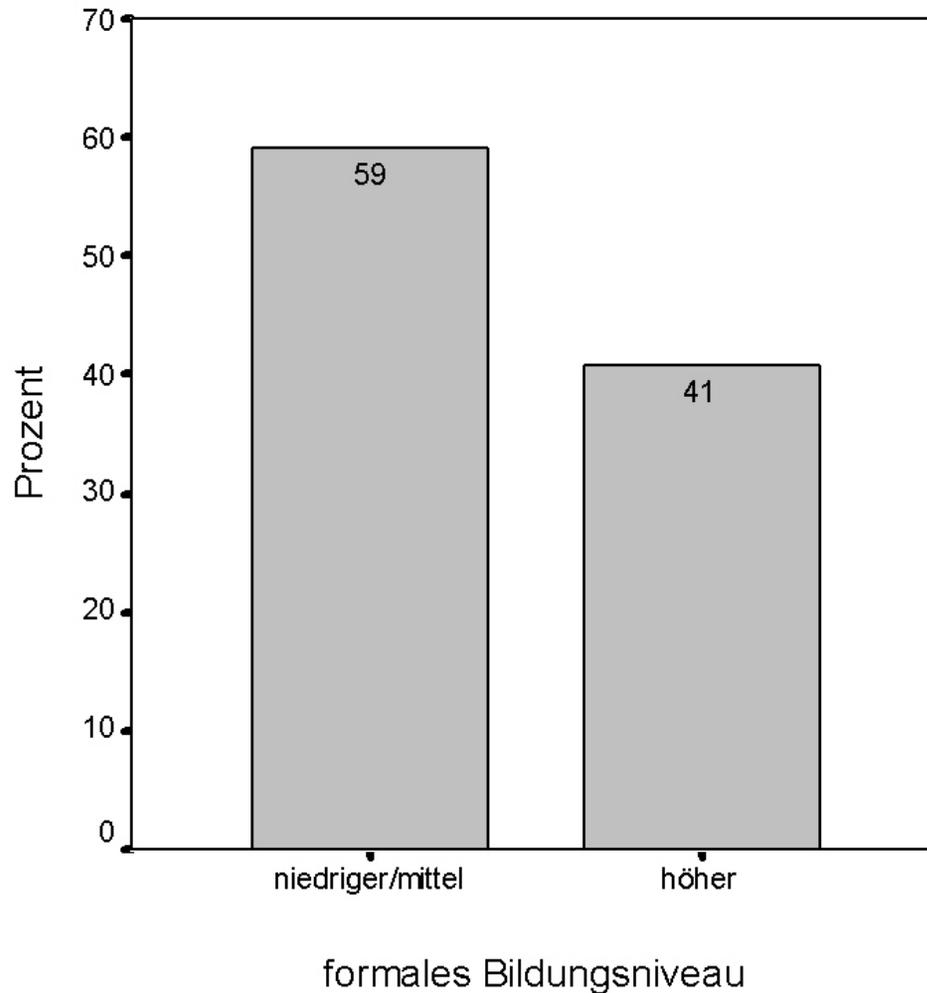


Fast keine Hauptschüler!

Daher Zusammenfassung
niedriger/mittlerer formaler
Bildung

→ Schwerpunkt auf
Unterschieden zwischen
formal mittlerer und
höherer Bildung

Bildungsvariable



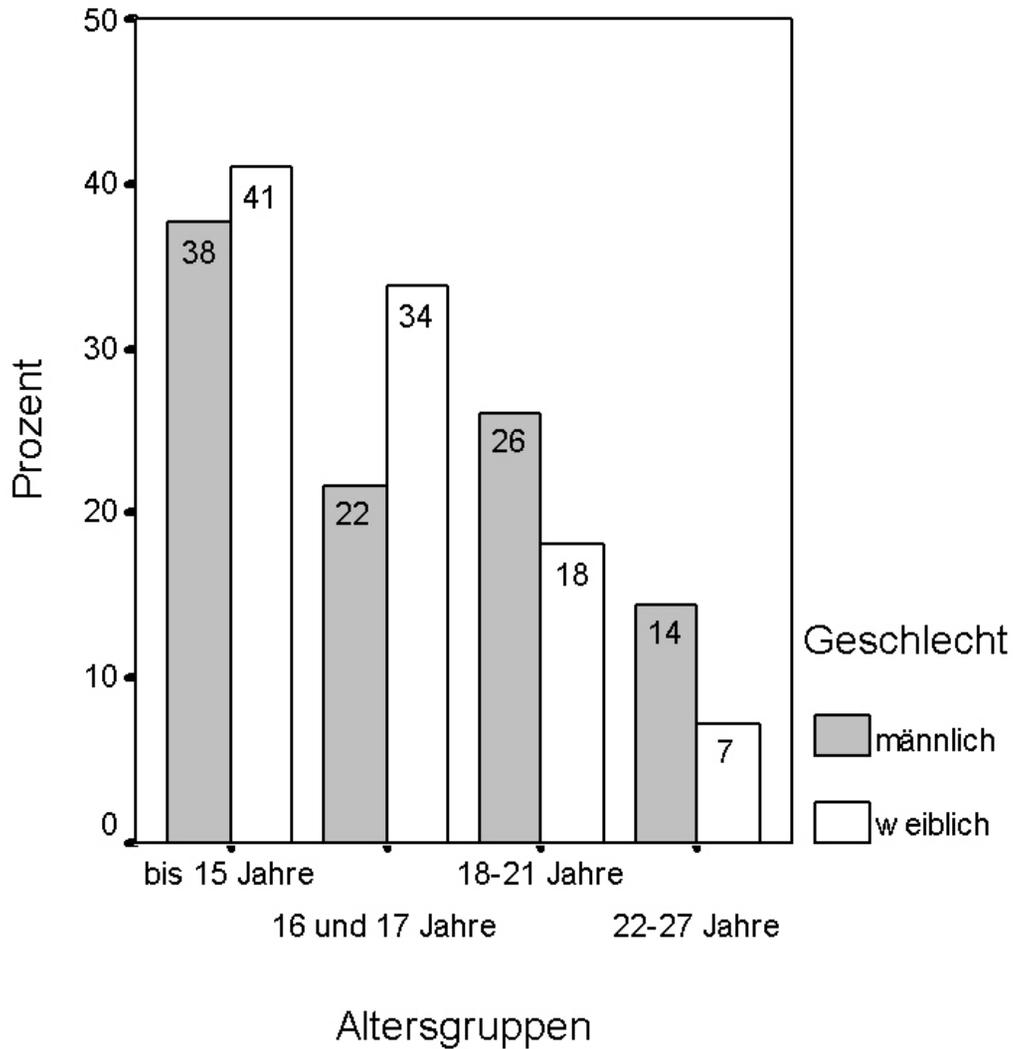
Bildungsvariable

- Schulart
- Schulabschluss

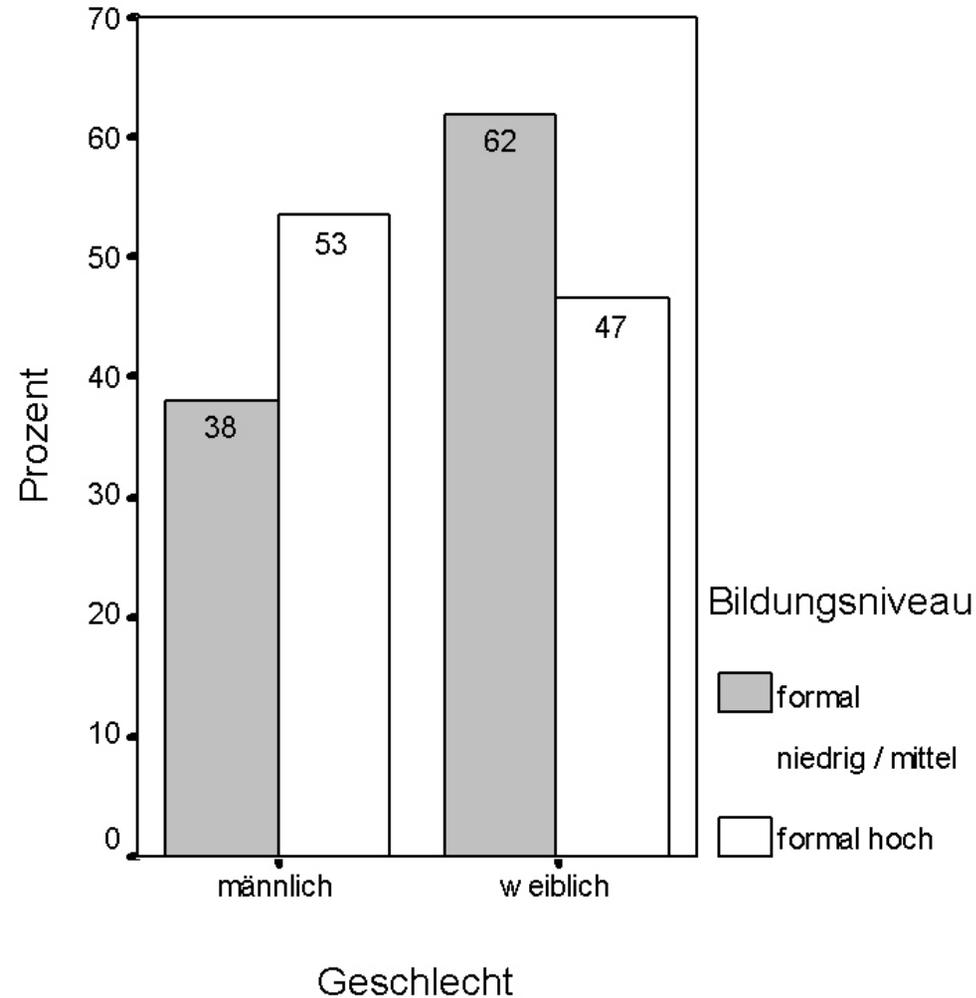
Formales Bildungsniveau

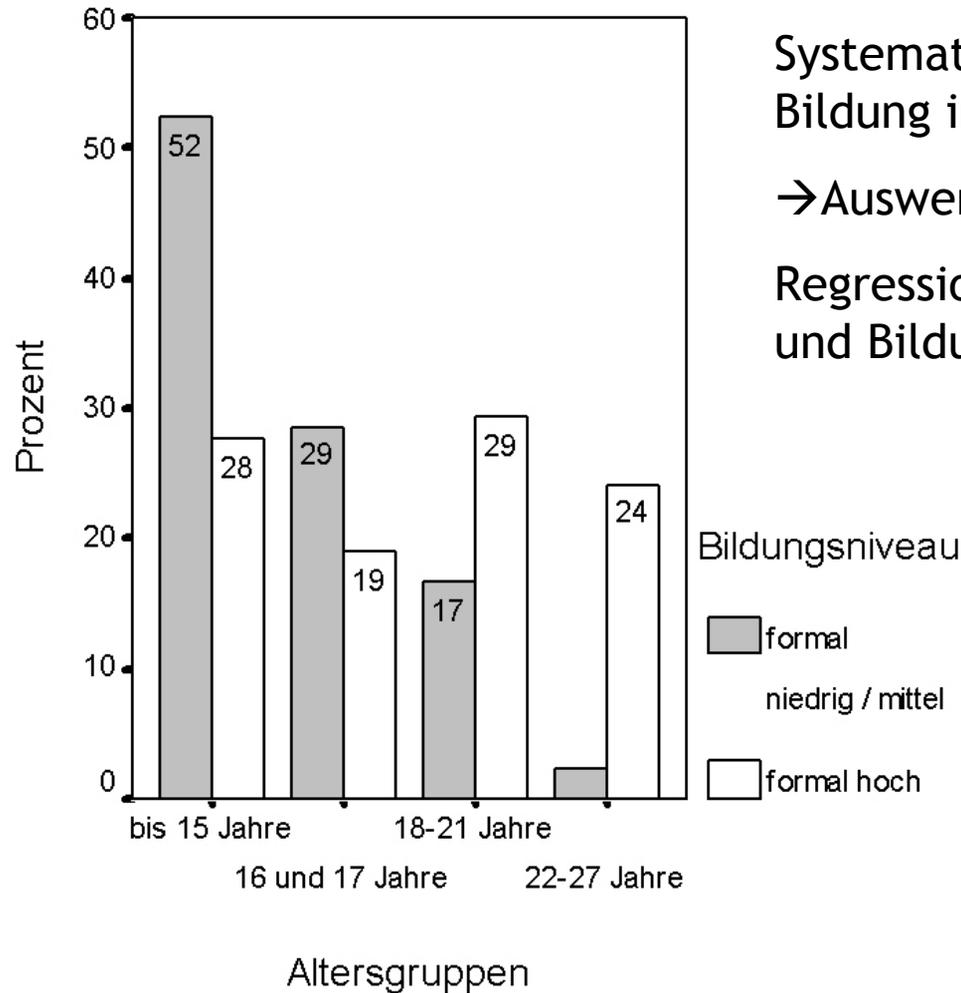
- niedrigeres / mittleres:
Haupt/Real/Gesamtschule
- höheres:
Gymnasium/Fachoberschule

Altersgruppen - Geschlecht



Bildung - Geschlecht





Systematischer Zusammenhang Alter-
Bildung in der Grundgesamtheit IFA

→ Auswertungsmethode:

Regressionsanalyse: Effekt von Alter
und Bildung

Erste Ergebnisse und Tendenzen Wer sucht nach welchen Informationen?

Frage 23: „Für welche Bereiche suchst du im Internet nach Informationen?“

Korrelation Informationssuche mit Bildung / Alter / Geschlecht

Bereiche Informationssuche

Korrelationen

		BILD_IFA	ALTER	Geschlecht
Suche: Hausaufgaben	Korrelation nach Pearson	,021	,301	-,287
	Signifikanz (2-seitig)	,869	,013	,018
	N	63	67	68
Suche: Beruf	Korrelation nach Pearson	,059	-,132	,204
	Signifikanz (2-seitig)	,647	,284	,093
	N	63	68	69
Suche: Lieblingsserie TV	Korrelation nach Pearson	,388	,266	-,053
	Signifikanz (2-seitig)	,002	,031	,672
	N	63	66	67
Suche: Lieblingsband / -sänger/in	Korrelation nach Pearson	,363	,108	-,055
	Signifikanz (2-seitig)	,003	,388	,659
	N	63	66	67
Suche: Politik	Korrelation nach Pearson	-,235	-,314	,072
	Signifikanz (2-seitig)	,065	,011	,567
	N	62	65	66
Suche: Nachrichten	Korrelation nach Pearson	-,225	-,180	,257
	Signifikanz (2-seitig)	,084	,158	,040
	N	60	63	64

Frage 23: „Für welche **Bereiche** suchst du im Internet nach Informationen?“

Die Suche nach Informationen zum **Bereich**...

- Hausaufgaben korreliert mit dem Geschlecht (weiblich) und dem Alter (jung)
- Beruf korreliert mit dem Geschlecht (männlich)
- Lieblingsserie TV korreliert mit **Bildung** (niedrig/mittel) und dem Alter (jung)
- Lieblingsband/-sänger korreliert mit **Bildung** (niedrig/mittel)
- Politik korreliert mit **Bildung** (hoch) und Alter (alt)
- Nachrichten korreliert mit Geschlecht (männlich) und mit **Bildung** (hoch)

Regressionsanalyse (multivariat): Analyse des Effektes der Variable „Alter“ und „Bildung“

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	1,280	,808		1,585	,118
	BILD_IFA	,904	,312	,376	2,896	,005
	ALTER	-1,32E-02	,050	-,034	-,262	,794

a. Abhängige Variable: Suche: Lieblingsband / -sänger/in

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	,754	,796		,947	,348
	BILD_IFA	,811	,308	,336	2,639	,011
	ALTER	5,431E-02	,050	,139	1,094	,278

a. Abhängige Variable: Suche: Lieblingsserie TV

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	3,912	,801		4,884	,000
	BILD_IFA	-,408	,309	-,183	-1,319	,192
	ALTER	-4,00E-02	,050	-,111	-,801	,427

a. Abhängige Variable: Suche: Nachrichten

Koeffizienten^a

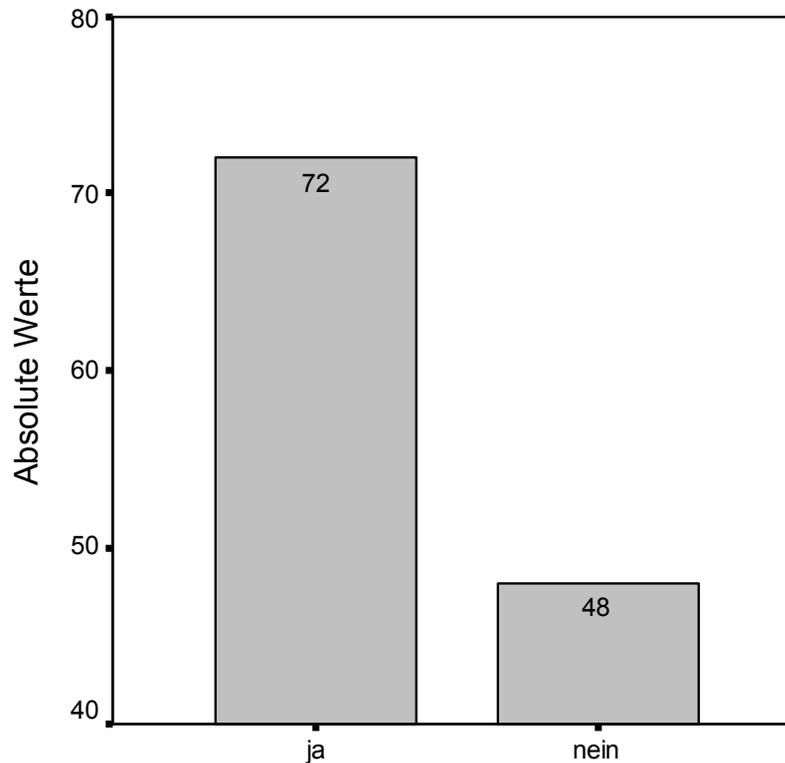
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	4,888	,725		6,745	,000
	BILD_IFA	-,288	,280	-,136	-1,030	,307
	ALTER	-8,97E-02	,045	-,263	-1,986	,052

a. Abhängige Variable: Suche: Politik

Erste Ergebnisse und Tendenzen

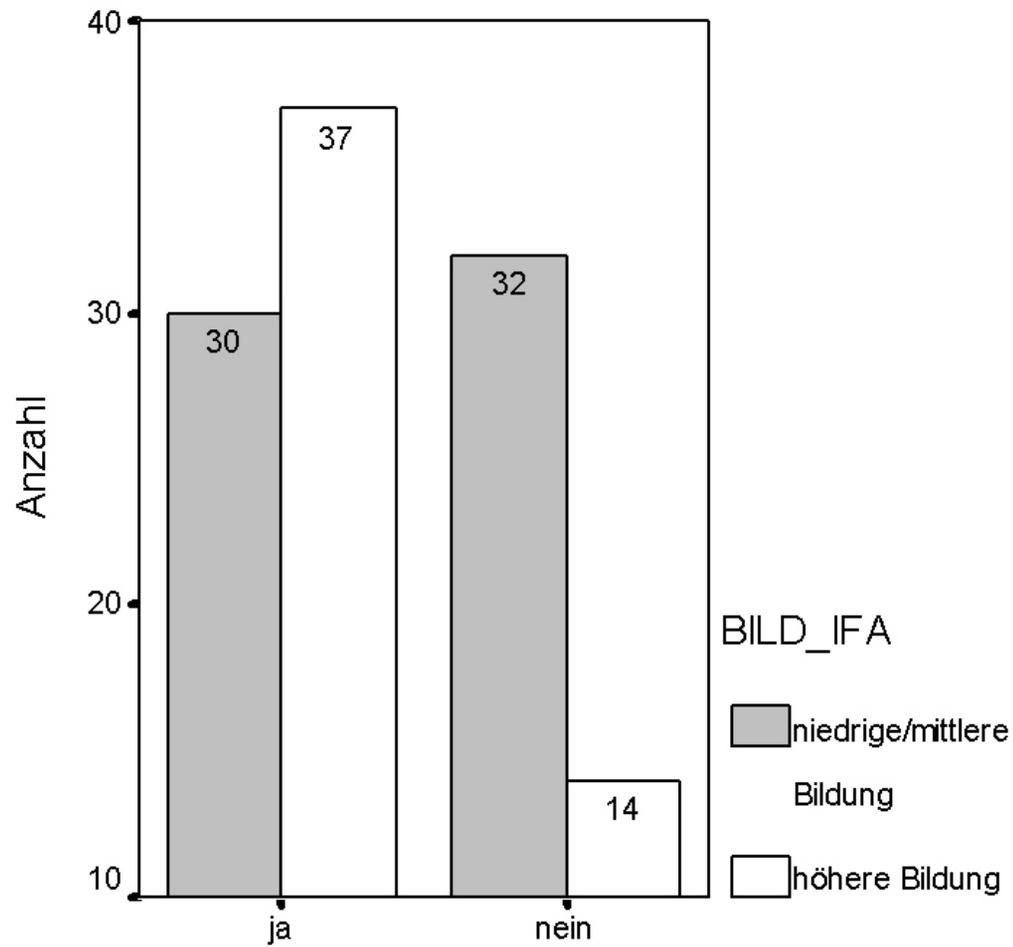
„Hat sich die Art und Weise, wie Du das Internet benutzt, im Laufe der Zeit verändert?“

Frage 41: „Hat sich die Art und Weise, wie Du das Internet benutzt, im Laufe der Zeit verändert?“



Veränderung Internetnutzung im Laufe der Zeit

Veränderung Internet-Nutzung



Veränderung Internetnutzung im Laufe der Zeit

Frage 41: „Hat sich die Art und Weise, wie Du das Internet benutzt, im Laufe der Zeit verändert?“

Korrelationen

		BILD_IFA
Veränd.: mehr Zeit im Internet	Korrelation nach Pearson	-,214
	Signifikanz (2-seitig)	,107
	N	58
Veränd.: andere Leute treffen	Korrelation nach Pearson	,245
	Signifikanz (2-seitig)	,058
	N	61
Veränd.: sich informieren	Korrelation nach Pearson	-,207
	Signifikanz (2-seitig)	,109
	N	61

Regressionsanalyse: Veränderung - Bildung / Alter

Koeffizienten

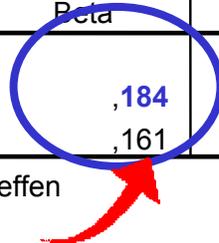
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	3,663	,764		4,796	,000
	BILD_IFA	-,295	,295	-,140	-1,000	,322
	ALTER	-6,67E-02	,048	-,196	-1,399	,167

a. Abhängige Variable: Veränd.: mehr Zeit im Internet

Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	1,419	,857		1,656	,103
	BILD_IFA	,448	,331	,184	1,354	,181
	ALTER	6,316E-02	,053	,161	1,182	,242

a. Abhängige Variable: Veränd.: andere Leute treffen



Frage 44.8: „Seit ich im Internet bin...
Finde ich mehr Informationen zu den Themen, die mich interessieren

Korrelationen

		BILD_IFA
Veränd.: mehr Inf. zu Themen, die mich interessieren	Korrelation nach Pearson	-,227
	Signifikanz (2-seitig)	,021
	N	103

Regressionsanalyse

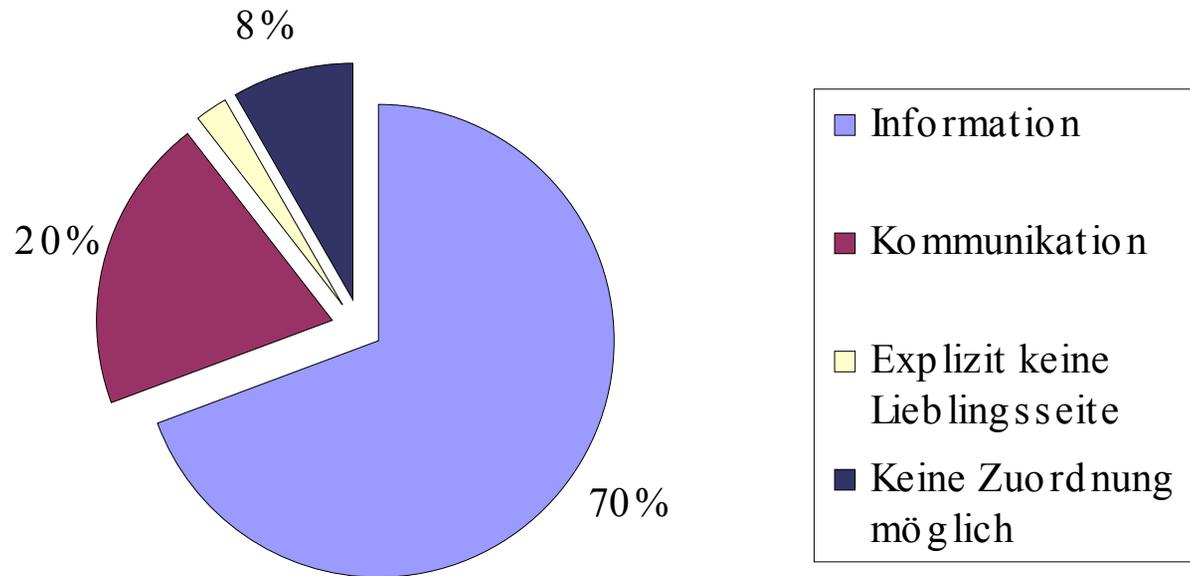
Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	2,487	,569		4,370	,000
	BILD_IFA	-,508	,219	-,244	-2,319	,022
	ALTER	1,504E-02	,035	,045	,426	,671

a. Abhängige Variable: Veränd.: mehr Inf. zu Themen, die mich interessieren

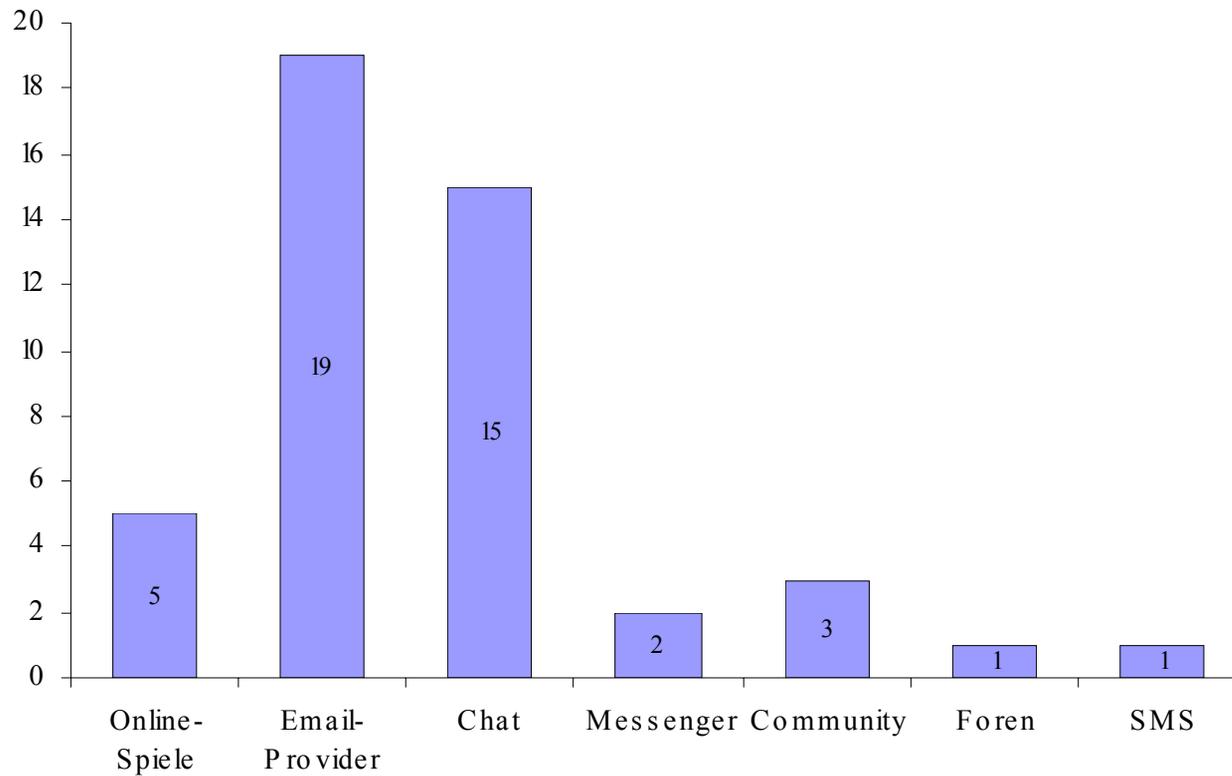
Erste Ergebnisse und Tendenzen Lieblingsseiten

Frage 27: „Welche sind Deine persönlichen Lieblingsseiten im Internet?“

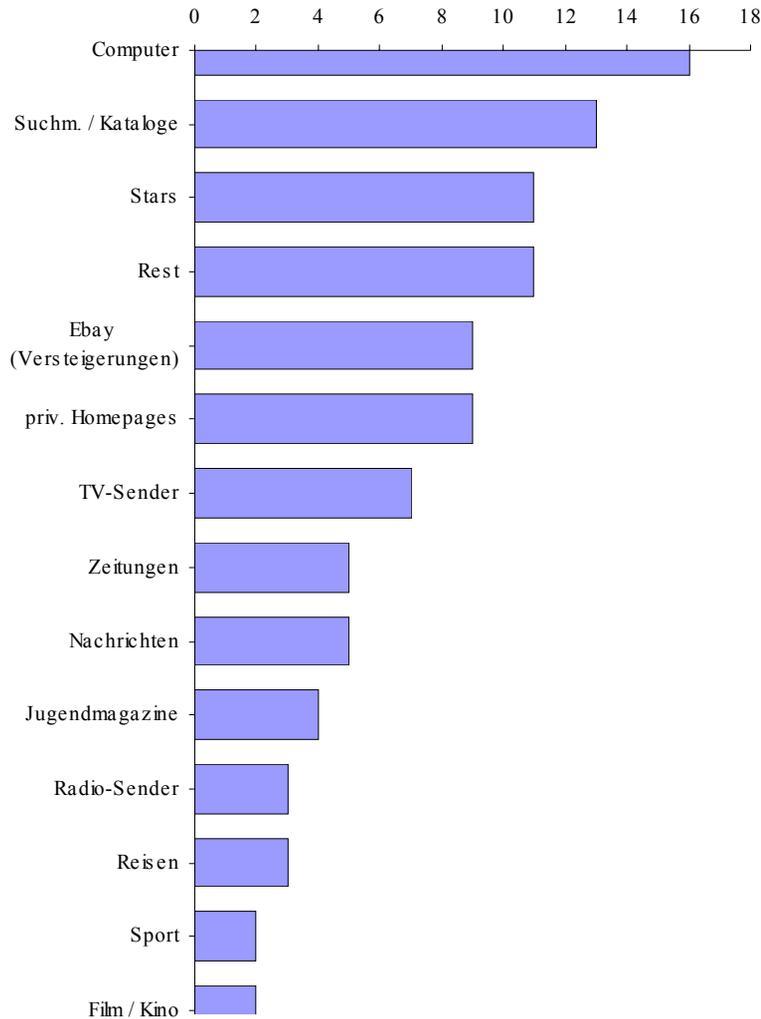


Lieblingsseiten: Kommunikation

Genre Lieblingsseiten



Genre Lieblingsseiten



Lieblingsseiten Information

Erste Ergebnisse und Tendenzen Qualität

Frage 28: „Denke an Seiten im Internet, die Dir besonders gut gefallen:
Was ist dir an diesen Seiten besonders wichtig?“

Korrelationen

		BILD_IFA	Geschlecht
Qual.: ansprechend gestaltet	Korrelation nach Pearson	,104	-,256
	Signifikanz (2-seitig)	,278	,005
	N	111	118
Qual.: eigene Texte / Fotos reinstellen	Korrelation nach Pearson	,282	-,254
	Signifikanz (2-seitig)	,003	,006
	N	110	117
Qual.: kostenlos SMS verschicken	Korrelation nach Pearson	,333	-,250
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,006
	N	111	118
Qual.: einfach zu bedienen	Korrelation nach Pearson	,204	-,236
	Signifikanz (2-seitig)	,032	,010
	N	111	118
Qual.: Möglichkeit der Anpassung	Korrelation nach Pearson	,197	-,220
	Signifikanz (2-seitig)	,039	,017
	N	110	117
Qual.: Meinungs-austausch möglich	Korrelation nach Pearson	,323	-,144
	Signifikanz (2-seitig)	,001	,120
	N	110	117
Qual.: Abstimmungen	Korrelation nach Pearson	,332	-,192
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,038
	N	110	117
Qual.: Infobrief / Newsletter	Korrelation nach Pearson	,358	-,170
	Signifikanz (2-seitig)	,000	,073
	N	105	112

Qualität

Regressionsanalyse

Qualität

Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	2,506	,404		6,201	,000
	BILD_IFA	,486	,178	,249	2,727	,007
	Geschlecht	-,416	,176	-,216	-2,365	,020

a. Abhängige Variable: Qual.: eigene Texte / Fotos reinstellen

Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	2,075	,474		4,376	,000
	BILD_IFA	,703	,209	,302	3,364	,001
	Geschlecht	-,469	,206	-,204	-2,275	,025

a. Abhängige Variable: Qual.: kostenlos SMS verschicken

Regressionsanalyse

Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	1,749	,310		5,636	,000
	BILD_IFA	,253	,137	,172	1,848	,067
	Geschlecht	-,304	,135	-,209	-2,248	,027

a. Abhängige Variable: Qual.: einfach zu bedienen

Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	1,700	,396		4,294	,000
	BILD_IFA	,583	,174	,308	3,343	,001
	Geschlecht	-,183	,172	-,098	-1,060	,291

a. Abhängige Variable: Qual.: Meinungs austausch möglich

Qualität



Regressionsanalyse

Qualität

Koeffizienten^a

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	1,900	,416		4,569	,000
	BILD_IFA	,623	,183	,310	3,402	,001
	Geschlecht	-,288	,181	-,145	-1,590	,115

a. Abhängige Variable: Qual.: Abstimmungen

Koeffizienten^a

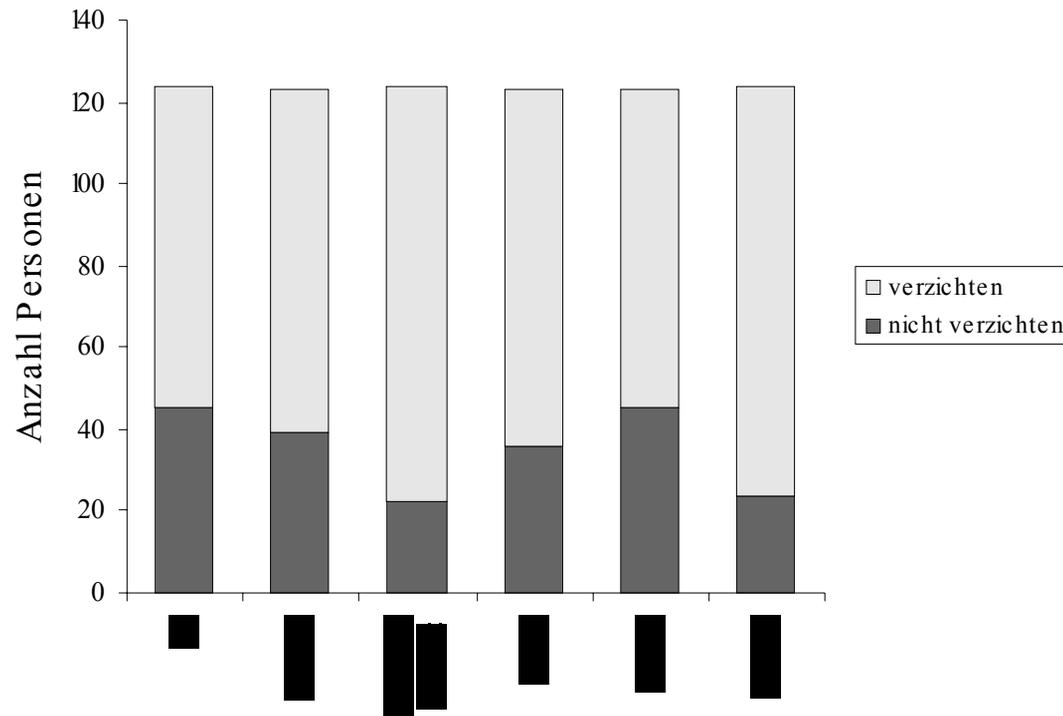
Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
		B	Standardfehler	Beta		
1	(Konstante)	1,952	,456		4,279	,000
	BILD_IFA	,738	,201	,340	3,667	,000
	Geschlecht	-,254	,199	-,119	-1,278	,204

a. Abhängige Variable: Qual.: Infobrief / Newsletter

Erste Ergebnisse und Tendenzen Leitmedium

Frage 40: „Auf welches dieser Medien würdest du auf keinen Fall verzichten wollen? (Bitte nur eines ankreuzen!)“

Leitmedium



Besondere Rolle des Handy!

Korrelation Leitmedium - Bildung

Korrelationen

		BILD_IFA
Leitmedium: Fernsehen	Korrelation nach Pearson	,062
	Signifikanz (2-seitig)	,506
	N	118
Leitmedium: Internet	Korrelation nach Pearson	-,126
	Signifikanz (2-seitig)	,174
	N	117
Leitmedium: Computer ohne Internet	Korrelation nach Pearson	-,022
	Signifikanz (2-seitig)	,816
	N	118
Leitmedium: Radio	Korrelation nach Pearson	,069
	Signifikanz (2-seitig)	,459
	N	117
Leitmedium: Handy	Korrelation nach Pearson	,334
	Signifikanz (2-seitig)	,000
	N	117
Leitmedium: Bücher	Korrelation nach Pearson	,022
	Signifikanz (2-seitig)	,810
	N	118

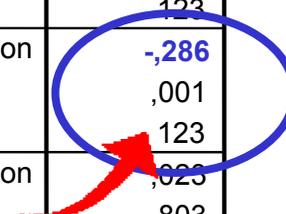
Leitmedium

Korrelation Leitmedium - Geschlecht

Korrelationen

		Geschlecht
Leitmedium: Fernsehen	Korrelation nach Pearson	,014
	Signifikanz (2-seitig)	,880
	N	124
Leitmedium: Internet	Korrelation nach Pearson	,148
	Signifikanz (2-seitig)	,102
	N	123
Leitmedium: Computer ohne Internet	Korrelation nach Pearson	,231
	Signifikanz (2-seitig)	,010
	N	124
Leitmedium: Radio	Korrelation nach Pearson	-,091
	Signifikanz (2-seitig)	,319
	N	123
Leitmedium: Handy	Korrelation nach Pearson	-,286
	Signifikanz (2-seitig)	,001
	N	123
Leitmedium: Bücher	Korrelation nach Pearson	,025
	Signifikanz (2-seitig)	,803
	N	124

Leitmedium: Handy



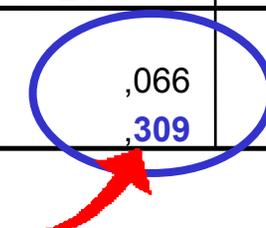
Korrelation Leitmedium Handy - Alter / Bildung

Leitmedium: Handy

Koeffizienten

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Signifikanz
	B	Standardfehler	Beta		
1 (Konstante)	1,028	,243		4,234	,000
ALTER	1,051E-02	,015	,066	,698	,486
BILD_IFA	,303	,093	,309	3,253	,002

a. Abhängige Variable: Leitmedium: Handy



Erste Ergebnisse und Tendenzen Fazit

Abschließendes Fazit / Tendenzen

- Unterschiedliche Nutzung entlang der **Trennlinie „Bildung“**
- **Variable „Bildung“** kann bestimmte Effekte besser erklären als „Alter“ oder „Geschlecht“ (vgl. Regressionsanalyse)
- Zusammenhang **Fragebogen - Interviews**: Differenzen der Nutzung auf Bildungshintergrund bestätigen sich in der schriftlichen Befragung, selbst bei mittlerem - höherem formalen Bildungsniveau
- Vorsichtige Tendenzen in Blick auf **Themenpräferenzen**
- **Gezielte Förderung** von Jugendlichen im Sinne von Nutzungsdifferenzen:
begleitende pädagogische Maßnahmen und Angebotsstruktur im Portal selbst.

... Fazit / Tendenzen

- **Anhaltspunkte für weiter Befragungen:**
Einzelne Aspekte vertiefen: Usability-Tests mit unterschiedlichen Bildungsgruppen, detaillierten Themenanalysen, allgemeine Angebotsstruktur
- **Weiteres Vorgehen:**
Ergänzen der Grundgesamtheit durch „niedriges formales Bildungsniveau“ (Hauptschüler).
2. Welle: Jugendeinrichtungen mit Klientel aus niedrigeren Bildungsschichten
These: Festgestellte Tendenzen werden noch deutlicher.
- **Anhaltspunkte für Portalentwicklung und begleitende Maßnahmen entwickeln**, die Erreichen einer breiten Zielgruppe durch Portal ermöglichen und fördern, im Sinne einer Beteiligung der Jugendlichen, Aneignung von Bildung im weitesten Sinn (Informationen / Kompetenzen)