

Praxisleitfaden: Internet für alle

Projekte zur Überbrückung
der digitalen Spaltung

www.mfg.de/internet-fuer-alle



Herausgeber

MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg
Medienentwicklung
Ulrich Winchenbach, Dr. Ansgar Zerfuß

Autoren

ITM Informations- und TechnologieManagement Beratungsgesellschaft mbH
Wollgrasweg 49
70599 Stuttgart
Tel. 0711 / 45129-10
Fax 0711 / 45129-29
www.itm-consulting.de
Robert Korz, Stephanie Schneider, Nicole Übele

Materialien zur Medienentwicklung – Nr. 9

MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH
Breitscheidstraße 4
70174 Stuttgart
Tel. 0711 / 90715-300
Fax 0711 / 90715-350
E-Mail: medienentwicklung@mfg.de

Diese Publikation ist auch im Internet verfügbar: www.mfg.de

Stuttgart, Januar 2002

INHALT

VORWORT

1. EINLEITUNG	1
2. DANK FÜR BEITRÄGE ZU DIESER BROSCHÜRE	2
3. PROBLEMBESCHREIBUNG	3
3.1. Ursachen und Beispiele der digitalen Spaltung	5
3.2. Mögliche Folgen der digitalen Spaltung	8
4. DIE DIGITALE SPALTUNG ÜBERBRÜCKEN	9
4.1. Status Quo in Baden-Württemberg	10
4.2. Lösungsansätze (Zugang, Kompetenz, Inhalte)	11
4.3. Handlungsfelder und Maßnahmen	14
5. EIGENE KONZEPTENTWICKLUNG	17
5.1. Vorbereitung und Durchführung von Projekten	17
5.1.1. Ziele und Vision für das Konzept	18
5.1.2. Fragen, die man sich stellen sollte (Bedarfsermittlung)	18
5.1.3. Zielgruppen	20
5.1.4. Projektplanung, Projektmanagement	20
5.1.5. Finanzierung	22
5.1.6. Werbung (Projektkommunikation)	23
5.1.7. Technologien	24
5.2. Erfolgsfaktoren	25
5.3. Stolpersteine	26
6. PROJEKTBEISPIELE	27
6.1. Siegerprojekte „Internet für alle“	27
6.2. Deutschland	30
6.3. Weltweit	32
7. LINKLISTE UND QUELLEN	34

VORWORT

Im November 2000 wurde von der Landesregierung und der MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg in enger Zusammenarbeit mit den kommunalen Landesverbänden (Städte-, Gemeinde-, und Landkreistag) das Aktionsprogramm „Internet für alle“ gestartet. Ziel des Programms ist es, die Internetnutzung bei den Bürgern und Bürgerinnen im Land zu steigern, um eine Spaltung der Gesellschaft in Onliner und Offliner gar nicht erst entstehen zu lassen.

Das Aktionsprogramm ist ein großer Erfolg und hat in Baden-Württemberg dazu beigetragen, dass inzwischen 49% der Bevölkerung das Netz nutzen. Dies ist innerhalb Deutschlands der Spitzenwert unter allen Bundesländern.

Beim Wettbewerb in der ersten Phase des Programms wurden aus über 100 Einreichungen von Kommunen, Landkreisen oder deren Einrichtungen (Volkshochschulen, Bibliotheken, Wirtschaftsförderungsgesellschaften) 20 zukunftsweisende bürgernahe Internet-Projekte ausgezeichnet. Die Projekte befassen sich beispielsweise mit der Einrichtung von Internetkursen für Senioren oder Aussiedler, mit der Erweiterung von Bibliotheken zu Web-Portalen, der Schaffung einer kommunalen Medienkultur oder der Bereitstellung einer „Internet-Feuerwehr“, die Einsteigern bei technischen Problemen hilft.

Die Umsetzung der Siegerprojekte in der zweiten Phase des Aktionsprogramms wurde von der Universität Hohenheim evaluiert. Die Ergebnisse der Evaluation und die wichtigsten Erfahrungen aus den Projekten werden im vorliegenden Leitfaden dokumentiert. Verfasst wurde die Publikation von der ITM Informations- und TechnologieManagement Gesellschaft mbH, die das Aktionsprogramm fachlich begleitet. Neben dem Leitfaden wird das Know-how aus den ausgezeichneten Projekten im Rahmen einer Veranstaltungsreihe mit über 20 Seminaren für kommunale Internet-Multiplikatoren im Zeitraum November 2001 - Januar 2002 weitergegeben.

In der dritten und letzten Phase des Programms wurden die Kommunen Aalen, Mönchweiler, Karlsruhe, Schwäbisch Gmünd und Wannweil für die erfolgreichste Umsetzung sowie die besten Konzepte zum Ausbau ihrer Projekte im Rahmen einer Fachtagung „Internet für alle: Nutzung – Zugang – Angebote“ im November 2001 als endgültige Sieger des Wettbewerbs erneut ausgezeichnet. Eine Dokumentation der Fachtagung ist in Vorbereitung.

Die Landesregierung und die MFG möchten die Spitzenposition des Landes bei der Internetnutzung ausbauen und das Internet zu einem echten Massenmedium machen. Denn die kompetente Anwendung und Nutzung des Internets und neuer Kommunikationstechnologien ist eine zentrale Voraussetzung für die weitere Stärkung des IT- und Medienstandorts Baden-Württemberg. Mit dem Leitfaden „Internet für alle – Projekte zur Überbrückung der Digitalen Spaltung“ wollen wir die Ergebnisse des Aktionsprogramms für alle Kommunen und Landkreise in Baden-Württemberg fruchtbar machen und laufende Projekte unterstützen sowie Anregungen für möglichst viele neue Projekte zur Steigerung der Internetnutzung und Medienkompetenz im Land geben.

Die Herausgeber

1. EINLEITUNG

„27 Millionen Deutsche ab 14 Jahren sind mittlerweile Internet-Nutzer“ - diese und ähnliche Meldungen begleiten eine Entwicklung, die grundlegende Bedeutung für Wirtschaft und Gesellschaft hat.¹ Aus der anfänglich militärischen und akademischen Nutzung ist das Internet tief in die alltägliche Arbeits- und Lebenswelt der Menschen eingedrungen. Die Diffusionszeit dieses neuen Mediums war atemberaubend kurz. Keine andere Infrastruktur im Bereich der Information und Kommunikation (Telefon, Radio etc.) hat sich derartig schnell durchsetzen können. Dieser Siegeszug weist auf den außergewöhnlichen Nutzen hin, den das Internet bieten kann. Sein Beitrag zur Entwicklung von der Industriegesellschaft hin zur Informationsgesellschaft ist aufgrund der raschen Entwicklung in seiner vollen Konsequenz noch nicht absehbar.

Schon in der frühen Phase wurde aus diesem Grund die Entwicklung und Nutzung des Internets beobachtet, um die wirtschaftlichen Aspekte beurteilen zu können, aber auch, um eventuelle Fehlentwicklungen aufzudecken. Im ‚Mutterland‘ des Internets, den USA, sah man anhand der regelmäßigen „falling through the Net“-Berichte² der Regierung schon bald, dass einige der untersuchten Bevölkerungsgruppen von der Nutzung des Internets im großen Maß ausgeschlossen sind, während andere die Vorteile umfassend nutzen (die Gründe dafür sind vielschichtig und werden weiter unten näher erläutert). Man spricht in diesem Zusammenhang von „Digital Divide“ (Digitale Spaltung) der Gesellschaft. Geprägt wurde der Begriff von Don Tapscott in seinem Buch über die digitale Ökonomie.³

Mit der globalen Ausbreitung des Internets wurden die Bedeutung aber auch die möglichen negativen Begleiterscheinungen des Internets von nationalen Regierungen und internationalen Institutionen erkannt und diskutiert. So haben beispielsweise die G8-Staaten während der Sitzung in Kyushu - Okinawa die „Digital Opportunity Task Force“ (DOT Force)⁴ ins Leben gerufen, die sich speziell dem Digital Divide zwischen Industrieländern und den Entwicklungsländern widmet. Die OECD⁵ beschäftigt sich mit dem Problem des Digital Divide ebenso wie das Welt-Wirtschafts-forum.⁶

Die EU hat im Jahre 1999 das „eEurope“-Programm⁷ (im Juni 2001 modifiziert zu "eEurope+") vorgestellt, das in allen europäischen Staaten umgesetzt werden soll und teilweise auch schon umgesetzt wurde. In Deutschland ist in diesem Zusammenhang die Initiative des Bundes „Internet für alle“ zu nennen.⁸

Im Bewusstsein des standortbestimmenden Faktors ‚Internetfähigkeiten der Bevölkerung‘ hat die Landesregierung Baden-Württemberg im Jahr 2000 das Aktionsprogramm „Internet für alle“ gestartet. Im Rahmen dieses Programms wurde ein Wettbewerb ausgeschrieben, dessen Ergebnisse als Ideen-Pool für Maßnahmen dienen kann, wie Kommunen dem Problem der digitalen Spaltung begegnen können. Die vorliegende Broschüre basiert wesentlich auf den Ergebnissen dieses Programms.

¹ vgl. www.sevenoneinteractive.de, Studie @facts des Marktforschungsinstituts forsa im Auftrag des Online-Vermarketers SevenOne Interactive, August 2001

² vgl. digitaldivide.gov/reports.htm

³ Don Tapscott, The Digital Economy – Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, New York u.a.: Mac GrawHill, 1996

⁴ vgl. www.dotforce.org

⁵ vgl. www1.oecd.org/dsti/sti/it/cm

⁶ vgl. www.weforum.org/digitaldivide.nsf

⁷ siehe www.europa.eu.int/information_society/eeurope/index_de.htm

⁸ Informationen unter:

www.bundesregierung.de/top/ordner/dokument/Schwerpunkte/Internet_fuer_alle/ix429_.htm

Jede Maßnahme zur Beseitigung der digitalen Spaltung ist eine Arbeit auf völlig neuem Boden und in einem Grenzgebiet, in dem es kaum Erfahrungen gibt. Den Initiatoren und Projektleitern gilt daher größte Beachtung. Wie dies ausgedrückt werden kann, zeigt ein Beispiel aus der Schweiz. Dort hat das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) einen ähnlichen Wettbewerb ausgeschrieben wie der in Baden-Württemberg. Die Sieger dieses Wettbewerbs werden zu „Rittern der Kommunikation“ ernannt.⁹

Diese kurze Einleitung mit einigen wenigen Beispielen zeigt bereits, dass das Problem auf allen politischen Ebenen ernst genommen, und entsprechend der Bedeutung auch behandelt wird. Weltweit arbeiten gegenwärtig eine große Zahl staatlicher, privater und auf ‚public private partnership‘ basierender Institutionen auf globaler, nationaler, regionaler und kommunaler Ebene an diesem Problem.

Der etwas provokante Titel eines neu erschienen Buches aus den USA „The Digital Divide - Facing a Crisis or Creating a Myth?“¹⁰ zeigt, dass das Problem aber auch durchaus kontrovers diskutiert wird.

Die vorliegende Publikation kann die Probleme und Lösungen nur andeuten, um den Leitfadencharakter durch lange und überfrachtete Texte nicht zu verlieren. Die praktische Relevanz stand bei der Erstellung im Vordergrund, so dass den Initiatoren von Maßnahmen zur Überbrückung der digitalen Spaltung eine Hilfestellung gegeben wird, die sich auf das Wesentliche konzentriert.

2. DANK FÜR DIE BEITRÄGE ZU DIESER BROSCHÜRE

Eine Leitlinie zu einem komplexen Thema wie dem der digitalen Spaltung kann nur mit Beiträgen aus unterschiedlichen Quellen gelingen. Die Herausgeber und Autoren dieser Broschüre danken deshalb

Herrn Prof. Dr. Helmut Krcmar und seinen Mitarbeiterinnen Frau Petra Wolf (MA) und Frau Sandra Köhne (Dipl. Hdl.) von der Universität Hohenheim. Am Institut von Herrn Prof. Dr. Krcmar wurden im Rahmen einer Seminarveranstaltung die 20 Siegerprojekte aus dem Wettbewerb im Rahmen des Baden-Württembergischen Aktionsprogramms „Internet für alle“ in Fallstudien auf deren Erfolgsfaktoren untersucht. Dank gilt auch den beteiligten Studenten.

Ebenso gilt den Projektleitern der Siegerprojekte des Wettbewerbs Dank, die in zwei Workshops ihre Projekterfahrungen aufbereitet und zusammengestellt haben.

⁹ siehe: www.comknight.ch/deutsch

¹⁰ etwa: Die Digitale Spaltung - steht eine Krise bevor oder wird ein Mythos kreiert? Benjamin M. Compaine, ISBN 0-262- 53193-3, MIT Press, 2001

3. PROBLEMBESCHREIBUNG

Unsere Gesellschaft hat sich von einer Industriegesellschaft zu einer Informations- und Kommunikationsgesellschaft entwickelt, aus welcher das Internet nicht mehr wegzudenken ist. Aufgrund seiner Größe und der Nutzerdichte ist das Internet ein volkswirtschaftlicher Faktor geworden.

Einige Zahlen sollen allein die wirtschaftliche Dimension erläutern. In Abb. 1 sind beispielsweise die Beträge der Käufe durch Endkunden über das Internet für den Zeitraum eines halben Jahres dargestellt (Business-to-Consumer-Geschäft).

Die gesamten E-Business-Umsätze, also die Umsätze im B2C (Business-to-Consumer) und B2B (Business-to-Business) zusammen werden weit höher geschätzt und sollen bis zum Jahr 2004 die in Abb. 2 angegebenen Dimensionen erreichen.

Neben der Betrachtung der Umsatzgrößen ist auch der Informations- und Wissensaustausch zwischen den Betrieben und zwischen Betrieben und Endkunden eine Größe, die direkten Einfluss auf den beruflichen Alltag hat.

Kenntnisse und Erfahrungen mit dem Internet sind an vielen Arbeitsplätzen bereits eine Einstellungs- und Erfolgsvoraussetzung. Somit ist die Anzahl von „Onlinern“ auch zu einem Standortfaktor geworden.

Der Erfolg des Internets in der Wirtschaft aufgrund des effizienten und kostengünstigen Transports von Informationen und digitalisierbaren Gütern (z.B. Musik, Video, Software, etc.) hat auch im Bereich staatlicher Verwaltung zum Einsatz des Internets geführt. Die Eigenschaften des Internets - jederzeit, an jedem Ort, für jedermann - kommen den Verwaltungsstellen in ihrem Bemühen entgegen, schneller, flexibler und mit guter Qualität der Dienstleistung an den Bürger heranzutreten. Unter dem Begriff E-Government werden die Internetangebote der Verwaltungsstellen aller Ebenen immer weiter ausgebaut.¹¹ Mit dem Schlagwort „nicht der Bürger soll laufen, sondern die Daten“ wird beschrieben, dass der Bürger viele Vorgänge über das Internet dort erledigen kann, wo er sich gerade befindet. Dies wirft aber

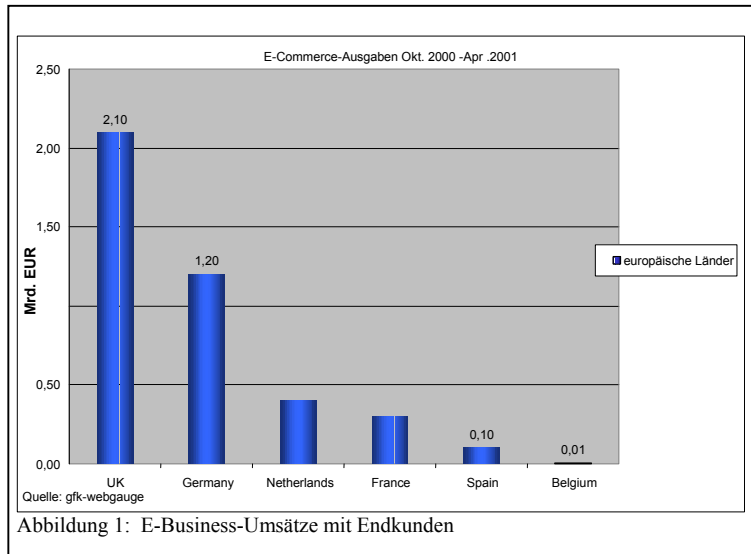


Abbildung 1: E-Business-Umsätze mit Endkunden

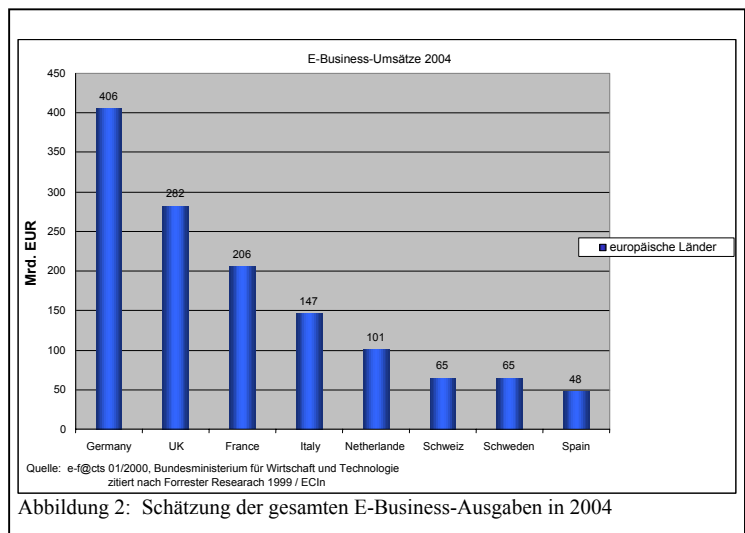


Abbildung 2: Schätzung der gesamten E-Business-Ausgaben in 2004

¹¹ Aktionsprogramm Elektronische Bürgerdienste Baden-Württemberg: www.verwaltungsreform-bw.de
Initiative der Bundesregierung BundOnline2005: www.bund.de

Probleme auf Seiten der Bürger als auch auf Seiten der Verwaltung auf. Einerseits kann ein Bürger, der das Internet nicht nutzt, diese Dienstleistungen nicht in Anspruch nehmen, andererseits muss die Verwaltung die konventionellen Strukturen weiterhin im vollen Umfang aufrecht erhalten, wenn nur wenige Bürger das Internet nutzen. Es ist also auch im Sinne der öffentlichen Stellen viele „Onliner“ im Einzugsbereich zu haben.

Nicht nur im Verwaltungsbereich, sondern auch in der Politik wird das Internet mehr und mehr zum Einsatz kommen. Beginnend bei der Vernetzung der Gemeinderäte für ihre Arbeit im Gemeinderat, über neue Möglichkeiten der Partizipation, wie die Diskussion der Bürger mit politischen Entscheidungsträgern, bis zu Wahlen, die über das Internet stattfinden, sind alle Bereiche der Politik betroffen.¹² Es zeichnet sich eine Entwicklung hin zur „elektronischen Demokratie“ ab. Der deutsche Bundestag hat unter dieser Bezeichnung ein Pilotprojekt gestartet, in dem die Bürger beispielsweise durch Diskussionsbeiträge an Gesetzgebungsverfahren beteiligt werden.¹³

Wenn Bürger an diesen Prozessen nicht teilnehmen können - aus welchen Gründen auch immer - wird die Chancengleichheit und Gleichbehandlung in Frage gestellt.¹⁴

Zu den bereits genannten Möglichkeiten, das Internet zu nutzen, kommen weitere wie Home-Banking, E-Mail usw., die aufgrund der Orts- und Zeitunabhängigkeit demjenigen Nutzen und Vorteile bieten können, der „online“ ist.

¹² Informationen zu diesem Themenbereich u.a. auf diesen Internet-Seiten: www.perspektive-deutschland.de, www.buergerprogramm2002.de, www.internetwahlen.de

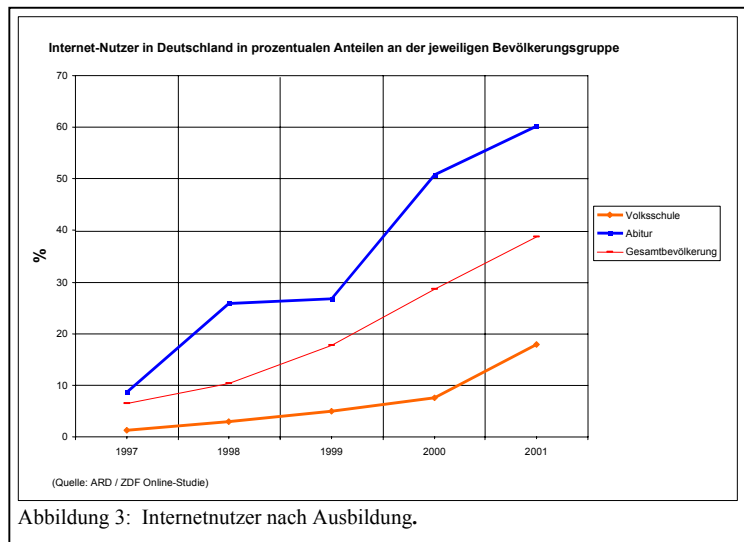
¹³ www.elektronische-demokratie.de

¹⁴ Weitere Informationen zum Thema Digitale Politik beispielsweise unter: www.politik-digital.de

3.1. Ursachen und Beispiele der digitalen Spaltung

Es wird prognostiziert, dass 21 Millionen Personen in Deutschlands Haushalten in naher Zukunft von der Internetnutzung ausgeschlossen sind oder sich weigern, das Internet zu nutzen.¹⁵ Besonders in benachteiligten Bevölkerungsgruppen (bestimmte Schulbildungsgänge, Senioren, Arbeitslose, Ausländer, Bewohner ländlicher Gebiete) wird die digitale Spaltung weiter zunehmen. Die Erfolgsmeldungen einer wachsenden Zahl von Internetnutzern sind - oberflächlich betrachtet - vollständig positiv. Genauere Untersuchungen bestimmter Bevölkerungsgruppen zeigen aber eine Tendenz zur Spaltung der Gesellschaft auf. Es sind im Folgenden nur einige Beispiele aufgeführt, weitere lassen sich in Abhängigkeit regionaler oder lokaler Gegebenheiten sicher finden. Dabei sind weniger die genauen Zahlen einer Momentaufnahme sondern die Tendenzen im Zeitablauf interessant.

- Bei Betrachtung nach **Schulbildung** lässt sich feststellen, dass sich die Medienkompetenz derer mit höherem Schulabschluss oder absolviertem Hochschulstudium durch konsequente Nutzung des Internets weiter von dem derer mit mittlerem und geringem Abschluss abhebt. Gründe dafür sind, dass die Verfügbarkeit von PC's und Internet-Zugängen in Hauptschulen in geringerem Maße sichergestellt ist als in Gymnasien, dass IT- und Internet-Lehrinhalte bei Abiturienten intensiver verankert sind, und dass im Berufsleben stehende Arbeitnehmer mit Hochschulreife i.a. eine hohe Technik-/IT-Affinität haben.¹⁶ Die besser Gebildeten haben zusätzlich die Möglichkeit, mit der bereits vorhandenen Medienkompetenz ihren Vorsprung weiter auszubauen, sodass die ohnehin Benachteiligten noch weiter zurückfallen. Abb. 3 zeigt die „Schere“ der Entwicklung am Beispiel Abitur - Volksschule.



¹⁵ Booz Allen & Hamilton – Digitale Spaltung in Deutschland, Kurzfassung

¹⁶ Booz Allen & Hamilton – Digitale Spaltung in Deutschland, S.16

- Bei den **älteren Mitbürgern** liegen die Ursachen einer geringen Internetnutzung darin, dass sie in den meisten Fällen noch keinen Internetkontakt hatten oder haben mussten und auch in Zukunft nicht durch äußere Umstände (z.B. Arbeitswelt, Schule) dazu gezwungen sein werden. Sie unterliegen deshalb hohen Schwellenängsten, erkennen den Nutzen nicht oder es fehlt ihnen das nötige Know How.

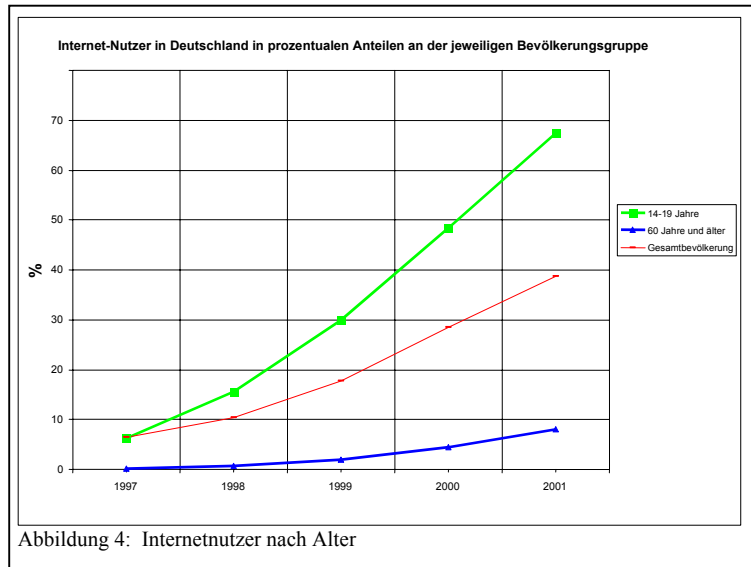


Abbildung 4: Internetnutzer nach Alter

- Derzeit liegt der **Frauenanteil** bei der Internetnutzung je nach Studie zwischen 30 und 40 Prozent. Die Zuwachsraten waren in den letzten 2 Jahren beachtlich, weil immer mehr Frauen Spaß am Internet haben.¹⁷ Aber immer noch zeigt sich, dass das Netz wenig frauenorientiert ist. Ein Grund dafür ist der geringe Anteil von Frauen an der Entwicklung und Gestaltung technischer Produkte und Dienste, denn die Sprache der Produktankündigungen und der Beschreibungen richtet sich dadurch mehr an Technikfreaks als an die Normalverbraucherin.

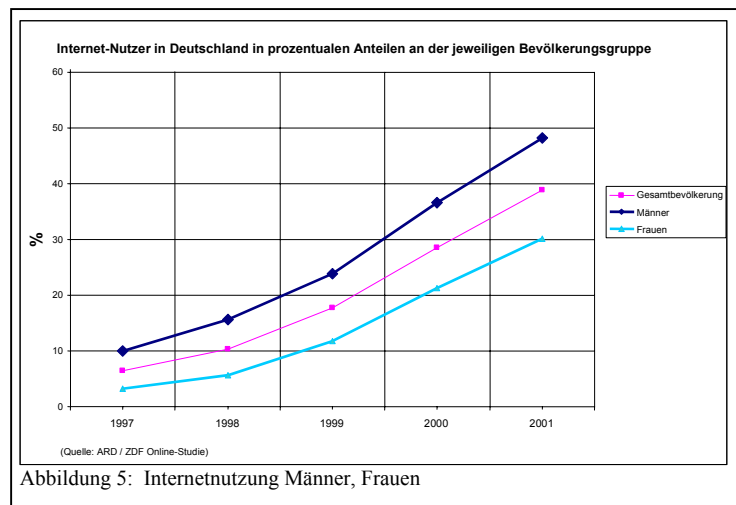


Abbildung 5: Internetnutzung Männer, Frauen

- Des Weiteren werden nicht genug frauenorientierte Kurse angeboten. Die Keduationsforschung hat nachgewiesen, dass Frauen in gemischten Lerngruppen zu technikorientierten Themen (z.B. Informatikunterricht an der Schule) ihre Bedürfnisse und Interessen nicht artikulieren.¹⁸ Der Lernprozess und die Lernerfolge werden an den inhaltlichen und sozialen Bedürfnissen der männlichen Teilnehmer ausgerichtet, was zu einer Verschlechterung der Lernchancen von Frauen führt. Betrachtet man im Speziellen Hausfrauen oder erziehende Mütter, so fehlt ihnen der Zugang am Arbeitsplatz und auch Fortbildungsmaßnahmen bleiben ihnen oft verschlossen. Eine ausgesprochene Schere zwischen Männern und Frauen kann nach der ARD/ZDF Studie nicht mehr festgestellt werden. Der prozentuale Anteil der Onliner liegt bei den Frauen aber unter dem der Gesamtbevölkerung.

¹⁷ www.frauen-ans-netz.de/hintergrund.html, Juli 2001

¹⁸ vgl. www.uni-kiel.de/zif/internet/vortrag.htm ; www.uni-kiel.de/zif/internet/index.htm

- **Arbeitslose und Rentner** haben insbesondere unter dem Finanzaspekt Internet-nutzungsprobleme. Das Gleiche gilt für Auszubildende, sofern der Zugang am Arbeitsplatz fehlt.

- **Ausländische Mitbürger und Spätaussiedler** haben in der Schule, im Beruf und im sozialen Zusammenleben deutliche Probleme mit der Integration. Ihre alltäglichen Handlungs- und Partizipationsmöglichkeiten sind unter anderem aufgrund ihrer sprachlichen Defizite eingeschränkt. Grundsätzlich

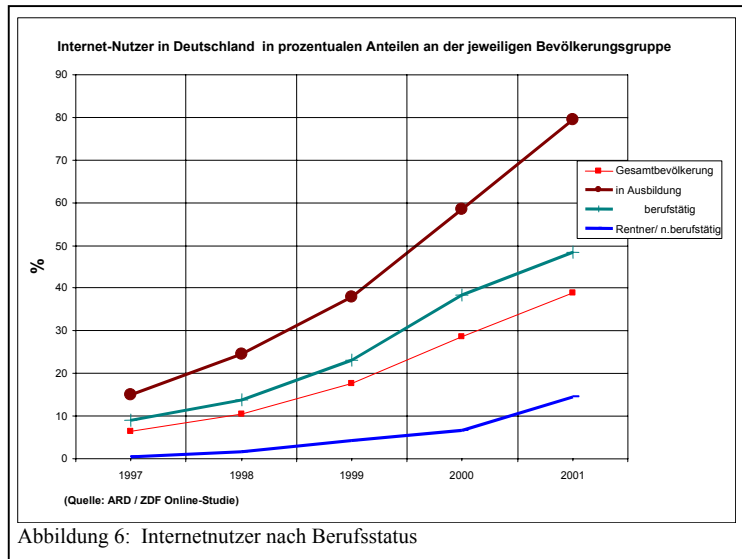


Abbildung 6: Internetnutzer nach Berufsstatus

zeigt diese Bevölkerungsgruppe Interesse am WorldWideWeb. Eine Vielzahl von Gründen verhindert aber, dass dieses Interesse auch realisiert wird. Anzuführen sind die mangelnde Gelegenheit, der finanzielle Aspekt, die fehlende PC-Erfahrung, die landeseigene Kultur (z.B. die restriktive Bewegungsfreiheit von Frauen und Mädchen aus anderen Kulturkreisen), die Sprachbarriere sowie die geringe Dichte an Inhalten, die ihre Interessen direkt adressieren.¹⁹ Der Aspekt der ethnischen Minderheiten wird in den deutschen Erhebungen nicht gesondert ausgewiesen.

- Die Hauptursachen für die geringe **Internet-Durchdringung in ländlichen Gebieten** sind in der ländlichen Altersstruktur und der fehlenden Verfügbarkeit öffentlicher Zugangspunkte zu suchen. Gleichzeitig werden neuere Übertragungstechniken vorzugsweise in städtischen Einzugsgebieten installiert.²⁰

¹⁹ Siehe hierzu www.karlsruhe.de/Projekte/Internet-fuer-alle/index.htm als Beispielmaßnahme

²⁰ Booz Allen & Hamilton – Digitale Spaltung in Deutschland, S.17

3.2. Mögliche Folgen der digitalen Spaltung

Eine Schätzung lautet, dass mittelfristig (etwa im Jahre 2005) die Hälfte aller Arbeitnehmer in Unternehmen beschäftigt sein werden, die IuK-Produkte herstellen oder ihre Dienstleistungen als intensive Nutzer dieser Technik erbringen.²¹ Bemerkenswert ist bei dieser Entwicklung, dass der Faktor Raum seine wirtschaftliche Bedeutung verliert. Wie bereits in der Einleitung zu Kapitel 2 angedeutet, wird die Kommunikationstechnik Informationen an jede Stelle der Erde zu weitgehend gleichen Kosten liefern können, sodass die Konkurrenz für Deutschland im globalen Kontext und für die Ballungsräume im Verhältnis zum ländlichen Gebiet größer werden wird. Das Internet und die digitalen Technologien dringen in alle Tätigkeitsbereiche des Menschen vor. Jeder muss daher grundlegende Fertigkeiten erwerben, um die neuen digitalen Werkzeuge auch umfassend nutzen zu können. Es geht nicht nur darum, in der Wissensgesellschaft zu arbeiten, sondern auch eine aktive Rolle als Bürger zu spielen und seine eigene Persönlichkeit zu entfalten.

Für die Nichtnutzer des Internets erwachsen daraus aus vielen Gründen gesellschaftliche Probleme:

- Ganz allgemein besteht die Gefahr eines ungleichen Zugangs zu Informationen und zu Wissen, was in der heutigen Wissensgesellschaft eine Benachteiligung bedeutet.
- In der Arbeitswelt geht es überwiegend ohne Internetkenntnisse nicht mehr. Arbeitgeber sehen in der Fähigkeit, mit dem Internet umgehen zu können, immer mehr eine Schlüsselqualifikation, ohne die kaum noch ein Bewerber zum Vorstellungsgespräch eingeladen wird. Von bereits eingestellten Arbeitnehmern wird bei fehlenden Kenntnissen eine Weiterbildung erwartet. Auch der Einsatz der sog. Telearbeit wird immer größer. Daraus folgen wesentlich geringere Berufs- und Karrierechancen für Nichtnutzer des Internets.
- Der elektronische Geschäftsverkehr (E-Commerce) wird weiter zunehmen. Des Weiteren werden Unternehmen immer mehr dazu übergehen, Kundendienstfunktionen nur noch online anzubieten. Auch zentrale öffentliche Dienstleistungen, sei es vom Finanzamt oder vom Arbeitsamt, werden immer häufiger online angeboten. Dies führt zu wirtschaftlichen Nachteilen in kommerzieller Hinsicht und hinsichtlich staatlicher Dienstleistungen für die „Offliner“.
- Im Bildungssektor, sowohl in Schulen als auch an Universitäten, wird das Internet zu einem festen Bestandteil von Lehre und Forschung. Schüler und Studenten mit Internet-Fähigkeiten sind in klarem Vorteil gegenüber jenen ohne diese Fähigkeiten.

Wenn der digitalen Spaltung nicht gegengesteuert wird, sind Auswirkungen auf den Standort und auf soziale Belange nicht auszuschließen. Die digitalen Chancen müssen gleichmäßiger verteilt werden, denn kein bisheriges Informations- und Kommunikationsmedium (Buch, Telefon, Fernsehen u.s.w.) hatte einen solchen Einfluss auf die Lebensumstände jedes Einzelnen wie es das Internet bereits hat und noch haben wird.

4. DIE DIGITALE SPALTUNG ÜBERBRÜCKEN

²¹ Dr. Jürgen Müller – Die Rolle der Verwaltung bei der Überwindung der digitalen Spaltung der Gesellschaft – www.izn.de/Presse/iznmail2_2001/digital_divide.htm

Bei der Frage wie die digitale Spaltung überwunden werden kann, stellt sich das Problem der Zuständigkeit. Wie aus dem bisher beschriebenen hervorgeht, ist die digitale Spaltung ein komplexes übergreifendes Thema, bei dem Staat und private Wirtschaft gefordert sind.

Die Vielzahl von neuen und geänderten Gesetzen im Zusammenhang mit dem Internet (bis hinein in das BGB - z.B. Schriftform) zeigt, wie sehr das neue Medium in die Gesellschaft hineinreicht. Als Beispiele sind hier die Gesetze des Medienrechts zu nennen, durch die der Staat die Rahmenbedingungen als Grundlagen für Rechtssicherheit im Medienbereich geschaffen hat. In Verbindung mit dem Internet sind hier als wichtigste Gesetze das Fernabsatzgesetz (FernAG), Elektronischer Geschäftsverkehr-Gesetz (EGG) und das Informations- und Kommunikationsdienste Gesetz (IuKDG) mit den Bestimmungen Teledienstgesetz (TDG), Teledienstdatenschutzgesetz (TDDSG) und Signaturgesetz (SigG) zu nennen.²²

Maßnahmen gegen die digitale Spaltung können nicht allein die Aufgabe des Staates sein. Er muss sich hier auf das Feld seiner sozialen Verpflichtungen und staatlicher Hoheitsaufgaben beschränken. Ergänzende private Anstrengungen haben sich als wirksam und effektiv erwiesen, insbesondere in Ländern mit ausgeprägter privater Sozialverpflichtung, wie beispielsweise in den USA. Auch die Kombination öffentlicher und privater Akteure in public-privat-partnership (ppp) wird bereits praktiziert.

²² Weitere Informationen unter www.bmwi.de/Homepage/Politikfelder/Informationsgesellschaft/Medienrecht oder www.uni-rostock.de/fakult/jurfak/Gersdorf/MuTK_Recht/Medienrecht/Welcome.html oder www.einfuehrung-internetrecht.de

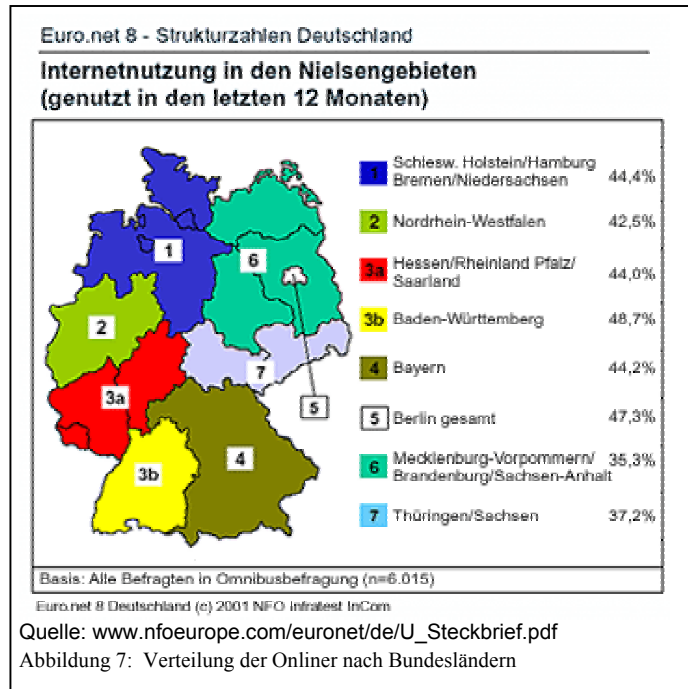
4.1. Status Quo in Baden-Württemberg

Baden-Württemberg hat sich bereits zu einem vergleichsweise hervorragenden Medienstandort entwickelt. Das zeigen die Zahlen der neugegründeten Unternehmen in diesem Bereich und die Zahlen der Nutzung von Internet und PC. Laut Ergebnis einer aktuellen Studie des Marktforschungsunternehmens Infratest-Burke, das der Abb.7 zu entnehmen ist, hat Baden-Württemberg die meisten Internetnutzer im Vergleich zu anderen Bundesländern (48,7%).

Die Erhaltung des Medienstandortes verlangt ständige Anstrengungen, die Internet-Nutzung zu steigern. Aber nicht nur der Wirtschaftsstandort, auch die persönlichen Chancen eines jeden Einzelnen dürfen nicht durch mangelnde Möglichkeiten auf Wissenserwerb und Kommunikation behindert werden. Das Argument, dass sich auf Basis der jetzigen Entwicklung das Problem in ein paar Jahren allein regelt, ist sehr schwach. Zum einen kann niemand voraussagen, ob die Digitale Spaltung tatsächlich ohne entsprechende Maßnahmen verschwindet, zum anderen kann ein großer zeitlicher Rückstand bei der Geschwindigkeit der gegenwärtigen Entwicklungen kaum aufgeholt werden. Der immer wieder gezogene Vergleich mit anderen Technologien wie etwa dem Fernsehen ist in dieser Hinsicht unzulässig. Die bisherigen Informations- und Kommunikations-Technologien (Radio, Fernsehen, Telefon, Fax) sind im Vergleich zum Internet einfach zu handhaben und die Inhalte unschwer zu finden. Die erforderlichen Technologien und Kompetenzen zur effektiven Nutzung des Internets lassen eine andere Entwicklung erwarten. Das gelegentlich benutzte Schlagwort einer neuen Alphabetisierung kommt der Realität daher ziemlich nahe.

Die gegenwärtigen bundesweiten Daten zeigen eher eine Verschärfung des Problems. Offizielle regionale Erhebungen über den Stand der Digitalen Spaltung gibt es zur Zeit nicht. Es ist aber zu erwarten, dass die Probleme in den unterschiedlichen Regionen (zwischen Nationen oder einzelnen Bundesländern, aber auch innerhalb von Städten und Gemeinden) jeweils andere Gewichtung haben. Eine Analyse sollte deshalb jeglicher Aktivität vorausgehen.

Das Land Baden-Württemberg hat bereits große und erfolgreiche Anstrengungen zur Vermeidung einer Digitalen Spaltung unternommen. Das bereits in der Einleitung erwähnte Aktionsprogramm „Internet für alle“ ist nur ein Baustein in einer Reihe von Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz und des Zugangs zum Internet. Als weitere beispielhafte Projekte können die mobilen Internetcafés (mIC) sowie die Bildungsoffensive „start und klick!“ genannt werden.²³ Diese Maßnahmen sind aber nur dann wirklich effektiv, wenn sie auf kommunaler Ebene weiterentwickelt werden.



²³ vgl. Homepage der MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg www.mfg.de, sowie zum Programm „start und klick!“ www.start-und-klick.de

4.2. Lösungsansätze (Zugang, Kompetenz, Inhalte)

Die Digitale Spaltung ist ein komplexes Problem mit vielfältigen Ursachen. Es wird daher auch keinen Königsweg geben, mit dem Problem umzugehen.

Die Frage nach den Barrieren und möglichen Motiven für die Nutzung des Internet führt zu zwei Barrieren und einem motivierenden Hintergrund [Abb. 8]:

Der Zugang sollte in zwei Ebenen betrachtet werden. Eine Ebene ist der Zugang zur Infrastruktur des Internets, die andere der Zugang zu den Informationen und Diensten im Internet. Im Weiteren wird unter Zugang der Zugang zur Infrastruktur verstanden.

Der Zugang zu Informationen und Diensten stellt zur Zeit noch kein wirkliches Problem dar. Es zeigen sich aber Tendenzen, dass die rein durch Werbeeinnahmen finanzierten Internetangebote auf Dauer von den Anbietern nicht haltbar sind. Durch Micro-Payment-Systeme können auch kleine Beträge im Internet abgerechnet werden und zur Finanzierung der Auftritte dienen. Einen Schritt in diese Richtung macht das Portal Web.de mit der Ankündigung, weitere Dienste auf Basis eines eigens entwickelten Bezahlsystems kostenpflichtig zu machen.

Wenn sich diese Tendenz durchsetzen kann, wird darüber nachzudenken sein, wie eine möglichst große Basis an Informationen und Diensten weiterhin für jedermann zugänglich bleibt; vergleichbar mit dem Angebot des öffentlich rechtlicher Rundfunks/Fernsehens.

Der Zugang zur Internet-Infrastruktur ist gegenwärtig noch mit relativ komplexen und teuren Geräten verbunden, sodass dies eine Barriere für den Zugang zum Internet darstellt. Für sozial Schwache, und für solche, die das Internet nur gelegentlich nutzen, und deshalb die Investitionen scheuen, sind kostenlose oder mit nur geringen Kosten verbundene Zugangsmöglichkeiten der Ausweg, diese Barriere zu überwinden.

Öffentliche Zugänge entsprechen dieser Anforderung. Vergleichbar mit der Verbreitung der Telefonie über Telefonzellen kann ein Netz aus Internetcafés, öffentlichen Zugängen in Bibliotheken, in Rathäusern usw. entstehen. Als Hindernis hat sich dabei erwiesen, dass viele dieser Zugangsmöglichkeiten nicht bekannt sind. Das Netzwerk ‚Digitale Chancen‘ hat sich dieser Sache angenommen, indem es eine Datenbank bundesweiter Zugangs- und Schulungsmöglichkeiten aufbaut. Eine Anfrage auf diese Datenbank kann über das Internet oder unter der Telefonnummer 01805-383725 erfolgen.²⁴ Bei Eingabe einer Postleitzahl werden alle registrierten Zugangs- und Lernorte innerhalb dieses Postleitzahlengebiets angezeigt. Es ist deshalb wünschenswert, dass sich viele Zugangs- und Lernorte registrieren lassen. Die Website bietet darüber hinaus eine Fülle von Informationen zum Thema Digitale Spaltung.

In Hinblick auf die oben genannten Zielgruppen der sozial Schwachen und der gelegentlichen Nutzer, die eben keinen Internetzugang haben, ist ein zusätzliches Signal nicht in der „virtuellen Welt“, sondern in der realen Welt zum Vorhandensein von Zugängen nützlich. Dies könnte bedeuten, dass Lokalitäten mit öffentlichem Internetzugang beispielsweise durch einheitliche Schilder in deutlich sichtbarer Größe und standardisiertem Piktogramm gekennzeichnet sind.

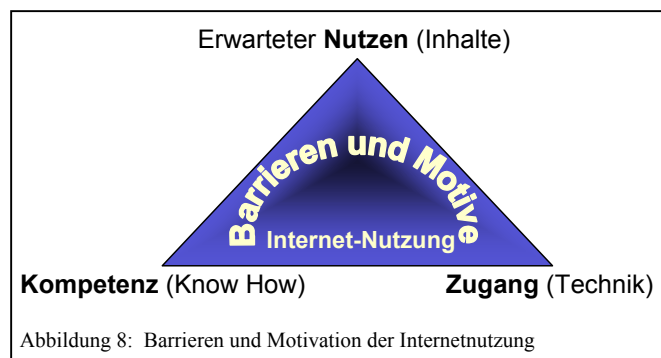


Abbildung 8: Barrieren und Motivation der Internetnutzung

²⁴ www.digitale-chancen.de

Die Standortwahl für öffentliche Zugänge muss nach bisherigen Erfahrungen mit Bedacht gewählt werden, um bestimmte Zielgruppen überhaupt zu erreichen. Zielgruppen werden am besten in ihrem Lebensumfeld erreicht. Sozial Schwache werden also dort erreicht, wo sie wohnen. Angebote für diese Gruppen in anderen Stadtteilen sind beispielsweise wenig geeignet. Das Gleiche gilt für ethnische Gruppen, insbesondere aus Kulturkreisen, die eine völlig freie Bewegung der Gruppenmitglieder nicht erlaubt.

Eine Entspannung dieser Situation könnte nach Einschätzung des britischen Policy Action Teams 15 (PAT 15)²⁵ durch das digitale Fernsehen entstehen, mit dem ein Internetzugang möglich ist. Der Zugang wäre dann im häuslichen Umfeld machbar, ohne zusätzliche Technologie wie beispielsweise einen PC. Ähnliche Effekte können auch durch mobile Internetzugänge (UMTS-Mobiltelefone) erreicht werden, wenn diese einen entsprechend niedrigen Preis haben. Neben den genannten Personengruppen profitieren auch ältere und immobile Personen von dieser Art Internetzugang.

Die Anbindung aller deutschen Schulen an das Internet ist ein wichtiger Schritt zur Etablierung des Internets in der Lehre und damit in die langfristige Diffusion des Internets in die Gesellschaft. Erreicht wird dies, indem die Jugendlichen einen Zugang zum Internet bekommen und so das Internet mit Selbstverständnis nutzen lernen.

Nicht zu unterschätzen ist im Zusammenhang mit der Digitalen Spaltung natürlich auch der Internetzugang am Arbeitsplatz. In den Betrieben ist die Verbreitung der Internetanschlüsse schon weiter fortgeschritten als in den privaten Haushalten. Der erste Kontakt mit dem Internet findet für viele Arbeitnehmer in den Unternehmen statt. Es besteht damit eine Multiplikatorwirkung der Unternehmen, die durch eine vernünftige Regelung der privaten Nutzung des Internets am Arbeitsplatz verstärkt werden kann. Die meisten Unternehmen haben dies bereits erkannt und verhalten sich diesbezüglich relativ restriktionsfrei.²⁶ Die private Nutzung übt die Internetkompetenz und somit auch die effektivere Handhabung in betrieblicher Hinsicht. Erhöhter Einsatz des Internets für berufliche Aufgaben kann aber auch eine demotivierende Folge für das Internet im privaten Bereich haben. Man will privat nicht auch noch mit PC's und dem Internet umgehen.²⁷ Diese Einstellung könnte eine Folge fehlender Kenntnisse über den tatsächlichen Nutzen des Internets im privaten Bereich sein.

Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass der *Internetzugang* allein noch keine Erfolgsgarantie für die Gewinnung von Onlinern bedeutet. Neben der Zugangsmöglichkeit sind einige **Kompetenzen** erforderlich.

Obwohl das Internet ein Medium ist, über das elektronische Inhalte jeder Form wie z.B. Text, Bild (auch in Form von Videos) und Ton übermittelt werden können, ist die überwiegende Zahl der Informationen in Textform gehalten. Eine Voraussetzung um das Internet nutzen zu können, ist damit ein gewisser Grad an *Lese- und Schreibkundigkeit*.²⁸ Dies wird in Deutschland oft als selbstverständlich angesehen; es gibt aber einen erstaunlich hohen Anteil funktionaler Analphabeten (man schätzt ca. 4 Mio.). Neben dieser allgemeinen Kompetenz ist eine spezielle *Medienkompetenz* erforderlich. Das Wissen über die Funktionen und Möglichkeiten des Internets, die Bedienung des Internet-Browsers und die Bedienung von Suchmaschinen sind

²⁵ www.pat15.org.uk

²⁶ Wenn kein ausdrückliches Verbot besteht, kann von einer Duldung ausgegangen werden (Arbeitsgericht Wesel, AZ 5 Ca 4021/00)

²⁷ ARD/ ZDF-Offline-Studie 2000

²⁸ Man spricht hier auch vom **funktionalem Alphabetismus**: das Wissen und die Fähigkeit im Lesen und Schreiben, um gleichberechtigt an gesellschaftlichen Aktivitäten des jeweiligen Kulturkreises teilnehmen zu können; Definition der UNESCO <http://unesco.org/en/stats/stats0.htm>. Siehe auch www.alphabetisierung.de/hauptteil_hintergrund.html

nur ein Teil der erforderlichen speziellen Kenntnisse, um sich das Internet zu erschließen. Einen Beitrag zur Erlangung dieser Kompetenz will beispielsweise die Bildungsoffensive „start und klick!“ der Landesstiftung Baden-Württemberg leisten. Im Rahmen dieser Aktion werden günstige PC- und Internet-Kurse angeboten, in denen jeder Grundkenntnisse im Umgang mit Computern erlernen kann.²⁹

Weiterhin ist ein gewisses Maß an *technischer Kompetenz* nützlich. Die heutigen Zugangsgeräte sind in der Regel PC's, die eine Technologie mit vielen austauschbaren Komponenten haben, die zudem einer schnellen Entwicklung unterliegen. Die Internetfunktionalität ist bei diesen Geräten außerdem nur eine von vielen Funktionalitäten, sodass eine Grundfertigkeit zum Starten und Bedienen der gewünschten Funktion vorhanden sein muss.

Die vielfältigen Möglichkeiten sind für einige Personen eine Barriere für die Benutzung, die schon von den weniger komplexen Videogeräten bekannt ist. Ein Ausweg ist die bereits praktizierte Variante, einen PC speziell für das Internet zu konfigurieren. Dies bedeutet aber letztlich den Einsatz eines leistungsfähigen Gerätes auf eine einzige Aufgabe zu beschränken. Es liegt daher nahe, die Internetfunktionalität in Geräte zu integrieren, die ohnehin weit verbreitet sind, wie beispielsweise Fernsehgeräte oder Mobiltelefone. Dies ist aber gegenwärtig noch eine Entwicklung im Anfangsstadium. Die geeignete Form von universalen Zugangsgeräten kann noch einige Jahre auf sich warten lassen.

Für die Gruppe der Senioren, und für einige Behindertengruppen, sind die Bedienelemente und die Darstellung der Inhalte oft ein zusätzliches Hindernis. Die Tastaturen und die Navigationsmaus entsprechen u.a. insofern nicht ihren Bedürfnissen, als die Tasten zu klein sind und die Maus die Bewegungsauslässe unruhiger Hände nicht kompensiert. Die Politik, die Forschung und die Industrie sowie diverse Institutionen nehmen sich dieser Probleme seit einiger Zeit an.³⁰ Ausgereifte Lösungen liegen zur Zeit aber noch nicht vor. Bei steigender Zeckmäßigkeit und Benutzerfreundlichkeit der Zugangsgeräte wird die Bedeutung der technischen Kompetenz geringer.

Die bisher genannten Faktoren Zugang und Kompetenz, können als Barrieren für die Nutzung des Internets angesehen werden. Das Überwinden von Barrieren ist in der Regel kein Selbstzweck. Es muss eine Motivation bestehen, diese Barrieren zu überwinden. Diese Motivation erwächst daraus, einen Nutzen darin zu erkennen, ins Internet zu gehen. Der **erwartete Nutzen** des Einzelnen ist abhängig von den ihm bekannten Möglichkeiten und Inhalten des Internets. Es handelt sich dabei also um etwas Subjektives, das abhängig ist von den jeweiligen Interessen und Lebensumständen des Einzelnen sowie dessen Kenntnissen über das Internet.

Gerade im Bereich kommunaler Internetprojekte hat sich gezeigt, dass beispielsweise Informationen aus dem engeren Lebensumfeld, also aus der Kommune und den betroffenen benachbarten Orten, die meiste Anziehungskraft haben. Also solche Informationen, zu denen ein unmittelbarer Bezug besteht. Ähnlich verhält es sich mit Kommunikationsangeboten und Dienstleistungen.

²⁹ Weitere Informationen zur Aktion „start und klick!“ unter www.start-und-klick.de

³⁰ vgl. beispielsweise www.internet-ohne-barrieren.de. Die Universität Karlsruhe entwickelt Computertechnologie für Sehgeschädigte (<http://szswww.ira.uka.de>) Die Universität Leipzig betreibt ein Senioren Computer Testlabor (<http://gewima.uni-leipzig.de/main.html>). Der Computerhersteller Lintec (www.lintec-senior-club.de) vertreibt einen speziell für Senioren entwickelten Computer. Das Unternehmen bietet auch Software, Schulung und Service dazu an. Informationen zu unterschiedlichen Institutionen: Unterorganisation des World Wide Web Consortium (www.w3c.org) Web Accessibility Initiative (www.w3c.org/WAI); sowie www.cast.org/bobby; www.digitale-chancen.de

4.3. Handlungsfelder und Maßnahmen

Welche Handlungsfelder und Maßnahmen zur Förderung der Internetnutzung sind nun zu wählen? Schlagwortartig ließe sich das nach den Barrieren und Motiven aufzählen:

- Zugänge mit geringen Nutzungskosten schaffen
- Kompetenzen vermitteln
- Nutzen durch geeignete Inhalte schaffen

Eine andere Beschreibung der Tätigkeitsfelder ist der allgemeinere Bezug auf die Barrieren/Motivations-Darstellung in Abb. 8.

- Barrieren beseitigen
- Motivation durch differenzierte und nützliche Inhalte fördern

Mit Adressierung an die Internet-Industrie, also an die Infrastrukturanbieter, die Hersteller der Zugangsgeräte und die Bereitsteller von Inhalten und Diensten (Content-Anbieter) ist die Beschreibung der Tätigkeitsfelder so zu formulieren:

- Zugangs- und Nutzungskosten sowie Preise der Zugangsgeräte senken
- Handhabung und Bedienung der Zugangsgeräte einfacher gestalten
- Inhalte und Dienste anbieten, die einen wirklich hohen Nutzen für einen großen Teil der Bevölkerung haben ("killer application")

Die letzte Aufzählung liegt weniger im Bereich der Möglichkeiten von Kommunen und kann hier nur als Appell an die Adressaten verstanden werden. Weitere Betrachtungen beziehen sich deshalb auf die ersten Aufzählungen der Tätigkeitsfelder.

Wie bereits im Kapitel 4.2 erkennbar wird, ist ein ausgewogenes Verhältnis dieser Tätigkeitsfelder wichtig. Abb.8 zeigt, dass die **Schaffung von Zugängen** allein wenig sinnvoll ist, wenn die Kompetenz fehlt, diese Zugänge auch erfolgreich zu nutzen. Öffentliche Zugänge ohne Betreuung durch Mentoren beispielsweise können kaum dazu dienen, Neulinge ins Internet zu bringen. Die bereits zitierte britische PAT 15 hat hierzu schon in einer relativ frühen Phase des Internets Erfahrungen in benachteiligten Stadtteilen gemacht. Die Erfahrungen des Aktionsprogramms „Internet für alle“ in Baden-Württemberg haben dies bestätigt. Es bedarf einer fundierten Einführung und danach Hilfestellung bei den eigenen Versuchen.

Bei der Schaffung und Förderung privater Internetzugänge ist dieses Problem auf vielfältige Weise lösbar. Die Gemeinde Ingersheim hat für das Projekt „Senioren online“³¹ speziell geschulte Mitarbeiter aus der Verwaltung, der Nachbarschaftshilfe und ehrenamtliche Mitarbeiter zur Verfügung gestellt. Diese schulen die Zielgruppe und stehen danach bei Schwierigkeiten zur Verfügung. Dies ist eine sehr effektive aber teure Lösung. Eine weitere Möglichkeit ist die Bereitstellung von Helfern im Bedarfsfall (Mentoren), also bei auftretenden Schwierigkeiten, wie dies unter dem Motto „Jung hilf Alt“ in Wannweil geplant ist.³²

Für die Erhaltung und Anwendung einmal erworbener und gefestigter Kompetenzen sind öffentliche Zugänge ohne Betreuung durchaus geeignet. Es ist aber der Standort von Bedeutung, wie dies bereits im Kapitel 4.2 kurz angedeutet wurde. Wie dort erwähnt, sind Standorte im Lebensraum der Zielgruppen vorzuziehen. Dies baut

³¹ www.ingersheim.de

³² www.wannweil.de

Hemmschwellen ab und vermittelt das Gefühl des gewohnten Umgangs mit dem Internet. So sind Standorte in Jugendklubs, Vereinshäusern, Seniorenheimen oder anderen von den Zielgruppen frequentierten Lokalitäten geeignet.

Mobile Zugangsstandorte, wie dies die mobilen Internetcafés „mIC“ der Akademie Ländlicher Raum in Baden-Württemberg³³ zeigen, sind insbesondere für den ersten Kontakt und eine erste Einführung in das Internet geeignet. Zumal diese mobilen Zugänge die Möglichkeit bieten, den ersten Kontakt in eine für die Zielgruppe angenehmen Atmosphäre zu verlegen, beispielsweise einer von der Zielgruppe ausgerichteten Veranstaltung. Ein ähnlicher Ansatz wird mit der mobilen Internetsäule der Wirtschaftsförderung des Zollernalbkreises (siehe Abb.9) verfolgt.³⁴



Abbildung 9: Mobile Internetsäule des Zollernalbkreises

Die Vermittlung von Internet (Medien)-Kompetenz ist eine anspruchsvolle Maßnahme im Versuch, den Digitalen Spalt zu überbrücken, da hier individuelle Erwartungen und Verhaltensweisen berücksichtigt werden müssen. Das Angebot muss niederschwellig sein, d.h. es darf keine Versagensängste hervorrufen oder Erwartungshaltungen enttäuschen.

Ein Beispiel aus den Erfahrungen des Aktionsprogramms „Internet für alle“ soll dies verdeutlichen. So haben technische Ausdrücke oder Anglizismen im Titel einer Veranstaltung bestimmte Gruppen ferngehalten, weil das Gefühl der Überforderung auftrat (anderen Gruppen könnte ein zu einfach gestalteter Titel den Eindruck vermitteln, dass ihre Ansprüche nicht erfüllt werden). Damit ist eine Grundregel verdeutlicht:

Die Angebote müssen möglichst eng auf die Möglichkeiten und Erwartungen der Zielgruppen abgestimmt sein.

Es sollte kaum erwähnt werden müssen, dass die unmittelbare praktische Umsetzung sehr wichtig ist (learning by doing). Einen theoretischen Internetkurs gibt es schlichtweg nicht. Dies gilt für alle Zielgruppen.

Die Unterrichtung und Betreuung von „Internet-Neulingen“ kann auf unterschiedliche Weise erfolgen. Für die Bezeichnung der dafür eingesetzten Personen haben sich bestimmte Termini durchgesetzt, die einer Erläuterung bedürfen: *Tutoren* unterrichten in Klassenverbänden wie beispielweise Volkshochschulen oder anderen ähnlich strukturierten Ausbildungsmaßnahmen. *Mentoren* stehen bei Bedarf, also bei auftretenden Problem zur Verfügung. Ihre Einsatzorte sind beispielsweise betreute Internetcafés, aber auch bei der Betreuung privater Internetplätze werden sie eingesetzt. *Multiplikatoren* sind ehemalige Teilnehmer einer Ausbildungsmaßnahme, die ihr Wissen an Freunde und Bekannte weitergeben; beispielweise „Jung hilf Alt“.

³³ www.mfg.de/mic/home.html

³⁴ www.zollernalbkreis.de

Ein Erfolgsfaktor bei der Vermittlung von Medienkompetenz ist die Wahl der Tutoren. Die Nachfrager der Medienkompetenz begeben sich in den Veranstaltungen auf ein völlig neues Gebiet, das - wie bereits erwähnt - Ressentiments und Zurückhaltung bewirkt. Aber genau dies ist im Kontakt mit neuer Technologie bzw. einem neuen Medium nicht wünschenswert. Ein offenes Herangehen an die Materie wird unterstützt durch

Auswahl der Tutoren möglichst aus dem gleichen Milieu
oder der gleichen Zielgruppe,

weil sie die „gleiche Sprache sprechen“ wie die Aspiranten. Im Idealfall besteht eine persönliche Beziehung zu den Internet-Neulingen. Anonymität schafft neue Barrieren. Die Tutorenetzwerke sollten deshalb nicht zu groß sein. Allgemeine Experten-netze haben sich aus diesem Grund als wenig geeignet erwiesen. Gleiches gilt auch bei der

Gewinnung von Multiplikatoren.

Für dauerhaft eingerichtete, allgemein zugängliche Internetplätze und bei der Betreuung privater Internetanschlüsse

hat sich das Mentorenkonzept bewährt.

Bei den Mentoren handelt es sich um ausgebildete i.d.R. ehrenamtliche Betreuer, die im Bedarfsfall zur Hilfe geholt werden können. Bewährt hat sich - wie bereits erwähnt - die Akquisition der Mentoren aus dem Umfeld der Zielgruppen selbst, es gilt hier das Gleiche, was im Zusammenhang mit den Tutoren bereits beschrieben wurde.

Die Aneignung der erforderlichen Medienkompetenz ist eine nicht hinreichende Voraussetzung für die Internetnutzung. Es muss sich zusätzlich ein **Nutzen** zeigen. Dieser Nutzen ergibt sich durch die subjektive Bewertung der Inhalte im Internet. Die Inhalte erschließen sich dem Einzelnen aber nicht unmittelbar und von allein. Es ist notwendig zu lernen, wie man sie findet und nutzt. Die Funktion und Bedienung von Portalen, Suchmaschinen, Chatrooms und E-Mail sind nur einige Basiskenntnisse die vermittelt werden müssen. Die Art der Vermittlung dieser Kenntnisse ist zielgruppenabhängig. Also gilt auch hier der Grundsatz der Zielgruppenfokussierung. Dem interessierten Jugendlichen kann durch andere Inhalte eine Motivation verschafft werden als beispielsweise einem Senioren.

Es liegt nun die Überlegung nahe, **eigene zielgruppenorientierte Inhalte zu schaffen**, um damit die Motivation zu wecken und einen Nutzen erkennbar zu machen. Aufgrund der schon vorhandenen Angebote im Internet sollte hier aber folgendermaßen verfahren werden:

Zuerst die vorhandenen Inhalte erschließen, und dann
weitere schaffen.

Es ist sehr ressourcen- und zeitaufwändig, gute Inhalte zu schaffen. Das Rad sollte deshalb nicht neu erfunden werden. Die zweihundertste Seite mit Börsennachrichten nutzt niemandem wirklich. Auch Seiten über Fernreiseziele, evtl. aus dem eigenen Hobby heraus entstanden, werden kaum einen zusätzlichen Nutzen im Internet schaffen. Es hat sich gezeigt, dass Informationen, die dem Einzelnen lebensnah sind,

beispielsweise das eigene Hobby, lokale Nachrichten und Dienste, Informationen über eigene oder Probleme naher Angehöriger sowie Informationen über die eigene Familie ebenso wie Chatrooms und themenorientierte Foren eine große Anziehungskraft haben. Solche und andere regional- oder themengebundene Informationen und Dienste sind durchaus für die Schaffung neuer Internetseiten geeignet. Durch die Vernetzung regionaler Anbieter kann ein Synergieeffekt entstehen, der einen Zusatznutzen schafft und Ressourcen spart. Die Spezialisierung der verschiedenen Beteiligten führt zu einer optimalen Ausschöpfung der Möglichkeiten.

Es soll hier aber keine Lanze für die Regionalisierung des Internets gebrochen werden. Im Gegenteil, die globalen d.h. kulturen- und regionenübergreifenden Möglichkeiten sollten ein wesentlicher Inhalt von einleitenden Veranstaltungen sein. Es ist in vielen Kursen zu beobachten, mit welcher Begeisterung dies auch von den Teilnehmern aufgenommen wird. Der direkte und zeitnahe Austausch mit Menschen am anderen Ende der Welt ist, gerade im Zeichen der Globalisierung und der damit verbundenen größeren Mobilität, beeindruckend und für viele Teilnehmer ein Erlebnis. So können Eltern mit ihren in Übersee lebenden Kindern und Enkelkindern zeitnah kommunizieren und z.B. Bilder und Videos austauschen, oder es werden Diskussionen in „chat-rooms“ mit weit entfernten Teilnehmern geführt, aus denen gelegentlich Freundschaften entstehen.

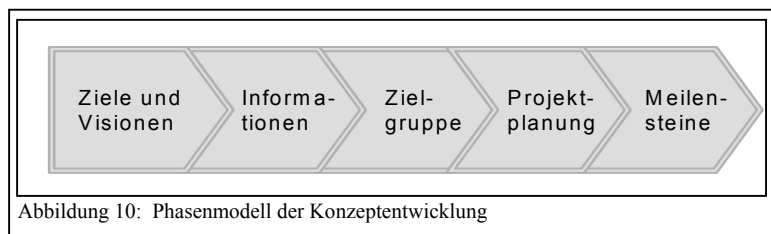
5. EIGENE KONZEPTENTWICKLUNG

Für viele Kommunen, kommunale Einrichtungen, ortsansässige Verbände und das Gewerbe stellt sich oft die Frage nach der Vorgehensweise bei der Planung und Durchführung von Internetprojekten. Es gibt diesbezüglich noch wenig Erfahrungen, aber die zur Verfügung stehenden werden in die weiteren Ausführungen einfließen.

5.1. Vorbereitung und Durchführung von Projekten

In vielen Fällen wurden Internetprojekte von einzelnen Personen aus der Verwaltung oder einer Organisation heraus initiiert. Meist auf der Grundlage eigenen Interesses für das neue Medium Internet. Aus anfänglich zaghafte Versuchen haben sich nicht selten größere Projekte entwickelt, die oft irgendwann den Initiator überfordert haben. Dies nicht zuletzt auch deshalb, weil einige der Initiatoren versuchten, als „Einkämpfer“ die Projekte durchzusetzen und umzusetzen. Sie hatten also weder die nötige Unterstützung übergeordneter Instanzen noch die notwendige Ressourcenverfügbarkeit.

Diesen Menschen ist hohes Lob zu zollen für ihre Absichten und für die Energien und Ideen, die sie in die Projekte eingebracht haben. Doch der fortschreitenden Professionalisierung des Internets sollte auch eine ebensolche in der Umsetzung von Internetprojekten folgen. Zu viele Ressourcen könnten verschwendet werden und eventuell enttäuschte Erwartungen zur Resignation führen.



Das Phasenmodell für die Konzeptentwicklung in Abb.10 ist lediglich ein Vorschlag, der dem speziellen Fall angepasst werden muss. Auf die einzelnen Phasen wird im Folgenden näher eingegangen.

5.1.1. Ziele und Vision für das Konzept

Das Setzen von beschreibbaren und kommunizierbaren **Zielen** hat eine Motivationsfunktion. Ziele sind handlungsleitend und tragen zur Bündelung von Ressourcen bei. Die Erfolgswirksamkeit von Zielen ist aus der Managementlehre bekannt und empirisch belegt.³⁵ Anspruchsvolle und präzise Ziele fordern zu höheren Leistungen heraus. Für spezifische und hinreichend präzise Ziele lautet deshalb die Kernaussage der Ziel-Leistungs-Theorie: Je höher das gesetzte Ziel, desto höher die realisierte Leistung. Bei vielen gescheiterten Projekten ist eine wenig spezifische Zielsetzung zu beobachten, sodass die Projekte letztlich „versanden“.

Wichtig ist deshalb die schriftliche Fixierung der Ziele. Sie dürfen nicht nur „im Kopf“ des Projektleiters bestehen, sondern müssen allen Beteiligten kommuniziert werden; besser noch, von allen Beteiligten festgelegt werden. Ziele müssen erreichbar sein und dürfen nicht zu weit in der Zukunft liegen. Erfolgreich umgesetzte Zwischenziele (quick wins) fördern die Motivation und die Akzeptanz der Entscheider und der Anwender. Dazu müssen die Erfolge aber bekannt sein, d.h. kommuniziert werden.

Visionen haben ebenfalls Zielcharakter, aber nicht jedes Ziel ist eine Vision. Visionen sind mehr zukunftsbezogen, mehr mit zentralen Werten und Emotionen verbunden als Ziele. Visionen sind wertorientierte Leitbilder, die auch über Rückschläge hinweg eine Vorgabe für das weitere Handeln darstellen und den Optimismus für die Zielerreichung aufrecht erhalten.

Ein einfaches Beispiel unternehmerischer Vision ist die des Computer-Unternehmens Apple, dessen schlichtes Motto „Der Computer für Jedermann“ ist. Im Fall des Digital Divide kann die Vision mit „Internet für alle“ beschrieben werden. Ein Beispiel eines ableitbaren Ziels könnte sein: "Jede Schule bekommt einen Internetanschluss".

5.1.2. Fragen, die man sich stellen sollte (Bedarfsermittlung)

Es ist zu erwarten, dass die regionalen und lokalen Gegebenheiten bezüglich des Digital Divide jeweils unterschiedlich sind. Effektive Maßnahmengestaltung muss deshalb diesen speziellen Gegebenheiten angepasst sein. Im Vorfeld konkreter Maßnahmen sollten daher einige Fragestellungen berücksichtigt werden.

Wie ist die Bevölkerungsstruktur der Kommune?

Diese Fragestellung betrifft zuerst die demographische Struktur und kann durch das statistische Landesamt beantwortet werden.³⁶ Wie bereits erwähnt, gibt es keine regionalen internetspezifischen Erhebungen. Wenn also beispielsweise die Anzahl der „Onliner“ oder die Präferenzen und Prioritäten des Angebots ermittelt werden sollen ist ein wenig Fantasie gefragt. Die Gemeinde Uhdlingen-Mühlhofen³⁷ und die Stadt Aalen³⁸ haben diese im Rahmen des Aktionsprogramms „Internet für alle“ durch Mitarbeiter der Verwaltung in Feld-Umfragen erhoben. Die Gemeinden Mönchweiler³⁹ und Wannweil⁴⁰ sind den Weg erfolgreich über Arbeitsgemeinschaften (AG's) in den Schulen gegangen.

³⁵ Hans Corsten/ Michael Reiß: „Handbuch Unternehmensführung“, Gabler

³⁶ www.statistik.baden-wuerttemberg.de/SRDB/

³⁷ www.uhdlingen-muehlhofen.de

³⁸ www.Aalen.de

³⁹ www.moenchweiler.de

⁴⁰ www.wannweil.de

Aus der Bevölkerungsstruktur ergibt sich dann die Fragestellung:

Wer soll mit einem Angebot erreicht werden?

Hier wird eine grobe Gruppierung vorgenommen, die später in eine Zielgruppendefinition mündet.

Als nächstes kann eine Fragestellung zur Definition des eigenen Angebots hilfreich sein:

Welches Angebot gibt es in unserer Kommune bereits?

Diese Fragestellung hört sich sehr selbstverständlich an und dennoch wird oft gegen den dahinterliegenden Sinn verstoßen. Das zehnte Internetcafé - möglicherweise an einem falschen Standort - macht in einer kleinen Gemeinde einfach keinen Sinn. Wichtig wäre es also zu wissen, welche Angebote bereits existieren und welche Erfahrungen damit gemacht wurden.

Aus den Kenntnissen der bisherigen Fragestellungen ergibt sich nun die Frage:

Welches Angebot benötigt die Kommune?

Aus dieser Frage kann sich eine Unzahl an Maßnahmen ergeben, die eigentlich wichtig wären. Es ist aber aus Gründen der verfügbaren oder aktivierbaren Ressourcen meist nicht möglich, alle Maßnahmen in Angriff zu nehmen. Deshalb klärt eine weitere Frage die Möglichkeiten und Prioritäten:

Welche Angebote möchte die Kommune bereitstellen?

An dieser Stelle ist eine kritische Selbsteinschätzung notwendig. Kann das, was für richtig und notwendig gehalten wird, auch „gestemmt“ werden? Es wäre fatal, übergroße Projekte zu beginnen, die nicht fertig gestellt werden können. Es wird sich später kaum jemand finden, der bereit wäre, an einem ähnlichen Projekt zu arbeiten. Es ist deshalb besser, kleine Projekte zu Ende zu bringen und diese später zu erweitern oder neue darauf aufbauend anzugehen, als ein zu großes Projekt scheitern zu lassen.

Bei der Auswahl von geeigneten Maßnahmen steht nicht die Faszination der Technik im Vordergrund, sondern der Nutzen, der mit dem Projekt generiert werden kann. Es sollte also keine technikgeleitete sondern eine nutzenorientierte Maßnahmengestaltung dominieren

Selbst das kleinste Projekt ist nicht ohne finanzielle Mittel durchführbar. Die Frage:

Wie kann das Projekt finanziert werden?

sollte man sich *vor* Beginn eines Projektes stellen. Eine „Projektruine“ aus Mangel an finanziellen Mitteln schreckt spätere Förderer und Mitarbeiter ab. Leider wird die Frage der Finanzierung nicht selten erst im laufenden Projekt gestellt, mit dem Hintergrund, „wenn das Projekt erst läuft, werden wir die Mittel schon bekommen“. Auf die Frage der Projektfinanzierung wird weiter unten im Kapitel 5.1.5 noch detaillierter eingegangen.

Speziell in kleineren Gemeinden wird in dieser Phase der Projektvorbereitung oft die Feststellung folgen: „das überschreitet unsere Möglichkeiten“. Das Projekt muss daran aber nicht scheitern. Die Frage:

Wird ein weiterer Partner (Sponsor) benötigt?

führt meist zu einer Lösung, die auf das Einbinden lokaler oder regionaler Partner hinausläuft. Wenn man einen potenziellen Partner anspricht sollte aber klar sein, dass für beide Seiten ein Vorteil aus dem Konzept entstehen muss (in der Spieltheorie mit win-win-Situation bezeichnet).

Wenn alle bisher gestellten Fragen geklärt sind, sollte eine letzte Frage dazu dienen durch Reflexion einen möglicherweise überhöhten Enthusiasmus aufzudecken:

Warum ist das Konzept gut?

Dies sollte eine kritische (nicht zögerliche oder unsichere) Hinterfragung aller bisherigen Planung sein. Dazu kann durchaus auch die Hinzuziehung und Diskussion mit dritten - am Konzept bisher unbeteiligten - Personen hilfreich sein. Wenn die Initiatoren weiterhin vom Konzept überzeugt sind, kann die Formulierung und Umsetzung konkreter Maßnahmen angegangen werden.

5.1.3. Zielgruppen

Maßnahmen, die der Heranführung an das Internet dienen, müssen zielgruppenorientiert sein, da sonst die Gefahr besteht, dass sie „ins Leere laufen“.

Breit definierte Zielgruppen sind meist mit breit angelegten Maßnahmen verbunden, die der allgemeinen Erhöhung der Anschlussdichte von Internet-Anschlüssen dienen.

Sehr schmal definierte spezifische Zielgruppen werden mit speziellen Maßnahmen erreicht, die der Schließung der Digitalen Spaltung dienen sollen.

Zielgruppen müssen in der Regel nach mehreren Dimensionen definiert werden. Die Zielgruppe „Mädchen“ kann unter Umständen nicht spezifisch genug sein. Eine Erweiterung der Dimension könnte sein: „Mädchen aus Immigrantenfamilien“. Je besser die Zielgruppe definiert ist, desto wirkungsvoller ist die Maßnahme. Es ist aber zu beachten, dass die Größe der Gruppe i.a. kleiner wird, je spezifischer sie ist. Die Kosten der Maßnahmen für kleine Gruppen sollten daraufhin überprüft werden. Neben den soziodemografischen Variablen können auch Soziale Milieus verwendet werden (zu Milieus siehe Literaturhinweis im Kap. 7).

5.1.4. Projektplanung, Projektmanagement

Internetprojekte sind komplex und vielschichtig, da sie Technologie, wirtschaftliche Aspekte, Recht, oft auch Soziologie, Psychologie, und weitere Gebiete betreffen. Frühe Internetprojekte wurden in bewundernswerter Weise von einzelnen Promotoren vorangetrieben und bewältigt. Es hat sich gezeigt, dass sich oft nur auf diese Weise eine Technologie oder ein neues Medium durchsetzen.

Die Projektleiter wurden oft von Inspiration geleitet und sie bewältigten ihr selbstgestecktes Ziel meist mit Improvisation. Zu diesen zwei I (Inspiration und Improvisation) sollten nun die zwei P (Planung und Projektmanagement) hinzukommen, denn die erhöhten Ansprüche aufgrund neuer Technologien und Dienste lassen sich nicht anders beherrschen.

Die Erfahrungen haben aber auch gezeigt, dass dies für kleinere Gemeinden ein Problem sein kann. Aus solchen Gemeinden kam deshalb der Vorschlag, ein Pro-

jektmanagement auf einer höheren kommunalen Ebene (Kreis oder Land) zur Verfügung zu stellen.

Projektmanagement ist eine Gesamtheit von Führungsaufgaben und –organisation sowie Führungstechniken und -mitteln für die Abwicklung eines Projekts (DIN 69901).

Es handelt sich also um Methoden und Formalismen, die gelernt und eingeübt sein sollten, zumindest sollten die Grundzüge bekannt sein. In Internetprojekten ist zudem die Kenntnis über die neuen Technologien vorteilhaft. Einige der erfolgreichen Teilnehmer des Aktionsprogramms „Internet für alle“ haben in Kenntnis der nicht verfügbaren Kapazitäten mit den erforderlichen Voraussetzungen externe Projektmanagement-Kräfte eingesetzt.

Projektmanagement zeichnet sich insbesondere durch Strukturierung des Gesamtprojekts, festlegen von Meilensteinen, einer klar geregelten Kommunikation innerhalb und außerhalb des Projektteams sowie der Projektdokumentation aus. Wichtig ist bei den Meilensteinen, dass sie eingehalten werden - notfalls mit allen verfügbaren Mitteln.

Der Projektstrukturplan gliedert – wie in Abb.11 ersichtlich - das Projekt in Teilprojekte bis hinunter zu ausführbaren Arbeitspaketen. Dadurch wird eine bessere Projektübersicht und eine leicht zu erfassende Fortschrittskontrolle des Projekts möglich. Für Internetprojekte hat sich das traditionell sehr formalisierte Projektmanagement weniger bewährt. Ein flexibles Projektmanagement, das die Grundsätze des Projektmanagement beibehält, aber flexibel und kurzfristig auf neue Entwicklungen reagieren kann, ist weit besser geeignet.

Selbst bei großen Projekten sollte die Anzahl der ständigen Mitglieder des Projektteams fünf bis acht Personen nicht überschreiten. Im Bedarfsfall können weitere Arbeitsgruppen gebildet werden, die sich mit speziellen Themen befassen und an den Projektleiter berichten. Die Organisation des Projektteams und eventueller Lenkungsgremien muss dokumentiert und den Beteiligten bekannt gemacht werden.

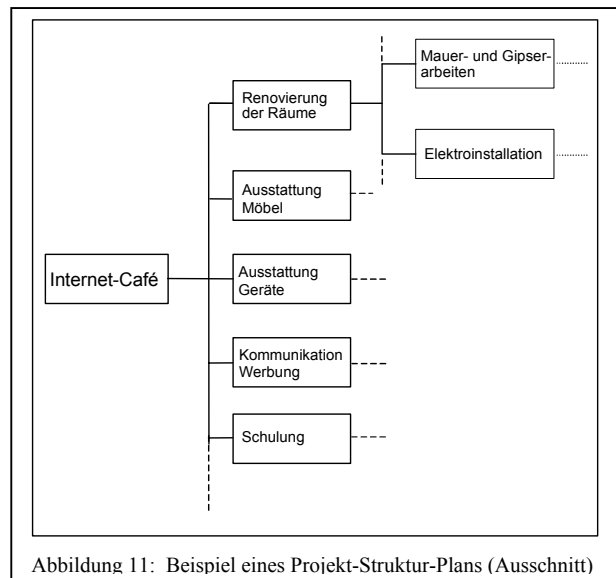


Abbildung 11: Beispiel eines Projekt-Struktur-Plans (Ausschnitt)

5.1.5. Finanzierung

Bei der Realisierung von Internetprojekten ist die Finanzierung einer der zentralen Punkte. Die Möglichkeiten der Finanzierung sind aber stark abhängig von den örtlichen Gegebenheiten. An dieser Stelle kann deshalb nur auf einige allgemeingültige Fragen eingegangen werden.

Bei umfangreichen Projekten mit einem langen Zeithorizont ist ein detaillierter Finanzplan kaum möglich, da die technische Entwicklung und die Entwicklung der Preise eine seriöse Kalkulation erschwert. In solchen Projekten ist es besser, die zeitlich naheliegenden Teilprojekte zu kalkulieren und für die weiter in der Zukunft liegenden Teilprojekte lediglich einen Rahmenplan zu erstellen.

Bei der Erstellung des Finanzplans darf nicht übersehen werden, dass neben dem Investitionsaufwand auch die Kosten des laufenden Betriebs berücksichtigt werden müssen. Die Mittelherkunft kann verschiedene Quellen haben, die hier nur grob skizziert werden.

- *Mittel aus dem Kommunalbudget.*
- *Public-Privat-Partnership (ppp).* Die Höhe der privaten Beteiligung ist dabei u.a. von der Bereitschaft abhängig, die Kontrolle über das Projekt auf den privaten Partner zu verlagern. Gesetze und Verwaltungsvorschriften sind zu beachten.
- *Öffentliche Mittel.* Die Gewährung öffentlicher Mittel ist von entsprechenden Aktionen auf Landes-, Bundes- oder europäischer Ebene abhängig. Die Verfügbarkeit und Vergabebedingungen solcher Mittel muss also im jeweiligen Fall recherchiert werden.
- *Spenden.* Es können Sachspenden oder Geldspenden geleistet werden. Die steuerliche Absetzbarkeit auf Seiten des Spenders ist im Einzelfall zu prüfen. Sie liegt im allgemeinen dann vor, wenn eine gemeinnützige Einrichtung der Empfänger ist. Die Spendenbereitschaft für Internetprojekte ist nach bisherigen Erfahrungen nicht ausgeprägt.
- *Sponsoring.* Diese Art der Mittelgenerierung hat sich bei Internetprojekten als relativ erfolgreich erwiesen, wenn dem Sponsor die Vorteilhaftigkeit seines Engagement deutlich gemacht werden konnte. Im Gegensatz zur Spende wird beim Sponsoring vom Geber eine Gegenleistung des Empfängers erwartet. Im einfachsten Fall kann dies die Bereitstellung von Werbemöglichkeiten für den Sponsor sein.

Wichtig bei der Finanzierung - gleich welcher Art - ist die Dauerhaftigkeit über den gesamten Projektverlauf. Dies bedeutet für die Projektverantwortlichen die ständige Bemühung, die Sinnhaftigkeit des Projekts glaubhaft zu machen. Dies gilt insbesondere bei ‚ppp‘-Projekten und im Fall des Sponsoring. Wenn - wie es im Verlauf eines Projektes des Aktionsprogramms „Internet für alle“ passiert ist - ein Sponsor „abspringt“ ist das Projekt oft zum Scheitern verurteilt, denn andere Geldgeber werden kaum die Verpflichtungen übernehmen.

5.1.6. Werbung (Projektkommunikation)

Der Erfolg eines Projekts ist stark davon abhängig, wie die *Kommunikation nach innen und nach außen* gestaltet ist.

Die **Kommunikation nach innen** dient der Motivation der Projektbeteiligten und insbesondere der Entscheidungsträger, die von einem Projekt überzeugt werden müssen. Es hat sich als gute Praxis erwiesen das Projekt mit einer ersten Sitzung (kick off) zu starten. In dieser Sitzung wird das Projekt nochmals erläutert sowie die Projektorganisation und -kommunikation bekannt gemacht. Die mit dem Projekt verbundenen Visionen und Ziele werden dargelegt und die Meilensteine bestätigt. Das ‚kick off‘ sollte gut vorbereitet werden und überzeugend in Inhalt und Form der Darbietung sein, denn mit dieser Sitzung wird die ‚Visitenkarte‘ des Projekts abgegeben.

Die **Kommunikation nach außen** wendet sich an die Öffentlichkeit (Öffentlichkeitsarbeit) und insbesondere an die Zielgruppen des Projekts. Sie macht das Projekt inhaltlich bekannt und versucht Akzeptanz zu erzeugen. Die Kommunikation - oder Werbung - muss also die Zielgruppen ansprechen und anziehen. Dazu ist eine zielgruppengerechte Aufbereitung und Vermittlung wichtig. Dies impliziert, dass es keine allgemeingültigen Formen der Werbung gibt. Fantasie und Einfühlungsvermögen in die ‚Welt‘ der Zielgruppen ist eine gute Basis für erfolgreiche Werbung. Man sollte sich aber vor der Gefahr des ‚Überziehens‘ hüten.

Angesichts der allgemein knappen Mittel ist der Streuverlust der Werbung gering zu halten. Der Streuverlust bezeichnet den Teil der Werbung, der die Zielgruppen nicht erreicht. Beispielsweise könnte das Verteilen von Flyern in der Fußgängerzone einer Gemeinde einige Streuverluste aufweisen, wenn die Zielgruppe ‚Mädchen mit Migrationshintergrund‘ sein sollen.

Die gewählten Werbemedien können die ganze Bandbreite verfügbarer Medien ausmachen. Es wurden bereits Flyer, bedruckte T-Shirts, Pressemitteilungen, Zeitungsartikel, E-Mail-Newsletter, Events (evtl. mit Einsatz von Prominenz) für Internetprojekte erfolgreich eingesetzt, bis hin zu journalistischen Beiträgen in Radio und Fernsehen, die zur Kommunikation des Projekts beitragen. Der Einsatz geeigneter Medien richtet sich nach der Art des Projekts und den anzusprechenden Zielgruppen sowie nach den Mitteln, die für die Werbung zur Verfügung stehen.

5.1.7. Technologien

Die Informationstechnologie allgemein, aber speziell die Internet-Technologien, sind einem schnellen Wandel unterworfen. Zudem gibt es eine große Zahl von Anbietern und technischen Lösungen, die das gleiche Resultat erzielen. Es braucht deshalb fundiertes Wissen über verfügbare Technologien, um diejenige Lösung zu finden, die den gewünschten Zweck am besten und wirtschaftlichsten erfüllt. „Technische Naivität“ kann zu folgenschweren Fehlentscheidungen führen. In einem Projektteam sollte dieses Wissen vorhanden sein - entweder durch Teammitglieder oder durch externe Berater. Einholen von Informationen über Lösungen und Erfahrungen aus bereits realisierten ähnlichen Projekten ist zur Absicherung der eigenen Planung zu empfehlen. Wenn eine Lösung gefunden wurde ist es wichtig, diese zu dokumentieren, um spätere Änderungen und Erweiterungen ohne Probleme durchführen zu können. Leider wird die Dokumentation oft zu wenig beachtet. Bei der gegenwärtigen Entwicklung werden Änderungen und Erweiterungen sicher nötig werden. Zudem erschließen sich durch neue Technologien neue Möglichkeiten, die umgesetzt werden können. Ein Internetprojekt kann deshalb auch selten als endgültig abgeschlossen betrachtet werden. Nach angemessener Zeit ist eine Revision der Technologien und Angebote vorzunehmen.⁴¹

Sicherheits- und Datenschutzaspekte sind ebenfalls wichtige Themen, die bisweilen zu wenig Beachtung bekommen. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), der Landesdatenschutzbeauftragte und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geben einige Hinweise dazu.⁴²

Zu langsame Datenleitungen und Endgeräte, die nicht annähernd dem Stand der Technik entsprechen, können Internet-Neulinge schnell frustrieren. Der gelegentliche Einsatz von Gebrauchtgeräten ist deshalb skeptisch zu bewerten, es sei denn, sie wurden von Fachleuten entsprechen aufgerüstet. Für den Bereich des Internets ist dabei die Prozessorgeschwindigkeit zweitrangig; ausreichender Speicherplatz und schnelle Modems sind wichtiger.

⁴¹ vgl. Material zur Medienentwicklung Nr. 8, Leitfaden: Kommunen im Netz, MFG, www.mfg.de/internet-fuer-alle

⁴² Siehe www.bsi.de ; www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de ; www.sicherheit-im-internet.de

5.2. Erfolgsfaktoren

Zusammenfassend können die Erfolgsfaktoren auf zwei Ebenen betrachtet werden. Zum einen auf der Ebene der Konzeption einer Maßnahme und zum anderen auf der Ebene der Projektdurchführung (Realisierung).

Erfolgsfaktoren bei der Konzeption einer Maßnahme

- Feststellen des tatsächlichen Bedarfs in der Kommune/Region.
- Nicht technikgeleitet (technikverliebt), sondern nutzenorientiert entscheiden.
- Es sollte eine ausgewogene Balance von **Zugang, Kompetenz und Nutzen** entstehen.
- Zugänge werden dort am besten angenommen und genutzt, wo der Lebensmittelpunkt (gewohnte Umgebung) der Zielgruppe ist.
- Kompetenzen müssen zielgruppengerecht vermittelt werden.
- Angebote müssen niederschwellig sein. Keine Schwellenangst durch Sprache und Form der Veranstaltung erzeugen (schon beim Titel und Anmeldeverfahren beachten!).
- Nutzen wird aus einer subjektive Erwartung und Bewertung beurteilt. Der Nutzen des Internets erschließt sich nicht von selbst, er muss dem Internet-Neuling vermittelt werden.
- Tutoren und Mentoren wenn möglich aus der selben Bevölkerungsgruppe oder ähnlichem Milieu gewinnen.
- Gezielte Kommunikation (Bewerbung) der Maßnahme.
- Vernetzung von Partnern und anderen Maßnahmen auf lokaler und regionaler Ebene.

Erfolgsfaktoren bei der Realisierung einer Maßnahme

- Präzise Ziele setzen. Bei großen und längerfristigen Projekten eine Vision entwickeln (think big, start small).
- Finanzierung auch längerfristig sichern. Eventuell Partner und/oder Sponsoren gewinnen. Investitionsaufwand und Aufwand des laufenden Betriebs beachten.
- Internetprojekte sind „Chefsache“. Die höchste Führungsebene muss Promotor sein.
- Methoden des Projektmanagements anwenden
 - Projektteam (max. 5 bis 8)
 - Teamstruktur (evtl. zusätzliche Arbeitsgruppen)
 - Projektstruktur (Projektstrukturplan PSP)
 - Ressourcenplan (Wer, Was steht wann, wie lange zur Verfügung)
 - Meilensteine festlegen und einhalten
 - Kommunikationsstruktur festlegen (Teamintern, -extern)
 - Dokumentation des Projektinhalts und –fortschritts.
- Kommunikation des Projekts und des Projektfortschritts bei Mitgliedern des Projektteams, Partnern, Sponsoren, Spendern und der Öffentlichkeit.
- Besser kleine Projekte mit Erfolg beenden (quick wins), als große scheitern zu lassen.

Die aufgeführten Erfolgsfaktoren ergeben sich aus den bisher gemachten Erfahrungen in Baden-Württemberg. Mit zunehmender Zahl an realisierten Projekten können sich durchaus noch weitere Erfolgsfaktoren herauskristallisieren.

5.3. Stolpersteine

Die Auswertung der Internetprojekte des Wettbewerbs im Rahmen des Aktionsprogramms „Internet für alle“ in Baden-Württemberg hat eine Anzahl Stolpersteine beziehungsweise Probleme deutlich gemacht. Eine große Anzahl der Stolpersteine sind typisch für ein ungeübtes Projektmanagement, andere sind Eigenheiten, die jeder Organisationseinheit mehr oder weniger anhaften, wieder andere sind verbunden mit Unkenntnis der Materie Internet. Die wenigsten sind also Stolpersteine, die speziell Internetprojekten anhaften. Dennoch werden sie hier aufgeführt, denn das Auftreten solcher Probleme kann ein Indikator für korrekturbedürftiges Herangehen an eine Maßnahme sein. Bei Wahrnehmung der Stolpersteine kann dann auf geeignete Weise gegengesteuert werden.

Die Darstellung in Abb.12 zeigt eine Auswahl der Probleme in Zuordnung zu den einzelnen Phasen des Projekts - von der Projektidee bis zur Realisierung - in denen sie aufgetreten sind.

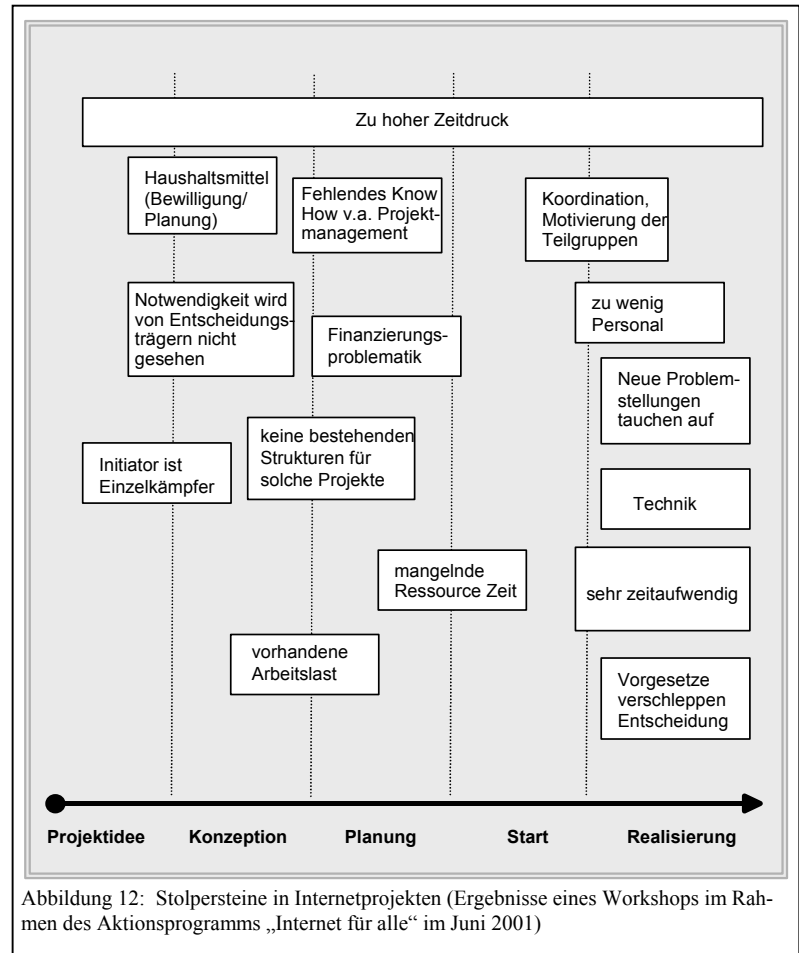


Abbildung 12: Stolpersteine in Internetprojekten (Ergebnisse eines Workshops im Rahmen des Aktionsprogramms „Internet für alle“ im Juni 2001)

Einzig herausragender Stolperstein in direkter Verbindung zu Internet-Projekten ist:

Das Projektmanagement hat keine Kenntnisse über Internet-Technologien, und darüber, wie das Internet als Medium eingesetzt werden kann, oder es kann nicht auf entsprechende fundierte Kenntnisse zurückgreifen.

6. PROJEKTBEISPIELE

Einige Beispiel-Projekte aus Baden-Württemberg, der Bundesrepublik und auch weltweit sollen zu neuen Ideen anregen. Es empfiehlt sich, Erfahrungen auszutauschen und bestehende Lösungsansätze bei der Planung eigener Projekte zu diskutieren. Direktes Kopieren bestehender Projekte ist aber in den meisten Fällen nicht sinnvoll, da die lokalen Gegebenheiten berücksichtigt werden müssen.

6.1. Siegerprojekte „Internet für alle“

Im Rahmen des Aktionsprogramms „Internet für alle“ fand ein Wettbewerb zu Internet-Konzepten statt, die folgende Kriterien erfüllen mussten:

- ◆ Beitrag zur Erhöhung der Anschlussdichte in der Bevölkerung
- ◆ Steigerung der Online-Kompetenz bei allen Bürgern
- ◆ Breitenwirkung der Projekte
- ◆ Innovationsgrad und Kreativität der Projektidee
- ◆ Erschließung neuer Zielgruppen ("Offliner")
- ◆ Vorbildfunktion der Konzepte für andere Kommunen, Landkreise und Regionen
- ◆ Einbindung und Vernetzung regionaler und kommunaler Akteure
- ◆ Nachhaltigkeit der Projekte
- ◆ Realisierbarkeit

Aus 104 Bewerbungen wurden die 20 besten Konzepte ausgewählt und im Februar 2001 mit einem Förderpreis ausgezeichnet. Die Projekte sind mittlerweile zum größten Teil umgesetzt. In der folgenden Auflistung sind die Projektnamen, eine stichwortartige Beschreibung der wichtigsten Maßnahmen und die Internet-Adressen der 20 Projektträger zusammengestellt.

Projektname	Beschreibung (Stichworte)	Ort www.Adresse
Vereinsnetz	Vernetzung aller 127 Vereine und der Gemeindeverwaltung	Stutensee www.stutensee.de
Kommunales Internetprojekt der Gemeinde Wannweil zur Erhöhung der Akzeptanz des Internets und zur Steigerung der Online-Kompetenz in der Bevölkerung	Umfangreiche Maßnahmen z.B.: - öffentliche Terminals - Schulungen für spez.Zielgruppen - E-Mailadressen für alleBürger - Gewerbeportal SMS Termine für Events, Mülltermine etc.	Wannweil www.wannweil.de
Internet für alle	Offliner ins Internet bringen, Medienkompetenz fördern, Anschlussdichte erhöhen, Kommunikation in der Gemeinde mit Hilfe der neuen Medien erhöhen: - Öffentliche Zugänge - Einsteiger- u. Fortgeschrittenenkurse - Internet-Beratung - Foren	Uhldingen-Mühlhofen www.uhldingen-muehlhofen.de

Projektname	Beschreibung (Stichworte)	Ort www.Adresse
Mönchweiler- Ein Dorf wird Mediendorf	Umfangreiche Maßnahmen z.B.: <ul style="list-style-type: none"> - E-Mailadresse für alle Bürger - Virtueller Dorfladen - Schule wird Medien-Kompetenzentrum - Vortragsprogramme - Medientage 	Mönchweiler www.moenchweiler.de
Web.Treff Kornwestheim	<ul style="list-style-type: none"> - Einrichten von Web.Treffs d.h. betreute öffentliche Internetzugänge mit speziellen Zielgruppen. - Ausbilden von Web.Guides (Mentoren) - Schulungsangebote 	Kornwestheim www.kornwestheim.de www.kornwestheim.org
Kommunales Internet C@fé (KIC)	Internetcafé für spezielle Zielgruppen. <ul style="list-style-type: none"> - Arbeitslose - Frauen - Behinderte - Senioren - Jugendliche Jeweils mit Schulungsangeboten und Betreuung. Zusammenarbeit mit dem Arbeitsamt.	Walldürn, Ortsverein der Arbeiterwohlfahrt www.wallduern.de
Family-Cyber-Point	Vernetzung aller Mitglieder des Landesverbands Familienbildung Baden-Württemberg. Schulungsmaßnahmen in den einzelnen Stützpunkten.	Landesverband Familienbildung www.familienbildung-bw.de
Jugend-Infonet(JIN), Kinder-Infonet (KIN), Senioren-Infonet (SIN), Familien-Infonet (FIN)	<ul style="list-style-type: none"> - Portale für unterschiedliche Zielgruppen 	Rottweil www.rottwiel.de www.jugend-infonet.de www.kinder-infonet.de
www.wir-wollens-wissen Baden-Baden „internetal“	<ul style="list-style-type: none"> - Kurse für versch. Zielgruppen - Unternehmerforum - Internetcafé - Forum - Events 	Baden-Baden www.baden-baden.de
net.4.all@filderstadt.de	Vernetzung von Politik, Verwaltung und Bürgerschaft. <ul style="list-style-type: none"> - Öffentliche Zugänge - zielgruppengerechte Schulungen - Events (LAN Party) 	Filderstadt www.filderstadt.de/f-pro.htm
Jung und alt - wir sind drin	Breiter Maßnahmenkatalog <ul style="list-style-type: none"> - Öffentliche Internetzugänge - Schulungen - Lokale Community - Frauenprotal - Ausländerportal - Virtueller Einkaufsladen 	Aalen www.aalen.de
„Regionet“ - eine modellhafte Vernetzung von Stadt und Landkreisen	<ul style="list-style-type: none"> - Ausstattung von Vereinen, Jugendhäusern ect. mit Internetanschlüssen. - Ausbildung von Betreuern. - Vernetzung möglichst vieler Einrichtungen 	Landkreis Heilbronn und Tübingen, Stadt Hechingen. www.landkreis-heilbronn.de www.kreis-tuebingen.de

Projektname	Beschreibung (Stichworte)	Ort www.Adresse
Senioren Online	<ul style="list-style-type: none"> - Einführungskurse für Senioren im häuslichen Umfeld. - Leihweise Überlassung eines Computers für vier Wochen. - Einrichten von öffentlichen Internetzugängen 	Ingersheim www.ingersheim.de
Gmünd vernetzt	<ul style="list-style-type: none"> - Nutzenvermittlung und Schulung von Familien auf Wettbewerbsbasis. - Speziell entwickelte öffentliche Kioske (4 Terminals) - Powerline Pilotanwendung - Speziell Konfigurierte Internet PC's werden angeboten. 	Schwäbisch-Gmünd www.schwaebisch-gmuend.de
Zentrum für Kommunikation und neue Medien	<ul style="list-style-type: none"> - Internetcafé wird von Jugendlichen in Eigenleistung erstellt, von der Renovierung bis zum Zusammenbau und Konfiguration der Geräte. Das Café steht dann unterschiedlichen Zielgruppen zur Verfügung. - Schulung von Anwendersoftware bis zum Internet 	Gengenbach www.stadt-gengenbach.de
Entwicklung von Medienkompetenz und -praxis im Rahmen der Sprachförderung von jungen Menschen mit Migrationshintergrund- hier: SpätaussiedlerInnen	<ul style="list-style-type: none"> - Im Rahmen der Sprachförderung wird Internet-Kompetenz vermittelt. - Schaffen von öffentlichen Zugängen zur weiteren Festigung des Erlernten. 	Karlsruhe www.karlsruhe.de
E-P-O-S	<p>Erste Pfullinger Online Soap</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jugendliche erstellen Soap Videos und stellen diese ins Internet <p>Erzeugt bereits Interesse bei anderen Gemeinden und beim lokalen Fernsehsender</p>	www.epos-web.de/
Bibliotheken als Webportale	<ul style="list-style-type: none"> - Betreute öffentliche Zugänge (Internetcafé) - Zielgruppenspezifische Kurse (Internetführerschein) - Themengebundene Linksammlung für unterschiedliche Zielgruppen - Ausbildung von Web-Pilots (Mentoren) für das ganze Stadtgebiet 	Stadtbibliothek Freiberg a. Neckar www.freiberg.bib-bw.de
BürgerService4uns	Sehr umfangreiche Maßnahmen von öffentlichen Terminals bis Schulungen.	Ihlsfeld www.ihlsfeld.de
Zollernalb.com oder das Internet kommt zum Bürger	<ul style="list-style-type: none"> - Mobile Internetsäule (Abb. 9) - Virtueller Einkaufsladen für die Versorgung ländlicher Gebiete (connecting Generations) 	Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Zollernalbkreis mbH www.zollernalbkreis.de

6.2. Deutschland

Im gesamten Bundesgebiet gibt es zahlreiche Projekte, mit deren Hilfe die Digitale Spaltung überwunden werden soll. Im Rahmen dieses Praxisleitfadens kann daher nur versucht werden, einige Projekte exemplarisch für bestimmte Gruppen solcher Projekte darzustellen.

„**Netzwerk Digitale Chancen**“⁴³, ein Projekt der Universität Bremen (Prof. Dr. Herbert Kubicek) zur Vernetzung von Projekten und Initiativen zur Überwindung der Digitalen Spaltung.

Das Projekt wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gefördert und hat partnerschaftliche Beziehungen zur Benton Foundation in den USA und dem Internet Provider AOL. Ab 2002 geht das Projekt in eine Stiftung der Universität Bremen und AOL über. Ziel ist die Vernetzung der Zugangs- und Lernorte in Deutschland. Dazu werden diese in einer Datenbank zusammengestellt und können beispielsweise im Internet oder unter der Telefonnummer 01805-383725 Postleitzahlen bezogen abgerufen werden. Darüber hinaus stellt die Web-Site „www.digitale-chancen.de“ Tipps und Best-Practice Beispiele für Zugangs- und Lernorte bereit. Umfangreiche Informationen und Analysen zur Digitalen Spaltung runden das Angebot ab.

Ein Projekt, das gezielt eine Zielgruppe anspricht, ist das Projekt „**Senioren OnLine**“ des evangelischen Verbands für Altenarbeit im Rheinland. Dieser hat in Zusammenarbeit mit dem Kuratorium Deutsche Altershilfe dieses Projekt als umfassendes EDV-gestütztes Netzwerk für ältere Menschen aufgebaut.

Es wurde eine seniorengerechte Netzinfrastruktur geschaffen durch welche Senioren/Innen an den Inhalten des Internets für junge Nutzer teilhaben aber auch ihre eigenen Interessen verfolgen können. Senioren OnLine bietet hierfür in Kooperation mit verschiedenen Bildungseinrichtungen Schulungen an sowie Hotline-Nummern, Online-Hilfen und E-Mails, um auftretende Probleme mit der Technik zu beseitigen. Zudem ist ein offener Informationspool zu seniorenrelevanten Themen eingerichtet. Senioren OnLine bietet somit nicht nur ein Informationsangebot, sondern auch Beratung und Unterstützung in allen Lebensbereichen mit dem Schwerpunkt der Kompetenzvermittlung. Das Angebot für SeniorenInnen reicht von einer Internetsuchmaschine über Foren, Chats, Hotlines, Ratgebern und Merkblätter bis hin zu Schulungsangeboten.⁴⁴

WEB for All ist ein Projekt, dass sich für die Verbreitung von Standards für ein barrierefreies Internet in Deutschland und eine behindertengerechte Gestaltung von Websites einsetzt. Das Projekt wird getragen vom Verein zur beruflichen Integration und Qualifizierung e.V. (VbI) in Heidelberg. Alle MitarbeiterInnen des Projekts sind schwerbehindert, d.h. haben physische Handicaps. Zwei Kolleginnen sind blind bzw. stark sehbehindert und deshalb besonders qualifiziert dafür, Webseiten auf Ihre Barrierefreiheit zu überprüfen. WEB for All bietet Beratung, Überprüfung und Gestaltung von Websites sowie Informationsveranstaltungen an. Ferner kann beim Projektteam ein Handbuch „Barrierefreiheit im Internet“ für Webdesigner bestellt werden.⁴⁵

Mit dem Programm „**start und klick!**“ wird ein Projekt vorgestellt, das versucht, über Schulungen Internet- und PC-Kompetenz bei allen Bevölkerungsgruppen aufzubauen. Hierzu bietet die Landesstiftung Baden-Württemberg landesweit günstige PC- und Internetkurse für alle Interessenten mit wenig oder keinen Erfahrungen im Bereich PC oder Internet an. Die Kursangebote sind jeweils auf die Bedürfnisse von

⁴³ www.digitale-chancen.de

⁴⁴ www.senioren-online.net

⁴⁵ www.webforall-heidelberg.de

Einsteigern zugeschnitten und werden mit Hilfe verschiedener Kursanbietern vor Ort angeboten. Informationen zu den Kursen und Anbieter können im Internet oder per Hotline zum Ortstarif (01801-070700) abgerufen werden. Die Kurse vermitteln Grundkenntnisse und finden in kleinen Gruppen mit mindestens 16 Unterrichtseinheiten von 45 Minuten Dauer statt.

Angeborene PC-Kurse sind u.a. Grundlagen des PC's, Betriebssysteme, Textverarbeitung (z.B. Word), Tabellenkalkulation (z.B. Excel), Datensicherheit, Ergonomie und Kommunikation (Fax, E-Mail) sowie Internetkurse. Die Internetkurse sind wiederum unterteilt in Grundlagen des Internets, Zugang zum Internet, Browser, Suche, Kommunikation im Internet, Informations- und Freizeitangebote, Einkaufen und Finanzen sowie Recht und Sicherheit.⁴⁶

Als Möglichkeit der Schaffung von öffentlichen Internet-Zugängen soll hier der „**Esslinger Bürger-PC**“ vorgestellt werden. Das Steinbeis-Transferzentrum entwickelt im Rahmen von Media@Komm den sogenannte Bürger-PC, d.h. einen öffentlichen Internetzugang. Der PC ist nicht nur auf die Internetnutzung konfiguriert, sondern stellt darüber hinaus Standard-Bürosoftware und weitere Software bis hin zum HTML-Editor bereit, mit dem Internetseiten gestaltet werden können. Ein Lesegerät für Signaturkarten ermöglicht beispielsweise digitale Unterschriften für Transaktionen mit Behörden. Ein besonderes Merkmal ist die Möglichkeit der Personalisierung. Dies erlaubt ein persönliches Profil einzustellen und auf einen Datenträger zu speichern (ZIP-Disketten) und somit beim nächsten Nutzen eines der öffentlichen Bürger-PC's damit weiterzuarbeiten; inkl. der gespeicherten persönlichen Dokumente. Nach der Nutzung werden diese Daten auf dem Datenspeicher des PC gelöscht. Es bleiben also keinen persönlichen Daten auf dem PC zurück, auch wenn diese nicht auf den ZIP-Datenträger gespeichert werden. Die volle Nutzungsbandbreite erschließt sich aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten des PC nur dem geübten Benutzer. Aus diesem Grund stehen an fast allen öffentlich zugänglichen Installationsorten während der üblichen Öffnungszeiten Mentoren zur Verfügung, die bei Bedarf Hilfestellung oder Anleitung zum selbstorganisierten Lernen geben.⁴⁷

Als sehr umfassendes Programm soll zum Abschluss die „**Initiative D21**“ vorgestellt werden. Hierbei handelt es sich um einen Zusammenschluss mehrerer Unternehmen (u.a. IBM, Alcatel SEL, Arthur D. Little, debis und Dresdner Bank), die es sich zum Ziel gemacht haben, die Rahmenbedingungen für die Informationstechnologie in Deutschland durch eine Zusammenarbeit von Staat und Wirtschaft zu verbessern.⁴⁸

Die Initiative D21 hat zu diesem Zweck verschiedene Projekte ins Leben gerufen. Zu nennen wäre hier u.a. das Projekt „Internet Klassenzimmer“, in dessen Rahmen versucht werden soll, alle allgemeinbildenden Schulen mit internetfähigen vernetzten Computern auszustatten. Das Teilprojekt „hardware4friends“ wiederum bietet Internet-Kurse für Anfänger an und benutzt die Einnahmen aus diesen Kursen für die PC-Ausstattung von Schulen. Weitere Projekte gehen in ähnliche Richtungen. Im Rahmen der Initiative D21 werden vor allem jüngere Menschen angesprochen.

⁴⁶ www.start-und-klick.de

⁴⁷ www.buerger-pc.de

⁴⁸ www.initiatived21.de

6.3. Weltweit

Frankreich:

Die France Telecom⁴⁹ beschreitet beispielsweise einen interessanten Weg für öffentliche Terminals. Sie hat auf der Basis des iMac⁵⁰ ein einheitliches Kunststoff-Gehäuse geschaffen, das den Bildschirm die Tastatur und alle sonst nötigen Geräte inklusive einer Telefonkarten-Einheit enthält. Mit dem Einschoben einer gültigen Telefonkarte wird automatisch in das Internet eingewählt und der Internetbrowser geöffnet. Für eine geringe Gebühr kann sofort mit dem "Surfen" begonnen werden. Diese Terminals stehen in Gasthäusern, Hotels, Cafés, öffentlichen Gebäuden bis hin zu den kleinen Einkaufsläden auf Campingplätzen.

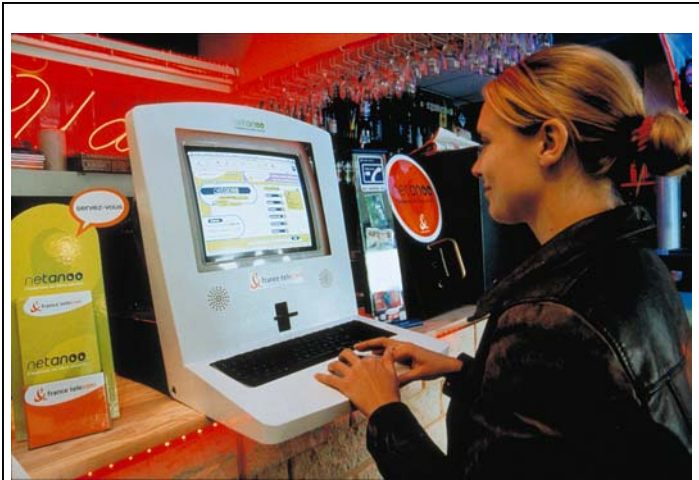


Abbildung 13: Öffentliches Terminal mit Telefonkarten-Betrieb
(Foto: JF Balarot / France Telecom)

Indien:

Die indische gemeinnützige Organisation „The Simputer Trust“⁵¹ vertreibt einen portablen Computer für den Internetzugang, der den Erfordernissen von Analphabeten entspricht. Er ist mit einem Touch-Screen sowie Spracheingabe und -ausgabe versehen und ist für einige der vielen indischen Dialekte ausgelegt. Ein Erfahrungsbericht liegt noch nicht vor.

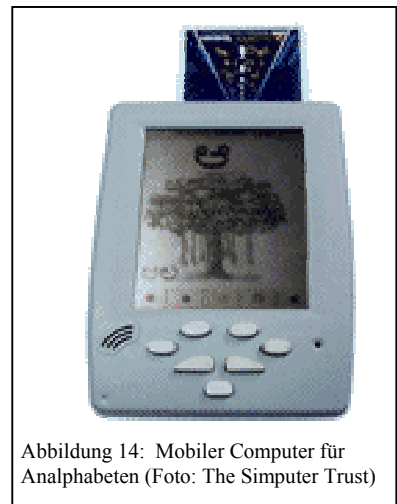


Abbildung 14: Mobiler Computer für Analphabeten (Foto: The Simputer Trust)

USA:

⁴⁹ www.francetelecom.fr

⁵⁰ Computermarke des Computerherstellers Apple

⁵¹ www.simputer.org

In den USA werden eine Vielzahl von Maßnahmen gegen die Digitale Spaltung ergriffen. Als Beispiel werden hier nur die Community Technology Centers (CTCs)⁵² genannt. Dies sind von Kommunen oder gemeinnützigen Organisationen betriebene Zentren, in denen diejenigen, die keinen Zugriff auf IT-Technologie haben, sich mit dieser Technologie vertraut machen können. Einige der CTCs nehmen freiwillige Beiträge der Teilnehmer zur Finanzierungsbeihilfe.

Die angebotenen Programme sind:

Öffentlicher Zugang und Laborzeit. Hier können Erfahrungen mit der Anwendung als auch mit der Handhabung und Konfiguration von Computern gemacht werden (incl. Internet). Ein Teil der verfügbaren Zeit wird speziellen Zielgruppen (Kinder, Senioren etc.) zur Verfügung gestellt.

Vorschul- und Familien-Aktivitäten. Eltern können mit ihren Kindern die Einrichtung nutzen.

Aktivitäten nach der Schule. Schülern werden nach dem Schulunterricht verschiedene Angebote gemacht.

- Umgang mit kommerzieller Software (Word, Excel usw.)
- Elektronische Spiele
- Internetzugang
- Multimedia Entwicklung: Homepages, CDs usw.
- Musizieren und schreiben eigener Stücke (Hard- und Software wird gestellt)

Erwachsenenbildung

Vorbereitung auf die Arbeitswelt und Karriere-Beratung

Arbeitsvermittlung in Kooperation mit der kommunalen Arbeitsvermittlung.

⁵² www.ed.gov/offices/OVAE/CTC

7. LINKLISTE UND QUELLEN

Links:

Die folgenden Links sollen einen Überblick zum Thema Digital Divide geben. Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Von den angegebenen Webseiten aus können über weitere Links viele weitere Webseiten im Internet angesteuert werden.

Deutschland:

Initiativen zur Überwindung der Digitalen Spaltung:

Aktionsprogramm "Internet für alle" Baden-Württemberg
www.mfg.de/internet-fuer-alle

MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg
Aktuelle Zahlen zur Online-Nutzung, Medienentwicklung allgemein, Verschiedene Initiativen.
www.mfg.de

Bildungsoffensive „start und klick!“ der Landesstiftung Baden-Württemberg zur Erhöhung der Internet-Kompetenz bei Bürgern.
www.start-und-klick.de

Initiative der Bundesregierung "Internet für alle"
www.bundesregierung.de/top/ordner/dokument/Schwerpunkte/Internet_fuer_alle/ix429_.htm / www.bmwi.de (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie)

Initiative D21. Eine von Privatunternehmen gegründete Initiative.
www.initiatived21.de

Programm zur Steigerung der Internetnutzung bei Frauen.
www.frauen-ans-netz.de

Netzwerk Frauen.Innovation.Technik Baden-Württemberg
www.netzwerk-fit.de

Initiativen zur Steigerung der Internetnutzung und –kompetenz bei Senioren.
www.senioren-online.net
www.uni-ulm.de/LiLL/
www.gemeinsamlernen.de

Esslinger Bürger-PC (öffentlicher Internet-Zugang).
www.buerger-pc.de

Mobiles Internet Café
www.mfg.de/mic/

Institutionen und Organisationen, die geeignete Hard- und Software für Senioren und Behinderte entwickeln und/oder deren Interessen vertreten.
www.internet-ohne-barrieren.de
www.webforall-heidelberg.de
www.ira.uka.de (Uni Karlsruhe)
www.gewima.uni-leipzig.de
www.lintec-senior-club.de (Computerhersteller Lintec)

Informationen zur Digitalen Spaltung:

Umfangreiche Informationen zum Thema Digital Divide. Datenbank der öffentlichen Zugänge in Deutschland nach Postleitzahlen

www.digitale-chancen.de

Studien und Informationen zur Mediennutzung in Deutschland vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest.

www.mpfs.de

Politische Partizipation der Bürger über neue Medien. Informationen zu diesem Thema unter:

www.perspektive-deutschland.de

www.buergerprogramm2002.de

www.internetwahlen.de

www.politik-digital.de

Informationen zum Medienrecht.

www.bmwi.de

www.uni-rostock.de

www.einfuehrung-internetrecht.de

Demografische Informationen in Baden-Württemberg

www.statistik.baden-wuerttemberg.de

Informationen zu allen Bereichen (durch verschiedene Ministerien) über das Portal Baden-Wuerttemberg.de

www.baden-wuerttemberg.de

Sicherheit im Internet

Informationen zum Sicherheits- und Datenschutzaspekt

www.bsi.de (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik)

www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de

www.sicherheit-im-internet.de

Zeitschriften mit (unregelmäßigen) Artikeln zum Thema Digitale Spaltung:

Wirtschaftswoche (Online-Ausgabe) mit verschiedenen Artikeln.

www.wiwo.de

Manager Magazin (Online-Ausgabe)

www.manager-magazin.de

Zeitschriften mit Artikeln rund um das Internet (z.B. Sicherheit, Hard- und Software).

www.informationweek.de

www.e-commerce-magazin.de

www.computerwoche.de

www.internetworld.de

www.heise.de

www.zdnet.de

Weltweit:

„Falling through the net“-Berichte der US-amerikanischen Regierung.
www.digitaldivide.gov

Private Non-Profit Organisation. Versucht Lösungen zu entwickeln, die den benachteiligten Bevölkerungsgruppen helfen, um so den Digital Divide zu verringern.
www.digitalpartners.org

DOT Force (Organisation der G8-Staaten) zum Digital Divide zwischen Industrie- und Entwicklungsländern.
www.dotforce.org

Weitere Organisationen, die sich mit der Digitalen Spaltung beschäftigen.
www.oecd.org (OECD – Organisation for Economic Co-Operation and Development)
www.weforum.org (Weltwirtschaftsforum)

Schweizer Wettbewerb vom Bundesamt für Kommunikation.
www.comknight.ch/deutsch

Staatliches „Policy Action Team (PAT) 15“ in Großbritannien, das sich mit der Digitalen Spaltung beschäftigt.
www.pat15.org.uk

Europäisches Programm „eEurope“.
www.europa.eu.int

Portabler Computer für den Internet-Zugang (für Analphabeten geeignet). Vertrieben durch eine gemeinnützige indische Organisation.
www.simputer.org

US-amerikanische Bildungsbehörde mit Informationen zu Community Technology Centers.
www.ed.gov/offices/OVAE/CTC

Literatur:

Digitale Spaltung in Deutschland

Booz Allen & Hamilton, Initi@tive D²¹

Digitale Spaltung in Deutschland

Ausgangssituation, Internationaler Vergleich, Handlungsempfehlungen August 2000

www.initiated21.de ; www.bah.de/content/publikationen_events/5h_studien.asp

Digitale Spaltung in den USA

Benjamin M. Compaine (Hrsg.)

The Digital Divide

- Facing a Crisis or Creating a Myth -

The MIT Press, 2001, ISBN 0-262-53193-3

Digitale Spaltung weltweit

Pippa Norris

Digital Divide

Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide

Cambridge University Press, 2001, ISBN 0-521-80751-4

Internet und Politik

Demokratie und das Internet

Anthony G. Wilhelm

Democracy in the Digital Age

Routledge, 2000, ISBN 0-415-92436-7

Kommunen und das Internet

Robert Korz, Stephanie Schneider, Nicole Übele

Praxisleitfaden „Kommunen im Netz“

Hrsg. MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg

Materialien zur Medienentwicklung Nr. 8, Juli 2001

www.mfg.de/internet-fuer-alle

Milieus und das Internet

Michael Schenk, Malthe Wolf

Nutzung und Akzeptanz von E-Commerce

Hrsg. Akademie für Technikfolgeabschätzung in Baden-Württemberg

Schrift Nr. 209/ November 2001

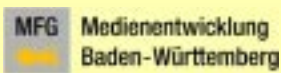
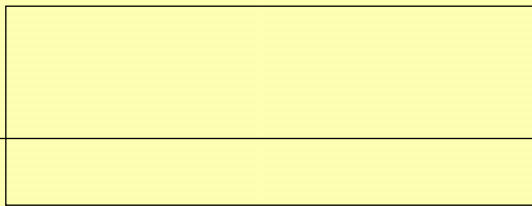
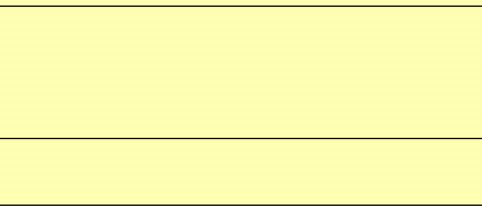
Senioren und das Internet

Carmen Stadelhofer, Christian Carls (Hrsg.)

Internet sinnvoll nutzen! Für Menschen ab 50 und davor (CD-ROM)

Zentrum für Allgemeine Wissenschaftliche Weiterbildung der Universität Ulm (ZAWiW), Oktober 2000

www.zawiw.de



MFG Medien- und Filmgesellschaft
Baden-Württemberg mbH
Medienentwicklung

Breitscheidstraße 4
70174 Stuttgart
Telefon: 07 11 / 9 07 15-3 00
Telefax: 07 11 / 9 07 15-3 50
E-Mail: mfg@mfg.de
www.mfg.de



ITM Informations- und
TechnologieManagement
Beratungsgesellschaft mbH

Wollgrasweg 49
70599 Stuttgart
Telefon: 07 11 / 4 51 29-10
Telefax: 07 11 / 4 51 29-29
E-Mail: korz@itm-consulting.de
www.itm-consulting.de



Staatsministerium
Baden-Württemberg

Richard-Wagner-Straße 15
70184 Stuttgart
Telefon: 07 11 / 21 53-0
Telefax: 07 11 / 21 53-3 31
E-Mail: poststelle@stm.bwl.de
www.baden-wuerttemberg.de

