

## Studie zur Mediennutzung: Wikipedia und Facebook dringen in alle Bereiche vor

Telekom Austria Group präsentiert beim Europäischen Forum Alpbach Studie mit Ländervergleich Österreich, Slowenien und Kroatien

Wikipedia und Facebook sind die am häufigsten genutzten Web 2.0 Plattformen - Facebook liegt bei den Jungen ganz vorne

Mit privaten Daten gehen Jugendliche im Netz freizügig um

Beim diesjährigen Forum Alpbach präsentierte die Telekom Austria Group eine aktuelle Mediennutzungsstudie zum Thema „Informationsverhalten, Web 2.0 und Auswirkungen auf die Gesellschaft“ und zieht einen Vergleich zwischen Österreich, Slowenien und Kroatien. Die Online-Befragung wurde im August 2010\* bei jeweils 500 Internet-Usern von GfK Austria durchgeführt.

Informations- und Kommunikationstechnologien verändern unsere Gesellschaft deutlich, vor allem durch die sogenannten Digitalen Natives, also die junge Generation ab Jahrgang 1980, die mit Handy, Computer und digitalen Medien aufgewachsen sind. Mit den damit verbundenen Konsequenzen muss man sich auseinandersetzen – dies war für Dr. Hannes Ametsreiter, Generaldirektor der Telekom Austria Group, der ausschlaggebende Grund für die aktuelle Studie. „Die Telekom Austria Group schafft mit ihren Angeboten die Netzinfrastruktur für Anwendungen der Zukunft. Wir wollen gesamtheitliche Lösungen für die Kommunikationsbedürfnisse unserer Kunden schaffen, dazu müssen wir Trends und Entwicklungen frühzeitig erkennen. Als Markt- und Innovationsführer tragen wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen zum Fortschritt bei, und verstehen es als Teil unserer Verantwortung, die Menschen in dieser sich - durch Technologien - wandelnden Gesellschaft Orientierung und Sicherheit zu geben“, erklärte Ametsreiter.

Mit dem Thema Mediennutzung und –kompetenz greift die Studie ein Kernthema der aktuellen Debatte zu den gesellschaftlichen Veränderungen durch Web 2.0 Anwendungen auf.

### „Wikipedia lügt nicht“ – Glaubwürdigkeit liegt mit TV und Print gleich auf

Europas Jugend ist online - die aktuelle Studie bestätigt dies jedenfalls für die untersuchten Länder Österreich, Slowenien und Kroatien, wo bereits Dreiviertel der Befragten großen Wert auf einen Breitband-Internetanschluss legen. 50 Prozent der Österreicher fühlen sich ohne Internetzugang bereits „von der Außenwelt abgeschnitten“ und in ihren Kommunikationsmöglichkeiten stark beschränkt. In Slowenien liegt der Anteil derjenigen, die sich ohne Internet nicht wohl fühlen, bei 65 Prozent, in Kroatien sogar bei rund 80 Prozent. „Das positive Image von Web 2.0 Anwendungen als glaubwürdige Informationsquelle ist bei den Usern sehr hoch. Man kann sagen, Wikipedia ist das neue Fernsehen, die neue Tageszeitung, und das spiegelt sich auch in der abgefragten Glaubwürdigkeit wieder, die immerhin bei über 50 Prozent liegt“, so Prof. Dr. Rudolf Bretschneider, Geschäftsführer GfK Austria. Die Vernetzung über Social Media Plattformen und das mehrmalige tägliche Einloggen auf diesen Internet-Seiten ist für unter 19-jährige User praktisch unerlässlich: 85 Prozent der jungen Internet-User in Österreich besitzen einen Facebook-Account, in Slowenien liegt der Anteil bei 90 Prozent, in Kroatien sogar bei 100 Prozent.

### Kaum Vorbehalte bei privaten Infos: Zwei Drittel der User machen sich jedoch Sorgen

Angesichts der hohen Glaubwürdigkeitswerte, die die aktuelle Mediennutzungsstudie liefert, ist es nicht verwunderlich, dass User in Plattformen, wie Facebook, oft freizügig und ohne Vorbehalte, private Informationen zur Verfügung stellen. Unterschiede zeigen sich bei der Art der Daten, die auf Plattformen wie Facebook ins Netz gestellt werden: Die User in Kroatien gehen besonders freizügig mit Angaben zu ihrem vollständigen Namen (67 Prozent), einem gut erkennbaren Foto (69 Prozent) und ihrer E-Mail-Adresse (63 Prozent) um. Anders in Slowenien: hier geben User lieber Auskunft über ihre Post-Anschrift (29 Prozent) und Telefonnummer (20 Prozent). Ein weiteres spannendes Ergebnis der Studie ist die Einschätzung der Gefahren, die mit dem Online-Stellen persönlicher Informationen einhergehen. Frei nach der Idee „das

betrifft nur die Anderen“ sehen User die eigene Privatsphäre grundsätzlich weniger gefährdet als jene anderer User. Ein Drittel der Österreicher und Slowenen macht sich überhaupt keine Sorgen über ihre Privatsphäre im Netz (in Kroatien liegt der Anteil sogar bei rund 50 Prozent). Allerdings denken doch zwei Drittel darüber nach, wie persönliche Inhalte aus dem Kontext gerissen werden könnten.

### **Social Networks fördern Beziehungen und schaffen Interesse an neuen Themen**

Durch den Zugang zum Internet erhalten User heute eindeutig mehr Informationen in kürzerer Zeit als noch vor fünf Jahren. Damit steigt auch das Interesse an Themen, die früher unbekannt waren und ein Großteil der User glaubt, dass es dadurch die Möglichkeit von politischen Veränderungen gibt. Zudem wird dem Web 2.0 Potenzial zugesprochen, für oder gegen ein Thema zu mobilisieren. Aktuelles zum Tagesgeschehen wird nun häufiger über die neuen Medien erfahren. Online-Zeitungen und das Internet dienen generell v. a. der Information. Bei der Unterhaltung kommen nach wie vor TV und Radio zum Einsatz. Erfreulich ist, dass sich die sozialen Netzwerke generell positiv auf Beziehungen auswirken, vor allem der Freundeskreis und berufliche Kontakte profitieren davon.

### **Starke Verknüpfung von Internet und Handy**

Die Verknüpfung von Internet und Handy ist ebenfalls Thema bei den Usern. Aktuell sind diese beiden die wichtigsten Kommunikationskanäle. Rund 30 Prozent der österreichischen und slowenischen User nutzen Social Media auf ihrem Mobiltelefon. In Kroatien sind es bereits über 40 Prozent, die auch unterwegs Online-Informationen einholen. Während den Österreichern nichts über ein persönliches Gespräch geht, werden in Kroatien und Slowenien bei beruflichen Kontakten E-Mail und Handy bevorzugt.

### **Telekom Austria Group – Engagement für die Wissensgesellschaft**

Infrastruktur und Dienstleistungen von Telekommunikationsunternehmen bilden das Rückgrat unserer (Wissens-)Gesellschaft. „Informationstechnologien haben gesellschaftsverändernde Kraft: Sie können Menschen mobilisieren, machen Wissen einer breiten Öffentlichkeit zugänglich, Stichwort Wikipedia, und verbinden Menschen über Alters- und Ländergrenzen hinweg“, so Hannes Ametsreiter. „Ein Grund, warum wir uns mit dem Bildungs- und Informationsverhalten, dem Arbeitsalltag und der privaten Lebensumwelt der Menschen auseinandersetzen und den Dialog mit den relevanten Zielgruppen und Entscheidungsträgern als essentiell ansehen.“ Initiativen der Telekom Austria Group sind unter anderem die Hedy Lamarr Lectures, die gemeinsam mit der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und dem Medienhaus Wien internationale Experten zu die möglichen gesellschaftlichen Folgen des aktuellen Wandels zu öffentlichen Vorlesungen einladen; weitere Aktivitäten umfassen zahlreiche Kooperationen mit Universitäten und Forschungseinrichtungen, den future.talk oder die Förderung der KinderuniWien, bei der in diesem Jahr ebenfalls begleitend eine spezielle Kinderstudie\*\* zum Themenschwerpunkt Social Media und rechtzeitige Entwicklung von Medienkompetenzen durchgeführt wurde.

### **Über die Telekom Austria Group:**

Die Telekom Austria Group ist führender Telekommunikationsanbieter im CEE-Raum. Die Gruppe notiert seit November 2000 an der Wiener Börse und ist in acht Ländern tätig: in Österreich (A1 Telekom Austria), Slowenien (Si.mobil), Kroatien (Vipnet), den Republiken Serbien (Vip mobile) und Mazedonien (Vip operator), Bulgarien (Mobitel), Weißrussland (Velcom) sowie in Liechtenstein (mobilkom liechtenstein). Das Geschäftsfeld Festnetz umfasst Sprachtelefonie, Daten- und IT-Lösungen, Internet-Access, Multimedia-Dienste sowie Wholesale, das Geschäftsfeld Mobilkommunikation beinhaltet Sprachtelefonie, mobiles Internet sowie Daten- und Payment-Lösungen. Die Unternehmensgruppe betreut rund 2,3 Millionen Festnetzanschlüsse in Österreich und 19 Millionen Mobilfunk-Kunden in den acht Ländern. Die Telekom Austria Group beschäftigt mehr als 16.000 MitarbeiterInnen und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2009 einen Umsatz von 4,8 Mrd. EUR. Der Vorstand der Telekom Austria Group setzt sich aus Generaldirektor Dr. Hannes Ametsreiter und Finanzvorstand und Generaldirektor-Stellvertreter Mag. Hans Tschuden zusammen.

Weitere Informationen unter [www.telekomaustria.com](http://www.telekomaustria.com)

\* Befragungszeitraum: AT: 05.-08.2010; SI:11.-19.08.2010; HR: 12.-20.08.2010

\*\* Die Kinderstudie wurde im Rahmen der diesjährigen Kinderstudie des Instituts market durchgeführt. 507 Kinder im Alter zwischen 6 und 14 Jahren wurden repräsentativ für die Kinder in Österreich mittels face-to-face im April 2010 befragt.