

Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011

→ Onlinenutzung von Migranten

Von Thorsten Müller* und Natalie Beisch**

Die Internetverbreitung und die damit verbundene Onlinenutzung sind in Deutschland in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Im Jahr 1997, dem Jahr der ersten ARD-Onlinestudie, waren gerade einmal 6,5 Prozent der Menschen in Deutschland online – anderthalb Jahrzehnte später sind es bereits fast drei Viertel der Bevölkerung, die das Internet nutzen. (1)

Erstmals umfangreiche Daten zur Internetnutzung von Migranten erhoben

Im Rahmen der zweiten von der ARD/ZDF-Medienkommission beauftragten und von TNS emnid Bielefeld durchgeführten Studie Migranten und Medien 2011 wurde neben der Nutzung von Fernsehen, Radio und Tageszeitung auch die Onlinenutzung der Migranten untersucht. Zwar wurde bereits in der ersten Studie aus dem Jahr 2007 das Thema Internetnutzung bei Migranten erhoben, jedoch noch nicht in dem Umfang, wie es in der aktuellen Studie umgesetzt wurde. Die Daten erlauben nun einen detaillierten Blick auf die Internetnutzung und -gewohnheiten von Migranten. Es wird dabei der Frage nachgegangen, welchen Stellenwert das Internet bei den Migranten besitzt, welche Gewohnheiten und Nutzungspräferenzen sich herauskristallisiert haben, welche Funktionen das Netz für die Migranten erfüllt und welche Angebote konkret genutzt werden.

Die Analyse basiert auf der Befragung von 3302 Migranten aus sechs Herkunftsländern bzw. -regionen (Türkei, Russland/ehem. UdSSR, Polen, Italien und Griechenland sowie Serbien/Montenegro/Kroatien/Bosnien-Herzegowina). Die Studie repräsentiert damit 7,4 Millionen Menschen, das heißt, etwa 59 Prozent aller in Deutschland lebenden Personen mit Migrationshintergrund (12,5 Millionen). Eine detaillierte Beschreibung des Studiendesigns liefert der Beitrag von Erk Simon und Ulrich Neuwöhner in diesem Heft.

Reichweite und Nutzung des Internets

Tagesreichweite von 39%

Derzeit geben rund 39 Prozent der befragten Menschen mit Migrationshintergrund an, das Internet am Vortag genutzt zu haben. Während die Tagesreichweiten von Fernsehen (79%) und Radio (51%) im Vergleich zur Studie Migranten und Medien 2007 auf hohem Niveau stagnieren oder sogar leicht rückläufig sind, verzeichnet das Internet über alle Altersgruppen und Ethnien hinweg erhebliche Zuwächse. Vier Jahre zuvor hatte das Internet täglich nicht einmal jeden vierten Migranten (22 Prozent) erreicht – damit hat sich die Tagesreichweite des Internets bei den Migranten um mehr als 70 Prozent erhöht.

* WDR Medienforschung.

** ZDF-Medienforschung.

Der Vergleich mit den Zahlen der aktuellsten Erhebung der Langzeitstudie Massenkommunikation aus dem Jahr 2010, nach der rund 43 Prozent aller in Deutschland lebenden Menschen täglich über das Internet erreicht werden, zeigt die tendenzielle Annäherung der Bedeutung des Internets von Migranten und der Gesamtbevölkerung (vgl. Tabelle 1). Über alle Altersgruppen hinweg ist die Reichweite bei Migranten derzeit noch niedriger, wobei für Menschen mit oder ohne Migrationshintergrund immer noch festzustellen ist, dass das Netz von jüngeren Menschen stärker genutzt wird als von älteren. So ist die Internetreichweite bei 14- bis 29-jährigen Migranten aktuell mit 59 Prozent (73% in der Gesamtbevölkerung) fast dreimal so hoch wie bei den über 50-jährigen, von denen 21 Prozent täglich erreicht werden (etwa genauso viele wie in der Gesamtbevölkerung). Darüber hinaus zeigen sich auch signifikante Unterschiede bei Geschlecht und Bildung, wobei sowohl für die Migranten als auch für die Gesamtbevölkerung gilt: Das Internet wird von Männern und von Menschen mit formal höherer Bildung tendenziell stärker genutzt als von Frauen und Menschen mit niedrigerem Bildungsniveau, wenn auch festzustellen ist, dass die Differenzen in den letzten Jahren immer geringer geworden sind (vgl. Tabelle 2).

Der Vergleich der Ethnien zeigt insgesamt relativ geringe Unterschiede bezüglich der Reichweite des Internets. Mit 35 Prozent fällt sie bei Menschen türkischer Herkunft unterdurchschnittlich aus (vgl. Abbildung 1). Bei Menschen mit russischen oder griechischen Wurzeln und aus dem ehemaligen Jugoslawien ist die tägliche Reichweite mit rund 41 Prozent am höchsten. Menschen mit italienischer oder polnischer Abstammung liegen mit rund 38 Prozent im Durchschnitt aller Migranten.

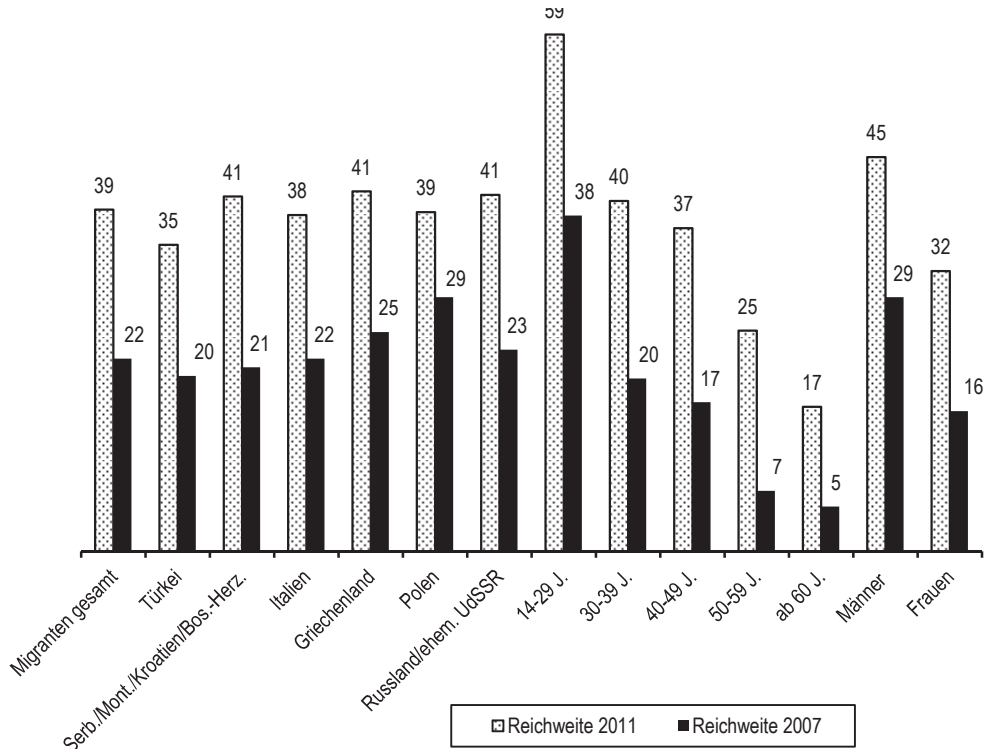
Gegenüber der Studie Migranten und Medien von 2007 lässt sich für alle Ethnien konstatieren, dass das Internet heute wesentlich mehr Menschen erreicht als noch vor vier Jahren. Es zeigt sich hier besonders deutlich, dass die größten Zuwächse gerade bei jenen Bevölkerungsgruppen zu beobachten sind, bei denen das Internet bis dato noch eine vergleichsweise geringe Rolle spielte: Migranten im mittleren und höheren Alter, bei Frauen und bei Menschen mit niedrigerer Bildung. Nutzten 2007 gerade einmal 5 Prozent der ab 60-jährigen Migranten täglich das Internet, so sind es 2011 mit immerhin 17 Prozent mehr als dreimal so viele. Die Internetreichweite bei den Frauen hat sich im gleichen Zeitraum auf rund 32 Prozent verdoppelt. Bei den Migranten ohne Schulabschluss sind es mittlerweile rund 29 Prozent, die täglich online gehen – gegenüber 14 Prozent im Jahr 2007.

Signifikante Unterschiede gibt es auch in Bezug auf die Deutschkenntnisse: Je schlechter die Deutschkenntnisse sind – dies kommt überproportional häufig bei Menschen mit formal niedriger

Relativ geringe Reichweitenunterschiede im Vergleich der Ethnien

Zuwächse vor allem in bisher internetfernen Gruppen

Abb. 1 Tagesreichweite des Internets bei Migranten 2007 und 2011
Internetnutzung gestern, Mo-So, in %



Basis 2011: n=3 302 Befragte ab 14 Jahren.
 Basis 2007: n=3 010 Befragte ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Studien Migranten und Medien 2011 und 2007.

① **Tagesreichweite des Internets bei Migranten und in der Gesamtbevölkerung**

Internetnutzung gestern, Mo-So, Reichweite in %

	Migranten 2011	Gesamtbevölk. 2010
Gesamt	39	43
Alter in Jahren		
14-29	59	73
30-39	40	58
40-49	37	47
50-59	25	34
ab 60	17	16
ab 50	21	22

Basis: Migranten: n=3 302 Befragte ab 14 Jahren;
 Deutsche: n=4 500 Befragte ab 14 Jahren.

Quellen: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011;
 Langzeitstudie Massenkommunikation 2010.

Bildung vor -, desto geringer ist die Internetnutzung: Lediglich 27 Prozent der Menschen, die ihre Kenntnisse der deutschen Sprache als gering oder sehr gering einstufen, werden täglich über das Internet erreicht - bei den Menschen mit guten und sehr guten Deutschkenntnissen sind es hingegen 44 Prozent.

Im Durchschnitt verbringen die Menschen mit Migrationshintergrund pro Tag 68 Minuten mit dem Internet (vgl. Tabelle 3); in der Gesamtbevölkerung beträgt diese durchschnittliche Nutzungsdauer rund 83 Minuten täglich. (2) Für die Berechnung der Nutzungsdauer werden alle Menschen mit eingerechnet - unabhängig davon, ob sie das Internet überhaupt nutzen oder nicht. Aufgrund der im Vergleich zu Radio und Fernsehen deutlich geringer ausfallenden Tagesreichweite ist die Betrachtung der Verweildauer umso interessanter. Hier werden nur jene Menschen berücksichtigt, die auch tatsächlich das Internet genutzt haben. Diese Verweildauer liegt über alle Migrantengruppen hinweg bei knapp unter drei Stunden (178 Min.) und damit etwas niedriger als bei der Gesamtbevölkerung (191 Min.).

Im Vergleich der Ethnien zeigt sich, dass die geringste Verweildauer bei Menschen aus Russland bzw. der ehemaligen UdSSR vorliegt, die 162 Minuten pro Tag im Netz verbringen. Interessanterweise ist sie bei Menschen türkischer Herkunft mit 195 Minuten am höchsten. Das bedeutet, dass die Onlinereichweite bei den Türken zwar am geringsten ausfällt, aber dass diejenigen, die ins Internet gehen, dies besonders ausgiebig tun.

Liegt die tägliche Reichweite des Internets bei Migranten in Deutschland noch unterhalb von 40 Prozent, so hat doch ein erheblich größerer Teil dieser Menschen das Internet innerhalb des letzten Jahres überhaupt für sich genutzt: 77 Prozent aller in

Nutzungsdauer:
 83 Minuten täglich,
Verweildauer
 178 Minuten

Internetnutzung
 in den letzten zwölf
 Monaten liegt bei
 77%

Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund waren innerhalb des letzten Jahres online. Nach den aktuellen Zahlen der ARD/ZDF-Onlinestudie sind in Deutschland rund 73 Prozent „gelegentlich“ online, das heißt, der jeweilige Anteil von Menschen, die das Internet nutzen, ist bei jenen mit ausländischen Wurzeln in etwa genauso hoch wie in der deutschen Gesamtbevölkerung.

Generell ist der Anteil der Onliner bei Frauen, Älteren und formal geringer Gebildeten niedriger als bei den jeweiligen Referenzgruppen. In dieser Tendenz unterscheiden sich die Migranten kaum von der deutschen Gesamtbevölkerung. Praktisch alle 14- bis 29-Jährigen waren im letzten Jahr online, bei den über 50-Jährigen ist es knapp die Hälfte. Dabei zeigen sich über alle Ethnien hinweg keine gravierenden Unterschiede: Bei den Menschen, deren Wurzeln in Polen oder Russland bzw. der ehemaligen UdSSR liegen, ist der Anteil mit mehr als 80 Prozent am höchsten – bei den Menschen ex-jugoslawischer oder türkischer Abstammung ist sie mit etwa 70 Prozent hingegen nur unterdurchschnittlich.

Vier von fünf Onlinenutzern mit Migrationshintergrund gehen häufig ins Internet

Praktisch alle Migranten, die angeben, in den letzten zwölf Monaten online gewesen zu sein, waren dies auch innerhalb des letzten Monats – weniger als 3 Prozent geben an, die letzte Internetnutzung läge schon länger als vier Wochen zurück. Für den ganz überwiegenden Teil der Migranten, die online sind, ist die tägliche oder fast tägliche Nutzung des Internets die Regel: Vier von fünf Onlinenutzern mit Migrationshintergrund geben bei der Befragung an, das Internet gestern oder vorgestern genutzt zu haben.

85 % der Migrantenhaushalte haben PC und/oder Laptop

Ausstattung mit PC oder Laptop
PCs oder Laptops gehören für den ganz überwiegenden Teil der Migrantenhaushalte zur Grundausstattung: Über 85 Prozent verfügen über einen PC oder Laptop, womit deutlich mehr Haushalte über einen Computer verfügen als etwa über ein Radiogerät (nur rund 64%). Die Zahl der Haushalte, in denen ein oder mehrere stationäre Computer stehen, liegt bei etwa zwei Dritteln, Laptops sind in rund 40 Prozent der Haushalte im Gebrauch. Knapp ein Viertel der Migrantenhaushalte verfügt über beide Gerätetypen.

Insgesamt unterscheiden sich die Ethnien bei der Ausstattung kaum – in keiner der Migrantengruppen liegt die PC- bzw. Laptop-Verbreitung unterhalb von 80 Prozent, Unterschiede werden jedoch bei der Verfügbarkeit von Laptops sichtbar, die deutlich stärker bei jüngeren Migranten verbreitet sind als bei älteren: Während über die Hälfte der 14- bis 29-Jährigen über Laptops verfügen, sind es bei den ab 50-Jährigen nur rund 25 Prozent.

Funktionen des Internets bei Migranten

Mit der Nutzung von Medien versuchen Menschen ganz unterschiedliche Bedürfnisse zu befriedigen. In Anlehnung an die Studie Massenkommunikation wurden auch die Migranten nach der Wichtigkeit von verschiedenen Funktionen des Internets anhand acht zentraler Aussagen befragt (vgl. Tabellen 4 bis 6).

② Internetnutzung von Migranten

gestern genutzt, Mo–So, in %

	2011	2007
Migranten gesamt	39	22
Schulbildung der Befragten in Deutschland		
kein allg. Schulabschluss	29	14
Volks-/Hauptschule	37	16
weiterbildende Schule ohne Abitur	47	25
FH/Abitur	58	37
Schüler	67	44
Deutschkenntnisse		
sehr gut/gut*	44	29
gering/sehr gering*	27	14

*Abfrage 2007: sehr gut/durchschnittlich/gering.
Basis 2011: n=3 502 Befragte ab 14 Jahren.
Basis 2007: n=3 010 Befragte ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Studien Migranten und Medien 2007 und 2011.

③ Internetnutzung von Migranten

gestern genutzt, Mo–So, in Min./Tag

	Nutzungsdauer	Verweildauer
Gesamt	68	178
Altersgruppe		
14–29 J.	112	190
30–39 J.	63	157
40–49 J.	65	177
50–59 J.	36	143
ab 60 J.	39	234
Migrationshintergrund		
Türkei	68	195
Serbien/Montenegro/Kroatien/ Bosnien-Herzegowina	71	176
Italien	68	177
Griechenland	68	165
Polen	73	188
Russland/ehem. UdSSR	66	162

Basis: n=3 502 Befragte ab 14 Jahren.

Quellen: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Generell unterscheiden sich Menschen mit oder ohne Migrationshintergrund kaum in Bezug auf die Wichtigkeit der Funktionen, die sie mit der Nutzung des Internets verbinden. Sowohl bei den Migranten als auch in der Gesamtbevölkerung steht an erster Stelle die Gewinnung von Informationen. Jeweils etwa 90 Prozent der Migranten und der Gesamtbevölkerung stimmen der Aussage voll und ganz oder weitgehend zu, dass sie ins Netz gehen, um sich zu informieren. Auch in Bezug auf die große Bedeutung des Spaßes bei der Onlinenutzung sowie bei der Alltagsrelevanz sind sich

Wenig Unterschiede zur Gesamtbevölkerung bei Wichtigkeit verschiedener Internetfunktionen

④ Funktionen der Internetnutzung bei Migranten

Top-2-Boxes, in %

	Migranten gesamt	Migrationshintergrund						Deutschkenntnisse	
		Russland/ UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina	sehr gut/ gut	gering/ sehr gering
damit ich mitreden kann	46	48	44	44	50	40	55	45	49
weil es aus Gewohnheit dazugehört	48	44	54	52	52	43	52	48	51
weil es mir Spaß macht	79	76	77	81	87	81	81	81	72
weil ich dabei entspannen kann	50	47	50	47	56	55	52	49	53
weil ich Denkanstöße bekomme	45	46	44	49	40	44	49	45	46
weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind	77	74	82	75	73	78	73	79	69
weil ich mich dann nicht alleine fühle	21	26	22	13	15	17	21	18	33
weil ich mich informieren möchte	89	87	91	92	85	90	91	90	85

Basis: Stammnutzer: an mind. 4 Tagen/Woche das Internet genutzt, n=2 049.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

⑤ Funktionen der Internetnutzung bei Migranten nach Altersgruppen

Top-2-Boxes, in %

	Migranten gesamt	Altersgruppen				
		14–29 J.	30–39 J.	40–49 J.	50–59 J.	ab 60 J.
damit ich mitreden kann	46	51	47	35	44	50
weil es aus Gewohnheit dazugehört	48	60	46	35	35	51
weil es mir Spaß macht	79	88	80	70	66	67
weil ich dabei entspannen kann	50	56	51	47	41	38
weil ich Denkanstöße bekomme	45	40	48	47	41	60
weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind	77	75	81	83	71	64
weil ich mich dann nicht alleine fühle	21	17	19	21	28	41
weil ich mich informieren möchte	89	88	93	92	82	81

Basis: Stammnutzer: an mind. 4 Tagen/Woche das Internet genutzt, n=2 049.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

⑥ Funktionen der Internetnutzung in der Gesamtbevölkerung

Top-2-Boxes, in %

	Bevölkerung gesamt	Altersgruppen				
		14–29 J.	30–39 J.	40–49 J.	50–59 J.	ab 60 J.
damit ich mitreden kann	51	53	47	49	51	53
weil es aus Gewohnheit dazugehört	42	65	41	30	28	21
weil es mir Spaß macht	80	94	83	74	67	63
weil ich dabei entspannen kann	37	51	39	29	28	23
weil ich Denkanstöße bekomme	61	58	65	60	67	60
weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind	80	78	85	82	78	78
weil ich mich dann nicht alleine fühle	14	24	14	6	9	8
weil ich mich informieren möchte	91	90	94	91	93	89

Basis: Internetnutzer (mindestens mehrmals im Monat), n=3 502.

Quelle: Langzeitstudie Massenkommunikation 2010.

Migranten und Gesamtbevölkerung einig: Mit jeweils rund 80 Prozent rangieren „weil es mir Spaß macht“ und „weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind“ an zweiter und

dritter Stelle. Jeweils etwa die Hälfte der Onliner mit oder ohne ausländische Wurzeln nutzt das Internet bereits aus Gewohnheit bzw. „um mitreden zu können“.

Eine interessante Differenz ergibt sich bei der Entspannungsfunktion: Während rund die Hälfte der Migranten auch ins Netz geht, um sich dort zu zerstreuen, geben dies in der Gesamtbevölkerung

lediglich etwas mehr als ein Drittel als Grund an. Diese Differenz trifft allerdings nicht auf alle Altersgruppen zu: Die jungen Onlinenutzer mit Migrationshintergrund unterscheiden sich, wenn es um die Wichtigkeit der Entspannungsfunktion des Internets geht, kaum von der Gesamtheit der Bevölkerung – die Unterschiede werden eher in den mittleren und älteren Altersgruppen deutlich. Relativ deutliche Abweichungen gibt es auch in Bezug auf das Nutzungsmotiv „Denkanstöße zu bekommen“: Die Inspiration aus dem Netz spielt für mehr als 60 Prozent der Gesamtbevölkerung eine Rolle, bei den Migranten sind es lediglich 45 Prozent. Vor allem bei den jüngeren Onlinern wird dieses Motiv – auch im Vergleich zu den Gleichaltrigen in der Gesamtbevölkerung – auffallend seltener genannt.

Obwohl das Internet sogar einen direkten Kontakt oder eine Interaktion mit anderen Usern ermöglicht, ist die Nutzungsmotivation „sich nicht alleine zu fühlen“ sowohl bei Migranten (21 %) als auch bei der Gesamtbevölkerung (14 %) noch deutlich geringer, es ist insgesamt das unwichtigste der genannten Motive.

Der Vergleich der Migrantengruppen zeigt insgesamt recht geringe Unterschiede im Hinblick auf die Bedeutung der verschiedenen Nutzungsfunktionen. Nennenswert ist lediglich, dass im Vergleich zu anderen Migrantengruppen am häufigsten und überdurchschnittlich oft von türkischstämmigen Migranten die Gewinnung von Alltagstipps genannt wird. Hingegen trifft für Menschen mit griechischen Wurzeln die Funktion „damit ich mich nicht alleine fühle“ am wenigsten und verglichen zu den übrigen Migrantengruppen stark unterdurchschnittlich zu.

Entspannung und Spaß bei jüngeren Migranten wichtiger als bei älteren

Bedeutender sind hingegen die Unterschiede, die beim Vergleich der einzelnen Altersgruppen deutlich werden: Je jünger die Migranten sind, desto eher wird das Internet zur Entspannung und aus Spaß genutzt. Umgekehrt verhält es sich bei der Funktion „damit ich mich nicht alleine fühle“, die umso wichtiger ist, je älter die Befragten sind: Bei den über 60-jährigen Migranten ist diese Funktion des Internets mit mehr als 40 Prozent sogar doppelt so wichtig wie für den Durchschnitt der Nutzer.

Darüber hinaus steht bei einigen Funktionen die Relevanz im Zusammenhang mit den Deutschkenntnissen. Bei drei der acht abgefragten Funktionen hat die Sprachkompetenz einen Einfluss: Migranten, die ihre Deutschkenntnisse als eher gering oder sehr gering einschätzen – darunter auch überproportional viele ältere Migranten – nutzen das Internet häufiger, damit sie sich nicht alleine fühlen, als diejenigen, die ihre Deutschkenntnisse als sehr gut bis gut einschätzen. Umgekehrt verhält es sich bei der Spaßfunktion und dem Nutzungsmotiv „nützliche Dinge für den Alltag zu erfahren“.

Auch die formale Bildung hat bei einigen Funktionen einen Einfluss auf deren Relevanz. Insbesondere bei „weil ich mich informieren will“: Je höher Migranten gebildet sind, desto mehr wird das Internet aus Gründen der Informationsgewinnung genutzt. Bei „damit ich mich nicht alleine fühle“ sinkt die Zustimmung mit zunehmend höherer for-

maler Bildung. Lediglich bei Entspannung und Gewohnheit spielt die formale Bildung keine Rolle.

Nutzung deutsch- und heimatssprachiger

Internetangebote

Reichweite und Umfang der Internetnutzung haben bei den Migranten in den vergangenen Jahren immer weiter zugenommen. Mittlerweile stellen die Internetstammnutzer, also jene Menschen, die an vier bis sieben Tagen pro Woche ins Internet gehen, mit rund 57 Prozent die Mehrheit. Was für die Nutzung deutschsprachiger Angebote bei Fernsehen, Tageszeitung und Radio konstatiert werden kann, gilt auch für die Internetnutzung: Deutschsprachige Angebote werden insgesamt in allen Ethnien und über alle Altersgruppen hinweg mit größerer Regelmäßigkeit konsumiert als heimatssprachige Angebote.

Etwa ein Drittel der Online-Stammnutzer mit Migrationshintergrund (35 %) greift ausschließlich auf deutschsprachige Internetseiten an vier bis sieben Tagen in der Woche zurück (vgl. Tabelle 7). Die heimatssprachigen Seiten werden hingegen seltener oder gar nicht aufgesucht. Weitere 18 Prozent der Stammnutzer konsumieren die deutschen und fremdsprachigen Inhalte gleichermaßen intensiv. Lediglich 5 Prozent geben an, die heimatssprachigen Seiten an vier bis sieben Tagen zu nutzen und die deutschsprachigen im gleichen Zeitraum seltener.

Die Stammnutzung heimatssprachiger Internetangebote variiert je nach Herkunft der Migranten: Am höchsten ist die ausschließliche Internetnutzung heimatssprachiger Seiten bei türkischstämmigen Migranten (9 %), gefolgt von russischen und polnischen Menschen mit Migrationshintergrund (jeweils knapp 5 %). Bei den übrigen Migrantengruppen liegt die ausschließliche Stammnutzung von heimatssprachigen Seiten unter 1 Prozent. Tatsächlich keine exklusive Nutzung von Webangeboten in der Herkunftssprache ist bei italienischen Migranten zu konstatieren. Sie greifen im Vergleich zu anderen ethnischen Gruppen dagegen am häufigsten (42 %) nur auf deutschsprachige Internetseiten zurück, gleichauf mit Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien (42 %). Mit 28 Prozent ist der Anteil am geringsten bei türkischen Migranten.

Signifikante Unterschiede bezüglich deutsch- oder heimatssprachiger Angebote sind vor allem hinsichtlich des Alters der Migranten zu erkennen, wobei generell gilt: Je jünger die Migranten sind, desto stärker ist die Nutzung deutschsprachiger Internetseiten gegenüber heimatssprachigen. Mehr als die Hälfte der 14- bis 29-jährigen Migranten gibt an, vorrangig deutsche Webseiten zu nutzen – eine exklusive Stammnutzerschaft der heimatssprachigen Webseiten trifft hingegen für gerade einmal 2 Prozent zu (vgl. Tabelle 8).

Stammnutzer nutzen deutschsprachige Angebote regelmäßiger als heimatssprachige

Stammnutzung heimatssprachiger Angebote variiert je nach Herkunft

Auch das Alter spielt eine Rolle

⑦ **Häufigkeit der Nutzung deutsch- und heimat Sprachiger Internetangebote**

in %

	Migranten gesamt	Migrationshintergrund					Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
		Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	
Stammmnutzer deutsch- und heimat Sprachiger Angebote	18	18	18	16	14	21	14
Stammmnutzer ausschließlich heimat Sprachiger Angebote	5	5	9	1	0	5	1
Stammmnutzer ausschließlich deutsch Sprachiger Angebote	35	38	28	37	42	34	42
weder deutsch- noch heimat Sprachiger Stammmnutzer	43	40	46	46	43	40	43

Basis: Stammmnutzer: an mind. 4 Tagen/Woche das Internet genutzt, n=2 049.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

⑧ **Häufigkeit der Nutzung deutsch- und heimat Sprachiger Internetangebote nach Altersgruppen**

in %

	Migranten gesamt	Altersgruppen			
		14–29 J.	30–49 J.	50–69 J.	ab 70 J.
Stammmnutzer deutsch- und heimat Sprachiger Angebote	18	22	20	13	6
Stammmnutzer ausschließlich heimat Sprachiger Angebote	5	2	5	4	15
Stammmnutzer ausschließlich deutsch Sprachiger Angebote	35	57	36	17	7
weder deutsch- noch heimat Sprachiger Stammmnutzer	43	19	39	66	72

Basis: Stammmnutzer: an mind. 4 Tagen/Woche das Internet genutzt, n=2 049.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Voraussetzung für die Nutzung deutsch Sprachiger Internetangebote ist das ausreichende Beherrschen der deutschen Sprache. Aktuell, und damit häufiger als vor vier Jahren, geben 80 Prozent der Migranten an, die deutsche Sprache zu verstehen. Neben Verstehen der Sprache sind für die Nutzung des Internets auch die Schreib- und Lesekompetenz des Deutschen relevant. Rund drei Viertel (74%) der Migranten schätzen ihre Deutsch Sprachkenntnisse in Bezug auf ihre Lesesicherheit als sehr gut oder gut ein. Etwa die Hälfte (54%) behauptet von sich, Deutsch sehr gut oder gut schreiben zu können. Dabei sind bei den einzelnen Ethnien Unterschiede zu konstatieren: Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien schätzen ihre deutschen Lese- und Schreibkenntnisse am häufigsten als sehr gut oder gut ein. Dies ist auch die Migrantengruppe, die die größte Stammmnutzung deutsch Sprachiger Internetseiten aufweist. Am schlechtesten beschreiben türkische Migranten ihre Lese- und Schreibsicherheit der deutschen Sprache – die Gruppe mit der geringsten Stammmnutzung deutsch Sprachiger Internetseiten.

Art der genutzten Internetangebote

Spielen das Alter und die Herkunft bei der Auswahl von deutsch- oder heimat Sprachigen Inhalten eine Rolle? Um dies zu ermitteln, wurden vier übergeordnete Kategorien abgefragt: aktuelle Nachrichten und Informationen, Unterhaltungsangebote, Dienstleistungen sowie Diskussionsforen/ Newsgroups/Chatrooms. Grundsätzlich ist die Nutzung von Internetangeboten aus dem Bereich aktuelle Nachrichten und Informationen für Migranten am weitesten verbreitet: Knapp zwei Drittel (63%) von ihnen nutzen Internetangebote aus diesem Bereich. Rund die Hälfte sucht im Netz nach Dienstleistungs- (52%) oder Unterhaltungsangeboten (47%) und nur rund ein Drittel (33%) bewegt sich in Foren und Chatrooms (vgl. Tabelle 9).

„Aktuelle Nachrichten und Informationen“ ist praktisch über alle Ethnien hinweg die am stärksten genutzte der vier Kategorien – von den türkischen Migranten sind es knapp 70 Prozent der Befragten, die diese Angebote nutzen, bei den Menschen mit italienischen Wurzeln sind es nur etwas mehr als die Hälfte. Bei den jüngsten Migranten ist die Nutzung dieser Kategorie im Vergleich der Altersgruppen zwar am geringsten – immerhin geben aber auch hier fast 60 Prozent an, dies zu tun (vgl. Tabelle 10). In keiner der Kategorien spielt die Nutzung von heimat Sprachigen Websei-

Nachrichten und Informationen meistgenutzte Angebote

⑨ **Deutsch- und heimatssprachige Internetnutzung der Migranten nach inhaltlichen Angeboten**

in %

	Migranten gesamt	Migrationshintergrund					
		Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
nutze Internetangebote zu aktuellen Nachrichten und Informationen	63	63	70	63	55	61	60
davon							
häufiger deutschsprachige Seiten	33	30	28	44	44	30	47
häufiger heimatssprachige Seiten	10	12	17	3	1	7	3
beides gleichermaßen	20	20	24	16	10	24	10
nutze Internetangebote zu Unterhaltungsangeboten	47	44	52	50	45	44	53
davon							
häufiger deutschsprachige Seiten	25	18	24	31	33	26	37
häufiger heimatssprachige Seiten	8	10	12	5	1	3	4
beides gleichermaßen	15	15	16	13	11	15	12
nutze Internetangebote zu Dienstleistungen	52	49	49	59	59	57	53
davon							
häufiger deutschsprachige Seiten	43	44	32	50	54	52	46
häufiger heimatssprachige Seiten	2	1	5	1	1	2	1
beides gleichermaßen	6	4	12	7	4	4	6
nutze Internetangebote zu Diskussionsforen/Chat/Newsgrups	33	30	34	43	34	28	42
davon							
häufiger deutschsprachige Seiten	20	19	19	30	27	11	32
häufiger heimatssprachige Seiten	5	5	6	2	1	8	2
beides gleichermaßen	8	6	9	10	6	8	8

Basis: Internet in den letzten 12 Monaten genutzt, n=2 682.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

ten eine so bedeutende Rolle wie bei aktuellen Nachrichten. Zwar nutzt mehr als die Hälfte der Migranten, die Nachrichten und Informationen im Internet nutzen, häufiger deutschsprachige Angebote. Allerdings greifen auch rund 20 Prozent der Migranten, die Nachrichten im Internet konsumieren, auf deutsche und heimatssprachige Seiten gleichermaßen häufig zu. 10 Prozent geben an, sich öfter auf den Seiten in ihrer Heimatsprache zu informieren. Besonders intensive Nutzer heimatssprachiger Informationsangebote sind dabei türkische Migranten. Generell gilt: Je jünger die Nutzer sind, desto eher werden aktuelle Nachrichten und Informationen auf deutschsprachigen Seiten gelesen.

Nutzung von Dienstleistungsangeboten an zweiter Stelle

Insgesamt rangiert die Nutzung von Dienstleistungsangeboten im Internet bei den Migranten an zweiter Position, insbesondere im mittleren Alterssegment der 30- bis 49-Jährigen ist das Interesse überproportional hoch. Besonders auffällig ist dabei, dass diese Angebote auf deutschsprachigen Seiten von allen Migrantengruppen deutlich stärker genutzt werden als auf heimatssprachigen.

Unterhaltung vor allem für Jüngere attraktiv

Unterhaltungsgebote üben generell und über alle Ethnien hinweg auf jüngere Migranten eine höhere Attraktivität aus als auf ältere Nutzer: Sind es bei

14- bis 29-Jährigen 66 Prozent, die Angebote aus dieser Kategorie regelmäßig aufsuchen, so liegt die Nutzung bei ab 60-Jährigen nur noch bei 29 Prozent, wobei die älteren Nutzer in stärkerem Maße (auch) auf heimatssprachige Unterhaltungsangebote im Netz zurückgreifen.

Die Nutzung von Diskussionsforen, Newsgrups und Chaträumen ist ebenfalls in erster Linie eine Domäne der jüngeren Internetnutzer: Von den 14- bis 29-Jährigen ist mehr als die Hälfte dort unterwegs, von den über 50-jährigen Migranten sind es weniger als 15 Prozent. Während bei den jungen Migranten in allererster Linie deutschsprachige Webangebote aufgesucht werden, kommen im mittleren Alterssegment verstärkt heimatssprachige Angebote ins Spiel.

Auch hinsichtlich der formalen Bildung und der Nutzungshäufigkeit deutschsprachiger Internetseiten kann ein Zusammenhang hergestellt werden: Je höher die formale Bildung, desto höher ist die Nutzung deutschsprachiger Internetseiten. Ein Zusammenhang zwischen Herkunft der Migranten und Nutzung bestimmter Inhalte auf bevorzugt

Foren, Newsgrups, Chats vor allem Sache der jüngeren Migranten

10 Deutsch- und heimatssprachige Internetnutzung der Migranten nach Altersgruppen

in %

	Migranten gesamt	Altersgruppen				
		14-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	ab 60 J.
nutze Internetangebote zu aktuellen Nachrichten und Informationen	63	60	67	65	60	69
davon						
häufiger deutschsprachige Seiten	33	38	36	28	31	21
häufiger heimatssprachige Seiten	10	4	9	13	11	32
beides gleichermaßen	20	18	22	23	18	16
nutze Internetangebote zu Unterhaltungsangeboten	47	66	47	35	27	29
davon						
häufiger deutschsprachige Seiten	25	42	22	13	12	10
häufiger heimatssprachige Seiten	8	5	9	9	7	11
beides gleichermaßen	15	18	16	13	8	9
nutze Internetangebote zu Dienstleistungen	52	48	55	57	50	48
davon						
häufiger deutschsprachige Seiten	43	41	45	49	40	36
häufiger heimatssprachige Seiten	2	2	2	2	4	4
beides gleichermaßen	6	5	8	5	6	8
nutze Internetangebote zu Diskussionsforen/Chat/Newsgrups	33	54	28	21	10	22
davon						
häufiger deutschsprachige Seiten	20	40	15	9	6	3
häufiger heimatssprachige Seiten	5	3	6	5	2	15
beides gleichermaßen	8	12	7	7	3	4

Basis: Internet in den letzten 12 Monaten genutzt, n=2 682.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

deutsch- oder heimatssprachigen Seiten ist kaum erkennbar. Grundsätzlich kann aber konstatiert werden, dass Migranten mit Wurzeln im ehemaligen Jugoslawien und in Italien contentunabhängig überwiegend auf deutschsprachige Seiten zurückgreifen. Migranten mit türkischem Hintergrund nutzen im Vergleich zu allen anderen Migranten-gruppen überdurchschnittlich oft - und unabhängig vom Inhalt - heimatssprachige Internetseiten.

Insgesamt zeigt sich hier, dass vor allem das Alter und weniger die Herkunft der Migranten bei der Nutzung deutsch- und heimatssprachiger Angebote von Bedeutung ist.

Häufig genutzte Internetseiten

In der Studie wurden Migranten auch nach ihren drei am häufigsten genutzten Internetseiten befragt. Dabei war es unerheblich, ob sie dabei auf deutsch- oder heimatssprachige Seiten zurückgreifen. Die von Migranten am häufigsten genannten Internetangebote lassen sich zu einzelnen Kategorien aggregieren. Die spontan genannten Webseiten sind dabei die von Sozialen Netzwerken (22%), Suchmaschinen (15%), Mail Providern (11%), Film- und Videoportale (10%), Einkaufen sowie Nachrichten und Zeitungen (jeweils 9%). Jeweils unter 1 Prozent der Nennungen beziehen sich auf Blogs, Chats, Onlinemagazine und Musikseiten (vgl. Ab-

bildung 2). Differenzen zwischen den einzelnen Migrantengruppen bezüglich der Rangfolge der genannten Kategorien sind dabei insgesamt kaum festzustellen, auch wenn sich die Häufigkeit der Nennungen einzelner Seiten bei einigen Migrantengruppen voneinander unterscheidet. So nennen türkische Migranten überdurchschnittlich häufig Videoportale - Informationen- und Nachrichtenangebote werden häufiger von Migranten aus Griechenland, Polen und der Türkei im Internet abgerufen (vgl. Tabellen 11 und 12). Türkische Migranten greifen dabei vor allem auf heimatssprachige Seiten wie hurriyet.com zurück. Migranten mit griechischem Hintergrund rufen ihre Nachrichten überwiegend auf deutschsprachigen Seiten großer deutscher Zeitungen ab und lesen nur vereinzelt griechische Newsseiten. Migranten aus Russland bzw. der ehemaligen UdSSR nutzen über die auch in der Gesamtbevölkerung populären Mailproviderseiten hinaus auch den russischen Mailprovider mail.ru.

Insgesamt zeigt der Blick auf die am häufigsten genannten Websites jedoch, wie wenig sich die befragten Migranten insgesamt von der Gesamtbevölkerung unterscheiden: In Sozialen Netzwerken dominiert insgesamt Facebook, bei Suchmaschinen wird Google am häufigsten genannt. Amazon und Ebay sind die wichtigsten Shoppingangebote und der Mailverkehr wird über die Provider msn.com, web.de oder gmx.de abgewickelt. YouTube ist die Website der Wahl beim Abrufen von Filmen und Videos.

⑪ **Häufig genutzte Internetseiten der Migranten, kategorisiert**

jeweils in % aller Nennungen

	Migranten gesamt	Migrationshintergrund					
		Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
Soziale Netzwerke	21,9	21,7	22,2	18,0	22,6	20,4	25,5
Suchmaschinen	14,5	15,9	11,0	15,5	19,2	15,0	14,8
Mailprovider	11,0	13,6	11,3	7,1	9,2	10,0	7,3
Videos/Filme	10,2	8,7	14,6	10,5	9,6	6,0	9,2
Einkaufen	9,4	11,3	7,3	6,3	12,0	9,5	8,2
Nachrichten/Zeitung	9,2	6,8	11,7	12,1	6,0	11,0	8,1
Sonstige	8,4	8,7	7,4	6,7	5,4	11,8	7,9
Telekommunikation	2,8	2,9	1,2	2,1	3,6	4,7	3,8
Mobilität (Auto/Bahn)	2,6	2,0	2,6	2,5	2,0	3,3	2,6
Sport	2,2	0,7	3,6	4,6	3,4	0,5	3,1
Fernsehen	1,5	1,7	0,9	3,8	1,0	1,6	1,8
Lexika/Nachschlagen	1,5	1,6	0,5	3,8	2,4	1,6	1,8
Spiele	1,2	0,5	1,1	0,4	0,8	2,5	1,8
Finanzen	1,0	0,9	0,6	0,8	1,2	1,0	2,2
Musik	0,7	0,7	1,2	2,1	0,0	0,3	0,4
Chat	0,6	0,9	0,7	1,3	0,8	0,0	0,2
Onlinemagazine	0,6	0,2	1,0	0,8	0,4	0,5	0,5
Uni/Schule	0,4	0,9	0,2	0,4	0,0	0,0	0,0
Blog	0,3	0,1	0,8	0,0	0,2	0,0	0,2

Basis: Internet in den letzten 12 Monaten genutzt, n=2 682.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Nutzung von Onlinecommunitys

Die Nutzung von Sozialen Netzwerken hat sich innerhalb weniger Jahre bei der Mehrheit der Onliner in Deutschland zu einer der zentralen Internetaktivitäten entwickelt. Nach den aktuellen Zahlen der ARD/ZDF-Onlinestudie geben 42 Prozent der Onliner an, Mitglied in einer oder mehreren privaten Social Communitys zu sein. Nicht zuletzt hat der weltweite Siegeszug von Facebook zur enormen Popularität von Social Networks auch in Deutschland beigetragen und die dortigen Vorreiter StudiVZ, Wer-kennt-wen, Stay Friends und Co. längst hinter sich gelassen. Wie zu erwarten, spielen die Netzwerke auch bei der Mehrzahl der Migranten, die das Internet nutzen, eine zentrale Rolle. Gerade die dezidiert internationale Ausrichtung von Facebook, seine weltweite Popularität, die mit der Verfügbarkeit in unterschiedlichen Sprachen einhergeht, dürften zu dessen besonderer Attraktivität für Migranten beitragen.

60% der Migranten in Sozialen Netzwerken registriert

In allen Migrantengruppen ist die Mehrheit der Onliner in einem oder mehreren Sozialen Netzwerken aktiv. Im Durchschnitt sind 60 Prozent der Menschen in Deutschland mit ausländischen Wurzeln dort registriert. Die größten Reichweiten haben sie bei den türkischen Mitbürgern, von denen 70 Prozent dort unterwegs sind. Die geringste Verbreitung lässt sich hingegen für Migranten aus Osteuropa konstatieren – 55 Prozent der Polen und knapp die Hälfte der Menschen aus Russland bzw. der ehemaligen UdSSR nutzen Social Communitys im Netz.

⑫ **Häufig genutzte Internetseiten der Migranten, kategorisiert, nach Altersgruppen**

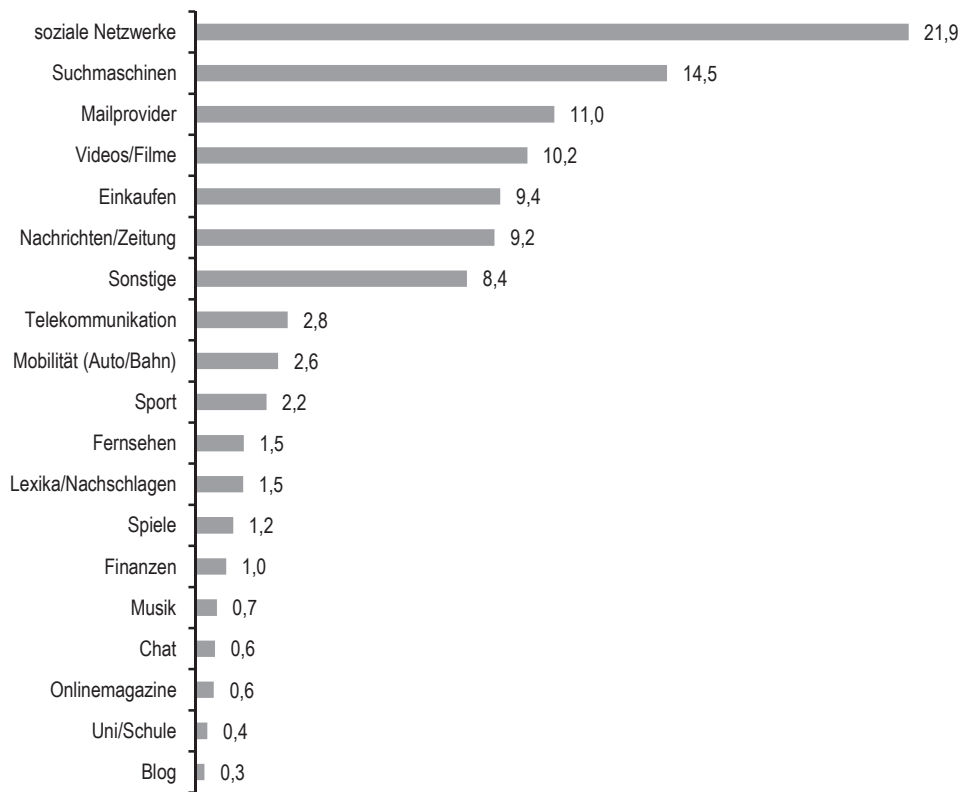
jeweils in % aller Nennungen

	Migranten gesamt	Altersgruppen			
		14–29 J.	30–49 J.	50–69 J.	ab 70 J.
Soziale Netzwerke	21,9	31,7	15,7	15,4	17,3
Suchmaschinen	14,5	11,5	14,4	24,5	11,1
Mailprovider	11,0	10,9	11,4	9,8	14,8
Videos/Filme	10,2	17,2	6,3	4,5	1,2
Einkaufen	9,4	6,6	12,3	8,3	1,2
Nachrichten/Zeitung	9,2	6,5	10,3	11,7	24,7
Sonstige	8,4	4,8	11,1	8,8	9,9
Telekommunikation	2,8	0,5	4,5	4,1	6,2
Mobilität (Auto/Bahn)	2,6	0,9	3,8	3,4	0,0
Sport	2,2	2,4	2,3	1,5	0,0
Fernsehen	1,5	1,0	2,1	1,1	0,0
Lexika/Nachschlagen	1,5	1,3	1,2	3,4	0,0
Spiele	1,2	0,9	1,6	0,7	0,0
Finanzen	1,0	0,2	1,3	1,7	1,2
Musik	0,7	0,7	0,3	0,6	12,3
Chat	0,6	1,1	0,4	0,0	0,0
Onlinemagazine	0,6	0,7	0,5	0,3	0,0
Uni/Schule	0,4	0,6	0,2	0,1	0,0
Blog	0,3	0,3	0,3	0,0	0,0
Radio	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0

Basis: Internet in den letzten 12 Monaten genutzt, n=2 682.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Abb. 2 Häufig genutzte Internetseiten der Migranten, kategorisiert
Migranten mit Internetnutzung in den letzten zwölf Monaten, in % aller Nennungen



Basis: Internet in den letzten 12 Monaten genutzt, n=2 682.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Soziale Netzwerke sind trotz der insgesamt großen Reichweiten noch immer stärker bei den jüngeren Onlinern verbreitet als bei älteren – egal ob bei Migranten oder in der Gesamtbevölkerung. Von den 14- bis 29-jährigen Menschen mit ausländischen Wurzeln sind über 80 Prozent aktiv, im mittleren Alterssegment der 30- bis 49-Jährigen ist es nur jeder Zweite. Von den über 50-Jährigen geben 70 Prozent an, dass sie keinerlei soziale Netzwerke nutzen.

Bevorzugte Netzwerke variieren je nach Migrantengruppe

Das mit Abstand am häufigsten genannte Netzwerk (42%) ist Facebook – allerdings nicht bei allen Migrantengruppen. Die größten Reichweiten erzielt es bei Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien und der Türkei, von denen jeweils rund 60 Prozent registriert sind – etwas geringer fällt die Reichweite bei den Griechen und Italienern aus, von denen ebenfalls mehr als die Hälfte einen Facebook-Account besitzt. Einzelne Netzwerke zeigen in bestimmten ethnischen Gruppen auffallend große Reichweiten: Wer-kennt-wen ist bei Griechen, Italienern und Ex-Jugoslawen beliebt. Bei den Menschen türkischer Herkunft – insbesondere bei den ganz jungen – spielt der Microsoft Live Messenger neben Facebook eine herausragende Rolle.

Die Internetnutzer aus Osteuropa unterscheiden sich auch bei der Art der genutzten Angebote deutlich von denen der anderen Migrationsgruppen: Facebook wird dort zwar ebenfalls genutzt, spielt aber bei polnischen Migranten und vor allem bei den Menschen aus Russland bzw. der ehemaligen UdSSR eine deutlich geringere Rolle. Stattdessen spiegelt sich in den Netzwerkpräferenzen dieser beiden Migrantengruppen die größere Popularität der jeweiligen Facebook-Konkurrenten in den Ursprungsländern wider: Das gilt für das Netzwerk Nasza Klasa („Unsere Klasse“) in Polen und in noch stärkerem Maße für Odnoklassniki („Mitschüler“) in Russland, wo Facebook nur eine vergleichsweise geringe Reichweite erzielt. (3)

Fazit

Die zunehmende Verbreitung des Internets, die seit Jahren in allen Altersgruppen und Bevölkerungsschichten in Deutschland zu beobachten ist, gilt auch für Menschen mit Migrationshintergrund. Innerhalb der letzten vier Jahre hat sich der Anteil der Onliner unter den Migranten deutlich erhöht und liegt nur noch knapp unterhalb des Niveaus der Gesamtbevölkerung in Deutschland. Dieser Befund lässt sich uneingeschränkt für alle untersuchten Migrantengruppen belegen. Ob das Internet überhaupt genutzt wird und mit welcher Intensität, wird, wie in der Gesamtbevölkerung auch, in erster Linie durch das Alter und die Bildung determiniert

Nicht ethnische Herkunft, sondern Alter und Bildung entscheidende Faktoren der Internetnutzung

und nicht durch die ethnische Herkunft. In der Art des Umgangs mit Onlineangeboten, den Nutzungsmotiven und -schwerpunkten unterscheiden sich die Migranten kaum von Menschen mit deutschen Wurzeln. Nicht wenige Migranten nutzen einen der Vorzüge des Internets, sich problemlos auch heimat Sprachiger Websites zu bedienen, insbesondere wenn es um Nachrichten- und Informationsangebote geht. Der überwiegende Teil der Nutzung findet jedoch zusätzlich oder ausschließlich auf deutschsprachigen Webseiten statt. Von einer medialen Parallelgesellschaft der Migranten in Deutschland kann daher auch in Bezug auf das Internet nicht die Rede sein.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven 7–8/2011, S. 334–349.
- 2) Vgl. Best, Stefanie/Christian Breunig: Parallele und exklusive Mediennutzung. Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 16–35.
- 3) Vgl. www.socialbakers.com/facebook-statistics (15.10.2011).

