



## Online-Kompetenz für Migrantinnen und Migranten in Deutschland

Fachtagung am 18./19. September 2008 in Berlin

### Thematische Einführung Workshopleiste 1 „Alter und Geschlecht“

---

#### Freitag, 19. September 9:30 bis 10:30 Uhr

1. Susanne Eggert / Dr. Kemal Bozay: Mädchen und Jungen im Kindes- und Jugendalter
  2. Wolfgang Kirst / Oliver Hinkelbein: Frauen und Männer in Erwerbsarbeit und Familie
  3. Peter Enste / Cornelia Lins: Ältere Frauen und Männer
  4. Prof. Dr. Annette Treibel-Illian / Birsen Ürek: Mädchen und Frauen
- 

#### Zielsetzung der Fachtagung

Auf der zweitägigen Fachtagung im Rahmen des Projekts „Online-Kompetenz für Migrantinnen und Migranten in Deutschland. Expertise: Perspektiven für zukünftige Angebote zur Stärkung des Internet-Nutzungsinteresses von Frauen und Männern mit Migrationshintergrund in Deutschland“ werden die Ergebnisse der Bestandsaufnahme in Fachvorträgen und Gesprächsrunden mit dem Fachpublikum aus Wissenschaft und Praxis diskutiert und in Workshops vertiefend analysiert. Erstmals wird damit ein intensiver Dialog von Expertinnen und Experten der verschiedenen Fachdisziplinen und gesellschaftlichen Bereiche zu Fragen der digitalen und gesellschaftlichen Integration von Frauen und Männern mit Migrationshintergrund in Deutschland ermöglicht. 60 Expertinnen und Experten aus den Themenfeldern der Bestandsaufnahme werden persönlich zur Teilnahme an der Fachtagung eingeladen. Die Fragestellungen der Gesprächsrunden und Workshops werden nach der Tagung zu Handlungsfeldern verdichtet und zu Handlungsempfehlungen zur Steigerung des Internet-Nutzungsinteresses von Migrantinnen und Migranten weiter entwickelt.

#### Zielsetzung der Workshops

Für den intensiven fachlichen Austausch zu Einzelaspekten der Bestandsaufnahme werden zwei Workshoprunden durchgeführt. In jeder Workshoprunde finden vier parallel stattfindende Workshops mit bis zu 15 überwiegend geladenen Expertinnen und Experten statt. Für die **erste Workshoprunde** bilden die **klassischen Merkmale der digitalen Spaltung „Alter und Geschlecht“** die Ausgangspunkte. In der zweiten Workshoprunde stehen ausgewählte Aspekte des jeweiligen Migrationshintergrundes und damit der ethnisch-kulturellen Prägung und/oder Zugehörigkeit im Vordergrund. Für alle acht Workshops bildet die Genderperspektive eine wichtige Grundlage.

Im Abschlussplenum werden die Ergebnisse aus den Workshops zusammengeführt und diskutiert.

Die Workshops werden durch zwei Personen geleitet, die aufgrund ihrer Expertise ausgewählt wurden. Sie führen mit kurzen Inputs in die Themenstellung ein.

Die Leitung entscheidet, in welcher Form die Diskussionspunkte gesammelt, strukturiert und fixiert werden. Die Diskussion wird anhand der folgenden **Leitfragen** geführt werden, die auch die Zusammenführung der Workshopergebnisse im Abschlussplenum bestimmen:

- **Welchen Nutzen hat das Internet für diese spezielle Gruppe mit Migrationshintergrund?**
- **Welche Erkenntnisse über spezifische Merkmale der Nutzung, Nicht-Nutzung und Art der Nutzung liegen vor?**
- **Welche Hemmnisse oder Barrieren lassen sich für diese Gruppe identifizieren?**
- **Worin besteht der Handlungsbedarf für diese Gruppe und wie können gezielte Maßnahmen aussehen?**

Aus den Diskussionsergebnissen werden gemeinsam bis zu fünf Thesen zur Themenstellung formuliert. Nur eine der Thesen wird im Plenum vorgestellt: Die Auswahl erfolgt über eine Punktung durch alle Expertinnen und Experten. Zum Abschluss wird eine Person (der Workshopleitung) ausgewählt, die diese **eine These im Plenum** vorstellt und erläutert.

---

### - Ergebnisse der Bestandsaufnahme -

Im Rahmen des Projektes wird eine Bestandsaufnahme von Primär- und Sekundärstudien zur Online-Kompetenz von Migrantinnen und Migranten durchgeführt. Ausgangspunkt sind die vom Statistischen Bundesamt im Mikrozensus 2005 vorgelegte Definition von „Migrationshintergrund“ und der nationale Integrationsplan, der in den neuen Medien Computer und Internet erhebliche Potenziale für die Integration sieht. Die Bestandsaufnahme umfasst neben den Ergebnissen der Internet-, Migrations- und Medienforschung auch eine Übersicht der Internetportale für Migrantinnen und Migranten sowie Beispiele guter Praxis.

#### ▪ **Digitale Integration in der Migrationsforschung**

In der Informationsgesellschaft Deutschland gibt es eine deutliche digitale Spaltung. Die digitale Spaltung verläuft anhand der Merkmale: Bildung, Geschlecht, Alter, Einkommen. Hinkelbein erweitert die klassischen Merkmale um die kulturelle Herkunft und die Sprachfähigkeit (Hinkelbein 2007: 94). Seine These ist aufgrund der dünnen Forschungslage: Migrantinnen und Migranten nehmen zurzeit nur unzureichend an der Informationsgesellschaft teil. Er bemängelt sowohl das Fehlen von quantitativen und qualitativen Erkenntnissen zur Internetnutzung als auch fehlende Politikstrategien. Hinkelbein sieht Deutschland als ein digitales Entwicklungsland, was die Integration von Migrantinnen und Migranten betrifft (Hinkelbein 2004: 9ff.). Im Vergleich mit klassischen Einwanderungsländern fehlt in Deutschland ein breites und sprachlich vielfältiges Medienangebot für Migrantinnen und Migranten, das auch ihre Lebenswelten präsentiert. Dies trifft insbesondere für Institutionen des Staates zu, die kaum mehrsprachige Informationen zu ihren Angeboten und Leistungen auf ihren Websites haben. Wenn mehr Migrantinnen und Migranten mit E-Government-Angeboten erreicht werden sollen, so müssen auf die spezifischen Bedürfnisse der verschiedenen Gruppen eingegangen werden.

## **Barrieren der Internetnutzung**

Aus den Erfahrungen verschiedener Projekte werden drei Barrieren für die Internetnutzung von Migrantinnen und Migranten als wesentlich erkannt: Es sind fehlende Medienkompetenz sowie geringe deutsche Sprachkompetenz und die Nichtberücksichtigung spezifischer Bedürfnisse der Menschen mit Migrationshintergrund bei den angebotenen Maßnahmen und Internetangeboten. Medienkompetenz ist eine zentrale Grundlage zur Integration in die Informationsgesellschaft. Viele Migrantinnen und Migranten waren und sind in Arbeitsfeldern tätig, in denen digitale Medien entweder keine oder nur eine geringe Rolle spielen, so dass sie darüber kaum Möglichkeiten haben und hatten, sich Medienkompetenzen anzueignen (Hinkelbein 2007: 95). Geringe deutsche Sprachkompetenz spielt auf der Ebenen der Inhalte und deren Vermittlung eine Rolle (Hinkelbein 2007: 94). Um spezifische Zugangsbarrieren identifizieren zu können, ist es nötig, die Lebenswelten der betroffenen Menschen zu kennen. Hier bedarf es weiterer Forschung.

Nicht die kulturelle Herkunft, sondern das Milieu entscheidet über Internetnutzung: Hinkelbein hat die These aufgestellt, dass die kulturelle Herkunft ein Merkmal der digitalen Spaltung darstellt, wenn er auch zu Recht auf die Heterogenität der Gruppe hinweist und auch die ökonomische Situation als Merkmal der digitalen Spaltung ansieht. Einen ganz anderen Hinweis liefert die Sinus-Studie „Migranten in Deutschland“ von Sinus Sociovision. Ein wichtiges Ergebnis der Studie ist, dass die Herkunft nicht auf eine Milieuzugehörigkeit und umgekehrt auch eine Milieuzugehörigkeit nicht auf die Herkunft schließen lässt. Das legt den Schluss nahe, dass die Internetnutzung eher in den Milieus und nicht in den Ethnien variiert. Dies festzustellen, bleibt weiteren Studien vorbehalten. Die Sinus-Studie „Migranten in Deutschland“ ist eine repräsentative, qualitative Vorstudie. Darin enthalten sind auch Untersuchungen zur Mediennutzung sowie Ausstattung von Computer und Internet. Die Ergebnisse sind im Dezember 2008 veröffentlicht worden.

## **Mediennutzung von Jugendlichen**

Jugendkultur und Medien sind untrennbar miteinander verbunden. Dabei geht es nicht um einzelne Medien, sondern um eine Gruppe von Medien (Medienensemble). Die Ausstattung von Jugendlichen (ohne Differenzierung mit oder ohne Migrationshintergrund) wird als Vollversorgung deklariert. Bezugspunkt der Aussage ist die JIM-Studie 2002, in der 94 Prozent der Haushalte, in denen Jugendliche leben, einen Computer besaßen (JIM 2002).

Der Umgang mit Medien trägt zur Identitätsbildung und zur Geschlechteridentität bei. Spielt der Austausch der Medien in der Familie und in der Peer-Group eine wichtige Rolle, um Geborgenheit, Wohlbefinden und ein Zusammengehörigkeitsgefühl zu entwickeln, so dienen die Medien in der Pubertät als Möglichkeit der Abgrenzung (Billes-Gerhart 2003: 2f.).

Ausstattung mit Computer und Internet: Die Ausstattung der Jugendlichen mit Migrationshintergrund ist bei Hauptschülerinnen und –schülern niedriger als bei Jugendlichen ohne Migrationshintergrund. Die Ausstattung der Mädchen ist nochmals geringer als die der Jungen mit Migrationshintergrund. Zu diesem Ergebnis kommen alle Untersuchungen zur Migrationsforschung (vgl. Billes-Gerhart 2003, Treibel 2006 + 2007, Yilmaz 2006). Treibel (2006) sieht die Schulform vor dem Genderaspekt als ausschlaggebendes Merkmal der digitalen Spaltung bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund (Treibel 2006: 229). Yilmaz sieht die Bildung als wesentlichen Faktor: Die Internetnutzung der migrantischen Jugendlichen korrelieren mit

dem Bildungsniveau der Eltern. In Elternhäusern mit einem höheren Bildungsniveau wird das Internet vermehrt genutzt, dagegen verfügen Haushalte mit niedrigem Bildungsniveau oft nicht über einen Computer (Yilmaz 2006: 13).

Gründe für die geringere Ausstattung sieht Treibel und auch Yilmaz (2006: 14) in der ökonomischen Situation der Familien. Eine höhere Arbeitslosigkeit oder auch Altersarmut verhindern die Anschaffung eines Computers oder auch den Internetanschluss. Über die Rolle der Eltern gibt es unterschiedliche Sichtweisen, die als Zeugnis der Heterogenität der Eltern gedeutet werden können. Treibel (2006: 229) kommt zu der Erkenntnis, die Eltern kennen die Relevanz der Neuen Medien für die schulische und berufliche Entwicklung und fördern und unterstützen sie dabei. Yilmaz dagegen sagt, neben der ökonomischen Situation spielen auch unzureichende Kenntnisse der Eltern über das Medium eine Rolle. Sie müssten erst noch von der Wichtigkeit des Mediums Internet überzeugt werden (Yilmaz 2006: 11ff.). Eine Möglichkeit mehr Internetzugänge für Jugendliche zu schaffen, wird in einem Angebot mit öffentlich zugänglichen Internetplätzen mit einer Betreuung in Schulen oder in verschiedenen Vereinen der Migrantenselbstorganisationen gesehen (Yilmaz 2006: 14).

Zugänge: Migrant\*innenjugendliche suchen aufgrund ihrer geringeren Ausstattung, und das kann auch bedeuten, es gibt nur einen Computer in der Familie, häufiger alternative Zugangsorte auf. Es gibt geschlechtsspezifische Unterschiede: Weibliche Migrant\*innenjugendliche nutzen das Internet zu 59 Prozent zu Hause, bei Freunden 50 Prozent und in der Schule zu 36,6 Prozent. Die Jungen präferieren als erstes die Schule mit 67,7 Prozent, gefolgt von der Nutzung bei Freunden (54,3 Prozent) und dann erst zu Hause (48,3 Prozent) (Billes-Gerhart 2003: 13f.).

Treibel kommt zu dem Ergebnis, dass Medienkompetenz bei den Jugendlichen mit Migrationshintergrund nur bedingt vorhanden ist. Die Motivation, sie weiter auszubauen, ist nicht besonders groß. „In ihrer Reaktion auf die Anforderungen bzw. Zumutungen im Hinblick auf Medienkompetenz zeigen die Hauptschülerinnen und Hauptschüler insgesamt eine Haltung, die zwischen den Polen Pragmatismus und Resignation angesiedelt ist“ (Treibel 2007: 20).

Fazit: Die Migrant\*innenjugendlichen haben seltener Zugang zu Computer und Internet. Festzustellen sind viele geschlechtsspezifische Unterschiede im Zugang zu Computer und Internet, bei den Zugangsorten, in der Nutzungshäufigkeit und bei den genutzten Anwendungen.

- Die weiblichen Migrant\*innenjugendlichen haben nochmals einen deutlich niedrigeren Zugang zu Computer und Internet.
- Gründe für die geringere Ausstattung liegen in der ökonomischen Situation der Familien.
- Es gibt geschlechtsspezifische Präferenzen bei den Zugangsorten. Mädchen nutzen das Internet häufiger zu Hause und selten in der Schule. Bei den Jungen steht an erster Stelle die Nutzung in der Schule, dann folgen Freunde und dann das Elternhaus.

## **Mediennutzung von Erwachsenen**

Mit zunehmendem Alter nimmt die Internetnutzung ab. Zu diesem Ergebnis kommt auch die achte Mehrthemenbefragung von der Stiftung Zentrum für Türkeistudien, die im Auftrag des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-

Westfalen durchgeführt wurde. In der achten Mehrthemenbefragung wurden 1.000 türkeistämmige Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen gefragt: „Über welche der folgenden deutschen/türkischen Medien informieren Sie sich hauptsächlich?“ Die Frage bezieht sich erstens nur auf die Informationsfunktion der Medien und schließt kommunikative Motive aus. Zweitens wird durch die Frage eine Priorisierung bei der Informationsbeschaffung der Medien angeregt. Im Folgenden wird auch hier das Wort Internetnutzung gewählt, aber mit dem Wissen, dass Internetnutzung mehr als Informationsnutzung beinhaltet.

- Deutschsprachige Internetangebote werden von 29,9 Prozent der türkischstämmigen Bevölkerung genutzt und liegen mit 5 Prozentpunkten vor den türkischen Internetangeboten (24,9 Prozent).
- Von 2001 bis 2006 ist die Nutzung der deutschsprachigen Internetangebote für Informationen von 13,3 Prozent auf 29,9 Prozent gestiegen, die Nutzung der türkischen Angebote von 7,1 bis 24,9 Prozent.
- Das Internet ist nach Fernsehen und Tageszeitung das drittwichtigste Informationsmedium, egal ob es sich um die Nutzung deutscher oder türkischer Medien handelt. Das Internet hat im Zeitvergleich (2001 – 2006) das Radio als drittstärkstes Medium abgelöst.
- Von 2005 auf 2006 gab es eine enorme Zuwachsrate von 9,9 Prozentpunkten sowohl bei den deutschen als auch den türkischen Internetangeboten.

Die Stiftung Zentrum für Türkeistudien hat für die Bestandsaufnahme eine zusätzliche Auswertung für die Internetnutzung nach soziodemografischen Angaben für das Jahr 2005 und 2006 erstellt. (siehe Abbildung 1)

- Das Internet wird zur Information mehr von Männern als von Frauen genutzt (Differenz 5 PP deutschsprachiges Angebot, 4,2 PP bei türkischem Angebot).
- Mit zunehmendem Alter nimmt die Internetnutzung ab. Von den 18 – 29-Jährigen nutzen 49,1 Prozent deutschsprachige und 39,4 Prozent türkischsprachige Angebote als Informationsmedium, bei den 30 – 44-Jährigen sind es noch 30,5 Prozent des deutschsprachigen Angebots und der Wert halbiert sich bei den bis 59-Jährigen auf 16,4 Prozent. Die Gruppe der 60plus nutzt das deutsche Internet nur noch zu 1,9 Prozent und das türkische zu 1 Prozent. In der Gruppe der Älteren gab es eine Abnahme der Nutzung von 3,1 bzw. 4 PP im Vergleich von 2005 und 2006.
- Je höher der Bildungsabschluss, desto höher liegt die Internetnutzung. Wer keinen Schulabschluss besitzt, informiert sich nur zu 5,8 Prozent auf deutschsprachigen und zu 9,3 Prozent auf türkischen Internetseiten. Dagegen liegen die Zahlen der Menschen mit Abitur bei 71,4 Prozent (deutsches Internet) und 60,7 Prozent (türkisches Internet). Schülerinnen und Schüler nutzen das Internet zu 84,2 Prozent.
- Je besser die Deutschkenntnisse, desto höher liegt der Anteil derjenigen, die das Internet zur Information nutzen. Werden die Deutschkenntnisse als sehr und eher gut eingestuft, so wird das deutschsprachige Internet von 43,7 Prozent für Informationen aufgesucht, sind sie eher schlecht, so sind es nur noch 5,8 Prozent.

Abbildung1:

Internetnutzung der Deutschtürkinen und –türken nach soziodemografischen Merkmalen. Internetnutzung türkischstämmiger Migrantinnen und Migranten in NRW 2006 und 2005 in Prozent

	2006		2005	
	Nutzung deutsches Internet	Nutzung türkisches Internet	Nutzung deutsches Internet	Nutzung türkisches Internet
<b>Geschlecht</b>				
Männlich	32,4	26,9	23,1	17,7
Weiblich	27,4	22,7	17,3	12,0
<b>Alter</b>				
18 bis 29 Jahre	49,1	39,4	34,2	23,6
30 bis 44 Jahre	30,5	27,0	18,2	14,0
45 bis 59 Jahre	16,4	12,0	9,5	7,6
60 Jahre und älter	1,9	1,0	5,0	5,0
<b>Schulabschlüsse</b>				
Noch SchülerInnen	84,2	52,6	68,2	45,5
Kein Abschluss/Ilkokul	5,8	9,3	4,8	4,4
Ortaokul	13,4	19,4	21,6	16,0
Lise	32,2	27,5	6,7	7,6
Hauptschule	30,5	18,8	26,0	18,7
Realschule	45,9	36,9	39,7	27,4
Fachschule/Fachabitur	49,2	30,2	17,5	14,7
Abitur	71,4	60,7	59,7	36,1
<b>Deutschkenntnisse</b>				
Sehr und eher gut	43,7	32,0	35,3	23,7
Mittelmäßig	20,1	20,7	10,2	9,0
Eher und sehr schlecht	5,8	10,3	2,0	4,7
<b>Gesamt</b>	29,9	24,9	20,4	15,0

Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, nicht veröffentlichte Auswertung. Ilkokul = Grund zw. Volksschule, Ortaokul = Realschule, Lise = Gymnasium

Die hohe Zuwachsrate von 9,9 Prozentpunkten von 2005 zu 2006 ist durch Zuwächse in folgenden Gruppen zustande gekommen:

- Die höchsten Steigerungsraten liegen in den beiden Altersgruppen 18 bis 29 (15,8 PP türkisches Internet<sup>1</sup>) und 30 bis 44 Jahre und bei Frauen (10,7 PP türkisches Internet), bei solchen Befragten, die noch Schüler oder Schülerinnen sind (16 PP deutsches Internet).
- Bei den Schulabschlüssen ist die höchste Steigerungsrate mit 31,7 PP (deutsches Internet) bei der Fachschule und dem Fachabitur zu verzeichnen, gefolgt von Lise mit 25,5 PP. Dagegen gab es beim Ortaokul eine Abnahme von minus 8,2 PP.
- Die hohe Zuwachsrate bei der Internetnutzung der türkischstämmigen Bevölkerung ist möglicherweise als Nachholbedarf zu sehen, weil sie noch auf einem niedrigeren Niveau liegen als die Einheimischen, so eine Erklärung von Dr. Sauer von der Stiftung Zentrum für Türkeistudien. „Generell hat natürlich das Angebot von Portalen für Migranten in Deutschland in den letzten Jahren zugenommen, darüber hinaus nimmt

<sup>1</sup> Jeweils der höhere Wert zwischen deutsches und türkisches Internet.

der Bildungsstand zu und möglicherweise hat auch die Verbreitung von Computern und Internetanschlüssen in den Haushalten zugenommen“ sind weitere Erklärungen.

### **Mediennutzung von Älteren**

Im Jahr 2002 wurden im Rahmen einer Studie zur „Erschließung der Seniorenwirtschaft für ältere Migrantinnen und Migranten“ von der Stiftung Zentrum für Türkeistudien Daten zum Computerbesitz von Älteren erhoben. Danach besitzen 33 Prozent der türkeistämmigen Haushalte mit Personen von 55 Jahren und älter einen Computer. Die Jüngeren der 18 bis 54-Jährigen sind dagegen mit 59 Prozent ausgestattet. Der „hohe Anteil<sup>2</sup>“ der Älteren wird darauf zurückgeführt, dass ältere türkischstämmige Migrantinnen und Migranten vielfach in Mehrgenerationen-Haushalten leben. Es wird jedoch vermutet, dass es zwar einen Zugang zu einem Computer gibt, dieser aber nicht unbedingt von den Älteren genutzt wird und sie somit nicht über eigene Mediene Erfahrungen und Medienkompetenzen verfügen.

Der fünfte Altenbericht beschreibt die Situation der älteren Migrantenbevölkerung: Ältere Migrantinnen und Migranten der ersten Generation aus den Anwerbeländern gehören zu den bildungsfernen Gruppen und verfügen über mittelmäßige bis schlechte Deutschkenntnisse. Durch die Verrentung nehmen nicht nur die Kontakte zu Einheimischen ab, sondern auch die erworbenen Deutschkenntnisse der Älteren über 64 Jahre (Deutsches Zentrum für Altersfragen o.J.: 2).

### **Geschlechtsspezifische Unterschiede**

In den Studien zu Jugendlichen mit Migrationshintergrund wurde der Genderaspekt berücksichtigt und Unterschiede in der Ausstattung, bei den Zugängen, bei den genutzten Anwendungen herausgearbeitet. Außerdem wurde festgestellt, dass die subjektive Selbsteinschätzung der Medienkompetenz bei Mädchen signifikant negativer ist als bei Jungen (Billes-Gerhart 2003: 6).

Nach den Untersuchungen vom Zentrum für Türkeistudien wird das Internet für die Informationsbeschaffung mehr von Männern als von Frauen genutzt.

Ein weiteres Ergebnis zu älteren Migrantinnen greift die Frage auf, wie sollten Maßnahmen aussehen, die auf die Lebensbedingungen der älteren Frauen abgestimmt sind.

Ältere Migrantinnen: Ellerbrock hat die Lebensbedingungen von älteren türkischstämmigen Frauen analysiert und Handlungsempfehlungen für Angebote mit älteren Migrantinnen entwickelt. Sinnvoll sind Angebote von Frauen für Frauen. Die Maßnahmen sollten generationsübergreifend, themenorientiert und Kultur angemessen konzipiert sein und Angebote in der Muttersprache einschließen.

Bei dem Aspekt Zeit, sollte berücksichtigt werden, dass Frauen unabhängig vom Alter für die Familienarbeit verantwortlich sind. Hier bieten sich Angebote ohne zeitliche Befristung an in Form eines ständigen Treffpunkts. Familienarbeit heißt auch, dass Kinder oder Enkelkinder von den Frauen betreut werden. Außerdem sollte auf die Erreichbarkeit der Angebote durch öffentliche Verkehrsmittel beachtet werden (Ellerbrock 2003).

---

<sup>2</sup> So von der Studie bewertet.

**Fazit:** In der Migrationsforschung liegt der Schwerpunkt bei den Jugendlichen und hier insbesondere bei Hauptschülerinnen und Hauptschülern. Untersuchungen zu Erwachsenen und Älteren finden sich kaum. Die meist untersuchte Bevölkerungsgruppe ist die der türkischstämmigen Migrantinnen und Migranten.

Die Expertinnen und Experten haben als Merkmale der digitalen Spaltung die Bildung, das Geschlecht und das Alter ausgemacht. Weitere Barrieren sind die deutsche Sprachkompetenz und die Nichtberücksichtigung von Lebenslagen der Migrantinnen und Migranten.

- **Migrantinnen und Migranten in der Medienforschung**

### **Jugendliche Migrantinnen und Migranten**

Jugendliche haben eine höhere emotionale Bindung zum Internet als andere Generationen. Ihre Medienwelt zeichnet sich durch einen konvergenten Umgang mit verschiedenen Medien aus, in der das Internet eine zentrale Schaltstelle darstellt (Theunert 2007).

Die Ausstattung von Jugendlichen ist im Vergleich zu den Erwachsenen und Älteren generell gut. Gleichzeitig ist aber die Ausstattung von Computer und Internet in Migrantenhaushalten geringer als in einheimischen Haushalten (Theunert 2007).

Die Mediennutzung des Internet von Jugendlichen ist stark beeinflusst vom Bildungsstand der Familie und der Heranwachsenden selbst. Die größte Differenz besteht zwischen Jugendlichen, die in bildungsbevorzugten Milieus aufwachsen und Jugendlichen aus einem gering gebildeten familiären Umfeld. Theunert stellt fest, dass die digitale Kluft nicht zwischen Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund verläuft, sondern zwischen den Bildungsmilieus. Der Migrationshintergrund kann zusätzliche und je nach Herkunftskultur spezifische Akzente setzen, wofür derzeit nur sehr rudimentäre empirische Belege vorliegen (Theunert 2007: 4).

Medienverhalten: Die Bildung wird als zentrales Merkmal für die Mediennutzung angesehen (Theunert 2007:17). Der Umgang mit dem Medium Internet ist abhängig vom Bildungsgrad. Jugendliche aus hohem Bildungsmilieu haben einen vielfältigen Mediengebrauch, der über eine rezeptionsorientierte Nutzung hinausgeht und einen kreativen, interaktiven und wissensorientierten Umgang mit Medien einschließt. Kommunikativ wird das Medium zum Austausch mit jugendkulturellen Szenen und für politische Aktivitäten genutzt (Theunert 2007: 8f.).

Jugendliche aus bildungsbenachteiligten Milieus haben in der Regel einen eher rezeptions- und konsumorientierten Medienumgang. Ihnen fehlen häufig die Motivation und die Medienkompetenz das Internet als Informations- und Wissenslieferant zu gebrauchen und Möglichkeiten und Chancen das Internet mit all seinen Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten für sich zu nutzen. Einige haben problematische Gewohnheiten und risikoreiche Vorlieben (Theunert 2007: 9).

Die Familie, so die Medienforschung, spielt bei der Heranführung der Medien eine große Rolle. Jedoch fallen bei Jugendlichen aus niedrigen Bildungsschichten häufig die Familien als Orte des Kompetenzerwerbs heraus. Dessen ungeachtet werden pragmatisch und lösungsorientiert andere Orte für die Mediennutzung aufgesucht.

Kinder in Migrantenfamilien sind besser ausgestattet als der Rest der Familie. Die Familien fördern und ermutigen ihre Kinder zur Auseinandersetzung mit dem Computer. Durch hohe

Bildungserwartungen der Eltern können schlechtere Ausgangsbedingungen für die Nutzung neuer Medien ausgeglichen werden. Zum Teil fungieren die Jugendlichen mit Migrationshintergrund als Türöffner zu den neuen Medien für die Eltern. Sie werden zu Expertinnen und Experten für Informations- und Kommunikationstechniken (Theunert 2007: 10).

Potenziale der Medienarbeit: Die Funktion der Identitätsbildung von neuen Medien hat bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund eine besondere Bedeutung. Die Jugendlichen stehen in einem Balanceakt bei der Ausformung ihres eigenen Wertesystems zwischen den herkunftskulturellen Wertvorstellungen und den Werten der Gleichaltrigen und der hiesigen Gesellschaft.

Durch die Förderung von Medienkompetenzen lassen sich vielfältige Potenziale nutzen, die verschiedene Dimensionen umfassen. Neben medienbezogenen Qualifikationen werden soziale Schlüsselqualifikationen gefördert, die für die gesellschaftliche Partizipation wichtig sind. Weiter können inhaltliche Auseinandersetzungen zu Themen stattfinden, die im Spannungsfeld zwischen der Aufnahmegesellschaft und der Herkunftskultur liegen und zur eigenen Positionierung und Identitätsbildung beitragen. Die identitäts- und integrationsrelevanten Reflexionen können innerhalb einer Gruppe mit verschiedenen Perspektiven zur eigenen und zu anderen Kulturen stattfinden. Dadurch kann die interkulturelle Kompetenz von einzelnen oder einer Gruppe gefördert und werden (Theunert 2007: 16).

Für medienpädagogische Maßnahmen empfiehlt Theunert, Zugänge zu ermöglichen, die auf sozio-kulturelle Milieubedingungen zugeschnitten sind, die unabhängig vom Migrationshintergrund wirksam werden. Damit wird die Defizitperspektive verlassen, um „die Bedeutung transnationaler Kulturmuster und Werthaltungen für den Mediengebrauch sichtbar zu machen“ (Theunert 2007: 18). Ein Handlungsbedarf besteht in der Forschung und bei integrativen Zugängen, die milieuspezifisch angelegt sind und Geschlechterunterschiede berücksichtigen (Theunert 2007: 17).

### **Migrantinnen und Migranten im Erwachsenenalter**

Eine Studie, die das Erwachsenenalter untersucht hat, ist eine Studie zu türkischen jungen Erwachsenen (vgl. Westdeutscher Rundfunk 2006). Im Vergleich zu den Jüngeren, nutzen die ab 20-Jährigen das Internet vor allem zur Informationsaufnahme und gehen bei der Suche sehr gezielt vor. Deutschsprachige Seiten werden häufiger aufgrund der mangelnden Lese- und Schreibkompetenz in der Muttersprache aufgesucht (Westdeutscher Rundfunk 2006: 11). Die in Deutschland gut integrierten 30 - 49-Jährigen lesen im Internet hauptsächlich türkische Zeitungen, die im Handel nicht erhältlich sind. Ansonsten weisen sie eine klassische Mediennutzung auf, morgens wird Radio gehört und die Tageszeitung gelesen und abends fern gesehen. Nach dieser Studie könnte die These lauten: Mit zunehmendem Alter erhöht sich die Bedeutung des Internet als Informationsquelle und die Bedeutung der Kommunikation nimmt ab.

Die folgenden Ergebnisse stammen aus den Untersuchungen des Projekts „Politisches Potenzial des Internet“ der Universität Münster. Dabei ist zu beachten, dass die beiden befragten Gruppen der türkischstämmigen und postsowjetischen Migrantinnen und Migranten über eine hohe Internetaffinität verfügen (90 bis 94,1 Prozent sind täglich online). In der türki-

schen Gruppe der Befragten ist der Bildungsgrad sehr hoch<sup>3</sup>, dafür liegt der Frauenanteil bei knapp einem Viertel. Bei den Befragten mit postsowjetischem Migrationshintergrund ist das Geschlechterverhältnis ausgeglichen. Das Durchschnittsalter liegt bei 35,9 (türkische Gruppe) und 35,8 Jahren (postsowjetische Gruppe).

Für politische Themen wird das Internet immer wichtiger, dagegen müssen traditionelle Medien einen Bedeutungsverlust als Informationsquelle für politische Informationen hinnehmen. Das Internet dient als Ausgleich zu den „informationellen Defiziten“ der offline angebotenen Massenmedien (Kissau 2008: 5). Migrantinnen und Migranten sehen sich in den Massenmedien in der Häufigkeit und in der Darstellung schlecht vertreten. Die Besonderheit des Internet wird von den Migrantinnen und Migranten darin gesehen, dass dort Themen angeboten werden, die besonders Migrantinnen und Migranten interessieren. Das Internet als Gestaltungs- und Diskursraum (vgl. Fazit 7) stellt für die Migrantinnen und Migranten eine virtuelle Heimat dar. Hier wird der Migrationshintergrund ein verbindendes Element, da im Gegensatz zu der Offline-Welt, der Migrationshintergrund in der ethnischen Gemeinschaft positiv besetzt ist. Das Internet wird zu einem identitätsstiftenden Raum, der die Möglichkeit bietet, eine Vielzahl von Öffentlichkeiten mit vielen kulturellen Ausdrucksformen zu kreieren (Kissau 2008: 6f.).

Websiteangebote von Parteien, Behörden und Regierung: Wie auch die Studie „E-Commerce“ (vgl. Kap. 3) kommen auch die Untersuchungen des Projekts „Politisches Potenzial des Internet“ zu dem Ergebnis, dass Informationsangebote von Parteien, Behörden und der Regierung bei den postsowjetischen und den türkischstämmigen Migrantinnen und Migranten eine geringe Relevanz haben. Das Projekt stellt die These auf, dass die Migrantinnen und Migranten keine Zielgruppe der politischen Akteurinnen und Akteure sind und sie von deren Onlineangeboten nicht angesprochen fühlen (Kissau 2008: 4). Die E-Commerce-Studie sieht die schwer verständliche Fachsprache als Hemmnis an, die nicht nur für Menschen mit mangelnden deutschen Sprachkenntnissen, sondern auch, unabhängig eines Migrationshintergrundes, für Menschen, die über gute deutsche Sprachkenntnisse verfügen, ein Problem darstellen.

Sprachverwendung im Internet: Viele Migrantinnen und Migranten besitzen Kompetenzen in der deutschen und der Herkunftssprache und setzen dieses Potenzial entsprechend ein. Dabei ist eine Hinwendung zur deutschen Sprache im Internet zu erkennen, wobei auch die Herkunftssprachen auf den Websites zu finden sind. Dies entspricht einem Trend, der auch bei der Verwendung von klassischen Medien in der zweiten und dritten Generation von Migrantinnen und Migranten zu beobachten ist.

Bei den Angeboten für postsowjetische Migrantinnen und Migranten ist der Anteil der verwendeten russischen Sprache höher im Vergleich zur deutschen Sprache. Bei der türkischen Community überwiegen die Angebote in deutscher Sprache. Interessant ist das Ergebnis, dass türkischstämmige Migrantinnen und Migranten online mehr deutsch verwenden als offline, sei es im Alltagsgeschehen oder bei politischen Gesprächen (Kissau 2008: 6)<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> 45,5 Prozent verfügen über einen Hochschulabschluss, 29 Prozent haben Abitur und 10,8 Prozent besitzen einen Realschulabschluss. Für die postsowjetischen Befragten liegen keine Daten für den Bildungsabschluss vor.

<sup>4</sup> Wird im Alltag (offline) zu 60,8 Prozent die deutsche und zu 39,2 Prozent die türkische Sprache verwendet, so erhöht sich der Anteil in der Online-Alltagswelt auf 66,5 Prozent für die deutsche Sprache. Der Anteil der türkischen Sprache in der Online-Welt sinkt auf 30,7 Prozent (Kissau 2008: 6)

**Kommunikation:** Bei den Gesprächspartenrinnen und -partnern im sozialen Raum Internet gibt es bei Personen mit türkischstämmigem und postsowjetischem Migrationshintergrund unterschiedliche Präferenzen. Türkische Migrantinnen und Migranten kommunizieren am häufigsten mit anderen Personen mit türkischem Migrationshintergrund (59 Prozent), dann mit Personen ohne Migrationshintergrund (52 Prozent) und erst an dritter Stelle mit Personen aus der Türkei (41 Prozent). An erster Stelle stehen bei den postsowjetischen Migrantinnen und Migranten auch Personen mit gleichem Migrationshintergrund (57 Prozent). Doch an zweiter Stelle folgen hier Diskussionspartner und -partnerinnen aus den Staaten der ehemaligen Sowjetunion (56 Prozent) und an dritter Stelle folgt die Kommunikation mit Einheimischen (34 Prozent).

**Interesse an Themen:** Bei den Themen interessieren sich die türkischstämmigen Migrantinnen und Migranten am meisten für „Migration und Integration“ (29,3 Prozent). Dieses Thema steht für die Menschen mit postsowjetischem Migrationshintergrund erst an vierter Stelle. Für sie ist das Thema Internationale Beziehungen mit 46,6 Prozent am wichtigsten (siehe Abbildung 1).

Abbildung 2:

Interessenthemen von türkischen und postsowjetischen Migrantinnen und Migranten.

<b>Themen</b>	<b>Türkisch</b>	<b>postsowjetisch</b>
Migration und Integration	29,3 %	9,8 %
Internationale Beziehungen	21,3 %	46,6 %
Wahlen, Demokratie, Partizipation	13,8 %	9,9 %
Bildung	11,5 %	12,5 %
Arbeit und Soziales	11,5 %	11,3 %
Wirtschaft und Finanzen	8,6 %	6,8 %
Religion	4 %	3,8 %

Quelle: Kissau 2007, 2008

**Politische Partizipation:** Das Internet wird von den Migrantinnen und Migranten für den politischen Austausch, zur Meinungsbildung und zur politischen Partizipation genutzt. Neben der Diskussion haben 68,2 Prozent der türkischstämmigen Migrantinnen und Migranten an einer Unterschriftenaktion und 65,9 Prozent an einer Online-Demo oder einem Abstimmungsverfahren teilgenommen (Kissau 2008). Die postsowjetischen Migrantinnen und Migranten nahmen zu 46,6 Prozent an einer Online-Abstimmung teil und haben sich mit 35,8 Prozent einer Online-Petition angeschlossen.

61 Prozent der postsowjetischen Migrantinnen und Migranten sind auf den Ebenen „Informationen“, „Diskussion“ und „Partizipation“ aktiv (Kissau 2007).

### **Ältere Migrantinnen und Migranten**

Es gibt an dieser Stelle keine Zahlen und Einschätzung, wie die Internetnutzung der älteren Migrantinnen und Migranten aussieht. Ein Anhaltspunkt kann die Studie „Migranten und Medien“ geben. Dort liegt die Tagesreichweite der über 50-Jährigen bei 6 Prozent. Ein weiterer findet sich bei der Stiftung Zentrum für Türkeistudien, in der 1,9 Prozent der über 60-Jährigen das deutsche Internet für Informationen aufsucht.

Das erfolgreiche Projekt des Bennohauses Münster zeigt, wie der Abbau von Zugangsbarrieren für ältere Migrantinnen und Migranten zu den Neuen Medien erfolgen kann. Eine wichtige Voraussetzung ist, die Inhalte und Methoden an die Zielgruppe anzupassen. Das Projekt hat sehr unterschiedliche Personengruppen erreicht und mit geschlechtsspezifischen Angeboten auf die Wünsche der Teilnehmerinnen und Teilnehmer reagiert. Als eine Barriere für die Internetnutzung bei Älteren wurden die Sprachkompetenzen erkannt. Ältere besitzen häufiger eine geringere deutsche Sprachkompetenz und je nach Bildungsstand fehlen auch Lese- und Schreibkompetenzen in der Muttersprache (Arbeitskreis Ostviertel 2005). Hier wurde mit zweisprachigen Lehrangeboten auf die Situation reagiert. Weiterhin bestehen außerhalb ihres ethnischen sozialen Netzwerks nur in geringem Maße Kontakt zu Deutschen. Dies bedeutet in der Arbeit mit älteren Migrantinnen und Migranten, dass hier die Ansprache der Zielgruppe viel intensiver und damit auch zeitintensiver betrieben werden muss. Eine aufsuchende Bildungsarbeit, geschlechtsspezifische und zweisprachige Angebote sowie die Integration der Migrantenorganisationen sind wichtige Erfolgsfaktoren des Projekts.

### **Geschlechtsspezifische Unterschiede**

Geschlechtsspezifische Unterschiede bestehen bei Computer und Internet bei den Vorerfahrungen, beim Zugang zum Computer und bei der eigenen Einschätzung der Computer- und Technikkompetenz sowie bei der Anwendung der Kompetenzen. Diese beginnen, wie wir gesehen haben, schon in der Grundschule und wirken auch im späteren Lebensalter. Es gibt Unterschiede bei der Nutzungsintensität. Mädchen sind zu 80 Prozent und Jungen zu 85 Prozent täglich oder mehrmals in der Woche im Netz (vgl. JIM 2007).

Bei den Anwendungen gibt es auch Präferenzen. Mädchen nutzen stärker die kommunikativen Anwendungen und der Anteil der Jungen ist bei den Spielen höher.

Viele Erkenntnisse über geschlechtsspezifische Unterschiede bei Migrantinnen und Migranten liegen hauptsächlich für Mädchen und Jungen vor. Beim Zugang zu Computer und Internet besitzen Mädchen mit Migrationshintergrund schlechtere Zugangsmöglichkeiten (vgl. Theunert 2007).

Beide Geschlechter haben geringere Zugangsmöglichkeiten zum Internet, wenn sie eine geringere Schullaufbahn einschlagen. Bei der Erschließung alternativer Zugänge gibt es unterschiedliche Präferenzen. Mädchen finden diese in Institutionen (Schulen, Moscheen) oder im Familienumfeld. Jungen suchen öffentliche Räume (Internetcafes) oder Jugendzentren auf oder gehen zu Freunden (Theunert 2007: 10f.).

Bei der Vorbereitung von Maßnahmen sollten geschlechtsspezifische Aspekte berücksichtigt werden. Auch die Bereitstellung reiner Frauenangebote erscheinen sinnvoll und ist von einigen Frauen erwünscht.

**Fazit:** Bei der Betrachtung der Forschungslage in der Medienforschung fällt insgesamt auf, dass es einige Studien zu der Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund gibt. Noch schlechter sieht die Lage bei Erwachsenen oder Älteren aus. Bei den Untersuchungen zur Herkunft überwiegen die Studien zur Internetnutzung türkischer Migrantinnen und Migranten. Danach folgen meist Untersuchungen für Personen mit postsowjetischem Migrationshintergrund. Für viele weitere Gruppen gibt es keine Untersuchungen.

### ■ **Ergebnisse aus der Migrations- und Medienforschung**

Ungeklärt ist die Frage, ob die kulturelle Herkunft ein Merkmal der digitalen Spaltung ist. Sicher ist jedoch, dass Bildung, Alter und Geschlecht auch bei der migrantischen Bevölkerung Merkmale sind, die erheblichen Einfluss nehmen auf die Nutzung bzw. Nichtnutzung des Internet. Weitere Barrieren für die Internetnutzung von Migrantinnen und Migranten sind mangelnde Medienkompetenzen, mangelnde deutsche Sprachkompetenzen und die Nichtberücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse von Menschen mit Migrationshintergrund.

Geschlechtsspezifische Unterschiede bestehen beim Zugang, bei der Nutzungsintensität, bei der Zuschreibung eigener Technikkompetenzen, bei der Wahl von alternativen Zugängen und auch bei den Interessen.

Das Internet stellt für die Migrantinnen und Migranten und auch für die Aufnahmegesellschaft enorme Potenziale dar. Es ist ein Gestaltungsraum, in dem mit Gleichgesinnten über Themen gesprochen und diskutiert wird, die insbesondere Migrantinnen und Migranten interessieren und in den Massenmedien keinen Eingang finden. Gleichzeitig stellt das Internet eine virtuelle Heimat dar, in der der Migrationshintergrund ein verbindendes Element ist und die Möglichkeit bietet, eine Vielzahl von Öffentlichkeiten mit vielen kulturellen Ausdrucksformen zu kreieren. Die Funktion der Identitätsbildung ist nicht nur für Jugendliche wichtig, sondern kann unabhängig vom Alter für alle Menschen mit Migrationshintergrund übertragen werden. Wie das Beispiel der deutsch-türkischen Migrantinnen und Migranten zeigt, ist der virtuelle Raum ein Medium zur Gestaltung einer selbstbewussten deutsch-türkischen Identität, der sich entwickelt und ein Teil der öffentlichen Meinungsbildung in Deutschland darstellt (Kissau 2008: 9).