



Die Preisträger der BIENE 2006 in der Kategorie "Komplexe Einkaufs- und Transaktionsangebote": DSL Bank, HELP und Thüringer Aufbaubank.

Gemeinnützig · Unabhängig · Informativ

net. werker



Der Newsletter der
stiftung
digitale-chancen

Nr.59
11 | 12 | 2006

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Leserinnen und Leser,

der Schnee lässt auf sich warten, und es ist warm wie im Frühling – kein Wunder also, dass die BIENEN fliegen. Bereits zum vierten Mal haben wir am 8. Dezember in Berlin gemeinsam mit der Aktion Mensch die besten barrierefreien Internetseiten in deutscher Sprache mit einer **BIENE** ausgezeichnet. Nicht nur die Anzahl, sondern auch die Qualität der Wettbewerbsbeiträge ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Das war auch der Eindruck der Jury, die am Donnerstag das letzte Wort hatte. Mit Martin Ladstätter, Onlinejournalist des Portal Bizeps.or.at und Jeremy Keith, Webdesigner aus Brighton, UK gab es internationales Flair in der Jury. Silke Springensguth, die unseren Stifter AOL Deutschland in der Jury vertreten hat, war von den Angeboten überzeugt und freute sich, in der Kategorie Einkaufs- und Transaktionsangebote eine goldene BIENE an das österreichische Bürgerportal HELP zu überreichen. Mit der Thüringer Aufbaubank und der DSL-Bank konnten zwei weitere Transaktionsportale ausgezeichnet werden; wirklich gut gemachte Onlineshops haben wir unter den Wettbewerbsbeiträgen leider vergeblich gesucht.

Dabei spielt Online-Shopping für Verbraucherinnen und Verbraucher eine immer größere Rolle. Der Bundesverband des Versandhandels meldet 35 % Steigerung im Onlinegeschäft im Vergleich zum Vorjahr. Mehr als die Hälfte der Onliner gibt bei den Befragungen der AGOF an, in den letzten drei Monaten online eingekauft zu haben. Viele Onlineversandhändler nutzen heute das Internet in einer individuell auf die Kunden zugeschnittenen Weise und versuchen so, deren Erwartungen angemessen zu erfüllen und gleichzeitig die eigenen Produkte besser an die Frau oder den Mann zu bringen. Wichtig ist aber, dass die Kundenperspektive nicht nur beim Produktangebot, sondern auch bei der Gestaltung des virtuellen Geschäfts berücksichtigt wird. Wer neue Kunden und ungeübte Nutzerinnen und Nutzer gewinnen will, muss diesen einen barrierefrei zugänglichen Laden öffnen, sie an sein Angebot heranführen, ihnen Orientierung in der Produktvielfalt bieten und sie mit dem Kauf- und Bezahlvorgang vertraut machen.

Wir hoffen, dass Sie liebe Leserinnen und Leser – egal ob offline oder online – schon alle Geschenke besorgt haben, und wünschen Ihnen eine schöne, entspannte Weihnachtszeit. Unser **Gästebuch** ist aufgeschlagen, wir freuen uns auf Ihre Anregungen und Kommentare.

Herzlich Ihre


Jutta Croll M.A., Chefredaktion

net news

Goldene BIENEN fliegen auf Barmer, Pfizer und HELP...

UN Studie: Weltweit noch zu wenige barrierefreie Webseiten

Die Gewinner des Medienwettbewerbs 'NRW: NEUES LERNEN 2006' stehen fest

Bundesweites Filmfestival zu Arbeit, Wirtschaft, Globalisierung

Sächsische Medienpädagogikprojekte ausgezeichnet

Kofi Annan: Internet für alle zugänglich gestalten

Auszeichnung 'Intel Lehren Schule 2006' vergeben

Registrierungsfrist verlängert: Noch bis 15. Dezember am Safer Internet Day - Wettbewerb teilnehmen!

net kommentar

**Grußwort zur BIENE 2006
Dr. Wolfgang Schäuble, Bundesminister des Inneren**



Allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern bei der Verleihung des diesjährigen BIENE-Awards übermittele ich meine besten Grüße und Wünsche.

Mit der Verordnung zur Schaffung barrierefreier Informationstechnik hat die Bundesregierung im Jahr 2002 festgelegt, welche Anforderungen die Internetauftritte der Bundesbehörden erfüllen müssen, damit auch behinderte Menschen sie gut nutzen können. Seither hat es erhebliche Fortschritte gegeben. Ich freue mich, dass nicht nur bei den Internetauftritten der Bundesverwaltung die Barrieren wesentlich abgebaut worden sind.

An dieser Entwicklung haben Initiativen wie der BIENE-Award entscheidenden Anteil. Das Internet, welches unserem Zeitalter inzwischen seinen Namen gibt, wird so für noch mehr Menschen nutzbar. Dieser Erfolg zeigt, dass für wirklich nachhaltige Veränderungen eine aktive Beteiligung der Menschen mindestens ebenso wichtig ist wie der gesetzliche Rahmen. Projekte wie der BIENE-Award zeigen in vorbildlicher Weise, wie Demokratie durch Mitgestaltung gelebt werden kann. Und sie sind ein verlässlicher Indikator für das Zusammenspiel der gesellschaftlichen Kräfte in unserem Land.

Ich danke allen Teilnehmern am Wettbewerb für Ihren wertvollen Beitrag und wünsche ihnen viel Glück.



Weihnachtsschmuck - Quelle: Pixelquelle.de

net report

Der Weihnachtsmann shoppt im Internet? Aktuelle Trends im E-Commerce

Jeanette Christu, Stiftung Digitale Chancen

Weihnachtszeit, doch in den Städten keine Parkplatzprobleme, kein Gedränge mit vollgepackten Tüten, keine überfüllten Kaufhäuser? Weil stattdessen alle dem Online-Shopping verfallen sind und lieber vom heimischen PC aus einkaufen gehen? Dieser Zustand ist wohl - zum Glück für den lokalen Handel - noch nicht eingetreten, doch der Online-Handel wächst Jahr für Jahr. So berichtet der Bundesverband des Versandhandels (bvh) von Rekordverkäufen über das Internet: Die Onlineumsätze seien in 2006 im Vergleich zum Vorjahr um 35 Prozent gestiegen, so die Erfolgsmeldung.

Wer nutzt Online-Shopping und wofür?

Auch die Erhebungen der Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (Internetfacts II) zeigen, dass immer mehr Internetnutzer online einkaufen: Insgesamt haben 72,8 Prozent der Onliner in den der Studie vorausgegangen 12 Monaten Produkte über das Internet eingekauft - das sind 26,20 Millionen Menschen. 57,6 Prozent geben an, dass sie 'häufig oder gelegentlich' Online-Shopping-Seiten im Internet nutzen. In diesem Punkt unterscheiden sich die Angaben von männlichen und die weiblichen Onlinern kaum (58,5 % Männer und 56,5 % Frauen). Das meiste Interesse am Online-Shopping zeigen die Internetnutzerinnen und -nutzer zwischen 30 und 39 Jahren: Für 67,2 Prozent dieser Gruppe sind Online-Shopping-Seiten ein häufig oder gelegentlich genutztes Internetangebot. Aber auch die Gruppe der über 60-Jährigen Onliner mag das Online-Shopping: Hier gaben 46,2 Prozent an, E-Commerce-Seiten häufig oder gelegentlich zu nutzen. "Auch die ältere Generation hat das Onlineshopping inzwischen für sich entdeckt", stellt der Vorsitzende des Ausschusses E-Commerce im bvh, Thomas Lipke, fest.

Die Anzahl der älteren Online-Konsumenten hat sich der Studie 'E-Shopping Trend 2006' des Hamburger Softwarehauses novoMIND zufolge seit 2002 beinahe verdoppelt. Für sie sind

Bücher sowie Urlaubsreisen und Hotels besonders wichtig. Den Internet Facts II der AGOF zufolge interessieren sich 66,3 Prozent der 50- bis 59-Jährigen für Bücher, die damit auf Platz Eins stehen. 48,3 Prozent dieser Altersgruppe haben schon einmal Informationen über Bücher im Netz recherchiert und 30 Prozent dieser Gruppe haben in den letzten 12 Monaten mindestens ein Buch online gekauft. Von den gemäß den Studienergebnissen eigentlich noch stärker an Büchern interessierten über 60-jährigen Onlinern wurden immerhin 23 Prozent bereits zu Online-Buchkäufern. Dazu ist anzumerken, dass Bücher allgemein das im Internet angebotene Produkt mit der besten 'Konversionsrate' sind - einer Rate, die angibt in welchem Verhältnis Kaufinteressenten zu tatsächlichen Käufern werden.

Im Gegensatz zu der Gruppe der 21- bis 30-Jährigen kaufen die älteren Onliner im Netz überwiegend qualitätsbewusst ein (Studie E-Shopping-Trend von NovoMind). Ihr Fokus ist nicht so stark darauf gerichtet, den billigsten Anbieter für ein Produkt zu finden, sondern eher, die beste Qualität für das Geld zu finden. Dabei spielt der Service der Online-Anbieter eine entscheidende Rolle bei der Shop-Auswahl: Wenn der Service gut ist, sind zwei von fünf Online-Shoppern der Gruppe 50+ bereit, mehr für das Produkt zu bezahlen. Zwei Drittel dieser Gruppe legen auch besonderen Wert auf sichere Zahlungsmethoden und niedrige Transportkosten. Unzufrieden sind die älteren Nutzer dennoch oft mit den spezifischen Eigenheiten des Internet. So beklagen sich fast zwei von drei der Gruppe der Best Ager, dass sie die Produkte online nicht anfassen oder ausprobieren können. Zwei von fünf wünschen sich wenigstens Zoom-Funktionen, um einen näheren Blick auf das Produkt werfen zu können. Mit dem Wunsch nach mehr Produktinformationen sind die älteren Onliner nicht allein: Für 73 Prozent der befragten Onliner der NovoMIND-Studie ist die Tatsache, die Waren nicht anfassen zu können, ein klares Defizit des Online-Handels.

In der Rangliste der am meisten online gekauften Produkte liegen nicht, nur bei den 50- bis 59-Jährigen sondern auch allgemein,

JIM-Studie 2006: Computer für Jugendliche wichtiger als Fernseher

AGOF Internet facts 2006-II - Aktuelle Daten zur Internetnutzung in Deutschland

Jeanette Christu, Stiftung Digitale Chancen

Agenturen und Jobcenter bewilligen mehr Fördermaßnahmen für schwerbehinderte Menschen

Bundesagentur für Arbeit

EU-Kommission ruft zu wirksamerem Maßnahmen gegen Spam und Schadsoftware auf

Interesse an Informatikstudium sinkt weiter

BITKOM

Bücher auf Platz Eins (33,9 %), gefolgt von Eintrittskarten für Kino, Theater, Konzerte (29,2%). Frauen zeigen sich dabei etwas interessierter an Büchern, Männer sind offenbar eher für die Eintrittskarten zuständig. Deutlicher wird geschlechtsspezifisches Einkaufsverhalten auf Platz Drei der Rangliste erkennbar. Diesen Platz nimmt für Männer der Online-Kauf von Computer-Hardware und Zubehör mit 29,6 Prozent ein - bei den Frauen steht die Kategorie 'Modeartikel oder Schuhe' mit 26,7 Prozent an dritter Stelle. (Quelle: Internetfacts-II 2006)

Sicherheit beim Online-Shopping

Die Angst vor Betrug, Diebstahl und Datenklau ist ein Haupthindernis des Online-Shopping. Dies stellt die aktuelle Studie 'Sicherheit im Online-Handel' von TNS Infratest im Auftrag von ebay fest. Demnach geben die verfügbaren Sicherheitsmechanismen für 93 Prozent der E-Commerce-Nutzer den Ausschlag für die Attraktivität eines Angebots. Das Unsicherheitsgefühl der Nutzer hat dabei im Vergleich zum Vorjahr zugelegt: Während in 2005 noch 50,7 Prozent der Internetnutzer das Einkaufen im Netz für sicher hielten, waren es in 2006 nur noch 42 Prozent.

Besonders Frauen sind skeptischer ihre Kreditkartendaten herauszugeben als Männer: Während zwei Drittel der Frauen nicht online per Kreditkarte zahlen möchten, stellt das für die Hälfte der Männer kein Problem dar, so novoMIND. Frauen halten die Übermittlung von Kreditkartendaten für das größte Sicherheitsrisiko beim Online-Shopping, stellt das Softwareunternehmen fest.

Zunehmend lösen allerdings Online-Bezahlsysteme den Kauf mit Kreditkarte oder per Lastschriftverfahren ab, z. B. Systeme wie PayPal oder Click & Buy. Dabei stufte eine Untersuchung von Stiftung Warentest (Finanztest 12/06) die getesteten Bezahlssysteme als sicher ein, solange der Kunde den Hinweisen zur Sicherheit auch Folge leistet.

Lesen Sie online weiter...

Barrierefreies Webdesign. Attraktive Websites zugänglich gestalten.

Angie Radtke, Dr. Michael Charlier
Addison-Wesley, München, (2006)
rezensiert von Ulrike Peter, (ifib Bremen)

**PolitKids im Bennohaus**

Bürgermedienzentrum Bennohaus, 48155
Münster, Nordrhein-Westfalen



Neu in unserer **Datenbank der Internetzugangs- und Lernorte**:

JugendFreizeitZentrum "Treffpunkt JFZ", 47918 Tönisvorst

Senioreninternetkurse, 28307 Bremen

City Internet-Callshop, 73230 Kirchheim

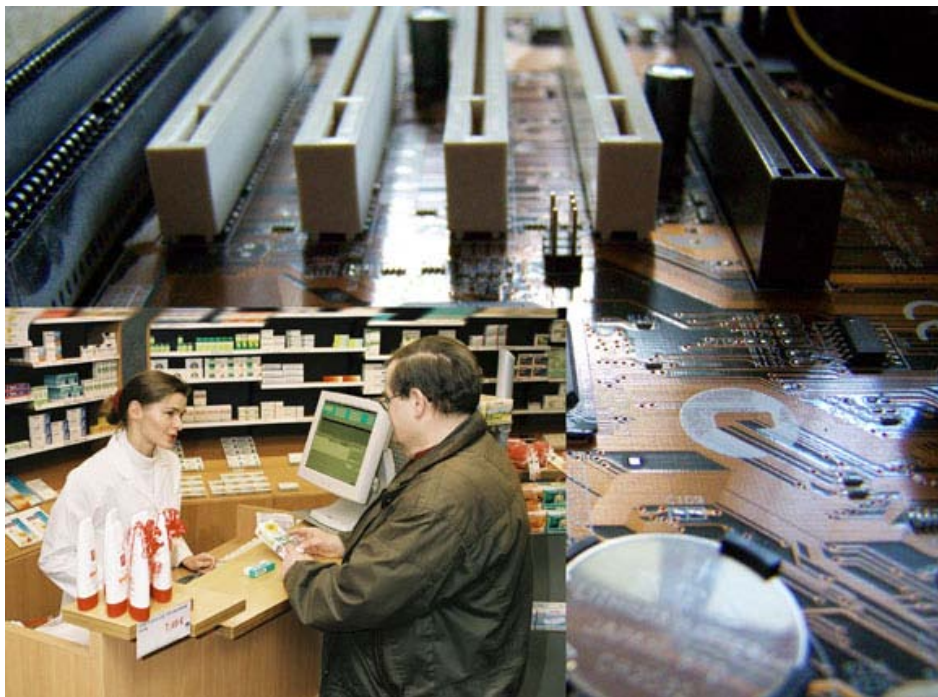
Senioren Internetcafé "Weltenbummler", 12103 Berlin

Universitätsbibliothek Weimar, 99423 Weimar

Suchen Sie ein Internetcafé in Ihrer Nähe?

Einfach anrufen
01805 - 38 37 25 (12ct/min)
oder im Internet unter
<http://www.digitale-chancen.de/einsteiger>
nachsehen.

Über 7.200 Einrichtungen bundesweit sind bereits bei uns verzeichnet.



Quelle: Pixelquelle.de

Online Health Search 2006

Susannah Fox

Online-Suche nach Gesundheitsinformationen

An einem Durchschnittstag suchen etwa 10 Millionen Amerikaner im Internet nach Gesundheitsinformationen - ungefähr so viele, wie auch online Rechnungen bezahlen, Blogs lesen oder nach eine Telefonnummer oder Adresse suchen. Diese und weitere Erkenntnisse ergab eine im August 2006 vom Pew Internet & American Life Project durchgeführte Erhebung mit amerikanischen Internetnutzern.

Etwa 80 % der amerikanischen Internetnutzer oder ca. 113 Mio. Erwachsene haben schon einmal nach Informationen in mindestens einem von 17 Gesundheitsbereichen gesucht. Der Großteil beginnt die Recherche mit einer Suchmaschine. Gesucht wird häufig nicht für sich selbst, mit den gefundenen Informationen äußern sich die meisten als sehr zufrieden, obwohl die überwiegende Mehrheit, etwa drei Viertel, die Quelle und das Alter der Informationen, die sie online finden, nicht durchgängig überprüfen. Die Erhebung stellte fest, dass die meisten Menschen, die nach Gesundheitsinformationen suchen, mit dem Ergebnis zufrieden sind.

Frauen suchen eher nach Gesundheitsinformationen im Internet als Männer. Weitere häufige Informationssucher sind Menschen mit einem College-Abschluss, erfahrene Internetnutzer und Nutzer mit Breitbandanschluss.

44 Prozent geben an, die Informationen hätten ihre Meinung über Diäten, Sport oder Stressmanagement beeinflusst. 39 Prozent geben an, die Informationen hätten Einfluss darauf gehabt, wie sie mit einer chronischen Krankheit oder Schmerz umgehen. 35 Prozent geben an, die Informationen hätten ihre Entscheidung für einen Arztbesuch beeinflusst.

Von acht verschiedenen - vier positiven und vier negativen - Beschreibungen ihrer Gefühle bei ihrer letzten Online-Suche nach Gesundheitsinformationen wählten die Befragten bevorzugt die positiven: 74 Prozent der Befragten gaben an, sie fühlten sich darin bestätigt, im Hinblick auf ihre Gesundheit angemessene Entscheidungen treffen könnten. 56 Prozent sagten, sie seien zuversichtlich, dass sie ihrem Arzt gegenüber neue Fragen oder Probleme zu einem Gesundheitsthema äußern könnten. 56 Prozent gaben an, sie fühlten sich erleichtert oder getröstet durch die online gefundenen Informationen. 51 Prozent der Befragten meinten, sie würden ihr neues Wissen zu gesundheitlichen oder medizinischen Fragen gern an andere weitergeben.

Andererseits sagten 25 Prozent, sie seien überwältigt von der Menge der Informationen, die sie im Internet gefunden hatten, 22 Prozent sagten, sie seien frustriert, weil es zu ihrem Thema keine Information gab oder sie sie nicht finden konnten, 18 Prozent äußerten, dass sie sich von den online gefundenen Informationen verwirrt fühlten, 10 Prozent sagten, dass sie sich ängstigten wegen der ernsten oder drastischen Natur der online gefundenen Informationen.

Nur 15 Prozent der Informationssuchenden gaben an, dass sie 'immer' die Quelle und das Datum der online gefundenen Gesundheitsinformationen überprüften, weitere 10 Prozent tun dies 'meistens'. Volle drei Viertel der Informationssuchenden sagten, sie überprüften Quelle und Datum 'nur manchmal', 'fast nie' oder 'nie'; das heißt, dass etwa 86 Millionen Amerikaner im Internet gesundheitlichen Rat suchen, ohne die Qualität der von ihnen gefundenen Informationen zu überprüfen.

Den englischsprachigen Bericht können Sie online downloaden.

**E-Learning - Virtualisierte
Inhaltsvermittlungen und mögliches
didaktisches Design**
12.12.06 Stuttgart

Usability-Stammtisch Rhein-Neckar
12.12.06 Mannheim

Wettbewerb: Chancen mit Erfahrung
15.12.06

Wettbewerb: Ideenwettbewerb 2007
15.12.06

**Wettbewerb: Selbsthilfe und Internet -
starkmachen und verbinden**
15.12.06

**Wettbewerb: Wettbewerb für
Jugendliche zum Safer Internet Day 2007**
Einsendeschluss: 15.12.06

**Wettbewerb: E-Learning - Wettbewerb
D-ELINA 2007: Lernprozesse neu
gestalten**
Einsendeschluss: 31.12.06

**Museum für Kommunikation Hamburg:
Internet-Kurs**
19.01.07 Hamburg

**Fortbildung - Sicherheit und
Jugendmedienschutz im Internet**
24.01.07 bis 25.01.07 Fulda

**Internet - Aufbaukurs im Museum für
Kommunikation Hamburg**
26.01.07 Hamburg

**Fortbildung - Sicherheit und
Jugendmedienschutz im Internet**
27.01.07 Köln

Handykurse für Senioren
31.01.07 Hamburg

**Job - Chance - Internet. Frauen gestalten
Zukunft**
01.02.07 bis 02.02.07 Bremen

Mehr Termine online...

Unser Ziel: Menschen für die Möglichkeiten des Internet zu interessieren und sie an das neue Medium heranzuführen

Ziel des Netzwerks und der Stiftung Digitale Chancen ist es, Menschen für die Möglichkeiten des Internet zu interessieren und sie beim Einstieg zu unterstützen. So können sie die Chancen dieses digitalen Mediums erkennen und für sich nutzen.

Wir helfen **Einsteigern**, die das Internet kennen lernen möchten.

Wir unterstützen **net.werker**, die als Mitarbeiter von Internetcafés in sozialen Einrichtungen Menschen den Einstieg in das Internet ermöglichen.

Wir wenden uns an **Experten** aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, die in Theorie und Praxis an der Überwindung der Digitalen Spaltung arbeiten.

Wir arbeiten zusammen mit unseren Stiftern: AOL Deutschland und der Universität Bremen, sowie mit unserem Zustifter, der Unternehmensberatung Accenture.



Die Datenbank **öffentlicher Internetzugänge** der Stiftung Digitale Chancen

stiftung digitale-chancen

Wir bedanken uns für Ihre Aufmerksamkeit und bitten um Diskussion der Beiträge dieses Newsletters in unserem Gästebuch unter <http://www.digitale-chancen.de/content/sections/guestbook.cfm>

Impressum

Der net.werker erscheint monatlich und wird auf elektronischem Wege kostenlos an rd. 6.000 Abonnenten versandt.

Hrsg.: Stiftung Digitale Chancen

Redaktion: Jutta Croll (Chefredaktion, V.i.S.d.P.),
Jeanette Christu
Am Fallturm 1, 28359 Bremen
E-Mail: redaktion@digitale-chancen.de

Hotline 01805 38 37 25 12ct/min.

- Auskunft über rund 7.000 Internetcafés bundesweit
- Bestellung und Abonnement des net.werker

Wochentags von 09:00 - 14:00