

Warum das Internet unverzichtbar ist.



Warum...

...hält sie¹ diesen²
Vortrag?

1

Als Jahrgang '59
kein „digital native“.

Grafik-Design noch mit Sprüh-
kleber und Satzmaschinen gelernt.

Erste Computerberührung
ca. 1982. Schnell erkannt:
das ist ein tolles Werkzeug.

E-Mail-Account seit 1991,
eigene Website seit 1998,
Webdesign für Kunden
seit 2002.

2

Der Umgang mit neuer Technik
will erlernt werden, das war
beim Auto so, das ist beim
Internet nicht anders.

In den Generationen 45+
gibt es immer noch mehr
Berührungsangst als Neugier.
Höchste Zeit, das zu ändern.

Darum rede ich mit Ihnen/
Euch über dieses wortwörtlich
weltbewegende Thema.

Das Internet ist schon über 25 Jahre alt.



Oktober 1999: Die einmillionste .de-Domain wird registriert.

Juni 2013:
Hier irrt die Kanzlerin.
Das Internet ist schon sehr lange **kein** „Neuland“ mehr.

März 1989: Tim Berners-Lee schreibt die erste Fassung seines Papiers „**Information Management: A Proposal**“, ein Entwurf für die Entwicklung des World Wide Web.

Kommunikation weltweit und jederzeit.

Für die meisten der vor 1980 Geborenen – also keine „digital natives“, sondern „digital immigrants“ – war irgendwann um 1990 herum **der erste Schritt** ins Internet die Einrichtung eines E-Mail-Accounts...



...und **wie es weiterging**, war abhängig von persönlicher Neugierde, beruflichen Notwendigkeiten – und nicht zuletzt von der Anzahl sachkundiger Söhne, Brüder oder Neffen im engeren Umfeld.

Alles eine Frage der **Balance**. Das Tempo unserer Kommunikation haben wir zum großen Teil **selbst** in der Hand: **Wie oft** checken wir unsere Mails? **Wie schnell**

antworten wir?

Wie sehr machen wir uns verfügbar?

Das Wissen der Welt auf dem eigenen Bildschirm.

Google

4. September 1998: Die
Gründung von **Google**.

Wissen **nutzen**,
wenn man es gerade braucht.

15. Januar 2001: Die
freie Online-Enzy-
klopädie **Wikipedia**
wird ge-
grün-
det.

Fast jede Information **finden**,
nach der man sucht.



Das eigene Know-how
teilen und **weitergeben**.

Über den eigenen Tellerrand hinaussehen können.



Fundiertere
Meinungsbildung
durch **Vielzahl und
Aktualität der
möglichen
Quellen.**

Lesen, was und
wo man will.
**Freie Auswahl
und individuelle
Zusammenstellung
der Themen.**

Kleine
Spontanumfrage
im Freundeskreis:
**„Was ist für Dich
das Wichtigste
am Internet?“**

Christine L.:
Schnelle Kommunikation und immer verfügbares **Nachschlagewerk!**

Marion H.: Für mich: Platz1 kreative Möglichkeiten, Platz2 Musik incl. Musikvideos, Platz3 verschiedene Sichtweisen zu ein- und demselben Thema lesen... manchmal für mich auch wichtig und **hilfreich zur persönlichen Meinungsfindung.**

Michael K.: Das Internet ist meine hauptsächliche **Informationsquelle** und mein wichtigster Kommunikationskanal.

Jean S.: **Information** und Geschwindigkeit.

Mario W.: Dass es funktioniert?

Uschi R.: 1. die kreativen Möglichkeiten und 2. die Vielfalt an **Wissen**, auf das ich zugreifen kann.

Birgit G.: Kontakt, Kommunikation, Information + **INFORMATION** (fast JEDE Wissensquelle kann angezapft werden = für mich wie die Bibliothek von Alexandria).

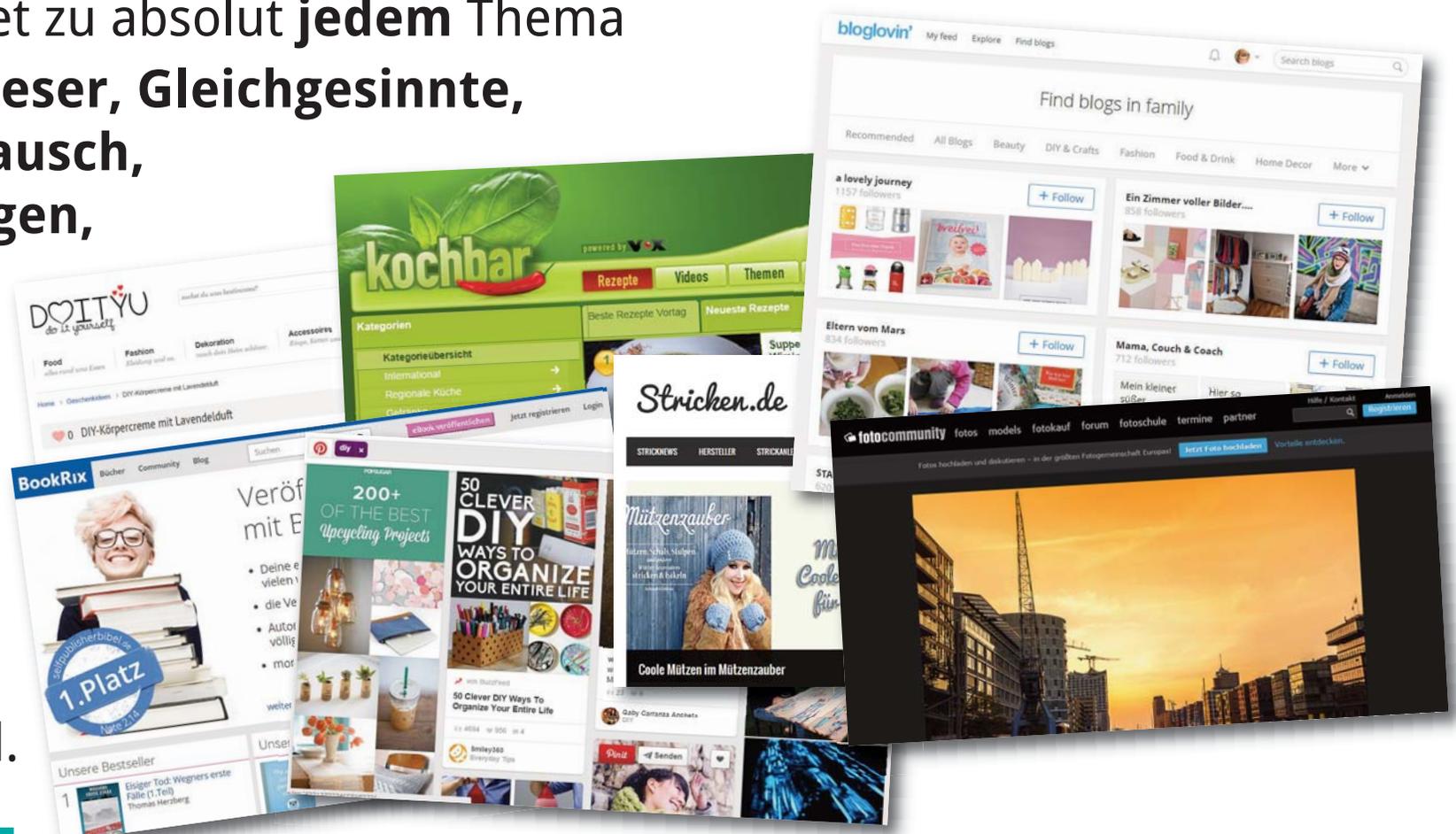
Karin L.: **Information!**

Frank R.: **Information** und Publikation.

Nie zuvor war es einfacher, Interessen auszuleben.

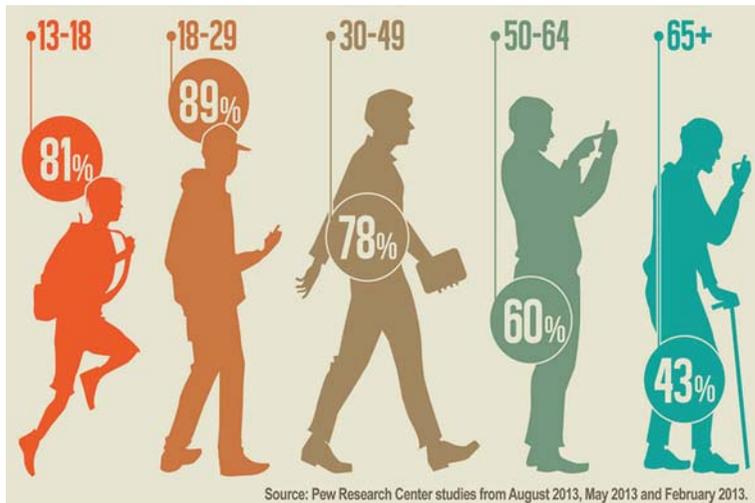
Es gibt im Internet zu absolut **jedem** Thema
Blogs, eBooks, Leser, Gleichgesinnte,
Erfahrungsaustausch,
Foren, Anleitungen,
Marktplätze,
Shops usw.
Alles kann,
nichts muss...

Wir suchen uns
aus, ob wir
Konsument
oder **Akteur** sind.



Eher privat: die sozialen Netzwerke [Social Media].

Kein Thema nur für Jugendliche:



Kontakte pflegen auch mit Verwandten und Freunden am anderen Ende der Welt.

Freundschaften können hier entstehen, die im persönlichen Miteinander weiter wachsen.

Einander helfen, Rat geben und bekommen – wie im „richtigen“ Leben.



Facebook, Marktanteil ca. 34%. Vielfach unterhaltsame, emotionale Themen, öffentlich wenig „Tiefgang“; Gruppen, komfortable Foto-Einstellung, keine Textbeschränkung.



Twitter, Marktanteil ca. 4%. Schnelle Information zu Weltgeschehen und aktuellen Themen, viel intellektueller Witz, textorientiert; pro „Tweet“ sind nur 140 Zeichen erlaubt.



Google+, Marktanteil unbekannt, da nicht isoliert ermittelbar. Entwickelt sich allmählich zu einem etwas mehr auf Business ausgerichteten Netzwerk. Beiträge gut auffindbar im Netz.



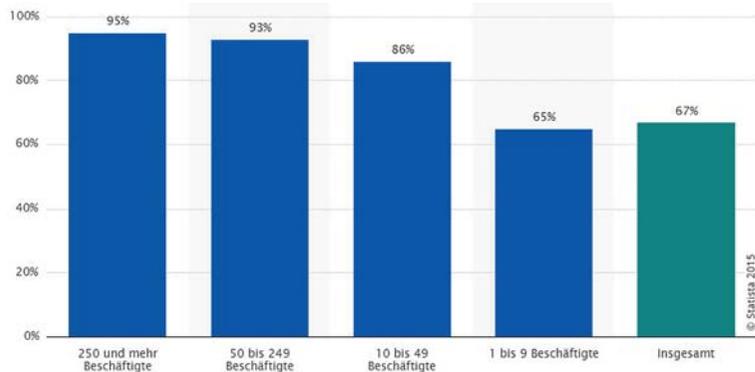
Xing (ehemals OpenBC) und **LinkedIn**. Nicht typisch „social media“, da ausschließlich auf berufliche Vernetzungen ausgerichtet. Wenig lebhaft.



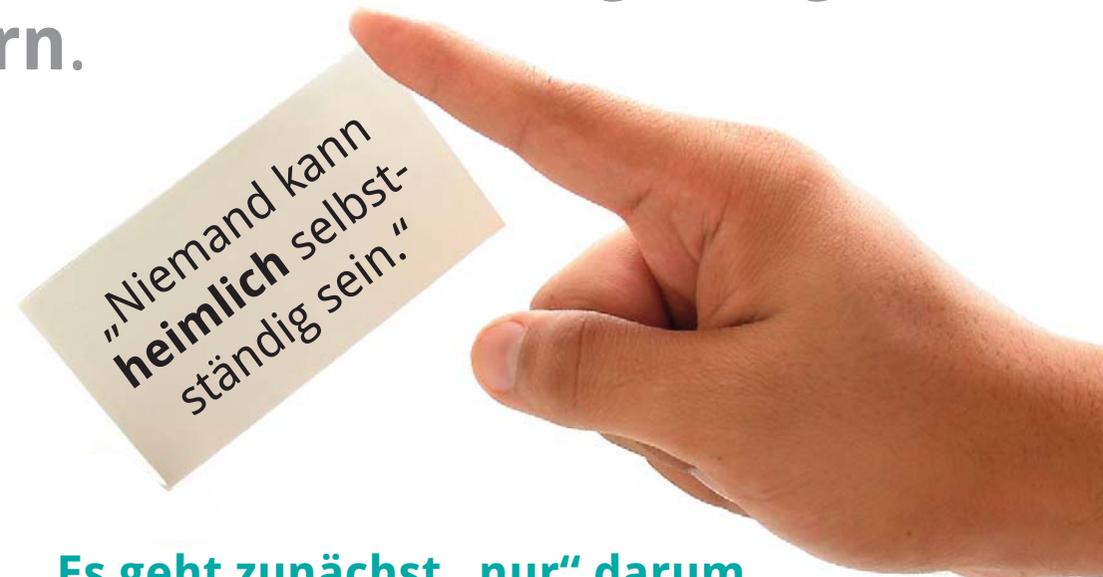
These: Wer **Kinder** hat oder mit Kindern und Jugendlichen umgeht, hat nahezu die Pflicht, sich mit dem Thema nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch auszukennen.

Und beruflich: die erweiterte Visitenkarte...

Gerade KMU-Unternehmen können mit der Präsenz im Netz ihren **Aktionsradius** einfach und kostengünstig erweitern.



Nur 86 % der Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten haben eine eigene Website. **Fast jedes sechste Unternehmen hat also keine eigene Internetpräsenz!**



Es geht zunächst „nur“ darum, gefunden zu werden und in der Auswahl zu sein!

Und beruflich: die erweiterte Visitenkarte. Mindestens!

„Eine gute Website kann den Unterschied zwischen mühseliger Akquise und einem neuen Auftrag bedeuten.“

(Marco W. Linke/ Designers Inn)

These: Was noch vor wenigen Jahren die Imagebroschüre war, ist heute die Internetpräsenz – **der womöglich wichtigste Erstkontakt** mit dem zukünftigen Kunden.

Das Internet ist praktisch.

Die Überweisungen **erledige** ich heute abend in Ruhe.

Ja, Tante Tine, ich schicke Dir die **Fotos** nachher noch.

Ich gucke mal eben nach, welche **Tickets** wir für die Premiere noch bekommen könnten.

Mir ist noch nicht ganz klar, welche **Route** wir von Madrid aus nehmen sollten.

Ich finde die **Anleitung** von meiner Kamera nicht mehr.

Die haben schon zu? Macht nichts, gucke ich es eben online nach, anstatt anzurufen.

Ich habe in der Stadt keinen passenden Pullover gefunden. Ich gucke jetzt mal im **Online-Shop** von Blabla.

Das Internet ist ein Arbeitsplatz.



Internet-Scout
Medieninformatiker
Administrator
Online-Shop-Manager
Content-Manager
Webdesigner
Betriebswirt E-Business
Online-Redakteur
E-Mail-Agent
Community Manager

210.000 Menschen waren 2011 in der deutschen Internetwirtschaft tätig. Diese Zahl wird in den kommenden Jahren schnell steigen. Für 2016 wird bereits mit 290.000 Menschen gerechnet, die mit Produkten und Dienstleistungen rund um das Internet ihr Geld verdienen.

(Studie „Die deutsche Internetwirtschaft 2012 – 2016. Zahlen, Trends und Thesen“ von eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e. V. und der Unternehmensberatung Arthur D. Little)

Eine Branche mit Zukunft: Solange das **Internet wächst und wächst**, kommen auch ständig neue Berufe hinzu.

Das Internet ist nicht gefährlicher als der „Rest“ des Lebens.

Wie **diskret** wir mit unseren Infos, Gedanken, Fotos und sensiblen Daten umgehen, haben wir **selbst** in der Hand.

Kriminalität hat sich – genau wie wir – **das neue Betätigungsfeld erobert** und sich „fortgebildet“.

Das Gefährlichste am Internet ist vermutlich **für uns Normal-User** seine Qualität als **Zeitdieb**...



Nach Angaben von Experten reichen **die größten und wahrscheinlichsten Sicherheitsrisiken für Konsumenten** von eher ungefährlichen Spam-Mails bis hin zu den schon gefährlicheren „Phishing“-Mails. Beim **Spam** tarnt sich der Absender als bekannte, vertrauenswürdige Person oder Organisation und bringt den Empfänger so dazu, auf einen Link zu klicken, der dann Malware auf den Computer des Opfers herunterlädt. Der **Phishing**-Absender versucht den Empfänger auch zu überreden, wichtige Passwörter, Kreditkartennummern oder andere vertrauliche Daten preiszugeben.

(PC-Welt, 12.10.2014)

Das Internet findet auch ohne uns statt!

(Also auch das ganze Vergnügen.)



„ ... Die positiven Erfahrungen im Internet überwiegen die negativen deutlich. Aber: So populär die elektronischen Medien insgesamt sind – sie haben auch negative Begleiterscheinungen wie Mobbing, Betrug oder scheinbar harmlosere Phänomene wie Informationsüberflutung. So fühlen sich etwa zwei Drittel der Bürger zumindest hin und wieder von der Fülle an Informationen überfordert. Unsere Studie zeigt aber auch, dass **die Menschen in der Mehrzahl verantwortungsbewusst mit den neuen Medien umgehen.** Der Netzbürger ist in mancher Hinsicht weiter als die Netzpolitik.“

(Prof. Dieter Kempf, Präsident BITKOM und Vorsitzender des Vorstands Datev eG.)

„Im übrigen bin ich der Meinung, daß eine eindeutige Trennung zwischen virtuellem und realem Leben längst obsolet ist.“

(Uschi Ronnenberg, Verfasserin dieses Vortrags und höchst wißbegierig online seit 1991 – privat wie auch beruflich.)

Den Vortrag und mehr dazu gibt's hier:

www.ronnenberg-design.de/lc/

