

## **Veränderungen in der Elektronischen Kommunikation: Was die quantitativen Nutzungszahlen bei den Neuen Kommunikationstechnologien nicht verraten ...**

Kollmann, Karl

*Published in:*  
Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research

Published: 01/01/2000

*Document Version*  
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication](#)

*Citation for published version (APA):*  
Kollmann, K. (2000). Veränderungen in der Elektronischen Kommunikation: Was die quantitativen Nutzungszahlen bei den Neuen Kommunikationstechnologien nicht verraten ... *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(1), 1-11.

## **Veränderungen in der Elektronischen Kommunikation: Was die quantitativen Nutzungszahlen bei den Neuen Kommunikationstechnologien nicht verraten ...**

*Karl Kollmann*

**Keywords:** neue Kommunikationstechnologien, Nutzerverhalten, Nutzungsveränderungen, Kommunikationsökonomie

**Zusammenfassung:** Es scheint in den letzten Jahren eine deutliche Veränderung in der Art der Kommunikation mit den sogenannten Neuen Kommunikationstechnologien stattgefunden zu haben, und zwar im Längsschnitt, also etwa über die letzten 10, 15 Jahre, wie auch zwischen den sich aus heutiger Sicht herausentwickelt habenden Nutzergruppen. Quantitative Erhebungen, am ausgeprägtesten die regelmäßig unternommenen und von den Medien wiedergegebenen "Internetumfragen", ebnet solche Veränderungen naturgemäß vollständig ein. Auch die vorhandenen qualitativen Arbeiten reflektieren solche Veränderungen meist nicht, da zeitliche Dimensionen üblicherweise in den Fragestellungen fehlen. Der Beitrag versucht eine Skizze dieser Entwicklungen, möchte einige Mißverständnisse im Zusammenhang mit neuer "Elektronischer Kommunikation" korrigieren helfen und kommunikationsökonomische Aspekte beisteuern.

### **Inhaltsverzeichnis**

- [1. Vorbemerkung](#)
- [2. Die Neuen Kommunikationstechniken](#)
- [3. Nutzungsformen, Nutzungsmotive](#)
- [4. Die Probleme bei einer qualitätsorientierten Analyse](#)
- [5. ... und der konkrete Forschungsverlauf](#)
- [6. Veränderungen in den Nutzungsformen](#)
  - [6.1 Klassische Nutzungsform](#)
  - [6.2 Veränderungen durch Verbreitung](#)
    - [6.2.1 Neue Verbraucher-Nutzung](#)
    - [6.2.2 Neue professionelle Nutzer](#)
- [7. Kommunikationsökonomische Anmerkungen](#)
- [8. Zwischenresümee](#)

[Literatur](#)

[Zum Autor](#)

[Zitation](#)

### **1. Vorbemerkung**

Seit Ende der 80er Jahre noch eher unsystematisch, seit 1994 dann mit der ersten verbraucherorientierten Studie zu Neuen Kommunikationstechnologien (vgl. KOLLMANN 1995) kontinuierlicher, werden am ITW der WU-Wien<sup>1</sup> diese Neuen Kommunikationstechniken in Hinblick auf ihre Nutzereffekte oder wenn man so will: Verbraucherauswirkungen analysiert. Ein Aspekt, der nun hier, gewissermaßen aus einem research-in-progress heraus skizziert werden soll, ist

<sup>1</sup> Institut für Technologie und Warenwirtschaftslehre, Wirtschaftsuniversität Wien; die Inhalte werden auch in Lehrveranstaltungen und Diplomarbeiten miterarbeitet.

die Form der modernen Kommunikation und eine erste Antwort auf die Frage, ob die sog. Neuen Kommunikationstechnologien (hier nur die internetbasierten) die Qualität der Kommunikation verbessern, wie häufig behauptet wird. [1]

Nach einer knappen Skizze des Entwicklungsverlaufs der EK (Neuen Elektronischen Kommunikationsformen), folgt ein Problemhinweis zur Analyse dieser Kommunikationsformen, dann ein erste tentative, zeitlich orientierte Typologie. [2]

## **2. Die Neuen Kommunikationstechniken**

Das Internet gibt es in Mitteleuropa in seinen universitären Anfängen seit den ersten 90er Jahren und eine breitere akademische (europäische) Forschungsaufmerksamkeit entwickelte sich ab ungefähr 1993, 1994. Computervermittelte, elektronische Kommunikation gab es jedoch schon Jahre früher, etwa waren Mailboxsysteme über herkömmliche Telefonleitungen (PC via Modem bzw. Akustikkoppler) in vielen Städten Mitteleuropas Mitte der 80er Jahre zugänglich, das BTX-System (Bildschirmtext) wurde schon Jahre zuvor eingeführt und funktionierte praktisch als ein großes landesweites Mailboxsystem, fand aber außerhalb Frankreichs keine relevante Verbreitung. [3]

Die Verbreitung bzw. Nutzung neuer EK (Elektronischer Kommunikationsformen) wie Internet und Funktelefonie, hat seit Mitte der 90er Jahre deutlich zugenommen, massive Impulse zur Verbreitung kamen dabei von den traditionellen Medien, wobei insbesondere die Breitenutzung des Internet von den politischen Akteuren, etwa ab 1995 und in den USA einige Jahre früher, forciert wurde. Die Nutzungszahlen variieren mit unterschiedlichen Quellen breit, für 1998 wurden halbwegs realistisch 7, 3 Millionen Deutsche, 1,1 Millionen Österreicher, 36 Millionen Europäer und weltweit 148 Millionen Nutzer genannt. Funktelefone werden übrigens grosso modo von doppelt so vielen Nutzern verwendet (zu den Quellen vgl. KOLLMANN 1999). In der zweiten Hälfte der 80er Jahre verwendeten wohl nicht mehr als einige hunderttausend deutschsprachige Nutzer Mailboxsysteme und BTX; die internetbasierten Kommunikationsformen waren übrigens dort im wesentlichen bereits vorhanden. Zu erwarten ist für die nächste Zukunft ein weiteres Zusammenwachsen der schriftlichen Kommunikationsformen des Internet und der Funktelefonie (SMS [Short Message Service] und Mobiltelefon-basierte WAP-Zugriffe auf das Internet). [4]

## **3. Nutzungsformen, Nutzungsmotive**

Nutzungszahlen allein tragen noch wenig zur Beantwortung der Frage bei, warum Menschen sich neuer EK bedienen und welche Effekte dies für sie und für die "Lebenswelt" hat. Dies ist nicht nur eine interessante, originär sozialwissenschaftliche Frage, sondern wäre auch eine politisch entscheidende Randbedingung, gerade wenn es um die offensive Förderung neuer Technologien geht. [5]

Darüber hinaus interessiert natürlich vor allem die Frage, inwieweit die Verbreitung von Technologien bzw. Technik das Verhalten ihrer Nutzer und des weiteren die Wirkungs- und Lebensräume, in denen sich die Nutzer bewegen, verändern. Dies ist auch (konsum-) ökonomisch interessant, da die Nutzung dieser Technologien ja direkte Kosten verursacht. Eine der frühen Prognosen war übrigens, daß es mit den Neuen Technologien, insbes. dem Internet, eine neue Kommunikativität und demokratischere Diskussionskultur geben werde, – zuvor jedoch noch ein Blick auf analytische Probleme. [6]

#### **4. Die Probleme bei einer qualitätsorientierten Analyse**

Was bei den neuen elektronischen Formen der Kommunikation nicht möglich wird und schon beim klassischen Telefon kaum möglich war, was aber in anderen kommunikativen Situationen dem interessierten Forscher bzw. Beobachter durchaus gelingen kann, ist die Erfassung des Kommunikationsvorgangs. Telefongespräche darf man aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht so ohne weiteres mitverfolgen und kann es praktisch wohl auch kaum, Mail-Korrespondenzen sind ebenso nicht so ohne weiteres zugänglich; beobachtet man Chats, erschließt sich nur eine allgemein zugängliche Oberfläche der Kommunikation, nicht aber eine allfällige Unterhaltung in "Privaträumen". Gespräche am Stammtisch oder an einer Lokaltheke erschließen sich demgegenüber einem Beobachter wesentlich leichter und sie sind auch weitaus unproblematischer zugänglich. Trotz dieser Einschränkungen gelingt es durchaus, elektronische Dokumente unterschiedlicher Provenienz zu sammeln, der Zugang zu Chats ist, abgesehen von den Unterhaltungen in "Privaträumen" problemlos möglich. [7]

Es gibt allerdings ein weiteres Problem bei der Beobachtung von Veränderungen im Nutzungsverhalten elektronischer Kommunikationsformen. Auf die Gegebenheiten vor zehn bis fünfzehn Jahren ist nicht mehr gut zugreifbar. Dies, da viel an früher Mailbox-Kommunikation nicht dokumentiert ist; einerseits hat es ja im Regelfall mehrere Maschinenwechsel bei den Nutzern gegeben, alte 5 1/4 Zoll Disketten bleiben heute oft unlesbar; Leute mit vglw. frühen EK-Erfahrungen sind – naturgemäß, da sie einen Bruchteil der heutigen EK-Nutzer darstellen – schwer aufzufinden. [8]

#### **5. ... und der konkrete Forschungsverlauf**

Das ursprüngliche Forschungsinteresse war auf die Inhalte und Formen der privaten Mobiltelefon-Kommunikation gerichtet – die Fragestellung im Kern war dabei: die an sich teure Funktelefonie muß für viele Menschen von besonderer Bedeutung sein, sonst würde es ja hier nicht diese hohen Zuwachsraten (und Konsumausgaben) geben. Aus den vorhin angedeuteten Problemen verschob sich der Untersuchungsgegenstand alsbald auf die E-Mail-Kommunikation. Sie ist vglw. leicht anonymisierbar und damit ergibt sich – mit Einschränkungen – eine leichtere Datensammlung. Bei der Sichtung von rund achtzig gesammelten E-Mails aus verschiedenen Quellen zeigte sich schnell, daß diese recht deutlich zwei verschiedenen Typen zuzuordnen sind: briefähnliche Formen einerseits und

extrem verknüpften Mitteilungen mit Zurufcharakter andererseits. Im Sinn eines gezielten Sampling in Hinblick auf zeitliche Veränderungen wurde dann in Richtung früher EK-Formen und in den Bereich der Unternehmenskommunikation hinein erhoben, auch die Chat-Kommunikation wurde einbezogen. Dies, da von Studierenden mehrfach eingewendet wurde, daß der weitaus relevantere Kommunikationsraum für moderne private Nutzer der Neuen EK eben nicht die Mail-Form wäre, sondern die mittlerweile vielfältigen Chat-Angebote.<sup>2</sup> [9]

## 6. Veränderungen in den Nutzungsformen

Elektronische Kommunikation in der Form von E-Mails an Schwarze Bretter oder an einen dezidierten Empfänger, ähnelte sich in der Mailbox-Zeit (ab Mitte der 80er Jahre) und in der sich ab den frühen 90er Jahren entwickelnden Internet-Ära. Sie wurde von den Klassikern der Netzkultur auch ausführlich und zutreffend beschrieben, als Beispiel für eine eher mehr journalistische Beschreibung ist Howard RHEINGOLD wohl paradigmatisch.<sup>3</sup> Sie entsprachen einem Typus, den man der Einfachheit halber als "klassischen Nutzer" bezeichnen kann. [10]

### 6.1 Klassische Nutzungsform

Eine derartige traditionelle Kommunikationsweise gibt es bis heute. Sie ist die Art der Nutzung durch frühe professionelle und semiprofessionelle Anwender – insbes. auch aus dem universitären Bereich, die eine eigene Netzkultur (= Kommunikationskultur) herausbildet. Das Akzeptieren eines formalen kommunikativen Regelwerks (Netiquette) mit elaborierten diskursiven Beiträgen, die formal den subkulturellen Anforderungen entsprechen (bspw. passende Anrede, Themenadäquanz, Signatur), jedoch inhaltlich keinen hierarchisch vorgegebenen Strukturen folgen (müssen), sondern im Gegenteil betont und akzeptiert kritisch, auch was informelle Machtverteilungen anlangt, sind, ist hier vorausgesetzt. Natürlich gab es hier auch Mitteilungen in Form von knappen Hinweisen, aber typisch ist der diskursive Beitrag. [11]

Fragen stellen können, abweichende Meinungen äußern können (und sollen, denn davon lebt die dezidiert oder implizit angestrebte Diskussion), neue Themenlinien entwickeln, "consumer empowerment" – also Hierarchieegalisation, Rekurs auf das verbale Argument, dies waren die "technohumanistischen" Verständnisse der frühen Nutzung. Inhaltliche Kommunikativität, wie sie in den Anfängen der EK als Zielvorstellung aus dem akademischen Bereich der USA und den EK-Anfängen (Internet und Mailboxen) kam und in Europa mit der Internet-Einführung wiederholt wurde, als Norm, das ist der Kern des klassischen Nutzertypus. Natürlich sind hier – durch das reduzierte Spektrum schriftlicher Kommunikation, auch (neue) Aufmerksamkeitsdimensionen wesentlich: die witzige, prägnante Schreibweise, das Zusammenfassen und Verschieben von

---

2 Die Arbeit ist noch nicht abgeschlossen, u.a. wird der ökonomische Aspekt in einer Diplomarbeit erweitert, dieser Beitrag ist daher in erster Linie als Zwischenbericht zu verstehen.

3 Vgl. bspw. Howard RHEINGOLD (1994). Für eine frühe wissenschaftliche Analyse stellvertretend bspw. Christoph CLASES (1994) oder Volker KNEER (1994).

Argumentationslinien, eine pointierte Sprache, interessante Signaturen, autonome Reaktionszeiten (schnell oder überlegt und langsam). [12]

Zentral dabei ist, daß sich die hinzukommenden Nutzer den mehr oder weniger ausgeprägt vorhandenen formalen medialen Konventionen anpassen, jedoch inhaltlich weitgehend undeterminiert bleiben und damit über große Gestaltungsmöglichkeiten verfügen. [13]

Dazu ein Beispiel aus einer Mailingliste, also einer der originären Formen der Online-Kommunikation:<sup>4</sup>

Hallo Listige,  
N. N. created on aa.bb.1999 at cc:dd:ee following message:  
On Fri, ff G 1999 hh:ii:jj +0100, M. M. Wrote:  
(...)  
Frag' mal die deutschen Datenschützer nach Kameras, die auf die Straße gerichtet sind .....  
Fragt sich nur, ob die Datenschützer sich durchsetzen können...  
Was bedeutet heute ueberhaupt noch der sog. "Datenschutz" und was koennten und wollen die Schuetzer durchsetzen? Sind die Datenschuetzer moralisch/rechtlich/politisch eine homogene Gruppe?  
Werden nur abstrakte Daten geschuetzt oder der wirkliche Mensch?  
Warum und wozu sind die Datenschuetzer in dieser Liste so still?  
Doch nun kurz zur "Videoueberwachung" am Beispiel des Hamburger Stadtteils: Z.B. koennte ich mir die Direktuebertragung von Videoaufnahmen in die einzelnen Haushalte sehr gut vorstellen, wenn es z.B. Strassenfeste oder Stadtteilversammlungen gibt, an denen einige Mitbewohner des Stadtteils nicht teilnehmen koennen, weil sie ggf. kranke/alte Menschen zu betreuen haben. Das haette dann aber nichts mit "Video\_ueberwachung\_", sondern mehr mit Teilnahme zu tun ...  
Aber in dieser Gesellschaft, in der die Kriminalitaet und "Innere Sicherheit"—verbunden mit Kontrolle, Polizeistaat und innerer Militarisierung gepusht wird, hat solch ein Videoprojekt "natuerlich" Ueberwachungsfunktion. Schade um diese Ressourcen, die darin destruktiv verschwendet werden.  
Gruss,  
Q.  
---  
Wer schuetzt die Daten der Datenschuetzer? [14]

Bei derartigen kommunikativen Aktivitäten geht es inhaltlich um einen Diskurs, um gehaltvolle Argumente. Natürlich sorgen auch Anrede, Stil, Form etc. für personale Effekte, – die aber sind eher ein aufmerksamkeitsorientierter Rahmen für den prozessualen Diskurs. Effekt, Wirkung sind nicht das primäre Ziel, sondern haben einen beigegebenen Charakter. [15]

<sup>4</sup> Hier und in den folgenden Beispielen in anonymisierter Wiedergabe.

## 6.2 Veränderungen durch Verbreitung

Mit der zunehmenden Verbreitung der EK-Formen, einerseits in den später dazu kommenden neuen privaten "Verbraucher"-Bereich und in den ebenfalls später hinzutretenden, "neuen professionellen Nutzer"-Bereich bilden sich auch geänderte Kommunikationsverständnisse heraus. [16]

Ihr wesentliches Kennzeichen ist, daß es hier nicht mehr um die mit der neuen Kommunikationsform verbundenen neuen oder besseren Möglichkeiten der Kommunikation geht, sondern um die Nutzung neuer Formen im Rahmen bestehender Kommunikationsbedarfe. M. a. W. die neuen Formen werden den subjektiv mitgebrachten Zielen untergeordnet, und nicht als neues Ziel selbst begriffen. Dies war auch umso leichter möglich, da die neuen Nutzer (in Organisationen oder als Verbraucher) oft unbelastet von klassischen Nutzungstraditionen an die EK-Formen kamen. Wenn etwa in einem Unternehmen ein Netzwerk aufgebaut wurde, wurde dieses den Mitarbeitern meist ohne "nutzungsgeschichtliches" Vorwissen zur Verfügung gestellt, ähnlich beim privaten Anwender. [17]

### 6.2.1 Neue Verbraucher-Nutzung

Mit der im Lebensalltag verankerten Nutzung des Telefons wurde in der persönlichen Kommunikation über räumliche Distanzen, das frühere Briefeschreiben weitgehend abgelöst. Außer zu bestimmten Anlässen (Urlaubskarten, Festtagsgrüße, dokumentarische Positionierungen – etwa für mögliche rechtliche Auseinandersetzungen) spielt die traditionelle persönliche schriftliche Kommunikation heute keine besondere Rolle mehr, diese hat das Telefon übernommen. [18]

Natürlich gibt es auch Mail-Nutzung bei den Verbrauchern, aber die wesentlicheren Dienste sind zweifellos das WWW und Chat. Das WWW hält mittlerweile eine Fülle an Informationsangeboten, Dienstleistungsangeboten und Unterhaltungsangeboten bereit, der bislang große kommerzielle Umsatzbringer (bei entgeltlichen Diensten) sind noch "rosarote" Angebote (vgl. bspw. DATAMONITOR 1999). Die verschiedenen und mittlerweile optisch aufgewerteten Chat-Formen hatten schon vergleichsweise früh einen Anreiz für Nutzer. [19]

Während das WWW eher den Charakter multipler Fernsehkanalangebote hat, sind Chat-Angebote tatsächlich interaktive kommunikative Räume, die einem Stammtisch oder einer Lokaltheke vergleichbar sind, jedoch auf die schriftliche Dimension reduziert. [20]

Die geeigneten Formen einer interessanten Äußerung, die kurze, prägnante witzige Ausdrucksweise, das "Flirtige" ist sowohl an der materiellen Theke wie im Online-Chat wichtig, um von den anderen wahrgenommen zu werden. Ein Wettbewerb um "coole" Statements ist sowohl beim physischen, wie beim virtuellen Chat zentral. [21]

Hier ein Beispiel aus einem Chat:

(Bart77) kommt drauf an ob du m/w bist  
(Guevara) test  
track verdünnt dann mal den Obstler für Nummer5lebt  
Nummer5Lebt winkt Tricia nach  
0:11 Tricia verläßt den Chat  
lenchen lenchenis auch wieder da  
Guevara wartet auf kumpel  
(knobby) track panscht!  
(Yukimo) ICH BIN W  
0:11 Guest1 betritt den Raum  
(lenchen) hab ich was verpasst?  
0:11 Monto schlendert aus dem Raum The\_Greatest\_of\_all herein  
(Guevara) die übertragung ist schon sehr langsam heute  
(Yukimo) UND DU Bart  
track panscht immer knobby \*g\*  
0:12 Irish betritt den Raum  
(Janina29) Fatima versucht immer noch  
(Yukimo) ok doofe Frage  
(Guest1) Hallo ihr  
(Guevara) hallo du  
(lenchen) hallo du.  
(knobby) dann will ich bei dir mineralwasser bestellen track  
(Guest1) hi ihr beiden  
(Guevara) lenchen ich war schneller\*gg\*  
(lenchen) hallo du einer  
Nummer5Lebt verkraftet Tracks Input net \*hickspäng\*  
(Guest1) eher hallo du eine  
(Guevara) jetzt du  
(lenchen) ja aber nicht vielmehr.....  
track hat kein Minerale  
(Guest1) nicht streiten  
0:13 IronEagel betritt den Raum  
(Guest1) woher seid ihr denn  
(lenchen) mh  
(Guevara) aus einer stadt  
IronEagel grüßt mal  
(track) dann hat Nummer5lebt jetzt ein Problem \*Arztruf\*  
(lenchen) genau  
(Guest1) nein wirklich  
(lenchen) doch  
(Guest1) die da heißt  
Nummer5Lebt grüßt mal nach Berlin  
Guest5 sucht Anschluss...  
(lenchen) lummerland  
(Guest1) glauben wir dir  
Nummer5Lebt ist die einzige Nummer 5



(Guevara) jaaa  
(Guest5) sucht Anschluss...  
Irish Failet  
0:15 mama betritt den Raum  
(Guevara) guest5 wer bist du \*wissenwill\*  
IronEagel geht mal wieder bye bye  
track schreit: MOIN MAMA  
Irish sagt hallo zu allen  
(track) sofortgeldzurückgeb  
0:15 Guest1 verläßt den Chat  
(mama) moin track  
0:15 Beaniebaby betritt den Raum  
(Guest5) bin m,24 und harre darauf in euerer Gemeinde Fuss zu fassen [22]

Im Vergleich zur traditionellen Mail-Kommunikation sind in Chats die Inhalte nachrangig, primär sind hier die Effekte des Auftritts, die zweifellos in einer recht stenographischen Sprache "versteckt" sein mögen. Es geht hier um Aufmerksamkeit und um Unterhaltung, um persönliche mediumadäquate oder chatadäquate PR, nicht mehr um Gedanken oder Diskurs (Inhalte). [23]

Dort, wo mit E-Mails an einzelne oder mehrere Andere kommuniziert wird, scheinen nach dem bisher gewonnenen ersten Überblick, Stil und Form ähnlich, wenn auch doch deutlich ausführlicher, als in den sequentiell laufenden, recht verkürzten Chat-Beiträgen zu sein. [24]

### 6.2.2 Neue professionelle Nutzer

Mit der Einführung von neuen EK-Formen in Betrieben oder Organisationen (Intranet, E-Mail etc.) ist – bei ungenügender Vorbereitung und unsanften Anpassungsphasen – ein Teil der Mitarbeiter häufig überfordert. Neue EK-Möglichkeiten werden von dieser Gruppe dann eher passiv genutzt, insbes. bspw. auch in der Folge, wenn aktivierende Kommunikationsversuche (a la Internet-legends)<sup>5</sup> oder in Hinblick auf PC-Virenwarnungen<sup>6</sup> von erfahreneren Nutzern schroff geahndet werden. Kommunikationsaktivitäten dieser Gruppe wirken hier oft – im Vergleich zu den alten originären Nutzern etwas unbeholfen und selbstgestrickt, Konventionen werden nicht beachtet, subjektive Gestaltungsversuche und empfängerinadäquate Attachments (von Dokumenten) etwa führen zu teilweise aversiven Reaktionen. [25]

Eine offenbar flexiblere Nutzergruppe verwendet EK jedoch als Form instrumenteller Kommunikation, sozusagen als Anweisungsinstrument in Mail-Form. Diese Nutzer unterordnen die EK-Formen ihrem Mittelrepertoire von hierarchischer Macht und Anordnung, ohne jegliche Form des klassischen kommunikativen Beitrags, wie er für die frühen Nutzer üblich ist, als typisches

5 Vgl. dazu bspw. das Schlußkapitel von Jan Harold BRUNVAND (1999).

6 Eine Übersicht über diese PC-bezogenen Hoaxes bietet etwa <http://www.tu-berlin.de/www/software/hoax.shtml>.

Beispiel aus einer Organisation, die einige Monate zuvor E-Mail im Firmennetzwerk eingeführt hat, etwa:

Mail-Text:

(Ohne Anrede)

Ich erwarte von allen den Entwurf des A-Berichts bis morgen früh z-Uhr im x-Format an mich.

N.N. [26]

Diskussionen im Stil klassischer Mail-Foren (vgl. Abschnitt "Klassische Nutzer") sind hier offensichtlich weder erwünscht, noch liegen sie im Erfahrungshorizont der Adressaten. Diese E-Mail ist die elektronisierte Form der (früheren) papierschriftlichen Anweisung, sie ist typisch für eine betriebliche/organisationale Nutzung, die auch über den Betrieb hinausgeht (und dann eher eine klassische Briefform, bspw. mit Anrede annimmt). [27]

Natürlich ist in dieser geschäftsmäßig realisierten Kommunikation der Inhalt entscheidend, die Inhalte sind kürzelhafte Anweisungen, Kritik, Rückmeldungen, gegebenenfalls Entschuldigungen. Die nackte, strenge Form (oder wenn man mag, der Verzicht auf sozial bislang kommunikativ übliche Formeln und Einbettungen) offenbart den Instrumentalisierungscharakter und ein Aufmerksamkeitsgebot für den Adressaten. Mit diesem wird von vornherein eine dialogische Kommunikation zur Nachricht unterdrückt: als unerwünscht signalisiert. Diese Form von Kommunikation verschärft eigentlich noch die hierarchische Struktur des Kommunikationsflusses im Vergleich zu einer face-to-face-Kommunikation, die regelmäßig eine Einleitungs- und eine Abschlußsequenz hat, sowie ergänzende nonverbale Dimensionen. [28]

## **7. Kommunikationsökonomische Anmerkungen**

Die klassische Form der Mail-Kommunikation bot kommunikationsökonomische Vorteile gegenüber dem Brief in Papierform, da etwa die Kosten für Porto entfallen und die Nachricht, insbes. der hier angesprochene Beitrag im Diskurs, den Empfänger unmittelbar erreicht. Üblich war bzw. ist dabei eine mehr oder weniger zeitversetzte zeitautonome Antwort des Empfängers bzw. Dialogpartners. Bei Mailinglisten können Empfänger darüber hinaus autonom entscheiden, ob sie den Beitrag überhaupt beachten und selbst einen Beitrag zum Diskurs leisten wollen. [29]

In den modernen Formen der im beruflichen Feld eingesetzten E-Mail und auch beim Chat gibt es diese Zeitautonomie nicht mehr, auf der anderen Seite sind die kommunikationsökonomischen Vorteile noch ausgeprägter. [30]

EK ist in modernen beruflichen Kontexten ein effizientes Kommunikationsmittel, sie ist ökonomisch, da sie schnell und kostengünstig die Empfänger erreicht, von Rahmenbedingungen abstrahieren kann und eine ev. notwendige

Interpretationsarbeit, im Vergleich zu Telefongesprächen oder persönlichen Gesprächen, von vornherein auf den Empfänger verlagert. Zudem ist sie an mehrere Personen gleichzeitig adressierbar, und zeitlich vom Sender her autonom einsetzbar. Anweisungen können sozusagen per Einfall auch spät nachts an die Mitarbeiter gesandt werden. Die oft extrem verknappte, barsche Form verkürzt darüber hinaus die Tipparbeit entscheidend. [31]

EK ist auch beim modernen privaten Anwender insbes. in den Chat-Formen, hocheffizient, da sie die Nebenkosten von gesuchter Kommunikation reduziert und auf den aufmerksamkeitswirksamen Teil reduziert. Ein Besuch mehrere Lokale um andere Leute zu treffen, ebenso das Anziehen passender Kleidung und die Verwendung von Kosmetik entfallen. Blitzschnell ist von einem Chatroom zum anderen umgeschaltet, ohne irgendwelche Fahrtkosten oder Fahrtzeiten, wie das bei persönlicher Partizipation in geographischen Räumlichkeiten der Fall ist. Zudem sind persönliche Gesprächspartner präsenter als in echten Situationen, sie können leichter beobachtet und angesprochen werden, Teile der Unterhaltung können umstandslos in private "Räume" verlegt werden. Dies ist auch deshalb wichtig, da viele Chat-Situationen einen mehr oder weniger ausgeprägten erotischen Charakter zu haben scheinen. [32]

Durch die knappe, schnelle Form und Struktur entfallen bei beiden neuen Kommunikationsformen die sonst üblichen Transaktionskosten, nämlich kommunikative Nebenkosten, wie etwa Einleitungssequenzen beim Telefon oder die übliche Konsumation von Erfrischungen bei face-to-face-Gesprächen. Beide Formen sind zwar eindimensional, eben nur elektronisch-schriftlich, jedoch hocheffizient und auf Aufmerksamkeitsgenerierung zentriert. Sie sind nicht nur kommunikationsökonomisch, sondern eben auch aufmerksamkeitsökonomisch effizient (zur Aufmerksamkeitsökonomie vgl. Michael H. GOLDBERGER 1997 bzw. Georg FRANCK 1998). [33]

## **8. Zwischenresümee**

Während in der Frühphase der EK die diskursive Kommunikationsform überwog und häufig auch als Erweiterung und Demokratisierung von Kommunikation im Sinn eines "consumer empowerment" oder "citizen empowerment" verstanden und erwartet wurde, dominieren heute quantitativ offenbar die zwei neuen "verknappten" Formen, die einerseits instrumentellen, andererseits aufmerksamkeitsorientierten Charakter haben. Beide mögen wohl eine Steigerung der Effizienz in der Kommunikation bringen, ob aber auch eine Verbesserung der Lebensqualität der Beteiligten, bleibt fraglich. darüber hinaus scheint auch in der klassischen Nutzungsform, etwa bei Mailinglisten, der neue knappe professionelle Kommunikationstypus stärker einzudringen. [34]

## Literatur

Brunvand, Jan Harold (1999). *Too Good to Be True. The Colossal Book of Urban Legends*. New York, London: W.W. Norton & Company.

Clases, Christoph (1994). *Kommunikation in computervermittelten Tätigkeitszusammenhängen. Bilanzierung einer qualitativen Studie zur Nutzung und Bewertung elektronischer Postsysteme*. Verfügbar über: <http://www.ifap.bepr.ethz.ch/~clases/> [Broken link, May 2002].

Datamonitor (1999): *Hardcore-Angebote dominieren den kostenpflichtigen Content-Markt*, 25.5.1999.

Franck, Georg (1998). *Jenseits von Geld und Information. Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit*. *telepolis* 9.11.1998. Verfügbar über: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/auf/6313/1.html>

Goldhaber, Michael H. (1997). *The Attention Economy and the Net*. *First Monday*, 4 (2). Verfügbar über: [http://www.firstmonday.dk/issues/issue2\\_4/goldhaber/index.html](http://www.firstmonday.dk/issues/issue2_4/goldhaber/index.html)

Kneer, Volker (1994). *Computernetze und Kommunikation*. Diplomarbeit an der Universität Hohenheim. Verfügbar über: <http://linux.rz.fh-hannover.de/~edler/shalom/computer-und-kommunikation> (broken link, FQS, September 2003).

Kollmann, Karl (1995). *Neue Informations- und Kommunikationstechnologien und Verbraucher, Schriftenreihe des Instituts für Technologie und Warenwirtschaftslehre, Wirtschaftsuniversität Wien*, Bd. 37.

Kollmann, Karl (1999). *Handytausch. Internettaugliche Mobiltelefone werden zum Universalinstrument für den modernen "Konsumeristen"*. *Telepolis* 26.02.99. Verfügbar über: <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/1812/1.html>

Rheingold, Howard (1994). *Virtuelle Gemeinschaft – Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers*. Bonn: Addison-Wesley.

## Zum Autor

Karl KOLLMANN ist Universitätsdozent am Institut für Technologie und Warenwirtschaftslehre der Wirtschaftsuniversität Wien. Arbeitsschwerpunkte: Konsumökonomie, Verbraucherforschung, Kommunikationstechnologie

Kontakt:

Univ. Doz. Ing. Dr. Karl Kollmann

Institut für Technologie und WWL  
WU-Wien

Augasse 2-6  
A-1090 Wien

Tel.: +43 / 1 / 31336 – 4806

E-Mail: [kollmann@wu-wien.ac.at](mailto:kollmann@wu-wien.ac.at)

## Zitation

Kollmann, Karl (2000). *Veränderungen in der Elektronischen Kommunikation. Was die quantitativen Nutzungszahlen bei den Neuen Kommunikationstechnologien nicht verraten ... [34 Absätze]*. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(1), Art. 15, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001157>.

Revised 7/2008