

WIE DIGITAL IST DEUTSCH- LAND?

Gefördert durch:



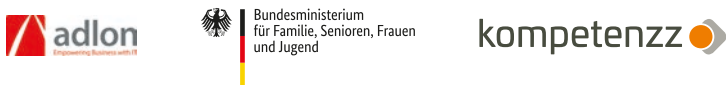
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



PREMIUMPARTNER



PARTNER



UNTERSTÜTZER





D21 DIGITAL INDEX

19 / 20

[x] #D21index

Jährliches Lagebild zur
Digitalen Gesellschaft



INHALT

Grußwort	4
Vorwort	5
Methodensteckbrief	6
Historie und Studienziel	7
Zentrale Ergebnisse	8
01 DIGITAL-INDEX	10
Wie digital ist die deutsche Gesellschaft?	
Zugang	12
Nutzungsverhalten	21
Kompetenz	26
Offenheit	32
02 DIE DIGITALE GESELLSCHAFT	35
In welche Gruppen und Nutzertypen teilt sich die Bevölkerung auf?	
Zusammensetzung	36
Nutzertypen	38
Digitalisierungsgrad	40
03 DIGITALE SELBSTBESTIMMTHEIT	42
Wie handhaben die Menschen verschiedene Facetten ihrer digitalen Präsenz?	
Einstellungen zur digitalen Selbstbestimmtheit	43
Genutzte und gewünschte Identifikationsverfahren	44
Elektronische Patientenakte	46
Verantwortung und selbstbestimmter Umgang mit persönlichen Daten	47
04 DIGITALES ARBEITEN	48
Welche Rolle spielt die Digitalisierung in der Arbeitswelt?	
Digitalkompetenz Berufstätiger	48
Telearbeit, Homeoffice und mobiles Arbeiten	50
Berufliche Herausforderungen der Zukunft	52
Einstellungen zum digitalen Arbeiten	54
Lebenslanges Lernen	56
Impressum	59

GRUSSWORT



PETER ALTMAIER
Bundesminister für Wirtschaft
und Energie

Sehr geehrte Damen und Herren,

bereits die letzte Befragung zum D21-Digital-Index hat gezeigt, dass unsere Gesellschaft immer digitaler wird. In diesem Jahr hat diese Entwicklung noch einmal deutlich an Schubkraft gewonnen. Der Digital-Index hat sich weiter verbessert. Vor allem beim Zugang zum Internet, beim Nutzungsverhalten und bei der digitalen Kompetenz gab es bedeutsame Fortschritte. Mich persönlich freut vor allem, dass die Internetnutzung der „Generation 50+“ besonders stark gestiegen ist. Dies zeigt: Über alle Generationen hinweg wertschätzen die Menschen die sich ihnen durch die Digitalisierung bieten den Möglichkeiten. Deutliche Veränderungen hat es auch bei den Nutzergruppen gegeben. Der Anteil der „Digitalen VorreiterInnen“ ist um sieben Prozentpunkte auf 44 Prozent gewachsen. Er ist damit erstmals größer als die Gruppe derjenigen, die „digital mithalten“.

Die aktuelle Studie unterstreicht, wie sehr der Mobilfunk zur digitalen Transformation unserer Gesellschaft beiträgt. Das mobile Internet gewinnt immer mehr an Bedeutung. Auch deshalb ist eine flächendeckende Versorgung überfällig. Mit der von der Bundesregierung beschlossenen Mobilfunkstrategie wollen wir den Ausbau zum Wohl der Bürgerinnen und Bürger weiter voranbringen. Die Beseitigung der noch vorhandenen „weißen Flecken“ ist ein wichtiger Beitrag für gleichwertige Lebensverhältnisse – in der Stadt wie auf dem Land.

Sehr erfreulich ist, dass die Mehrzahl der Menschen in unserem Land die Auswirkungen der Digitalisierung eher positiv wahrnimmt und optimistisch in die Zukunft schaut. Ihrer Meinung nach sollte die Digitalisierung im Studium und der beruflichen Ausbildung noch stärker eingesetzt und vermittelt werden. Die Notwendigkeit und Bedeutung des lebenslangen Lernens findet breite Zustimmung. Fast 70 Prozent der Berufstätigen sehen darin sogar ein Privileg. Wichtig wird es allerdings auch in Zukunft bleiben, denjenigen Menschen Hilfestellungen zu geben, die mit der Digitalisierung noch nicht Schritt halten können.

Die diesjährigen Ergebnisse der Studie „D21-Digital-Index 2019/2020“ unterstreichen eindrucksvoll, wie die Bürgerinnen und Bürger die Chancen der Digitalisierung bewerten und für sich nutzen. Das ist ein gutes Zeichen für unser Land und für unsere Wirtschaft.

Ihr

Peter Altmaier

VORWORT

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Digitale Gesellschaft macht in diesem Jahr einen spürbaren Sprung nach vorne! Zu diesem Ergebnis kommt der Ihnen vorliegende D21-Digital-Index. Die Studie belegt in nahezu allen Bereichen eine positive Entwicklung: Die vier Subindizes „Zugang“, „Nutzungsverhalten“, „Kompetenz“ und „Offenheit“ steigen spürbar an. Besonders erfreulich ist dabei die große Verbesserung bei den Kompetenzen. Diese bedeutet, dass immer mehr Menschen gut mit den vielfältigen Möglichkeiten und Anforderungen der Digitalisierung umgehen können. Sie sind nicht nur Grundlage für gegenwärtige Anforderungen, sondern auch für die Zukunftsfähigkeit unserer Bürgerinnen und Bürger in einer noch nicht bekannten digitalen Welt von morgen.

Auch die Zahl der OnlinerInnen steigt weiterhin an, 86 Prozent der deutschen Bevölkerung sind im Internet. Dazu tragen die mobilen Endgeräte einen entscheidenden Teil bei, fast vier Fünftel nutzen mittlerweile ein Smartphone. Mit ihm wagen auch Menschen den Schritt ins Internet, die bislang gar nicht oder nur minimal online waren. Das betrifft vor allem die älteren Generationen, die zunehmend einen Nutzen im Internet für sich erkennen und mit dem Smartphone nun einen unkomplizierten Zugang erleben. Erstmals sind mehr als die Hälfte der über 70-Jährigen online, das ist ein Meilenstein! Die älteren Generationen holen also auf und partizipieren zunehmend am digitalen Leben.

Doch online zu sein, heißt noch nicht, sich auch zielgerichtet und vor allem selbstbestimmt in der Online-Welt zu bewegen. In diesem Jahr blicken wir daher schwerpunktmäßig auf den bewussten Umgang mit eigenen Daten, Identitäten und Zugängen. Hier spielen Digitalkompetenzen eine entscheidende Rolle und nicht allen Gruppen fällt das leicht. Wo sehen die BürgerInnen die Verantwortung für den sicheren Umgang mit



HANNES SCHWADERER
Präsident Initiative D21 e.V.

Daten, bei den Anbietern, beim Staat oder bei sich selbst? Wer sich hier unsicher fühlt, den sollten wir als Gesellschaft nicht allein lassen, sondern notwendiges Wissen vermitteln und auf dem Weg in die Digitalisierung unterstützen. Das betrifft am häufigsten die älteren Generationen, Menschen mit niedriger Bildung und Nichtberufstätige.

Insgesamt jedoch lassen uns die Entwicklungen zuversichtlich in die Zukunft blicken und das spiegelt sich auch bei der Einstellung der Bürgerinnen und Bürger wider. Eine deutliche Mehrheit bewertet die Auswirkungen der Digitalisierung auf die verschiedenen Bereiche des Lebens positiv – ob im medizinischen Bereich, dem Einkauf von Waren und Dienstleistungen, dem Bildungswesen oder der Arbeitswelt. Es gibt also eine messbare Lust auf die Digitalisierung! Das ist eine wichtige Erkenntnis für unsere Gesellschaft und eine zukunftsgerichtete Einstellung.

Der D21-Digital-Index ist als Lagebild zum aktuellen Stand der Digitalen Gesellschaft immer auch eine richtungsweisende Grundlage für EntscheiderInnen in Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft. Sie müssen nun die Erkenntnisse dieser Studie in die richtigen Weichenstellungen für die Zukunft übersetzen. Sie sollten den positiven Schwung mitnehmen und weiter bestärken.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

Hannes Schwaderer

METHODENSTECKBRIEF



GRUNDGESAMTHEIT

Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten



ERHEBUNGSMETHODE

Computergestützte persönlich-mündliche Interviews (CAPI)



STICHPROBENZIEHUNG UND GEWICHTUNG

Mehrfach geschichtete, bevölkerungsrepräsentative Zufallsstichprobe. Schichtungskriterien sind Bundesländer, Regierungsbezirke, BIK-Gemeindetypen. Daten werden anschließend gewichtet nach Antreffbarkeit, Bundesländern, Gemeindetypen, Geschlecht, Alter und Berufstätigkeit. Auf die Grundgesamtheit übertragbar (Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung sind 63,656 Millionen Personen).



ANZAHL INTERVIEWS UND BEFRAGUNGSZEITRAUM

A **Strukturbefragung** zur Ermittlung der Internetnutzung:
Durchführung von 20.322 Interviews in Deutschland

Befragungszeitraum: August 2018 bis Juli 2019

B **Vertiefungsbefragung** zur Ermittlung des „Digital-Index“ und der Typologie „Digitale Gesellschaft“:

Durchführung von 2.019 Interviews in Deutschland

Befragungszeitraum: Juni/Juli 2019

DARSTELLUNGSHINWEISE

Darstellung Prozentwerte: Die Summe einzelner Prozentwerte kann aufgrund von Rundungen oder der nicht ausgewiesenen Antwortkategorie „Keine Angabe“ von 100 Prozent abweichen.

Abweichungen: Abweichungen werden in Prozentpunkten dargestellt (mit Ausnahme des Digital-Index).

Sprechblase an Grafik: Ergebnisse für einzelne sozio-demografische Untergruppen werden in Sprechblasen ausgewiesen. Lesebeispiel: „14–29 Jahre: 56%; Frauen: 65%“ bedeutet, dass in der Altersgruppe der 14–29-Jährigen 56 Prozent einer Aussage zustimmen sowie bei den Frauen der Anteil der Zustimmung bei 65 Prozent liegt.

Definition Bildungsniveaus 2019: Auf Basis der Schulbildung (höchster Schulabschluss):

Niedrige Bildung = Kein Schulabschluss / Volks- / Hauptschule

Mittlere Bildung = Mittlere Reife

Hohe Bildung = (Fach-)Abitur

HISTORIE UND STUDIENZIEL

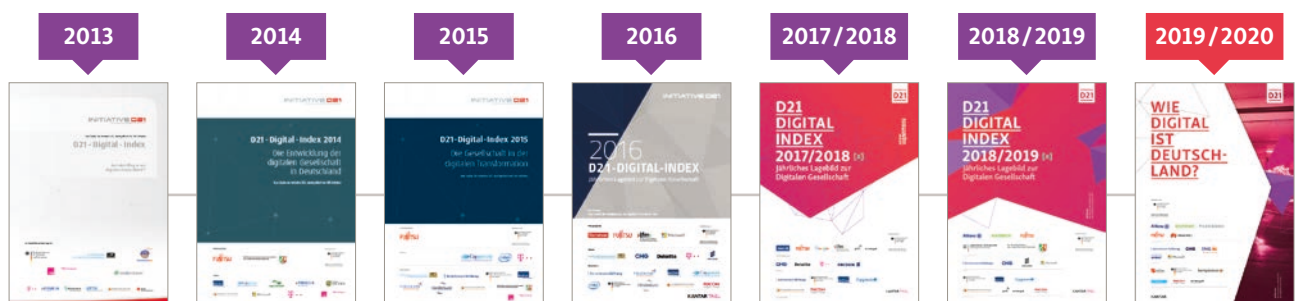
Wie adaptiert die deutsche Bevölkerung den digitalen Wandel?

Seit dem Jahr 2013 liefert die Studie „D21-Digital-Index“ ein umfassendes jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft in Deutschland. Sie zeigt auf empirischer Grundlage auf, wie die Gesellschaft die Veränderungen durch die Digitalisierung adaptiert. Die Studie dient als Basis für aktuelle und zukünftige Entscheidungen durch politische, wirtschaftliche, zivilgesellschaftliche und wissenschaftliche AkteurInnen. Hervorgegangen aus den Studien (N)ONLINER Atlas und Digitale Gesellschaft erfasst der „D21-Digital-Index“ in einer integrierten Untersuchung sowohl Onliner- als auch OfflinerInnen und bildet damit die gesamte deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren ab.

Der namensgebende „Digital-Index“ erfasst den Digitalisierungsgrad der Gesellschaft auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten und integriert die Subindizes Zugang, Nutzungsverhalten, Kompetenz und Offenheit in einer einzigen Kennzahl. Der Fragebogen der Studie unterliegt jährlichen Anpassungen an aktuelle Entwicklungen des digitalen Wandels sowie neuen Anforderungen für die Gesellschaft und entsteht jährlich in einem multidisziplinären Kreis der Studien-PartnerInnen. Hierbei fließen neuere Geräte (wie Wearables oder E-Book-Reader) genauso ein wie genutzte Dienste (z.B. Streaming- oder Sharing-Angebote, TikTok) oder gesellschaftsrelevante kommunikative Entwicklungen (z.B. Umgang in

sozialen Netzen, politische Willensbildung und Bewegungen). Der vorliegende D21-Digital-Index 2019/2020 visualisiert die verschiedenen Nutzertypen, um diese nachvollziehbarer zu gestalten. Die Studie berücksichtigt die stark gewachsene Bedeutung von Smartphones als mittlerweile am meisten verbreitetes Gerät und erweitert den Subindex Kompetenz um zentrale Smartphone-Kenntnisse. Sie schlüsselt erstmals die Nutzungshäufigkeit einzelner Dienste messbar auf und ermöglicht damit einen genaueren Blick auf Dienste, die eine regelmäßige, aber nicht hochfrequentierte Nutzung aufweisen (z.B. das Buchen von Reisen). Das neue Schwerpunkt-Kapitel „Digitale Selbstbestimmtheit“ erfasst die Haltung der deutschen Bevölkerung zum Umgang mit Daten, dem Verhalten in sozialen Medien oder auch Identifikationsmöglichkeiten. Das Kapitel „Digitales Arbeiten“ zeigt neben persönlichen Herausforderungen und Einstellungen zur Arbeit auch die Bewertung gesamtgesellschaftlicher Aufgaben und den Einfluss der Digitalisierung darauf.

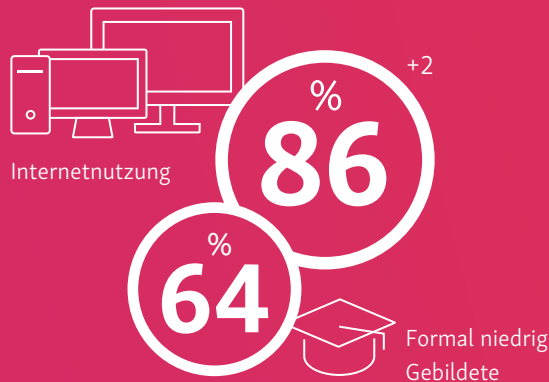
Der D21-Digital-Index 2019/2020 bestätigt die bereits in den letzten Jahren erkennbare Entwicklung, dass die deutsche Gesellschaft zunehmend digitaler wird. Er verdeutlicht allerdings auch den größer werdenden Graben zwischen den Teilen der Gesellschaft, die an der zunehmenden Digitalisierung in irgendeiner Form teilhaben und jenen, die im digitalen Abseits stehen.



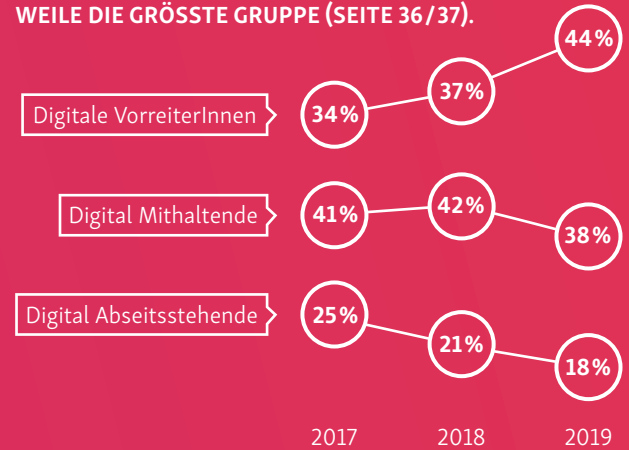
ZENTRALE ERGEBNISSE

im Überblick

INTERNETNUTZUNG MIT LEICHEM ANSTIEG, ABER NIEDRIGE BILDUNGSSCHICHT HINKT HINTERHER (SEITE 12/13).



STÄRKSTER ZUWACHS IM DIGITALAFFINTESTEN SEGMENT DER DIGITALEN VORREITER:INNEN, SIE BILDEN MITTLERWEILE DIE GRÖSSTE GRUPPE (SEITE 36/37).



DIGITAL-INDEX STEIGT WIEDERUM AN, ALLE SUBINDIZES LEGEN ZU (SEITE 11).



Deutsche Schulen vermitteln benötigte Digitalisierungsfähigkeiten.

NUR EINE MINDERHEIT FINDET, DASS SCHULEN AUSREICHEND DIE NOTWENDIGEN DIGITALISIERUNGSFÄHIGKEITEN VERMITTELN, GERADE IM HINBLICK AUF INTERNATIONALE KONKURRENZFÄHIGKEIT (SEITE 34).

EIN GUTES VIERTEL DER BÜRGER:INNEN IST BEI BESTIMMTEN DIENSTEN BEREITS AN DIE ANALOGEN GRENZEN GESTOSSEN (Z. B. ARZTTERMIN VEREINBAREN, CHECK-IN ETC.) (SEITE 27).



28% Ich habe schon einmal erlebt, dass ich einen bestimmten Dienst nur per Internet/App nutzen konnte.

BESTIMMTE ANWENDUNGEN STELLEN INZWISCHEN EIN GESELLSCHAFTLICHES ODER BERUFLICHES „MUSS“ DAR (SEITE 42).



36% Bei manchen sozialen Medien muss man heutzutage vertreten sein.

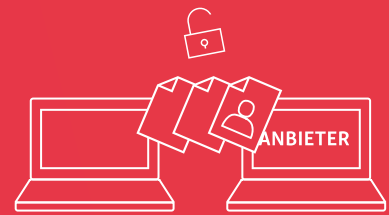


Digitale VorreiterInnen: 49%



DATENSOUVERÄNITÄT IST AUS SICHT DER MEHRHEIT NICHT GEBEBEN (SEITE 42).

62%

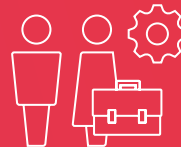


Sobald ich meine persönlichen Daten einem Anbieter übertrage, verliere ich die Kontrolle darüber.

WEITERE TRENDS



Smartphonekompetenzen sind am stärksten verbreitet, Computerkompetenzen am wenigsten. Niedrig Gebildete sind in vielen Kompetenzbereichen abgehängt (Seite 29).



Berufstätige sind durchweg digital kompetenter als die Gesamtbevölkerung (Seite 49).



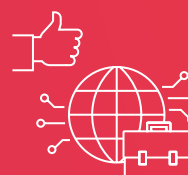
Lebenslanges Lernen ist für die Mehrheit der Berufstätigen unabdingbar, aber eher Privileg als Belastung. Die Notwendigkeit dazu steigt durch die Digitalisierung (Seite 56).



In den Bereichen Konsum, Medizin, Produktion, Bildung und Mobilität erwartet die deutsche Bevölkerung künftig starke Veränderungen durch die Digitalisierung. Diese werden großteils positiv bewertet (Seite 32/33).



Verantwortlich für einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten sind alle Beteiligten: die NutzerInnen selbst, aber auch Firmen und als Voraussetzung dafür die Politik (Seite 47).



Die deutsche Bevölkerung erwartet einen positiven Einfluss der Digitalisierung auf viele Herausforderungen an die Berufswelt, insbesondere beim Ausbildungssystem und lebenslangem Lernen. Die größten Herausforderungen werden aber durch die Digitalisierung eher verschärft (Seite 52/53).

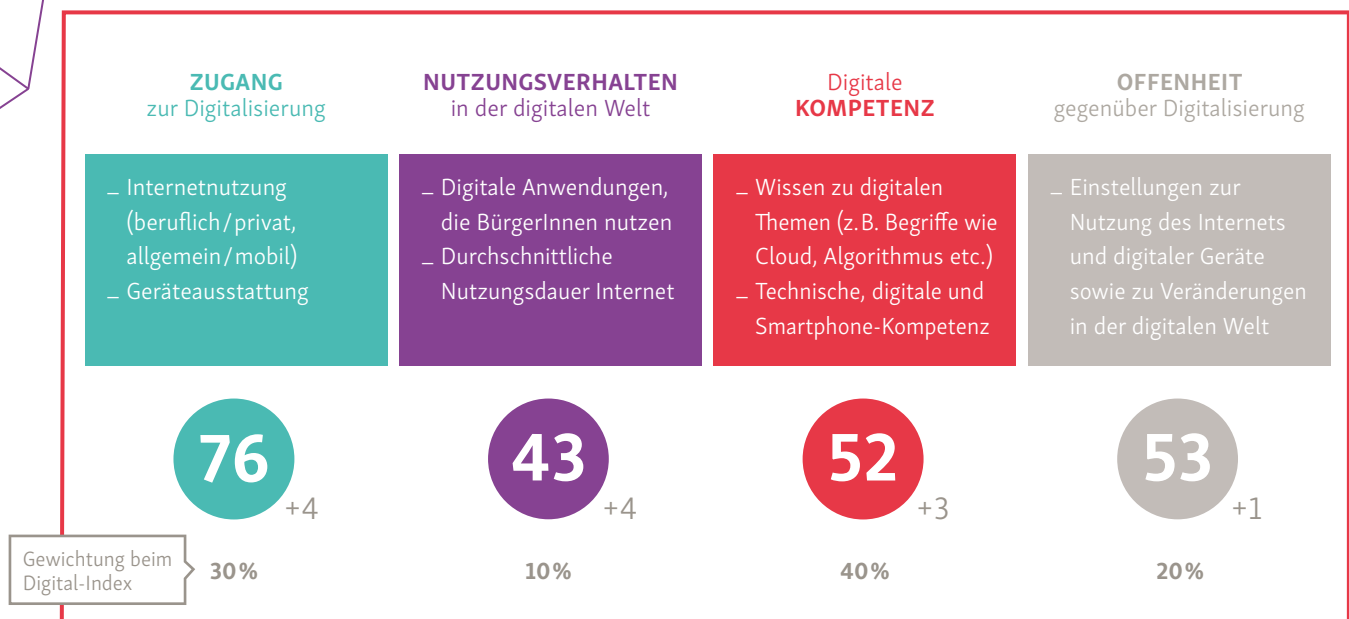
01

DIGITAL-
INDEX**WIE DIGITAL IST DIE BEVÖLKERUNG
IN DEUTSCHLAND?**

Im siebten Jahr in Folge erfasst die vorliegende Studie mit dem Digital-Index den Digitalisierungsgrad der deutschen Gesellschaft in einer einzigen Kennzahl. Sie enthält die Kernfragen im Umgang mit der Digitalisierung: Wie ist es um die Internetnutzung insgesamt, aber auch mobil, bestellt und welche Geräte nutzen die BürgerInnen hierfür (**Zugang**)? Welche digitalen Anwendungen und sozialen Medien nutzen sie und wie oft (**Nutzungsverhalten**)? Wie viel Expertise haben die BürgerInnen bei digitalen Themen (**Kompetenz**)? Sind sie bereit, sich selbst neues digitales Know-how anzueignen, und welche Rolle sollten beispielsweise Schulen bei der Wissensaneignung spielen (**Offenheit**)? Die Indexkomponenten kommen dabei jährlich auf den Prüfstand und werden entsprechend den aktuellen Gegebenheiten angepasst. 2019 wurden Fähigkeiten im Umgang mit Smartphones als neues Kompetenzfeld aufgenommen, die Abfrage beim Nutzungsverhalten modifiziert sowie die Einschätzung beruflicher und privater Perspektiven ohne Digitalisierungs-Fähigkeiten im Rahmen der Offenheit erfasst. Damit stellt der Digital-Index einen Gradmesser dafür dar, wie die Bevölkerung insgesamt mit Ausmaß und Tempo der Entwicklungen in einer digitalisierten Welt Schritt halten kann.

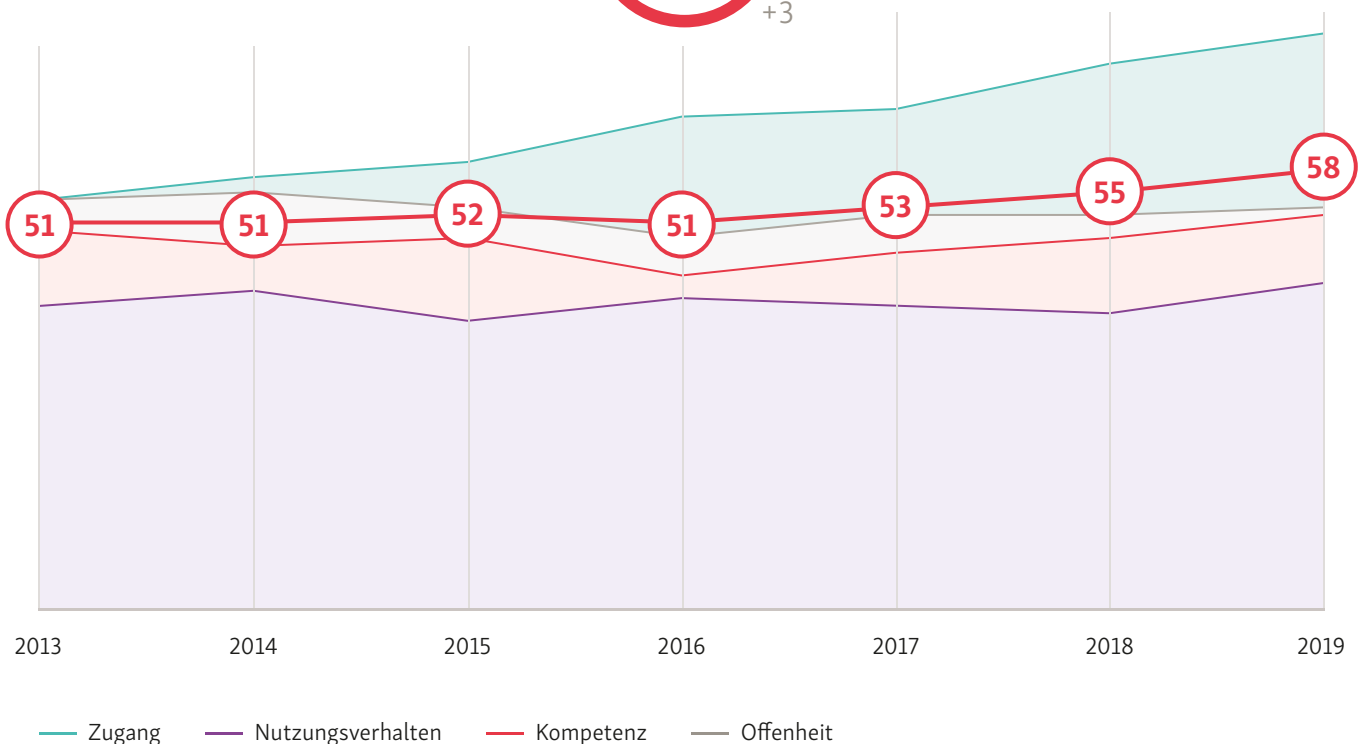
Der Digital-Index verdichtet die vier Subindizes **Zugang**, **Nutzungsverhalten**, **Kompetenz** und **Offenheit** zu einer einzigen Kennzahl (zwischen 0 und 100) und stellt den Digitalisierungsgrad der deutschen Gesellschaft dar. Dabei fließen die Subindizes mit unterschiedlicher Gewichtung in die Berechnung des Digital-Index ein. Zugang und Kompetenz dienen als wesentliche Elemente mit den größten Gewichtungsfaktoren, da eine technische Infrastruktur und Ausstattung sowie persönliche Fertigkeiten das Fundament für einen hohen Digitalisierungsgrad bilden. Die Einstellungen der Menschen gegenüber digitalen Trends fließen hingegen mit geringerem Gewicht über den Subindex Offenheit ein, das aktuelle Nutzungsverhalten bei digitalen Anwendungen wird als geringster Einflussfaktor erfasst.

Die Digitalisierung in Deutschland gewinnt an Geschwindigkeit. Nach Steigerungsraten in den vergangenen zwei Jahren zeichnet sich mit einem erneuten Zuwachs von drei Punkten ein noch stärkerer Aufwärtstrend ab. Der Digitalisierungsgrad in Deutschland liegt nun bei 58 Punkten. Die aktuelle Indexsteigerung beruht auf einer Zunahme aller vier Subindizes, langfristig betrachtet bleibt jedoch hauptsächlich das Thema Zugang Treiber für vergangene Indexsteigerungen.



[Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

58 Digital-Index
+3



Basis: Personen ab 14 Jahren (2019 n=2.019); Angaben und Abweichungen in Index-Punkten

Das kontinuierliche Anpassen des Fragebogens an aktuelle Themen und Begebenheiten – z.B. durch die Aufnahme neuer Geräte oder neuer Fähigkeiten und Einstellungen – bildet die Dynamik des digitalen Wandels ab. Die langfristige Konstanz der Subindizes

Nutzungsverhalten, Kompetenz und Offenheit ist daher keine Stagnation, sondern drückt aus, dass die deutsche Gesellschaft mit den Entwicklungen der digitalisierten Welt mithält und neuen Technologien mit gewisser Offenheit und Kompetenz begegnet.

ZUGANG

Internetnutzung im Zeitverlauf

DIE INTERNETNUTZUNG IN DEUTSCHLAND STEIGT WEITER AN, 86 PROZENT DER BEVÖLKERUNG SIND NUN ONLINE.

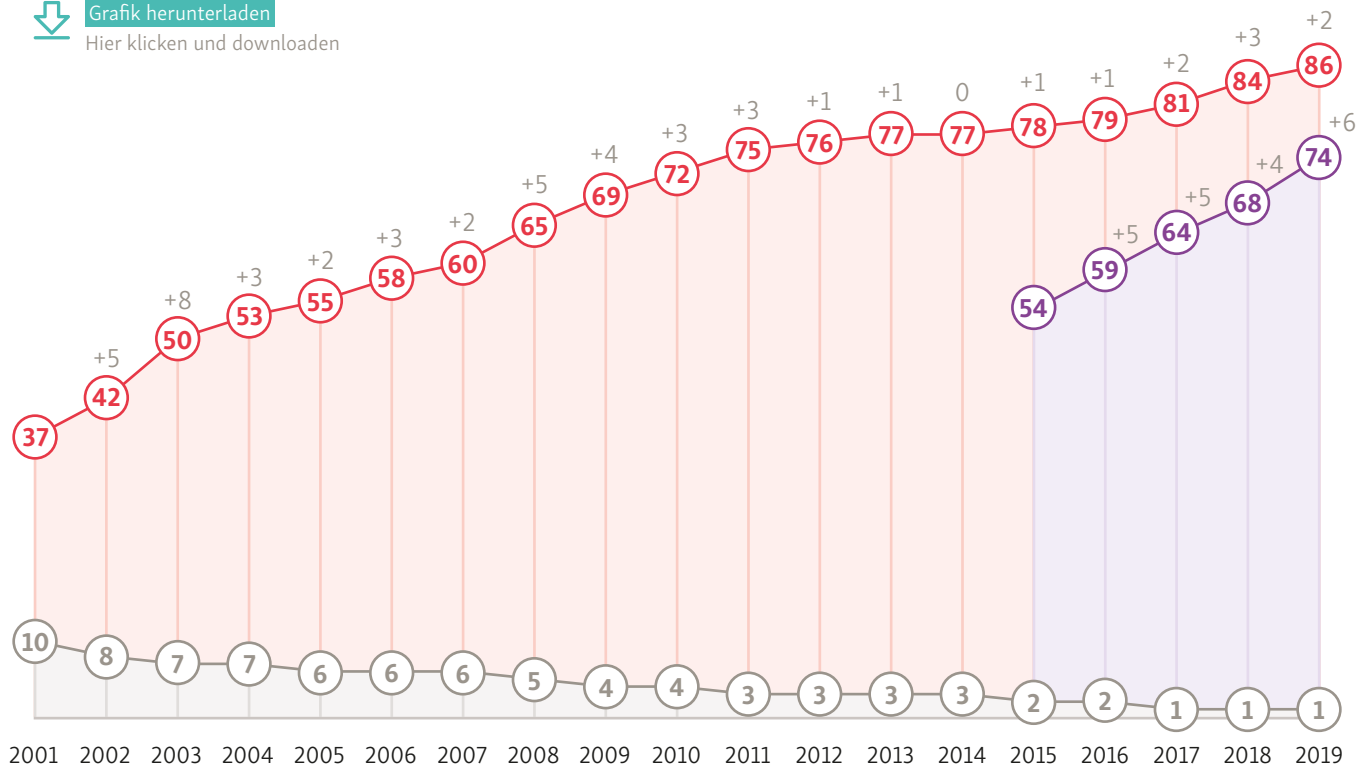
Dieser Trend beruht vor allem auf den seit Jahren hohen Zuwachsraten beim mobilen Internet. Nachdem BürgerInnen bis 49 Jahre nahezu vollständig online sind, entdecken nun die älteren Generationen das Internet für sich. SchülerInnen waren von jeher die im Netz aktivste Gruppe und sind es bis heute geblieben. Mit 99 Prozent sind sie nahezu alle online. Betrachtet man die einzelnen Bildungsgruppen, zeigt sich, dass die höher Gebildeten

zu 97 Prozent das Internet nutzen und damit eine ähnlich hohe Nutzungsrate haben. Zu Beginn der Messreihe lag die Gruppe der mittleren Bildungsschicht bei der Internetnutzung noch deutlich hinter den höheren Bildungsschichten. Im Lauf der Jahre hat sich dieser Abstand kontinuierlich verringert, mittlerweile sind auch hier über 90 Prozent online. Ein anderes Bild zeigt sich in der Gruppe mit formal niedriger Bildung: Auch hier herrschte von Beginn an ein großer Abstand, gerade zu den hohen Bildungsschichten. 2002 waren lediglich 24 Prozent der gering Gebildeten online, auch aktuell ist noch immer ein Drittel offline. Damit ist der Anschluss dieser Gruppe

NUTZEN SIE PERSÖNLICH ZUMINDEST AB UND ZU DAS INTERNET?

— Internetnutzung gesamt — Mobile Internetnutzung
— Nutzungsplaner

[Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

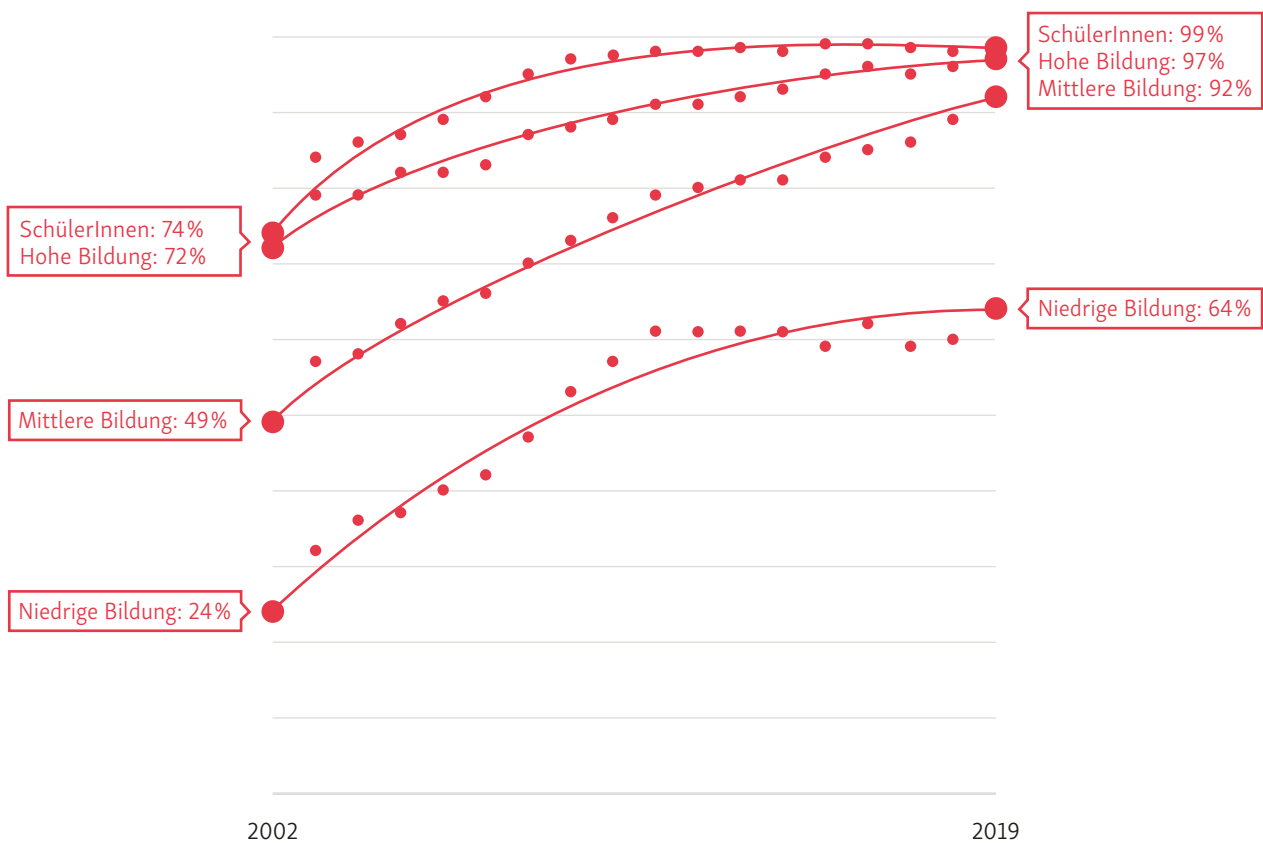


Basis: Personen ab 14 Jahren (2019 n=20.322); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

bezüglich Digitalisierung an die restliche Bevölkerung bis dato noch nicht gelungen. Teilweise begründet sich diese digitale Spaltung jedoch in der Struktur der niedrigsten Bildungsgruppe: Gut die Hälfte der Personen in dieser Gruppe ist älter als 60 Jahre und weiblich – beides Gruppen mit einer unterdurchschnittlichen Internetnutzung.

Der Anteil der OfflinerInnen sinkt weiter auf 14 Prozent, aktuell sind rund 9 Millionen Menschen in Deutschland ohne Zugang zum Internet.

INTERNETNUTZUNG – BILDUNGSGRUPPEN IM ZEITVERLAUF

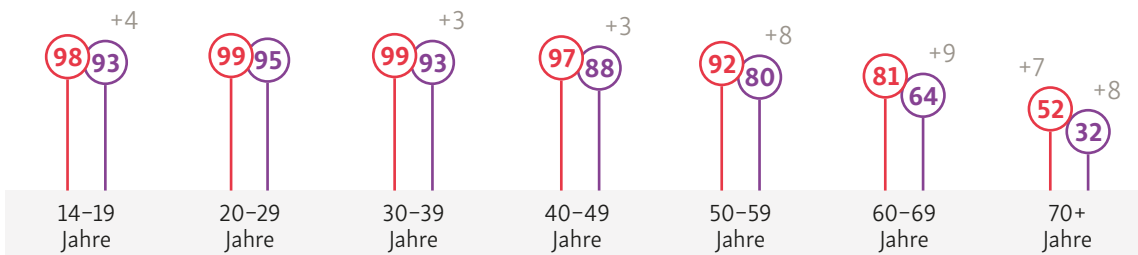


(Mobile) Internetnutzung im Detail

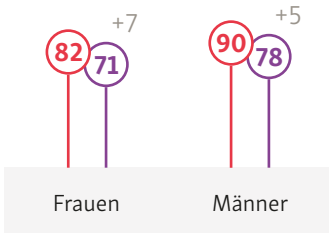
NUTZEN SIE PERSÖNLICH ZUMINDEST AB UND ZU DAS INTERNET BZW. DAS INTERNET AUCH ÜBER DAS MOBILFUNKNETZ EINES MOBILFUNKANBIETERS?



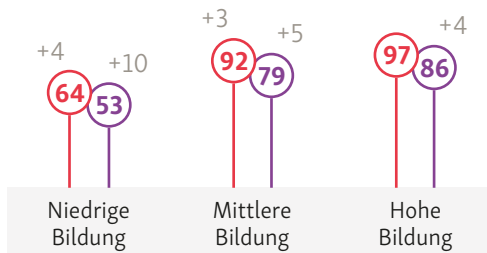
ALTER



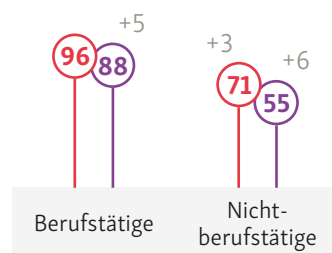
GESCHLECHT



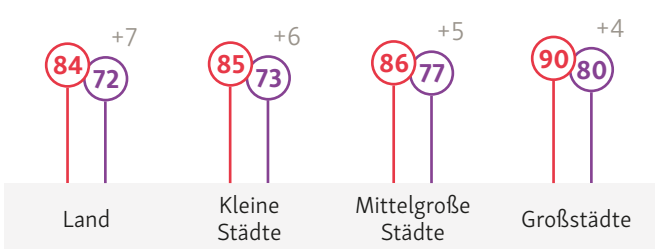
BILDUNG



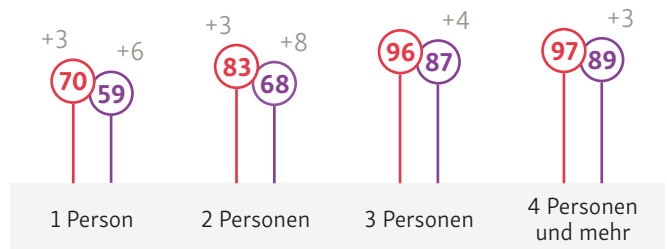
BESCHÄFTIGUNG



EINWOHNERZAHL



HAUSHALTSGRÖSSE



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=20.332); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

[Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

Da ein Großteil der deutschen Bevölkerung (vor allem die Generationen unter 50 Jahren) nahezu vollständig online ist, steigt die Internetnutzung am stärksten bei den Gruppen mit der bisher geringsten Nutzung. Dennoch bleiben große Unterschiede zwischen einzelnen Bevölkerungsgruppen bestehen. Tendenziell nutzen ältere Generationen sowie Frauen und Personen mit niedriger Bildung das Internet noch immer deutlich seltener. Auch Berufstätigkeit hat weiterhin einen entscheidenden Einfluss. Zudem gilt: Je urbaner die Umgebung ist oder je mehr Personen im Haushalt leben, desto eher wird das Internet genutzt.

Bei einigen Gruppen bestehen noch große Unterschiede zwischen genereller Internetnutzung und Nutzung über das Mobilfunknetz. Daher sind die Zunahmen bei Älteren (ab 50 Jahren), Nichtberufstätigen, Frauen oder Menschen mit einer niedrigeren Bildung besonders groß. Bei diesen Gruppen besteht auch weiterhin noch großes Wachstumspotenzial, denn im Ergebnis sind einige davon gerade einmal gut zur Hälfte mobil online.

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Investitionen in mobile Netze wurden in Deutschland im Vergleich zu vielen anderen Ländern bisher zu wenig vorangetrieben. Die digitale Infrastruktur ist eine wesentliche Grundvoraussetzung, damit Menschen in Deutschland Zugang zu digitalen Innovationen wie Kommunikationsdiensten, Telemedizin oder Streaming erhalten und davon profitieren können. Zudem bieten 5G-Kommunikationsnetze eine hohe Ausfall- und Datensicherheit, die besonders im Gesundheitswesen und beim Katastrophenschutz wichtig ist. Die Bereitstellung einer modernen Infrastruktur sollte daher ein hohes strategisches Ziel für die Zukunftsfähigkeit des Landes sein.



INGOBERT VEITH

Director Public Policy, Huawei Technologies Deutschland GmbH

„Legt man die Internetnutzung insgesamt neben die mobile, manifestiert sich eindrucksvoll der Trend zur mobilen Nutzung als bevorzugtem Netzzugang. Betrachtet man gleichzeitig das Potenzial von 5G hinsichtlich Geschwindigkeit und Verlässlichkeit, so kann die Prognose einer fast vollständigen mobilen Internetnutzung für die Zukunft gewagt werden. Die damit gewachsenen Chancen gesellschaftlicher Teilhabe lassen sich allerdings nur dann voll nutzen, wenn auch die Gruppen erreicht werden, die aktuell noch gar nicht oder nur sehr begrenzt mobiles Internet nutzen – wie z. B. BürgerInnen über 70 Jahre.“

Internetnutzung in den einzelnen Bundesländern

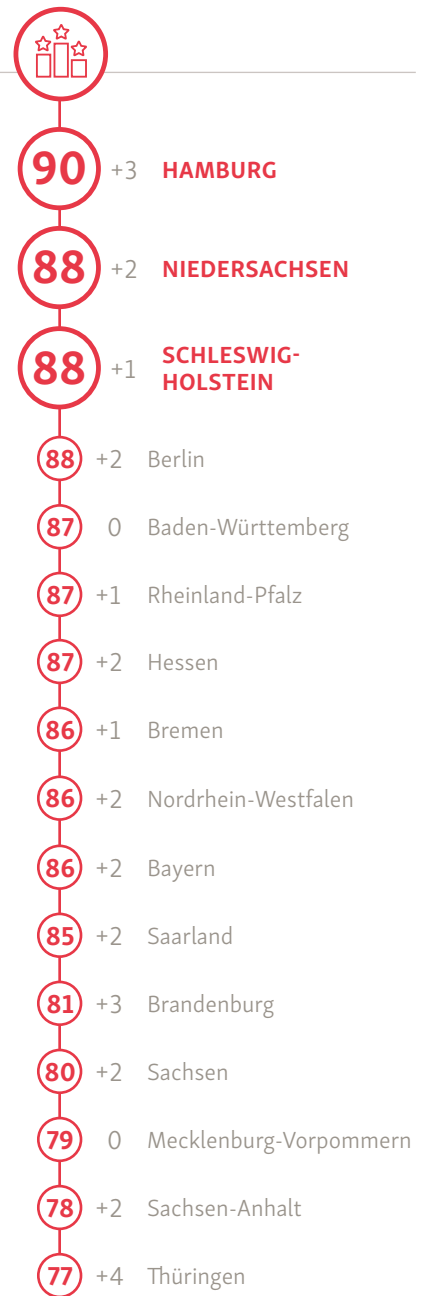
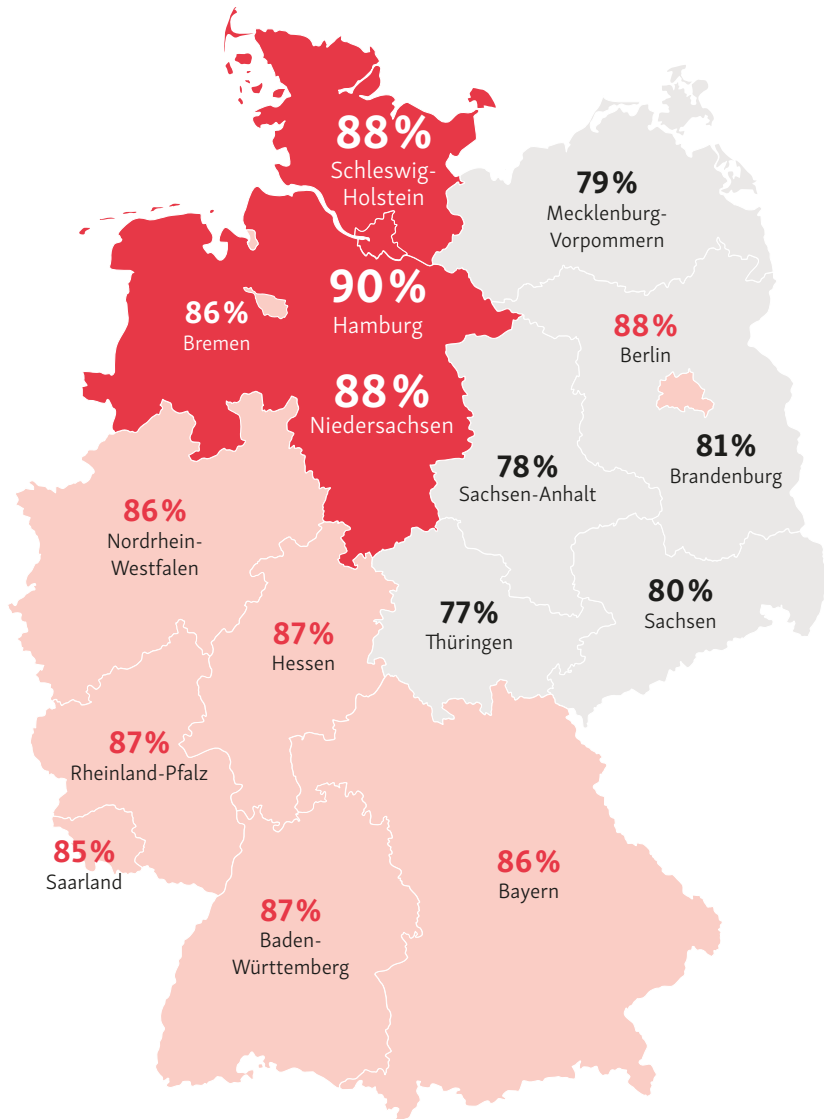
DIE 90-PROZENT-MARKE WURDE ERREICHT.

Erstmals erreicht mit Hamburg ein Bundesland die 90-Prozent-Hürde, die nächsten drei Länder Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Berlin folgen dichtauf mit jeweils 88 Prozent. Erneut steigt die

Internetnutzung fast flächendeckend. Schlusslichter bleiben die östlichen Flächen-Bundesländer, allerdings mit großteils starken Zuwächsen. Brandenburg und Sachsen überschreiten zudem die 80-Prozent-Marke, auch die übrigen östlichen Bundesländer sind davon nur noch geringfügig entfernt.

NUTZEN SIE PERSÖNLICH ZUMINDEST AB UND ZU DAS INTERNET?

■ Top 3 Bundesländer ■ 85 Prozent oder mehr ■ Unter 85 Prozent



[Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=20.322)

Reihenfolge sortiert nach Werten inklusive Dezimalstellen;
Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

Mobile Internetnutzung in den einzelnen Bundesländern

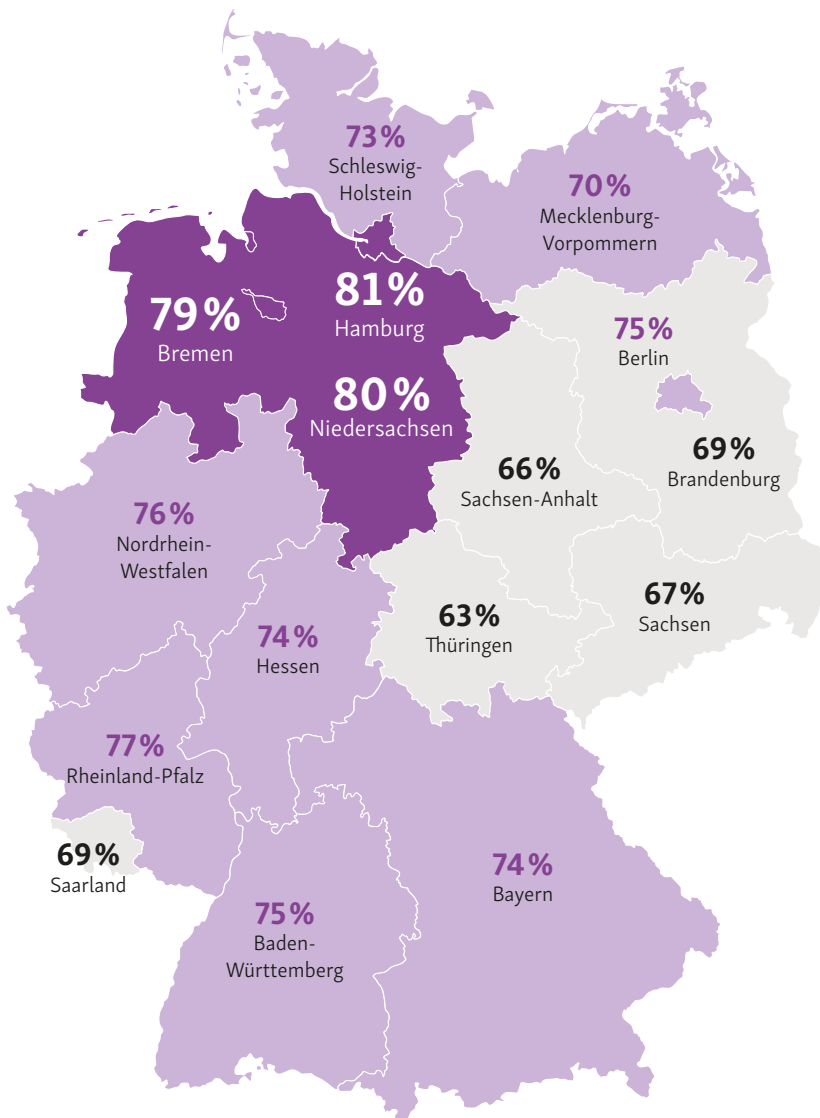
AUCH BEI DER MOBILEN INTERNETNUTZUNG BELEGT DER NORDEN DIE DREI SPITZENRÄNGE.

Neben den Stadtstaaten Hamburg und Bremen kann sich auch bei der mobilen Internetnutzung Niedersachsen unter den Top 3 platzieren. Am stärksten holt Rheinland-Pfalz auf, mit einem Zuwachs von elf Prozentpunkten

im Vergleich zu 2018. Teilweise ebenfalls hohe Zunahmen zeigen sich wiederum in den östlichen Bundesländern sowie im Saarland. Dennoch erreicht mit Ausnahme von Mecklenburg-Vorpommern keines die 70-Prozent-Grenze. Nach einer hohen Steigerung im vergangenen Jahr stagniert in Berlin die mobile Internetnutzung aktuell.

NUTZEN SIE PERSÖNLICH DAS INTERNET AUCH ÜBER DAS MOBILFUNKNETZ EINES MOBILFUNKANBIETERS?

■ Top 3 Bundesländer ■ 70 Prozent oder mehr ■ Unter 70 Prozent



81 +8 HAMBURG

80 +9 NIEDERSACHSEN

79 +6 BREMEN

77 +11 Rheinland-Pfalz

76 +4 Nordrhein-Westfalen

75 0 Berlin

75 +7 Baden-Württemberg

74 +9 Hessen

74 +5 Bayern

73 +4 Schleswig-Holstein

70 +2 Mecklenburg-Vorpommern

69 +8 Brandenburg

69 +7 Saarland

67 +6 Sachsen

66 +3 Sachsen-Anhalt

63 +1 Thüringen



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=20.322)

Reihenfolge sortiert nach Werten inklusive Dezimalstellen; Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

Gründe, das Internet nicht zu nutzen

WELCHE DER FOLGENDEN GRÜNDE SIND AUSSCHLAGGEBEND DAFÜR, DASS SIE DAS INTERNET NICHT NUTZEN?



 [Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

Basis: OfflinerInnen (n=403); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

14 PROZENT DER DEUTSCHEN BEVÖLKERUNG SIND NOCH OFFLINE, TENDENZ SINKEND.

Gut drei Viertel der OfflinerInnen nennen mangelndes Interesse als Grund für ihre Internet-Abstinenz, rund ein Drittel findet das Internet hingegen zu kompliziert, kann keinen Nutzen erkennen oder verlässt sich auf die Mithilfe von Freunden und Familie. Klassische Medien werden von einem Viertel als ausreichend empfunden. Angst, zu hoher Zeitaufwand oder infrastrukturelle Themen spielen für die Nicht-Nutzung nur eine untergeordnete Rolle. Die Ergebnisse zeigen, dass die Nicht-Nutzung des Internets vor allem von persönlichen Faktoren abhängt und weniger von äußeren Gegebenheiten. Allerdings haben etwas mehr OfflinerInnen als im Vorjahr Angst vor Überwachung im Internet. Diese Angst ist stärker in den östlichen Bundesländern vertreten und bei Männern mehr als bei Frauen. Stärkere Aufklärung kann einen verantwortungsvollen und sicheren Umgang im Netz ermöglichen.

UNTER WELCHER BEDINGUNG WÜRDEN SIE KÜNFTIG DAS INTERNET NUTZEN?

TOP 5 MOTIVATOREN FÜR NUTZUNG

- 25**⁺⁶ Wenn ich einen **klaren Nutzen** für mich erkennen würde
- 17**⁺⁵ Wenn mir **jemand zeigen würde**, wie es funktioniert
- 17**⁺⁶ Wenn die **Nutzung einfacher** wäre
- 7** Wenn ich die Fachbegriffe und Funktionen **besser verstehen** würde
- 7** Wenn ich im Netz weitestgehend **anonym** bleiben könnte



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Basis: OfflinerInnen (n=403);

Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten

WER SIND DIE OFFLINER:INNEN?*



71 Jahre
Durchschnittsalter



71%
Haupt-/
Volksschulabschluss



67%
Frauen



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Basis: OfflinerInnen (n=403);

* Ausführliche Persona-Beschreibung bei den Nutzertypen Seite 38

Ein Viertel der OfflinerInnen würde die Nutzung des Internets in Erwägung ziehen, wenn dies für sie einen klaren Mehrwert hätte. Auch Hilfe bei der Anwendung, eine leichtere Nutzung und Verständlichkeit sind starke Motivatoren. Für die mittlere Bildungsgruppe spielen zusätzlich vor allem Sicherheitsaspekte eine zentrale Rolle. Es bieten sich also durchaus Ansatzpunkte, wie OfflinerInnen ein Einstieg in die digitale Welt gelingen kann, nämlich durch Aufklärung sowie konkrete Projekte zur gezielten Förderung von digitalen Fähigkeiten und Know-how.

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

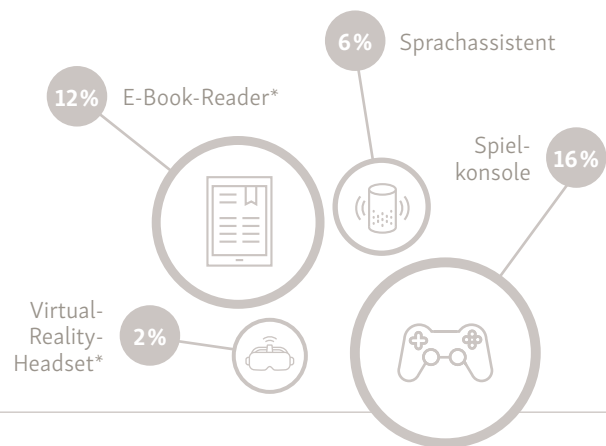
Der Großteil der OfflinerInnen ist im Rentenalter und kam bislang auch ohne Internet aus, teilweise erledigen jedoch Familie oder Bekannte online Dinge für sie. Sie brauchen Unterstützung bei der Bedienung, vor allem aber Beispiele aus ihrem Alltag, wo die Nutzung des Internets einen konkreten Mehrwert für sie darstellt – von Informationsangeboten bis zur Kommunikation mit den jüngeren Generationen. Um zu mehr Teilhabe in der zunehmend digitalen Welt beizutragen, müssen Onlineangebote, die auch für ältere Menschen relevant sind (bspw. das Buchen von Fahrkarten und Behördendienstleistungen), intuitiv und niedrigschwellig gestaltet sein.

Gerätenutzung

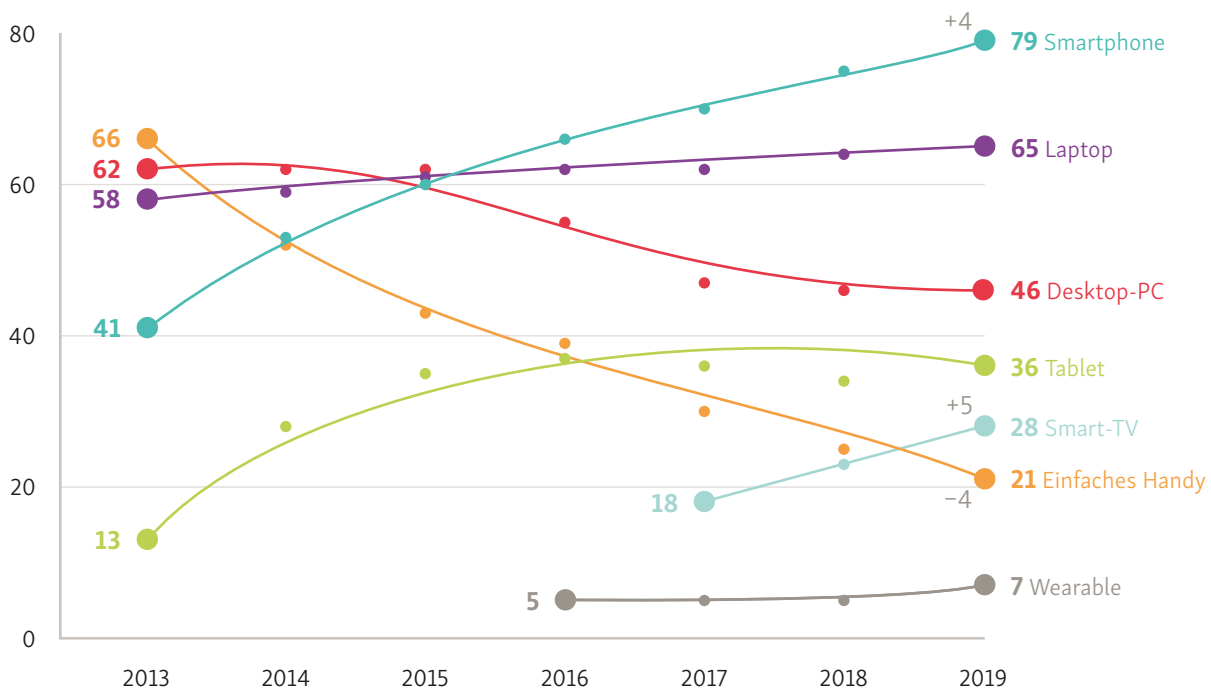
DIE VERBREITUNG DES SMARTPHONES SETZT SICH WEITER FORT: VIER VON FÜNF BÜRGER:INNEN NUTZEN ES MITTLERWEILE, EIN KLASSISCHES HANDY HAT DAGEGEN NUR NOCH JEDE/R FÜNFTE.

Wenig Dynamik zeigt sich bei stationären PCs, sie scheinen sich auf einem Nutzungs-Niveau von etwas weniger als 50 Prozent eingependelt zu haben. Gleiches gilt für die Nutzung von Laptops bei etwa zwei Drittel sowie von Tablets bei einem guten Drittel. Stark im Aufwärtstrend sind dagegen Smart-TVs, also internetfähige Fernseher. Hier ist der Anteil innerhalb von zwei Jahren um zehn Prozentpunkte auf 28 Prozent gestiegen. Die Zunahme zeigt sich in allen Altersgruppen bis 65 Jahre. Zum einen gehört Internet-fähigkeit inzwischen oftmals zur Grundausstattung neuer TV-Geräte, zum anderen erklärt auch die zunehmend non-lineare Videonutzung über On-Demand- und Livestreaming-Dienste die starke Wachstumskurve

dieser Geräte und lässt weiterhin hohe Zuwachsraten in diesem Segment erwarten. Trotz hoher medialer Aufmerksamkeit kommen Geräte wie sprachgesteuerte Assistenten (Smart Speaker) oder Wearables (vor allem Fitnessarmbänder und Smartwatches) derzeit nicht aus ihrem Nischendasein heraus. Bis dato verzeichnen sie über die letzten drei Jahre hinweg nur sehr geringe Zuwachsraten und sind noch deutlich im einstelligen Nutzungsbereich. Noch seltener sind VR-Brillen, etwas weiter verbreitet sind dagegen Spielkonsolen und E-Book-Reader mit 16 bzw. zwölf Prozent.



BITTE SAGEN SIE UNS, WELCHE DER FOLGENDEN GERÄTE SIE PRIVAT ODER BERUFLICH NUTZEN?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=20.322); *(n=2.019); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

NUTZUNGSVERHALTEN

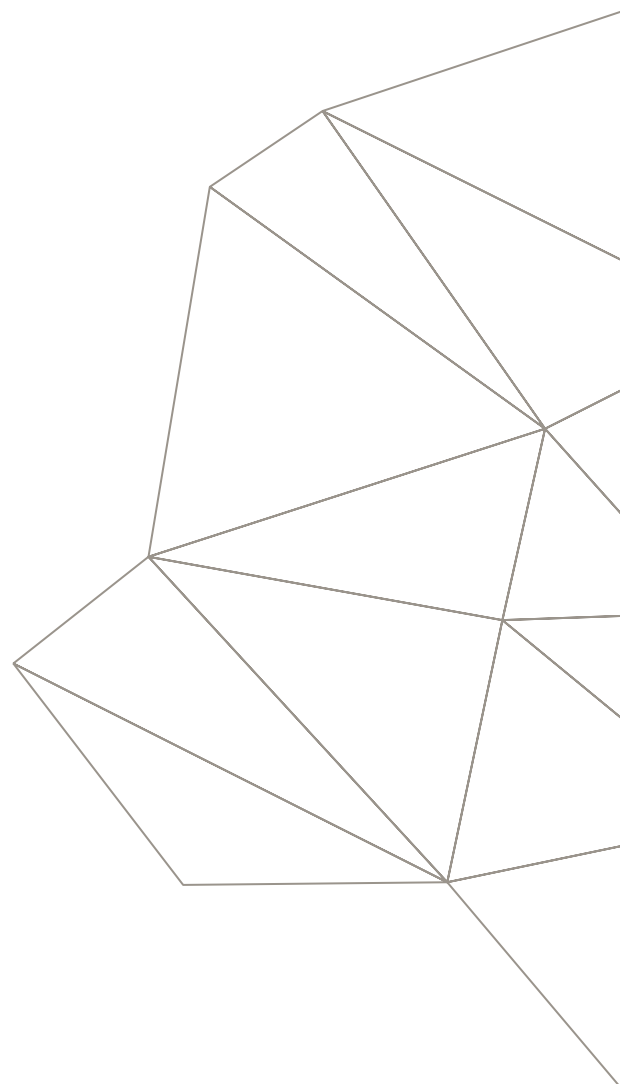
ONLINE-RECHERCHEN, ONLINE-SHOPPING UND INSTANT MESSAGING SIND DIE DERZEIT AM WEITESTEN VERBREITETEN DIGITALEN TÄTIGKEITEN. ETWA 70 BIS 80 PROZENT DER DEUTSCHEN BEVÖLKERUNG NUTZEN DAS INTERNET FÜR DIESE DIENSTE.

Die Internetnutzung in der Gesellschaft nimmt weiter zu. Der Subindex Nutzungsverhalten untersucht, wie sich die BürgerInnen in Deutschland im Internet verhalten, d.h. welche Dienste und sozialen Medien sie in welchem Ausmaß nutzen. Erstmals schlüsselt die Studie dabei die Häufigkeit der Nutzung einzelner Dienste auf und erfasst damit genauer diejenigen Dienste, die zwar regelmäßig, aber nicht in einer wöchentlichen Frequenz genutzt werden, wie beispielsweise das Buchen von Dienstleistungen oder Online-Shopping. Dadurch sind Ergebnisvergleiche zum Vorjahr nur eingeschränkt möglich.

Internet-Recherchen (z. B. über Google) und Instant-Messaging-Dienste (z. B. WhatsApp) nutzt die Mehrheit der BürgerInnen in Deutschland mindestens einmal pro Woche, sie gehören damit fest zum Alltag. Einkäufe im Internet finden dagegen seltener statt, schwerpunktmäßig ein oder mehrmals pro Monat. Fast zwei Drittel der Befragten nutzen Office-Programme, gut die Hälfte bezahlt online (jedoch kaum über das Smartphone) oder ordert Dienstleistungen im Netz. Hierbei ist die Nutzungsfrequenz schon deutlich niedriger, insbesondere bei Online-Dienstleistungen. Knapp die Hälfte der Bevölkerung spielt am Computer (zum Teil online) oder streamt Musik, Filme oder Serien über das Internet (43 bzw. 44 Prozent). Fast ebenso viele haben bereits Erfahrungen mit Kollaborationstools, allerdings eher sporadisch. Gleiches gilt für E-Learning, Fitnessanwendungen oder Sprachassistenten, die maximal ein Drittel

der Bevölkerung nutzen. Schlusslicht bilden Smart-Home-Anwendungen, die mit einer Nutzung von 15 Prozent (vier Prozent wöchentlich) bis dato noch Nischenanwendungen darstellen.

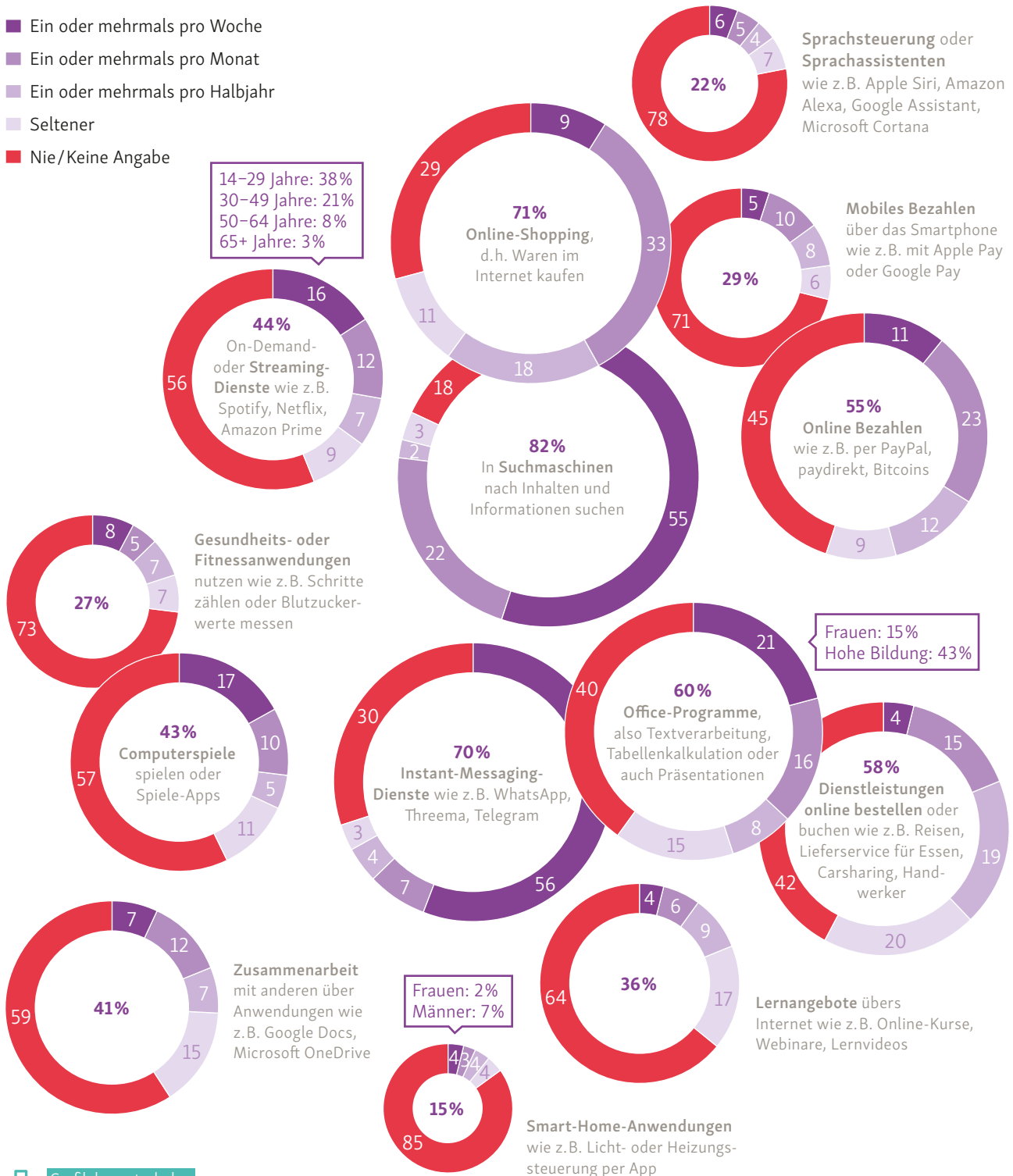
Bei allen genutzten Diensten zeigen sich große Unterschiede im Nutzungsverhalten sowie in der -häufigkeit abhängig vom Alter. So ist die junge Generation zwischen 14 und 29 Jahren bei allen Anwendungen aktiver als der Durchschnitt, die über 65-Jährigen sind hingegen unterdurchschnittlich aktiv. Dieses Muster gilt besonders für die Entertainment-Themen Computerspiele und Streaming-Dienste sowie Sprachassistenten. Zudem lässt sich bei Personen mit niedriger Bildung bei allen Aspekten eine geringere Nutzung sowie Nutzungshäufigkeit erkennen.



Nutzungshäufigkeit einzelner Dienste und Anwendungen

BITTE GEBEN SIE AN, OB BZW. WIE HÄUFIG SIE DIE FOLGENDEN ANWENDUNGEN NUTZEN.

- Ein oder mehrmals pro Woche
- Ein oder mehrmals pro Monat
- Ein oder mehrmals pro Halbjahr
- Seltener
- Nie/Keine Angabe



[Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent

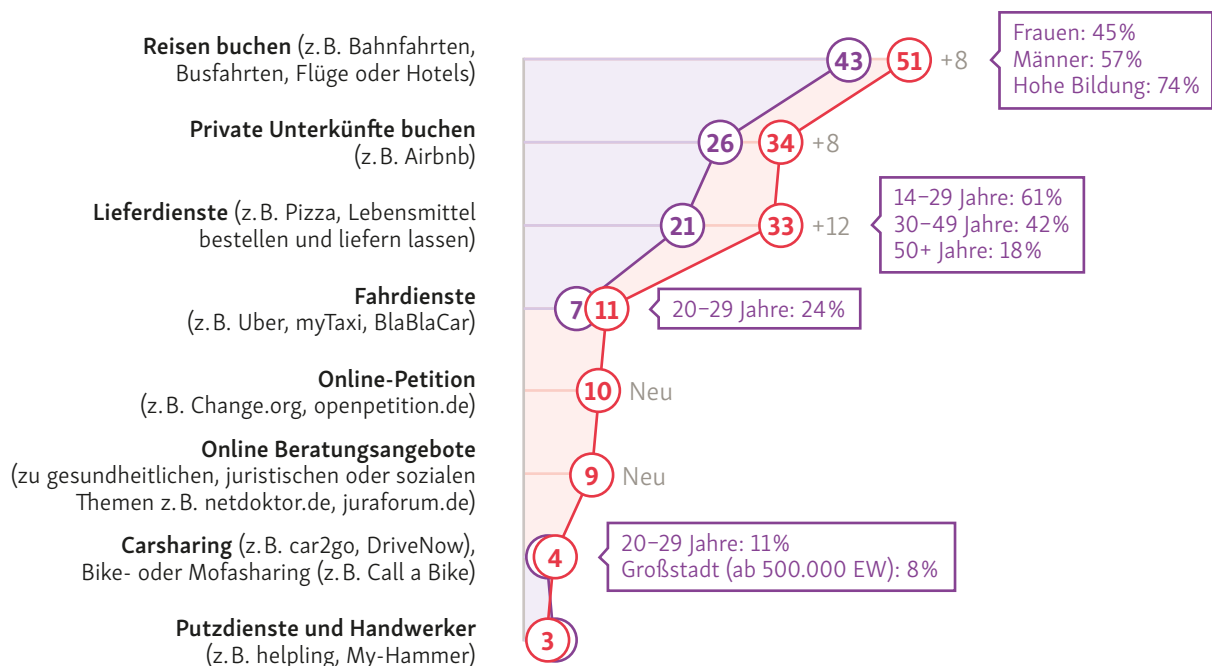
Genutzte Online-Dienstleistungen

Das Thema Reise steht weiterhin an erster Stelle bei Online-Dienstleistungen. Die Hälfte der Befragten hat bereits Bahn-, Bus-, Flugtickets oder Hotels im Internet gebucht. Auch mit der Online-Buchung von Privatunterkünften (z.B. über Airbnb) hat mittlerweile ein Drittel Erfahrung, 2017 war es noch ein Viertel. Den größten Zuwachs innerhalb von zwei Jahren verzeichnen Online-Lieferdienste, ihre Nutzung ist auf ebenfalls ein Drittel gestiegen. Besonders bei den unter 30-Jährigen ist das Online-Bestellen von Lebensmitteln mit 61 Prozent weit verbreitet. Die übrigen Online-Dienstleistungen nutzt bislang maximal ein Zehntel der BundesbürgerInnen. Falls überhaupt werden in Großstädten Lieferdienste,

Carsharing und Fahrdienste über das Internet in Anspruch genommen, was sicherlich mit einer höheren Verfügbarkeit dieser Dienstleistungen in Ballungsgebieten zusammenhängt. Insgesamt gilt: Menschen in Großstädten nutzen mehr Online-Dienste als Menschen auf dem Land. Zudem zeigt sich, je gebildeter die Befragten, umso mehr Dienstleistungen nehmen sie über das Internet in Anspruch. Das gilt zum einen für Dienstleistungen, die höhere Ausgaben erfordern (und von höheren Bildungsschichten tendenziell öfter in Anspruch genommen werden), wie z.B. Reisen. Aber auch Online-Petitionen oder Online-Beratungen zu Gesundheit, Recht oder sozialen Themen nehmen vor allem höher Gebildete wahr.

WELCHE DIESER DIENSTLEISTUNGEN HABEN SIE BEREITS ONLINE GENUTZT?*

— 2017 — 2019



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; * Modifizierte Abfrage in 2019

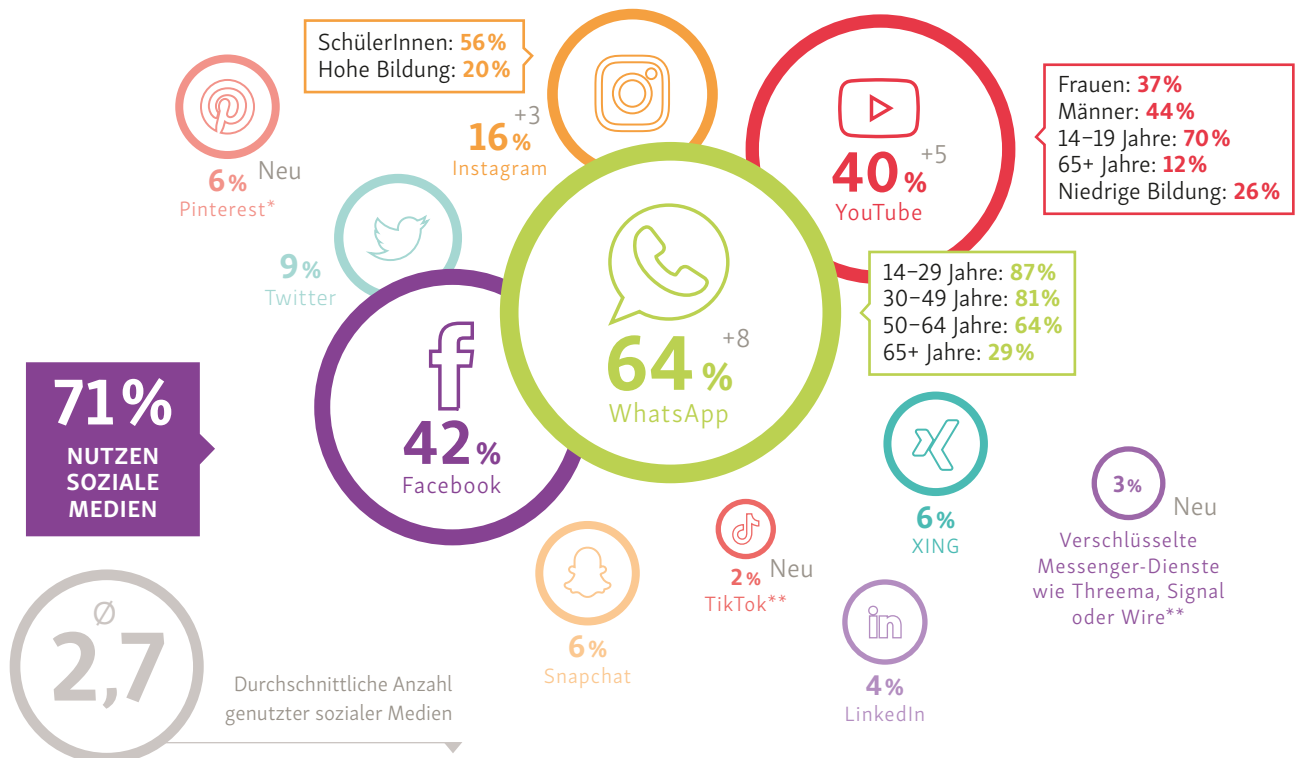
Nutzung sozialer Medien

SOZIALE MEDIEN SIND IN DEUTSCHLAND ALLGEGENWÄRTIG. FAST ALLE JÜNGEREN UNTER 30 JAHREN NUTZEN SOZIALE NETZWERKE, SCHÜLER:INNEN NUTZEN ALLE MEDIEN AM INTENSIVSTEN (AUSNAHMEN: LINKEDIN, XING UND FACEBOOK). MIT ZUNEHMENDEM ALTER NIMMT DIE NUTZUNG AB. EBENFALLS STARK VERTRETEN SIND SOZIALE MEDIEN BEI BERUFSTÄTIGEN UND BEI PERSONEN MIT HOHEM BILDUNGSGRAD.

Sieben von zehn BürgerInnen in Deutschland nutzen soziale Medien, das ist ein Anstieg um fünf Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Bei den unter 30-Jährigen sind es mit 95 Prozent nahezu alle. Sie nutzen mit durchschnittlich 3,7 verschiedenen Plattformen auch deutlich mehr Dienste als die Allgemeinheit. Am weitesten verbreitet ist mit großem Abstand WhatsApp (64 Prozent), gefolgt von Facebook und YouTube, die jeweils von rund 40 Prozent genutzt werden.

Die Verwendung von WhatsApp ist in allen Altersgruppen angestiegen. Nach wie vor finden sich die meisten Nutzenden unter den 14- bis 29-Jährigen (87 Prozent). Mit zunehmendem Alter sinkt die Nutzung bis auf 29 Prozent in der Altersgruppe der über 65-Jährigen. Die Nutzung von Facebook stagniert, bei der Altersgruppe von 14 bis 19 Jahren ist sie sogar leicht rückläufig. YouTube verwenden etwas mehr Menschen als im vergangenen Jahr und nach wie vor mehr Männer als Frauen, trotz etwas geringerem Abstand. Auch Twitter und die beruflichen Netzwerke LinkedIn und XING nutzen mehr Männer als Frauen. TikTok hingegen erreicht tendenziell mehr Frauen, ebenso wie Pinterest. Beide werden aber nur von einer Minderheit genutzt, ebenso wie verschlüsselte Messenger-Dienste. Spätestens ab einem Alter von 50 Jahren nimmt die Nutzung der meisten sozialen Medien spürbar ab. TikTok beispielsweise ist ein Medium der Jugend und bei den über 30-Jährigen so gut wie überhaupt nicht im Einsatz.

WELCHE DER FOLGENDEN SOZIALEN MEDIEN NUTZEN SIE – EGAL OB SIE AKTIV ETWAS POSTEN BZW. HOCHLADEN ODER NUR INHALTE/VIDEOS ANSEHEN?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=20.322); Abweichungen in Prozentpunkten; *(n=12.216); **(n=2.019)



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

ANFEINDUNGEN IN SOZIALEN NETZWERKEN

In der digitalisierten Welt geht es zumeist friedlich zu, dennoch haben acht Prozent der Bevölkerung bei ihren Social-Media-Aktivitäten Beleidigungen oder verbale Angriffe erlebt. Insgesamt kann der Großteil der Betroffenen diese Anfeindungen gut verarbeiten. Die Altersgruppe unter 20 Jahren ist die mit Abstand aktivste in sozialen Medien, hier erlebte bereits eine von fünf Personen Anfeindungen oder Beleidigungen im Netz. Laut eigenen Angaben können die Jugendlichen aber besonders gut damit umgehen. Obwohl Frauen tendenziell seltener Anfeindungen in sozialen Medien ausgesetzt sind, haben sie größere Schwierigkeiten bei der Verarbeitung dieser Angriffe und fühlen sich dadurch eher verletzt als Männer. Aufgrund der geringen Fallzahlen sind diese Zusammenhänge jedoch nur als Tendenzaussagen zu betrachten.

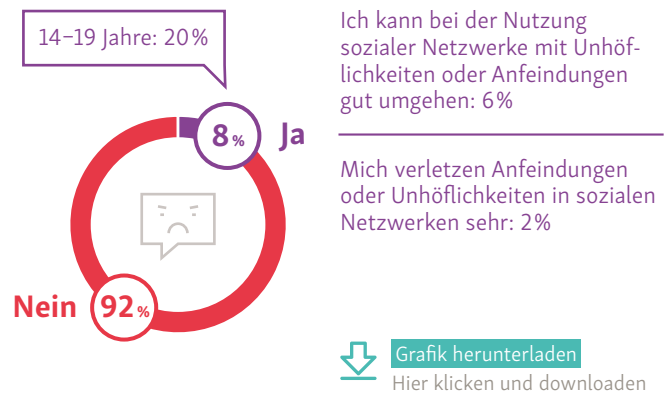


JOHANNES BALDAUF

Public Policy Manager Gesellschaftspolitik, Facebook Germany GmbH

„Wir arbeiten hart daran, unzulässige Inhalte so schnell wie möglich zu entfernen. Bei Hassrede ist Löschen allein keine Lösung, denn es handelt sich hierbei um ein gesamtgesellschaftliches Problem. Daher ist es uns sehr wichtig, die Zivilgesellschaft im digitalen Raum zu stärken. Zum Beispiel unterstützen wir Gegenrede-Initiativen und helfen Betroffenen beim Umgang mit Hassrede.“

SIND SIE SCHON EINMAL IN EINEM SOZIALEM NETZWERK BELEIDIGT ODER ANGEGRIFFEN WORDEN?

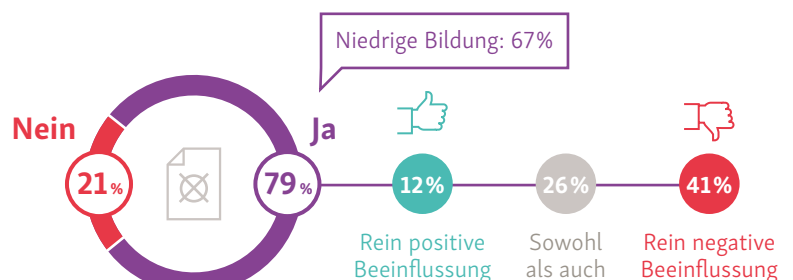


Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019)

BEEINFLUSSUNG VON WAHLEN DURCH SOZIALE MEDIEN

Vier von fünf Befragten können sich vorstellen, dass politische Wahlen durch soziale Medien beeinflusst werden. Die Mehrheit geht hier vor allem von einer negativen Beeinflussung durch Falschmeldungen aus. Gleichzeitig können sich knapp 40 Prozent auch einen positiven Einfluss durch besseren Informationszugang vorstellen. Dieser Eindruck nimmt mit zunehmendem Alter ab. Höhere Bildungsschichten sehen sowohl die Gefahren als auch die Chancen im Zusammenhang mit der Beeinflussung von Wahlen durch soziale Netzwerke deutlich stärker als Menschen mit geringer formaler Bildung. Von diesen kann sich ein Drittel keine Beeinflussung vorstellen bzw. ist sich über die Rolle sozialer Medien in diesem Zusammenhang nicht im Klaren.

KÖNNEN SIE SICH VORSTELLEN, DASS WAHLEN DURCH SOZIALE MEDIEN BEEINFLUSST WERDEN UND WENN JA, IN WELCHER FORM?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019)

KOMPETENZ

Wissensaneignung rund um Themen der Digitalisierung

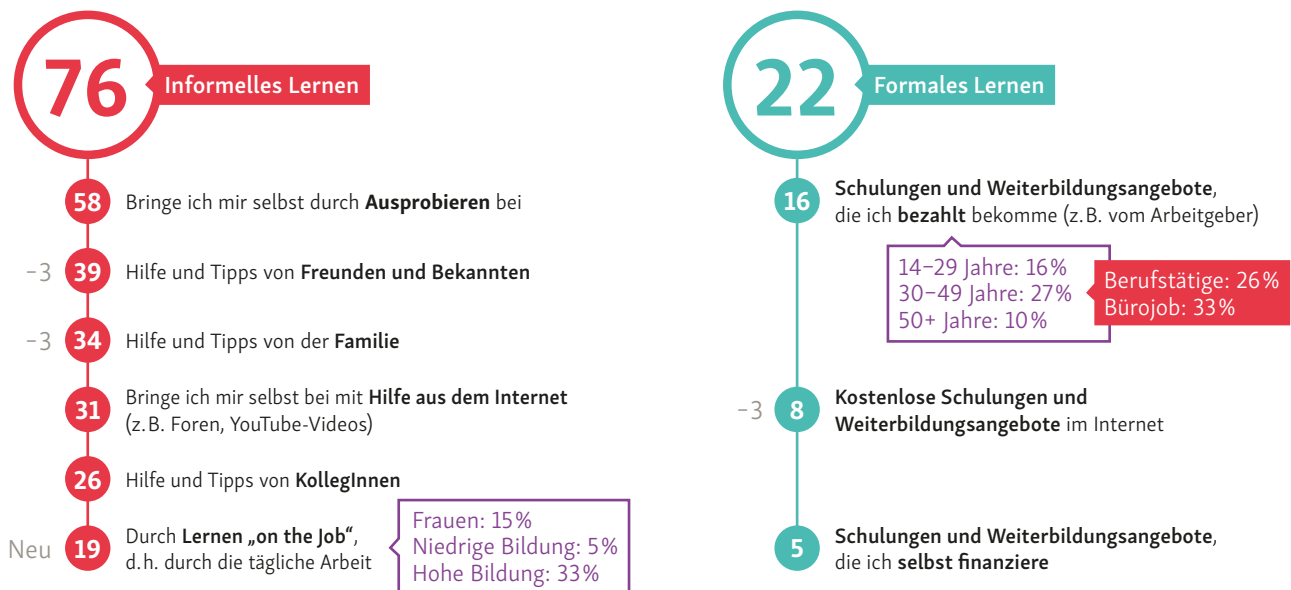
„AUSPROBIEREN“ HEISST DAS MOTTO FÜR MEHR ALS DIE HÄLFTE DER DEUTSCHEN, WENN ES DARUM GEHT, NEUES WISSEN IM UMGANG MIT COMPUTERN, INTERNET UND DIGITALEN THEMEN ZU ERWERBEN.

Die digitale Kompetenz in Deutschland nimmt langsam zu, aktuell steigt der Subindex um drei Indexpunkte. Um ihr Wissen und ihre Fähigkeiten im Bereich Digitalisierung und Computer auszubauen, helfen sich die Befragten weiterhin eher selbst, als formale Weiterbildung in Anspruch zu nehmen. Unverändert stellt „Learning by Doing“ die häufigste Form der Wissensaneignung dar. Das persönliche Umfeld hingegen verliert leicht an Bedeutung, nur noch ein gutes Drittel der Befragten erlangt zusätzliches Wissen im Digitalisierungsumfeld über Freunde oder Familie. In der Altersgruppe zwischen 50 und 64 Jahren und bei Frauen ist die informelle Hilfe durch andere jedoch nach wie vor überdurchschnittlich wichtig. Der Wissenstransfer unter KollegInnen macht etwa ein Viertel aus. Etwa ein Drittel nutzt Foren oder

andere Hilfeseiten im Internet, von den unter 30-Jährigen bildet sich sogar jede/r zweite auf diese Art fort. Im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit bauen 19 Prozent der Befragten ihre Digitalkompetenz aus.

Ein Viertel der Gesamtbevölkerung hat Erfahrung mit einer systematischen Weiterbildung zum Thema Digitalisierung in Form von kostenlosen bzw. finanzierten (selbst oder vom Arbeitgeber) Weiterbildungsangeboten. Jede/r vierte Berufstätige bekommt Schulungen in diesem Kontext bezahlt, von den Berufstätigen mit Bürojob immerhin jede/r dritte. Dabei ist zu beachten, dass Teile der formalen Weiterbildung (wie z. B. bezahlte Schulungen), aber auch informelle Kanäle über KollegInnen, hauptsächlich den Berufstätigen offenstehen und damit grundsätzlich weniger Menschen erreichen können als private Kanäle zur Wissensaneignung. Dennoch kann von einer systematischen und flächendeckenden Form der Kompetenzsteigerung in diesen Themenfeldern bis dato keine Rede sein.

WIE EIGNEN SIE SICH NEUES WISSEN IM BEREICH COMPUTER, INTERNET UND DIGITALE THEMEN AN?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Kompetenz bei digitalen Anwendungen

Ein gutes Viertel der BürgerInnen hat bereits erlebt, dass ein bestimmter Dienst (z.B. Arzttermin vereinbaren, Check-in etc.) nur per Internet erledigt werden kann. Personen über 70 Jahren oder mit einer niedrigen formalen Bildung sowie OfflinerInnen haben diese Erfahrung zwar seltener gemacht, dennoch ist hier aktuell bereits ein Teil der Bevölkerung vom Zugang zu bestimmten Abläufen abgeschnitten. Perspektivisch ist zu vermuten, dass diese Erfahrungen weiter zunehmen werden.

Eine umfängliche Teilhabe an der digitalisierten Welt erfordert daher sowohl Fähigkeiten im Umgang mit Computern und Programmen, als auch ein reflektiertes und sicheres Verhalten im Internet. Darüber hinaus gewinnt ein kompetenter, sicherer Umgang mit mobilen Geräten und Apps zunehmend an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund erfasst die Studie 2019 erstmals Fähigkeiten in der Handhabung von Smartphones als Teilbereich der digitalen Kompetenz.

Smartphone-Kompetenzen sind in der Bevölkerung vergleichsweise stark ausgeprägt. Der Großteil der Bevölkerung geht vertraut und sicher mit dem Smartphone um. Drei Viertel können Nachrichten verfassen oder Fotos machen und beides versenden. Zwei Drittel können Apps installieren sowie Updates durchführen, Menschen mit einer formal niedrigen Bildung jedoch deutlich weniger (42 Prozent). Mobile Payment beherrscht hingegen nur ein Drittel. Die 14- bis 29-Jährigen beherrschen viele Smartphone-Anwendungen zu fast 90 Prozent. Allerdings ist ihre Kompetenz im Bereich Datenschutz und -sicherheit zum Teil niedriger ausgeprägt.

Die Kompetenzniveaus bei Internetanwendungen sind sehr unterschiedlich. Das Internet bietet ein sehr breites Spektrum an Anwendungen. Dementsprechend heterogen fallen die Kompetenzen der deutschen Bevölkerung in diesem Teilbereich aus. Drei Viertel der Befragten finden benötigte Informationen im Internet und nutzen dabei mehrheitlich auch unterschiedliche Quellen. Ebenso vielen ist auch die Tatsache bewusst, dass (vermeintlich kostenlose) Dienste die hinterlegten Daten nutzen und an Dritte weitergeben. Eine aktive Gestaltung in Form von eigenen Posts beherrscht etwa die Hälfte der Bevölkerung.

28% Ich habe schon einmal erlebt, dass ich einen bestimmten Dienst (z. B. Check-In, Vereinbarung Arzttermin etc.) nur per Internet/App nutzen konnte.

70+ Jahre: 13%
Niedrige Bildung: 16%
OfflinerInnen: 4%



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019)

Ausbaufähig sind die Aspekte Sicherheit und Souveränität. Zwar stellen zwei Drittel nur wenige persönliche Daten ins Netz, aber nur die Hälfte traut sich zu, seriöse von unseriösen Nachrichten sicher zu unterscheiden. Zudem verwendet weiterhin fast die Hälfte der BürgerInnen nur ein einziges Passwort.

Die Kompetenz im Umgang mit Computern ist am geringsten ausgeprägt. Klassische Computeranwendungen werden noch am ehesten beherrscht: Fast Zwei Drittel können Dateien von einem Gerät auf das andere übertragen. Mit Office-Anwendungen kann nur rund die Hälfte umgehen. Anderen bei Computerangelegenheiten zu helfen oder spezifische Fähigkeiten, wie Programmieren, besitzen nur wenige in der Bevölkerung. Insgesamt liegt die Computerkompetenz bei den Berufstätigen deutlich höher, insbesondere bei Personen, die im Rahmen einer Bürotätigkeit zwangsläufig Berührungspunkte mit Computern haben.



BEI BEINAHE ALLEN ASPEKTEN VERFÜGT DIE JUNGE GENERATION (14 BIS 29 JAHRE) ÜBER EINE AUSGEPRÄGTERE KOMPETENZ ALS DIE GESAMTBEVÖLKERUNG.

Gleiches gilt für Personen, die aktiv im Berufsleben stehen. Bei Personen mit formal niedriger Bildung sind sämtliche Kompetenzen am wenigsten vorhanden. So ist beispielsweise für die Hälfte der formal niedrig Gebildeten eine normale Internetrecherche (unter der Verwendung mehrerer Quellen) oder das Versenden von Nachrichten mit dem Smartphone keine Selbstverständlichkeit. Auch bei Datenübertragung, Office-Anwendungen, dem Erkennen von Fake News oder dem kompetenten Umgang mit Datenschutzeinstellungen von Apps ist der Unterschied zwischen den Kompetenzniveaus der niedrig Gebildeten einerseits und der Jungen oder Berufstätigen andererseits besonders groß.

THOMAS LANGKABEL

National Technology Officer,
Microsoft Deutschland GmbH

„Sind grundlegende Handhabungskompetenz, Datenschutzbewusstsein und Meinungsbildungsfähigkeit abhängig vom Bildungsniveau? In diese Richtung deutet das durchweg niedrigere Kompetenzniveau der Befragten mit geringerer Bildung. Der Aufbau dieser wesentlichen Digitalkompetenzen darf weder dem Zufall überlassen bleiben, noch kann das Elternhaus als alleiniger Vermittler dienen – vielmehr gehört er früh in die Curricula schulischer Grundausbildung.“

AUF EINEN BLICK



Am weitesten verbreitet sind Kompetenzen im Bereich Smartphone. Dazu zählen das Versenden eigener Fotos und Nachrichten sowie das Verwalten von Apps und Datenschutzeinstellungen.



Die Kompetenzen im Bereich klassischer Computer-Anwendungen und -bedienung (z. B. Office, Webanwendungen, Programmieren) sind im Vergleich deutlich geringer ausgebildet. Gerade in den technisch anspruchsvolleren Bereichen haben alle betrachteten Gruppen geringe Kompetenzen.



Internetkompetenzen sind in der Bevölkerung mehrheitlich, d. h. oberhalb der 50 Prozent-Marke, vorhanden. Die breitgefächerten Themen liegen allerdings auf ganz unterschiedlichen Kompetenzniveaus – von der Nutzung sozialer Netzwerke bis hin zu Internetrecherchen und dem Bewusstsein, dass (kostenlose) Dienste persönliche Daten weitergeben.



Personen mit niedrigem Bildungsniveau schneiden in allen Kompetenzbereichen – zum Teil stark – unterdurchschnittlich ab (rote Linie).



Berufstätige (orangefarbene Linie) kennen sich überdurchschnittlich gut aus. Bei Sicherheitsthemen liegen sie teilweise vor der jungen Gruppe der unter 30-Jährigen.



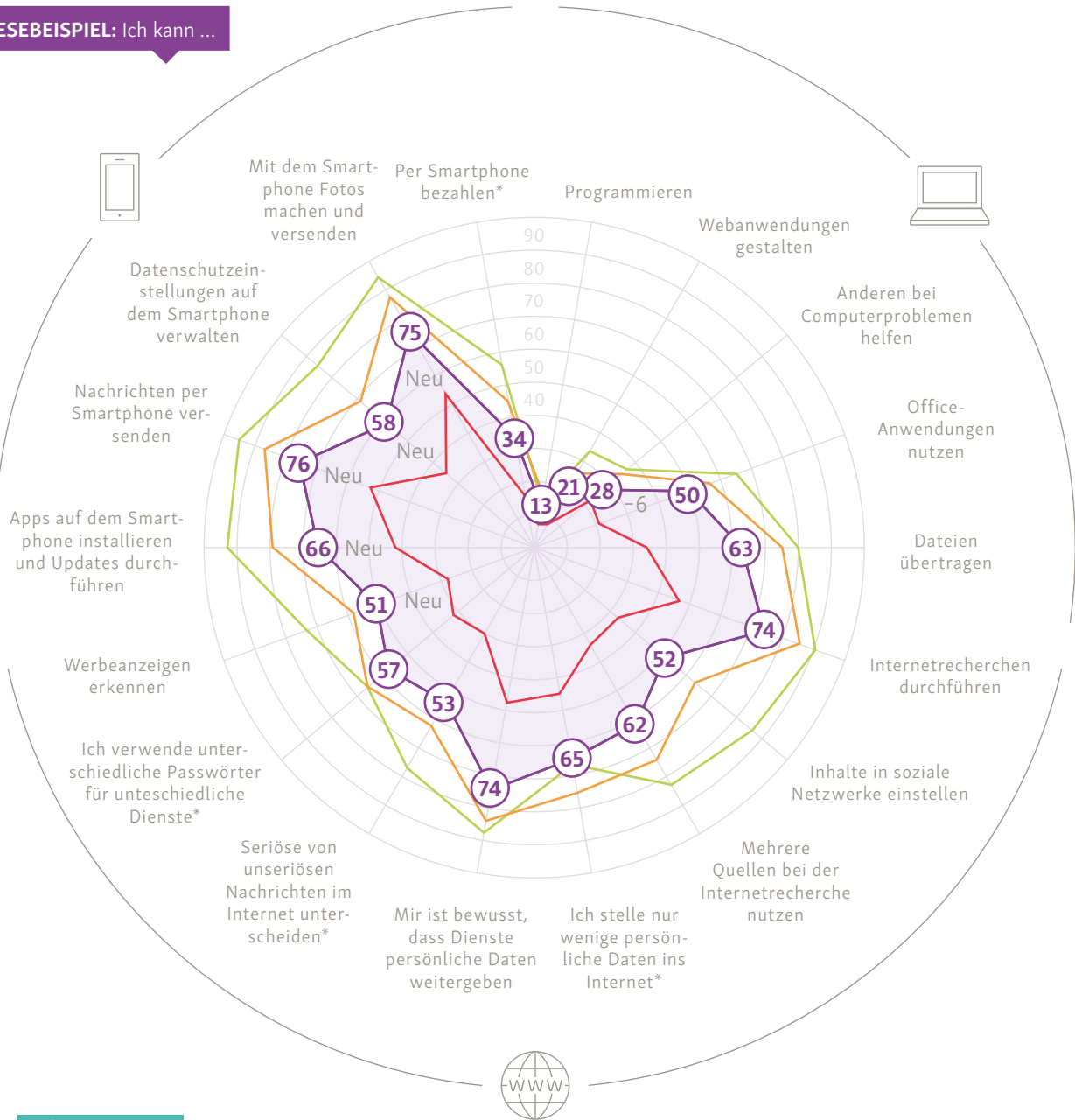
Das höchste Kompetenzniveau liegt bei den 14- bis 29-Jährigen (grüne Linie). Sie schneiden überall weit über Bevölkerungsschnitt ab, mit Ausnahme von Sicherheitsthemen.

AUF COMPUTERN UND ANDEREN ENDGERÄTEN KANN MAN VERSCHIEDENE ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN NUTZEN. BITTE GEBEN SIE AN, INWIEWEIT DIE AUSSAGEN AUF SIE PERSÖNLICH ZUTREFFEN.

— Gesamtbevölkerung — Niedrige Bildung — Berufstätige — 14-29 Jahre

Top2 (Trifft voll und ganz zu / Trifft eher zu)

LESEBEISPIEL: Ich kann ...

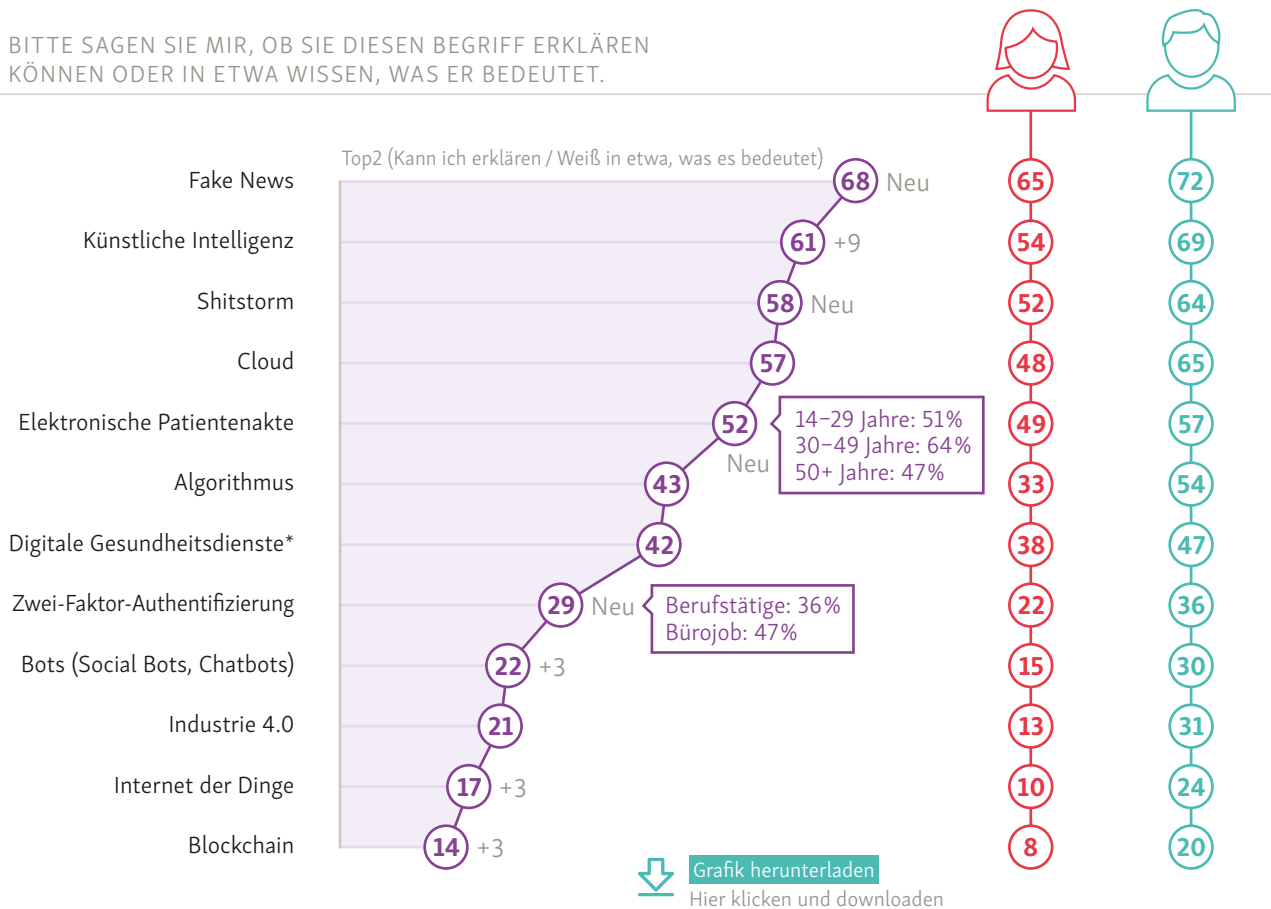


[Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; * Modifizierte Abfrage in 2019

Kenntnis und Verständnis von Begriffen

BITTE SAGEN SIE MIR, OB SIE DIESEN BEGRIFF ERKLÄREN KÖNNEN ODER IN ETWA WISSEN, WAS ER BEDEUTET.



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; *Modifizierte Abfrage in 2019

DER GROSSTEIL DER BÜRGER:INNEN KENNT VIELE DIGITALE FACHBEGRIFFE NICHT. OBWOHL DIE ABGEFRAGTEN BEGRIFFE EINE GROSSE THEMATISCHE SPANNBREITE ABDECKEN, GIBT ES KEINEN BEGRIFF, DEN MEHR ALS ZWEI DRITTEL KENNEN.

Die deutsche Bevölkerung ist zurückhaltend, wenn es darum geht selbst einzuschätzen, welche Begriffe aus der digitalen Welt sie erklären kann oder von welchen sie die Bedeutung in etwa kennt. Das Lagebild bleibt gegenüber 2018 weitgehend konstant, mit nur leichten Steigerungen. Bekannter als zuvor ist insbesondere der medial häufig verwendete Begriff der künstlichen Intelligenz (+9 Prozentpunkte). Aber auch mit Bots, Internet der Dinge und Blockchain können tendenziell mehr Befragte umgehen als letztes Jahr. Neu aufgenommene Begriffe aus dem Social-Media-Umfeld (Fake News, Shitstorm) kann die Mehrheit laut eigenen Angaben gut einordnen, den eher technischen neuen Begriff Zwei-Faktor-Authentifizierung

hingegen weniger als ein Drittel. Grundsätzlich verstehen weniger Menschen die eher technischen Begriffe, Männer fühlen sich hier sicherer als Frauen. Insgesamt ist nur ein Drittel der abgefragten Begriffe für die Mehrheit der Bevölkerung nachvollziehbar. Damit sind viele öffentliche Diskurse rund um digitale Neuerungen, Technologien und Trends für weite Teile der Bevölkerung nicht verständlich.

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Das Wissen um Fachbegriffe ist Voraussetzung für eine fundierte, konstruktive und demokratische Debatte und hilft, die Chancen des digitalen Wandels besser nutzen zu können und unbegründete Vorbehalte abzubauen. Medien, Politik und andere Meinungsbildende sollten daher Fachbegriffe stärker erklären und anhand konkreter Beispiele greifbar machen.

Tatsächliche Kenntnis von Begriffsdefinitionen

MAXIMAL DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN WEISS TATSÄCHLICH, WAS DIE BEGRIFFE ALGORITHMUS, CLOUD ODER FAKE NEWS GENAU BEDEUTEN.

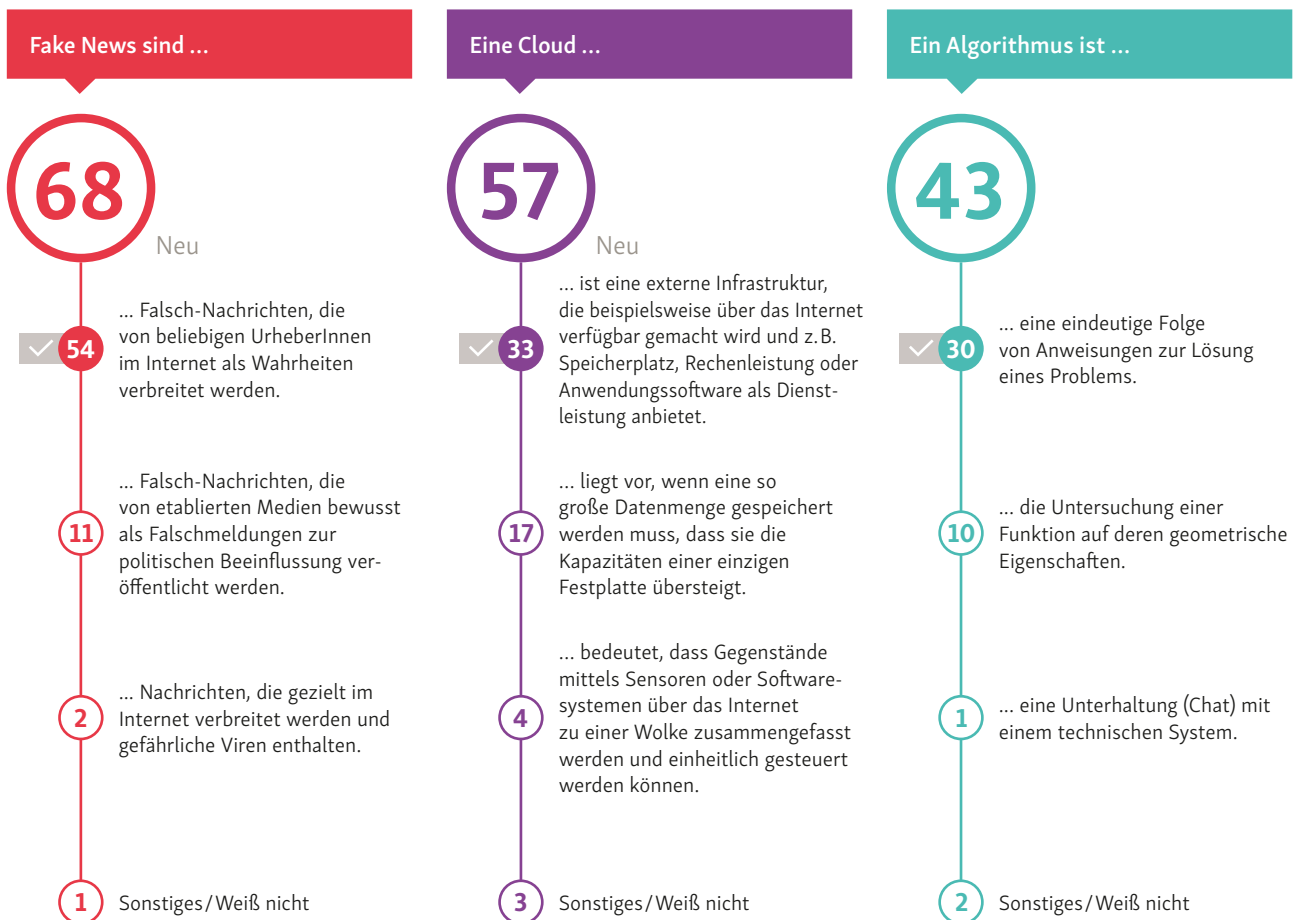
Bei Personen, die angaben, die Begriffe Algorithmus, Cloud oder Fake News zu kennen oder erklären zu können, wurde genauer nachgefragt. Unter drei möglichen Bedeutungen sollten sie die richtige auswählen. Bei weitem nicht alle wählten dabei die richtige Begriffsdefinition. Algorithmus und Cloud ordnete letztendlich nur ein Drittel korrekt zu. Zwei Drittel glauben zu wissen, was Fake News sind, doch bei genauem Nachfragen wird deutlich: Nur rund die Hälfte der BürgerInnen versteht

den Begriff tatsächlich als Falsch-Nachrichten, die beliebige UrheberInnen im Internet als Wahrheiten verbreiten. Elf Prozent verstehen unter Fake News gezielte Falschmeldungen etablierter Medien. Eine richtige Zuordnung ist bei Berufstätigen mit Bürojob, unter 40-jährigen, Männern und Menschen mit hoher Bildung am größten.

Es ist anzunehmen, dass auch bei den übrigen Begriffen zumindest Unschärfen beim Verständnis herrschen. Eine Einordnung der Begrifflichkeiten in den richtigen Kontext und damit ein fundiertes Verständnis entsprechender öffentlicher Diskurse ist damit nur einer Minderheit in Deutschland wirklich möglich.

WELCHE BESCHREIBUNG TRIFFT AUS IHRER SICHT AUF FOLGENDE BEGRIFFE AM BESTEN ZU?

Top2 (Kann ich erklären / Weiß in etwa, was es bedeutet)



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

OFFENHEIT

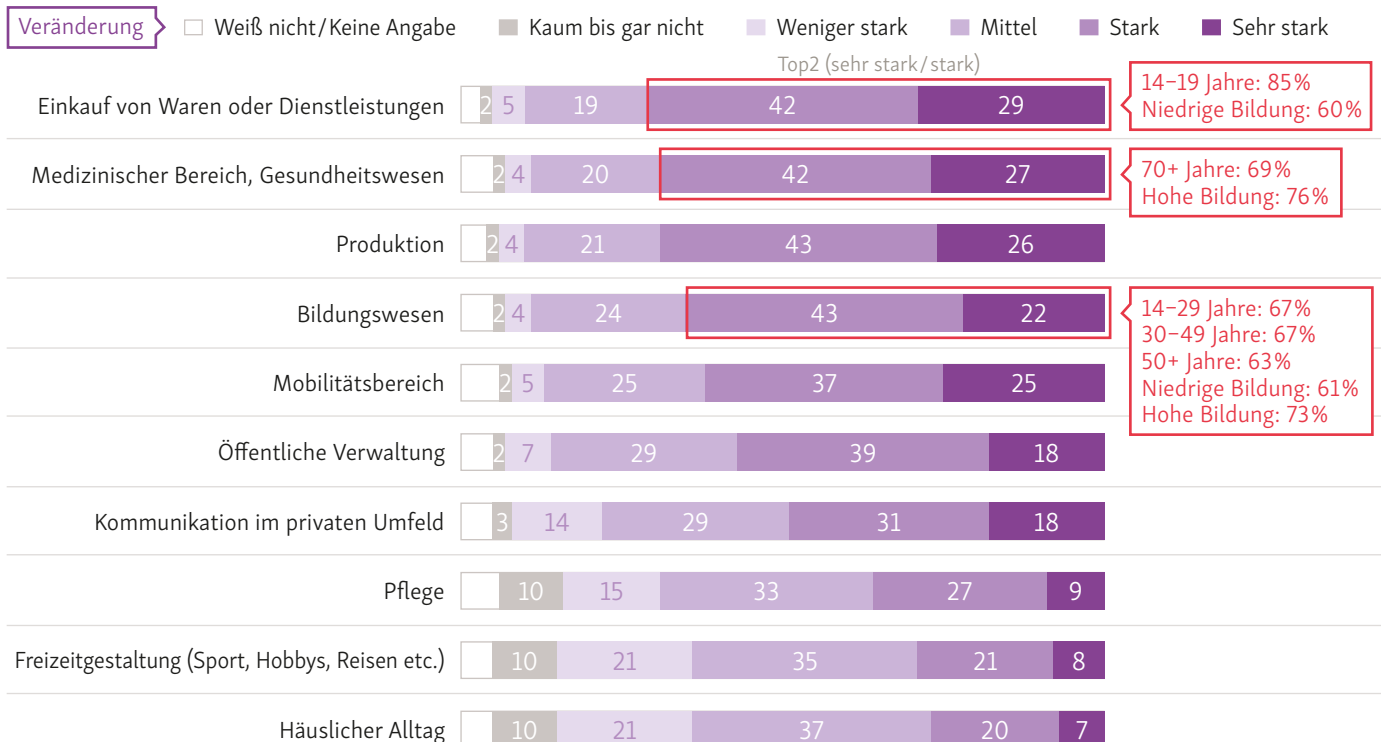
DIE BÜRGER:INNEN ERWARTEN IN VIELEN LEBENSBEREICHEN STARKE VERÄNDERUNGEN DURCH DIE DIGITALISIERUNG.

Die Digitalisierung ist allgegenwärtig und beeinflusst dadurch den Alltag der gesamten Gesellschaft. Die meisten BürgerInnen erwarten, dass die Digitalisierung auch künftig in sämtliche Lebensbereiche hineinspielen wird – und begrüßen das. Aus Sicht der Befragten gibt es kaum Aspekte, die sich nicht bereits in drei bis fünf Jahren stark durch die Digitalisierung verändern werden. Von den stärksten Veränderungen gehen sie im Bereich Einkauf von Waren oder Dienstleistungen aus, hier glauben über 70 Prozent an eine starke bis sehr starke Veränderung innerhalb von maximal fünf Jahren. Nur sieben Prozent denken, dass sich in diesem Bereich wenig oder nichts ändern wird. Ein ähnliches Ausmaß an Neuerungen erwartet die Bevölkerung in den Bereichen Medizin und Gesundheitswesen sowie bei Fertigungsprozessen in

der Produktion. Weniger, aber immer noch mehr als die Hälfte, gehen zudem von (sehr) starken Veränderungen bei der Bildung sowie im Mobilitätsbereich und in der öffentlichen Verwaltung aus. Vergleichsweise wenig Wandel erwarten die BürgerInnen hingegen in der privaten Kommunikation, der Pflege, bei der Freizeitgestaltung und im häuslichen Alltag. Hier vermutet zum Teil nur noch ein Drittel, dass die Digitalisierung zeitnah deutliche Spuren hinterlassen wird. Möglicherweise hängen diese geringen Werte damit zusammen, dass Menschen sich generell gesamtgesellschaftliche Veränderungen besser vorstellen können als eine konkrete Veränderung ihrer eigenen Abläufe und Verhaltensmuster.

Obwohl Männer insgesamt von größeren Veränderungen ausgehen als Frauen, fallen die Unterschiede zumeist eher gering aus. Alter und Bildung hingegen spielen bei der Einschätzung eine größere Rolle. Dabei gilt: Je höher das formale Bildungsniveau, desto stärker wird

WAS GLAUBEN SIE, WIE SICH DIE FOLGENDEN LEBENSBEREICHE IN DEN NÄCHSTEN 3-5 JAHREN DURCH DIE DIGITALISIERUNG VERÄNDERN WERDEN?



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent; Rest zu 100 Prozent=Weiß nicht/Keine Angabe

die künftige Veränderung eines Lebensbereichs durch digitale Einflüsse eingeschätzt. Mit den geringsten Veränderungen rechnen dementsprechend Personen mit niedriger formaler Bildung, aber auch die ältere Generation ab 65 Jahren. Das gilt für alle abgefragten Bereiche, insbesondere für die Themen Mobilität, Kommunikation (privat und mit Dienstleistern), Freizeitgestaltung und Bildung. Nur im medizinischen Bereich erwarten die über 70-jährigen ähnlich starke Veränderungen wie die Gesellschaft insgesamt, was vermutlich mit den eigenen Erfahrungen in diesem Bereich zusammenhängt.

DIE MEHRHEIT HAT POSITIVE ERWARTUNGEN AN DIE VERÄNDERUNGEN DURCH DIE DIGITALISIERUNG.

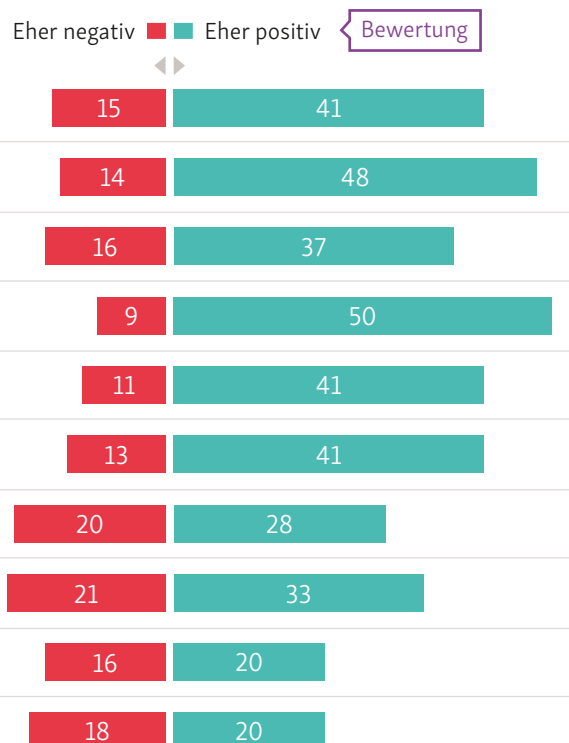
Wenn es um die Bewertung der erwarteten Veränderungen geht, zeigt sich ein klares Bild: Die BürgerInnen beurteilen die erwarteten Veränderungen generell eher positiv als negativ – das gilt für alle betrachteten Bereiche. Mindestens ein Drittel der Befragten steht den Auswirkungen der Digitalisierung neutral gegenüber. Dabei gilt: Je mehr Veränderungen die Menschen erwarten, desto positiver ist ihre Einstellung dazu. Werden hingegen geringe Ver-

änderungen erwartet, werden diese tendenziell negativer eingestuft. Zudem hängt die Einschätzung, wie stark die digitalisierungsbedingten Veränderungen zukünftig ausfallen werden, vom aktuellen Digitalisierungsgrad der Befragten ab. Je digitaler die Menschen heute sind, umso stärkere Auswirkungen durch die Digitalisierung erwarten sie und umso positiver ist ihre Einstellung dazu.

Am meisten begrüßen die BürgerInnen Veränderungen durch die Digitalisierung im Bereich Bildung, dicht gefolgt vom Gesundheitswesen. Skeptischer sind die Befragten in den Bereichen Pflege und private Kommunikation, hier befürchtet ein Fünftel negative Entwicklungen. Möglicherweise verbirgt sich dahinter die Sorge, dass eine Zunahme an Digitalisierung zu einer Abnahme an Zwischenmenschlichkeit führt.

Viele berufliche Bereiche sind noch nicht so durchdigitalisiert wie andere (auch private), weswegen die meisten Menschen hier noch keine eigenen Erfahrungen sammeln und Unterstützungspotenziale erkennen konnten. Grundsätzlich steht die deutsche Bevölkerung dem Wandel durch die Digitalisierung jedoch positiv gegenüber, die Akzeptanz der neuen Technologien entwickelt sich mit ihrer Nutzung.

WIE BEWERTEN SIE DIE VON IHNEN ERWARTETE VERÄNDERUNG?



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden



JUAN PEREA RODRÍGUEZ

Mitglied der Geschäftsleitung,
Fujitsu Central Europe

„In vielen Lebensbereichen bietet die Digitalisierung einen hohen Komfort. Es bestehen aber auch Ängste, z. B. vor Datenmissbrauch oder vor dem Wegfall von Arbeitsplätzen. Ich sehe sowohl den Staat als auch Unternehmen in der Pflicht, die BürgerInnen besser über die Chancen der Digitalisierung zu informieren. Digitale Angebote sollten darüber hinaus auch stärker in der Verwaltung Anklang finden. Akzeptanz und Mehrwert können nur entstehen, wenn Datenschutz, -souveränität und eine konsequente Nutzerorientierung geschaffen werden. Unter diesen Voraussetzungen kann die Offenheit gegenüber der Digitalisierung verstärkt werden.“

INWIEWEIT STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU?

Top2 (Stimme voll und ganz zu/
Stimme eher zu)



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Ich glaube, dass man in **spätestens fünf Jahren ohne das Internet kaum noch auskommen** wird.

76%

Neu

Ohne Grundkenntnisse der **Digitalisierung** hat man heute **kaum noch Chancen auf dem Arbeitsmarkt**.

76%

Neu

Die **Kompetenz** im Umgang mit den **persönlichen Gesundheitsdaten** wird in digitalen Zeiten zunehmend wichtig, jeder sollte sich damit auseinandersetzen.

65%

Neu

Ich bin daran interessiert, **mein Wissen** im Bereich Computer, Internet und digitale Themen **auszubauen**.

50%

14-19 Jahre: 71%

Es hätte **negative Auswirkungen** auf das tägliche Leben, **wenn es das Internet** und digitale Geräte morgen **nicht mehr gäbe**.

46%

14-19 Jahre: 86%

+5

Die Unternehmen sind sich eines verantwortungsvollen Umgangs mit Daten bewusst.

42%

+9

Durch das Internet/soziale Medien kann ich mich leichter **gesellschaftlich** oder politisch **einbringen** bzw. mich in gleichgesinnten Gruppen vernetzen.*

40%

14-19 Jahre: 70%

Die Dynamik und Komplexität der Digitalisierung **überfordern** mich.

37%

Niedrige Bildung: 50%

+4

Deutsche Schulen vermitteln die **benötigten Fähigkeiten** im Umgang mit der Digitalisierung, so dass die SchülerInnen im internationalen Vergleich gut mithalten können.

36%

Hohe Bildung: 31%

Neu

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; * Modifizierte Abfrage in 2019

Einstellungen zum Internet und zur digitalen Welt

DIE ZUKUNFT IST DIGITAL – DIESER ANSICHT IST DIE MEHRHEIT DER DEUTSCHEN BEVÖLKERUNG.

Drei Viertel sind der Meinung, dass man in fünf Jahren ohne das Internet kaum noch auskommen wird. Ebenso halten sie Grundkenntnisse in der Digitalisierung für eine notwendige Voraussetzung für Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Nur eine Minderheit von 36 Prozent ist dabei der Meinung, dass Schulen für diese Anforderungen fit machen und die nötigen Fähigkeiten im Umgang mit der Digitalisierung vermitteln.

Kompetenz im Umgang mit Daten, insbesondere mit Gesundheitsdaten, ist aus Sicht der meisten Befragten wichtig. Zwei Drittel sind der Meinung, dass sich jede/r damit auseinandersetzen sollte. Einen verantwortungsvollen Umgang mit Daten traut den Unternehmen weniger als die Hälfte zu – hier gibt es jedoch eine starke Zunahme gegenüber dem Vorjahr, möglicherweise durch das Inkrafttreten der DSGVO.

Auf der persönlichen Ebene ist die Hälfte der Bevölkerung daran interessiert, ihr Wissen im Bereich Digitalisierung auszubauen. Für fast ebenso viele würde sich ein Leben ohne Internet negativ auswirken. Gerade für die Jugendlichen hat das Internet dabei eine enorme Bedeutung: Die 14- bis 19-Jährigen stimmen beiden Aussagen zu mindestens 70 Prozent zu. Auch der Aspekt, sich über soziale Medien politisch oder gesellschaftlich einzubringen und zu vernetzen, ist für diese Altersgruppe deutlich relevanter (70 Prozent) als für die Bevölkerung insgesamt (40 Prozent). Mehr als ein Drittel der Befragten fühlt sich durch die Digitalisierung überfordert – das sind vier Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Dies trifft vor allem auf ältere Menschen zu, aber auch auf ein Fünftel der 14- und 19-Jährigen sowie auf die Hälfte der Menschen mit formal niedriger Bildung.

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Begegnungsstätten mit Technologien zum Anfassen können unbegründete Berührungsängste abbauen. In öffentlichen Räumen (z.B. Bibliotheken) sollten alle Generationen die Möglichkeit haben, konkrete digitale Anwendungen kennenzulernen – von der Telemedizin bis zur VR-Brille. So wird gesellschaftliche Kompetenz und Offenheit gefördert und mehr Menschen können vom technologischen Wandel profitieren.

02

DIE DIGITALE
GESELLSCHAFT

Leseerläuterung und Methodik

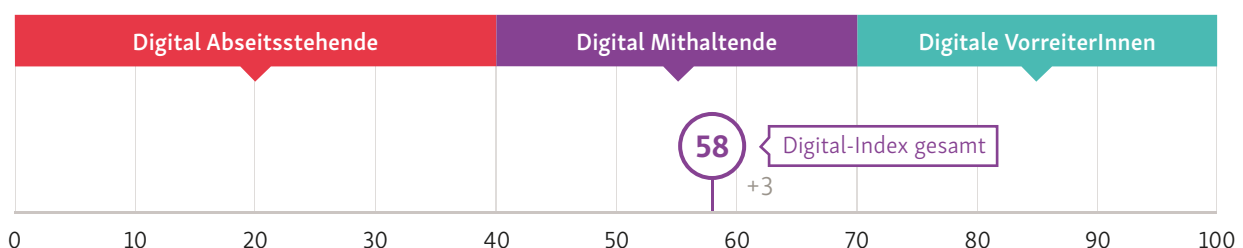
Der Digital-Index setzt sich aus den vier Subindizes Zugang, Nutzungsverhalten, Kompetenz und Offenheit zusammen und gibt den Digitalisierungsgrad der deutschen Gesellschaft auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten wieder. *Nach stetigem, aber langsamem Zuwachs in den vergangenen Jahren steigt der Wert 2019 wiederum an und liegt nun um drei Punkte höher als im Vorjahr bei 58 Punkten* (siehe Seite 10 für weitere Ausführungen).

Je nach Höhe des Digitalisierungsgrades lassen sich drei Hauptgruppen identifizieren: Am unteren Ende der Skala befinden sich mit einem Indexwert von maximal

40 Punkten die **Digital Abseitsstehenden**. Sie können mit den Entwicklungen der Digitalisierung nur schwer Schritt halten oder haben gar keine Berührungspunkte mit dem Internet. **Digital Mithaltende** haben Indexwerte zwischen 41 und 70 Punkten, bewegen sich mit einer gewissen Sicherheit, aber auch Vorsicht im digitalen Umfeld und stehen vielen Aspekten der Digitalisierung tendenziell offen oder zumindest neutral gegenüber. **Digitale VorreiterInnen** weisen neben einem vielfältigen Nutzungsverhalten und ausgeprägter digitaler Kompetenz auch ein starkes Interesse an neuen Technologien auf – sie haben einen Indexwert über 70 Punkten.

 [Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

ZUGANG total
KOMPETENZ hoch
NUTZUNGSVERHALTEN sehr vielfältig
OFFENHEIT hoch



Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben und Abweichungen in Index-Punkten von 0 bis 100

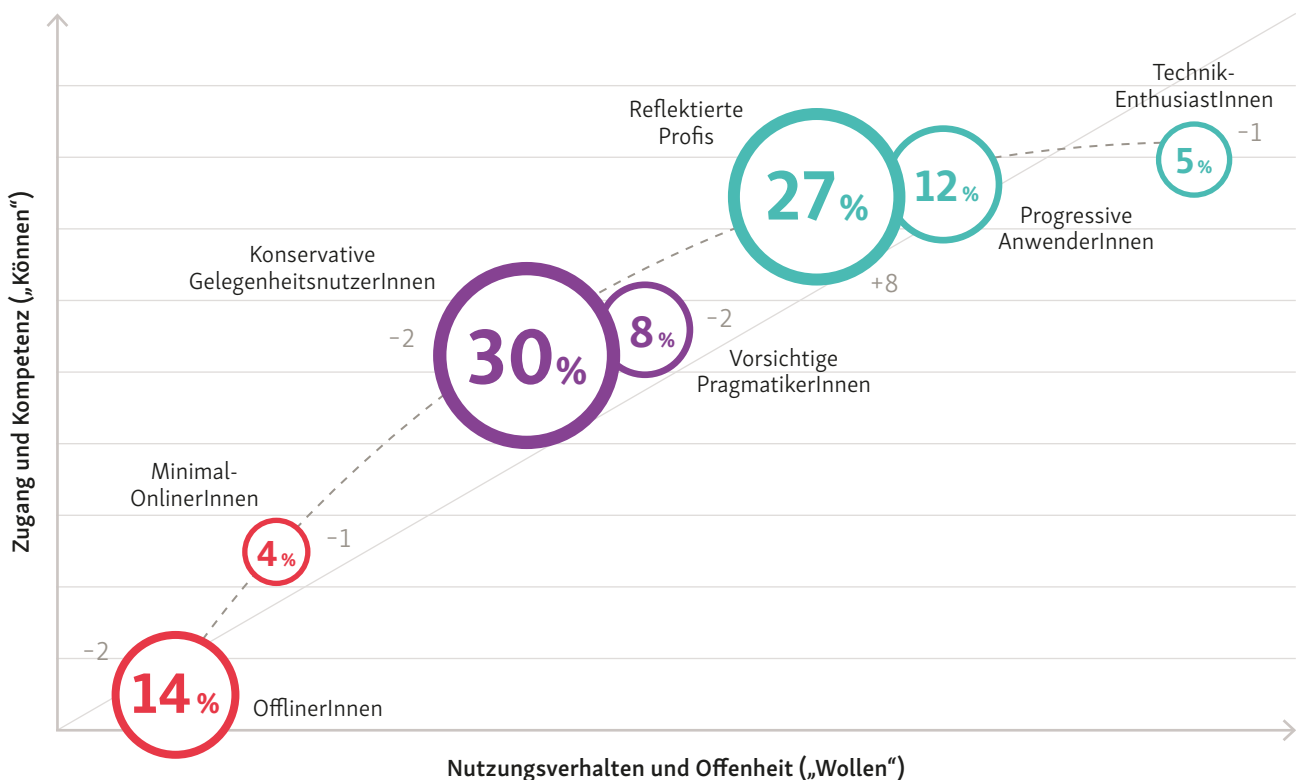
ZUSAMMENSETZUNG

der Digitalen Gesellschaft

Innerhalb dieser drei Segmente lassen sich sieben konkrete Nutzertypen verorten. Während **OfflinerInnen** mit einem Indexwert von sechs Punkten vollständig analog leben, bestimmen **Technik-EnthusiastInnen** mit einem Wert von 83 Punkten das andere Ende der Digitalisierungs-Skala. Auf die Technik-EnthusiastInnen folgen mit einem ebenfalls sehr hohen Digitalisierungsgrad **Progressive AnwenderInnen** sowie **Reflektierte Profis**. Zusammen gehören sie zur Gruppe der **Digitalen VorreiterInnen**. Gemeinsamkeiten sind die sehr hohe digitale Kompetenz, ein junges Durchschnittsalter (zwischen 35 und 43 Jahren), eine überdurchschnittlich umfangreiche Gerätenutzung sowie ein vielfältiger Einsatz sozialer Medien. Sie unterscheiden sich voneinander beispielsweise in der Experimentierfreudigkeit hinsichtlich der genutzten

Gadgets oder der Nutzung von Authentifizierungsverfahren. Technik-EnthusiastInnen springen gerne auf aktuelle Trends auf und nutzen Technologien wie VR-Brillen oder Wearables von allen Gruppen am meisten. Die Progressiven AnwenderInnen legen hingegen mehr Wert auf organisatorische Aspekte des Internets und nutzen Smart-Home-Anwendungen, Online-Shopping und Instant-Messaging-Dienste am intensivsten von allen. Work-Life-Balance und die Zukunftsfähigkeit des deutschen Ausbildungssystems stellen aus ihrer Sicht größere Herausforderungen dar als bei den meisten anderen Befragten. Reflektierte Profis bewegen sich vorsichtig im digitalen Umfeld und nutzen Technik überwiegend privat. Die digitalaffinste Gruppe der Digitalen VorreiterInnen stellt mittlerweile das größte Segment dar.

ANTEILE DER NUTZERTYPEN



Basis: Personen ab 14 Jahren (n = 2.019); Abweichungen in Prozentpunkten



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Die Digital Mithaltenden stellen mehr als ein Drittel der Bevölkerung dar. Diesem Segment gehören die **Vorsichtigen PragmatikerInnen** und die **Konservativen GelegenheitsnutzerInnen** an. Erstere zeichnet eine stärkere Geräte- und Plattformnutzung aus, ihr Verhalten im Netz ist dabei von Vorsicht geprägt, aber auch von Unsicherheit, gerade bei einer souveränen Bewertung von Beiträgen im Internet. Konservative GelegenheitsnutzerInnen beherrschen einfache Internetanwendungen, haben sonst aber wenige Berührungspunkte mit der Digitalisierung, insbesondere im beruflichen Umfeld.

Im digitalen Abseits stehen Menschen, die nur minimal oder gar nicht online sind. Während **OfflinerInnen** keinerlei Zugang zum Internet haben, sind **Minimal-OnlineerInnen**

zwar mit einem Internetzugang ausgestattet, finden sich aber nur schwer im digitalen Kosmos zurecht und vertreten eine ablehnende Position gegenüber zunehmender Digitalisierung.

Nach wie vor sind die Konservativen GelegenheitsnutzerInnen die größte Gruppe in Deutschland, dicht gefolgt von den Reflektierten Profis – der Gruppe mit dem stärksten Zuwachs. Insgesamt lässt sich beobachten, dass die weniger technikaffinen Segmente der Digital Abseitsstehenden und Mithaltenden an Größe verlieren, und zwar zugunsten der technisch versierteren Digitalen VorreiterInnen. Diese Entwicklung zeigt, dass die deutsche Gesellschaft zunehmend souverän mit digitalen Herausforderungen umgehen kann.

Digitale VorreiterInnen

44% (+7)

Digital Mithaltende

38% (-4)

Digital Abseitsstehende

18% (-3)



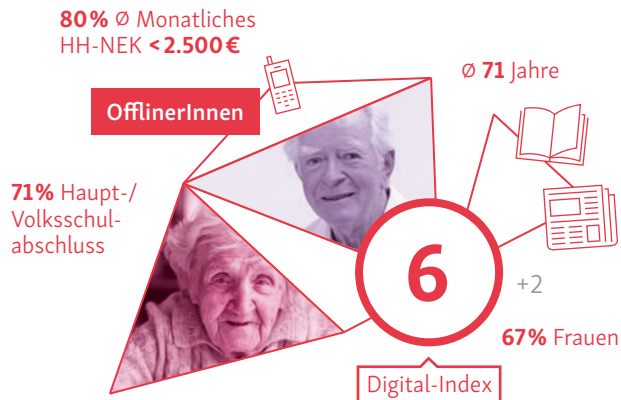
DR. OLAF TIDELSKI

Chief Customer Officer,
Allianz Deutschland AG

„Deutschland wird noch digitaler: Durch die rasante Entwicklung hin zu den digitalen VorreiterInnen ist erstmals ein Großteil der Bevölkerung umfassend – beruflich wie privat – in der digitalen Welt angekommen. Zugleich bleibt ungewiss, wie sich die manifestierte Gruppe der Digital Abseitsstehenden in die digitale Gesellschaft integrieren lässt. Dieses Spannungsfeld hat die Allianz schon früh als unabwendbar verstanden und sieht daher die konsequente Ausrichtung an den jeweiligen Bedürfnissen als den entscheidenden Wegweiser für eine langfristige Kundenbeziehung. Der damit verbundene Anspruch ist es, stets den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen und die digitale Zukunft gemeinsam zu gestalten.“

NUTZERTYPEN

im Überblick

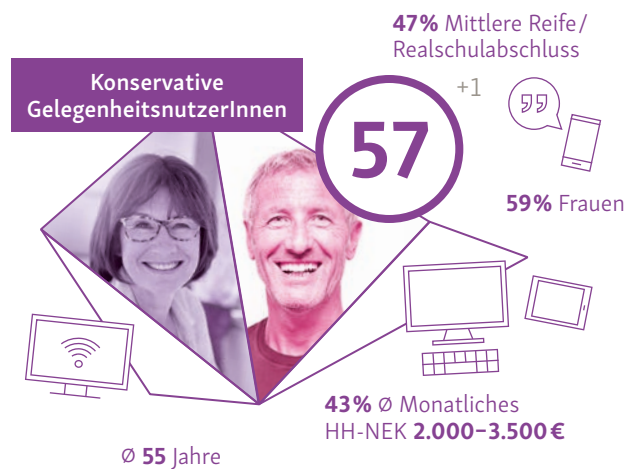
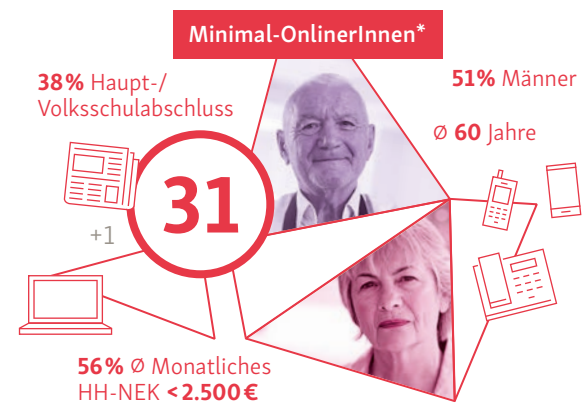


„INTERNET - WOZU?“

OfflinerInnen sind meist weiblich, bereits im Rentenalter und haben eine niedrige formale Bildung. Außer dem einfachen Handy besitzen sie so gut wie keine digitalen Geräte, wenige verfügen über ein Smartphone. Funktionen wie das Versenden von SMS stellen sie vor große Herausforderungen. Begriffe der Digitalisierung können sie nicht einordnen, das Internet spielt in ihrem Leben nach wie vor keine Rolle und weckt auch kein Interesse. Es wird als zu kompliziert empfunden, gegenüber Veränderungen aufgrund der Digitalisierung sind OfflinerInnen insgesamt negativ eingestellt. Auswirkungen der Digitalisierung auf verschiedene Lebensbereiche können sie oft nicht bewerten.

„ONLINE SEIN HEISST FÜR MICH GOOGLERN“

Minimal-OnlinerInnen sind im Schnitt 60 Jahre alt, häufig RentnerInnen, wohnen eher in Kleinstädten oder Stadtrandregionen und sind formal niedrig bis mittel gebildet. Der Anteil an Frauen und Männern ist ausgeglichen. Mehr als die Hälfte besitzt ein Smartphone oder Tablet, sie nutzen das Internet nur selektiv, vor allem Suchmaschinen, ab und zu Messenger-Dienste. Sie sind oft von der Dynamik und Komplexität der Digitalisierung überfordert und stoßen bei der Nutzung von Anwendungen schnell an Grenzen. An einem Wissensausbau sind sie kaum interessiert. Entwicklungen in verschiedenen Lebensbereichen durch die Digitalisierung stehen die Minimal-OnlinerInnen von allen Gruppen am negativsten gegenüber.



„INTERNET - NUR WO ES MIR NÜTZT“

Konservative GelegenheitsnutzerInnen sind Mitte 50, eher weiblich und haben ein mittleres Bildungs- und Einkommensniveau, nur ein kleiner Teil geht einer Bütrotätigkeit nach. Acht von zehn gehen per Smartphone online. Sie nutzen ihre Geräte überwiegend privat, informieren sich im Internet und tauschen Fotos aus. Sie sind aktiv bei WhatsApp, andere soziale Netzwerke nutzen sie höchstens passiv und gehen sparsam mit ihren Daten um. Sie erwarten weniger Veränderungen einzelner Lebensbereiche durch die Digitalisierung als die Gesamtbevölkerung. Diese Veränderungen lassen sie auf sich zukommen und nehmen die wenigen Aspekte an, die aus ihrer Sicht Nutzen stiften.



Grafik herunterladen

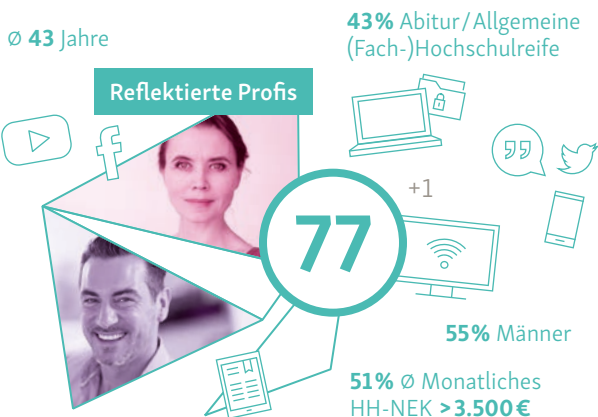
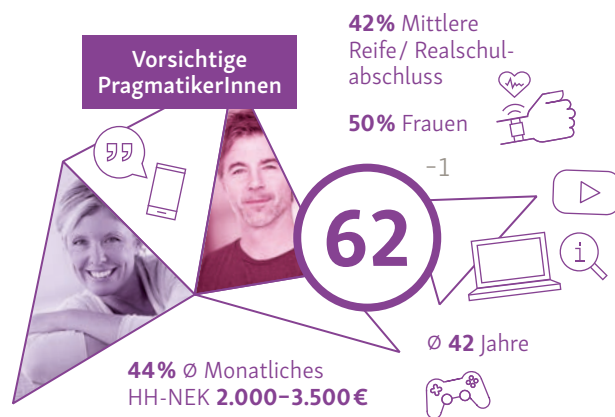
Hier klicken und downloaden

HH-NEK = Haushalts-Nettoeinkommen

Basis: Nutzertyp „OfflinerInnen“ (n=403); „Minimal-OnlinerInnen“ (n=84); „Konservative GelegenheitsnutzerInnen“ (n=578); „Vorsichtige PragmatikerInnen“ (n=161); „Reflektierte Profis“ (n=467); „Progressive AnwenderInnen“ (n=235); „Technik-EnthusiastInnen“ (n=91); Angaben und Abweichungen in Index-Punkten von 0 bis 100; *Achtung: geringe Fallzahl

„MEINEN DIGITALEN FUSSABDRUCK BESTIMME ICH SELBST“

Vorsichtige PragmatikerInnen sind Anfang 40, ArbeiterInnen oder Angestellte und leben oft in der Großstadt. Sie nutzen PCs, Laptops, Smartphones und insbesondere Wearables überdurchschnittlich, Tablets jedoch seltener. Ihre Kompetenzen liegen vor allem im Bereich der Basis-Anwendungen wie Recherchen, Computerspielen oder dem Austausch von Fotos. Im Internet wollen sie möglichst wenige Spuren hinterlassen, machen öfter Falschangaben und sind weniger aktiv in sozialen Netzwerken. Sie nutzen das Internet sehr dosiert und fühlen sich oft unsicher, was die Einordnung von Nachrichten oder Sicherheitseinstellungen angeht. Sie haben kaum Interesse, ihr digitales Wissen auszubauen und erwarten unterdurchschnittlich starke Veränderungen durch die Digitalisierung, außer im Bereich der Kommunikation.

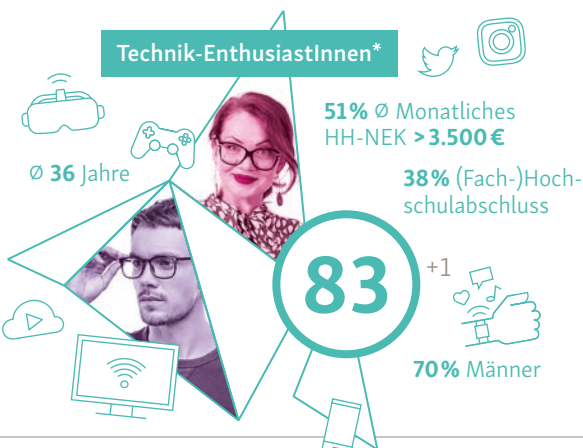
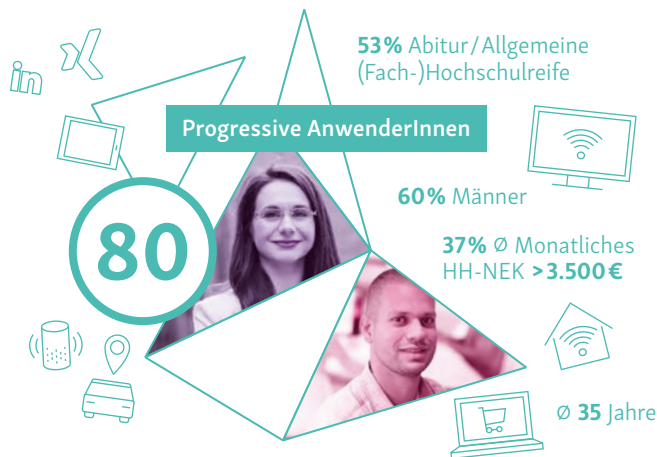


„SMART JA – ABER OHNE SPIELEREIEN“

Reflektierte Profis sind im Schnitt Mitte 40, verdienen gut und haben eine mittlere bis hohe Bildung. Sie nutzen technische Geräte überdurchschnittlich, besonders E-Book-Reader. Die meisten Dienste und Geräte nutzen sie überwiegend privat, buchen häufig Reisen und Hotels online. Sie sind offen gegenüber digitalen Neuerungen und haben überdurchschnittliche Kenntnisse und Kompetenzen. Sie erwarten in vielen Lebensbereichen größere Veränderungen und stehen diesen meist positiv gegenüber. So sind sie beispielsweise offen gegenüber Telemedizin, legen allerdings besonders großen Wert auf Datenschutz. Die Zukunftsfähigkeit des deutschen (Aus-)Bildungssystems betrachten sie als größte berufliche Herausforderung der Zukunft.

„IN DER DIGITALEN WELT BIN ICH ZU HAUSE – AUF SERIÖSE ART“

Progressive AnwenderInnen sind die jüngste Gruppe, eher männlich, gut gebildet, berufstätig oder SchülerInnen/StudentInnen. Die Hälfte besitzt vier oder mehr Geräte, sie greifen eher zu Smart-Home-Anwendungen als zu Gadgets. Soziale Medien nutzen sie überdurchschnittlich, vor allem berufliche Netzwerke. Sie nutzen viele Online-Dienstleistungen wie Liefer- oder Carsharingdienste. Bei der Identifizierung im Netz setzen sie gerne auch auf anspruchsvollere technische Methoden. Internet und Digitalisierung allgemein sind für sie sehr wichtig und sie wollen ihr Wissen stetig ausbauen. Sie erwarten in vielen Lebensbereichen starke Veränderungen durch die Digitalisierung. Bei den Themen Work-Life-Balance, Fachkräftemangel und dem deutschen (Aus)Bildungssystem sind in ihren Augen die Herausforderungen überdurchschnittlich groß.



„ANALOG – WAS IST DAS?“

Technik-EnthusiastInnen sind jung, urban, mehrheitlich männlich und oft qualifizierte Schreibtisch-Angestellte mit hohem Einkommen. Im Schnitt nutzen sie vier bis fünf Geräte, darunter auch weniger verbreitete wie Wearables und VR-Headsets. Soziale Medien verwenden sie weit überdurchschnittlich, berufliche Netzwerke aber eher passiv. Sie regeln viele Lebensbereiche digital und nutzen zahlreiche Online-Dienstleistungen. Das Internet ist für sie essenzieller Alltagsbestandteil, berufliche Chancen sehen sie eng mit Digitalkompetenzen verknüpft. Sie sind im Durchschnitt etwa elf Stunden pro Tag online, etwa zur Hälfte privat. Über 50 Prozent möchten künftig öfter offline sein – mehr als jede andere Gruppe.

DIGITALISIERUNGSGRAD

Indexwert

im Überblick

In nahezu allen gesellschaftlichen Gruppen steigt der Indexwert im Vergleich zum Vorjahr. Tendenziell haben dabei die Gruppen mit einem niedrigen Ausgangswert höhere Zuwächse. Am stärksten ist der Anstieg bei Personen mit einem Haushalts-Nettoeinkommen von weniger als 1.000 Euro. Am auffälligsten ist die digitale Spaltung zwischen den Altersgruppen: Je älter, desto geringer der Digitalisierungsgrad. Der Abstand verkleinert sich jedoch, da die älteren Generationen stärkere Zuwächse verzeichnen. Auch die Bildung bleibt ein zentraler Faktor. Es gilt: **Je höher die formale Bildung, desto höher der Digitalisierungsgrad.** Das zeigt sich insbesondere anhand eines höheren Zugangs und größerer digitaler Kompetenz.

Geschlechterspezifische Unterschiede sind ebenfalls weiterhin erkennbar: Männer sind digitalaffiner und gehen im Durchschnitt kompetenter mit Herausforderungen der Digitalisierung um als Frauen. Bei Nichtberufstätigen nimmt der Digitalisierungsgrad erstmals seit vier Jahren spürbar zu. Ein starker Zuwachs an Digitalisierung zeigt sich aktuell auch bei Ein-Personen-Haushalten, die aufgrund von mangelnden Synergieeffekten und Wissenstransfers (beispielsweise von jung zu alt) einen unterdurchschnittlichen Digital-Index aufweisen. Menschen in mittelgroßen Städten sind nun die digitalaffinste Gruppe innerhalb der Regionen und haben die Großstädter überholt. Insgesamt geht das digitale Stadt-Land-Gefälle zurück, der Digitalisierungsgrad von BewohnerInnen der ländlichen Gegenden steigt um fünf Punkte und erreicht damit das Niveau der übrigen Regionen.



NUTZERTYPEN

- 6** OfflinerInnen
- 31** Minimal-OnlinerInnen
- 57** Konservative GelegenheitsnutzerInnen
- 62** Vorsichtige PragmatikerInnen
- 77** Reflektierte Profis
- 80** Progressive AnwenderInnen
- 83** Technik-EnthusiastInnen*



ALTER

- 73** 14–29 Jahre
- 69** 30–49 Jahre
- 59** +3 50–64 Jahre
- 35** +5 65+ Jahre



GESCHLECHT

- 54** +3 Frauen
- 63** Männer



BESCHÄFTIGUNG

- 46** +3 Nichtberufstätige
- 67** Berufstätige
- 73** Berufstätige mit Schreibtisch-/Bürojob



BILDUNG

- 40** +5 Niedrige Bildung
- 62** +5 Mittlere Bildung
- 71** Hohe Bildung



HAUSHALTSGRÖSSE

- 48** +5 1 Person
- 53** 2 Personen
- 69** +4 3 Personen
- 71** +4 4 Personen und mehr



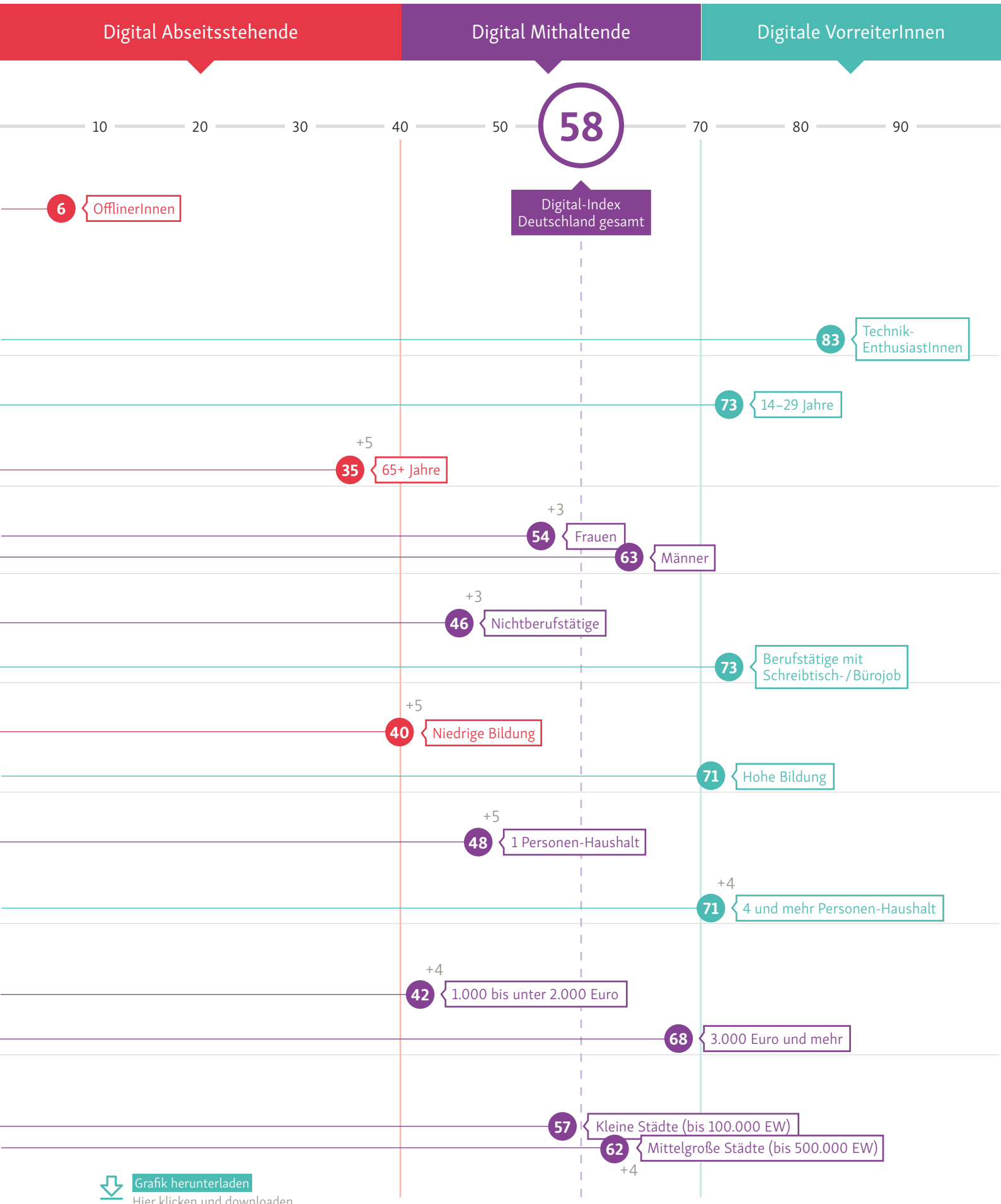
HAUSHALTS-NETTOEINKOMMEN

- 46** +6 Unter 1.000 Euro
- 42** +4 1.000 bis unter 2.000 Euro
- 56** +5 2.000 bis unter 3.000 Euro
- 68** 3.000 Euro und mehr



EINWOHNERZAHL

- 58** +5 Land (<20.000 EW)
- 57** Kleine Städte (bis 100.000 EW)
- 62** +4 Mittelgroße Städte (bis 500.000 EW)
- 58** Großstädte (ab 500.000 EW)



 [Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben und Abweichungen in Index-Punkten von 0 bis 100; *Achtung: geringe Fallzahl

03

DIGITALE SELBST-
BESTIMMTHEIT

Die Durchdringung sämtlicher Lebensbereiche durch die Digitalisierung hat zur Folge, dass die meisten Menschen parallel zu ihrer analogen Identität auch (mindestens) eine digitale Identität haben. **Digitale Identität beinhaltet zwei Ebenen:** Einerseits die Authentisierung realer Personen durch Benutzername, Passwort oder biometrische Daten, andererseits die Selbstdarstellung, also die Art und Weise, wie sich Menschen online präsentieren. Die Handhabung dieser verschiedenen Dimensionen digitaler Identitäten wirft Fragen bezüglich digitaler Selbstbestimmtheit und

Datenschutz auf. Jede/r Einzelne muss für sich bewerten und entscheiden: Wie (umfangreich) präsentiere ich mich im Netz? Muss oder möchte ich online sichtbar sein? Sind soziale Medien für mich eine persönliche Bereicherung oder fühle ich mich durch mein gesellschaftliches Umfeld zur Nutzung getrieben?

INWIEWEIT STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU?

Top2 (Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu)

DR. IRINA ECKARDT

Sales Director Public Sector,
KPMG AG

„Für Online-Anbieter und Behörden gilt gleichermaßen, dass die NutzerInnen Vertrauen in die Anwendung und die Sicherheit ihrer Daten haben müssen. Dies setzt voraus, dass vorab nachvollziehbare Informationen über Zugriffsrechte, den Umgang mit bereitgestellten bzw. ausgetauschten Daten und Datensicherheit verfügbar gemacht werden. Subjektives Sicherheitsgefühl lässt sich nur durch digitale Bildung und entsprechende Aufklärung fördern. So kann eine breite Akzeptanz digitaler Angebote erreicht werden.“

Reflektierte
Profis: 79%



62% Sobald ich einmal einem Online-Anbieter **persönliche Daten übertragen** habe, habe ich **keinerlei Kontrolle** mehr darüber, wo und von wem sie verwendet werden.

Digitale VorreiterInnen: 49%

36% Bei manchen Apps/sozialen Medien **muss man vertreten sein**, um keine beruflichen/privaten Nachteile zu erleiden.

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); *Achtung: geringe Fallzahl

Einstellungen zur digitalen Selbstbestimmtheit

VIELE BEFRAGTE DENKEN, DASS SIE KAUM KONTROLLE ÜBER IHRE DATEN HABEN.

Die Mehrheit der Bevölkerung empfindet eine gewisse Ohnmacht, was die Hoheit über ihre Daten im Netz anbelangt. Fast zwei Drittel sind der Meinung, die Kontrolle über ihre Daten zu verlieren, sobald sie sie an Online-AnbieterInnen übertragen. Ein gutes Viertel hat daher schon einmal bewusst falsche Angaben gemacht, um weniger Rückschlüsse auf die reale Identität zu ermöglichen. Verbreitet ist das vor allem unter den Technik-EnthusiastInnen, aber auch etwa bei der Hälfte der Progressiven AnwenderInnen und den unter 30-Jährigen.

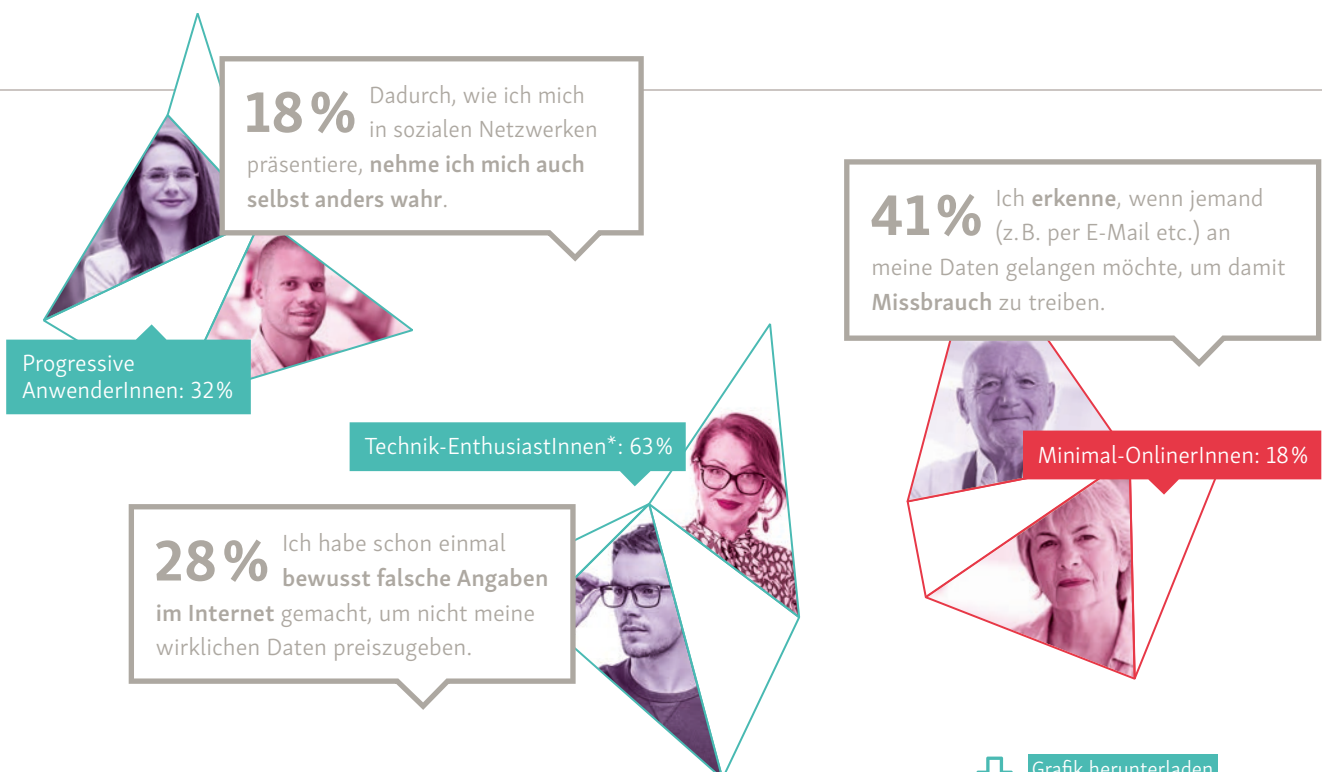
Nur 41 Prozent der Befragten glauben erkennen zu können, wenn jemand missbräuchlich an ihre Daten gelangen möchte, etwa per Phishing-Mails. Hier fühlen sich vor allem die weniger digitalaffinen NutzerInnen unsicher.

Über ein Drittel der deutschen Bevölkerung findet, dass man gewisse Apps braucht oder in sozialen Medien vertreten sein muss, um keine beruflichen oder privaten Nachteile zu erleiden – innerhalb der Gruppe der Digitalen VorreiterInnen sowie in der Generation der unter 30-Jährigen sogar etwa die Hälfte. Die Art und Weise der

Selbstdarstellung im Netz kann sich auch auf die Eigenwahrnehmung auswirken: Jede/r Fünfte nimmt sich selbst durch die Präsentation in sozialen Netzwerken anders wahr. Diese Form der Rückkopplung ist wiederum bei den jüngsten Befragten und bei den digitalaffinen Gruppen am stärksten ausgeprägt: Jede/r dritte Progressive AnwenderIn nimmt die eigene Persönlichkeit aufgrund des Internets verändert wahr.

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Das Internet ermöglicht zusätzliche und neue Möglichkeiten der Selbstdarstellung und verstärkt diese insgesamt. Daraus resultieren sowohl negative als auch positive Effekte: Es kann zu zusätzlichem Druck führen, bietet aber auch die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen oder Unterstützung zu erhalten, die vielleicht im unmittelbaren Umfeld fehlt. Die Ergebnisse zeigen: Likes und digitale Präsenz gehören zur Lebensrealität vor allem junger und digitalaffiner Menschen. Statt sie fernhalten zu wollen, ist eine deutlich bessere Vorbereitung auf die digitalisierte Welt die zielführende Strategie. Digitalkompetenzen sind heute nicht nur für die berufliche Zukunft relevant, sie gehören zum Rüstzeug für den Alltag.













Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Genutzte und gewünschte Identifikationsverfahren

WELCHE DER FOLGENDEN VERFAHREN ZUR AUTHENTIFIZIERUNG IM INTERNET NUTZEN SIE GENERELL?
WENN SIE FREI WÄHLEN KÖNNTEN: WELCHE DIESER VERFAHREN WÜRDEN SIE AM LIEBSTEN NUTZEN?

	Bekanntheit und Nutzung	Keine Angabe/ Offline	Kenne ich nicht	Kenne ich, nutze es aber nicht	Nutze ich
 Benutzername und Passwort	16	0,4	3	80	
 PIN/TAN-Verfahren	17	6	23	54	
 Bestätigungslink per E-Mail	17	10	24	50	
 E-Mail-Account oder Account eines sozialen Netzwerks	17	16	28	39	
 Zwei-Faktor-Authentifizierung	18	30	29	24	
 Digitaler Fingerabdruck	17	16	50	17	
 Gesichtserkennung/Face-ID	17	21	54	8	
 Digitaler Personalausweis	18	22	54	7	
 Token	18	56	22	4	
 Iris-Scan	18	33	48	2	



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

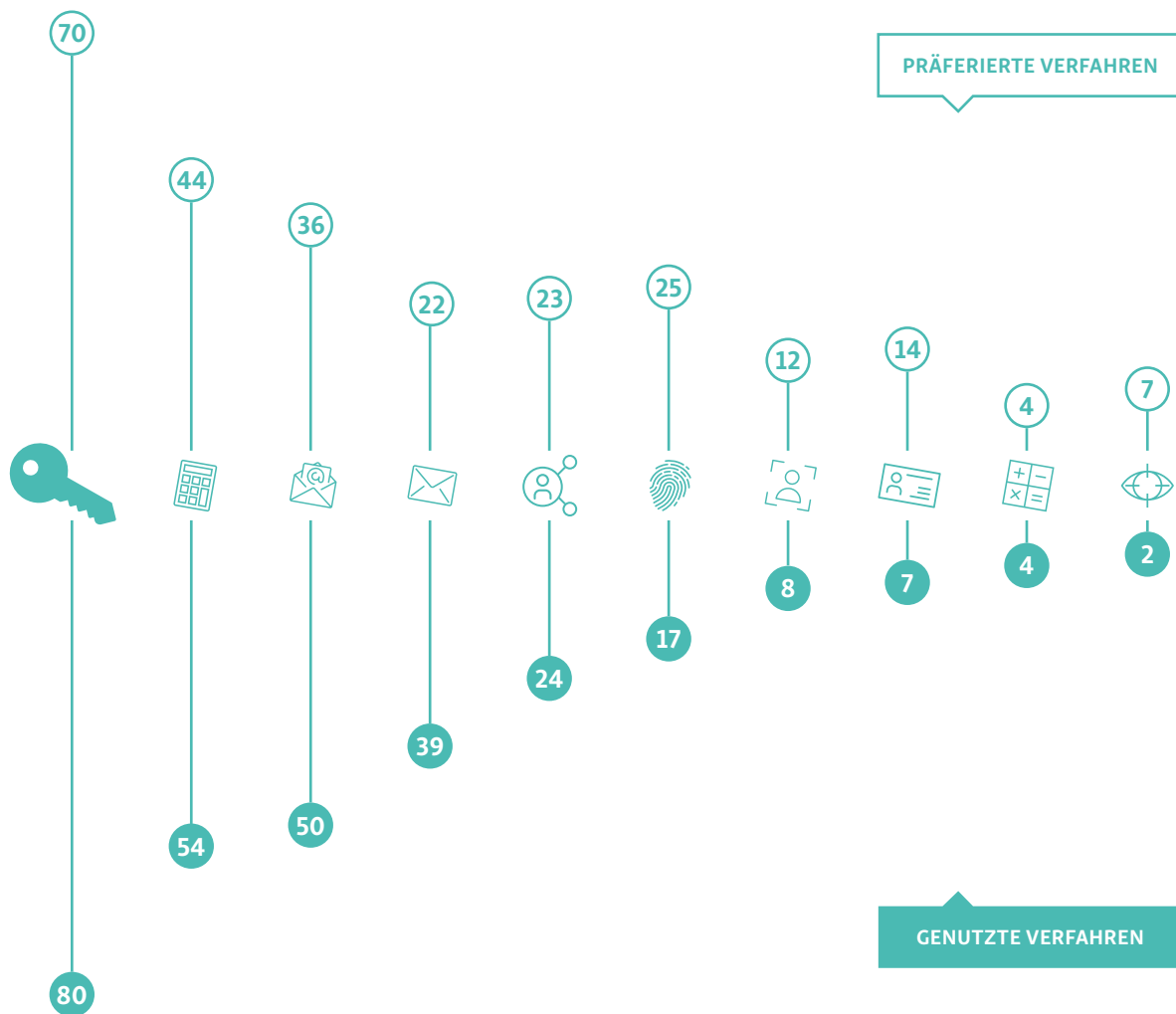
Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019); Angaben in Prozent

BENUTZERNAME UND PASSWORT BLEIBEN DAS BESTIMMENE VERFAHREN ZUR IDENTIFIKATION.

80 Prozent der OnlinerInnen identifizieren sich im Netz mit Benutzername und Passwort, etwa die Hälfte nutzt außerdem PIN/TAN-Verfahren oder verwendet einen Bestätigungslink per E-Mail. Biometrische Verfahren wie Fingerabdruck, Face-ID und Iris-Scan sind zwar (fast) einer Mehrheit bekannt, jedoch (noch) relativ wenig im Einsatz. Am meisten verbreitet davon ist der digitale Fingerabdruck, der beispielsweise zum Entsperren des Displays für einige Smartphone-NutzerInnen zur Routine gehört.

Etwa ein Drittel der Digitalen VorreiterInnen verwendet ihn. Eine automatische Gesichtserkennung nutzen weniger als zehn Prozent, selbst von den besonders digitalaffinen Nutzertypen setzt sie maximal jede/r Vierte ein. Die Nutzung dieser Verfahren erfordert den Zugang zu bestimmten technischen Geräten, auf die nicht jede/r zugreifen kann. Eine Authentifizierung über den digitalen Personalausweis ist rund der Hälfte der Befragten bekannt, doch nur sieben Prozent nutzen sie. Auch hier ist passende Hardware notwendig.¹ Verfahren wie Zwei-Faktor-Authentifizierung oder Security-Token spielen in der Gesellschaft eine untergeordnete Rolle.

¹ Vgl. auch eGovernment Monitor 2019, S. 24/25

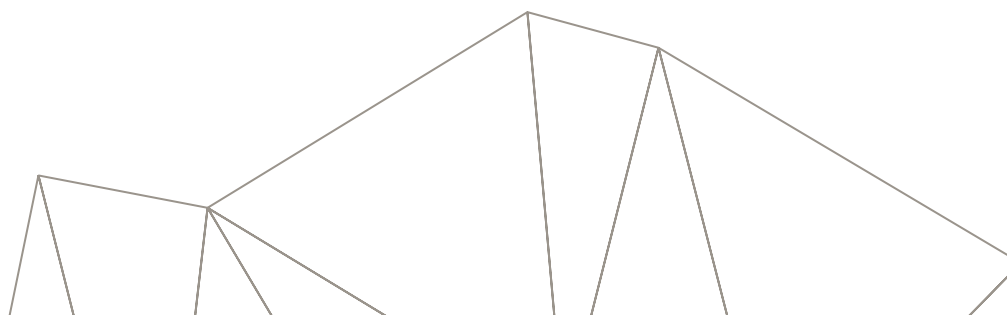


MEIST WOLLEN DIE BEFRAGTEN DIE BEKANNTEN VERFAHREN AUCH AM LIEBSTEN EINSETZEN.

Je häufiger ein Verfahren zur Authentifizierung bereits genutzt wird, desto häufiger ist es auch das Wunsch-Verfahren der Menschen. Das gilt für alle Nutzertypen, auch die versierteren Digitalen VorreiterInnen. Die präferierten Identifikationsverfahren zeigen nahezu das gleiche Ranking wie die tatsächlich eingesetzten, nur auf einem etwas niedrigeren Niveau. Bei manchen Methoden ist der Wunsch nach einer vermehrten Nutzung jedoch größer als das Ausmaß der aktuellen Nutzung, das gilt insbesondere für die biometrischen Verfahren und die eID-Funktion des

Personalausweises. Die biometrischen Verfahren überzeugen vermutlich aufgrund ihrer Sicherheit und einfachen Handhabung, wenn die Anfangsanschaffungen erst einmal getätigt sind. Die eID-Funktion des Personalausweises hat vor allem unter den beiden digitalaffinsten Gruppen Potenzial: Fast 30 Prozent möchten sie gerne einsetzen.

Bei vielen Verfahren haben die NutzerInnen jedoch keinen Einfluss auf die Art der Authentifizierung, sie ist ihnen vielmehr durch die Betreiber der Dienste vorgegeben. Insbesondere Bestätigungslinks per E-Mail oder E-Mail-/Social-Media-Accounts als Authentifizierung sind weniger gewünscht, als sie aktuell im Einsatz sind.

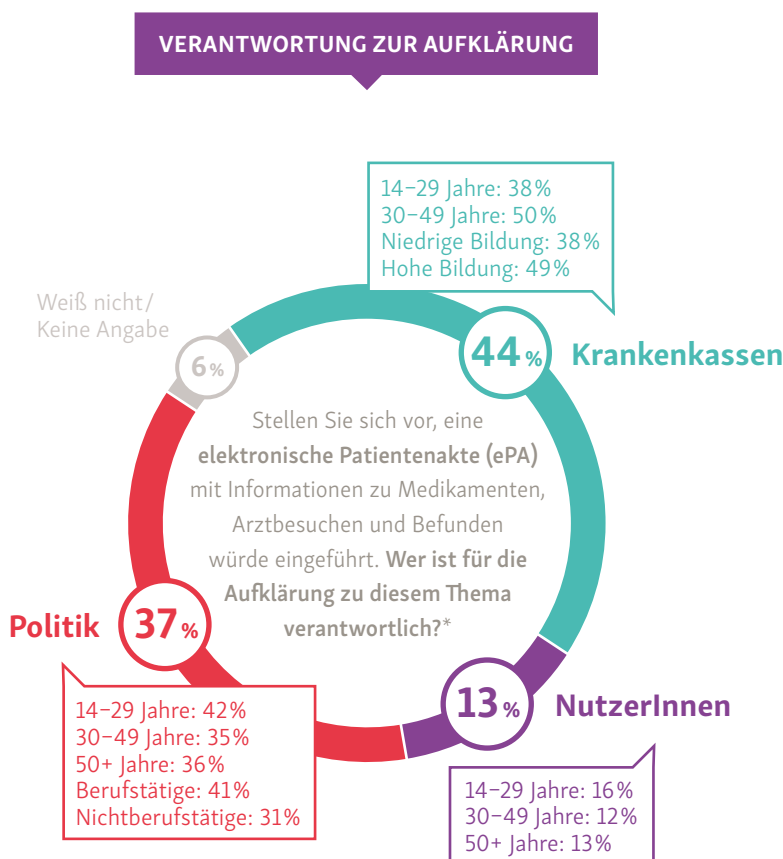


Elektronische Patientenakte

Im Januar 2021 wird die elektronische Patientenakte eingeführt, in der alle relevanten Informationen wie Befunde, Medikationspläne oder Behandlungsberichte gespeichert sind. Die Hoheit über diese Daten obliegt den PatientInnen, die entscheiden können, wer Zugang zu welcher Information bekommt. Gerade wenn es um die Gesundheit geht, ist das Bedürfnis nach Sicherheit und Datenhoheit groß. Die meisten BürgerInnen sehen vor allem die Krankenkasse in der Pflicht, ausreichend über

Funktion und Handhabung der elektronischen Patientenakte zu informieren. Nur eine Minderheit von 13 Prozent sieht die Hauptverantwortung bei den NutzerInnen bzw. PatientInnen selbst. Mehr als ein Drittel findet, dass die Politik hier vorrangig zuständig ist und sicherstellen muss, dass alle BürgerInnen über Chancen und Risiken im Umgang mit ihren Gesundheitsdaten aufgeklärt sind. Vor allem die junge Generation unter 30 Jahren schaut auf die Politik, 42 Prozent sehen sie in der Hauptverantwortung.

Gerade die weniger digitalaffinen Gruppen – und dementsprechend vor allem die älteren Generationen – zeigen sich unsicher und unwissend bei der elektronischen Patientenakte. Von den OfflinerInnen können nur 17 Prozent den Begriff elektronische Patientenakte überhaupt einordnen. Sie brauchen verständliche Informationen, um einen möglichen persönlichen Nutzen zu erkennen.



DR. REGINA VETERS

Leiterin der BARMER.i –
der Digitaleinheit der Barmer

„Die elektronische Patientenakte eröffnet neue Möglichkeiten für die Versorgung und das Gesundheitsmanagement jeder und jedes Einzelnen. Versicherte können zukünftig ihre Daten an einem Ort bündeln und sie mit ihren ÄrztInnen teilen. Dafür wird die Kompetenz im Umgang mit den eigenen Gesundheitsdaten immer wichtiger. Versicherte, ebenso wie ÄrztInnen, erwarten von uns als Krankenkasse zurecht, dass wir Orientierung zu den Mehrwerten der elektronischen Patientenakte bieten und Fragen rund um Themen wie z.B. Datensicherheit und Nutzung beantworten. Nur so können wir eine hohe Akzeptanz erreichen.“



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n = 2.019)

*Ausführlicher Fragetext: Stellen Sie sich vor, eine elektronische Patientenakte würde flächendeckend für alle Versicherten eingeführt. Diese würde alle Informationen wie Medikamente, Arztbesuche und Befunde enthalten. Die Datenhoheit hätten die Patienten, die entscheiden können, wem sie die Daten freigeben. Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie am ehesten zu, wenn Sie an die Aufklärung zu diesem Thema denken?

Verantwortung und selbstbestimmter Umgang mit persönlichen Daten

Die Sicherheit ihrer Daten ist den Menschen in Deutschland ein wichtiges Anliegen. Das zeigt der hohe Anteil derer, die den Aufwand auf sich nehmen, sie effektiv zu schützen. **Etwa die Hälfte verwendet unterschiedliche, sichere Passwörter, aktualisiert die Anti-Virensoftware und ändert Passwörter regelmäßig.** 29 Prozent geben selbstkritisch an, dass sie ihre Daten besser schützen sollten, als sie dies aktuell tun. Bei den unter 30-jährigen sind es sogar fast 40 Prozent, bei denen die Schutzmaßnahmen im Alltag meist untergehen. Gerade diese Altersgruppe nutzt das Netz intensiv mit vielen digitalen Anwendungen, wodurch das persönliche Sicherheitsrisiko steigen kann.

Dass ein verantwortungsbewusster Umgang mit den eigenen Daten hauptsächlich im eigenen Handeln liegt, sehen 43 Prozent der Befragten. **Die Mehrheit wünscht sich mehr Verantwortlichkeit seitens der AnbieterInnen oder durch entsprechende Gesetze.** Hier spiegelt sich eine gewisse Ohnmacht der Einzelnen im Internet wider sowie die stark verbreitete Meinung, dass die NutzerInnen nach Datenweitergabe keine Kontrolle mehr über die eigenen Daten haben. Dementsprechend sieht sich die deutsche Bevölkerung zwar selbst in der Pflicht, durch Datensparsamkeit und Schutzmaßnahmen ihren Beitrag zu einem verantwortungsvollen Umgang mit ihren Daten zu leisten. Andererseits muss aus Sicht der Mehrheit aber an anderer Stelle angesetzt werden, um wirkungsvolle Schutzmechanismen zu etablieren, nämlich vor allem bei den Unternehmen.

SELBSTBESTIMMTER UMGANG

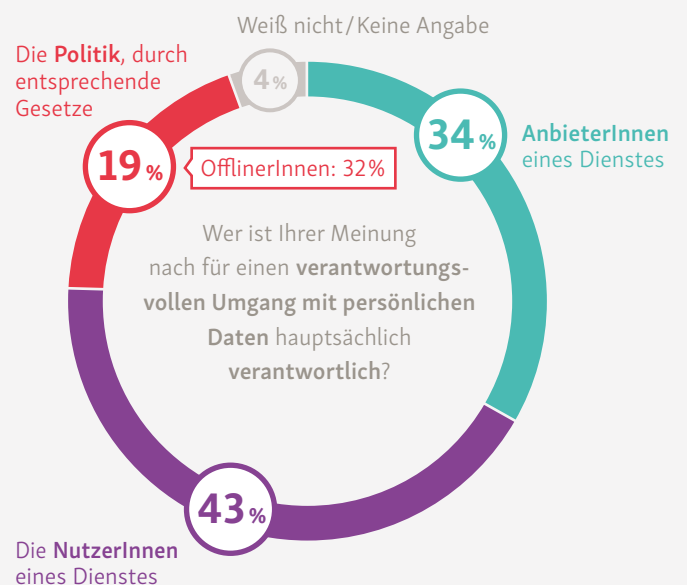
50% Sichere Daten sind mir extrem wichtig, daher nehme ich den Aufwand auf mich und **überlege mir unterschiedliche, sichere Passwörter, aktualisiere die Anti-Virensoftware und ändere meine Passwörter regelmäßig.**

Frauen: 43%
Niedrige Bildung: 34%
Bürojob: 67%

29% Der Schutz meiner Daten z.B. mit sichereren oder unterschiedlichen Passwörtern oder aktueller Anti-Virensoftware **geht bei mir im Alltag meistens unter.**

14-29 Jahre: 37%
30-49 Jahre: 36%
50+ Jahre: 22%

UMGANG MIT PERSÖNLICHEN DATEN



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019)

04

DIGITALES
ARBEITEN

Digitalkompetenz Berufstätiger

DIE ARBEITSWELT MACHT FIT FÜR DIGITALE HERAUSFORDERUNGEN.

Die Digitalisierung hat längst fast alle Lebensbereiche erfasst, das gilt insbesondere für das berufliche Umfeld. Selbst bei Tätigkeiten ohne konkreten Bezug zur Digitalisierung fallen häufig Verwaltungs- oder Abrechnungstätigkeiten an, die nur mittels PC und/oder Internet erledigt werden können. Daher gehören zumindest Basisfähigkeiten im Umgang mit digitalen Technologien für viele zum beruflichen Alltag. **Dementsprechend verfügen Berufstätige in Deutschland in allen betrachteten Kompetenzbereichen (Computer-, Internet- und Smartphone-Anwendungen) über ausgeprägtere Fähigkeiten als die Gesamtbevölkerung.** Personen mit Schreibtisch Tätigkeiten sind wiederum kompetenter als die Berufstätigen insgesamt. Besonders versiert sind sie im Umgang mit Office-Anwendungen sowie bei Sicherheitsthemen. Auch junge Berufstätige zwischen 14 und 29 Jahren sind in fast allen Bereichen kompetenter als die Berufstätigen allgemein, vor allem bei Fähigkeiten im Umgang mit Smartphones. Bei Sicherheitsthemen sowie der Datensparsamkeit ist ihr Vorsprung gegenüber dem Durchschnitt allerdings deutlich geringer bzw. überhaupt nicht vorhanden.

Bei der Betrachtung der Fähigkeiten Berufstätiger **im Vergleich zur Gesamtbevölkerung** muss bedacht werden, dass die älteren und wenig digitalaffinen Jahrgänge in der Regel nicht zu den Berufstätigen zählen und letztere daher generell über einen höheren Digitalisierungsgrad verfügen. Der Zusammenhang zwischen Berufstätigkeit und Digitalisierungsgrad lässt sich aber sicherlich nicht durch das Alter allein erklären, denn ältere Berufstätige sind digital kompetenter als die gleiche Altersgruppe ohne berufliche Aktivität.

DAVID VON THIENEN

Teamleader Employer Benefit Solutions,
CHG-MERIDIAN AG

„Die digitalisierte Arbeitswelt erfordert auf allen Seiten neues Denken und neue Fähigkeiten. Unternehmen müssen dabei, neben dem technischen Enablement der MitarbeiterInnen, vor allem eine digitale Arbeitskultur integrieren. Denn mit der richtigen Digitalisierungsstrategie profitieren Unternehmen neben einem Wettbewerbsvorteil im ‚War for Talents‘ auch von höherer Mitarbeitermotivation und Effizienz.“

PROGRAMMIERKENNTNISSE SIND AUCH IM ARBEITSKONTEXT EINE AUSNAHME.

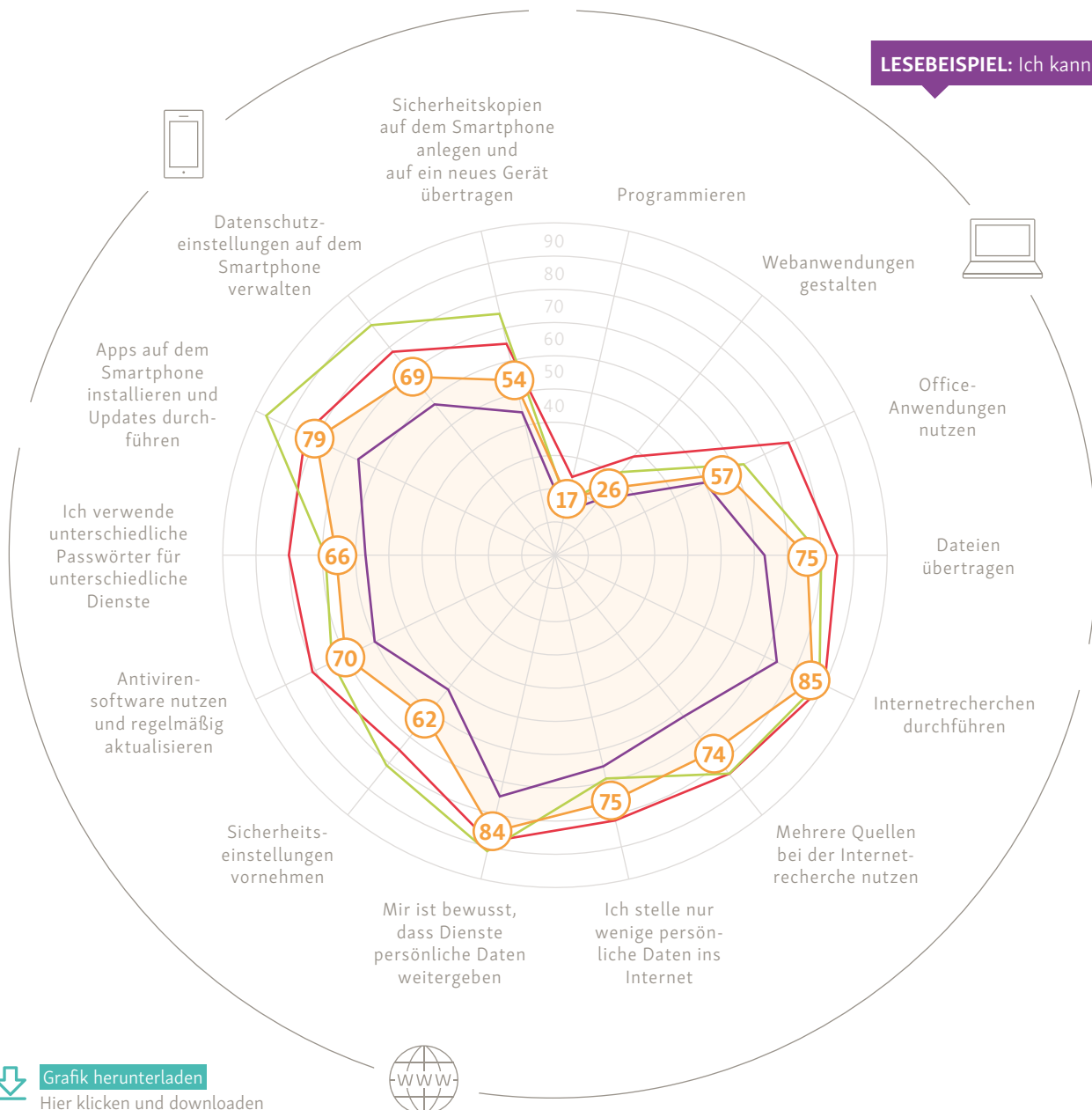
Es gibt auch Bereiche, in denen sich die Kompetenzen der verschiedenen Berufstätigengruppen kaum voneinander und auch nicht von denen der Gesamtbevölkerung unterscheiden. Dies gilt insbesondere bei spezifischen Fähigkeiten wie Programmieren oder dem Gestalten von Webanwendungen. Eine Programmiersprache beherrscht in jeder Gruppe nur ein sehr geringer Anteil von etwa

15 Prozent – auch beim Nachwuchs ist das Programmieren nicht stärker verbreitet. Lediglich von den Berufstätigen mit Bürojob kann etwa ein Viertel programmieren. Gleiches gilt für das Gestalten von Webanwendungen, jedoch auf geringfügig höherem Niveau. Ein weiteres Gebiet, auf dem sich die Kompetenzen der einzelnen Untergruppen kaum unterscheiden, ist die Internetrecherche. Diese beherrschen alle Befragten in ähnlichem Ausmaß auf durchgängig hohem Niveau.

AUF COMPUTERN UND ANDEREN ENDGERÄTEN KANN MAN VERSCHIEDENE ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN NUTZEN. BITTE GEBEN SIE AN, INWIEWEIT DIE AUSSAGEN AUF SIE PERSÖNLICH ZUTREFFEN.

— Gesamtbevölkerung — Berufstätige — Berufstätige mit Bürojob — Berufstätige 14-29 Jahre

Top2 (Trifft voll und ganz zu / Trifft eher zu)



[Grafik herunterladen](#)
Hier klicken und downloaden



Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung (n=982); Angaben in Prozent

Telearbeit, Homeoffice und mobiles Arbeiten

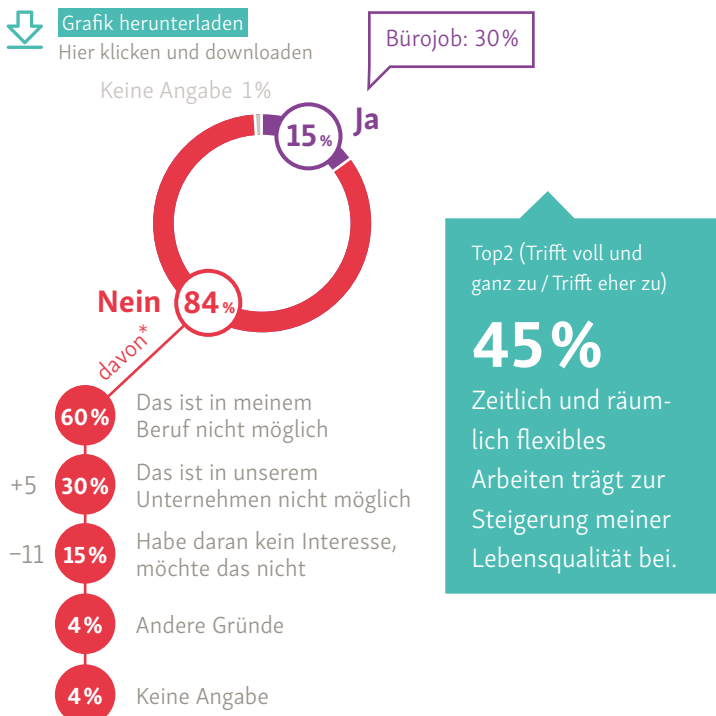
MOBILES ARBEITEN VON ZU HAUSE ODER UNTERWEGS AUS IST NUR FÜR WENIGE ALLTAG.

Unter mobilem Arbeiten versteht die Studie sowohl die Arbeit an einem fest eingerichteten Telearbeitsplatz als auch die Arbeit von zu Hause oder von einem anderen Ort aus, der nicht das Büro im Unternehmen ist. Die Fragestellung hält offen, ob dies dauerhaft oder zeitweise stattfindet, und ist damit weit gefasst. Dieser Definition folgend arbeitet nicht einmal jede/r fünfte Berufstätige in Deutschland mobil. Damit transformiert die Digitalisierung die örtliche Ausführung von Arbeit vergleichsweise wenig. Das verstärkte Maß an digitalen Fähigkeiten von Berufstätigen führt nur selten zu größeren Freiheitsgraden in der Ausübung der beruflichen Tätigkeit. Dabei ist fast die Hälfte der Berufstätigen der Meinung, dass

zeitlich und räumlich flexibles Arbeiten zu einer Steigerung der Lebensqualität beitrage. Nicht einmal 20 Prozent nutzen dies aber bis dato. Am ehesten bietet sich flexibles Arbeiten beim Ausüben von Bürotätigkeiten an, hier arbeitet ein knappes Drittel mobil, das sind genauso viele wie im Vorjahr.

Haupthinderungsgrund sind und bleiben dabei die ausgeübten Tätigkeiten selbst. Fast zwei Drittel der Berufstätigen geben an, dass mobiles Arbeiten in ihrem Beruf nicht möglich sei. Ein knappes Drittel sagt, dass ihr Unternehmen kein mobiles Arbeiten ermögliche. Dies umfasst sowohl inhaltliche wie technische Hürden, aber auch unternehmenskulturell bedingte. Nur eine Minderheit von aktuell 15 Prozent hat laut eigenen Angaben kein Interesse an flexiblem Arbeiten.

NUTZEN SIE BEI IHRER DERZEITIGEN TÄTIGKEIT TELEARBEIT, HOMEOFFICE ODER MOBILES ARBEITEN?



BIRGIT WINTERMANN

Project Manager,
Bertelsmann Stiftung

„Mobiles Arbeiten ist für Unternehmen und MitarbeiterInnen rechtlich wesentlich leichter umsetzbar, als die Voraussetzungen für ein fest installiertes Homeoffice zu erfüllen – dies ist vielen Unternehmen nicht bewusst. Viele Menschen können diese Voraussetzungen bei sich zu Hause auch gar nicht schaffen. Dies führt wiederum zu einer (unbeabsichtigten) Ungleichbehandlung der MitarbeiterInnen. Eine gesetzliche Vereinfachung für die Rahmenbedingungen von mobilem Arbeiten und insbesondere Homeoffice wäre daher für alle Beteiligten wünschenswert.“

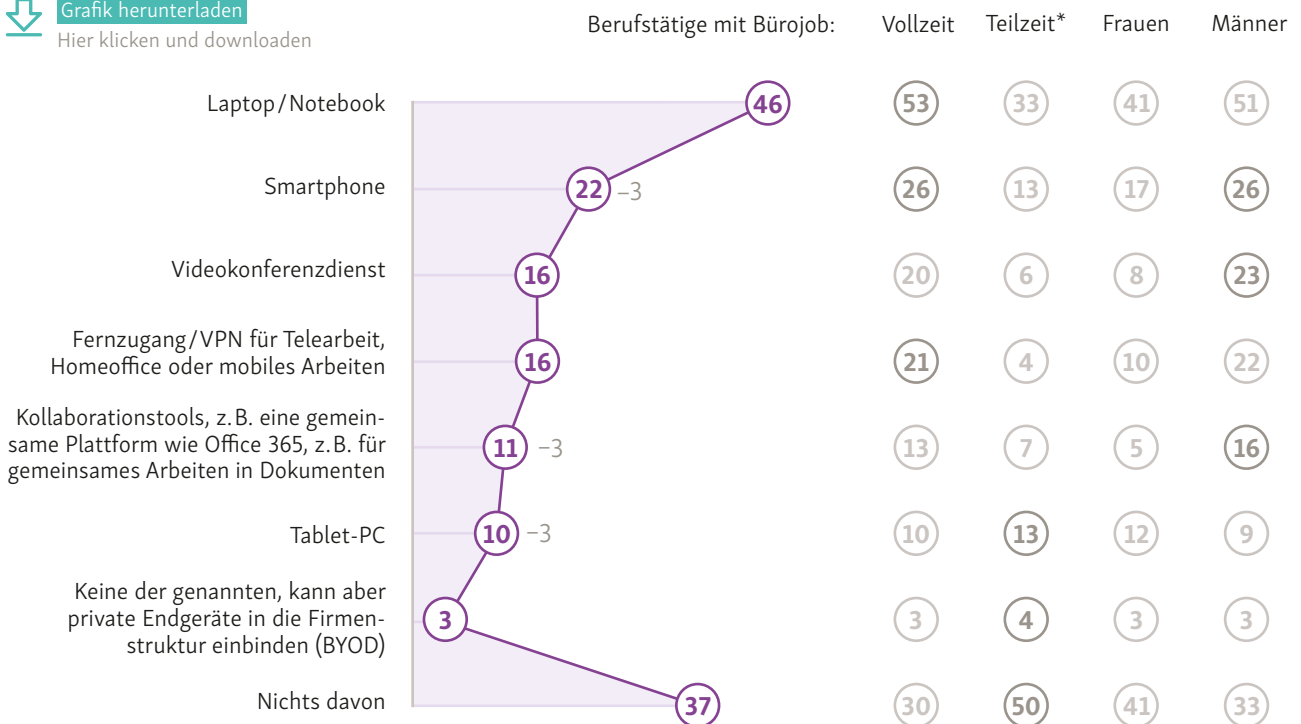
Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung (n=997); Abweichungen in Prozentpunkten; * Mehrfachnennungen möglich

WELCHE DER SYSTEME, GERÄTE UND MEDIEN WERDEN IHNEN VON IHREM ARBEITGEBER (UNENTGELTICH) ZUR VERFÜGUNG GESTELLT?



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden



Basis: Berufstätige mit Schreibtisch- /Bürojob (n=386); Angaben in Prozent; Abweichungen in Prozentpunkten; *Achtung: geringe Fallzahl

DEUTSCHLAND IST NOCH WEIT VON EINER UMFASSENDEN AUSSTATTUNG MIT MOBILEN ARBEITSGERÄTEN DURCH DIE ARBEITGEBENDEN ENTFERNT.

Mobiles Arbeiten setzt eine entsprechende Infrastruktur an Geräten und Zugängen voraus, die die ArbeitgeberInnen zur Verfügung stellen müssen. Das am häufigsten bereitgestellte Arbeitsmittel für Bürobeschäftigte ist mit weitem Abstand der Laptop mit 46 Prozent. An zweiter Stelle folgt das Smartphone mit gut 20 Prozent. Für die meisten Beschäftigten mit Bürojob spielen Zugangsmöglichkeiten per VPN, Videokonferenz oder Kollaborationstools kaum eine Rolle, sie erreichen maximal 16 Prozent.

Zudem zeigt sich, dass in Vollzeit arbeitende Männer mit Bürotätigkeit deutlich häufiger mit mobilen Geräten ausgestattet sind und Zugang zu digitalen Anwendungen wie Videokonferenzsystemen erhalten, als Frauen in der gleichen Situation. Insgesamt ist die Ausstattung bei Vollzeit-

beschäftigten wesentlich höher als bei den Teilzeitbeschäftigten: Weniger als ein Drittel der Vollzeitbeschäftigten (30 Prozent) gibt an, über keine Geräte oder Kollaborationstools zu verfügen, bei den Teilzeitbeschäftigten mit höherem Frauenanteil ist es die Hälfte (50 Prozent).

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

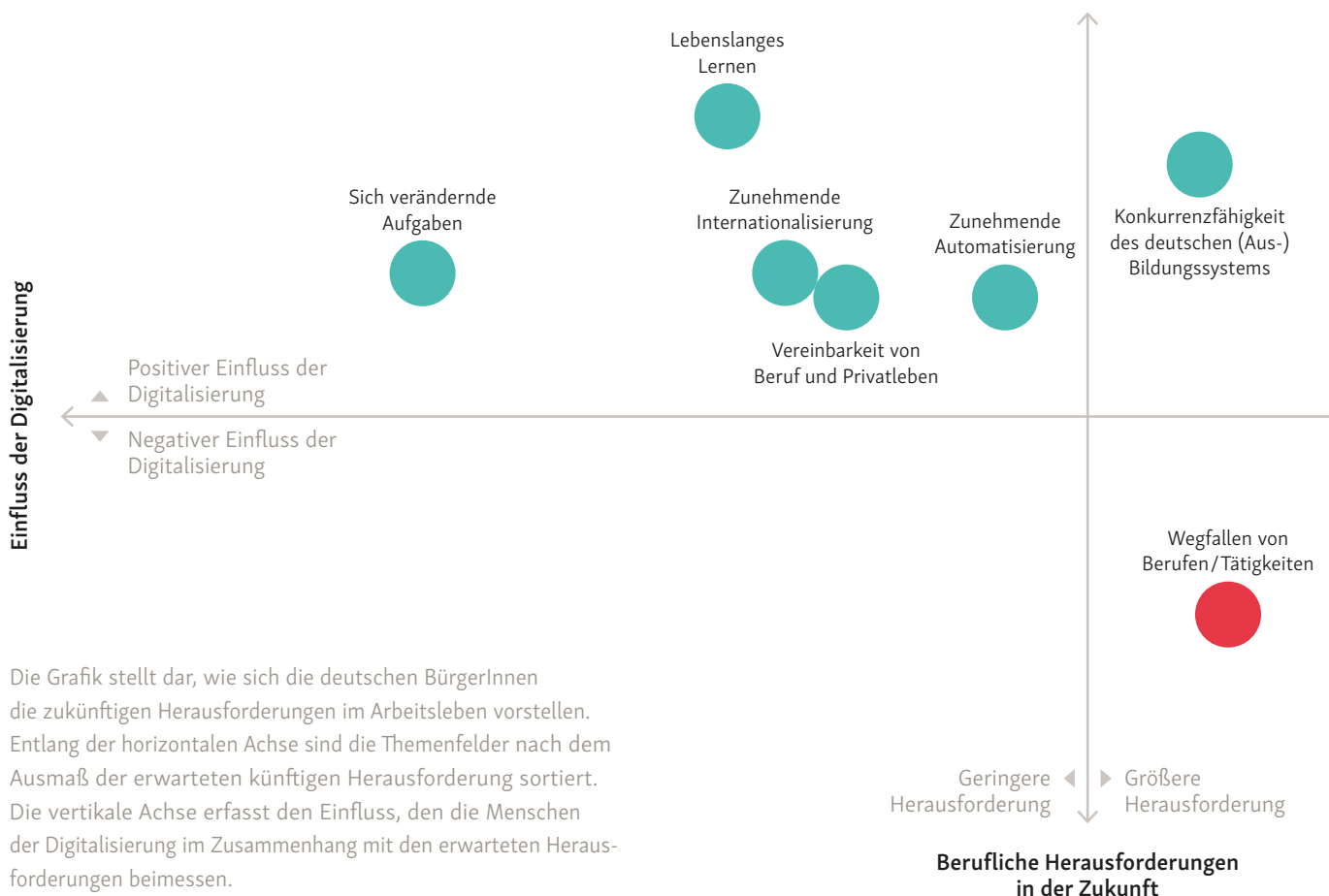
Frauen und Männer sowie Voll- und Teilzeitbeschäftigte sollten gleiche Chancen haben, von mobilem Arbeiten, also räumlicher und zeitlicher Flexibilität, zu profitieren. Das können Arbeitgebende durch die richtige Ausstattung fördern. Dazu ist es notwendig, die geschlechtergerechte Ausstattung mit mobilen Geräten zu evaluieren und die Kriterien der Vergabe zu hinterfragen. Digitale Geräte wie Laptop und Smartphone sollten normales Arbeitswerkzeug sein, kein Statussymbol für bestimmte Positionen im Job.

Berufliche Herausforderungen der Zukunft

Digitalisierung umfasst im Berufsleben weit mehr Aspekte als Digitalkompetenzen oder die Möglichkeit zu flexiblem Arbeiten. Vielmehr stellt sich vielen die Frage, welche volkswirtschaftlichen Auswirkungen sie mit sich bringt. Inwieweit wird die Digitalisierung einzelne Tätigkeiten verändern oder gar überflüssig machen, löst sie einen strukturellen Wandel bei Berufen/Branchen aus oder verstärkt ihn zumindest? Welche standardisierten Tätigkeiten wird sie vereinfachen oder ersetzen und damit Raum für anspruchsvollere Tätigkeiten schaffen?

Die größte zukünftige berufliche Herausforderung besteht aus Sicht der deutschen Bevölkerung im Fachkräftemangel, dicht gefolgt vom Verlust von Arbeitsplätzen. Damit eng zusammenhängend folgt an nächster Stelle ein Wegfall von Berufen und Tätigkeiten, nahezu gleichauf mit der Konkurrenzfähigkeit des deutschen (Aus-)Bildungssystems. Etwas geringer bewerten die Menschen die Herausforderungen im Zusammenhang mit zunehmender Automatisierung. Im Vergleich zu diesen Themen werden die Aspekte Internationalisierung, Work-Life-Balance,

WELCHES DER FOLGENDEN THEMENFELDER HALTEN SIE FÜR DIE GRÖSSTE BERUFLICHE HERAUSFORDERUNG DER ZUKUNFT UND WIRD DIE DIGITALISIERUNG EINEN POSITIVEN ODER NEGATIVEN EINFLUSS DARAUF HABEN?



Die Grafik stellt dar, wie sich die deutschen BürgerInnen die zukünftigen Herausforderungen im Arbeitsleben vorstellen. Entlang der horizontalen Achse sind die Themenfelder nach dem Ausmaß der erwarteten künftigen Herausforderung sortiert. Die vertikale Achse erfasst den Einfluss, den die Menschen der Digitalisierung im Zusammenhang mit den erwarteten Herausforderungen beimessen.

Basis: Personen ab 14 Jahren (n=2.019)



[Grafik herunterladen](#)

Hier klicken und downloaden

lebenslanges Lernen sowie sich verändernde Aufgaben als geringe künftige berufliche Herausforderungen eingestuft. Es scheint so, als nähmen die Menschen diejenigen Themen als weniger bedrohlich wahr, die sie selbst beeinflussen und steuern können. Abstraktere Herausforderungen hingegen mit geringerer eigener Einflussmöglichkeit, wie beispielsweise der Fachkräftemangel oder der Wegfall ganzer Berufsbilder, erscheinen umso größer.

Bei allen Aspekten unterhalb der horizontalen Achse hat die Digitalisierung aus Sicht der Menschen einen negativen Einfluss, bei Themen in der oberen Hälfte schreiben sie ihr eine positive Rolle zu. Auffallend ist, dass die Digitalisierung aus Befragtersicht mehr Chancen (positiver Einfluss) mit sich bringt als Risiken (negativer Einfluss). Bei zwei der drei wichtigsten Themen, dem

LESEBEISPIEL:

Als größte berufliche Herausforderung der Zukunft sehen die Befragten den Fachkräftemangel. Der Einfluss der Digitalisierung darauf ist gering (leicht negative Tendenz).

Fachkräftemangel

Verlust von
Arbeitsplätzen

Verlust von Arbeitsplätzen und dem Wegfall von Berufen, spielt die Digitalisierung aus ihrer Sicht jedoch eine beachtliche negative Rolle. Die größte Herausforderung, den Fachkräftemangel, sehen die BürgerInnen weitgehend losgelöst von generellen Digitalisierungsentwicklungen. Den größten positiven Einfluss erwarten sie beim lebenslangen Lernen und beim deutschen (Aus-)Bildungssystem, hier setzen sie positive Erwartungen in die Digitalisierung. Abgeschwächt gilt das auch für zunehmende Automatisierungs- und Internationalisierungstendenzen sowie für die individuell steuerbaren Aspekte der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben und des Wandels der beruflichen Anforderungen. Auch hier wird von der Digitalisierung tendenziell ein positiver Beitrag erwartet.

JÜNGERE UND BESSER AUSGEBILDETE SEHEN MEHR CHANCEN IN DER DIGITALISIERUNG.

Beim Ausmaß der beruflichen Herausforderungen der Zukunft herrscht in der Gesamtbevölkerung weitgehend Einigkeit. Allerdings sind Unterschiede in der Einschätzung insbesondere zwischen den Altersgruppen und Bildungsgraden erkennbar. Für BürgerInnen mit niedriger formaler Bildung ist der Verlust von Arbeitsplätzen oder der Wegfall von Tätigkeiten deutlich relevanter als für die Allgemeinheit, andererseits sehen sie die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben weniger kritisch. Insgesamt schreiben Jüngere und Menschen mit mittlerer oder hoher Bildung der Digitalisierung bei den meisten Aspekten einen höheren positiven bzw. einen geringeren negativen Einfluss zu. Die Jüngeren blicken vor allem beim lebenslangen Lernen optimistischer in die Zukunft als die Gesamtbevölkerung, dafür sehen sie den Fachkräftemangel kritischer.

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

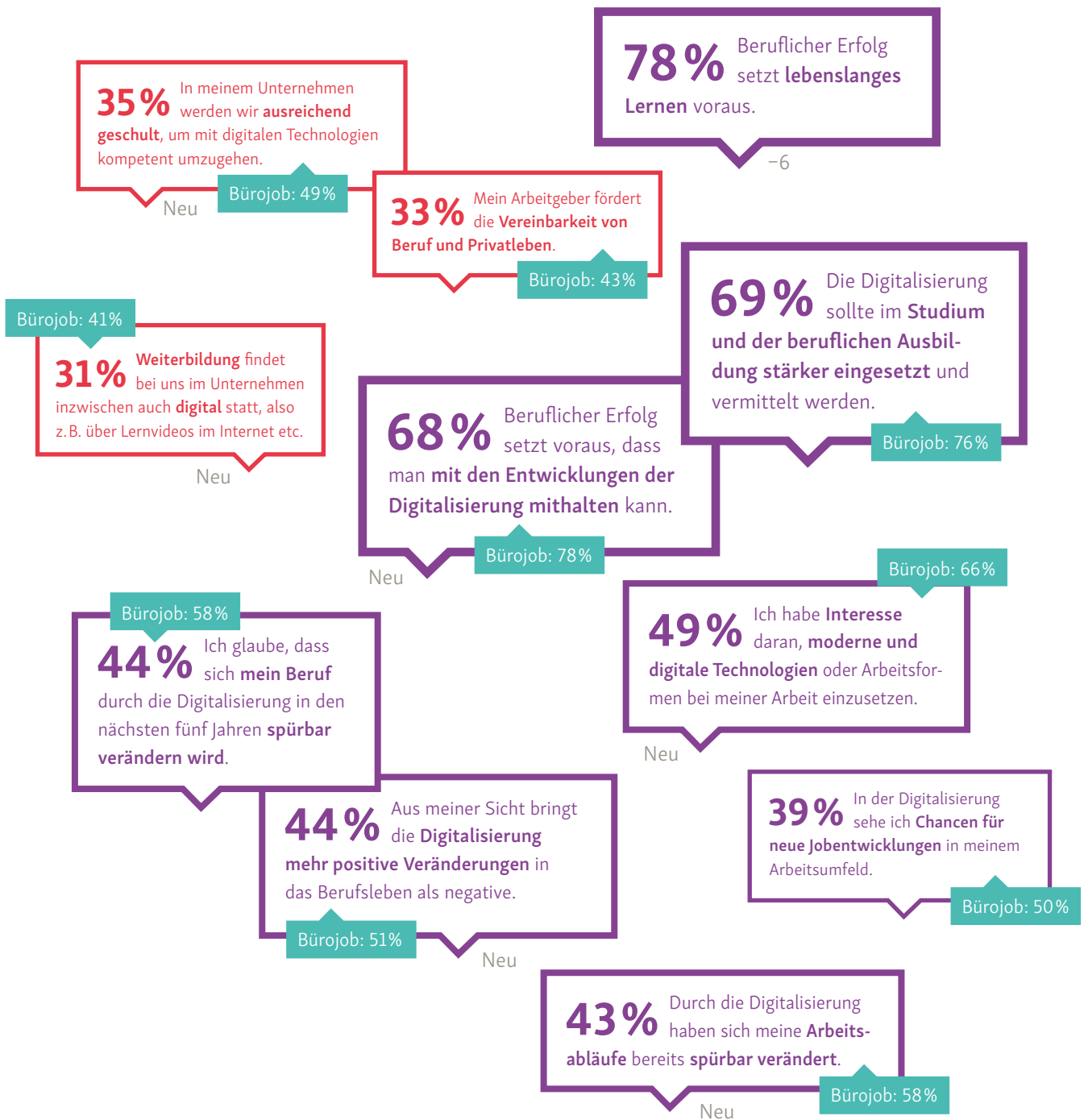
Viele Menschen sehen den digitalen Fortschritt hinsichtlich Sicherheit und Zukunftsfähigkeit von Arbeitsplätzen und ganzer Berufsfelder mit Sorge. Dieser kann man begegnen, indem Politik und Medien sachlich die Zusammenhänge erklären oder indem Arbeitgeber konkrete Entwicklungspfade für Berufsbilder und Tätigkeiten aufzeigen sowie Fortbildungs- und Umschulungsangebote bereitstellen. Der Angst vor dem Unbekannten begegnet man am besten mit besserer Aufklärung und konkreten Angeboten.

Einstellungen zum digitalen Arbeiten

INWIEWEIT STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU?

— Voraussetzungen durch ArbeitgeberInnen — Persönliche Einstellungen und Wünsche der Berufstätigen

Top2 (Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu)

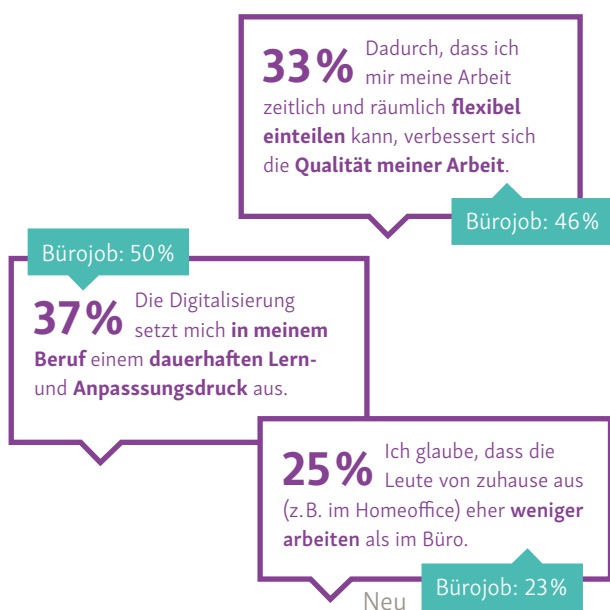


Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung (n=982); Abweichungen in Prozentpunkten

DIGITALE ARBEITSWELT: CHANCEN VERSUS ANPASSUNGSDRUCK

Die Arbeitswelt ist einem stetigen Wandel unterworfen, eine einmalige Ausbildung reicht mittlerweile kaum noch aus, um mit dem erworbenen Wissen ein komplettes Berufsleben zu bestreiten. Dieser Tatsache ist sich die Mehrheit der Berufstätigen bewusst: **78 Prozent** gehen davon aus, dass beruflicher Erfolg lebenslanges Lernen voraussetzt. Fast ebenso viele sehen dabei einen Zusammenhang mit der Digitalisierung und meinen, dass man für beruflichen Erfolg mit den Entwicklungen der Digitalisierung mithalten können muss. Eine große Mehrheit sieht daher die Notwendigkeit, die Digitalisierung stärker im Studium und in der beruflichen Ausbildung zu vermitteln.

Was die eigene Bereitschaft zum Lernen und zur Anpassung an Veränderungen angeht, sind die Berufstätigen uneins: Etwa die Hälfte hat Interesse an modernen Arbeitsformen und digitalen Technologien in ihrer Arbeit und 44 Prozent bewerten Veränderungen in der Arbeitswelt durch die Digitalisierung eher positiv. In etwa gleich viele haben solche Veränderungen bereits selbst erlebt bzw. denken, dass digitale Themen in den nächsten fünf Jahren ihren Job verändern werden. Jeweils knapp 40 Prozent sehen in der beruflichen Digitalisierung einerseits neue Jobchancen, andererseits fühlen sie sich zunehmend unter Druck gesetzt.



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

UNTERNEHMEN TRAGEN NICHT AUSREICHEND ZUR DIGITALEN BILDUNG IHRER MITARBEITENDEN BEI.

Um den digitalen Anforderungen adäquat zu begegnen, braucht es Maßnahmen seitens der Unternehmen zur Befähigung der eigenen MitarbeiterInnen. **Aber nur ein Drittel der Beschäftigten gibt an, systematische Unterstützung seitens ihres Unternehmens für den kompetenten Umgang mit diesen veränderten Bedingungen durch die Digitalisierung zu erhalten.** Und bei ebenso wenigen setzen die Arbeitgebenden Digitalisierung direkt zur Schulung der Belegschaft ein: Nur 31 Prozent erhalten ihre Weiterbildung in Form von Lernvideos etc.

#D21 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

ArbeitgeberInnen sollten verstärkt die Weiterbildung und Motivation zum lebenslangen Lernen als definiertes Ziel einer Strategie der „digitalen Unternehmensverantwortung“ (Corporate Digital Responsibility) machen. Unternehmen können so die Herausforderungen einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt gemeinsam mit den MitarbeiterInnen meistern. Dazu braucht es systematische und individualisierte Maßnahmen, um insbesondere die weniger digitalaffinen MitarbeiterInnen zu erreichen.

CORINNA VOGT

Head of Talent, Learning & Recruiting,
Human Resources, ING Deutschland

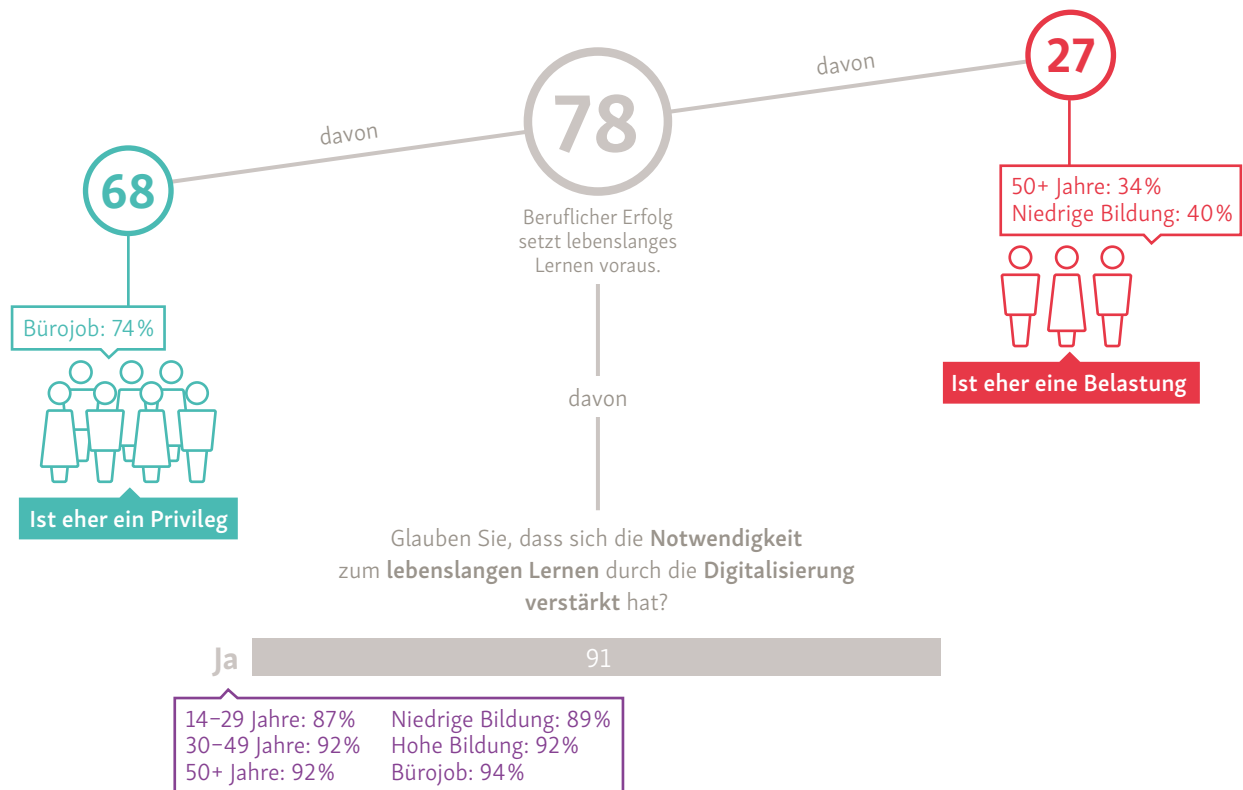
„Berufsbilder verändern sich durch die Digitalisierung maßgeblich. Um beruflich erfolgreich zu sein, ist lebenslanges Lernen wichtig. Unternehmen brauchen neue, unkonventionelle Initiativen, die die MitarbeiterInnen auf diesem Weg sinnvoll begleiten. Bei der ING qualifizieren wir beispielsweise mit dem Programm Smart Movers ‚versteckte‘ interne Talente für offene Stellen im IT-Bereich und geben ab 2020 jedem jährlich ein Weiterbildungsbudget zur individuellen Nutzung.“

Lebenslanges Lernen

Die schnelle Entwicklung bei neuen Anwendungen, Produkten und Einsatzgebieten digitaler Technologien fordert von den Beschäftigten einen ständigen Prozess der Auseinandersetzung und der individuellen Meinungs- und Positionsfindung, um die Digitalisierung sowohl privat als auch beruflich positiv zu nutzen. **Lebenslanges Lernen ist im 21. Jahrhundert daher der Schlüssel zu einer selbstbestimmten Gesellschaft und kann einer digitalen**

Spaltung vorbeugen. Dabei empfindet die überwiegende Mehrheit der Berufstätigen zumindest die Möglichkeit zu lebenslangem Lernen eher als Privileg denn als Belastung. Gerade Personen mit einer Bürotätigkeit und wiederum die jüngste Generation der ArbeitnehmerInnen vertritt verstärkt diese Meinung. Dagegen finden formal niedrig Gebildete und ältere Berufstätige kontinuierliches Lernen überdurchschnittlich – aber nicht mehrheitlich – belastend.

SIE HABEN ANGEGEBEN, DASS BERUFLICHER ERFOLG LEBENSLANGES LERNEN VORAUSSETZT. EMPFINDEN SIE ALS BERUFSTÄTIGE(R) DAS EHER ALS PRIVILEG ODER EHER ALS BELASTUNG?



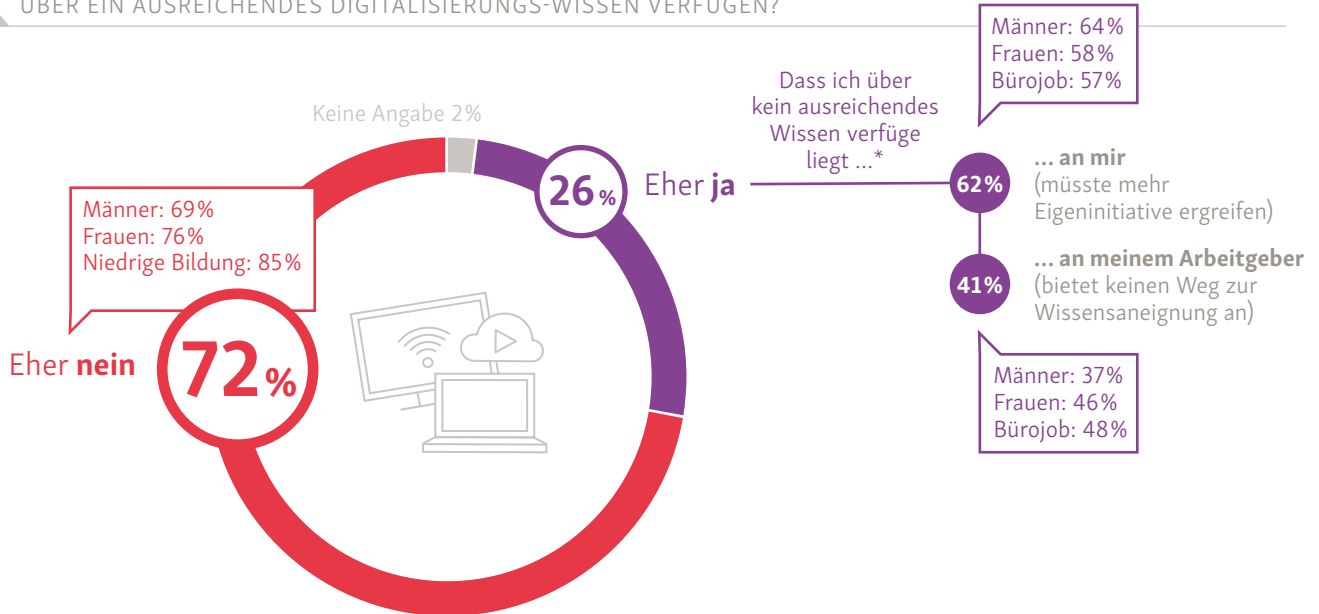
Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung mit Zustimmung (Top2) bei „Beruflicher Erfolg setzt lebenslanges Lernen voraus“ (n=776); Angaben in Prozent



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

BRÄUCHTEN SIE IN IHREM ARBEITSUMFELD MEHR DIGITALE WISSEN UND FÄHIGKEITEN, ALS SIE IM MOMENT BESITZEN? WORAN LIEGT ES IHRER MEINUNG NACH, DASS SIE NICHT ÜBER EIN AUSREICHENDES DIGITALISIERUNGS-WISSEN VERFÜGEN?



Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung (n=982); * Mehrfachnennungen möglich



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

ANEIGNUNG DIGITALE WISSEN IM ARBEITSUMFELD

Lebenslanges Lernen gehört zu den zentralen Faktoren für beruflichen Erfolg, die Notwendigkeit dazu steigt durch die Digitalisierung. Die Fähigkeit, mit den Entwicklungen der Digitalisierung Schritt zu halten, ist aus Sicht der Beschäftigten ebenfalls mit beruflichem Erfolg verknüpft, die Befähigung seitens der Unternehmen findet dabei nicht flächendeckend statt. Dennoch fühlen sich fast drei Viertel der Berufstätigen den aktuellen digitalen Anforderungen gewachsen und sind der Meinung, kein zusätzliches digitales Wissen in ihrem Arbeitsumfeld zu benötigen. Diese Aussage machen überdurchschnittlich oft Berufstätige mit geringerem Digitalisierungsgrad, das trifft auf Beschäftigte mit formal niedriger Bildung zu, aber auch auf Ältere und Frauen. Diese Einschätzung spiegelt den aktuellen Status quo im beruflichen Alltag wider, der auch im Kontext der jeweiligen Tätigkeiten zu sehen ist. Gerade vor dem Hintergrund eines niedrigeren Digitalisierungsniveaus kann diese Selbsteinschätzung trügerisch sein. Möglicherweise können viele Beschäftigte

künftige Anforderungen an digitale Fertigkeiten nicht adäquat einschätzen, womit sie dem Risiko ausgesetzt sind, den Anschluss an die Ansprüche der digitalisierten Berufswelt zu verlieren und ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu schmälern.

JE KOMPETENTER DIE BERUFSTÄTIGEN SIND, UMSO EHER SEHEN SIE DEN BEDARF, IHR WISSEN ZUSÄTZLICH ZU ERWEITERN.

Besonders Berufstätige mit überdurchschnittlichen Kenntnissen der Digitalisierung erkennen bei sich selbst einen höheren Bedarf, dieses Wissen weiter auszubauen. Eine Mehrheit davon sieht tendenziell eher sich selbst in der Pflicht, als die ArbeitgeberInnen. Im Umkehrschluss ist zu vermuten, dass der Bedarf an mehr digitalem Wissen auch in der Gruppe derjenigen höher liegt, die denken, dass ihr Wissen ausreicht. Hier können ArbeitgeberInnen ansetzen und Impulse für mehr Basiswissen geben.

DIGITALISIERUNG IM BERUF: DER ASPEKT DER ENTLASTUNG ÜBERWIEGT, VOR ALLEM ZUKÜNFTIG.

Die Digitalisierung kann im Beruf Entlastung oder auch Belastung bedeuten – manchmal auch beides gleichzeitig. Doch welche Seite überwiegt aus Sicht der Befragten? Und wie schätzen sie die Entwicklung in den nächsten zehn Jahren ein?

Hier gehen die Meinungen auseinander. Zu etwa gleichen Teilen spüren die ArbeitnehmerInnen in Deutschland aktuell positive wie negative Effekte im beruflichen Umfeld durch digitale Technologien. Vor allem die jüngeren ArbeitnehmerInnen nehmen die Entlastung stärker wahr als die älteren. Der mit Abstand größte Anteil der Beschäftigten

vertritt aber eine neutrale Haltung gegenüber der Digitalisierung, aus ihrer Sicht wiegen die Vorteile die Nachteile in etwa auf.

Zwar vermuten mehr Beschäftigte (49 Prozent), dass sich Be- und Entlastung durch die Digitalisierung in ihrem Beruf in den nächsten zehn Jahren die Waage halten werden, als das heute der Fall ist. Gleichzeitig steigt aber auch der Anteil derer, die positive Tendenzen erwarten. Die künftig erwartete Entlastung liegt damit deutlich höher als die aktuell gefühlte. Und umgekehrt gehen weniger Menschen von einer größeren künftigen Belastung aus, als sie sie heute empfinden. Berufstätige mit niedriger formaler Bildung sind dabei etwas negativer eingestellt, Personen in Bürotätigkeiten und junge Generationen sehen die Entwicklungen überdurchschnittlich positiv.

WIE SCHÄTZEN SIE DIE AKTUELLE UND KÜNFTIGE BE- BZW. ENTLASTUNG IN IHREM BERUF DURCH DIE DIGITALISIERUNG EIN?*



Grafik herunterladen

Hier klicken und downloaden

HEUTE

Digitalisierung bei aktueller beruflicher Tätigkeit

Einschätzung

22

Entlastung

43

Weder noch

20

Belastung

14-29 Jahre: 32%
30-49 Jahre: 21%
50+ Jahre: 18%

MORGEN

Digitalisierung in den nächsten zehn Jahren im eigenen Beruf

31

14-29 Jahre: 40%
Niedrige Bildung: 21%
Bürojob: 42%

49

17

Basis: Alle Berufstätigen und Befragten in beruflicher Ausbildung (n=997); Angaben in Prozent

*Ausführlicher Fragetext: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie eher zu: Durch die Digitalisierung spüre ich tendenziell eine Entlastung bei meiner aktuellen beruflichen Tätigkeit oder durch die Digitalisierung muss ich zusätzlich zu meinem fachlichen Wissen weitere Kenntnisse erlernen, das empfinde ich eher als Belastung. Glauben Sie, dass die Digitalisierung in Ihrem Beruf in den nächsten 10 Jahren eher zu einer Entlastung oder Belastung führen wird?

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Initiative D21 e.V.

ANSPRECHPARTNERIN PRESSE

Initiative D21 e.V.

Sabrina Dietrich

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 030/526 87 22 55

presse@initiated21.de

Kantar

Melanie Arens

Public Relations

Telefon 0521/925 76 81

melanie.arenis@kantar.com

PROJEKTLEITUNG UND REDAKTION

Roland Dathe, Initiative D21 e.V.

Lena-Sophie Müller, Initiative D21 e.V.

Stefanie Exel, Kantar

Linda Paul, Kantar

Amelie Herrmann, Kantar

GEFÖRDERT DURCH

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

PREMIUMPARTNER

Allianz Deutschland AG

BARMER

Facebook Germany GmbH

Fujitsu Technology Solutions GmbH

HUAWEI TECHNOLOGIES Deutschland GmbH

PARTNER

Bertelsmann Stiftung

CHG-MERIDIAN AG

ING-DiBa AG

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Microsoft Deutschland GmbH

UNTERSTÜTZER

ADLON Intelligent Solutions GmbH

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit e.V.

PwC Strategy& (Germany) GmbH

Ramboll Management Consulting GmbH

Ricoh Deutschland GmbH

GRAFIK UND DESIGN

mc-quadrat | Markenagentur und Kommunikationsberatung OHG

DRUCK

Stoba-Druck GmbH



