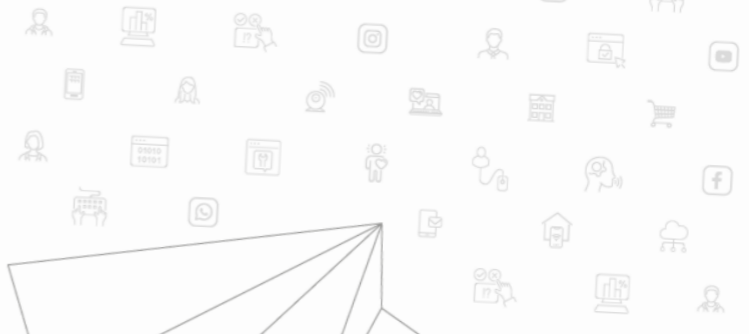




# **DIGITALES LEBEN**

Rollenbilder und Geschlechterunterschiede im Privaten,  
Professionellen und im Zwischenmenschlichen



Geträgt durch:  
Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie  
aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# **DIGITALES LEBEN | #DigitalesLeben**

Studie zu Rollenbildern und Geschlechterunterschieden  
im Privaten, Professionellen und im Zwischenmenschlichen

# Studienziel und Hintergrund

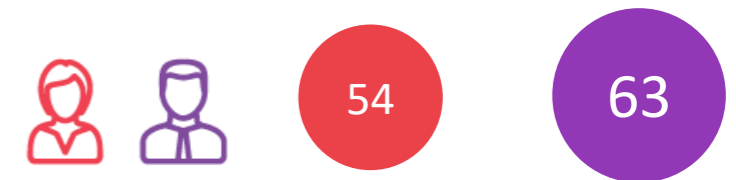
**Hintergrund:** Das Thema Chancengleichheit von Männern und Frauen ist ein anhaltender Diskurs, der auch politisch geführt wird (vgl. z. B. die Veranstaltungsreihe des BMWi „Starke Frauen. Starke Wirtschaft“). Es besteht Bedarf, das Thema der Teilhabe und Chancengleichheit von Männern und Frauen am digitalen Leben weiter zu vertiefen.

**Studienziel:** Die vorliegende Studie hat zum Ziel herauszufinden, wie sich das digitale Leben von Männern und Frauen gestaltet, warum in bestimmten Kontexten Frauen weniger „digital“ zu sein scheinen als Männer, was genau jeweils unter Digitalisierung zu verstehen ist und inwieweit dies bestehende Rollenbilder verstärkt oder konterkariert.

Anteil Internetnutzung in Prozent



Digitalisierungsgrad: Digital-Index in Punkten (100 = höchster Wert)



# Methodik

Die Studie beschreibt methodisch einen Vierklang:

- 1. Sonderauswertung der Ergebnisse des D21-Digital-Index 2019/2020
- 2. Sekundärforschung mit Fokus auf Geschlechter, Rollenbilder und Digitalisierung (inkl. Integration der Studien-Ergebnisse)
- 3. Bewertung und Einordnung der Ergebnisse durch das Kompetenzzentrum Technik-Diversity-Chancengleichheit
- 4. Kommentierung der Ergebnisse durch die multiperspektivische Sichtweise („Expertenstatements“)

Die Studie macht einen thematischen „Deep Dive“ auf Rollenbilder der Geschlechter in drei Lebensbereichen:

- Im Privaten – Zuhause, Familie und Freizeit,
- Im Professionellen – Bildung, Kompetenzen und Beruf
- Im Zwischenmenschlichen – Soziale Medien, Kommunikation und Vorbilder

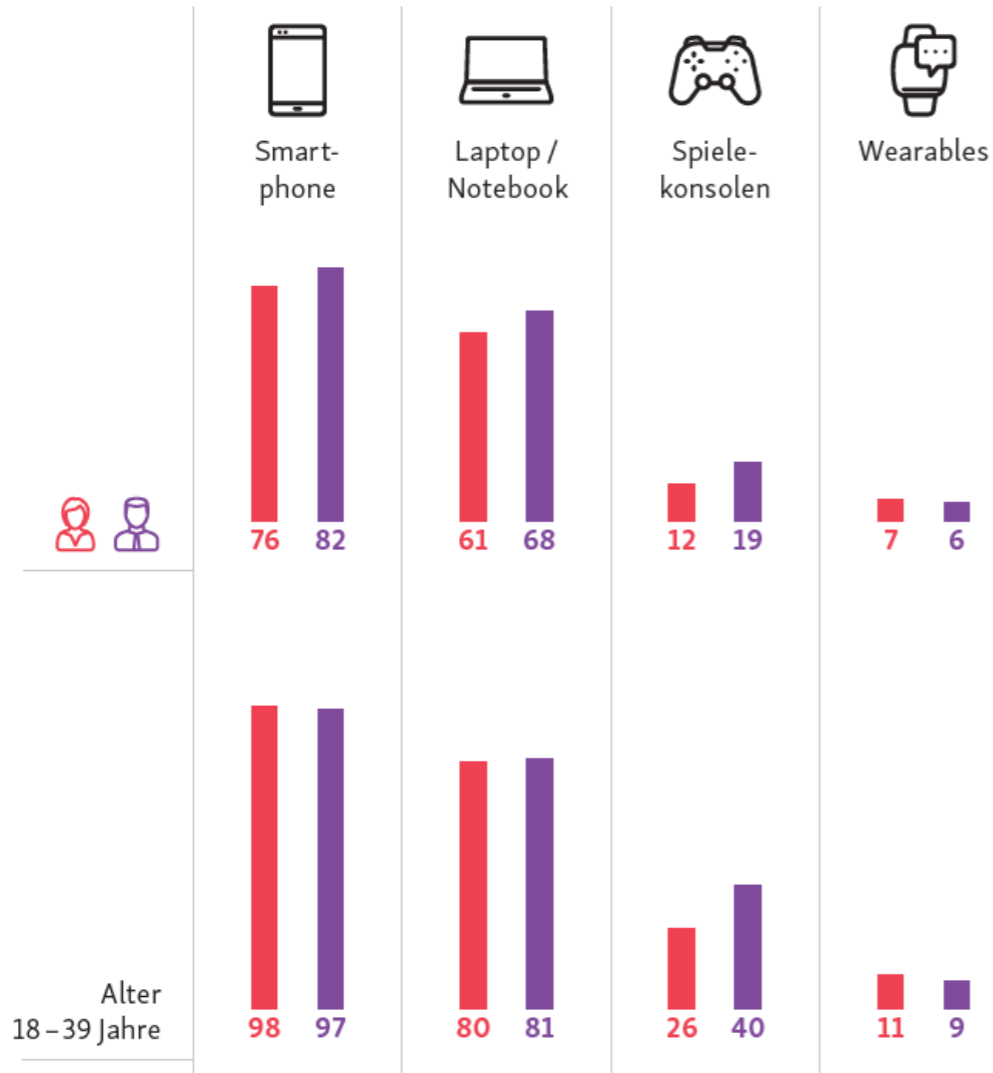


# Im Privaten

Lebensbereich „Zuhause, Familie und Freizeit“



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Gerätenutzung

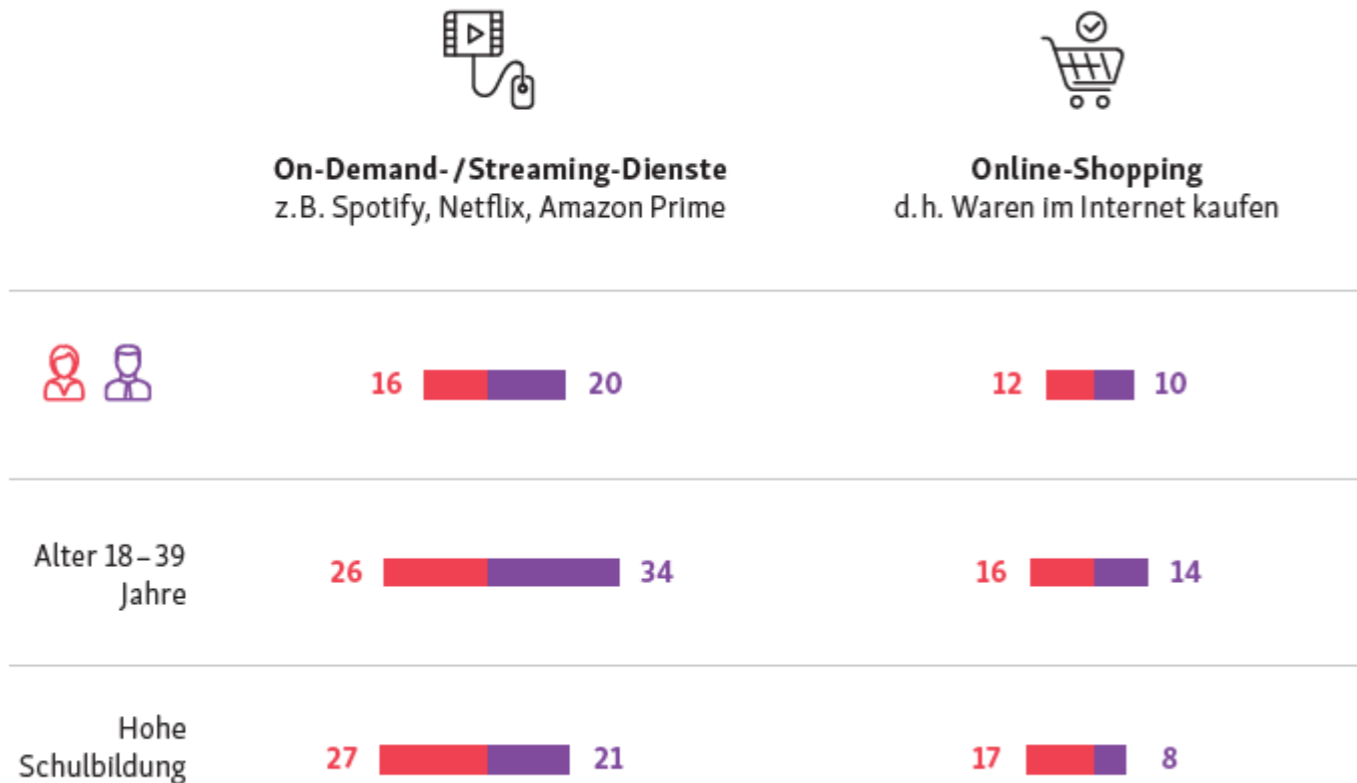


**Auf die gesamte Bevölkerung gesehen nutzen Männer mehr Geräte als Frauen. Betrachtet man nur die jüngeren Generationen der 18 bis 39-Jährigen, gibt es kaum Unterschiede in der Gerätenutzung, hier liegt die Ausstattung insgesamt auf hohem Niveau. Alltags- und Arbeitsgeräte sind gleich verteilt, größere Unterschiede bestehen nur bei den Spielekonsolen.**

Basis: Gesamtbevölkerung / Angaben in Prozent; Anteile Gerätenutzung



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Nutzungsverhalten

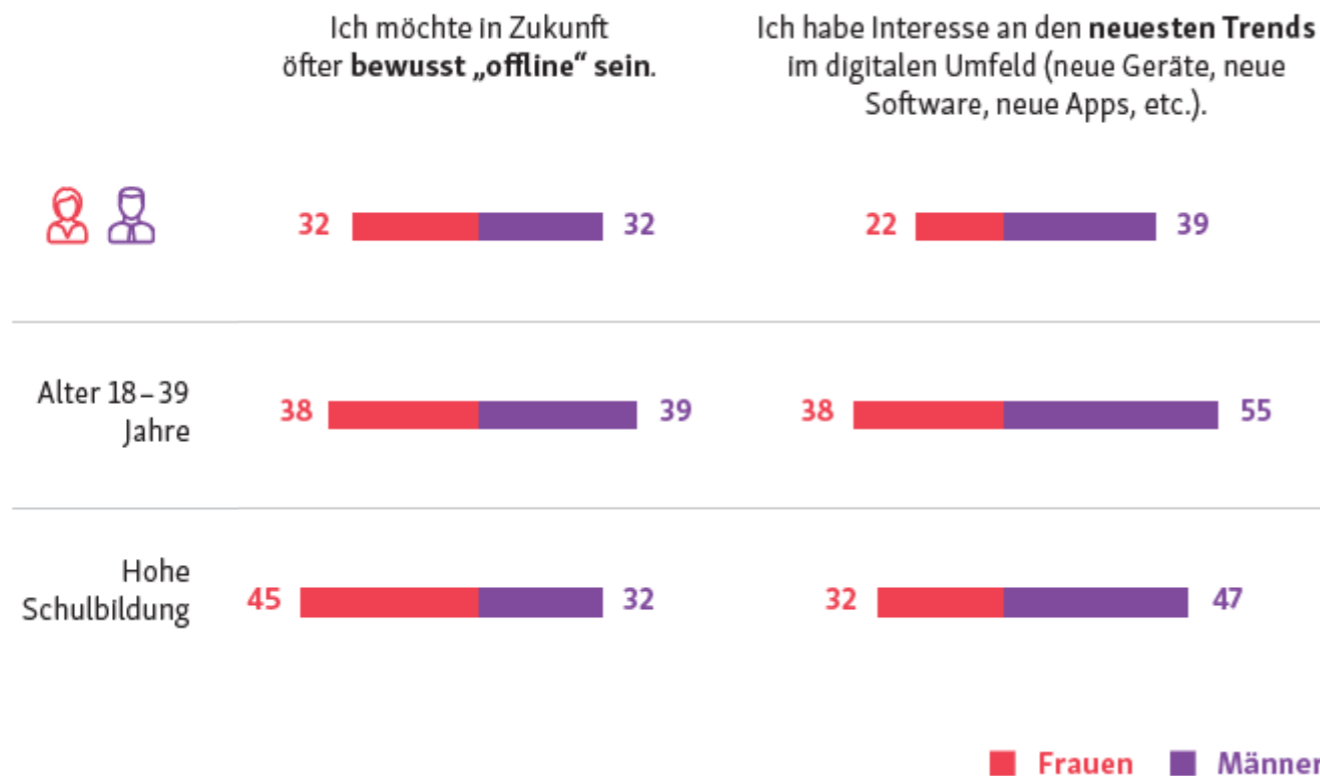


Die intensive Nutzung (ein- oder mehrmals pro Woche) unterscheidet sich anhand verschiedener soziodemografischer Merkmale teilweise erheblich. Frauen mit hoher Schulbildung nutzen die betrachteten Dienste spürbar häufiger als Männer mit gleicher Schulbildung.

Basis: Internetnutzende / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Nutzung ein- oder mehrmals pro Woche“



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Offenheit



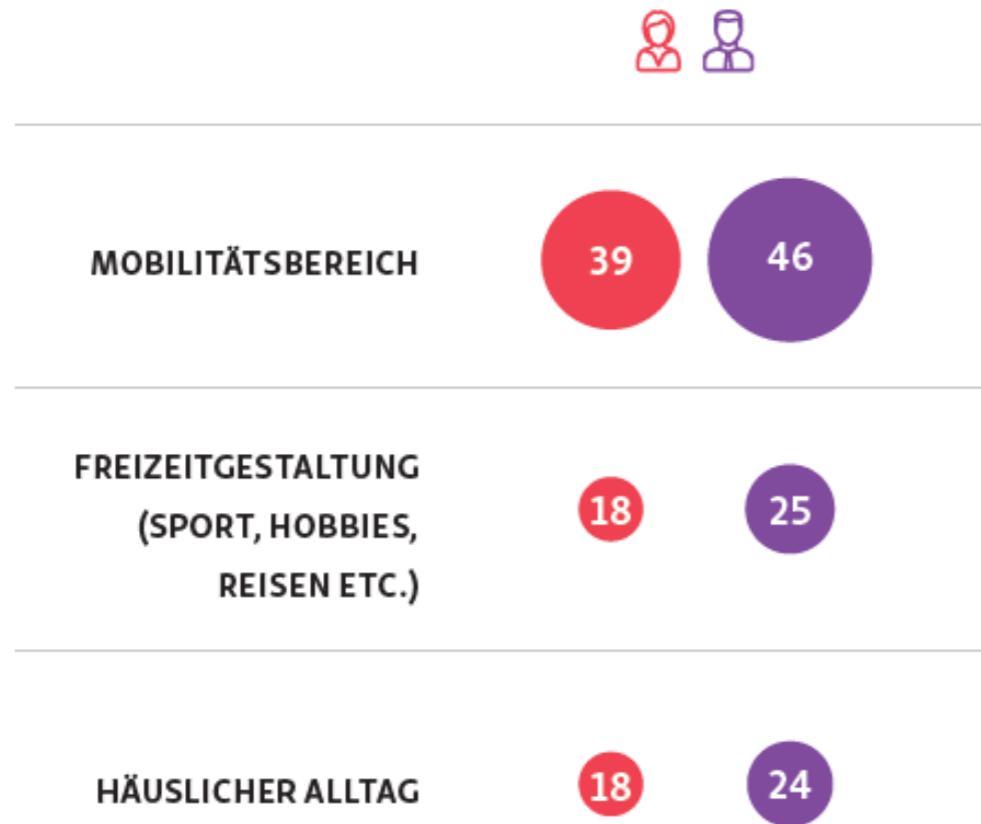
**Männer haben über verschiedene Gruppen hinweg deutlich höheres Interesse an den neuesten Digital-Trends.**

**Der Wunsch nach mehr bewusstem „Offline-Sein“ ist unter den Frauen mit hoher Schulbildung deutlich ausgeprägter als bei Männern mit gleicher Schulbildung.**

Basis: Internetnutzende bzw. Gesamtbevölkerung / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Wohlbefinden bzgl. Veränderung



**Männer stehen den durch Digitalisierung ausgelösten Veränderungen in den Bereichen Mobilität, Freizeit und häuslicher Alltag positiver gegenüber. Insgesamt ist das Wohlbefinden nicht auf hohem Niveau.**

Basis: Alle Befragten, die Veränderungen durch die Digitalisierung in den jeweiligen Lebensbereichen erwarten / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Eher positiv“





## Im Privaten: Fazit

- \_ Insgesamt nutzen Männer das Internet und technische Geräte häufiger und intensiver als Frauen und sind auch offener bzgl. Digitalisierung.
- \_ Die digitale Kluft zwischen Männern und Frauen ist bei Jüngeren und höher Gebildeten ist deutlich kleiner.



# Im Professionellen

Lebensbereich „Bildung, Kompetenzen und Beruf“

# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Nutzung von Office-Programmen

■ Frauen ■ Männer



Alter 18–39  
Jahre

Hohe  
Schulbildung

Office-Programme (z. B. Textverarbeitung,  
Tabellenkalkulation, Präsentationen)

21

33

25

45

39

50

Computernutzung



Alter 18–39  
Jahre

Hohe  
Schulbildung

KOMPETENZEN



Ich kann **Texte/Präsentationen** erstellen/  
Berechnungen mit **Tabellenkalkulations-**  
**programm** durchführen (Word, Excel etc.).

60

67

72

71

83

81

**Männer nutzen häufiger  
regelmäßig Office-  
Programme als Frauen –  
dies gilt besonders stark  
bei den Jüngeren.**

**Bzgl. der Kompetenz in der  
Anwendung von Office-  
Programmen sind Frauen  
und Männer unter den  
Jüngeren und höher  
Gebildeten gleichauf.**

Basis: Computernutzende / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Nutzung ein- oder mehrmals pro Woche“ bzw. Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“

# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Lernangebote und Wissensausbau

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



43 58

Alter 18–39 Jahre

58 71

Hohe Schulbildung

68 62

Insgesamt haben Männer häufiger Interesse daran, ihr Wissen zu digitalen Themen auszubauen. Nur unter den höher Gebildeten herrscht seitens der Frauen etwas öfter Interesse.

Lernangebote über das Internet nutzen über die verschiedenen Gruppen hinweg ähnlich viele Männer wie Frauen.

Frauen Männer



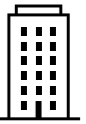
Alter 18–39 Jahre

Hohe Schulbildung

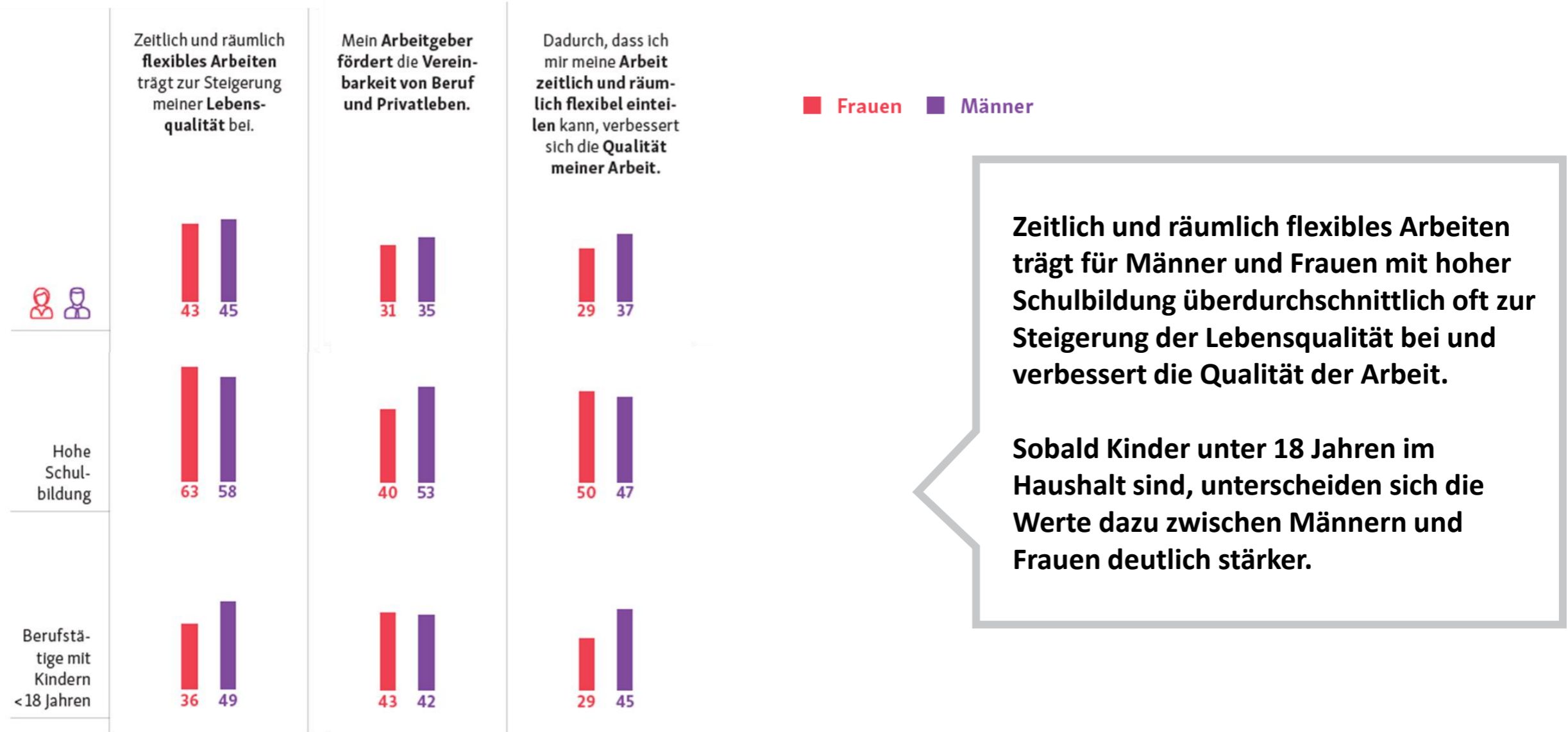
Lernangebote übers Internet nutzen (z. B. Online-Kurse, Webinare, Lernvideos)



Basis: Gesamtbevölkerung bzw. Internetnutzende / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“ bzw. Nutzung generell (unabhängig von der Häufigkeit)



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Aussagen zum Job/Arbeitsplatz



Basis: Berufstätige (inkl. Ausbildung) / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“ bzw. Nutzung generell (unabhängig von der Häufigkeit)



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Offenheit

Digitalisierung bietet die Möglichkeit, beruflich **flexibler** zu sein und damit **Arbeits-/Privatleben besser zu vereinbaren**.



32 47

Alter 18–39  
Jahre

53 65

Hohe  
Schulbildung

49 58

Berufstätige mit  
Kindern <18 Jahre  
im Haushalt

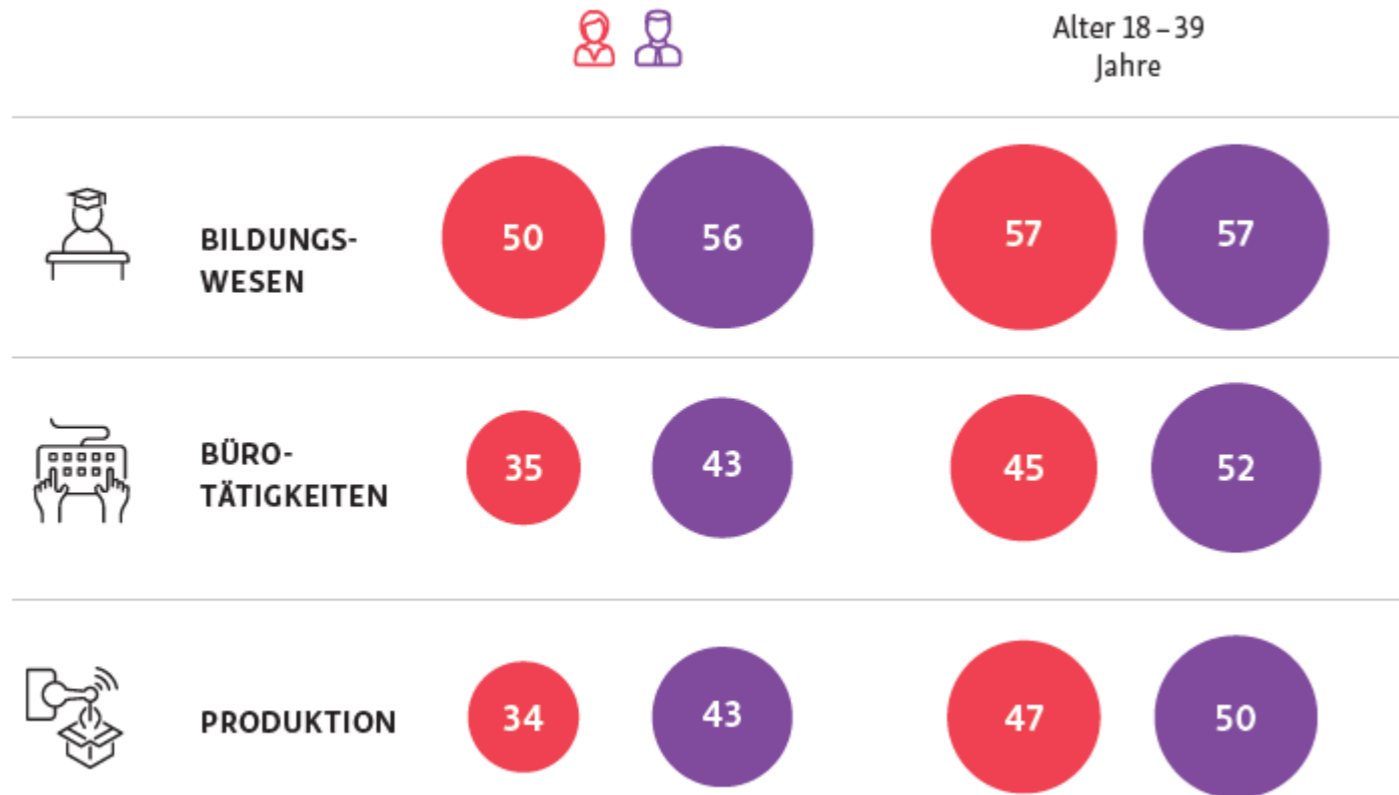
52 62

**Männer sehen in der Digitalisierung durchweg öfter als Frauen die Möglichkeit für eine bessere Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben.**

Basis: Internetnutzende bzw. Gesamtbevölkerung / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Wohlbefinden bzgl. Veränderung



Männer sehen die zu erwartenden Änderungen aufgrund der Digitalisierung in den Bereichen Arbeit und Bildung in der Summe positiver als Frauen, die jüngeren Generationen liegen insgesamt dichter beieinander.

Basis: Alle Befragten, die Veränderungen durch die Digitalisierung in den jeweiligen Lebensbereichen erwarten / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 1 = „Eher positiv“



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Selbsteinschätzung Kompetenzen

## Internetnutzung



Alter 18-39  
Jahre

Hohe  
Schulbildung



Ich kann die **nötigen Sicherheits-  
einstellungen** auf meinen Geräten bzw.  
in meinen Anwendungen **vornehmen**.

51 69

71 78

65 75



Ich stelle aus Datenschutzgründen  
**nur wenige persönliche Daten** ins  
Internet.

74 77

72 72

85 84



Ich kann **seriöse von unseriösen  
Nachrichten** im Internet **unter-  
scheiden**.

57 68

67 78

79 77



Ich kann **Inhalte in soziale Netzwerke**  
(z.B. Facebook, Xing, Twitter, Instagram,  
Google+) **einstellen** ("posten").

62 60

81 82

72 60

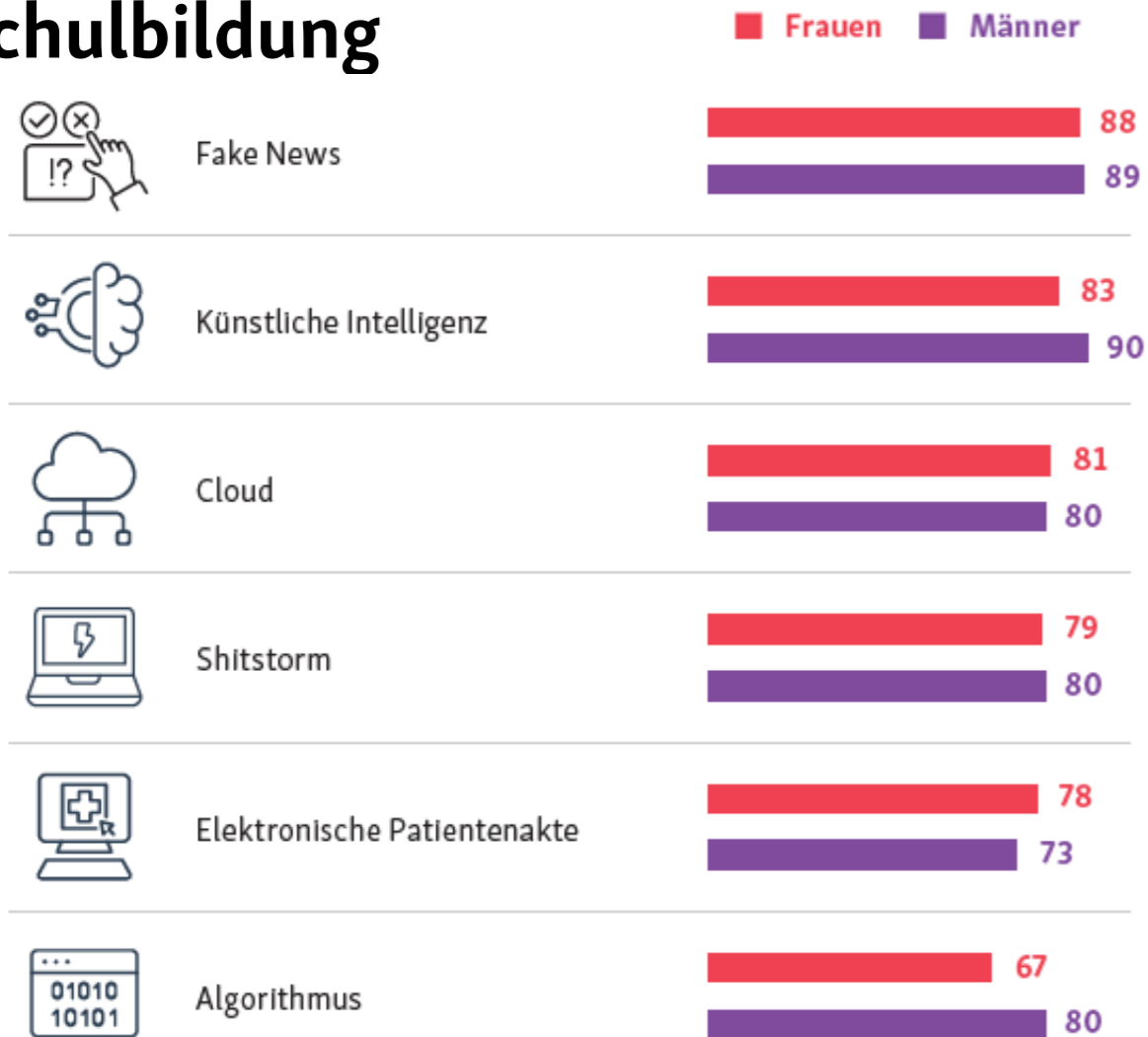
Die Selbsteinschätzung der Kompetenzen ist insgesamt hoch. Unter den höher Gebildeten schätzen sich Frauen bei der Mehrzahl der Anwendungen und Themen etwas kompetenter ein als Männer, große Unterschiede bestehen hier bei der Erstellung von Inhalten in sozialen Medien.

Basis: Internetnutzende / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“



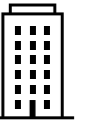


# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Begriffskenntnis bei hoher Schulbildung



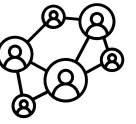
Die Begriffskenntnisse sind bei Frauen und Männern mit hoher Schulbildung insgesamt sehr hoch und bei den meisten Begriffen ähnlich ausgeprägt. Männer geben bei den technischeren Begriffen Künstliche Intelligenz und Algorithmus häufiger an, diese zu kennen, die elektronische Patientenakte hingegen kennen mehr Frauen.

Basis: Befragte mit hoher Schulbildung / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Kann ich erklären“ und „Weiß in etwa, was es bedeutet“



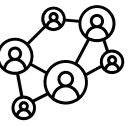
# Im Professionellen: Fazit

- \_ Die Einschätzung der eigenen Digitalkompetenzen ist bei Männern insgesamt größer als bei Frauen, unter den höher Gebildeten gleichen sich diese an.
- \_ Frauen sehen deutlich seltener Chancen und Vorteile von Homeoffice und Digitalisierung im Beruf als Männer.



# Im Zwischenmenschlichen

Lebensbereich „Soziale Medien, Kommunikation und Vorbilder“



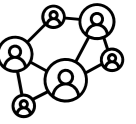
# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Nutzung sozialer Medien



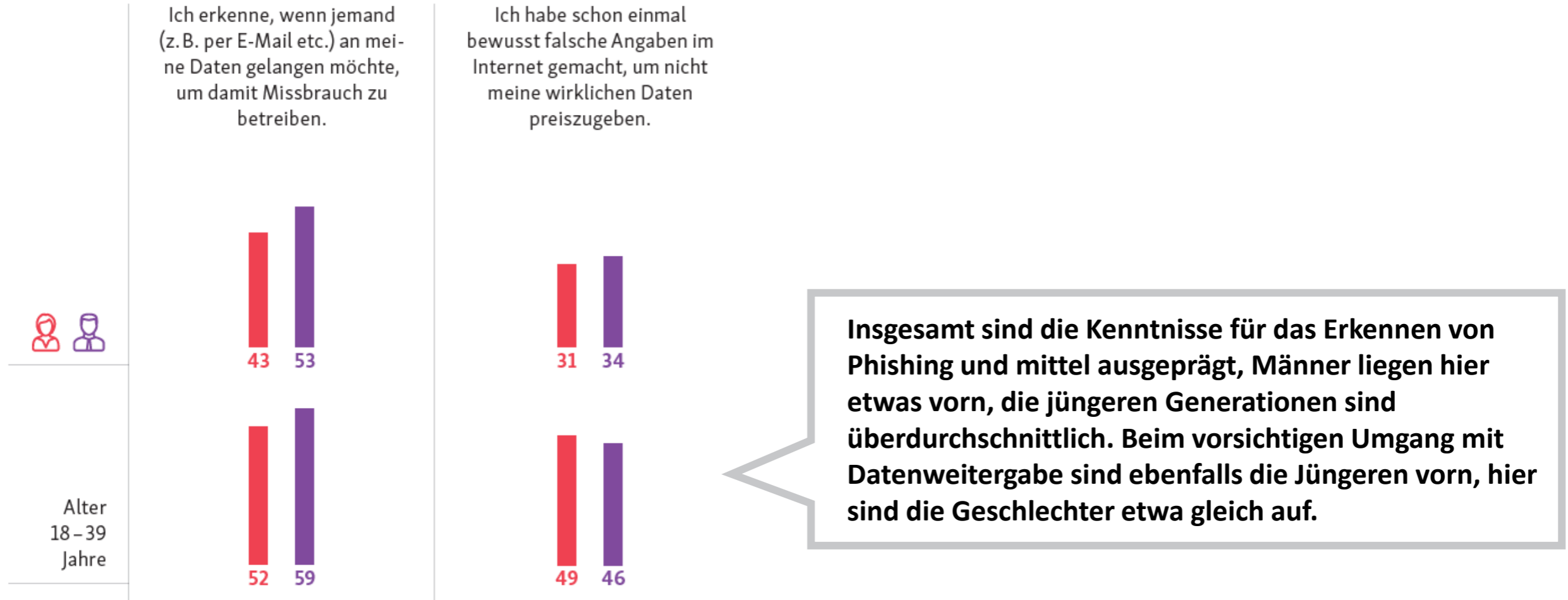
Frauen sind insgesamt aktiver bei der Nutzung privat oder kommunikativ orientierter Netzwerke, YouTube nutzen Männer etwas stärker.

Die erhöhte Nutzung von Instant-Messaging-Diensten bei der Altersgruppe 65+ scheint ein Indiz dafür zu sein, dass ein unmittelbarer Nutzen (in diesem Fall z. B. die Kommunikation mit Kindern und Enkelkindern über WhatsApp) ein starker Treiber für eine breite Akzeptanz der Dienste sein kann.

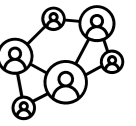
Basis: Internetnutzende/ Angaben in Prozent



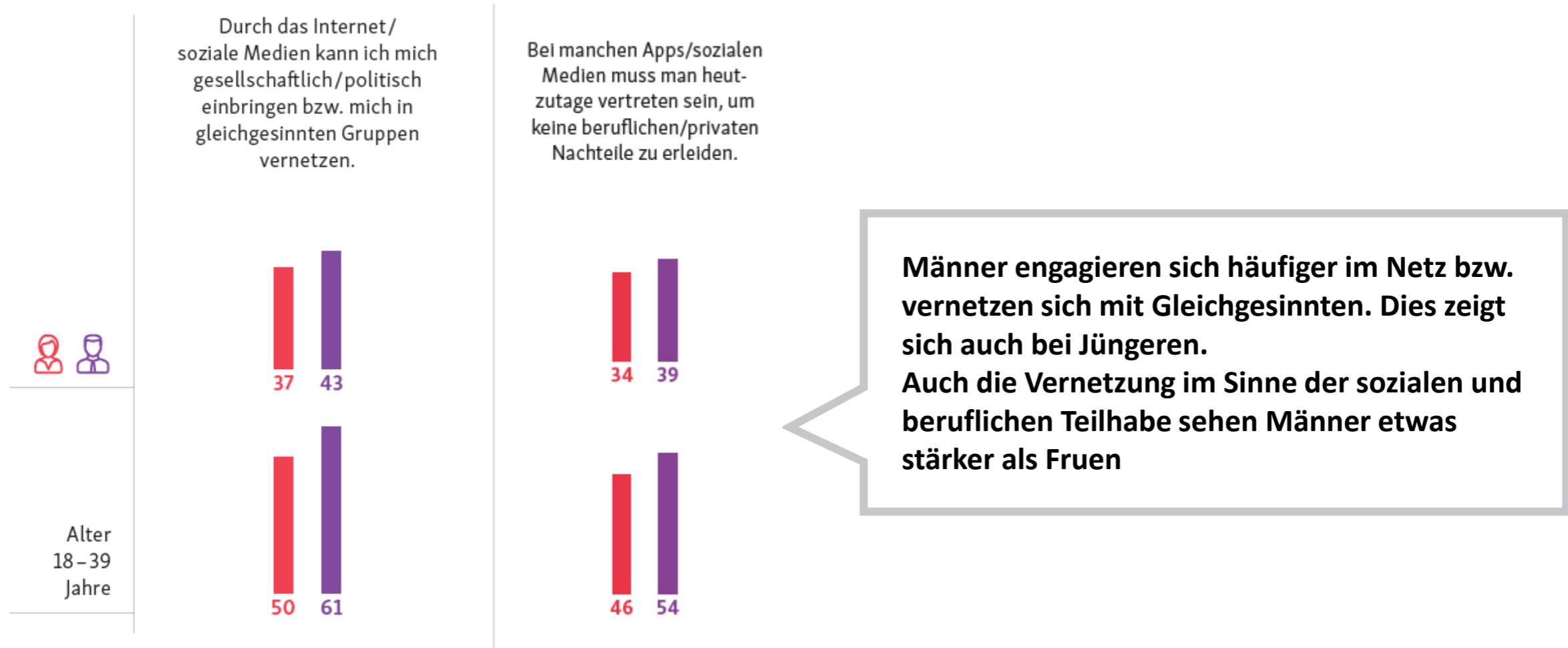
# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Offenheit



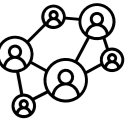
Basis: Internetnutzende/ Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Vernetzung



Basis: Gesamtbevölkerung / Angaben in Prozent; Darstellung der Top 2 = Summe aus „Stimme voll und ganz zu“ und „Stimme eher zu“



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Rollenbilder in Social Media – Blick auf 14- bis 32-Jährige

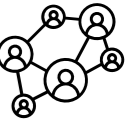
## THEMEN DER VORBILDER BEI SOCIAL MEDIA



**Die Themen der Profile und InfluencerInnen, denen junge Frauen und Männer folgen, unterscheiden sich deutlich: Junge Frauen folgen häufiger Accounts, die Äußerlichkeiten thematisieren.**

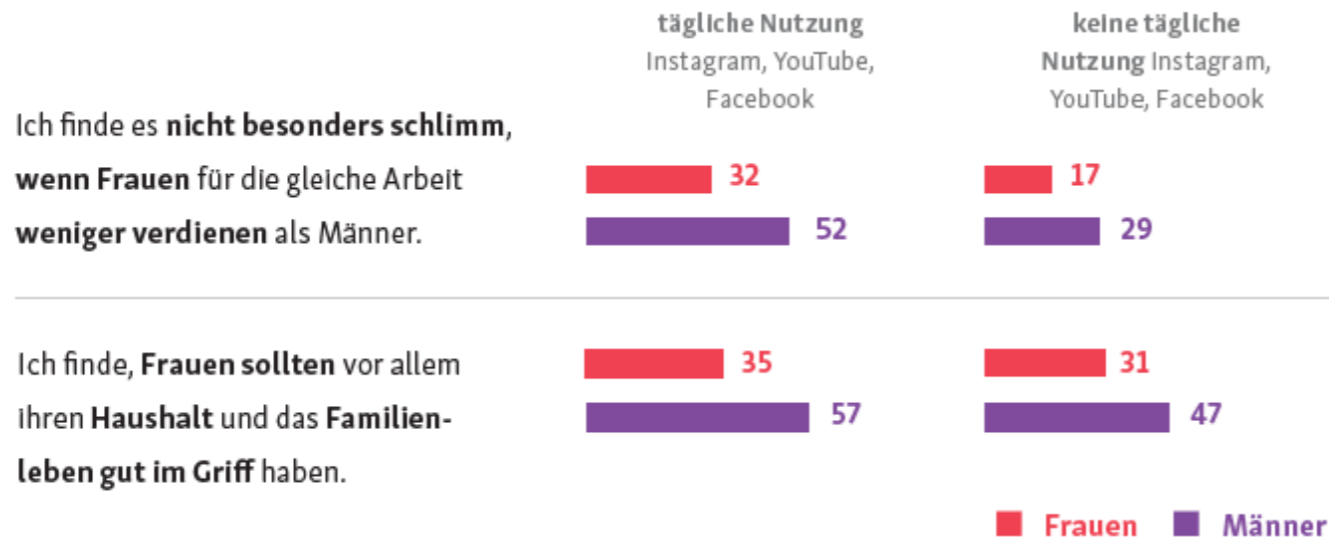
BASIS: 14-32-Jährige (Frauen: n=500; Männer: n=500) [Studie von Plan International Deutschland e.V.]

Basis: 14–32-Jährige / Angaben in Prozent [Eigene Darstellung in Anlehnung an Plan International Deutschland e.V.]



# Lagebild der Digitalen Gesellschaft: Rollenbilder in Social Media – Blick auf 14- bis 32-Jährige

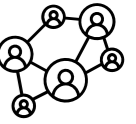
## PERSÖNLICHE EINSTELLUNG DER FRAUEN/MÄNNER ZU ROLLENBILDERN



**Junge Menschen, die täglich Social Media nutzen, stimmen Aussagen zu klassischen Rollenbildern stärker zu als diejenigen, die es nicht täglich nutzen.**

Basis: 14–32-Jährige / Angaben in Prozent [Eigene Darstellung in Anlehnung an Plan International Deutschland e.V.]





# Im Zwischenmenschlichen: Fazit

- \_ Frauen sind z. T. deutlich aktiver in den sozialen Medien.
- \_ Soziale Medien sehen insbesondere die Jüngeren als Möglichkeiten zum politischen und gesellschaftlichen Engagement, insgesamt nutzen dies mehr Männer für sich
- \_ Frauen und Männer folgen unterschiedlichen stereotypen Rollenbildern in den sozialen Medien.



# Interpretation und Handlungsempfehlungen

# Interpretation und Handlungsempfehlungen

(für ausführlichere Handlungsempfehlungen siehe Publikation Seite 50-51 sowie im Anschluss an die Kapitel)

Innerhalb bestimmter Gruppen (v.a. bei den Jüngeren und höher Gebildeten) verschwinden die Geschlechterunterschiede (teilweise deutlich).

→ **Rollenbilder und Klischees thematisieren und aufbrechen**

Ein großer Teil der vorhandenen Geschlechterunterschiede beim digitalen Leben ist auf die Mehrfachbelastung insbes. von Frauen zurückzuführen.

→ **Neue, moderne Vorbilder und alternative Entwürfe aufzeigen**

Für Frauen sind Nutzen und Benutzerfreundlichkeit wichtige Motivatoren für Offenheit und Nutzung digitaler Anwendungen.

→ **Gender Data Gap überwinden**

Frauen trauen sich im Digitalen weniger zu als Männer.

→ **Kompetenzrahmen speziell für bestimmte (Berufs-)Gruppen entwickeln**

Frauen sind z. T. deutlich aktiver in den sozialen Medien mit oftmals traditionellen Rollenbildern.

→ **Moderne Konzepte und Initiativen fördern, die Kindern und Jugendlichen andere Perspektiven und Lebensmodelle näher bringen**

# Pressekontakt

**Initiative D21 e. V.**

Roland Dathe

030 5268722-58

[presse@initiated21.de](mailto:presse@initiated21.de)