

**INITIATIVE D21**  
Gemeinsam für die Digitale Gesellschaft

Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest

# D21 - Digital - Index

Auf dem Weg in ein  
digitales Deutschland?!

Mit freundlicher Unterstützung von:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie

Der IT-Beauftragte  
der Bayerischen Staatsregierung



OnlinerlandSaar



TNS Infratest



Wolters Kluwer



**FIDUCIA**  
Ihr IT-Partner

**Fraunhofer**  
IUK-TECHNOLOGIE

**ipima**  
Institute for public information management

**kompetenzzentrum**  
TECHNIK • DIVERSITY • CHANCENGLEICHHEIT

**TEXAS**  
INSTRUMENTS



# Inhalt

Vorwort – Initiative D21	4
Vorwort – Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie	5
Vorwort – Der IT-Beauftragte der Bayerischen Staatsregierung	6
Vorwort – Initiative »Onlinerland Saar«	7
Vorwort – Wolters Kluwer Deutschland	8
Ergebnisse im Überblick	10
Hintergrund und Ziel	14
<hr/>	
<b>(N)ONLINER Atlas</b>	16
Internetnutzung in Deutschland	18
Breitbandnutzung in Deutschland	24
Erkenntnisse und Empfehlungen	28
Methodensteckbrief	28
<hr/>	
<b>D21 - Digital - Index</b>	30
Einführung D21 - Digital - Index	32
D21 - Digital - Index in Deutschland	34
D21 - Digital - Index in Bayern	38
D21 - Digital - Index im Saarland	40
Erkenntnisse und Empfehlungen	42
Methodensteckbrief	42
<hr/>	
<b>Digitale Gesellschaft</b>	44
Einführung Segmentierung und Nutzertypen	46
Nutzertypen im Vergleich	48
Nutzertypen im Detail	50
Nutzertypen im Vergleich in Bayern	62
Nutzertypen im Vergleich im Saarland	64
Erkenntnisse und Empfehlungen	66
Methodensteckbrief	66
<hr/>	
<b>Sonderthemen</b>	68
Gründe für Nichtnutzung des Internets	70
Wissensaneignung und Weiterbildung	72
<hr/>	
Impressum	74

# Der neue D21 - Digital - Index zeigt den Digitalisierungsgrad Deutschlands auf einen Blick

## Initiative D21

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser, Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Bundesministerien, Landesministerien und D21-Mitgliedsunternehmen erarbeiteten gemeinsam das Konzept unserer neuen Publikation. Damit liegt nun das umfassendste Werk zum Digitalisierungsgrad Deutschlands vor: der D21-Digital-Index. Das Ziel ist es, einen 360-Grad-Blick auf den aktuellen Stand der Digitalisierung in Deutschland und der Bundesländer zu geben. Zusätzlich haben wir die neuen digitalen Trends – insbesondere die zunehmende Relevanz von mobilen Applikationen – mit aufgenommen. Das Ergebnis ist eine aktualisierte Segmentierung der »Digitalen Gesellschaft« mit sechs neuen Nutzertypen, die auf Seite 47 dargestellt sind: Außenstehender Skeptiker, Häuslicher Gelegenheitsnutzer, Vorsichtiger Pragmatiker, Reflektierter Profi, Passionierter Onliner und Smarter Mobilist.

Jeder Bürger sollte die Möglichkeit haben, sich mit Chancen und Vorteilen der digitalen Gesellschaft auseinander zu setzen. Ein erster Schritt ist der Zugang zum Internet. Um Ansatzpunkte für zielgruppenspezifische Fördermaßnahmen zu identifizieren, analysieren wir seit 2001 mit Hilfe des (N)ONLINER Atlas Onliner, Offliner und Nutzungsplaner. Hier zeigt sich eine erfreuliche Entwicklung von 37,0 Prozent Onlinern innerhalb der deutschen Wohnbevölkerung in 2001 auf 76,5 Prozent in 2013. Seit zwei Jahren stagniert der Onliner-Anteil: Die Zahl ist in diesem Zeitraum nur noch geringfügig um jeweils 0,9 Prozentpunkte pro Jahr gewachsen. Doch durch den bloßen Zugang ist der einzelne Nutzer noch lange nicht souverän, kompetent und selbstbestimmt im Umgang mit den digitalen Medien. Die diesjährige Untersuchung zeigt, dass aktuell 28,9 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer zur Gruppe der Außenstehenden Skeptiker gehören. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass lediglich 20,6 Prozent dieser Gruppe aktuell das Internet nutzen.

Im D21-Digital-Index führen wir nun die oben genannten Ergebnisse zur Nutzung des Internets und der digitalen Medien zusammen. Eine einzige Zahl spiegelt den Stand der Digitalisierung in Deutschland wider – eine Maßzahl, die

für alle relevanten Entscheider aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft eine neue Zielgröße definiert. Der aktuelle D21-Digital-Index für Deutschland beträgt 51,2 Punkte. Somit hat Deutschland einen mittleren Digitalisierungsgrad erreicht. Betrachten wir die Werte der Subindizes, so sehen wir, dass Deutschland beim »Digitalen Zugang« mit 54,2 Punkten sowie bei der »Digitalen Offenheit« mit 53,9 Punkten die höchsten Werte erreicht. Im Bereich »Digitale Nutzung« zeigt sich mit 40,3 Punkten ein unterdurchschnittlicher Wert.

Die Voraussetzungen sind in den einzelnen Bundesländern und Regionen nicht einheitlich. Wir hoffen, dass der D21-Digital-Index einzelnen Bundesländern genauso wie Gesamtdeutschland hilft, konkrete Maßnahmen zur Förderung der digitalen Gesellschaft zu entwickeln. Als Initiative D21 stehen wir als Plattform für einen Gedankenaustausch von Best-Practice-Beispielen und kreativen Lösungsvorschlägen gerne zur Verfügung. Wir hoffen auf eine rege Diskussion rund um den D21-Digital-Index und freuen uns schon auf die nächste Runde – mit Ihrer Unterstützung und Ihren Ideen!

### Hannes Schwaderer

Präsident der Initiative D21  
Geschäftsführer Intel GmbH



### Robert A. Wieland

Vizepräsident der Initiative D21  
Geschäftsführer TNS Infratest GmbH



## Vorwort von Dr. Philipp Rösler Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

Internetbasierte Anwendungen und vernetzte Produkte werden immer stärker zum Innovationsmotor für Wirtschaft und Gesellschaft. Umso wichtiger ist es, dass möglichst viele Menschen mit den neuen Technologien umgehen können und die digitale Gesellschaft aktiv mitgestalten.

Der neue D21-Digital-Index und die vorliegende Studie machen deutlich, wie weit wir auf diesem Weg inzwischen schon vorangekommen sind. Sie setzen die bewährten Zeitreihen des (N)ONLINER Atlas und der Studie »Digitale Gesellschaft« mit ihren wichtigsten Daten fort und sorgen so für die nötige Kontinuität. Mit neuen Inhalten und einer erheblich erweiterten Befragung geht die hier vorgestellte Studie zugleich deutlich über den bisherigen Rahmen hinaus und erlaubt damit ein noch umfassenderes Bild. Dazu gehört neben der erstmaligen direkten Beteiligung der Bundesländer auch ein genauerer Blick auf die Unternehmenspraxis.

Insgesamt nutzen heute bereits 76,5 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahre das Internet. Das ist ein gutes Ergebnis. Deutliche Zuwächse gab es insbesondere auch bei Bevölkerungsgruppen mit bislang weit unterdurchschnittlicher Internet- und Breitbandnutzung. Auch ältere Mitbürgerinnen und Mitbürger holen sichtbar auf: Die 60- bis 69-Jährigen verzeichnen in diesem Jahr den größten Zuwachs bei den Onlinern.

Deutschland ist also auf einem guten Weg in die digitale Gesellschaft. Auch in Zukunft kommt es darauf an, dass wir alle Potenziale erschließen. Mit dem Innovationskonzept »Lust auf Technik« und dem Aktionsprogramm »Digitale Wirtschaft« haben wir im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie deshalb erst kürzlich zwei neue Initiativen gestartet, um die Chancen des digitalen Zeitalters noch besser zu nutzen.

Die vorliegende Studie leistet dafür einen wichtigen Beitrag. Sie schärft den Blick dafür, wie wir die Chancen von Internet und Breitband in Deutschland voll ausschöpfen können.

**Dr. Philipp Rösler**

Bundesminister für  
Wirtschaft und Technologie



# Bayern macht mobil!

## Der IT-Beauftragte der Bayerischen Staatsregierung

Unsere digitale Gesellschaft, die Wirtschaft und auch die Verwaltung sind von Informations- und Kommunikationstechnologien durchzogen und zunehmend von diesen abhängig. Moderne IT-Systeme, die fortschreitende Digitalisierung und das mobile Internet sind entscheidende Faktoren der gesellschaftlichen Entwicklung und bringen Produktivitäts- und Effizienzsteigerungen in fast allen Branchen. Die Geschwindigkeit mit der diese Entwicklungen voranschreiten, ist dabei beeindruckend.

Im Freistaat Bayern werden E-Government-Angebote für unsere Bürger mit dem Ziel konzipiert, ihnen das Leben zu erleichtern. Zudem werden unsere Verwaltungsprozesse durch die IT-Unterstützung effizienter. Auch im Social-Media-Bereich sind wir in der Landesregierung aktiv. Wir fühlen uns den Anforderungen der digitalen Verwaltung gewachsen und fördern diese auch weiterhin.

Aber wie sieht es bei den Bürgerinnen und Bürgern aus? Finden sich diese im digitalen Leben gut zurecht? Wen erreichen wir mit unseren Aktivitäten? Wie können wir unsere Bürger ansprechen? Diese Fragen zeigen, dass der Bedarf an fundierten Fakten so hoch wie nie zuvor ist – empirisch belegte Kennzahlen helfen uns, an den richtigen Stellschrauben zu drehen.

Der D21-Digital-Index gewährt uns erstmals Einblick in den Digitalisierungsgrad Deutschlands und Bayerns. Zusätzlich können wir durch die Analyse der Subindizes Ansatzpunkte für konkrete Schwerpunktsetzungen finden, z.B. im Hinblick auf spezifische Fördermaßnahmen. Mit 51,2 Punkten liegt Bayern genau auf dem Bundesniveau. Besonders erfreulich ist dabei, dass unsere Bürgerinnen und Bürger im Vergleich zum Bundesdurchschnitt häufiger mobil im Internet unterwegs sind. Allerdings, und so zeigen es auch die Daten, haben wir noch ein gutes Stück der Wegstrecke ins »Digitale Bayern« vor uns.

Mit einem Index von 50,2 Punkten bei der »Digitalen Kompetenz« liegt Bayern gleichauf mit Deutschland (50,3 Punkte). Das Wissen der Bürgerinnen und Bürger in

Bayern in Bezug auf digitale Themen und ihre Medienkompetenz bewegen sich also auf einem mittleren Niveau. Ebenfalls im Bundesdurchschnitt liegen wir mit der »Digitalen Nutzung« (40,0 Punkte). Was mich sehr freut ist, dass wir in Bayern der digitalen Welt auch sehr offen gegenüberstehen (53,2 Punkte).

D.h. aber nicht, dass wir uns mit diesem Ergebnis zufrieden geben. Die Typen der Digitalen Gesellschaft zeigen, dass wir uns insbesondere um die Förderung der »Außenstehenden Skeptiker« und »Häuslichen Gelegenheitsnutzer« kümmern müssen und werden, damit auch diese an den Chancen und Möglichkeiten der digitalen Welt teilhaben können. Unsere Aktivitäten bzw. zielgruppenspezifischen Maßnahmen wie z.B. das Projekt »Digitales Bildungsnetz Bayern« oder das Breitbandförderprogramm sollen in den nächsten Jahren wesentliche Entwicklungsschübe geben, um die digitale Souveränität und die Zugangsvoraussetzungen unserer Bürger weiter zu optimieren. Dies halte ich für eines der vordringlichsten politischen Zielsetzungen, um unsere Gesellschaft fit im Umgang mit digitalen Medien zu machen und so weiter eine innovative Triebfeder für den Wirtschaftsstandort Bayern zu gewährleisten. Ich wünsche Ihnen nun eine angenehme Lektüre mit vielen interessanten Erkenntnissen.

Ich möchte der Initiative D21 und ihren Partnern zu diesem äußerst gelungenem Standardwerk danken und gratulieren. Ich freue mich, diese einmalige Kooperation auch in Zukunft weiter zu unterstützen, um immer wieder neue Impulse für die Zukunft zu generieren.

**Franz Josef Pschierer**

Beauftragter für Informations- und Kommunikationstechnik der Bayerischen Staatsregierung



## Unsere Initiative zur Internetnutzung zeigt Erfolg

### Initiative »Onlinerland Saar«

Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung gilt das Saarland als Sorgenkind bei der Internetnutzung: Die ländliche Prägung, die Abwanderung junger Akademiker und die älter werdende Bevölkerung sind keine guten Voraussetzungen, um mit den Internet-Nutzerzahlen anderer Bundesländer mithalten zu können.

Daher freue ich mich besonders, dass im Saarland – im Gegensatz zum bundesweiten Trend – mit einem deutlichen Plus von 2,9 Prozentpunkten ein überdurchschnittliches Wachstum an Internetnutzern zu verzeichnen ist. Während die Zuwachsraten in Deutschland stagnieren, münden unter anderem die Bemühungen der saarländischen Internet-Kampagne »Onlinerland Saar«\* in einen deutlichen Anstieg der Nutzerzahlen. Auch der technische Ausbau schreitet überproportional deutlich voran, mit einem Plus von 3,5 Prozentpunkten bei der Breitbandnutzung. Zum Vergleich: Bundesweit liegt der Zuwachs an Breitbandnutzern nur bei 1,2 Prozentpunkten.

Unter den Nutzertypen ist mit 35,3 Prozent besonders häufig der »Außenstehende Skeptiker« im Saarland vertreten – vor dem Hintergrund der demografischen Situation kein unerwartetes Ergebnis. Diese Nutzergruppe zeichnet sich dadurch aus, dass lediglich jeder fünfte Erfahrung mit dem Internet hat und sie der digitalen Welt grundsätzlich skeptisch und vorsichtig gegenüber stehen. Allerdings liegt das Saarland auch bei den »Reflektierten Profis« mit 20,6 Prozent signifikant über dem Bundesdurchschnitt. Dieser Nutzertyp setzt sich proaktiv und kritisch mit dem Internet auseinander und kauft gern online ein, wobei er bevorzugt sein Notebook benutzt.

Saarlandweit wie bundesweit nach wie vor bedeutsam ist die Ansprache der Personen, die das Internet (noch) nicht nutzen. Um insbesondere Frauen, Ältere und Menschen in kleineren Orten gezielt ansprechen zu können, begrüße ich die Erweiterung der Studie D21-Digital-Index um die Gründe der Nichtnutzung sehr. Zuversichtlich stimmt mich das Ergebnis, dass die Menschen im Saarland der digitalen Welt sehr aufgeschlossen gegenüberstehen.

Für die Zukunft wünsche ich mir, dass noch mehr Saarländerinnen und Saarländer das Internet für sich entdecken. Zahlreiche Initiativen, unter ihnen »Onlinerland Saar«, arbeiten engagiert darauf hin, die eher zurückhaltenden Internetnutzer gezielt anzusprechen, ihnen die entsprechende Medienkompetenz zu vermitteln und ihr Internetwissen kompetent zu erweitern.

\* »Onlinerland Saar«, ein Projekt vom MedienNetzwerk SaarLorLux e.V. und der Landesmedienanstalt Saarland, gefördert durch die saarländische Landesregierung und die Europäische Union, führt bei der Internetnutzung benachteiligte Personengruppen in zielgruppengerechten kostenlosen Kursen an das Internet heran.

**Dr. Gerd Bauer**

Vorsitzender des  
MedienNetzwerk SaarLorLux e.V.

Direktor der Landesmedienanstalt Saarland



## Die letzte Hürde nehmen

Wolters Kluwer Deutschland

16,5 Millionen Bundesbürger nutzen das Internet nicht. Es scheint, dass diese Gruppe nach einem Nutzerwachstum von weniger als ein Prozent pro Jahr nicht mehr wesentlich kleiner wird. Diese Bundesbürger sind unerreichbar für die politische Meinungsbildung, behördliche Prozesse, Produktangebote – sofern diese im Internet stattfinden. Solange es weiterhin möglich ist, den Anwohnerparkausweis persönlich am Schalter zu bestellen oder solange die Bank das ausgefüllte Überweisungsformular in der Papierform entgegennimmt, wird ein Großteil der Nichtnutzer des Internets ohne weitere Maßnahmen auch offline bleiben. 44,1 Prozent dieser Gruppe sieht noch heute grundsätzlich keinen Nutzen oder Vorteil im Internet. Die verbleibende Gruppe der Nichtnutzer sieht zwar einen Nutzen – aber nutzt das Internet nicht selbst. 64,2 Prozent der Nichtnutzer geben an, dass Kinder, Freunde oder Bekannte Dinge für sie im Internet erledigen. Die Gründe offline zu bleiben sind damit vielfältig. Etwa 51,2 Prozent sehen das Internet als ein Angebot, mit dem sie sich altersbedingt nicht mehr auseinandersetzen wollen. 80,2 Prozent der Nutzungsplaner hindern vor allem Datenschutzbedenken und 54,7 Prozent Sicherheitsbedenken daran, online zu gehen. Diese Gruppe der Nutzungsplaner holt sich mit 90,3 Prozent fast vollständig Unterstützung bei der Internetnutzung und erkennt daher das Angebot im Netz als vorteilhaft an. Es gibt aber auch 28,6 Prozent der Nichtnutzer, die bewusst wieder Offline gegangen sind.

Insgesamt legen die Ergebnisse zunächst nahe, es könnte immer einen Sockel von Nichtnutzern geben. Man könnte damit zum Schluss kommen, es dabei auch zu belassen, würde diese Offline-Minderheit nicht zunehmend zum Kostenfaktor mit Produktivitätsnachteilen für unsere Volkswirtschaft. Wenn zum Beispiel der Beamte beim Ordnungsamt den Antrag für den Parkausweis vom eingereichten Formular für eine Minderheit der Antragsteller abtippen muss, wird das Problem erst deutlich. Das mit gleichzeitiger Schuldenrückführung dynamisch wachsende Estland zum Beispiel – dem deutschen Online-Bürger als Gründungsheimat von Skype bekannt – korreliert mit einer Onlinerquote seiner Bevölkerung bei nahezu 100 Prozent

und macht das Produktivitäts- und Innovationspotenzial einer digitalen Gesellschaft sehr deutlich. Mit Blick auf die Neuverschuldungsproblematik unserer öffentlichen Hand aber, gilt es, alle Produktivitätspotenziale auch voll auszuschöpfen.

Politische Mehrheiten lassen sich mit Angstthemen, wie etwa dem Datenschutz, leicht schaffen. Nutzen für Deutschland stiftet aber vor allem der besonnene Umgang mit den kritischen Fragen zur Internetnutzung. Dies sollte durch Kampagnen für eine qualifizierte Aufklärung begleitet werden, wie es sich eben die Initiative D21 zum Ziel gesetzt hat. Die genannten Gründe für eine Nichtnutzung des Internet jedenfalls zeigen auf, dass die verbleibende Minderheit der Offliner in Deutschland schnell und deutlich abgebaut werden kann.

**Dr. Ulrich Hermann**

Vorsitzender der Geschäftsführung  
Wolters Kluwer Deutschland GmbH

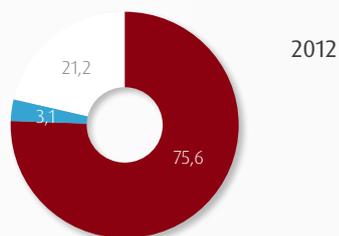
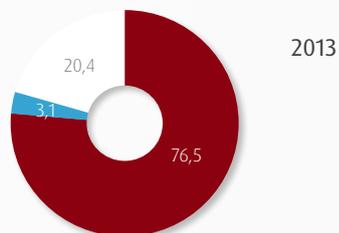


# Ergebnisse im Überblick



## Internetnutzung

Internetnutzung 2012 & 2013



■ Onliner ■ Nutzungsplaner ■ Offliner

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent

Internetnutzung 2013 – Top 5

Bundesland	2013 Nutzer in %
1. Hamburg	81,8
2. Berlin	81,0
3. Bremen	79,3
4. Baden-Württemberg	79,1
5. Hessen	78,2

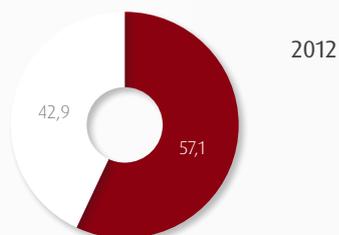
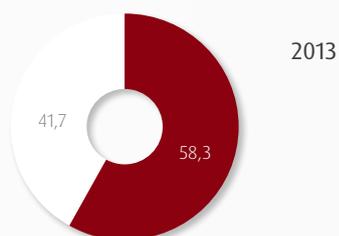
Internet - Zuwachs 2012/2013 – Aufsteiger



Das Saarland verzeichnet mit 2,9 Prozentpunkten (von 67,4 auf 70,3 Prozent) den größten Zuwachs an Onlinern im Bundesvergleich.

## Breitbandnutzung

Breitbandnutzung 2012 & 2013



■ Breitband ■ Sonstiges

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent

Breitbandnutzung 2013 – Top 5

Bundesland	2013 Nutzer in %
1. Berlin	62,9
2. Bremen	61,1
3. Baden-Württemberg	60,7
4. Rheinland-Pfalz	60,5
5. Hamburg	59,9

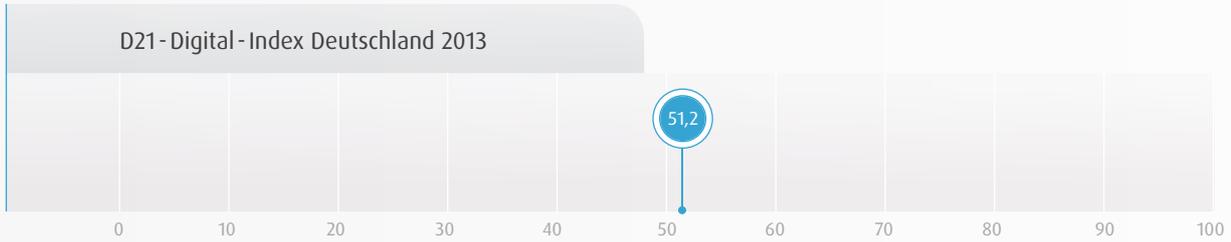
Breitband - Zuwachs 2012/2013 – Aufsteiger



Das Saarland verzeichnet mit 3,5 Prozentpunkten (von 54,0 auf 57,5 Prozent) den größten Anstieg an Breitbandnutzern im Bundesvergleich.

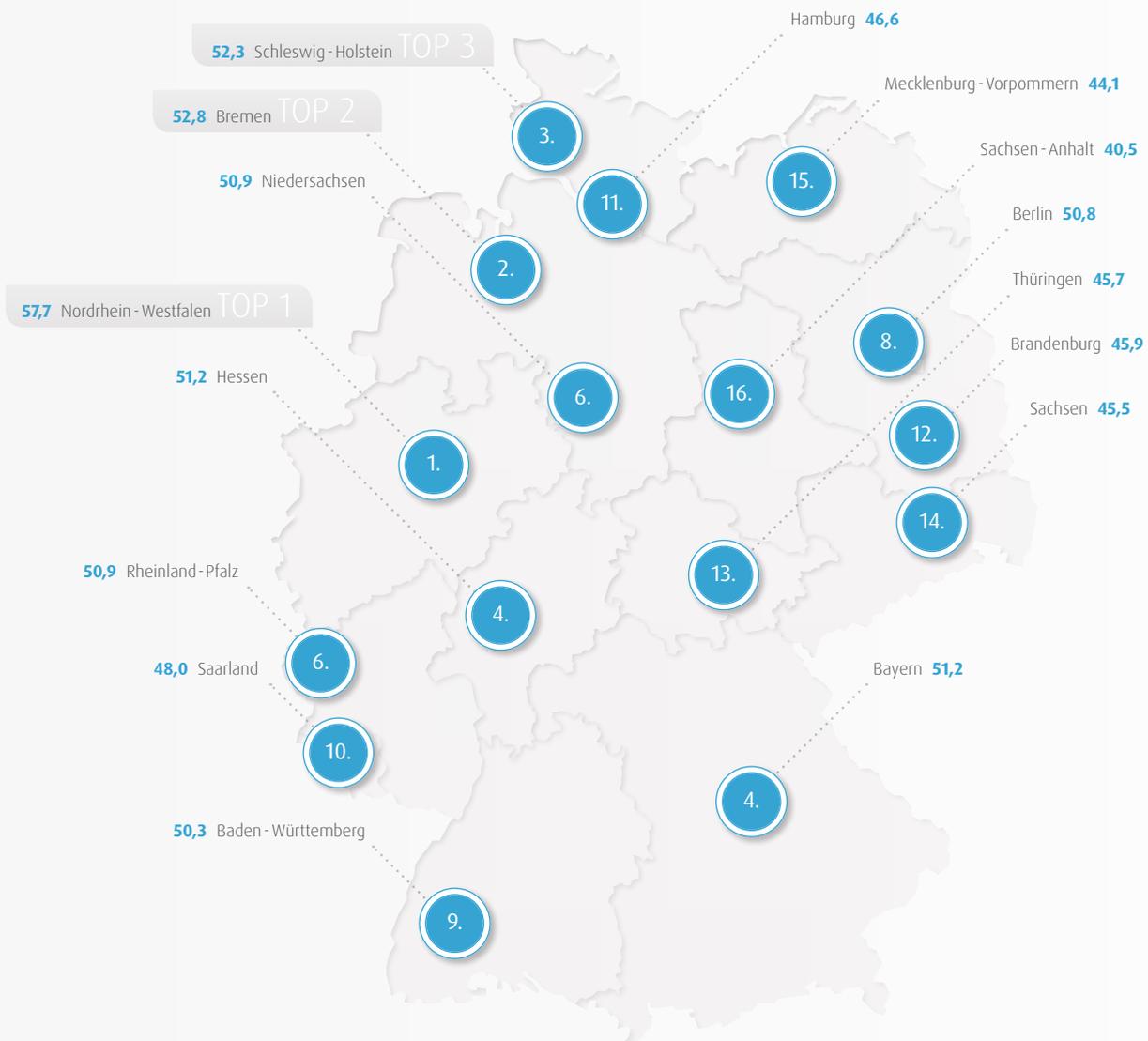
## D21 - Digital - Index

D21 - Digital - Index Deutschland 2013



**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Indexpunkten

Bundesländer 2013



**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Indexpunkten

## Nutzertypen im Vergleich



Mit 28,9 Prozent zeigt der Außenstehende Skeptiker, dass jeder vierte Bürger ab 14 Jahren in Deutschland in der digitalen Welt noch nicht angekommen ist.

Deutschland 2013

**28,9%** TYP 1  
Außenstehender  
Skeptiker



**27,9%** TYP 2  
Häuslicher  
Gelegenheitsnutzer



**15,4%** TYP 4  
Reflektierter  
Profi



**15,0%** TYP 5  
Passionierter  
Onliner



BASIS Alle Befragten

**9**,5% TYP 3  
Vorsichtiger  
Pragmatiker



**3**,2% TYP 6  
Smarter  
Mobilist



## Gründe für Nichtnutzung

Offliner\* 2013

- 66,3% Datenschutzbedenken
- 61,7% Meine Kinder / Freunde / Bekannte erledigen das für mich
- 59,7% Habe keine Erfahrungen mit Computern

Nutzungsplaner\*\* 2013

- 90,3% Meine Kinder / Freunde / Bekannte erledigen das für mich
- 80,2% Datenschutzbedenken
- 61,4% Zu kompliziert

## Wissensaneignung und Weiterbildung

Wissensaneignung\*\*\* 2013

- 76,8% Bringe ich mir selbst bei
- 68,6% Freunde und Bekannte
- 56,3% Kollegen

Arten der Weiterbildung\*\*\*\* 2013

- 60,5% Seminare
- 49,3% Computergestützte Schulungen
- 47,1% (Fach-) Bücher

**BASIS** \*Offliner; \*\*Nutzungsplaner; \*\*\*Berufstätige mit Computerzugang; \*\*\*\*Berufstätige, die sich weiterbilden

## (N)ONLINER Atlas

Seit 2001 zeigt der (N)ONLINER Atlas die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland bis auf die regionale Ebene und schlüsselt diese nach zahlreichen demografischen Faktoren auf.

2001



## Hintergrund und Ziel

Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) sind für viele Bürger in Deutschland ein zentraler Bestandteil ihres beruflichen und privaten Alltags. Der Internetzugang ist dabei eine Grundvoraussetzung, um am digitalen Leben überhaupt teilnehmen zu können. Aufgabe der Initiative D21 ist es, die Entwicklung der IKT-Durchdringung zu beobachten und einen Einblick in den aktuellen Stand in Deutschland zu geben. Darüber hinaus sollen vor allem die Bürger unterstützt werden, sich in der digitalen Welt zurechtzufinden. Um diesem Ziel näher zu kommen, hat die Initiative D21 verschiedene Studien initiiert.

Um einen Einblick in die Internetnutzung in Deutschland zu erhalten, wurde mit dem **(N)ONLINER Atlas** gestartet. Der (N)ONLINER Atlas ist die deutschlandweit größte Studie zur Internetnutzung und erhebt seit 2001 kontinuierlich und vergleichbar die Anzahl der Onliner, Nutzungsplaner und Offliner in Deutschland. Die gemessenen Daten helfen, politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Konsequenzen besser zu bewerten, Maßnahmen zu gestalten und die Entwicklungswege zu justieren. Betrachtet man das Konzept der digitalen Spaltung, so zeigt sich, dass der Internetzugang einen ersten Schritt in Richtung der digitalen Gesellschaft darstellt. Dennoch ist der einzelne Nutzer durch den bloßen Zugang noch lange nicht souverän, kompetent und selbstbestimmt im Umgang mit den digitalen Medien. Hinsichtlich dieses Wissens wurde deshalb im Jahr 2009 die Studie »**Die digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich**« erhoben. Diese setzt genau hier an und zeigt, wie sicher und kompetent

die Bevölkerung in Deutschland sich in der digitalen Welt bewegt. Um den Veränderungen und Gegebenheiten der digitalen Welt entsprechen zu können, wurde 2013 eine Anpassung der Typen vorgenommen. Die Ergebnisse sind im Kapitel »Digitale Gesellschaft« zu sehen.

Neben den bisher erhobenen Messdaten der D21-Studien haben die Ergebnisse eines Experten-Workshops gezeigt, dass eine komprimierte Maßzahl zur Digitalisierung den Entscheidern in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft helfen würde, fundierte Entscheidungen zu treffen. Diese Zahl ist nun erstmals in Form des **D21-Digital-Index** Teil der Publikation. Er bildet den Digitalisierungsgrad in Deutschland sowie den einzelnen Bundesländern ab und macht den Stand in den Regionen vergleichbar. Der Index beinhaltet dabei nicht nur eine konkrete Fragestellung; vielmehr werden die Ergebnisse von vier Säulen aufgegriffen und in dieser Maßzahl integriert.

Somit ist es mit der Publikation »D21-Digital-Index« nun erstmals möglich, mit den Zahlen der Internetnutzung des (N)ONLINER Atlas, der neuen, aktualisierten Segmentierung der »Digitalen Gesellschaft« und des neu entwickelten D21-Digital-Index einen thematisch breiten 360-Grad-Blick hinsichtlich des aktuellen Standes der Digitalisierung in Deutschland zu erhalten.

## Digitale Gesellschaft

Seit 2009 unterstreicht die Studie zur digitalen Gesellschaft den Anspruch, die Entwicklung des souveränen und sicheren Umgangs der Bevölkerung mit digitalen Medien darzustellen.

## D21-Digital-Index

Seit 2013 zeigt der D21-Digital-Index den Stand der Digitalisierung in Deutschland sowie den 16 Bundesländern in einer Zahl. Dadurch ist sowohl der Vergleich mit dem Bundesgebiet als auch zwischen einzelnen Ländern möglich.



## Die Säulen des D21-Digital-Index

Der D21-Digital-Index sowie die Segmentierung für die Nutzertypen der Digitalen Gesellschaft fußen auf vier Säulen. Diese haben den Anspruch, die zentralen Bestandteile des digitalen Lebens aufzugreifen und abzubilden.

### Säule 1

#### Digitaler Zugang

Was ist der primäre Internetzugang zu Hause? Welche Hardwareausstattung ist in deutschen Haushalten verfügbar und wie wird diese für die Internetnutzung eingesetzt? Etc.

### Säule 3

#### Digitale Vielfalt

Wie vielfältig sind die Anwendungen der Befragten im Bereich Computer- und Internetnutzung? Wie viele Stunden verbringen Bürger mit ihren Endgeräten bzw. im Internet? Etc.

### Säule 2

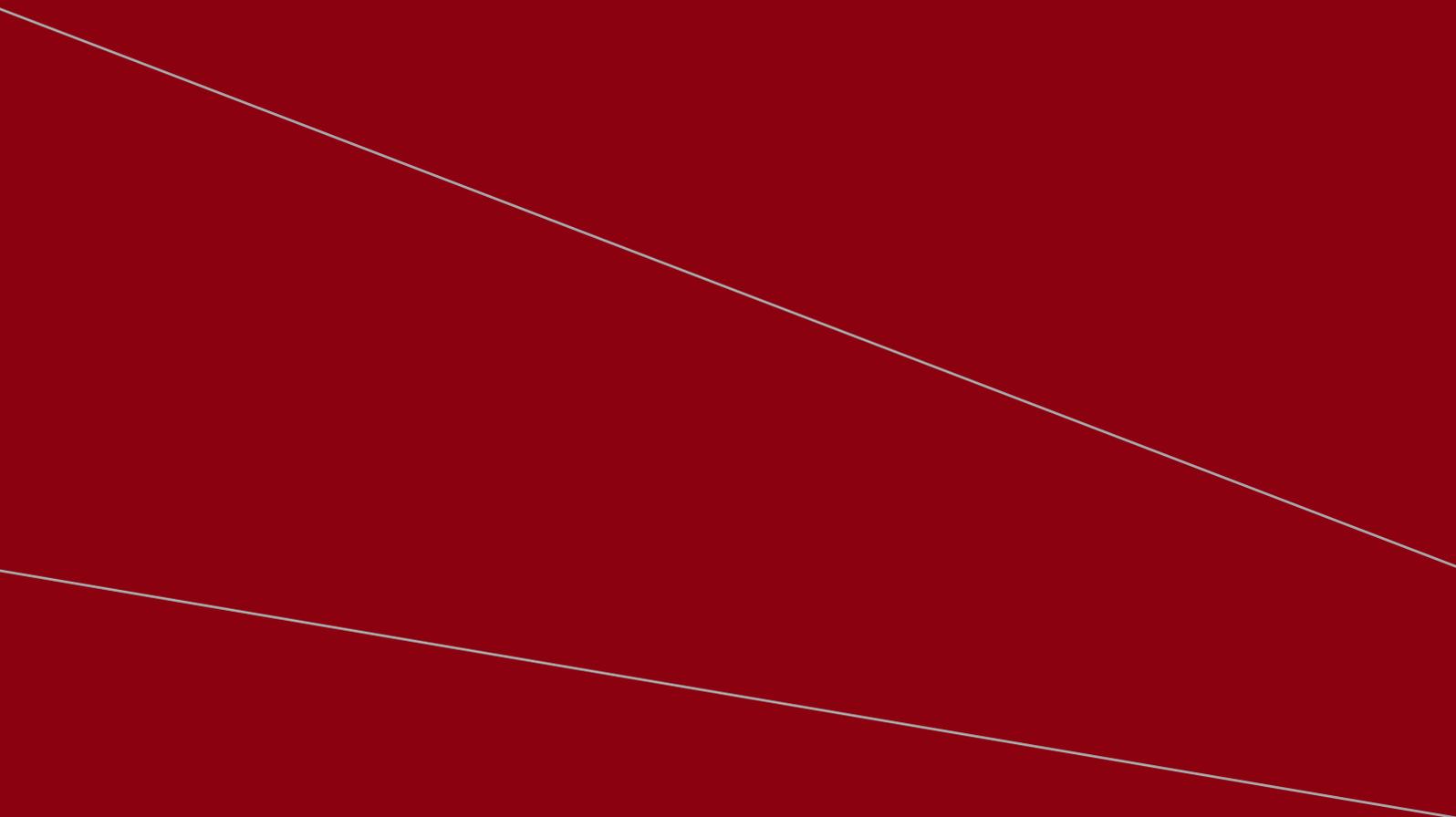
#### Digitale Kompetenz

Wie kompetent sind die Bürger in Deutschland im Umgang mit Medien allgemein? Wie kompetent sind die Bürger in Deutschland im Umgang mit digitalen Medien? Welcher Wissensstand ist in der Bevölkerung vorhanden? Etc.

### Säule 4

#### Digitale Offenheit

Sind die Bürger in der digitalen Welt bereits angekommen? Welche Ängste bzw. Erwartungen haben die Bürger in der digitalen Welt? Wie offen ist die Bevölkerung in Deutschland gegenüber digitalen Themen? Etc.



76,5%

der Bürger in Deutschland ab 14 Jahren  
nutzen aktuell das Internet.

(N)ONLINER Atlas

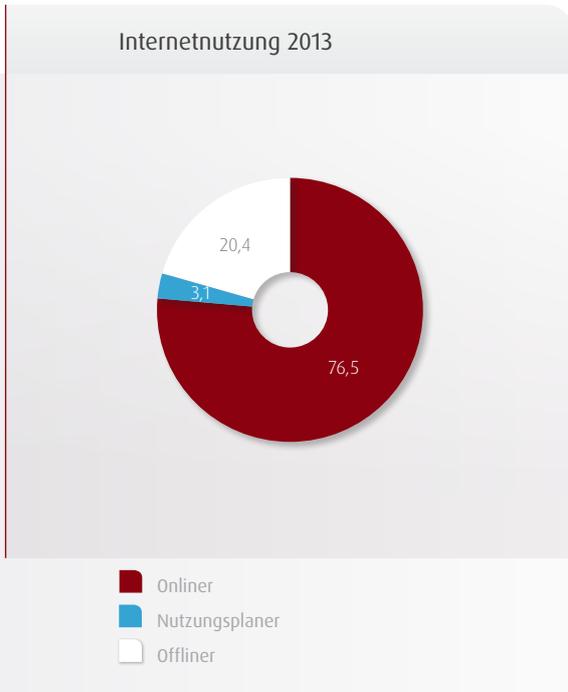
# Internetnutzung in Deutschland



## Internetnutzung in Deutschland 2013



Zahl der Internetnutzer steigt wieder nur geringfügig an – aktuell nutzen 76,5 Prozent der Bürger in Deutschland das Internet.

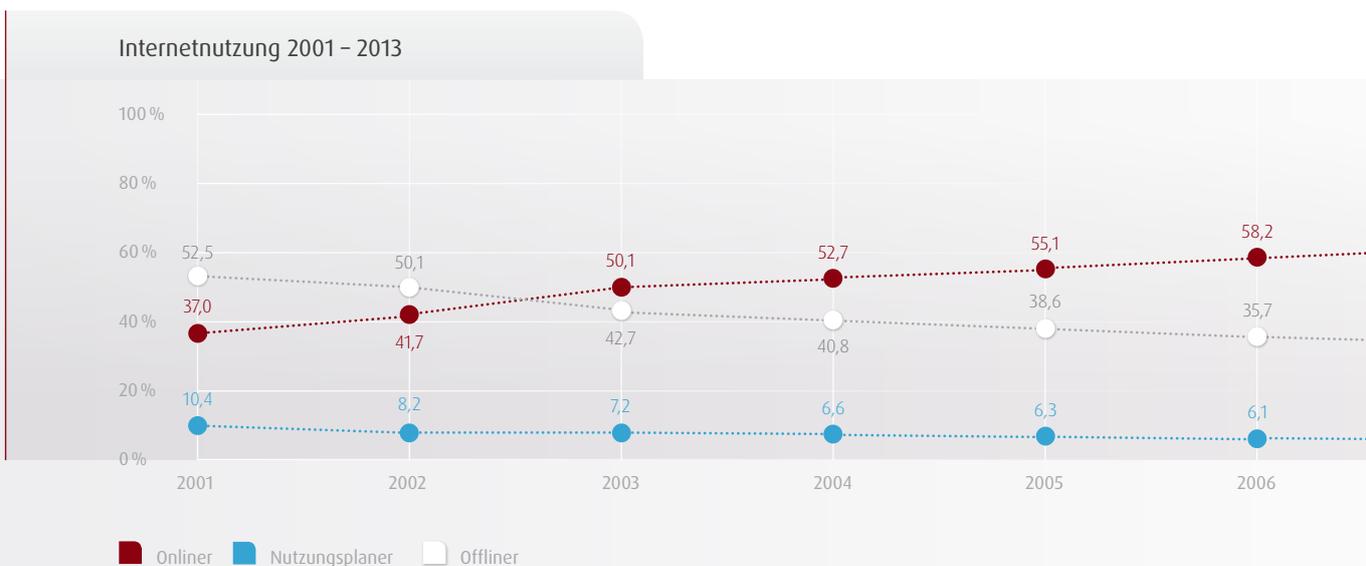


Auch in diesem Jahr zeigt der (N)ONLINER Atlas eine Steigerung bei der Internetnutzung: 2013 nutzen 76,5 Prozent der deutschen Bevölkerung das Internet. Dies entspricht rund 53,7 Millionen Bundesbürgern ab 14 Jahren. Vergleicht man die Internetnutzungszahlen seit dem Jahr 2001, so zeigt sich, dass in Deutschland nun eine gewisse Stagnation erreicht ist.

### Wachstum weiter auf niedrigem Niveau

Mit 0,9 Prozentpunkten wurde 2012 erstmals ein Wachstum von unter einem Prozentpunkt realisiert. Mit ebenfalls 0,9 Prozentpunkten wird dieser Trend 2013 fortgesetzt. Bei einem gleichbleibenden Anteil von 3,1 Prozent bei den Nutzungsplanern ist auch zukünftig mit ähnlich geringen Zuwachsraten zu rechnen.

BASIS Alle Befragten, alle Angaben in Prozent



BASIS Alle Befragten, alle Angaben in Prozent

## Internetnutzung in Deutschland 2001 – 2013



Mit 0,9 Prozentpunkten in 2012 und 2013 wurde seit Beginn der Erhebung im Jahr 2001 die geringste Wachstumsrate gemessen.

Der (N)ONLINER Atlas dokumentiert die Internetnutzung in Deutschland nun bereits im 13. Jahr. Verglichen mit dem Jahr 2001 hat sich die Zahl der Onliner inzwischen deutlich gesteigert: Während 2001 mit 37,0 Prozent erst ein gutes Drittel der Bevölkerung zu den Internetnutzern zählte, war die Zahl der Onliner 2011 mit 74,7 Prozent bereits doppelt so groß. Gleichzeitig zeigen die Studienergebnisse, dass in Deutschland nun ein Niveau erreicht ist, an dem nur noch geringere Wachstumsraten realisiert werden können. In den ersten Jahren des (N)ONLINER Atlas konnten noch Wachstumsraten von bis zu acht Prozentpunkten (2003: 8,4 Prozentpunkte) gemessen werden – in diesem Jahr ist wie auch 2012 nur ein Wachstum von 0,9 Prozentpunkten zu verzeichnen. Das sind die geringsten Wachstumsraten, die im Zeitverlauf bisher gemessen wurden.

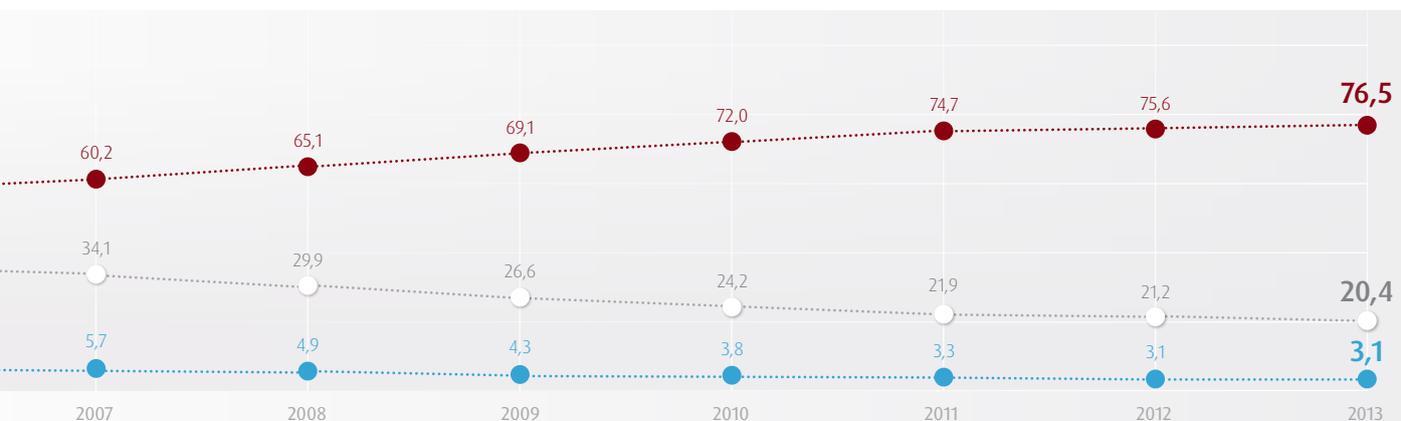
### Digitale Spaltung in Deutschland

Vor dem Hintergrund, dass der Anteil der Deutschen, die das Internet aktuell nicht nutzen – also Offliner und Nutzungsplaner zusammen – noch immer 23,5 Prozent

beträgt, zeigt sich, dass hier noch immer großes Steigerungspotenzial besteht. Gut jeder vierte Deutsche ab 14 Jahren und damit etwa 16,5 Millionen Menschen in Deutschland leben derzeit ohne Internetanbindung. Somit belegen die Ergebnisse klar, dass trotz zahlreicher Initiativen die digitale Spaltung in Deutschland noch immer nicht überwunden ist.

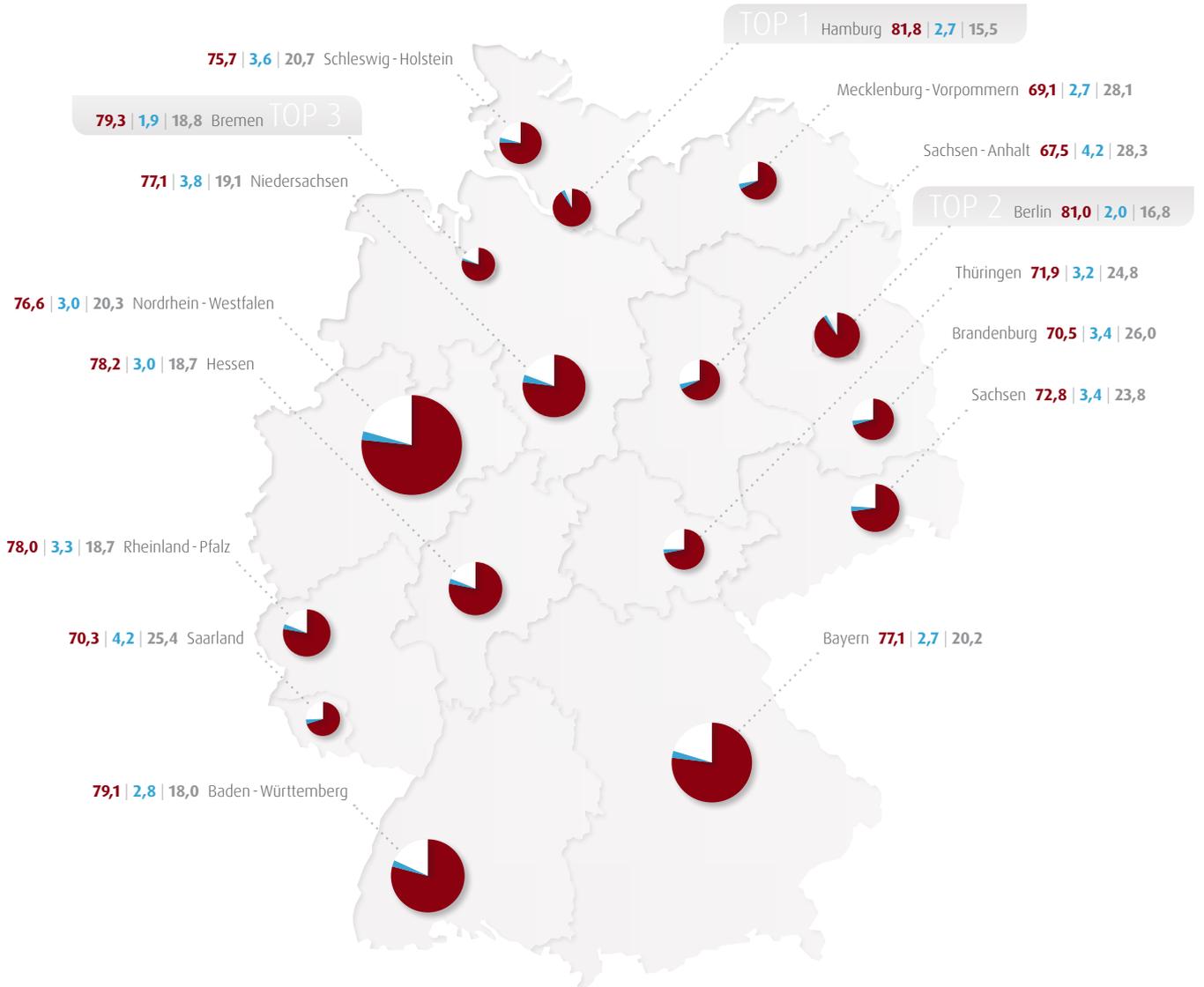
### Stagnierende Wachstumszahlen

Ein Grund für die Stagnation kann auch in der Struktur Deutschlands gesehen werden. Wie im nächsten Abschnitt deutlich zu sehen ist, sind die Internetnutzungszahlen in den städtischen Gebieten bereits auf einem hohen Niveau. Gleichzeitig stehen aber die Flächenstaaten weiterhin vor der Herausforderung, die Internetnutzung jedem Bürger zu ermöglichen. Inwiefern die einzelnen Maßnahmen bisher greifen, zeigen die nächsten Seiten.



# Internetnutzung nach Bundesländern

Onliner 2013



■ Onliner ■ Nutzungsplaner □ Offliner

BASIS Alle Befragten, alle Angaben in Prozent



## Onliner 2012 & 2013

Bundesland	2012 → 2013 Platzierung	2012 Nutzer in %	2013 Nutzer in %	Differenz in %-Punkten
1. Hamburg	1. → 1.	80,0	<b>81,8</b>	+1,8
2. Berlin	2. → 2.	79,8	<b>81,0</b>	+1,2
3. Bremen	3. → 3.	79,5	<b>79,3</b>	-0,2
4. Baden-Württemberg	4. → 4.	78,2	<b>79,1</b>	+0,9
5. Hessen	5. → 5.	77,6	<b>78,2</b>	+0,6
6. Rheinland-Pfalz	7. ↗ 6.	76,5	<b>78,0</b>	+1,5
7. Niedersachsen	6. ↘ 7.	76,6	<b>77,1</b>	+0,5
7. Bayern	8. ↗ 7.	76,2	<b>77,1</b>	+0,9
9. Nordrhein-Westfalen	9. → 9.	75,9	<b>76,6</b>	+0,7
10. Schleswig-Holstein	10. → 10.	74,8	<b>75,7</b>	+0,9
11. Sachsen	11. → 11.	71,8	<b>72,8</b>	+1,0
12. Thüringen	12. → 12.	71,7	<b>71,9</b>	+0,2
13. Brandenburg	13. → 13.	69,7	<b>70,5</b>	+0,8
14. Saarland	15. ↗ 14.	67,4	<b>70,3</b>	+2,9
15. Mecklenburg-Vorpommern	14. ↘ 15.	68,6	<b>69,1</b>	+0,5
16. Sachsen-Anhalt	16. → 16.	67,3	<b>67,5</b>	+0,2

BASIS Alle Befragten



### Stadtstaaten sind nach wie vor führend in der Internetnutzung – Hamburg hat dabei die Spitzenposition aus dem Vorjahr verteidigt.

Hamburg kann im Bundesländervergleich bei der Internetnutzung seinen Spitzenplatz vom Vorjahr behaupten, gefolgt von Berlin und Bremen, zwei weiteren Stadtstaaten. Stärkstes Flächenland ist auch 2013 Baden-Württemberg mit 79,1 Prozent Internetnutzern. Betrachtet man die bundesweite Internetnutzung von 76,5 Prozent, so liegen aktuell neun Bundesländer über dem Durchschnitt.

#### Wachstumsraten im Jahresvergleich

Vergleicht man die Wachstumsraten, so zeigt sich ein erfreuliches Ergebnis: Das Saarland verzeichnet mit 2,9 Prozentpunkten den größten Anstieg. Es ist dadurch im Vergleich der Bundesländer um einen Rang nach oben geklettert und aktuell auf dem 14. Platz zu finden.

Bei Betrachtung der Wachstumsraten zeigt sich, dass neben dem Saarland vor allem die Spitzengruppe mit Hamburg (+1,8 Prozentpunkte) und Berlin (+1,2 Prozentpunkte) Wachstum realisieren konnten. Gleichzeitig ist in Bremen (-0,2 Prozentpunkte), Thüringen und Sachsen-Anhalt (jeweils +0,2 Prozentpunkte) eine Stagnation zu verzeichnen.

Vergleicht man die Internetnutzung beim Spitzenreiter Hamburg mit dem Bundesland mit der geringsten Anzahl an Onlinern, Sachsen-Anhalt, so zeigt sich aktuell ein Unterschied von rund 14 Prozentpunkten. Dies macht deutlich, dass in Deutschland noch immer regionale Unterschiede bestehen.

## Internetnutzung im Detail



Deutliche Entwicklung in der Internetnutzung bei Frauen, Personen ab 60 Jahren sowie Einwohnern in kleineren Orten.



### Onliner nach Geschlecht

Jahr	Männer	Frauen
2013	81,4	71,8
2012	81,0	70,5

- Überdurchschnittliches Wachstum von 1,3 Prozentpunkt bei den Frauen.
- Noch immer große Unterschiede bei den Geschlechtern, dennoch ist eine Fortsetzung der Annäherung zu sehen.



### Onliner nach Altersgruppen

Jahr	14 – 19 Jahre	20 – 29 Jahre	30 – 39 Jahre	40 – 49 Jahre	50 – 59 Jahre	60 – 69 Jahre	70 + Jahre
2013	97,5	96,8	94,3	88,2	78,8	63,7	30,2
2012	97,7	96,9	94,1	87,9	76,6	60,4	28,2

- Anteil der Internetnutzer in den jüngeren Altersgruppen stagniert, da hier bereits ein hoher Sättigungsgrad erreicht ist.
- Merkliche Zuwächse bei Personen ab 50 Jahren; Nutzer zwischen 60 und 69 Jahren mit höchstem Anstieg (+3,3 Prozentpunkte).



### Onliner nach Berufstätigkeit

Jahr	Berufstätig	Nicht berufstätig
2013	89,1	61,2
2012	88,4	60,4

- Wachstum sowohl bei den Berufstätigen als auch bei den Nicht-Berufstätigen (+0,7 bzw. +0,8 Prozentpunkte).
- Inzwischen sind fast 90 Prozent der Berufstätigen im Internet aktiv.

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent



### Onliner nach Bildung

Jahr	Schüler	Volksschule, Hauptschule	Weiterb. Schule ohne Abitur	Abitur, Fachhochschulreife	Abgeschlossenes Studium
2013	98,4	60,7	80,9	91,5	91,7
2012	98,2	60,6	80,3	90,8	90,7

- Stagnierender Anteil in den Gruppen mit geringer formaler Bildung sowie der Gruppe der Schüler (+0,1 bzw. +0,2 Prozentpunkte Wachstum).
- Höchster Zuwachs bei den Personen mit abgeschlossenem Studium sowie Absolventen mit Fachhochschulreife.



### Onliner nach Haushaltsgröße

Jahr	1 Person	2 Personen	3 Personen	≥ 4 Personen
2013	59,6	72,9	87,8	90,6
2012	59,1	71,5	86,5	89,9

- Deutliche Zuwächse in Zwei- und Drei-Personen-Haushalten (+1,4 bzw. +1,3 Prozentpunkte).
- Die Ein-Personen-Haushalte nähern sich der 60-Prozent-Marke (59,6 Prozent), aber haben immer noch unterdurchschnittliche Internetnutzerzahlen.



### Onliner nach Haushaltsnettoeinkommen

Jahr	<1.000 €	1.000 bis <2.000 €	2.000 bis <3.000 €	≥3.000 €
2013	55,0	66,5	84,9	93,0
2012	54,2	66,0	83,3	92,7

- Überdurchschnittliches Wachstum in der Gruppe mit einem Einkommen zwischen 2.000 und 3.000 Euro (+1,6 Prozentpunkte).
- Zahl der Internetnutzer mit Einkommen ab 3.000 Euro stagniert auf hohem Niveau (+0,3 Prozentpunkte).



### Onliner nach Ortsgröße

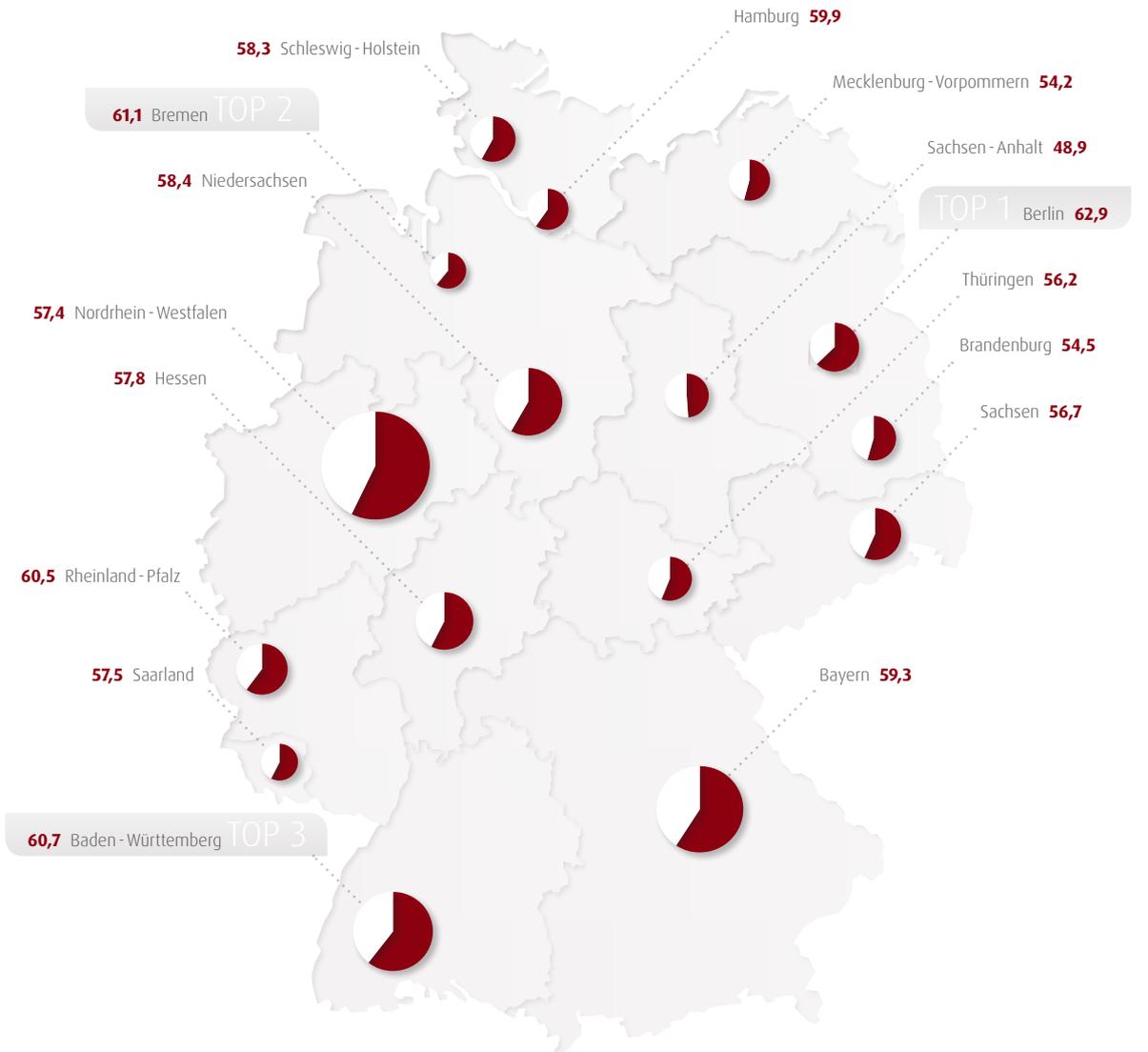
Jahr	<5.000 Einwohner	5.000 bis <20.000 Einwohner	20.000 bis <100.000 Einwohner	100.000 bis <500.000 Einwohner	≥500.000 Einwohner
2013	74,5	73,2	74,8	75,8	79,2
2012	69,7	71,3	74,5	75,8	78,2

- Überdurchschnittliches Wachstum in Orten mit bis 20.000 Einwohnern. In den Orten bis 5.000 Einwohner nutzen inzwischen drei Viertel der Bevölkerung das Internet (74,5 Prozent).
- Geringe Wachstumsraten bei Orten mit 20.000 bis kleiner 100.000 Einwohner (+0,3 Prozentpunkte).

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent

# Breitbandnutzung nach Bundesländern

Breitbandnutzer 2013



Breitband Sonstiges

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent



## Breitbandnutzer 2012 &amp; 2013

Bundesland	2012 → 2013 Platzierung	2012 Nutzer in %	2013 Nutzer in %	Differenz in %-Punkten
1. Berlin	1. → 1.	61,4	<b>62,9</b>	+1,5
2. Bremen	2. → 2.	59,9	<b>61,1</b>	+1,2
3. Baden-Württemberg	4. ↗ 3.	59,1	<b>60,7</b>	+1,6
4. Rheinland-Pfalz	3. ↘ 4.	59,5	<b>60,5</b>	+1,0
5. Hamburg	6. ↗ 5.	57,7	<b>59,9</b>	+2,2
6. Bayern	5. ↘ 6.	57,8	<b>59,3</b>	+1,5
7. Niedersachsen	7. → 7.	57,5	<b>58,4</b>	+0,9
8. Schleswig-Holstein	8. → 8.	57,1	<b>58,3</b>	+1,2
9. Hessen	9. → 9.	56,9	<b>57,8</b>	+0,9
10. Saarland	13. ↗ 10.	54,0	<b>57,5</b>	+3,5
11. Nordrhein-Westfalen	10. ↘ 11.	56,7	<b>57,4</b>	+0,7
12. Sachsen	12. → 12.	55,5	<b>56,7</b>	+1,2
13. Thüringen	11. ↘ 13.	55,9	<b>56,2</b>	+0,3
14. Brandenburg	15. ↗ 14.	52,8	<b>54,5</b>	+1,7
15. Mecklenburg-Vorpommern	14. ↘ 15.	53,6	<b>54,2</b>	+0,6
16. Sachsen-Anhalt	16. → 16.	48,2	<b>48,9</b>	+0,7

BASIS Alle Befragten



## Berlin im Breitbandvergleich führend – größtes Wachstum im Jahresvergleich im Saarland realisiert.

Auch beim Breitbandvergleich der Bundesländer liegen zwei Stadtstaaten auf den Spitzenpositionen: Berlin ist mit 62,9 Prozent führend, gefolgt von Bremen mit 61,1 Prozent Breitbandnutzern. Stärkstes Flächenland ist Baden-Württemberg, das in diesem Jahr die 60-Prozent-Hürde übersprungen hat (60,7 Prozent). Auf dem vierten Platz ist mit Rheinland-Pfalz, ebenfalls ein Flächenland, zu finden (60,5 Prozent).

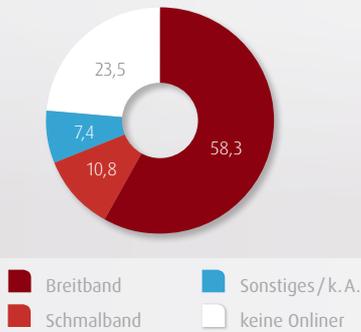
### Saarland beim Wachstum vorne

Das größte Wachstum bei der Breitbandnutzung kann auch hier das Saarland verbuchen (vgl. auch Internetnutzung der Bundesländer). Insgesamt ist der Anteil der Breitbandnutzer um 3,5 Prozentpunkte angestiegen und liegt nun bei 57,5 Prozent. Somit konnte sich das Saarland vom 13. Platz 2012 nun auf den zehnten Platz verbessern.

Im Vergleich zum Vorjahr sind in diesem Jahr erstmals Wachstumsraten von unter einem Prozentpunkt zu verzeichnen. Hier sind insbesondere auch die Bundesländer auf den hinteren Rängen betroffen: Thüringen (+0,3 Prozentpunkte), Mecklenburg-Vorpommern (+0,6 Prozentpunkte) sowie Sachsen-Anhalt (+0,7 Prozentpunkte).

## Internetzugang im Vergleich

### Internetzugang 2013



### Internetzugang im Detail 2012 & 2013

Internetzugang	2012	2013
DSL	42,2	41,3
Kabelanschluss	8,5	9,6
ISDN	7,5	7,1
Mobilfunkzugang	5,1	6,2
Modem (analog)	3,2	3,7
Sonstiges	1,5	1,5
Anderer breitbandiger Zugang	1,2	1,2
Kein Internet zu Hause	1,0	0,8

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent

Die Zahl der Breitbandnutzer wächst weiter. Aktuell nutzen 58,3 Prozent der Bevölkerung in Deutschland einen Breitbandzugang. Somit konnte der Anteil um 1,2 Prozentpunkte gesteigert werden (2012: 57,1 Prozent). Insbesondere haben die Zugänge über Kabelanschluss

sowie Mobilfunkzugänge (jeweils +1,1 Prozentpunkte) Zuwächse verzeichnen können. Der Anteil der Schmalbandnutzer ist seit langer Zeit stabil. Aktuell nutzen 10,8 Prozent der deutschen Bevölkerung diesen Zugangsweg als Hauptzugangsweg zu Hause.

## Breitbandnutzung im Detail

### Breitbandnutzer nach Geschlecht



Jahr	Männer	Frauen
2013	67,4	49,5
2012	66,8	47,8

- Frauen mit einem hohen Wachstum von 1,7 Prozentpunkten.
- Aktuell nutzt jede zweite Frau in Deutschland einen Breitbandzugang.

### Breitbandnutzer nach Altersgruppe



Jahr	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre	60 - 69 Jahre	70+ Jahre
2013	76,0	78,5	77,6	68,1	56,6	43,2	19,6
2012	75,4	77,3	76,2	67,0	54,5	41,3	18,3

- Anteil der Breitbandnutzer insbesondere in den Altersgruppen 50 bis 59 Jahre sowie 60 bis 69 Jahre gestiegen.
- Geringster Zuwachs bei der jüngsten Altersgruppe (14 bis 19 Jahre) mit 0,6 Prozentpunkten.

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent



### Breitbandnutzer nach Berufstätigkeit

Jahr	Berufstätig	Nicht berufstätig
2013	69,3	44,8
2012	68,2	43,8

- Bei den Berufstätigen ist die 70-Prozentmarke in der Breitbandnutzung fast erreicht.
- Durchschnittliches Wachstum sowohl in der Gruppe der Berufstätigen mit 1,1 Prozentpunkten sowie der Nicht-Berufstätigen mit einem Prozentpunkt.



### Breitbandnutzer nach Bildung

Jahr	Schüler	Volksschule, Hauptschule	Weiterb. Schule ohne Abitur	Abitur, Fachhochschulreife	Abgeschlossenes Studium
2013	77,6	45,2	60,6	72,5	73,2
2012	74,0	44,4	60,0	71,1	71,7

- Höchste Steigerung in der Breitbandnutzung bei Schülern.
- Aktuell nutzen fast drei Viertel der Bürger mit hoher formaler Bildung einen Breitbandzugang.



### Breitbandnutzer nach Haushaltsgröße

Jahr	1 Person	2 Personen	3 Personen	≥ 4 Personen
2013	46,1	54,3	68,1	69,4
2012	45,8	53,1	66,2	67,5

- Deutliche Zuwächse in Haushalten ab drei Personen (jeweils +1,9 Prozentpunkte 3 bzw. 4+ Personen - Haushalte).
- Bei Ein-Personen-Haushalten nutzen aktuell weniger als 50 Prozent einen Breitbandzugang.



### Breitbandnutzer nach Haushaltsnettoeinkommen

Jahr	<1.000 €	1.000 bis <2.000 €	2.000 bis <3.000 €	≥ 3.000 €
2013	42,2	50,3	65,7	73,4
2012	41,6	49,0	63,4	72,6

- Überdurchschnittliches Wachstum in der Gruppe mit einem Einkommen zwischen 1.000 und 2.000 Euro sowie 2.000 bis 3.000 Euro. Hier nutzt aktuell jeder Zweite bzw. zwei Drittel einen Breitbandzugang.



### Breitbandnutzer nach Ortsgröße

Jahr	<5.000 Einwohner	5.000 bis <20.000 Einwohner	20.000 bis <100.000 Einwohner	100.000 bis <500.000 Einwohner	≥ 500.000 Einwohner
2013	55,1	54,8	56,8	58,2	60,5
2012	54,4	53,9	55,6	57,0	59,3

- Durchschnittliches Wachstum bei Orten ab 20.000 Einwohnern mit 1,2 Prozentpunkten.
- Unterdurchschnittliche Wachstumsraten bei Orten unter 5.000 Einwohnern (+0,7 Prozentpunkte).

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Prozent

## Erkenntnisse und Empfehlungen

### Erkenntnisse

**76**,5 Prozent der Bürger in Deutschland ab 14 Jahren sind online. Somit konnte im Jahresverlauf ein Wachstum von 0,9 Prozentpunkten realisiert werden – das Ergebnis zeigt, dass das Wachstum weitgehend stagniert.

**23**,5 Prozent und damit 16,5 Millionen Menschen in Deutschland sind überzeugte Offliner.

### Empfehlungen

→ Initiativen und Maßnahmen zur Förderung der Internetnutzung in Deutschland zeigen Erfolg. Dennoch sollten diese vor allem zielgruppenspezifisch weitergeführt werden, um die digitale Spaltung in Deutschland zu überwinden.

→ Um überzeugte Offliner bzw. wenig erschlossene Gruppen zu erreichen, kommt es jetzt darauf an, den Nutzen und die Vorteile des Internets verstärkt zu kommunizieren. Dabei sollten die Ängste und Hemmnisse der einzelnen Gruppen berücksichtigt werden.

## Methodensteckbrief

### Anzahl Interviews

Durchführung von 30.159 Interviews in Deutschland (je rund 50.000 in 2005 bis 2008, je rund 30.000 in den Jahren 2009 bis 2012 sowie 2002 bis 2004, 20.000 in 2001).

### Grundgesamtheit

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren mit Festnetz-Telefonanschluss im Haushalt.

### Repräsentative Erhebung

Auf die Grundgesamtheit übertragbar

(Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung: 70,3 Millionen Personen).

## Erkenntnisse

**81**,8 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren sind in Hamburg online. Damit ist Hamburg im Bundesländervergleich führend. Baden-Württemberg ist als erster Flächenstaat auf dem vierten, Sachsen-Anhalt ist mit 67,5 Prozent Onlinern auf dem letzten Rang.

## Empfehlungen

→ Bund, Länder, Kommunen und Wirtschaft sind weiterhin gemeinsam gefordert, die Digitalisierung in Deutschland voranzutreiben. Dabei muss es primäres Ziel sein, die Schere zwischen den Bundesländern zu schließen, so dass alle Bundesbürger Zugang zur digitalen Welt erhalten.

**58**,3 Prozent ist der Anteil der Breitbandnutzer in Deutschland. Damit ist das der am häufigsten genutzte Weg ins Internet. Im Bundesvergleich ist Berlin das Bundesland mit dem höchsten Anteil an Breitbandnutzern.

→ Breitbandzugänge müssen flächendeckend in Deutschland eingeführt werden. Hierzu sind auch kreative Lösungen gefragt, z.B. eine Kombination aus DSL und Satellit, »Festnetzbreitband via LTE« zu Hause.

### Erhebungsmethode

Durchführung als telefonische Befragung im Rahmen des TNS-Bus (computergestützte Telefoninterviews CATI, 07. Dezember 2012 bis 13. März 2013).

### Stichprobenziehung

Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersamples; Daten gewichtet nach zentralen Merkmalen (Geschlecht, Alter und formale Bildung).

### Definition Untergruppen

**ONLINER:** Nutzer des Internets, unabhängig von Ort und Grund der Nutzung.

**NUTZUNGSPLANER:** Nichtnutzer mit der Absicht, innerhalb der nächsten zwölf Monate das Internet zu nutzen.

**OFFLINER:** Nichtnutzer ohne Nutzungsplanung.

51,2 Punkte

beim D21-Digital-Index zeigen einen mittleren Digitalisierungsgrad in Deutschland.

D21 - Digital - Index

# Digitalisierung in Deutschland



0 - 100

D21 - Digital - Index  
Punkte



■ Gesamtindex
 ■ Subindizes

0 10 20 30

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Indexpunkten

## D21 - Digital - Index

Mit dem D21 - Digital - Index führt die Initiative D21 im Jahr 2013 die neue »Währung« zum Stand der Digitalen Gesellschaft in Deutschland ein. Ziel des Index ist es, eine Messgröße zu liefern, die eine Aussage zum Digitalisierungsgrad Deutschlands gibt. Darüber hinaus sollen die Indizes der Bundesländer einen Bundesvergleich sowie den Vergleich zwischen den einzelnen Ländern herstellen.

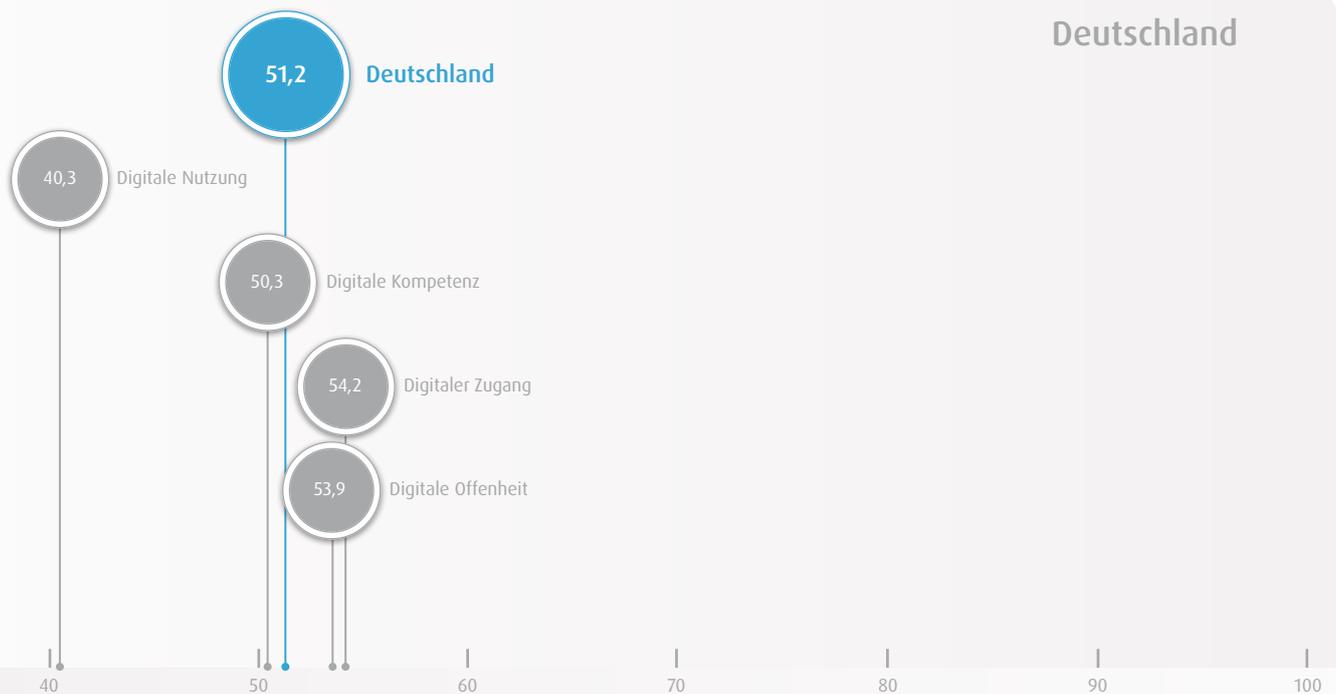
Der Index ist das Ergebnis der Analyse eines umfassenden Fragebogens, der mit 24 Fragen und über 230 Antwortvorgaben die verschiedenen Aspekte der Digitalisierung erfasst. Der Umfang des Fragebogens stellt sicher, dass das Thema »Digitalisierung« ganzheitlich aufgegriffen wird. Um dieses Ziel methodisch umzusetzen, wurde ein zweistufiges Vorgehen angewandt: In den Fragebogen des Index ist zum einen die langjährige Erfahrung und das Wissen aus über zwölfjähriger Forschung zur Internetnutzung eingegangen – insbesondere durch die Studien (N)ONLINER Atlas, seit 2001 die quantitativ größte Studie zur Internetnutzung, und die Studie »Digitale Gesellschaft«, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Kompetenz der Bürger in Deutschland im Bereich der digitalen Welt zu messen. Da-

rüber hinaus erfolgte die Verifizierung des Index durch die Diskussion mit einem hochrangigen Expertenkreis.

Das Ergebnis ist eine Maßzahl, die für alle relevanten Entscheider aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft eine neue Zielausrichtung definiert. Der D21 - Digital - Index spiegelt den Grad der Digitalisierung in Deutschland in einzigartiger Art und Weise wider.

Der Index wird auf einer Skala von 0 bis 100 dargestellt. Der Indexwert 100 ist die Zielgröße, die den derzeitigen Idealzustand aus Sicht des Jahres 2013 abbildet. Durch die offene Konstruktion des dem Index zugrunde liegenden Fragebogens sowie durch den Input aus dem Expertenkreis wird eine zukunftssichere Anpassung dieser neuen Währung langfristig gewährleistet.

Auf Basis unterjähriger Expertenworkshops wird sichergestellt, dass die systeminhärenten Variablen der vier Säulen im Zeitverlauf zum einen dem Kriterium der Stabilität sowie zum anderen dem Kriterium der Aktualität Rechnung tragen.



Inhaltlich fußt der Index auf vier Säulen (vgl. S. 15), die als Subindizes in den Gesamtindex einfließen:

→ Der Subindex »**Digitaler Zugang**« gibt einen Einblick in den Zugang zum Internet und dem jeweiligen Endgerät, der Breitbandnutzung sowie die Hardwareausstattung der Bevölkerung in Deutschland.

→ Beim Subindex »**Digitale Kompetenz**« werden das inhaltliche Wissen zu digitalen Themen, die technische Kompetenz sowie die Medienkompetenz der Bevölkerung zusammengefasst und in einer Zahl ausgedrückt. Ziel dieser Säule ist es, neben der Kenntnis von digitalen Themen vor allem auch sicherzustellen, dass der kompetente Umgang der Nutzer in diesem Zusammenhang dargestellt wird.

→ Im Subindex »**Digitale Nutzung**« werden alle Themen zusammengefasst, die das Thema Nutzungsintensität und Nutzungsvielfalt beinhalten. Es wird damit aufgezeigt, welche unterschiedlichen Anwendungen die Bevölkerung regelmäßig einsetzt und wie lange sie durchschnittlich ihre Endgeräte nutzt bzw. im Internet unterwegs ist.

→ Der Subindex »**Digitale Offenheit**« umfasst die Einstellung der Bevölkerung zu digitalen Themen. Hierzu wurden vor allem die Offenheit für digitale Themen bzw. Neuerungen sowie auch die Ängste und Befürchtungen in der digitalen Welt aufgegriffen. Ein hoher Indexwert berücksichtigt dabei, dass Personen einerseits digitalen Themen aufgeschlossen gegenüberstehen, sich aber auch im täglichen Umgang mit den digitalen Medien durchaus den Datenschutzaspekten widmen.

Kern des Index ist eine repräsentative Befragung in Deutschland, die auf 3.819 Interviews basiert.

## D21 - Digital - Index in Deutschland

### Deutschland 2013



**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Indexpunkten

Auf Basis der erstmaligen Erhebung des D21-Digital-Index hat Deutschland mit 51,2 Punkten einen mittleren Digitalisierungsgrad erreicht.

Die Indexzahl macht deutlich, dass die Bürger in Deutschland in der digitalen Welt bereits angekommen sind. Allerdings ist erst die halbe Strecke auf dem Weg hin zu einer optimalen, verantwortlichen und kompetenten Nutzung des Internets und seiner Dienste zurückgelegt.

Neben dem Gesamtindex werden auch die einzelnen Subindizes betrachtet. Mit diesen zusätzlichen Informationen soll es Entscheidern in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft erleichtert werden, Handlungsoptionen zu priorisieren bzw. zu entwickeln.

- Subindex »Digitaler Zugang« : 54,2 Punkte
- Subindex »Digitale Kompetenz« : 50,3 Punkte
- Subindex »Digitale Nutzung« : 40,3 Punkte
- Subindex »Digitale Offenheit« : 53,9 Punkte

Die Subindizes verdeutlichen, dass Deutschland in den Bereichen »Digitaler Zugang« sowie »Digitale Offenheit« bereits ein gutes Niveau der Digitalisierung erreicht hat. Es zeigt sich, dass ein Großteil der Bevölkerung über einen entsprechenden Zugang zur digitalen Welt verfügt und die Menschen in Deutschland digitalen Themen grundsätzlich offen gegenüberstehen. Der Subindex »Digitale Kompetenz« hat ebenfalls ein mittleres Niveau. Ein Bereich, der aktuell weit unter dem Gesamtindex liegt ist die »Digitale Nutzung« – der Wert von 40,3 Punkten zeigt, dass die Bürger in Deutschland nur über ein eingeschränktes Nutzungsspektrum verfügen.

### Bundesländer 2013

1. Nordrhein - Westfalen



2. Bremen



3. Schleswig - Holstein



4. Bayern



50,3



9. Baden - Württemberg

48,0



10. Saarland

46,6



11. Hamburg

45,9



12. Brandenburg

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Indexpunkten

## D21 - Digital - Index der Bundesländer

Der D21-Digital-Index hat auch zum Ziel, die Vergleichbarkeit der Bundesländer untereinander sowie im Bundesvergleich zu ermöglichen. Im ersten Jahr der Erhebung ist beim Indexvergleich ein Flächenland an der Spitze: Nordrhein-Westfalen. Mit einem Indexwert von 57,7 Punkten liegt Nordrhein-Westfalen 6,5 Indexpunkte über dem Bundesdurchschnitt. Auf dem zweiten Platz, jedoch mit etwas Abstand, findet sich Bremen (52,8 Punkte).

Insgesamt liegen drei Länder über dem Bundesdurchschnitt: Nordrhein-Westfalen (57,7 Punkte), Bremen (52,8 Punkte) und Schleswig-Holstein (52,3 Punkte). Bayern und Hessen erreichen mit 51,2 Punkten den Bundesdurchschnitt. Somit liegen 2013 elf Bundesländer unter dem Wert des Deutschland-Index.

### Deutliche Unterschiede im Bundesländervergleich

Vergleicht man die Bundesländer mit dem höchsten (Nordrhein-Westfalen, 57,7 Punkte) und dem niedrigsten Indexwert (Sachsen-Anhalt, 40,5 Punkte), so zeigen sich deutliche Unterschiede.

### Platzierungen beim D21-Digital-Index



■ 1. bis 3.   ■ 4. bis 10.   □ 11. bis 16.

Insgesamt ist hier eine Differenz von 17,2 Indexpunkten vorhanden. Dementsprechend werden diese Bundesländer unterschiedliche Maßnahmen zur Verbesserung ihres Wertes unternehmen müssen – der D21-Digital-Index kann hierbei eine wertvolle Hilfestellung bieten.

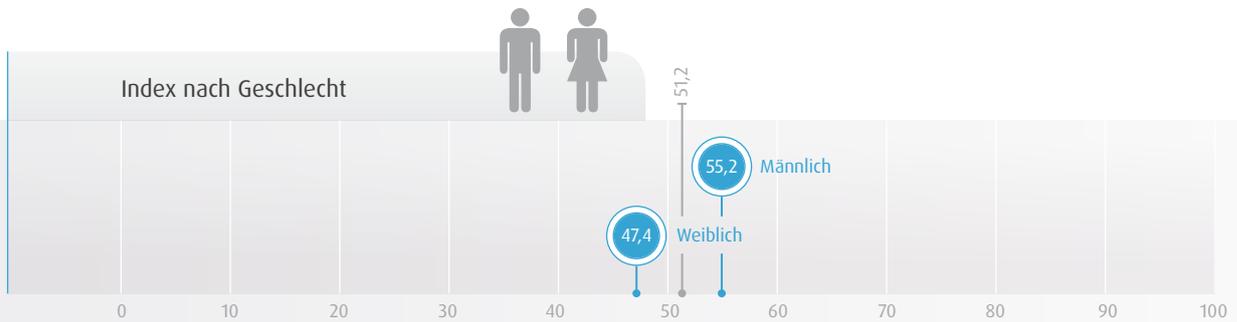


### Drei Bundesländer liegen über dem Deutschland-Index von 51,2 Punkten!

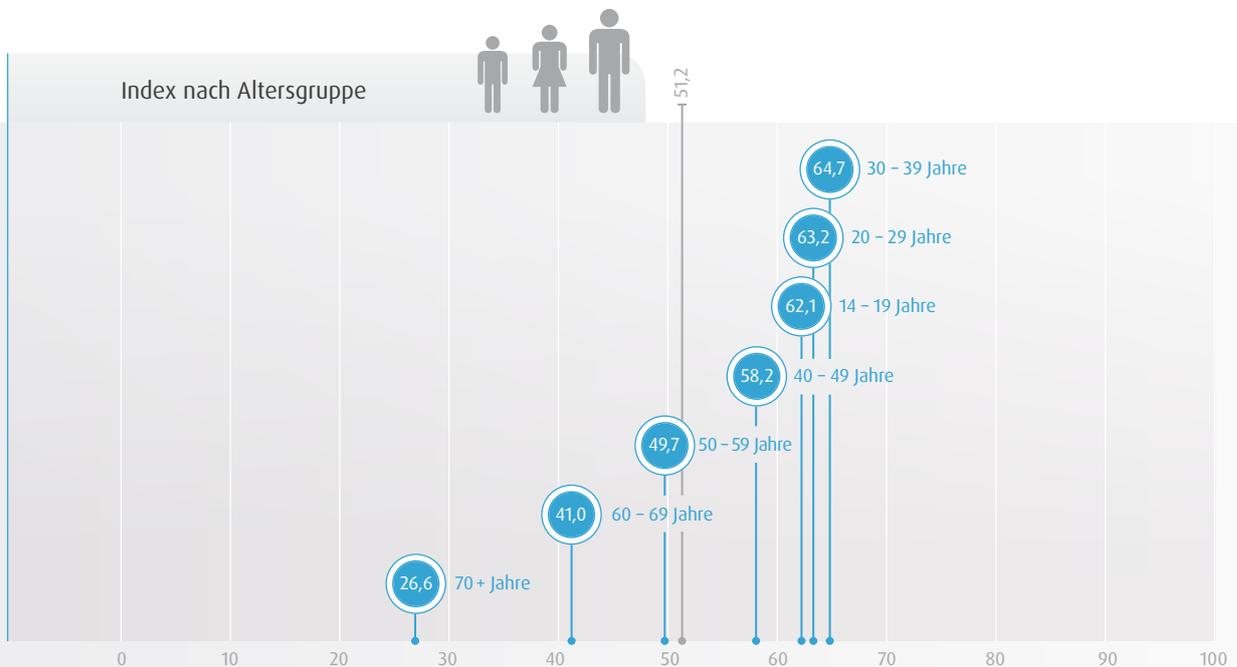


## D21 - Digital - Index im Detail

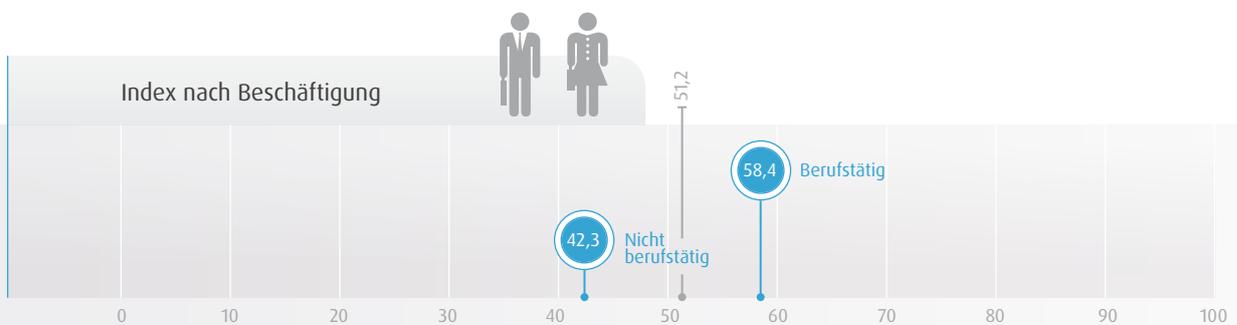
— D21-Digital-Index Deutschland



- Der Index der Männer liegt vier Punkte über dem Deutschland-Index, d.h. Männer haben aktuell ein mittleres Indexniveau.
- Der Index der Frauen liegt mit 47,4 Punkten unter dem Deutschland-Index.

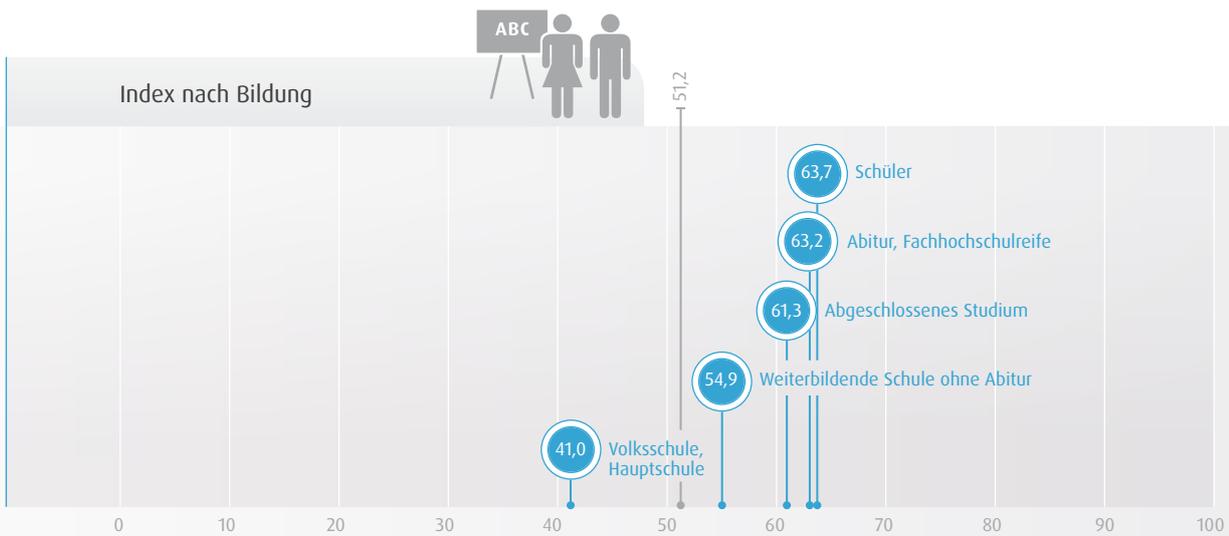


- Die Altersgruppe der bis 39-jährigen verfügt über einen überdurchschnittlich hohen Digitalisierungsgrad.
- In der Altersgruppe der ab 70-jährigen ist derzeit erst die Hälfte des bundesweiten Indexwertes erreicht.

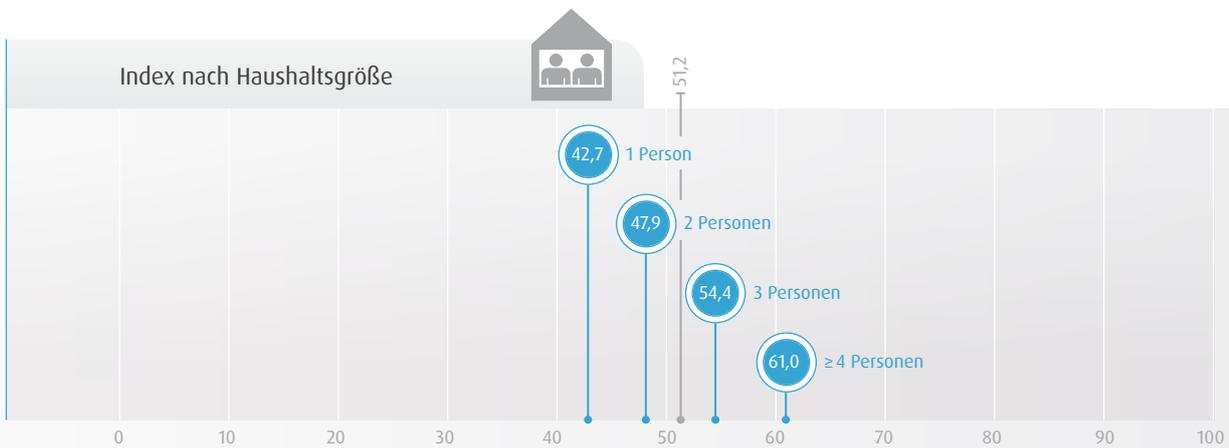


- Berufstätige erreichen mit 58,4 Punkten einen überdurchschnittlichen Indexwert.
- Bei den Nicht-Berufstätigen ist noch großer Nachholbedarf zu sehen.

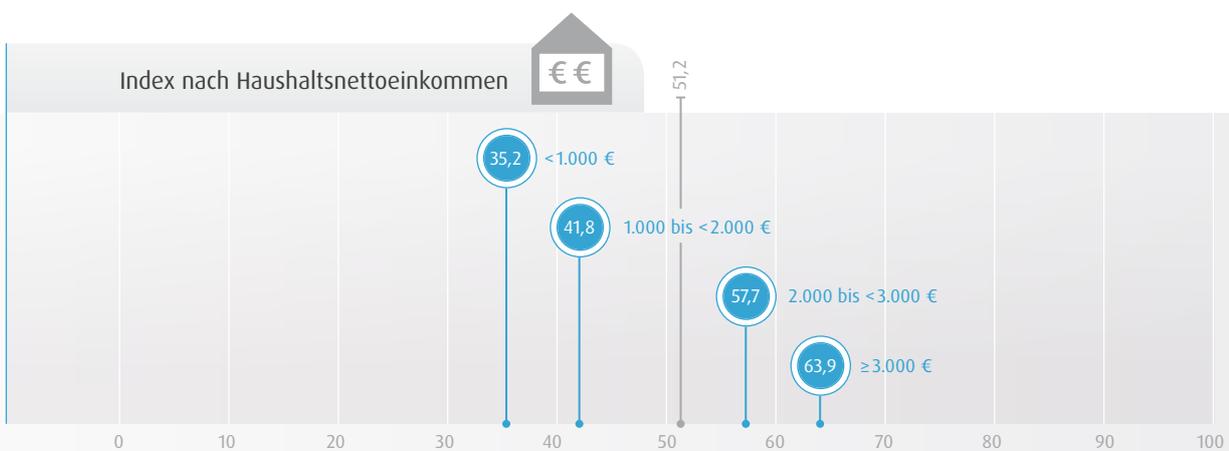
**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Indexpunkten



- Schüler und Personen mit hoher formaler Bildung weisen die höchsten Indexwerte auf.
- Personen mit niedriger formaler Bildung liegen rund 20 Indexpunkte unterhalb von Personen mit abgeschlossenem Studium.



- In Haushalten mit drei und mehr Personen werden überdurchschnittliche Indexwerte erreicht.
- Insbesondere in Ein-Personen-Haushalten wird mit 42,7 Punkten ein sehr geringer Digitalisierungsgrad realisiert.



- Die Ergebnisse zeigen, dass mit dem Einkommen das Indexniveau ansteigt.
- Entsprechend lässt sich ableiten, dass der Digitalisierungsgrad mit dem Haushaltseinkommen korrespondiert.

**BASIS** Alle Befragten, alle Angaben in Indexpunkten



**BASIS** Alle Befragten bzw. Befragte in Bayern, alle Angaben in Indexpunkten

## D21 - Digital - Index in Bayern

Mit 51,2 Indexpunkten entspricht der baye-rische D21-Digital-Index exakt dem bundesdeutschen Wert. Damit hat Bayern einen mittleren Digitalisierungs-grad erreicht. Im Vergleich der Bundesländer liegt Bayern gemeinsam mit Hessen auf dem vierten Rang.

### Subindex »Digitaler Zugang«

Mit einem Indexwert von 55,1 Punkten liegt der Subindex zum »Digitalen Zugang« in Bayern über dem Wert für Deutschland (54,2 Punkte). Es zeigt sich, dass die Bürger eine leicht überdurchschnittliche mobile Internetnutzung aufweisen. Gleichzeitig ist die Ausstattung in bayerischen Haushalten etwas unterdurchschnittlich im Vergleich zu Deutschland gesamt.

Beim »Digitalen Zugang« hat Bayern damit ein mittleres Niveau erreicht. Somit ist ein Zugang zur digitalen Welt auf breiter Basis gewährleistet. Dennoch gibt es in Bay-ern – ähnlich wie in Gesamtdeutschland – noch Verbesserungspotenzial.

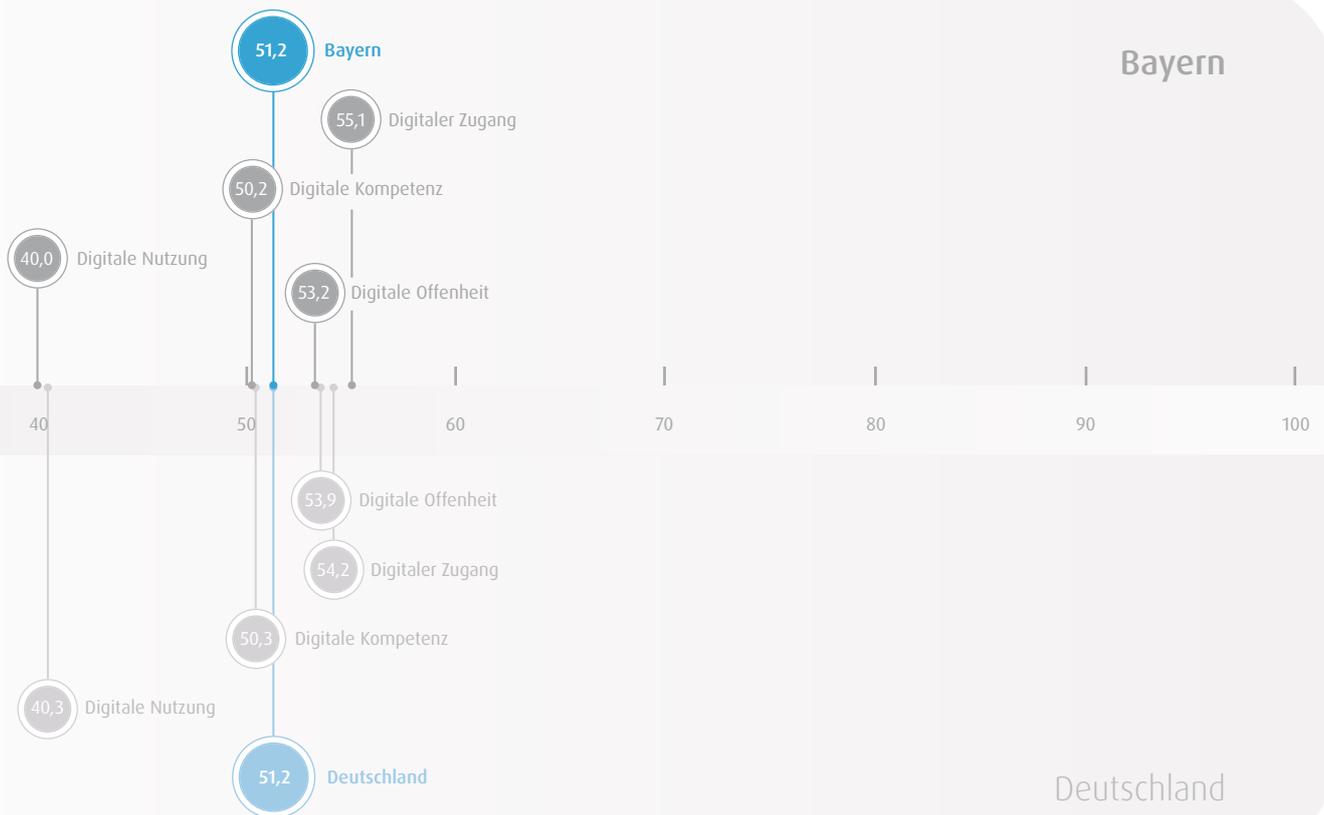
### Subindex »Digitale Kompetenz«

In Bayern wird im Bereich »Digitale Kompetenz« ein Indexwert von 50,2 Punkten erreicht. Damit liegt Bay-ern gleichauf mit dem bundesdeutschen Indexwert von 50,3 Punkten. Ziel dieses Subindex ist es, aufzuzeigen, wie es um das Wissen und die Kompetenz der Bürger in Bezug auf digitale Themen steht.

### Subindex »Digitale Nutzung«

Der Subindex »Digitale Nutzung« veranschaulicht das Nutzungsspektrum der Bevölkerung in Bezug auf digitale Anwendungen. Darüber hinaus wird untersucht, wie viel Zeit die Bürger mit ihren Endgeräten und im Internet verbringen.

Bei der Säule »Digitale Nutzung« liegt der Index der bay-erischen Bevölkerung ebenfalls sehr nahe am bundes-deutschen Ergebnis: Bayern hat aktuell einen Indexwert von 40,0 Punkten, der Deutschland-Index liegt bei 40,3 Punkten.



### Aktueller D21 - Digital - Indexwert Bayerns liegt mit 51,2 Punkten auf dem Bundesniveau.

Im Vergleich ist der Indexwert damit der geringste in Bayern. Bayerns Bevölkerung hat hier noch Wachstumspotenzial.

#### Subindex » Digitale Offenheit «

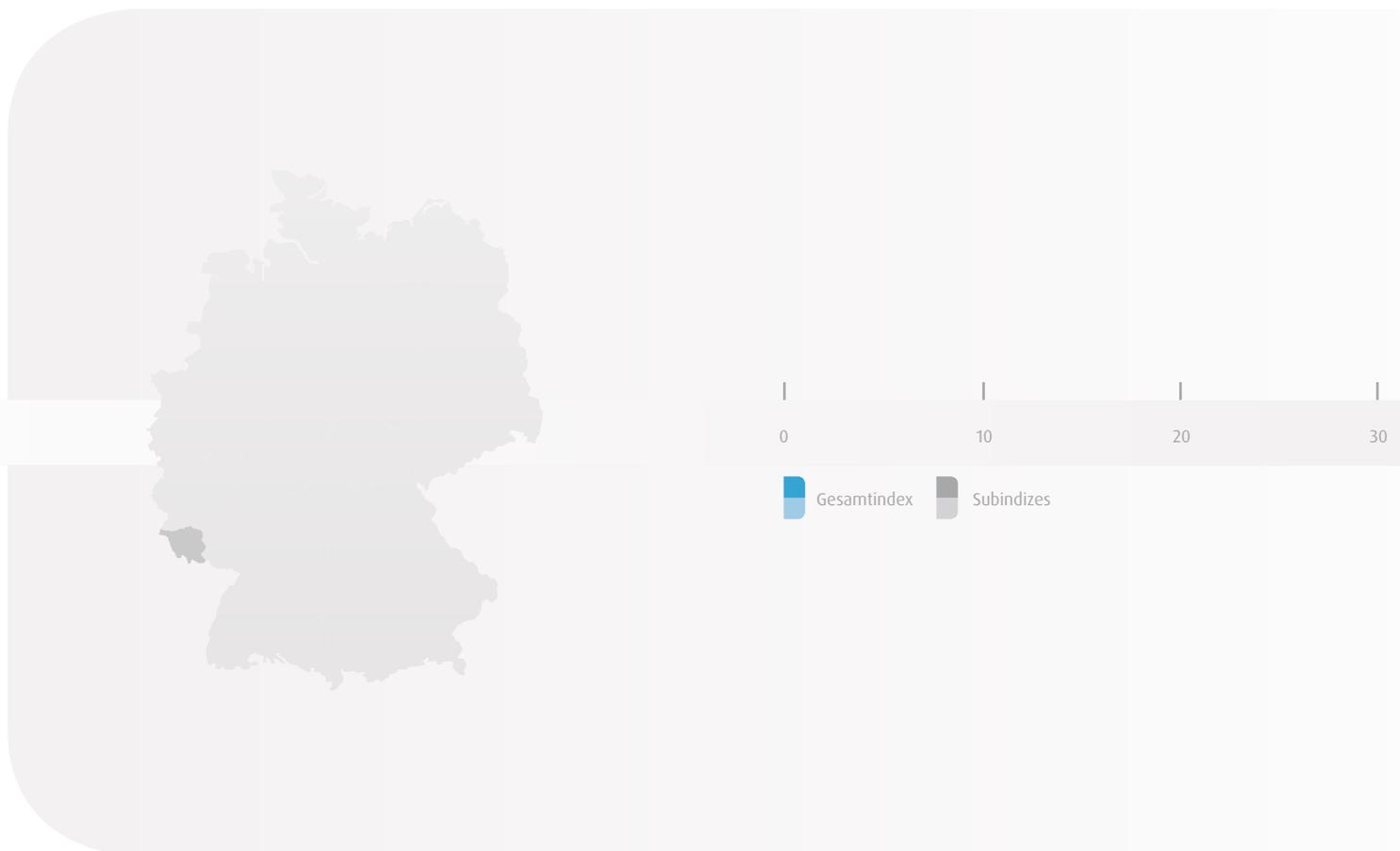
Der Subindex »Digitale Offenheit« zeigt, inwiefern die Bürger digitalen Themen bzw. der digitalen Welt insgesamt offen gegenüberstehen. Hier können neben einem allgemeinen Interesse an digitalen Themen vor allem auch Ängste und Bedenken der Bürger deutlich werden.

Dieser Subindex liegt in Bayern bei 53,2 Punkten, 0,7 Indexpunkte unter dem Subindex für Deutschland. Die Bürger stehen der digitalen Welt somit offen gegenüber. Eine nähere Betrachtung der Einstellung der bayerischen Bevölkerung verdeutlicht, dass diese insbesondere von den Vorteilen des Internets überdurchschnittlich überzeugt sind. Gleichzeitig sind die Bürger in Bayern etwas weniger besorgt, wenn es um die Sicherheit persönlicher Daten im Internet geht.

#### Bayern liegt auf dem deutschen Niveau

Mit einem Indexwert von 51,2 Punkten liegen die Bürger in Bayern somit im Bundesdurchschnitt.

Dies wird auch bei der Analyse der einzelnen Subindizes deutlich. Im aktuellen Bundesländerranking belegt Bayern damit den vierten Rang. Um auch weiterhin zur Spitzengruppe beim Digitalisierungsgrad zu zählen, gilt es, die Bürger auch weiterhin auf ihrem Weg in die digitale Welt durch Initiativen zu unterstützen.



**BASIS** Alle Befragten bzw. Befragte im Saarland, alle Angaben in Indexpunkten

## D21 - Digital - Index im Saarland

Der Indexwert für das Saarland liegt aktuell bei 48,0 Punkten, d.h. es ist ein mittlerer Digitalisierungsgrad erreicht. Im Bundesländervergleich liegt das Saarland mit diesem Wert auf dem zehnten Rang. 3,2 Punkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Die Indexzahl gibt bereits einen Eindruck, inwieweit das Saarland in der digitalen Welt angekommen ist. Um Empfehlungen für Verbesserungen ableiten zu können, sollen nun auch die Subindizes näher analysiert werden.

### Subindex » Digitaler Zugang «

Mit einem Indexwert von 50,8 Punkten hat das Saarland ein mittleres Digitalisierungsniveau beim Internetzugang sowie der Hardwareausstattung der Bürger erreicht. D.h. der »Digitale Zugang« ist somit bereits für einen Großteil der Bevölkerung vorhanden. Betrachtet man die einzelnen Aspekte dieses Index, so zeigt sich, dass im Saarland insbesondere bei der Ausstattung im Vergleich zum Bundesdurchschnitt ein unterdurchschnittliches Niveau erreicht ist.

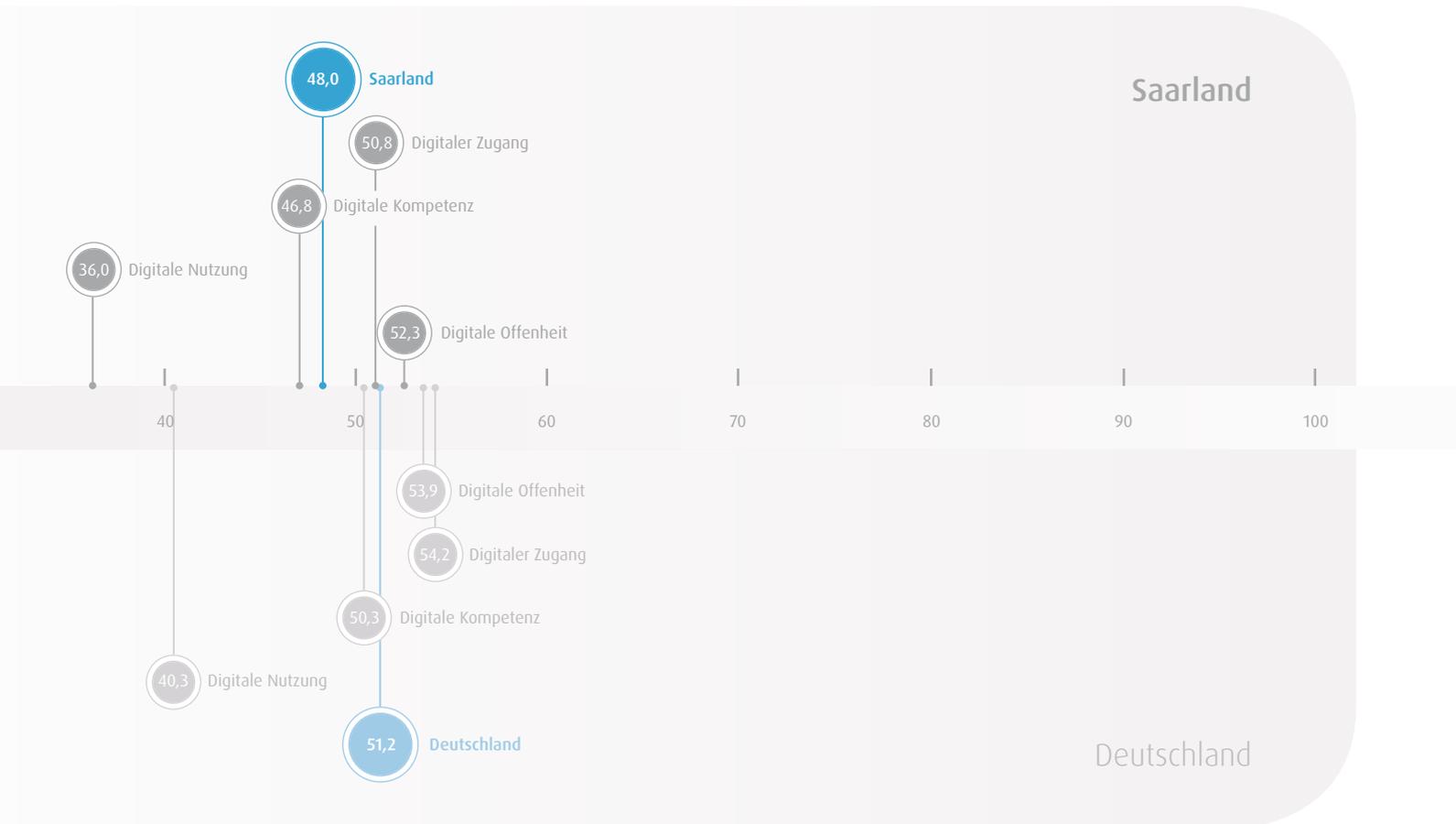
### Subindex » Digitale Kompetenz «

Im Bereich »Digitale Kompetenz«, der das Wissen zu digitalen Themen, die technische Kompetenz sowie die Medienkompetenz der Bürger zusammenfasst, erreicht das Saarland mit einem Subindex von 46,8 Punkten ein moderates Niveau.

Im Detail betrachtet, schneiden der Wissensstand sowie die technischen Kompetenzen im Saarland leicht unterdurchschnittlich ab. Gleichzeitig verfügen die Bürger im Saarland im Vergleich zum Bundesdurchschnitt über eine überdurchschnittliche Medienkompetenz.

### Subindex » Digitale Nutzung «

Mit 36,0 Punkten im Bereich der »Digitalen Nutzung« liegt das Saarland aktuell nahe am unteren Drittel der Indexskala. Bürger im Saarland verfügen über eine eingeschränkte digitale Nutzung. Im Bundesvergleich liegt das Saarland damit rund vier Indexpunkte unter dem Bundesdurchschnitt. Dennoch ist auch der Wert für Gesamtdeutschland mit 40,3 Punkten auf einem relativ niedrigen Niveau.



### Aktueller D21-Digital-Indexwert des Saarlandes liegt mit 48,0 Punkten im Mittelfeld.

Bei Betrachtung der einzelnen Ebenen der »Digitalen Nutzung« wird deutlich, dass im Saarland eine geringe Nutzungsvielfalt vorliegt, d.h. die Bürger nutzen nur ein geringes Spektrum an Internet- und Computeranwendungen regelmäßig. Eine Besonderheit ist jedoch die überdurchschnittliche Affinität der Bürger im Saarland zu Sozialen Netzwerken sowie Foren und Blogs.

#### Subindex »Digitale Offenheit«

Mit einem Subindex von 52,3 Punkten weist die Bevölkerung im Saarland eine grundsätzlich offene Haltung gegenüber digitalen Themen auf. Insbesondere die Ängste der Bürger könnten mit entsprechenden Aufklärungskampagnen reduziert werden.

#### Saarland mit Steigerungspotenzial

Die Ergebnisse des D21-Digital-Index zeigen, dass das Saarland trotz der enormen Verbesserungen in der Internetnutzung im vergangenen Jahr (vgl. Kapitel zum (N)ONLINER Atlas) aktuell erst einen moderaten Digitali-

sierungsgrad erreicht. Im Bundesvergleich liegt das Saarland in den Bereichen »Digitaler Zugang«, »Digitale Kompetenz« und »Digitale Nutzung« rund vier Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Bei der »Digitalen Offenheit« ist mit 52,3 Punkten der höchste Indexwert im Saarland erreicht.

Ansatzpunkte können die Entscheider in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft aus den einzelnen Subindex-Bereichen erschließen. Die Offenheit der Bürger ist eine gute Basis für Informations- und Aufklärungskampagnen.

## Erkenntnisse und Empfehlungen

### Erkenntnisse

**51**<sub>,2</sub> Punkte beim D21-Digital-Index zeigen ein mittleres Digitalisierungsniveau in Deutschland.

**40**<sub>,3</sub> Punkte beim Subindex »Digitale Nutzung« zeigen ein vergleichsweise niedriges Niveau bei der Nutzungsbreite und -intensität von Anwendungen und Endgeräten. Im Vergleich erreicht dieser Subindex das niedrigste Niveau.

### Empfehlungen

→ Der Index liefert einen Ausgangswert zum Grad der Digitalisierung in Deutschland. Entscheider in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft sollten diese Chance nutzen, um neue Programme und Initiativen bewusst an den Nachholbedarf der deutschen Bevölkerung zu orientieren.

→ Eingeschränkte Nutzungsbreite und -vielfalt beim Einsatz von digitalen Anwendungen müssen vermieden werden. Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft sollten mit konkreten Initiativen die Vielfalt fördern.

## Methodensteckbrief

### Anzahl Interviews

Durchführung von 3.819 Interviews in Deutschland.

### Grundgesamtheit

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren mit Festnetz - Telefonanschluss im Haushalt.

### Repräsentative Erhebung

Auf die Grundgesamtheit übertragbar  
(Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung 70,3 Millionen Personen).

## Erkenntnisse

**51**<sub>,2</sub> Punkte beträgt der D21-Digital-Index in Bayern und liegt damit mit dem Bundesindex auf einer Ebene. Der Subindex zum »Digitalen Zugang« weist den höchsten Wert auf (55,1 Punkte). Der mobile Zugang wird dabei überdurchschnittlich oft eingesetzt.

**48**<sub>,0</sub> Punkte beträgt der D21-Digital-Index im Saarland. Die Analyse zeigt, dass alle vier Subindizes unter dem Bundesdurchschnitt liegen.

## Empfehlungen

→ Bayern sollte die Zugänge zum Internet weiter vorantreiben. Dabei kann die aktuelle Nutzung von mobilen Zugängen als ein Weg zum schnellen Internet genutzt werden. Insgesamt gilt es, sich auf dem bisher Erreichten nicht auszuruhen, sondern aktiv die Bürger in die digitale Welt zu bringen bzw. zu begleiten.

→ Die Bürger im Saarland sind sehr offen gegenüber der digitalen Welt. Dieses Potenzial muss genutzt werden, um die Nutzungsvielfalt und -breite bei Onlinern auszubauen bzw. Personen zu erreichen, die noch nicht im digitalen Raum unterwegs sind.

### Erhebungsmethode

Durchführung als telefonische Befragung im Rahmen der TNS - Telefonstudios (computergestützte Telefoninterviews CATI, 10. Januar bis 26. Februar 2013).

### Stichprobenziehung

Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM-Telefonmastersamples; Daten gewichtet nach zentralen Merkmalen (Geschlecht, Alter und formale Bildung); repräsentative Erhebung.

28,9%

der Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren  
zählen zu den Aussenstehenden Skeptikern.

# Nutzertypen im Vergleich



## Segmentierung und Nutzertypen

Die Initiative D21 hat 2009 erstmals untersucht, inwieweit die deutsche Gesellschaft souverän, kompetent und selbstbestimmt im Umgang mit digitalen Medien ist. Dieser Untersuchungsansatz erweitert die »klassische« soziodemografische Betrachtung. Hintergrund dieser Untersuchung war es, neben der Internetnutzung erstmals einen näheren Einblick zu erhalten, inwieweit die Bürger in Deutschland in der digitalen Welt angekommen sind. Diesem Gedanken folgend, wurde im Rahmen der Publikation »D21 - Digital-Index – Auf dem Weg in ein digitales Deutschland?!« die tiefe segmentspezifische Untersuchung der Bevölkerung in Deutschland weitergeführt. Aufgrund der vielfältigen Änderungen der Rahmenbedingungen seit der ersten Erhebung im Jahr 2009 wurde der Fragebogen grundlegend überprüft und den aktuellen Gegebenheiten angepasst. Dabei wurden unter anderem das Thema der

mobilen Endgeräte und die damit einhergehenden Anwendungen und Fertigkeiten sowie die Medienkompetenz neu integriert bzw. weiter angepasst. Ergebnis der Neuausrichtung sind wiederum sechs Typen. Diese unterscheiden sich von den bisherigen Nutzertypen grundsätzlich.

### Identifikation der Nutzertypen

Die Typen der digitalen Gesellschaft in Deutschland basieren auf den vier zentralen Säulen der Publikation (vgl. S. 15). Diese haben den Anspruch, den Umgang mit digitalen Medien holistisch zu erfassen. Dies sind:

- Digitaler Zugang
- Digitale Kompetenz
- Digitale Nutzung
- Digitale Offenheit

### Dimensionen der Digitalen Gesellschaft

Säule 1 **Digitaler Zugang**

Säule 2 **Digitale Kompetenz**

Dimension **Zugang und Kompetenz**

Die Dimension »Zugang und Kompetenz« setzt sich aus den beiden Säulen »Digitaler Zugang« und »Digitale Kompetenz« zusammen. Diese Dimension ist dabei positiv zu bewerten: Je mehr Wissen, Kompetenz und Zugangsmöglichkeiten zur digitalen Welt bei den Befragten vorhanden sind, desto höher ist dies zu bewerten.

Säule 3 **Digitale Nutzung**

Säule 4 **Digitale Offenheit**

Dimension **Nutzung und Offenheit**

Die Dimension »Nutzung und Offenheit« wird von den beiden Säulen »Digitale Nutzung« und »Digitale Offenheit« gebildet. Diese Dimension ist bei der Interpretation differenzierter und neutraler zu betrachten. Denn sicherlich ist eine offene Einstellung digitalen Medien gegenüber sowie ein maßvoller Umgang mit den digitalen Medien positiv zu bewerten. Bei einer übermäßigen Nutzung und unreflektierten Einstellungen kann diese Dimension jedoch auch ins Negative gehen.

Bei der Betrachtung der Segmente zeigt sich, dass zwei Säulen jeweils eine Dimension unterstützen (vgl. Abb. S. 46).

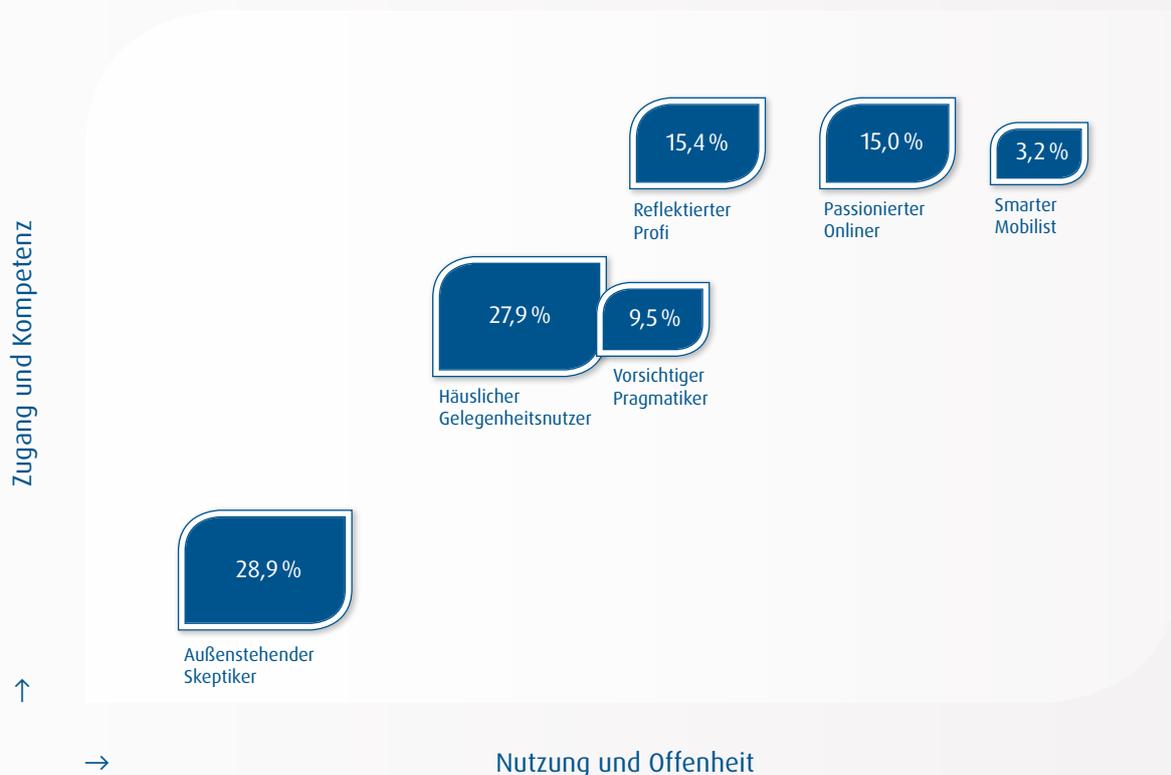
Die vorliegende Segmentierung gliedert die digitale Gesellschaft in klar abgrenzbare Nutzertypen. Dabei sollen die identifizierten Gruppen hinsichtlich der Dimension »Zugang und Kompetenz« sowie der Dimension »Offenheit und Nutzung« möglichst identisch (homogen), aber untereinander möglichst abgrenzbar (heterogen) sein.

Entsprechend gingen Items der zuvor beschriebenen Säulen der digitalen Gesellschaft – Digitaler Zugang, Digitale Kompetenz, Digitale Nutzung sowie Digitale Offenheit – als aktive Variablen in eine Clusteranalyse ein und ergaben dabei sechs Typen, die die Digitale Gesellschaft in Deutschland im Jahr 2013 widerspiegeln.

- TYP 1 **Außenstehender Skeptiker**
- TYP 2 **Häuslicher Gelegenheitsnutzer**
- TYP 3 **Vorsichtiger Pragmatiker**
- TYP 4 **Reflektierter Profi**
- TYP 5 **Passionierter Onliner**
- TYP 6 **Smarter Mobilist**

Konkrete Einblicke in die einzelnen Nutzertypen folgen auf den nächsten Seiten. Nach einem kurzen Vergleich der Typen untereinander erfolgt im Anschluss ein kurzer Steckbrief der sechs Typen. Ziel ist es, dem Leser einen möglichst umfassenden Überblick in die Gewohnheiten der Typen zu geben.

### Typen der Digitalen Gesellschaft im Überblick



## Nutzertypen im Vergleich

# 28,9%

D21 - Digital - Index  
19,3 Punkte

niedrigster  
Digitalisierungsgrad

### TYP 1 Außenstehender Skeptiker

Mit durchschnittlich 63 Jahren ist dies der älteste der sechs Nutzertypen. Diese eher weibliche Nutzergruppe verfügt über eine niedrige formale Bildung. Gleichzeitig sind rund 70 Prozent nicht (mehr) berufstätig. Entsprechend gering ist das monatliche Einkommen. Nur jede fünfte Person nutzt aktuell das Internet. Es werden kaum Vorteile in der Internetnutzung gesehen. Hinsichtlich der Endgeräte ist diese Gruppe eher schlecht ausgestattet. Ausnahme: Rund 80 Prozent besitzen einfache Handys.



# 27,9%

D21 - Digital - Index  
57,1 Punkte

mittlerer  
Digitalisierungsgrad

### TYP 2 Häuslicher Gelegenheitsnutzer

Dieser Typ ist eher weiblich, im Schnitt 44 Jahre alt und verfügt über eine niedrige bis mittlere formale Bildung. Jeder Zweite dieser Gruppe geht aktuell keiner bezahlten Tätigkeit nach, über 50 Prozent leben in einem Haushalt mit drei und mehr Personen. Obwohl über 98 Prozent das Internet nutzen, ist diese Gruppe nur oberflächlich mit neuen Technologien vertraut – die mit Abstand häufigste Online-Anwendung ist die Internetrecherche. Beliebter ist vor allem das Fernsehen, über das öffentlich-rechtliche Nachrichten oder Dokumentationen angesehen werden.



# 9,5%

D21 - Digital - Index  
58,6 Punkte

mittlerer  
Digitalisierungsgrad

### TYP 3 Vorsichtiger Pragmatiker

Diese Gruppe ist eher weiblich und im Schnitt 43 Jahre alt. Rund 80 Prozent der Personen sind berufstätig, wobei das Einkommen eher im mittleren bis niedrigen Bereich liegt. Bei der Internetnutzung agiert dieser Nutzertyp sehr beachtet, um seine persönlichen Daten zu schützen. Als Informationsquellen werden die klassischen Medien wie regionale Tageszeitungen sowie Radionachrichten bevorzugt.





### TYP 4 Reflektierter Profi

# 15,4%

D21 - Digital - Index  
71,4 Punkte

hoher  
Digitalisierungsgrad

Der im Schnitt 41-jährige Nutzertyp ist eher männlich, gut ausgebildet und verfügt über ein hohes monatliches Einkommen. Das Internet, mit welchem er sich proaktiv und kritisch auseinandersetzt, nutzt er vor allem über sein Notebook. Häufig wird dabei im Internet recherchiert, aber auch Preisvergleichsseiten werden besucht. Hier ist der höchste Anteil an Online-Shoppern im Vergleich zu sehen, aber auch Büroprogramme sind weit verbreitet.



### TYP 5 Passionierter Onlineur

# 15,0%

D21 - Digital - Index  
72,2 Punkte

höchster  
Digitalisierungsgrad

Dieser überwiegend männliche Nutzertyp ist im Schnitt 37 Jahre alt, hat eine hohe formale Bildung, ist beruflich engagiert und sehr an Internet- und Technologiethemata interessiert. Dieser Typ kann sich ein Leben ohne Internet nicht vorstellen. Das Internet spielt nicht nur im Berufs-, sondern auch im Privatleben eine wichtige Rolle – entsprechend ist hier der höchste Anteil an Breitbandnutzern zu verzeichnen. Neue mobile Medienprodukte wie z. B. Tablets stoßen auf hohe Resonanz. Häufig genutzte Anwendungen im Vergleich sind neben den gängigen Anwendungen auch Online-Banking sowie das Lesen von Blogs und Foren.



### TYP 6 Smarter Mobilist

# 3,2%

D21 - Digital - Index  
69,8 Punkte

hoher  
Digitalisierungsgrad

Dieser Typ ist eher männlich und durchschnittlich 32 Jahre alt. 79 Prozent sind berufstätig; gleichzeitig ist der Anteil der Schüler mit 13,1 Prozent am höchsten. Charakteristisch ist, dass jeder in dieser Gruppe ein Smartphone besitzt. Dieses wird durchschnittlich 16 Stunden am Tag eingesetzt. Entsprechend der Ausstattung ist hier der höchste Anteil an mobilen Internetnutzern zu verzeichnen. Bei der Nutzungsvielfalt zeigt sich, dass Soziale Netzwerke selbstverständlich sind. Als Informationsmedium wird vor allem das Internet gesehen.

TYP 1

# Außenstehender Skeptiker



## Digitaler Zugang

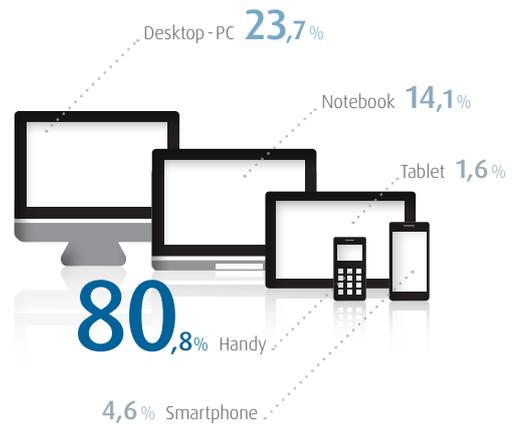
### → Internetnutzung

**20,6%** nutzen beruflich/privat das Internet

**9,6%** nutzen mobiles Internet

**11,5%** nutzen einen Breitbandzugang

### → Geräteausstattung



## Digitale Kompetenz

### → Medienkompetenz

- TOP 1** 93,5% sehen öffentlich-rechtliche **Nachrichten**
- TOP 2** 86,2% sehen **Dokumentationen** und **Reportagen**
- TOP 3** 77,2% lesen regionale **Tageszeitungen**

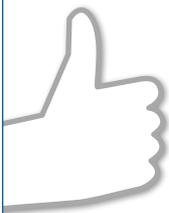
### → Computerkompetenz\*

- Textprogramme 10,8%
- Geräte installieren 8,2%
- Tabellenprogramme 3,8%

### → Internetkompetenz\*

- E-Mails schreiben 8,8%
- Internetrecherche 7,2%
- Online überweisen 2,3%

### → Wissen\*\*

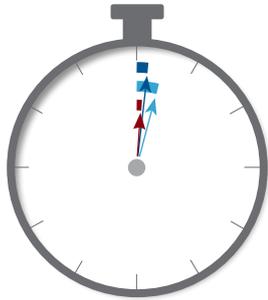


- Betriebssystem 36,2%
- LTE 3,5%
- Cookies 4,3%
- App 18,4%
- cloud 2,4%
- Smart Grid 0,4%
- Router 20,1%
- IP-Adresse 16,9%
- Homepage 39,7%

\*Anwendungen, die selbstständig bedient werden können. | \*\*Begriffe, die bekannt sind und erklärt werden können.

## Digitale Nutzung

## → Nutzungsintensität



Internet	0,2 Std. pro Tag
Computer	0,5 Std. pro Tag
Smartphone	0,1 Std. pro Tag

## → Nutzungsvielfalt Computer

Büroarbeit	8,3%
Computerspiele	8,1%
Fotos/Videos	5,6%

## → Nutzungsvielfalt Internet

Internetrecherche	11,9%
Online-Shopping	5,6%
Soziale Netzwerke	4,4%



## Digitale Offenheit

In der Nutzung des **Internets** sehe ich viele **Vorteile für mich**.

Das **Internet hilft** mir, mehr mit Menschen **in Kontakt zu bleiben**, als ich das durch Besuche oder telefonisch könnte.

Ich bin **besorgt**, dass meine **persönlichen Daten** (z.B. Kreditkartendaten) über das **Internet verfügbar** sein könnten.

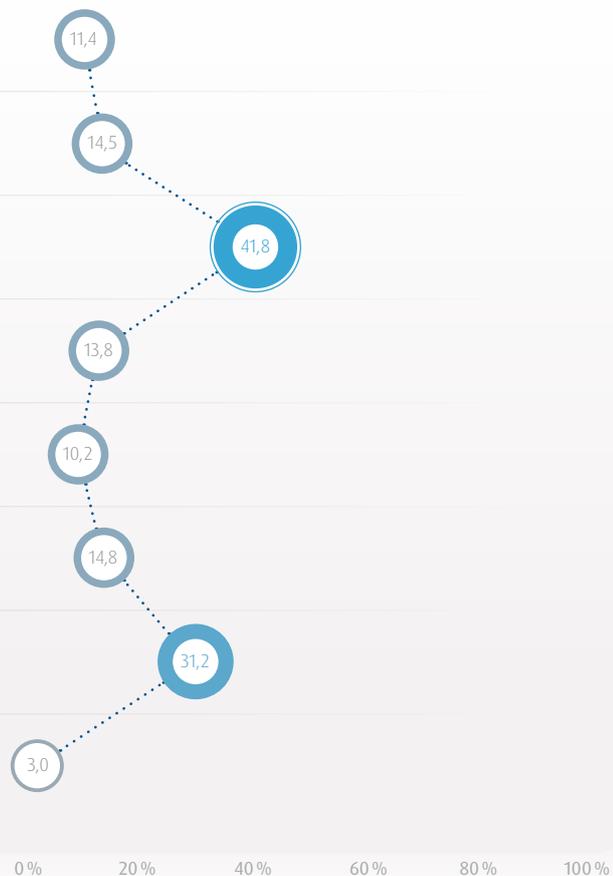
Wenn ich **Informationen** benötige, **suche** ich **zuerst im Internet**.

Ich bin immer an den **neuesten Trends** im **digitalen Umfeld interessiert** (neue Geräte, neue Software etc.).

Wenn es das **Internet morgen nicht mehr gäbe**, hätte das **sehr negative Auswirkungen** auf mein tägliches Leben.

Weil ich **zu wenig** über Computer-, Internet- und Technikthemen **weiß**, habe ich **Angst sie zu nutzen**.

Von meiner Familie oder im Bekanntenkreis werde ich oft **um Rat gefragt**, wenn es um Computer-, Internet- bzw. Technikthemen geht.



○ <33%    ◉ 33 – 66%    ⊕ >66%

TYP 2

# Häuslicher Gelegenheitsnutzer



Digitaler Zugang

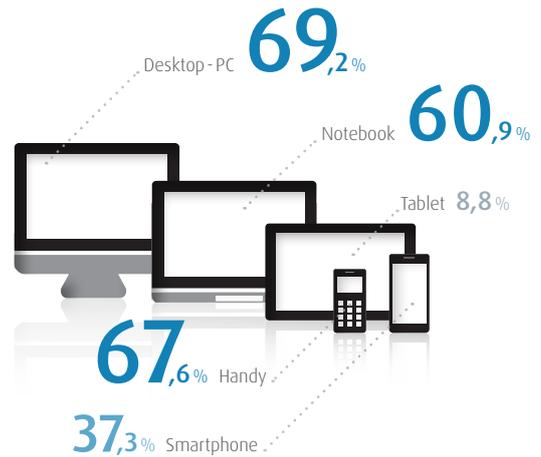
→ Internetnutzung

**98,1%** nutzen beruflich/privat das Internet

**53,0%** nutzen mobiles Internet

**67,4%** nutzen einen Breitbandzugang

→ Geräteausstattung



Digitale Kompetenz

→ Medienkompetenz

- TOP 1** 90,0% sehen **Dokumentationen** und **Reportagen**
- TOP 2** 83,9% sehen öffentlich-rechtliche **Nachrichten**
- TOP 3** 69,5% nutzen **Onlinelexika**

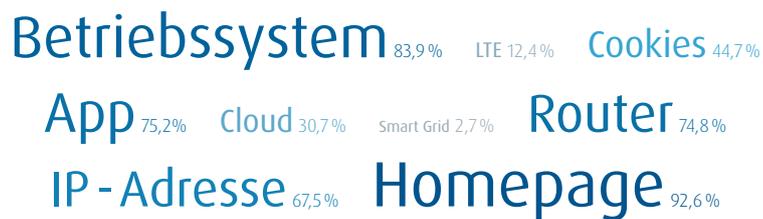
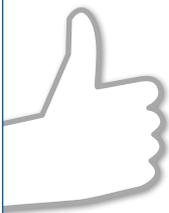
→ Computerkompetenz\*



→ Internetkompetenz\*



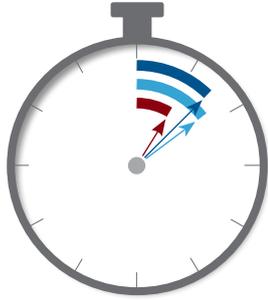
→ Wissen\*\*



\*Anwendungen, die selbstständig bedient werden können. | \*\*Begriffe, die bekannt sind und erklärt werden können.

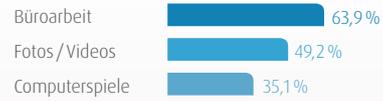
## Digitale Nutzung

### → Nutzungsintensität



Internet	1,5 Std. pro Tag
Computer	1,8 Std. pro Tag
Smartphone	0,9 Std. pro Tag

### → Nutzungsvielfalt Computer



### → Nutzungsvielfalt Internet



## Digitale Offenheit

In der Nutzung des **Internets** sehe ich viele **vorteile für mich**.

Das **Internet hilft** mir, mehr mit Menschen **in Kontakt zu bleiben**, als ich das durch Besuche oder telefonisch könnte.

Ich bin **besorgt**, dass meine **persönlichen Daten** (z.B. Kreditkartendaten) über das **Internet verfügbar** sein könnten.

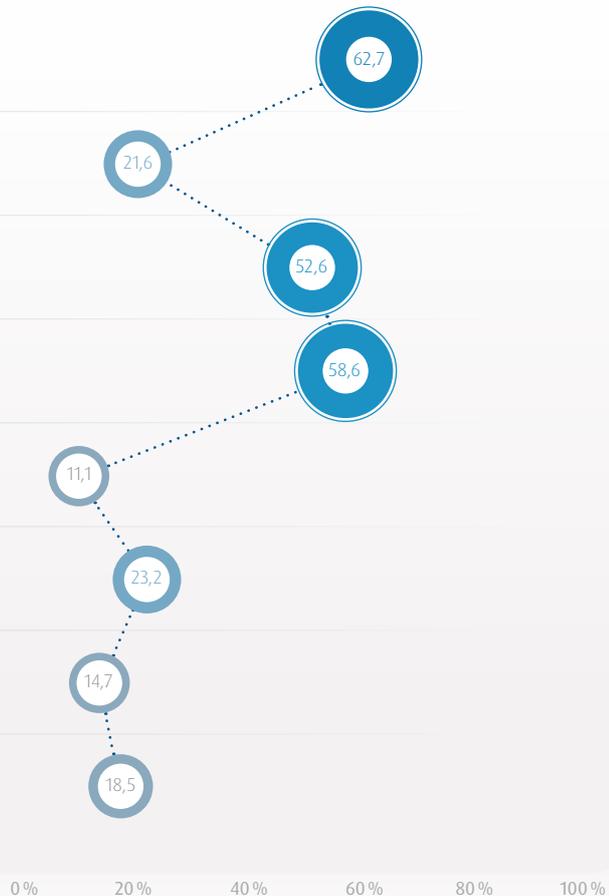
Wenn ich **Informationen** benötige, **suche** ich **zuerst im Internet**.

Ich bin immer an den **neusten Trends** im **digitalen Umfeld interessiert** (neue Geräte, neue Software etc.).

Wenn es das **Internet morgen nicht mehr gäbe**, hätte das **sehr negative Auswirkungen** auf mein tägliches Leben.

Weil ich **zu wenig** über Computer-, Internet- und Technikthemen **weiß**, habe ich **Angst sie zu nutzen**.

Von meiner Familie oder im Bekanntenkreis werde ich oft **um Rat gefragt**, wenn es um Computer-, Internet- bzw. Technikthemen geht.



○ <33%    ◉ 33 - 66%    ⊕ >66%

TYP 3

Vorsichtiger Pragmatiker



Digitaler Zugang

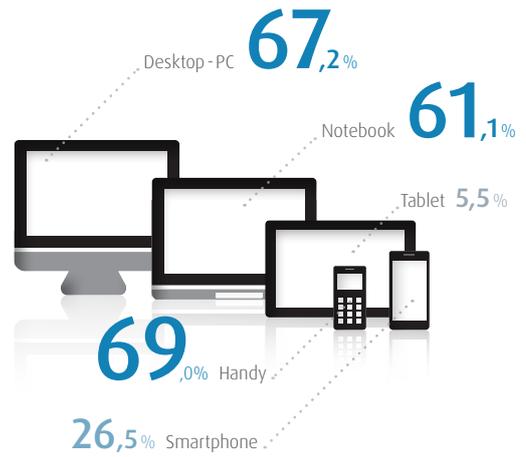
→ Internetnutzung

**100,0%** nutzen beruflich/privat das Internet

**49,5%** nutzen mobiles Internet

**77,4%** nutzen einen Breitbandzugang

→ Geräteausstattung



Digitale Kompetenz

→ Medienkompetenz

- TOP 1 **72,6%** lesen regionale **Tageszeitungen**
- TOP 2 **72,5%** sehen öffentlich-rechtliche **Nachrichten**
- TOP 3 **72,3%** sehen **Dokumentationen** und **Reportagen**

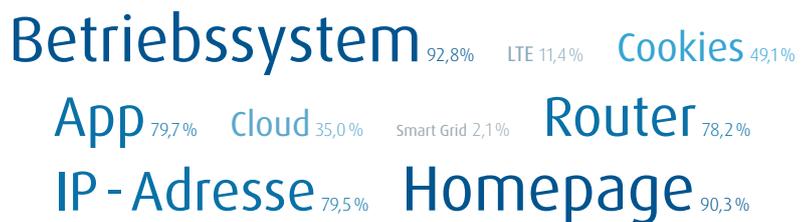
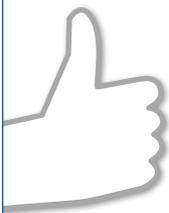
→ Computerkompetenz\*



→ Internetkompetenz\*



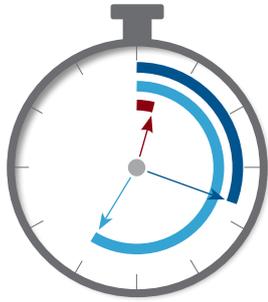
→ Wissen\*\*



\*Anwendungen, die selbstständig bedient werden können. | \*\*Begriffe, die bekannt sind und erklärt werden können.

## Digitale Nutzung

### → Nutzungsintensität



Internet	3,7 Std. pro Tag
Computer	7,0 Std. pro Tag
Smartphone	0,5 Std. pro Tag

### → Nutzungsvielfalt Computer

Büroarbeit	75,9%
Fotos/Videos	47,0%
Musik hören	45,8%

### → Nutzungsvielfalt Internet

Internetrecherche	94,1%
Videos ansehen	51,4%
Online-Shopping	49,0%



## Digitale Offenheit

In der Nutzung des **Internets** sehe ich viele **Vorteile für mich**.

Das **Internet hilft** mir, mehr mit Menschen **in Kontakt zu bleiben**, als ich das durch Besuche oder telefonisch könnte.

Ich bin **besorgt**, dass meine **persönlichen Daten** (z.B. Kreditkartendaten) über das **Internet verfügbar** sein könnten.

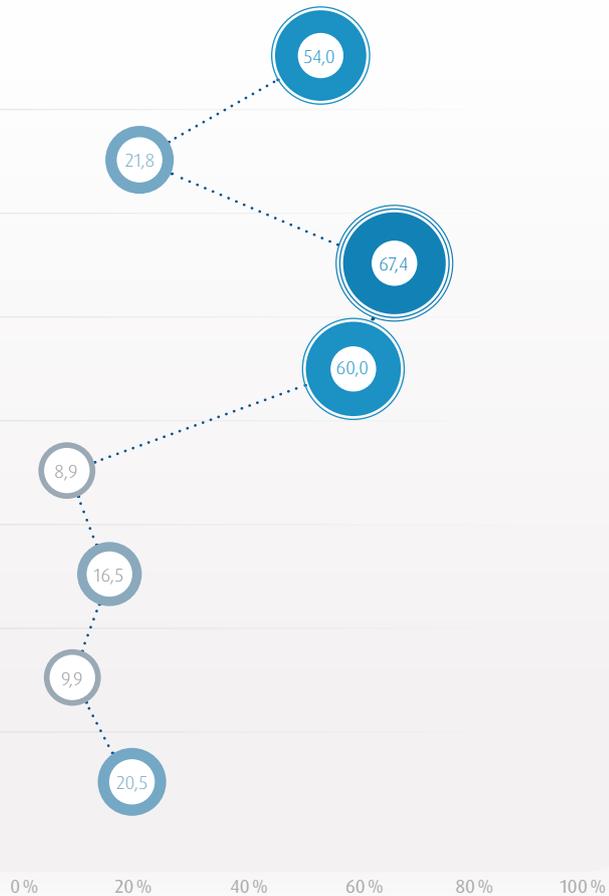
Wenn ich **Informationen** benötige, **suche** ich **zuerst im Internet**.

Ich bin immer an den **neusten Trends** im **digitalen Umfeld interessiert** (neue Geräte, neue Software etc.).

Wenn es das **Internet morgen nicht mehr gäbe**, hätte das **sehr negative Auswirkungen** auf mein tägliches Leben.

Weil ich **zu wenig** über Computer-, Internet- und Technikthemen **weiß**, habe ich **Angst sie zu nutzen**.

Von meiner Familie oder im Bekanntenkreis werde ich oft **um Rat gefragt**, wenn es um Computer-, Internet- bzw. Technikthemen geht.



○ <33%    ◉ 33 – 66%    ⊕ >66%

TYP 4

Reflektierter Profi



Digitaler Zugang

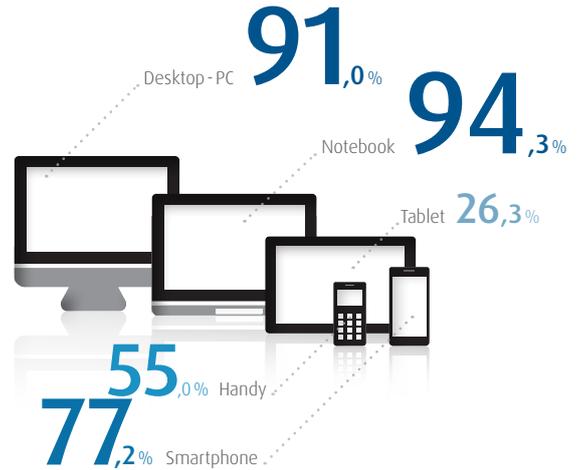
→ Internetnutzung

**100**,0% nutzen beruflich/privat das Internet

**72**,3% nutzen mobiles Internet

**84**,1% nutzen einen Breitbandzugang

→ Geräteausstattung



Digitale Kompetenz

→ Medienkompetenz

- TOP 1 **92,7%** nutzen **Onlinelexika**
- TOP 2 **88,4%** sehen öffentlich-rechtliche **Nachrichten**
- TOP 3 **87,6%** nutzen **Preisvergleichsseiten** im Internet

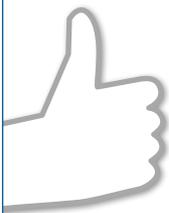
→ Computerkompetenz\*



→ Internetkompetenz\*



→ Wissen\*\*

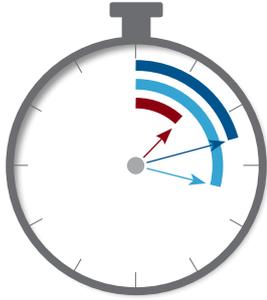


Betriebssystem 94,2%    LTE 48,5%    Cookies 81,9%  
 App 97,8%    Cloud 70,7%    Smart Grid 17,3%    Router 96,6%  
 IP-Adresse 89,7%    Homepage 98,3%

\*Anwendungen, die selbstständig bedient werden können. | \*\*Begriffe, die bekannt sind und erklärt werden können.

## Digitale Nutzung

## → Nutzungsintensität



Internet	2,5 Std. pro Tag
Computer	3,5 Std. pro Tag
Smartphone	1,3 Std. pro Tag

## → Nutzungsvielfalt Computer

Büroarbeit	80,9%
Fotos/Videos	65,4%
Musik hören	55,9%

## → Nutzungsvielfalt Internet

Internetrecherche	93,8%
Online-Shopping	80,0%
Videos ansehen	71,5%



## Digitale Offenheit

In der Nutzung des **Internets** sehe ich viele **vorteile für mich**.

Das **Internet hilft** mir, mehr mit Menschen **in Kontakt zu bleiben**, als ich das durch Besuche oder telefonisch könnte.

Ich bin **besorgt**, dass meine **persönlichen Daten** (z.B. Kreditkartendaten) über das **Internet verfügbar** sein könnten.

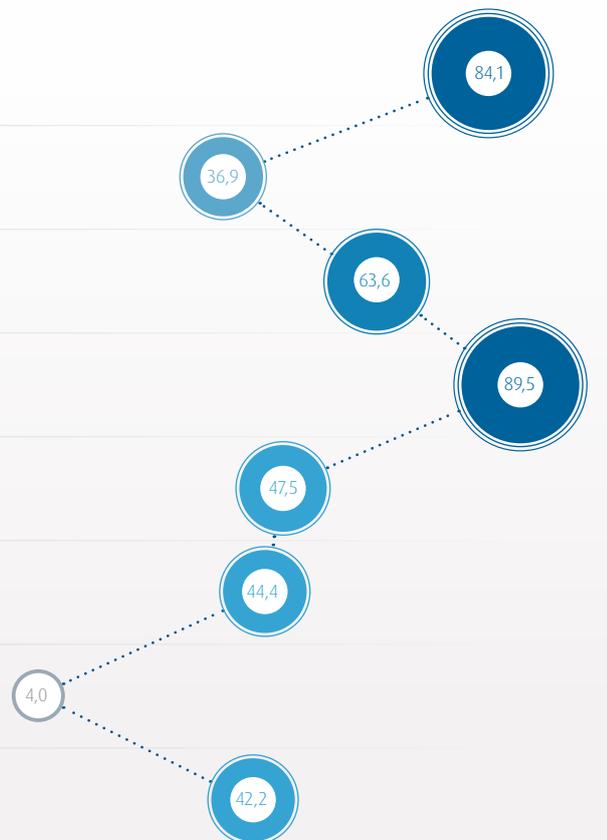
Wenn ich **Informationen** benötige, **suche** ich **zuerst im Internet**.

Ich bin immer an den **neuesten Trends** im **digitalen Umfeld interessiert** (neue Geräte, neue Software etc.).

Wenn es das **Internet morgen nicht mehr gäbe**, hätte das **sehr negative Auswirkungen** auf mein tägliches Leben.

Weil ich **zu wenig** über Computer-, Internet- und Technikthemen **weiß**, habe ich **Angst sie zu nutzen**.

Von meiner Familie oder im Bekanntenkreis werde ich oft **um Rat gefragt**, wenn es um Computer-, Internet- bzw. Technikthemen geht.



○ <33%    ◉ 33 – 66%    ◉ >66%

0%    20%    40%    60%    80%    100%

TYP 5

Passionierter Onlineer



Digitaler Zugang



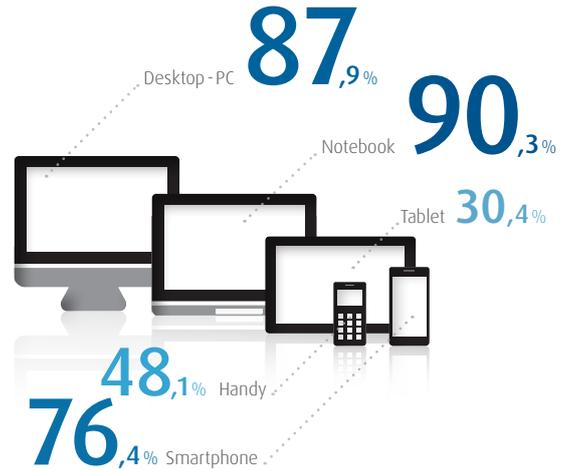
→ Internetnutzung

**100**<sub>,0%</sub> nutzen beruflich/privat das Internet

**78**<sub>,1%</sub> nutzen mobiles Internet

**89**<sub>,3%</sub> nutzen einen Breitbandzugang

→ Geräteausstattung



Digitale Kompetenz

→ Medienkompetenz

- TOP 1 **93,7%** nutzen **Onlinelexika**
- TOP 2 **91,1%** sehen **Dokumentationen** und **Reportagen**
- TOP 3 **83,8%** sehen öffentlich-rechtliche **Nachrichten**

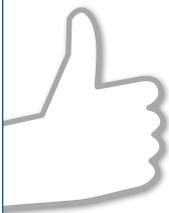
→ Computerkompetenz\*



→ Internetkompetenz\*



→ Wissen\*\*

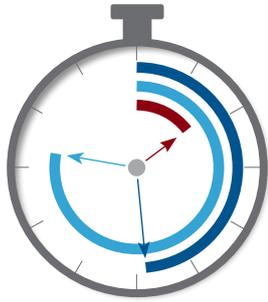


Betriebssystem <sub>98,2%</sub>    LTE <sub>50,4%</sub>    Cookies <sub>83,2%</sub>  
 App <sub>92,4%</sub>    cloud <sub>67,1%</sub>    Smart Grid <sub>12,5%</sub>    Router <sub>93,7%</sub>  
 IP-Adresse <sub>91,0%</sub>    Homepage <sub>97,8%</sub>

\*Anwendungen, die selbstständig bedient werden können. | \*\*Begriffe, die bekannt sind und erklärt werden können.

## Digitale Nutzung

### → Nutzungsintensität



Internet	<b>5,8</b> Std. pro Tag
Computer	<b>9,2</b> Std. pro Tag
Smartphone	<b>1,8</b> Std. pro Tag

### → Nutzungsvielfalt Computer



### → Nutzungsvielfalt Internet



## Digitale Offenheit

In der Nutzung des **Internets** sehe ich viele **vorteile für mich**.

Das **Internet hilft** mir, mehr mit Menschen **in Kontakt zu bleiben**, als ich das durch Besuche oder telefonisch könnte.

Ich bin **besorgt**, dass meine **persönlichen Daten** (z.B. Kreditkartendaten) über das **Internet verfügbar** sein könnten.

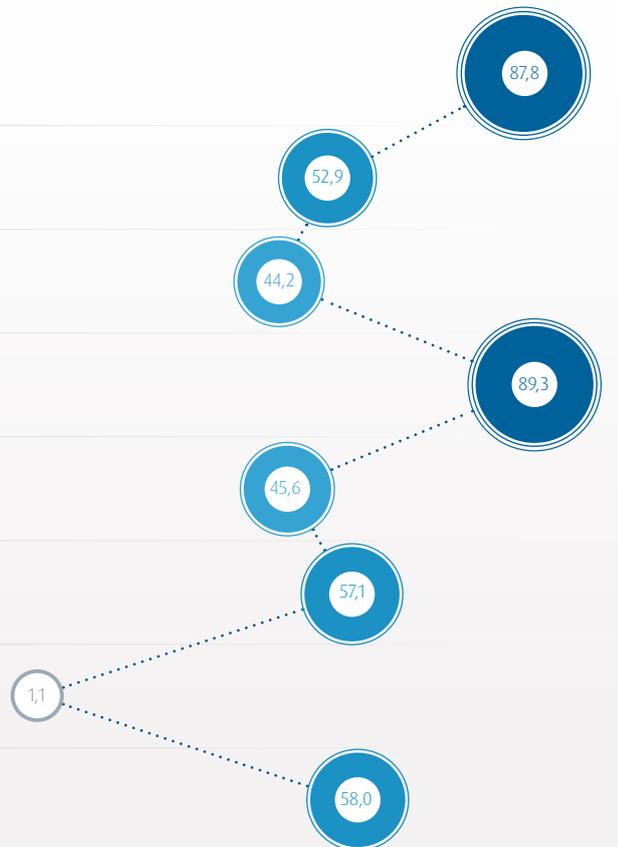
Wenn ich **Informationen** benötige, **suche** ich **zuerst im Internet**.

Ich bin immer an den **neuesten Trends** im **digitalen Umfeld interessiert** (neue Geräte, neue Software etc.).

Wenn es das **Internet morgen nicht mehr gäbe**, hätte das **sehr negative Auswirkungen** auf mein tägliches Leben.

Weil ich **zu wenig** über Computer-, Internet- und Technikthemen **weiß**, habe ich **Angst sie zu nutzen**.

Von meiner Familie oder im Bekanntenkreis werde ich oft **um Rat gefragt**, wenn es um Computer-, Internet- bzw. Technikthemen geht.



TYP 6

Smarter Mobilist



Digitaler Zugang

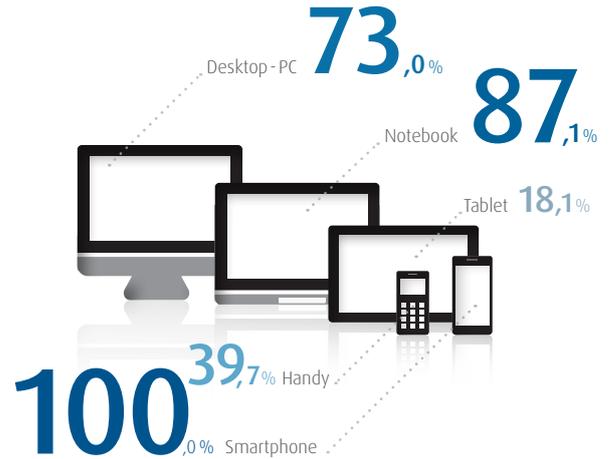
→ Internetnutzung

**100**,0% nutzen beruflich/privat das Internet

**85**,7% nutzen mobiles Internet

**73**,1% nutzen einen Breitbandzugang

→ Geräteausstattung



Digitale Kompetenz

→ Medienkompetenz

- TOP 1 **85,0%** nutzen **Onlinelexika**
- TOP 2 **81,7%** sehen öffentlich-rechtliche **Nachrichten**
- TOP 3 **78,8%** sehen **Dokumentationen** und **Reportagen**

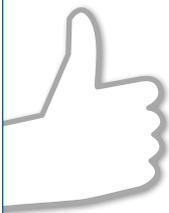
→ Computerkompetenz\*



→ Internetkompetenz\*



→ Wissen\*\*

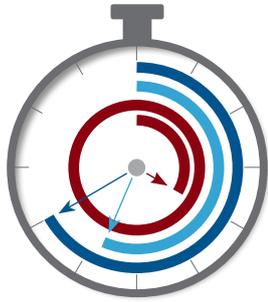


**Betriebssystem** 95,7%   **LTE** 64,5%   **Cookies** 67,4%  
**App** 96,7%   **cloud** 66,3%   **Smart Grid** 4,7%   **Router** 88,0%  
**IP-Adresse** 85,0%   **Homepage** 96,2%

\*Anwendungen, die selbstständig bedient werden können. | \*\*Begriffe, die bekannt sind und erklärt werden können.

## Digitale Nutzung

### → Nutzungsintensität



Internet **8,0** Std. pro Tag  
 Computer **6,7** Std. pro Tag  
 Smartphone **16,0** Std. pro Tag

### → Nutzungsvielfalt Computer



### → Nutzungsvielfalt Internet



## Digitale Offenheit

In der Nutzung des **Internets** sehe ich viele **Vorteile für mich**.

Das **Internet hilft** mir, mehr mit Menschen **in Kontakt zu bleiben**, als ich das durch Besuche oder telefonisch könnte.

Ich bin **besorgt**, dass meine **persönlichen Daten** (z.B. Kreditkartendaten) über das **Internet verfügbar** sein könnten.

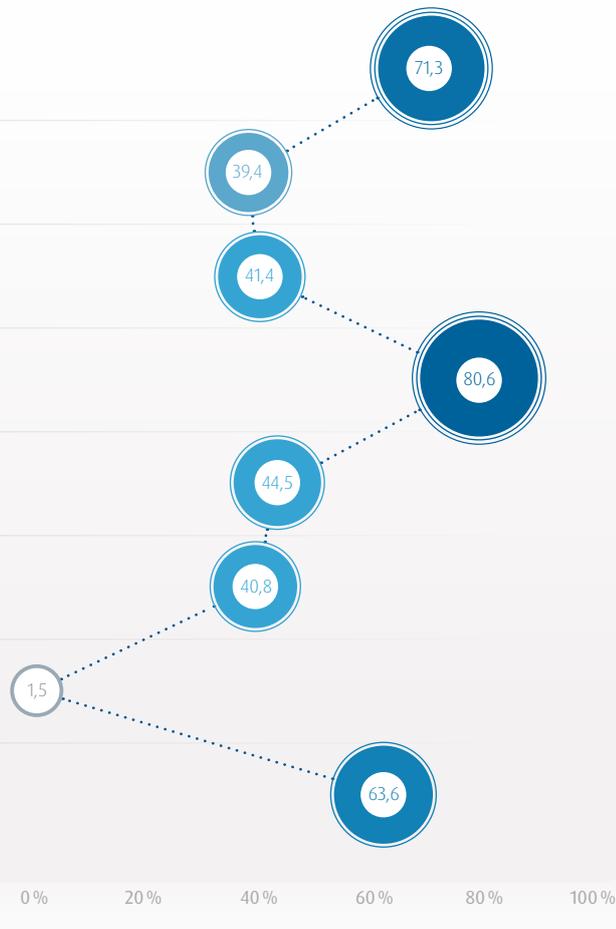
Wenn ich **Informationen** benötige, **suche** ich **zuerst im Internet**.

Ich bin immer an den **neuesten Trends** im **digitalen Umfeld interessiert** (neue Geräte, neue Software etc.).

Wenn es das **Internet morgen nicht mehr gäbe**, hätte das **sehr negative Auswirkungen** auf mein tägliches Leben.

Weil ich **zu wenig** über Computer-, Internet- und Technikthemen **weiß**, habe ich **Angst sie zu nutzen**.

Von meiner Familie oder im Bekanntenkreis werde ich oft **um Rat gefragt**, wenn es um Computer-, Internet- bzw. Technikthemen geht.



○ <33%    ◉ 33 – 66%    ⊕ >66%

## Nutzertypen in Bayern

### Unterschiede der Nutzertypen in Bayern zum Bundesdurchschnitt\*

# 28,8 %

D21-Digital-Index  
18,7 Punkte

niedrigster  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
28,9 % | 19,3 Punkte

#### TYP 1 – Bayern Außenstehender Skeptiker

Der Außenstehende Skeptiker in Bayern entspricht weitgehend dem Bundestypen. Lediglich der Frauenanteil sowie der Anteil der Berufstätigen ist in Bayern im Vergleich höher. Bei der Hardware besitzt dieser Typ im Vergleich eine etwas geringere Ausstattung. Auch die Verbreitung von Mobiltelefonen ist etwas geringer (75,7 Prozent).



# 28,4 %

D21-Digital-Index  
56,7 Punkte

mittlerer  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
27,9 % | 57,1 Punkte

#### TYP 2 – Bayern Häuslicher Gelegenheitsnutzer

Der Häusliche Gelegenheitsnutzer hat im Vergleich zum Bundesdurchschnitt einen überdurchschnittlichen Anteil an Personen mit geringer formaler Bildung sowie einen überdurchschnittlichen Anteil an Berufstätigen. Bei der Internetnutzung ist die mobile Nutzung sowie der Breitbandzugang weiter verbreitet. Gleichzeitig verfügt der Häusliche Gelegenheitsnutzer in Bayern über ein leicht unterdurchschnittliches Kompetenzprofil sowie einen leicht unterdurchschnittlichen Wissensstand.



# 8,0 %

D21-Digital-Index  
59,6 Punkte

mittlerer  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
9,5 % | 58,6 Punkte

#### TYP 3 – Bayern Vorsichtiger Pragmatiker

In Bayern besitzt jeder dritte Vorsichtige Pragmatiker eine hohe formale Bildung, zudem ist der Anteil der Berufstätigen im Vergleich höher. Bei der Geräteausstattung besitzt dieser Typ in Bayern überdurchschnittlich oft Mobiltelefon, Desktop-PC und Notebook. Smartphones und Tablets sind hingegen weniger weit verbreitet. Bei der Kompetenz zeigt sich ein überdurchschnittliches Kompetenzprofil, gleichzeitig verbringt dieser Typ in Bayern weniger Zeit im Internet (2,8 Stunden).





### TYP 4 – Bayern Reflektierter Profi

# 20,1%

D21-Digital-Index  
71,5 Punkte

hoher  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
15,4% | 71,4 Punkte

Der Reflektierte Profi ist in Bayern rund zwei Jahre jünger als der Typ im Bundesdurchschnitt (39 Jahre bzw. 41 Jahre). Gleichzeitig ist in Bayern der höchste Anteil an Berufstätigen zu finden. Insgesamt verfügt dieser Typ eine sehr gute Hardwareausstattung – im Vergleich ist der Anteil der Desktop- und Laptop-Besitzer in Bayern jedoch leicht geringer.



### TYP 5 – Bayern Passionierter Onliner

# 11,7%

D21-Digital-Index  
73,6 Punkte

höchster  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
15,0% | 72,2 Punkte

Der Passionierte Onliner ist im Vergleich zum Bundestypen noch deutlicher von Männern geprägt. Darüber hinaus zeichnet er sich durch einen überdurchschnittlich hohen Anteil an mobilen Internetnutzern aus. Zudem ist dieser Typ in Bayern auch länger im Internet unterwegs (6,5 Stunden; Deutschland: 5,8 Stunden). Gleichzeitig verfügt er in Bayern über ein breiteres Nutzungsspektrum.



### TYP 6 – Bayern Smarter Mobilist

# 3,0%

D21-Digital-Index  
68,3 Punkte

hoher  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
3,2% | 69,8 Punkte

Beim Typen der Smarten Mobilisten ist in Bayern ein etwas geringerer Männeranteil vorzufinden. Gleichzeitig ist der Anteil der Schüler erhöht und entsprechend auch die Zahl der Nicht-Berufstätigen. Im Vergleich zum bundesdeutschen Typen besitzen Personen in dieser Gruppe überdurchschnittlich oft ein Tablet und nutzen häufiger einen Breitbandzugang. Beim Kompetenzprofil zeigt sich, dass die Internetkompetenz vergleichsweise geringer ausfällt, ebenso die Nutzungsvielfalt.

## Nutzertypen im Saarland

### Unterschiede der Nutzertypen im Saarland zum Bundesdurchschnitt\*

# 35,3%

D21-Digital-Index  
17,7 Punkte

niedrigster  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
28,9% | 19,3 Punkte

#### TYP 1 – Saarland Außenstehender Skeptiker

Im Saarland weist der Außenstehende Skeptiker einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Nicht-Berufstätigen (83,6 Prozent) sowie an Offlinern (84,6 Prozent) auf. Bei dem Besitz von Endgeräten ist hier im Vergleich zum gesamtdeutschen Typen eine etwas geringere Ausstattung vorhanden. Auch das Kompetenzprofil dieses Typen ist im Saarland leicht unterdurchschnittlich.



# 24,1%

D21-Digital-Index  
55,8 Punkte

mittlerer  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
27,9% | 57,1 Punkte

#### TYP 2 – Saarland Häuslicher Gelegenheitsnutzer

Im Saarland zeichnet sich der häusliche Gelegenheitsnutzer durch einen höheren Frauenanteil sowie ein Durchschnittsalter von 50 Jahren aus. Im Vergleich besitzt dieser überdurchschnittlich oft ein Mobiltelefon, während Smartphones weniger weit verbreitet sind. Beim Internetzugang nutzen die Häuslichen Gelegenheitsnutzer überdurchschnittlich oft einen Breitbandzugang. Bezogen auf die Nutzung ist ein leicht unterdurchschnittliches Kompetenzprofil sowie eine unterdurchschnittliche Nutzungsvielfalt im Saarland vorhanden.



# 6,8%

D21-Digital-Index  
62,1 Punkte

mittlerer  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
9,5% | 58,6 Punkte

#### TYP 3 – Saarland Vorsichtiger Pragmatiker

Der Vorsichtige Pragmatiker im Saarland zeigt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt einen höheren Anteil an Berufstätigen. Der mobile Internetzugang ist im Vergleich weniger verbreitet. Gleichzeitig wird im Vergleich zum Bundesdurchschnitt das Internet häufiger breitbandig verwendet. Bei der Hardwareausstattung ist dieser Typ besser ausgestattet und besitzt darüber hinaus ein überdurchschnittliches Kompetenzprofil sowie eine überdurchschnittliche Nutzungsvielfalt.





### TYP 4 – Saarland Reflektierter Profi

# 20,6%

Im Saarland ist im Vergleich zum Bundesdurchschnitt der Reflektierte Profi durchschnittlich zwei Jahre älter (43 Jahre bzw. 41 Jahre). Betrachtet man die Geräteausstattung der Reflektierten Profis im Bundesvergleich, so zeigt sich, dass im Saarland der Anteil der Desktop- und Laptop-Besitzer leicht unterdurchschnittlich ist. Auch bei der Internetkompetenz zeigen die Personen dieser Gruppe ein leicht eingeschränktes Kompetenzniveau.

D21 - Digital - Index  
70,0 Punkte

hoher  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
15,4% | 71,4 Punkte



### TYP 5 – Saarland Passionierter Onliner

# 10,8%

Im Saarland weist der Passionierte Onliner einen erhöhten Männeranteil auf. Betrachtet man die digitalen Aspekte, so zeigt sich, dass der Anteil an mobilen Internetnutzern im Saarland erhöht ist. Der Passionierte Onliner im Saarland verbringt mehr Zeit im Internet (6,5 Stunden), sitzt insgesamt jedoch weniger Zeit vorm Rechner (8,4 Stunden). Im Bundesvergleich weist dieser Typ im Saarland ein überdurchschnittliches Kompetenzprofil sowie eine überdurchschnittliche Nutzungsvielfalt auf.

D21 - Digital - Index  
73,4 Punkte

höchster  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
15,0% | 72,2 Punkte



### TYP 6 – Saarland Smarter Mobilist

# 2,6%

Der Smarte Mobilist ist im Saarland durchschnittlich 29 Jahre alt und somit rund drei Jahre jünger als der Bundesdurchschnitt. Entsprechend dem geringeren Alter ist der Anteil der Schüler sowie die Zahl der Nicht-Berufstätigen leicht erhöht. Eine weitere Auffälligkeit im Saarland ist der überdurchschnittliche Verbreitungsgrad von Tablets sowie die hohe Nutzung eines Breitbandzugangs.

D21 - Digital - Index  
72,8 Punkte

hoher  
Digitalisierungsgrad

Deutschland  
3,2% | 69,8 Punkte

## Erkenntnisse und Empfehlungen

### Erkenntnisse

**28**<sub>,9</sub> Prozent der Bevölkerung in Deutschland zählen zu den Außenstehenden Skeptikern. Hier zählt aktuell erst jeder Fünfte zu den Onlinern, lediglich die Grundkompetenzen bei Computer- und Internetanwendungen weist dieser Typ auf.

**37**<sub>,4</sub> Prozent der Bevölkerung (Häuslicher Gelegenheitsnutzer und Vorsichtige Pragmatiker) weisen nur ein begrenztes Spektrum an digitalen Fähigkeiten auf. Diese werden oftmals nur zu spezifischen Anwendungen eingesetzt.

### Empfehlungen

→ Personen, die nicht im Internet angekommen sind, sollten gezielt angesprochen und durch Initiativen an digitale Themen herangeführt werden. Dabei gilt es, gezielt Ängste zu nehmen und Vorurteile abzubauen.

→ Bestehende Kompetenzen bei Personen mit geringer Nutzungserfahrung sollten ausgebaut werden. Dabei gilt es, Personen behutsam an neue Themen heranzuführen und diesen die Vorteile näher zu bringen. Durch die mobilen Geräte und Anwendungen besteht die Chance, die intuitive Bedienbarkeit hierfür zu nutzen und das Interesse an neuen Themen zu wecken.

## Methodensteckbrief

### Anzahl Interviews

Durchführung von 3.819 Interviews in Deutschland.

### Grundgesamtheit

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren mit Festnetz - Telefonanschluss im Haushalt.

### Repräsentative Erhebung

Auf die Grundgesamtheit übertragbar

(Größe der Grundgesamtheit und damit Basis für eine Hochrechnung 70,3 Millionen Personen).

## Erkenntnisse

**33,6** Prozent der Bevölkerung (Reflektierte Profis, Passionierte Onliner und Smarte Mobilisten) zeichnen sich durch eine hohe Kompetenz sowie eine breite Vielfalt und Offenheit gegenüber digitalen Themen aus.

## Empfehlungen

→ Erst jeder dritte Bürger in Deutschland ist sehr kompetent im Umgang mit digitalen Themen. Ziel von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft sollte es sein, diesen Anteil weiter auszubauen, um die digitale Spaltung in Deutschland auch in Bezug auf die Kompetenz zu verringern.

### Erhebungsmethode

Durchführung als telefonische Befragung im Rahmen der TNS - Telefonstudios (computergestützte Telefoninterviews CATI, 10. Januar bis 26. Februar 2013).

### Stichprobenziehung

Standardisiertes Zufallsverfahren (random last two digits) auf Basis des ADM - Telefonmastersamples; Daten gewichtet nach zentralen Merkmalen (Geschlecht, Alter und formale Bildung); repräsentative Erhebung.



Sonderthemen

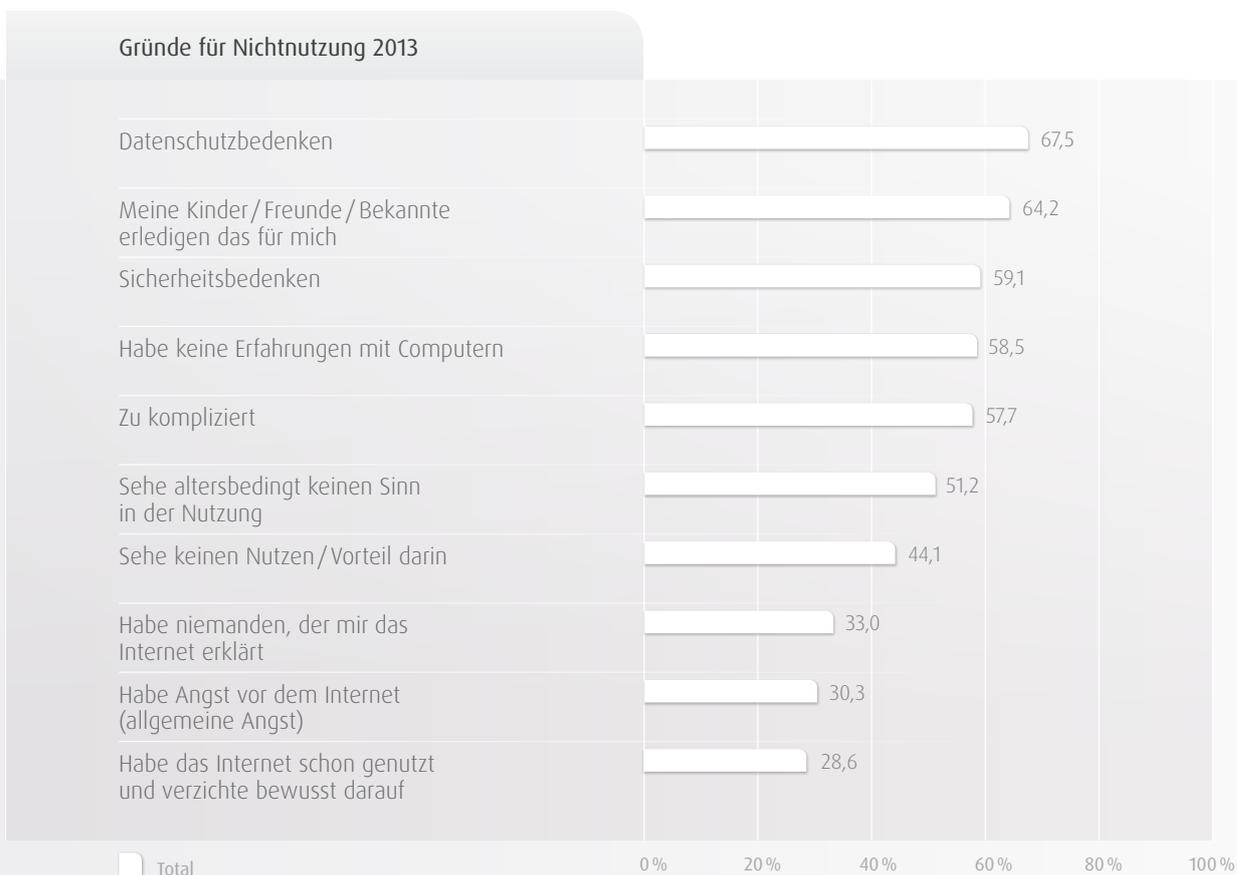
# Nichtnutzung und Weiterbildung



## Gründe für Nichtnutzung des Internets



» Welche Gründe sind ausschlaggebend dafür, dass Sie offline sind, d.h. das Internet nicht nutzen? «

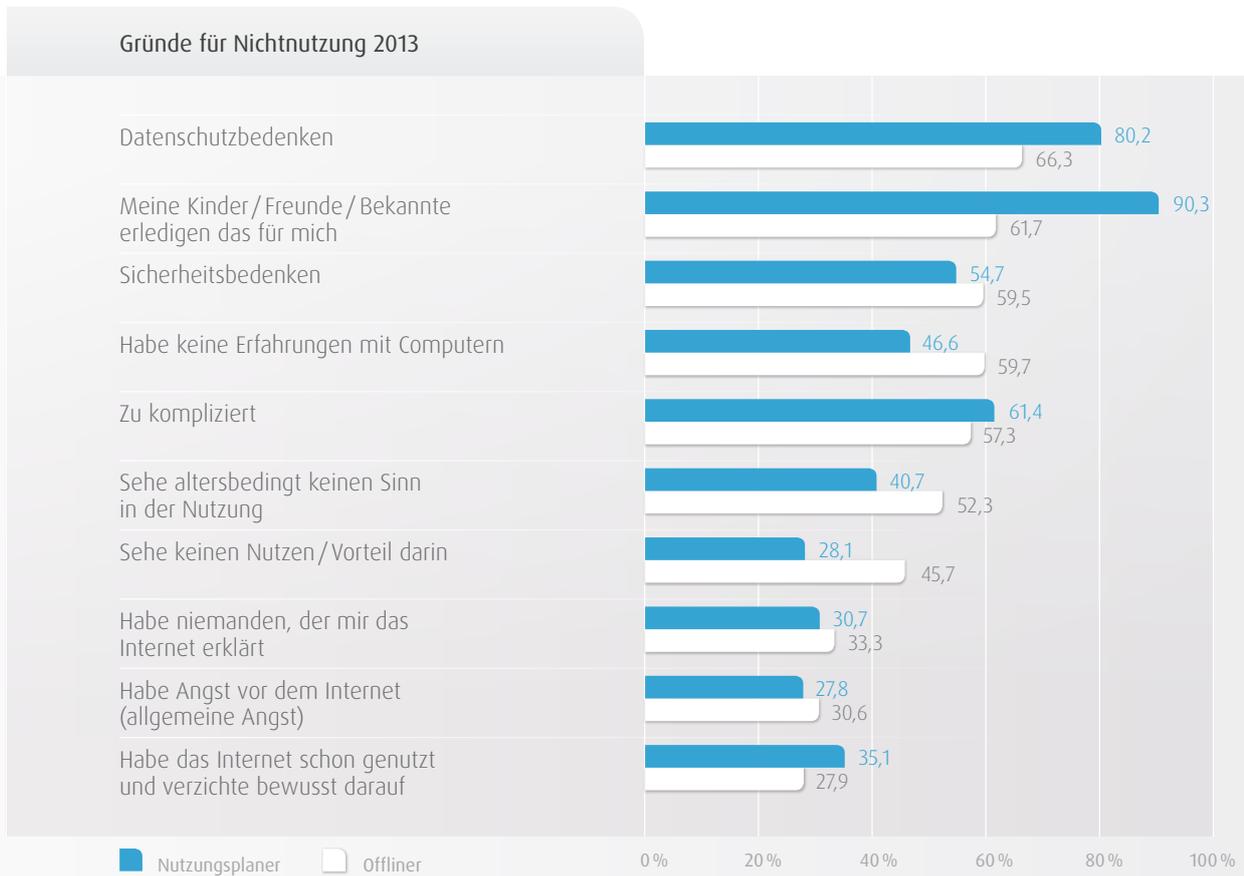


**BASIS** Nichtnutzer des Internets

In Deutschland sind aktuell noch rund 16,5 Millionen Bürger ab 14 Jahren nicht im Internet unterwegs. Um die Beweggründe für die Nichtnutzung zu verstehen, wurden diese in der Studie im Detail erfragt. Interessant ist, dass von den Nichtnutzern vor allem Datenschutz- (67,5 Prozent) und Sicherheitsbedenken (59,1 Prozent) genannt werden. Diesen Zweifeln und Ängsten gilt es zu begegnen, um die digitale Spaltung in Deutschland weiter zu verringern. Gleichzeitig sieht man, dass die Nichtnutzer die Vorteile des Internets durchaus sehen und von ihnen profitieren wollen, ohne selbst online zu gehen (Kinder/Freunde/Bekannte erledigen das für mich 64,2 Prozent).

### Unterschiedliche Barrieren

Im (N)ONLINER Atlas werden bei den Nichtnutzern zwei Gruppen unterschieden – Nutzungsplaner, d.h. Personen, die in den nächsten zwölf Monaten das Internet nutzen wollen, und Offliner, die keinerlei Interesse an einer Internetnutzung zeigen. Betrachtet man die Beweggründe dieser beiden Gruppen, so zeigen sich interessante Unterschiede. Mit 90,3 Prozent ist der Grund »Meine Kinder/Freunde/Bekannte erledigen das für mich« bei den Nutzungsplanern besonders ausgeprägt. Bei den Offlinern sind es hingegen nur 61,7 Prozent. Weitere große Hemmnisse für die Nutzungsplaner sind ihre großen Datenschutzbedenken (80,2 Prozent), die Komplexität (61,4 Prozent) sowie Sicherheitsbedenken (54,7 Prozent).



**BASIS** Offliner bzw. Nutzungsplaner

Anders verhält es sich bei den Offlinern. Zwar sind Datenschutz- und Sicherheitsbedenken sowie Komplexität hier ebenfalls Nutzungsbarrieren. Es wird jedoch deutlich, dass zudem auch andere Gründe im Vordergrund stehen. So geben 59,7 Prozent der befragten Offliner an, keine Erfahrungen mit Computern zu haben. 52,3 Prozent sehen altersbedingt keinen Sinn in der Nutzung und 45,7 Prozent der Offliner erkennen generell keinen Vorteil in der Internetnutzung.

#### Unterschiede bei der Nichtnutzung

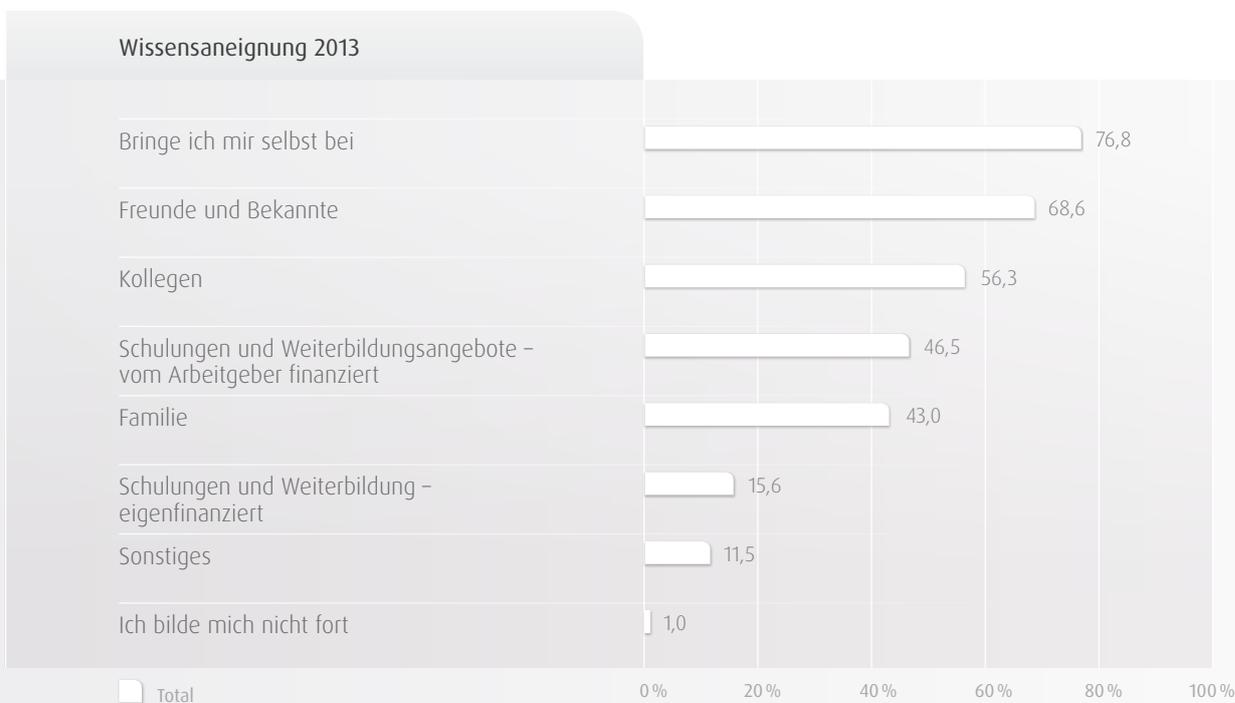
Betrachtet man die Gruppe der Nichtnutzer nach Geschlecht, so wird deutlich, dass Frauen andere Gründe gegen die Internetnutzung anbringen. Insbesondere die

Möglichkeit, Internetangelegenheiten von anderen regeln zu lassen, ist hier ein häufig genanntes Argument (70,9 Prozent; Männer: 53,9 Prozent). Aber auch die Angst vor der Komplexität des Internets (63,4 Prozent) sowie die Tatsache, dass niemand das Internet den weiblichen Nichtnutzern erklärt hat (38,0 Prozent), sind zentrale Hemmnisse. Bei den männlichen Nichtnutzern stehen diese Gründe mit 48,8 Prozent bzw. 25,4 Prozent deutlich weniger im Vordergrund.

## Wissensaneignung Computer/Internet



» Wie eignen Sie sich neues Wissen im Bereich Computeranwendungen und Internet an? «



**BASIS** Berufstätige mit Computerzugang



### Berufstätige Personen in Deutschland vertrauen bei der Wissensaneignung vor allem auf sich selbst.

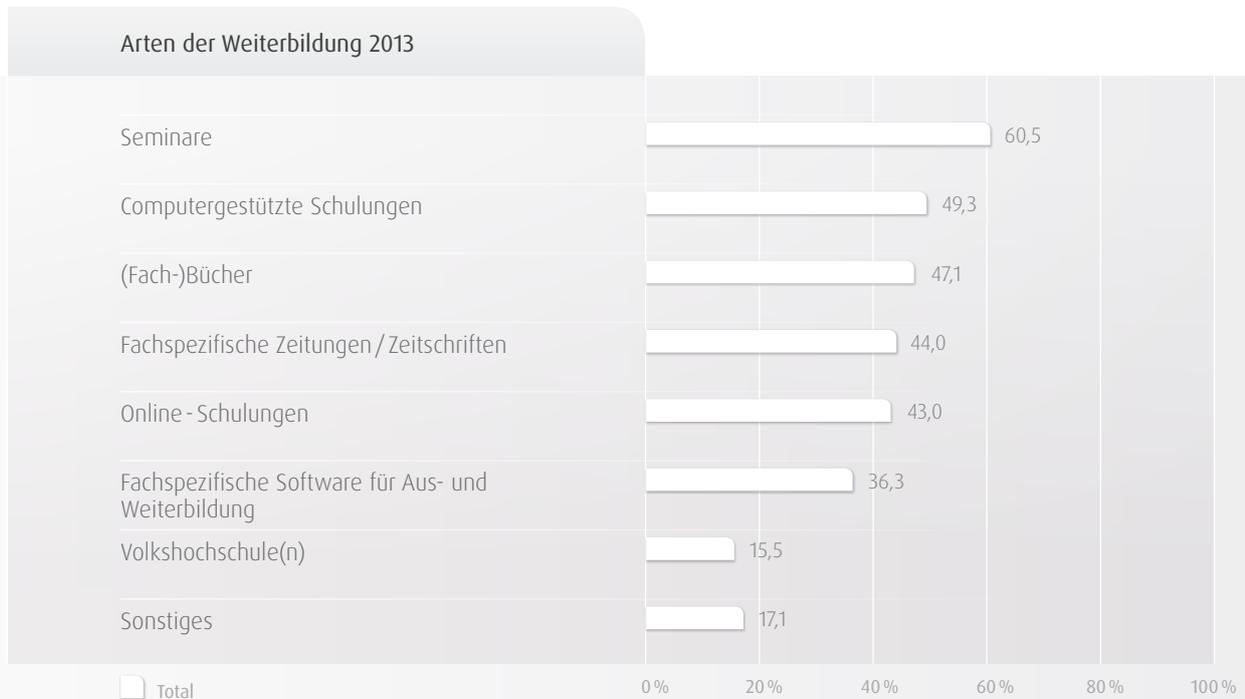
Die Ergebnisse des (N)ONLINER Atlas zeigen, dass der Anteil der Internetnutzer in Deutschland weiter ansteigt. Das Internet nimmt sowohl im Privat- wie auch im Berufsleben einen immer größeren Stellenwert ein. Insbesondere für das Berufsleben spielt die digitale Welt eine bedeutende Rolle: Laut Statistischem Jahrbuch 2012 hatten 63 Prozent der Berufstätigen im Jahr 2011 bereits einen Computerzugang, 54 Prozent nutzten aus beruflichen Gründen das Internet. Mit dem Einzug von Computer und Internet in die berufliche Umgebung steigen gleichzeitig die Anforderungen an die Kompetenzen des Einzelnen. Interessant ist dabei, wie die Wissensaneignung im Bereich Computer und Internet in Deutschland stattfindet.

» Learning - by - Doing «-Prinzip weit verbreitet  
Berufstätige, die im Arbeitsalltag Zugang zu einem Computer haben, wurden gefragt, wie sie sich ihr Wissen im Bereich Computer und Internet aneignen. Über drei Viertel (76,8 Prozent) geben an, sich dieses Können selbst beizubringen. Somit ist das » Learning - by - Doing «-Prinzip bei Beschäftigten in Deutschland der erste Zugang zu neuem Wissen. Aber auch Freunde und Bekannte werden gerne kontaktiert (68,6 Prozent). Erst auf dem vierten Platz folgt die Unterstützung durch den Arbeitgeber in Form von Seminaren und Weiterbildungen (46,5 Prozent).

## Arten der Weiterbildung



»Welche Arten der Weiterbildung nutzen Sie konkret?«



**BASIS** Berufstätige, die sich weiterbilden



### Seminare und computergestützte Schulungen sind am weitesten verbreitet.

Betrachtet man den Zugang zu digitalem Wissen, so stimmen bei Großunternehmen (Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern) die Zugangswege im Vergleich zu KMU (kleine und mittlere Unternehmen; weniger als 500 Mitarbeiter) weitgehend überein. Beschäftigte in Großunternehmen nutzen im Vergleich vermehrt Kollegen (63,5 Prozent) sowie Schulungen und Weiterbildungen des Arbeitgebers (57,3 Prozent).

Beim Vergleich der Unternehmensgrößen zeigen sich große Unterschiede bei der Nutzung von Weiterbildungsangeboten. Während Beschäftigte in KMU sich vor allem über Seminare, (Fach-)Bücher und fachspezifische Zeitun-

gen und Zeitschriften weiterbilden, sind in den Großunternehmen Seminare, computergestützte Schulungen und Online - Schulungen im Einsatz. Ein Grund für diese unterschiedlichen Prioritäten können neben der Koordination auch Kostenaspekte sein.

# Impressum

## Ansprechpartner Presse

---

Initiative D21 e.V.

**Sabrina Ortmann**

Telefon 030 / 526 87 22 55

sabrina.ortmann@initiated21.de

TNS Infratest GmbH

**Michael Knippelmeyer**

Telefon 0521 / 92 57 687

michael.knippelmeyer@tns-infratest.com

## Herausgeber

---

- Initiative D21 e.V.  
www.initiated21.de
- TNS Infratest GmbH  
www.tns-infratest.com

## Unterstützer

---

- Deutsche Telekom AG  
www.deutsche-telekom.de
- Fiducia IT AG  
www.fiducia.de
- Fraunhofer Verbund IuK - Technologie  
www.iuk.fhg.de
- Institute for Public Information Management (ipima)  
www.ipima.de
- Kompetenzzentrum Technik - Diversity -  
Chancengleichheit e.V.  
www.kompetenzz.de
- Texas Instruments Deutschland GmbH  
www.education.ti.com/deutschland

## Gestaltung und Produktion

---

- Werkstatt für visuelle Kommunikation  
**Silke Wohner, Stefanie Brendle** i. A.  
www.werkstatt-trier.de
- **Andreas Gaertner**  
www.gaertner-illustrator.de

## Projektleitung und Redaktion

---

TNS Infratest GmbH

**Kerstin Dirtheuer**

Telefon 089 / 56 00 10 71

kerstin.dirtheuer@tns-infratest.com

TNS Infratest GmbH

**Dr. Malthe Wolf**

Telefon 089 / 56 00 11 33

malthe.wolf@tns-infratest.com

## Partner

---

- Bundesministerium für Wirtschaft  
und Technologie (BMWi)  
www.bmwi.de
- Der IT - Beauftragte der Bayerischen  
Staatsregierung  
www.cio.bayern.de
- Initiative » Onlinerland Saar «  
www.onlinerland-saar.de
- Wolters Kluwer Deutschland GmbH  
www.wolterskluwer.de

## Druck

---

Schmekies, Medien & Druck, Konz  
www.schmekies.de

© TNS Infratest, April 2013



## D21-Digital-Index

Mit der Publikation »D21-Digital-Index – Auf dem Weg in ein digitales Deutschland?!« der Initiative D21 und Partner ist es möglich, einen 360-Grad-Blick auf den aktuellen Stand der Digitalisierung in der deutschen Gesellschaft zu geben. Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft erhalten so einen Gradmesser, auf dessen Grundlage sie konkrete Maßnahmen zur Förderung der digitalen Gesellschaft entwickeln können.